Ⅰ. 디자인산업 경기조사 01

1. 2/4분기 한국경제와 디자인산업 01

2. 2011년 2/4분기 디자인산업 경기실적 04

3. 2011년 3/4분기 디자인산업 경기전망 06

4. 디자인산업생산지수 변화 추이 09

Ⅱ. 디자인산업 업계동향 10

1. 국내 업계동향 10

2. 해외 업계동향 11

Ⅲ. 디자인산업 정책동향 13

1. 특집 : 일본 디자인정책 (JDP) 13

2. 산업 정책 14

3. 지적재산권 정책 16

부록 1. 디자인산업 경기조사 개요 19

부록 2. 2011년 3/4분기 전문디자인업 경기전망 조사표 21

요 약

Ⅰ. 디자인산업 경기조사

1. 2/4분기 한국경제와 디자인산업

2/4분기를 포함한 상반기 한국경제는 전체적으로 성장률 둔화 속에서 성장세가 지속됐으며 하반기에는 성장세가 강화됨에 따라 전문디자인업에도 대체적으로 긍정적인 작용을 할 것으로 전망됨

// 하반기에는 수출증가 동력 약화에 따른 수출 둔화현상이나 가계부채 등 대내외 불확실성에도 불구하고, 고용 및 소득회복과 물가불안 완화 등에 힘입어 완만하지만 내수가 회복세를 보일 것으로 예상되어 상반기보다 다소 상승한 4% 초반대의 성장률을 보일 것으로 전망됨

// 3/4분기 전문디자인업 경기는 전반적으로 국내경제 성장세에 긍정적인 영향을 받을 것으로 예상되지만, 분야별로는 제품, 시각, 기타전문디자인업처럼 내수회복이나 제조업 경제 회복이 긍정적으로 작용하는 분야와 인테리어디자인업처럼 부동산 경기 침체와 건설경기 부진 지속이 부정적으로 작용하는 분야 간 큰 편차를 보일 것으로 전망됨

2. 2011년 2/4분기 디자인산업 경기실적

전문디자인업의 2/4분기 경기실적지수는 68.4p로 전분기 63.2p에 비해 5.2p 상승하여 부진하나마 경기실적이 다소 회복된 것으로 나타남

// 제품디자인업(79.5p), 시각디자인업(63.8p), 인테리어디자인업(67.7), 기타전문디자인업(65.4p) 모두 실적이 부진한 가운데 인테리어디자인업을 제외하면 실적이 다소 회복됨

// 부산·울산·경남지역(90.8p), 강원·제주지역(109.0p)은 보합, 서울지역(68.6p),경인지역(51.3p), 호남지역(74.0p), 대구·경북지역(74.0p)은 부진, 충청지역(46.0p)은매우 부진한 가운데 경인지역, 충청지역, 대구·경북지역을제외하면 실적이 다소 회복됨

3. 2011년 3/4분기 디자인산업 경기전망

전문디자인업의 3/4분기 경기전망지수는 96.0p으로 전분기 105.6p에 비해 9.6p 하락하여 경기전망 기준지수인 100p를 기준으로 여전히 보합권 박스 안에 있지만 3분기 연속 이어지던 상승세가 중단됨

// 제품디자인업(104.4p), 시각디자인업(96.4p), 인테리어디자인업(90.3p), 기타전문디자인업(92.4p) 모두 경기가 보합일 것으로 전망되는 가운데 전 업종에 걸쳐 전망치는 다소 감소함

// 부산·울산·경남지역(111.1p), 호남지역(113.6p), 강원·제주지역(141.4p)은 호조, 서울지역(95.2p), 경인지역(73.5p), 충청지역(88.6p), 대구·경북지역(103.8p)은 보합일 것으로 전망되는 가운데 호남지역, 부산·울산·경남지역, 강원·제주지역을 제외하면 전망치는 다소 감소함

4. 디자인산업생산지수 변화 추이

2/4분기 전문디자인업 생산지수는 98.0p로 조사되어 전분기 92.3p 대비 5.7p 증가함. 이는 전년동분기 117.7p 대비하여 19.7p 감소한 수치임

// 전문디자인업의 2/4분기 생산지수가 증가한 것은 제조업 생산호조와 패션디자인업의 계절적인 요인에 따른 호황 등이 긍정적으로 작용했기 때문으로 분석됨

// 마찬가지로 대외적으로 수출호조도 긍정적인 요인으로 작용한 것으로 판단됨

* 생산지수
→ 서비스업 전체 및 개별 업종의 생산활동을 종합적으로 파악하기 위한 것으로 개별 업종의 상대적 중요도인 부가가치 기준 가중치를 적용하여 지수화
→ 기준년도(2005년)를 100.0으로 하여 월별로 산정
→ 서비스업동향조사는 한국표준산업분류 상의 서비스업과 관련된 13개 대분류 항목을 대상으로 실시되며, 조사항목은 사업체명, 월간 영업일수, 종사자수, 사업의 종류, 매출액으로 구성되어 있음
→ 디자인산업생산지수는 서비스업생산지수의 세부항목 중 전문디자인업만을 재집계

II. 디자인산업 업계동향

1. 국내 업계동향

// 스마트폰 보급이 확산되면서 관련 특허출원이 급증하고 있으며 시장확대와 함께 그 동안 중소기업에서 주로 담당했던 스마트기기 액세서리 시장에 대기업의 진출이 활발해지면서 경쟁이 과열되고 있음

// 국가차원에서 글로벌 패션브랜드 육성사업이 추진되고 있으며 이를 통해 폴햄, 코데즈컴바인 등이 선정되어 향후 글로벌 시장으로의 진출이 가시화될 것으로 기대됨

2. 해외 업계동향

// 영국 데일리메일 온라인판은 김현석 씨가 디자인을 맡은 호화 요트 '보로노이'를 소개했는데 이 요트에는 불필요한 공간을 없애면서 적은 재료를 쓰고도 가장 견고한 구조를 만들어내는 방식으로 공학기술이 많이 활용되고 있음

// 과거 구글의 크리에이티브 디렉터로 근무했던 한국인 이지별씨는 능력을 인정받아 지난 5월 세계적인 소셜네트워크서비스인 페이스북의 총괄 디자인·기획자로 스카우트되었음

III. 디자인산업 정책동향

1. 특집: 일본 디자인정책

// 일본은 아시아에서도 일찍이 디자인산업의 중요성을 인식해 1958년 경제산업청에 디자인과를 설치함

// 특히 점점 자국 내 디자인시장이 세계로 뻗어 가는 가운데 제품의 경쟁력을 갖추기 위해 지적재산권 관리체계를 강화하고 디자인의 중요성을 홍보하기 위한 활동을 강화하고 있음

2. 산업 정책

// 4월 27일 경제정책조정회의에서 지식경제부는 21세기 기술과 감성의 융합시대를 선도할 디자인산업 육성 종합계획을 발표함. 본 계획에는 디자인과 R&D를 융합하여 산업역량을 강화하고 디자인을 통해 중소/지역기업의 경쟁력을 향상시키는데 초점을 둠

// 지식경제부는 미래 핵심산업으로 주목받고 있는 로봇분야에 디자인을 융합시켜 기획단계부터 디자인이 제품개발을 주도하는 '미래의 디자인(Design of the Future)사업'을 실시하기로 하고 5.17 해당 과제를 공고함

3. 지적재산권 정책

// 4월 4일 세계지식재산기구(WIPO)는 2010년 산업디자인의 국제출원이 크게 증가했다고 발표함

// 일본 특허청에 따르면 2010년 특허출원 건수는 1.1%감소, 실용신안출원 건수는 8.7%감소, 디자인출원 건수는 2.9%증가, 상표출원 건수는 2.4%증가했다고 발표

// 4월 29일 특허청은 그래픽사용자인터페이스(GUI) 관련 특허 현황을 공개하면서 2006년부터 2009년까지 휴대폰에 관한 화상디자인의 출원이 연평균 100여건 내외였으나, 2010년에는 420건이 출원됐다고 밝힘

1. 2/4분기 한국경제와 디자인산업

2/4분기를 포함한 상반기 한국경제 특징은 한마디로 전체적으로 성장률 둔화 속에서 성장세를 이어갔다는 것으로 요약할 수 있다. 하반기에는 최근 원화강세 등 수출증가 동력 약화에 따른 수출 둔화현상이나 가계부채 등 대내외 불확실성에도 불구하고, 고용 및 소득회복과 물가불안 완화 등에 힘입어 완만하지만 내수가 회복세를 보일 것으로 예상되어 상반기보다는 다소 상승한 4% 초반대의 성장률을 보일 것으로 전망된다.

3/4분기 전문디자인업 경기는 전반적으로 국내경제 성장세에 긍정적인 영향을 받을 것으로 예상되지만, 분야별로는 제품, 시각, 기타전문디자인업처럼 내수회복이나 제조업 경기 회복이 긍정적으로 작용하는 분야와 인테리어디자인업처럼 부동산 경기 침체와 건설경기 부진 지속이 부정적으로 작용하는 분야 간 큰 편차를 보일 것으로 전망된다.

*전망치와 실적치 차이 gap 실증분석
전망치와 실적치 차이를 분석하기 위해 높은 갭을 보이고 있는 업체를 대상으로 실증분석한 결과, 주요 연구기관이나 언론에서 경기가 호전될 것이라고 전망하고 있어 전문디자인업에도 긍정적인 요인으로 작용할 것으로 예상했으나 실제 현장에서 느끼는 체감경기는 전혀 회복되지 않았고 오히려 계약취소, 단가인하 등 악재가 계속해서 발생하고 있어 차이가 크게 발생하는 것으로 나타남
※ 20개 업체를 대상으로 8.3~8.5(3일간)에 걸쳐서 조사진행

국내경제

2/4분기 국내경제는 민간소비의 지속적인 증가와 큰 폭의 설비투자 증대 그리고 수출증대가 경기 회복을 주도하였으나, 건설투자 부진이 지속되어 전기 대비 0.8%(전년 동기 대비 3.4%), 상반기 전체로는 전년 동기 대비 3.8% 성장하는데 그쳤다. 산업별로 제조업은 일반기계와 선박 생산 호조로 전기 대비 1.5% 증가(전년 동기 대비 7.3%)하였으나 서비스업은 금융보험과 부동산 및 임대 등의 부진으로 전기 대비 0.1%(전년 동기 대비 2.7%) 성장하는데 그쳤다. 상반기 전체로는 제조업은 전년 동기대비 8.5% 성장하였고 서비스업은 도소매, 운수보관업, 정보통신업을 제외하고는 거의 모든 업종이 2% 미만의 성장률을 보여 전반적으로 제조업에 크게 뒤지는 성장률을 보였다. 상반기에 가장 성장이 부진한 산업은 건설업으로 마이너스 9.8% 성장률을 보였다.

3/4분기의 경우 정부의 긴축재정 기조 유지, 미국경제의 침체 우려나 유럽의 재정위기, 원화가치 상승과 중국의 긴축경제정책 기조 유지 등 경제환경은 2/4분기와 크게 변하지 않겠지만, 고용 및 소득 증대로 민간소비는 상반기에 비해 완만하게 회복세를 보일 것으로 보인다. 또한 산업연구원의 3/4분기 기업경기조사(이하 BSI) 결과 등을 보면 제조업 전반에 걸쳐 경기 회복세가 확산되고, 특히 자동차 등 디자인업과 관련한 산업의 경기가 높은 회복세를 보일 것으로 전망된다. 하지만 수출의존도가 지나치게 높은 국내 경제구조상 향후 미국의 부채한도 증액이나 3차 양적완화에 따른 시장의 불안심리 고조, 중국의 위안화 추가 절상과 임금의 지속적인 상승 및 대도시를 중심으로 한 부동산 거품의 붕괴, 유럽 PIIGS(포르투갈·이탈리아·아일랜드·그리스·스페인 등 남유럽 5개국)* 국가의 국가부도 사태 현실화 가능성 및 영국, 프랑스 등 유럽 선진국의 장기 경기 침체에 따른 세대 간 갈등 등 불안전한 대외여건에 따라 급격한 충격이 올 수도 있으므로 주의가 요망된다.

디자인 경기

전반적으로 국내경제 회복세 속에서 전문디자인업의 경기도 전반적으로 회복세를 보이고 실적치와 전망치간 갭이 다소 좁혀지고 있으나, 전분기 대비 낙관적인 전망치가 하락하는 등 다소 어두운 모습을 보이고 있다. 2/4분기 경기실적지수 D-BSI는 68.4p로 전 분기 63.2p에 비해 5.2p 상승하여 전반적으로 경기가 회복세를 보이고 있는 것으로 나타났지만, 동 분기 경기전망지수 105.6과는 여전히 큰 격차가 발생하였다. 이러한 전망지수와 실적지수간 차이는 미래에 대한 바람을 담고 있는 BSI조사 특성상 일반적으로 발생하는 현상으로 체계적인 전망이 어려운 영세한 기업 규모가 조사대상에 많이 포함되는 경우나 경기회복에 대한 바람이 높은 장기 침체 시기에 더 커지는 경향이 있다.

***PIIGS**

유로존(유로화 사용 16개국)에 속한 남유럽 5개국 즉 포르투갈 Portugal·이탈리아 Italy·아일랜드 Ireland·그리스 Greece·스페인 Spain을 가리키는 말로, 각 국가의 머리글자를 따서 만들었다.

원래 1997년부터 PIGS라 하여 포르투갈·이탈리아·그리스·스페인을 가리키는 용어로 사용되었는데, 이들 국가 그룹은 '올리브 벨트 the Olive Belt' 또는 '클럽 메드 Club Med'라고도 불렸다. PIGS는 2007년 재정 적자와 외채로 인하여 경제위기 상황에 처한 포르투갈·아일랜드·그리스·스페인을 가리키는 용어로 조정되었다(공교롭게도 아일랜드의 머리글자가 I 이기에 PIGS라는 용어를 그대로 유지했다). 그 이후 이탈리아까지 포함시켜 PIIGS라고 하였다. 특히 2009년 말부터 2010년 초에 이르러 PIGS 또는 PIIGS라는 용어가 널리 사용되었고, 재정난을 겪는 영국까지 포함하여 PIIGGS 또는 PIIGSUK이라는 표현이 나오기도 하였다.

'돼지 pig'를 연상시키는 이 용어는 미국의 투자기관과 언론에서 모멸적인 의미를 담아 사용하였는데 이들 국가의 경제 운용에 대한 불신감이 투영되어 있다고 볼 수 있다. 그런 이유로 이 용어의 사용에 대한 해당 국가의 반발을 불러일으키기도 하였다.

이들 국가의 공통점은 2007년부터 2010년에 이르기까지 과도한 국가 부채와 재정적자, 높은 실업률 등으로 인하여 심각한 경제적 위기 상황에 처하였다는 점이다. 특히 그리스는 2010년 초 국가부도 위기에 직면하는 최악의 상황에 봉착하여 같은 해 5월 유럽연합 EU과 국제통화기금 IMF의 구제금융을 받은 바 있다. 2010년 4월 국제신용평가사 S&P는 그리스와 포르투갈에 이어 스페인의 국가신용등급을 하향조정하였으며, 이탈리아와 아일랜드 역시 재정 상황이 좋지 않았다.

이로 인하여 유로화가 급락하고 세계 금융시장이 출렁거리자 유로존 국가들이 연쇄적으로 부도사태를 맞을 수도 있다는 우려가 확산되면서 세계경제의 새로운 불안요인으로 떠올랐다.

따라서 BSI 조사결과를 해석할 경우 단순 수치보다 이러한 수치의 변화 추이에 대해 주목할 필요가 있다. 이러한 측면에서 2/4분기에 들어서서 전망지수와 실적지수간 격차가 전 분기에 비해 줄어든 것은 긍정적인 현상으로 평가할 수 있다.

2/4분기 분야별 경기실적의 경우 전 분기와 마찬가지로 거의 모든 분야에서 부진하였지만, 전 분기 71.0에서 67.7p로 3.3p 하락한 인테리어디자인을 제외하고는 전반적으로 회복세를 보였다. 분야별로는 특히 기타전문디자인업과 제품디자인업이 패션디자인의 계절적인 호황과 제조업 생산호조에 힘입어 각각 전 분기에 비해 15.9p와 13.3p 상승하는 등 가장 두드러진 회복세를 보였다. 이에 비해 시각디자인업은 경기침체로 인한 홍보물 감소와 출판시장 침체가 경기 회복의 발목을 잡아 다소 낮은 회복세를 보였다. 가장 낮은 실적을 보인 분야는 소득상승과 건설경기에 의해 복합적으로 영향을 받는 인테리어디자인업으로 향후 인테리어디자인업 경기 회복과 관련하여 건설경기 회복과 경제 불확실성 축소라는 과제를 던져주고 있다.

지역별로는 전 분기와 마찬가지로 전반적인 실적지수와 분야별 디자인 실적지수사이 연관관계보다는 오히려 상충적인 결과가 나타나는 경우도 적지 않았다. 전반적인 실적지수는 경인지역과 동남권을 제외하고는 전체적으로 상승세를 보였는데, 경인지역은 인테리어디자인업의 실적부진이, 부산 •울산 •경남 지역은 시각디자인업과 기타전문디자인업의 실적부진이 크게 영향을 미친 것으로 보인다.

한편, 지역별 부문별 경기실적지수를 보면 전 부문이 전 분기의 하락세에서 벗어나 지난해 연말 수준을 회복하였고, 특히 투자나 인적자원관리처럼 2010년 말 수준을 넘어선 부문도 나타났다. 다만, 부문별로 지역에 따라 다른 명암을 보였는데, 서울과 호남권은 전 부문에서 실적 회복세를 보인 반면, 대구•경북 지역은 그 반대현상을 보여 극명한 대조를 이루었고, 경기침체 장기화 가능성에 대한 불안감이 영향을 미쳐 투자부문에서 하락세를 보인 지역이 대구•경북 지역, 동남권, 강원•제주 지역 등 3개 지역이나 나타났다.

3/4분기 경기전망지수는 96.0으로 여전히 경기전망 기준지수인 100의 보합권 박스에 머물러 있지만, 전 분기 105.6보다 9.6p 하락하여 디자인업계에 향후 경제전망에 대한 비관적인 시각이 확산되고 있음을 보여줌과 동시에 2/4분기의 경기실적 회복세가 향후 지속 여부에 대한 전망을 어렵게 하고 있다. 이처럼 정부의 3/4분기 이후 경기가 회복기조로 돌아설 것이라는 전망이나 중국의 생산비(임금)상승, 일본 엔화가치 상승 등 대외적으로 긍정적인 요인이 있음에도 불구하고 디자인업계에 비관적인 시각이 확산되고 있는 것은 미국경제 침체나 유럽의 재정위기 등 세계경제의 불확실성 먹구름이 걷치지 않고 있고, 최근 물가상승에 더해 내수침체 기조가 장기화됨에 따라 국내 경제의 장기 침체에 대한 위기의식이 높아지고 있기 때문이라고 할 수 있다.

분야별로 전 분야에서 전망지수가 하락하였는데, 특히 인테리어디자인업과 기타전문디자인업의 하락세가 가장 두드러졌다. 제품디자인업은 충청 지역을 경계로 전통산업에 대한 비중이 높은 호남 지역과 영남 지역 디자인업계가 훨씬 더 비관적으로 보고 있는 것으로 나타나 이들 지역 디자인업의 경기회복을 위한 지역 제조업 활성화 필요성을 보여주고 있다. 시각디자인업은 부산•울산•경남 지역과 강원•제주 지역을 제외한 나머지 지역 모두 하락하였고, 특히 시각디자인업이 집중된 수도권 지역이 여전히 다른 지역에 비해 상대적으로 낮은 수준에서 벗어나지 못하고 있어 향후 전망을 어둡게 하고 있다. 인테리어디자인업의 경우 호남 지역을 제외한 전 지역에서 2/4분기에 비해 크게 하락한 것으로 나타나, 3/4분기 이후 건설경기가 다소 회복세를 보일 것이라는 전망에도 불구하고, 관련 디자인업계의 건설경기 등의 침체에 대한 우려가 심화되고 있음을 보여주고 있다. 기타전문디자인업은 섬유산업의 집중도가 높은 대구•경북 지역과 수도권의 하락세가 두드러졌는데, 이는 비수기에 접어든 섬유산업의 계절적인 특성이 반영된 것으로 보인다.
지역별로는 호남 지역과 부산•울산•경남 지역 그리고 강원•제주 등을 제외한 나머지 지역은 전 분기의 상승세가 다시 하락세로 돌아서고 지역

부문별로는 호남 지역과 부산•울산•경남 지역, 강원•제주권은 전 부문에서 지수가 상승한 반면, 대구•경북 지역은 그 반대현상을 보여 대조를 보였고, 나머지 지역도 특히 마케팅과 재무부문에서의 지수가 하락세를 보였다. 그러나 대구•경북 지역을 제외하고는 하락폭이 크지 않아 지역별, 부문별로는 대체로 2/4분기 수준에 머무를 것으로 예상된다.

정책 방향

디자인업의 경기회복을 위해서는 최근 디자인의 경제•사회적인 기능이 확대되면서 산업에서의 디자인 중요성에 대한 인식 제고와 활용 확대, 디자인을 통한 안전, 환경보호 추구 등 경제•사회적 문제해결에 대한 관심이 높아지고 있는 현상이나 이를 활용하려는 정부나 기업의 움직임에 주목할 필요가 있다. 예를 들어 일본은 디자인의 활용 확대를 위해 디자인의 전략적 활용이라는 기치 하에 디자인 감성가치 확산, 어린이 안전과 사고예방 등을 위한 디자인, 인간생활공학 등을 정책적으로 추진하고 있다.

구체적으로 감성가치 확산의 경우 전시회나 세미나 개최나 감성 카페 그리고 '감성가치창조 뱅크' 웹 사이트 등을 통해 국내외에 일본 디자인에 대한 인식 제고, 사용자와 디자이너간 커뮤니케이션 기회와 관련 사례나 정보 제공 등을 추진하고 있으며, 어린이를 위한 디자인은 '안전지식 환경형 사회구축사업'에 의해 어린이 사고의 수집, 분석, 예방을 위한 정보 제공과 '키즈 디자인상'제도와 키즈 디자인 아이디어 공모전 등을 개최하고 있다. 끝으로 인간생활공학과 관련해서는 '인간생활 기술전략 맵' 작성, 7,000명의 인체자료를 수집하는 사이즈-재팬 2004-2006(Size - JPN 2004-2006) 결과 발표(2007년 10월), 가전용 센서에 의해 생활 행동을 모니터링 하는 NEDO "생활 행동 응답형 에너지 절약 시스템 연구 사업' 등을 추진하였다. 또한 디자인기반 강화를 위해 일본 특허청의 '지식재산추진계획 2011'(2011년 발표)과 일본디자인진흥회JDP와 도쿄 東京의 공동사업인 '산업디자인분야 기술표준사업'(2010년 발표) 추진 등 선진적인 지식재산권제도 구축을 적극 추진하고 있고, 지난 5월에는 그동안의 관련 연구성과가 반영된 '특허법 등의 일부를 개정하는 법률안'을 국회에서 통과시켰다. 이밖에 최근 일본지진사태를 계기로 디자인과 안전에 대한 인식이 높아짐에 따라 아직 정책적으로 구체화되지는 않았지만 일본경제 재건을 지원하고 가치관과 소비 성향 그리고 디자인 인식 등의 변화에 대응할 수 있는 새로운 디자인의 모델 도입을 모색하고 있다.

한편, 디자인의 전략적 활용에 대한 기업 차원에서의 대응도 갈수록 활발해지고 있는데, 이는 대체로 디자인연구 강화 등으로 나타나고 있다. 일례로 LG 하우시스는 정치, 경제, 문화적 이슈분석과 인테리어 분야뿐만 아니라 모바일, 자동차, 가전, 가구 등 산업 전반의 다양한 영역의 디자인 트렌드까지 아우르는 통합적 디자인 리서치 강화, 디자인 개발과정에서 주부 프로슈머 그룹인 'Z:ENNE'운영(2007년 도입)을 통한 소비자 의견 적극 반영이나 영국왕립예술학교 RCA 등 국내외 대학이나 베라왕 등 유명 패션디자이너 등과의 디자인공동개발도 적극 추진하고 있다. 현대자동차도 디자인과 관련한 미래트렌드 연구를 위한 전담부서를 설치·운영하는 디자인 연구를 강화하고 있으며, 영국의 시모어파월 Seymourpowell사처럼 소비자의 잠재적인 욕구와 행동 파악을 위해 민족학 등의 인접학문을 적극 활용하는 경우도 나타나고 있다.

이러한 해외정부나 기업들의 움직임은 정책적으로 디자인 경기회복을 위해서는 공공부문과 기업의 디자인의 양적 활용 확대와 함께 질적인 차원에서 복잡한 문제 해결에 디자인의 전략적 활용을 연계하는 것을 통해 신수요를 창출하는 정책이나 디자인투자, 지식재산권 관리, 인력양성, 디자인역할에 대한 사회적 홍보기능 강화 등 관련 디자인기반을 강화하는 정책 추진 필요성을 제기하고 있다고 할 수 있다.

김 홍 석
산업연구원 연구위원

2. 2011년 2/4분기 디자인산업 경기실적

경기전반 전문디자인업의 2/4분기 경기실적지수(D-BSI)는 68.4p로 전분기 63.2p에 비해 5.2p 상승하여 경기실적이 다소 회복된 것으로 나타남

// 2분기 경기전망지수(D-BSI)는 105.6p에 비하면 여전히 실적과의 차이가 상당하지만 그 갭이 감소되는 것은 긍정적임

경기전망지수와 경기실적지수의 갭 발생원인: 일반적으로 체감조사인 기업경기실사지수조사의 특성상 기대치라 할 수 있는 전망지수에 비해 실적치가 낮게 나타나고, 양 지수간 격차는 해당 산업을 구성하고 있는 기업이 영세할수록 커지는 경향이 있음

분야별 제품디자인업(79.5p), 시각디자인업(63.8p), 인테리어디자인업(67.7p), 기타전문디자인업(65.4p) 모두 실적이 부진하였음

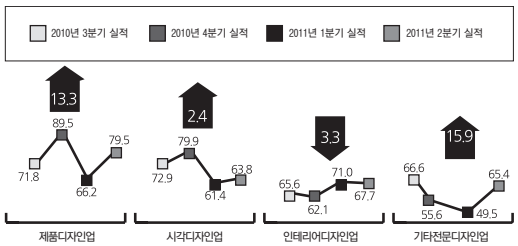


그림 I-1 '11년 2/4분기 디자인산업 분야별 D-BSI

// **제품디자인업** 서울지역이 78.8로 전분기 63.6에 비해 15.2p 상승, 경인지역이 56.1로 전분기 69.8에 비해 13.7p 하락, 충청지역이 68.6으로 전분기 0에 비해 68.6p 상승, 호남지역이 102.8로 전분기 73.0에 비해 29.8p 상승, 대구·경북지역이 162.3으로 전분기 82.7에 비해 79.6p 상승, 부산·울산·경남지역이 66.2로 전분기 84.6에 비해 18.4p 하락, 강원·제주지역이 150.0으로 전분기 100.0에 비해 50p 상승한 것으로 나타남

// 제품디자인업은, 특히 중소제조업체의 용역발주가 감소한 것에 직격탄을 맞은 것으로 나타났는데 실제로 산업연구원이 발표한 제조업 경기실사지수(시황)는 지난 분기 115에서 111로 감소함

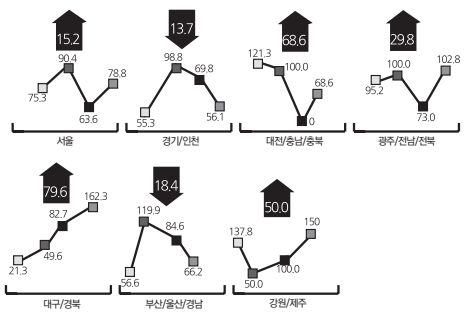


그림 I-2 '11년 2/4분기 제품디자인업 D-BSI

// **시각디자인업** 서울지역이 61.8로 전분기 65.6에 비해 3.8p 하락, 경인지역이 47.7로 전분기 40.6에 비해 7.1p 상승, 충청지역이 56.2로 전분기 50.7에 비해 5.5p 상승, 호남지역이 60.3으로 전분기 43.0에 비해 17.3p 상승, 대구·경북지역이 72.0으로 전분기 72.7에 비해 0.7p 하락, 부산·울산·경남지역이 91.5로 전분기 68.4에 비해 23.1p 상승, 강원·제주지역이 102.0으로 전분기 70.3에 비해 31.7p 상승한 것으로 나타남

// 시각디자인업은 홍보물의 감소와 출판시장 침체가 상당부분 영향을 미치고 있는 것으로 나타났는데 실제로 통계청에서 발표한 출판업 생산지수는 지난 분기 93.1에서 2/4분기에는 82.2로 하락함

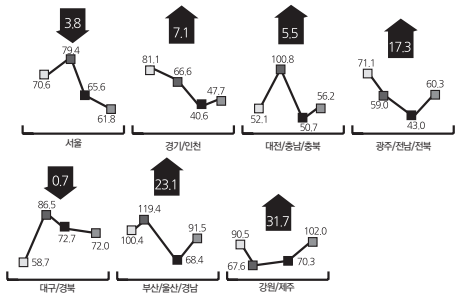


그림 I-3 '11년 2/4분기 시각디자인업 D-BSI

// **인테리어디자인업** 서울지역이 72.8로 전분기 77.5에 비해 4.7p 하락, 경인지역이 31.8로 전분기 63.4에 비해 31.6p 하락, 충청지역이 20.1로 전분기 87.3에 비해 67.2p 하락, 호남지역이 71.4로 전분기 13.7에 비해 57.7p 상승, 대구·경북지역이 58.5로 전분기 75.1에 비해 16.6p 하락, 부산·울산·경남지역이 91.7로 전분기 49.1에 비해 42.6p 상승, 강원·제주지역이 89.4로 전분기 200.0에 비해 110.6p 하락한 것으로 나타남

// 인테리어디자인업은 장기화되고 있는 건설경기 침체의 영향을 직접적으로 받고 있는 것으로 나타났는데, 통계청이 발표하는 건설수주액의 경우 지난 분기 15조 7,957억원 규모에서 2/4분기에는 24조 4,727억원으로 증가하였지만 전년동기 수준을 회복하지 못하고 있음

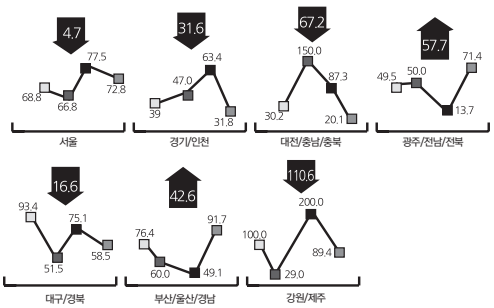


그림 I-4 '11년 2/4분기 인테리어디자인업 D-BSI

// **기타전문디자인업** 서울지역이 64.5로 전분기 49.6에 비해 14.9p 상승, 경인지역이 80.5로 전분기 18.9에 비해 61.6p 상승, 충청지역이 0으로 전분기 100.0에 비해 100.0p 하락*, 호남지역이 100.0으로 전분기 0.0에 비해 100.0p 상승, 대구·경북지역이 30.7로 전분기 114.1에 비해 83.4p 하락, 부산·울산·경남지역이 111.7로 전분기 37.1에 비

해 74.6p 상승, 강원·제주지역이 100.0으로 전분기 100.0과 동일한 것으로 나타남

// 다른 업종에 비해 기타전문디자인업의 회복세가 두드러진 것은 기타 전문디자인업 중 상당부분을 차지하는 패션디자인업이 계절적 요인으로 호황을 띄었기 때문으로 분석됨

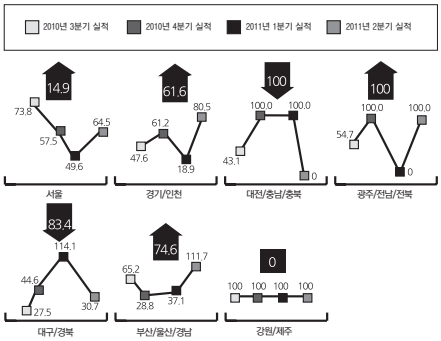


그림 I-5 '11년 2/4분기 기타전문디자인업 D-BSI

지역별 서울지역(68.6p), 경인지역(51.3p), 호남지역(74.0p), 대구·경북지역(71.6p), 부산·울산·경남지역(90.8p)은 부진하였고 충청지역(46.0p)은 매우 부진한 가운데, 강원·제주지역(109.0p)만 유일하게 보합권에 들어감

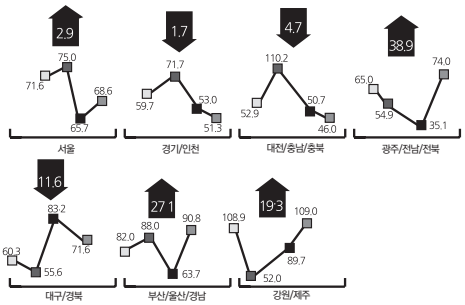


그림 I-6 '11년 2/4분기 디자인산업 지역별 D-BSI

// **서울지역** 마케팅 부문이 77.4로 전분기 70.7에 비해 6.7p 상승, 재무 부문이 69.5로 전분기 61.5에 비해 8.0p 상승, 인적자원 부문이 95.3으로 전분기 86.6에 비해 8.7p 상승, 투자 부문이 93.6으로 전분기 84.4에 비해 9.2p 상승한 것으로 나타남

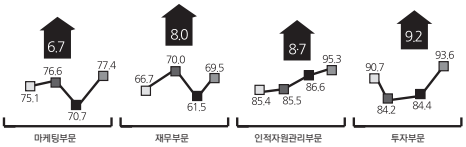


그림 I-7 '11년 2/4분기 서울지역 부문별 D-BSI

// **경인지역** 마케팅 부문이 54.2로 전분기 56.8에 비해 2.6p 하락, 재무 부문이 51.6으로 전분기 50.2에 비해 1.4p 상승, 인적자원 부문이 83.4로 전분기 90.4에 비해 7p 하락, 투자 부문이 93.2로 전분기 75.4에 비해 17.8p 상승한 것으로 나타남

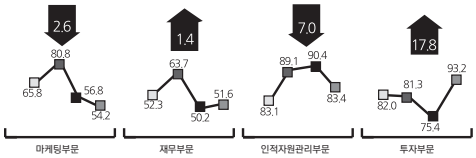


그림 I-8 '11년 2/4분기 경인지역 부문별 D-BSI

// **충청지역** 마케팅 부문이 56.2로 전분기 59.1에 비해 2.9p 하락, 재무 부문이 46.7로 전분기 42.1에 비해 4.6p 상승, 인적자원 부문이 93.8로 전분기 68.8에 비해 25.0p 상승, 투자 부문이 99.9로 전분기 78.9에 비해 21.0p 상승한 것으로 나타남

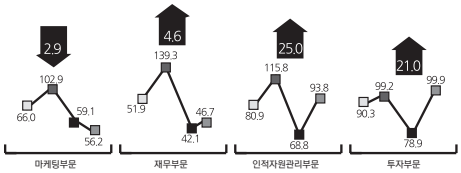


그림 I-9 '11년 2/4분기 충청지역 부문별 D-BSI

// **호남지역** 마케팅 부문이 82.3으로 전분기 45.6에 비해 36.7p 상승, 재무 부문이 80.4로 전분기 41.5에 비해 38.9p 상승, 인적자원 부문이 91.9로 전분기 87.9에 비해 4.0p 상승, 투자 부문이 89.8로 전분기 80.9에 비해 8.9p 상승한 것으로 나타남

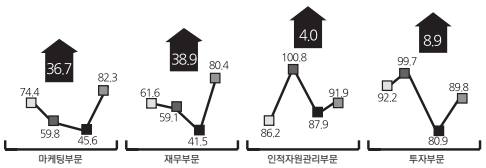


그림 I-10 '11년 2/4분기 호남지역 부문별 D-BSI

// **대구·경북지역** 마케팅 부문이 74.2로 전분기 82.9에 비해 8.7p 하락, 재무 부문이 66.2로 전분기 75.1에 비해 8.9p 하락, 인적자원 부문이 81.7로 전분기 101.2에 비해 19.5p 하락, 투자 부문이 88.8로 전분기 102.9에 비해 14.1p 하락한 것으로 나타남

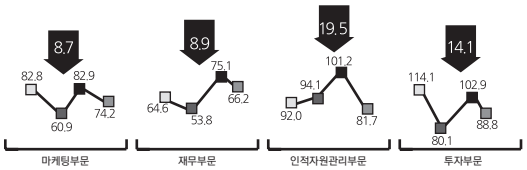


그림 I-11 '11년 2/4분기 대구 · 경북지역 부문별 D-BSI

// **부산·울산·경남지역** 마케팅 부문이 98.2로 전분기 71.3에 비해 26.9p 상승, 재무 부문이 83.6으로 전분기 63.1에 비해 20.5p 상승, 인적자원 부문이 110.1로 전분기 92.3에 비해 17.8p 상승, 투자 부문이 99.7로 전분기 104.6에 비해 4.9p 하락한 것으로 나타남

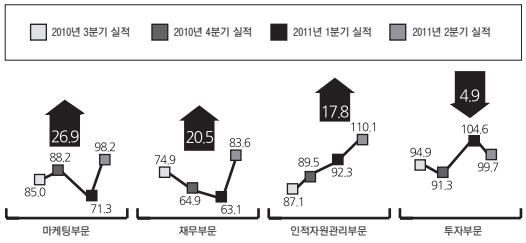


그림 I-12 '11년 2/4분기 부산·울산·경남지역 부문별 D-BSI

// **강원·제주지역** 마케팅 부문이 119.7로 전분기 83.1에 비해 36.6p 상승, 재무 부문이 100.1로 전분기 106.9에 비해 6.8p 하락, 인적자원 부문이 120.7로 전분기 91.7에 비해 29.0p 상승, 투자 부문이 100.0으로 전분기 108.5에 비해 8.5p 감소한 것으로 나타남

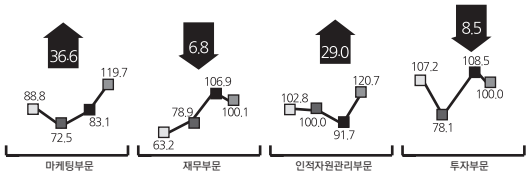


그림 I-13 '11년 2/4분기 강원·제주지역 부문별 D-BSI

경영부문별 마케팅 부문이 76.1로 전분기 68.1에 비해 8.0p 상승, 재무 부문이 68.4로 전분기 60.0에 비해 8.4p 상승, 인적자원관리 부문이 94.3으로 전분기 87.8에 비해 6.5p 상승, 투자부문이 93.8로 전분기 85.8에 비해 8.0p 상승한 것으로 나타남

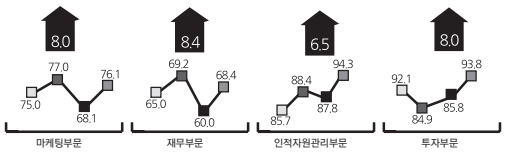


그림 I-14 '11년 2/4분기 디자인산업 경영부문별 D-BSI

// 전반적으로 지난 분기에 비해 경영여건이 나아지고 있으며 특히 인적자원 관리 부문에서 지속적으로 좋은 결과를 보이고 있는데 이는 전문디자인업의 특성상 고급인력이 양적·질적 측면에서 원활하게 공급되는데 기반한 것으로 판단됨

// 하지만 이는 취업희망자 입장에서 보면 일자리가 많지 않다는 방증이 될 수 있으며 고용이 불안정하다는 의미도 될 수 있으므로 양 측면에서 판단하여야 함. 실제로 한국디자이너의 이직률은 세계최고 수준으로 알려져 있음 (이봉진 자라 리테일 코리아 사장, 능률협회 제455회 최고경영자조찬회 中 2011.6.29)

3. 2011년 3/4분기 디자인산업 경기전망

경기전반 전문디자인업의 3/4분기 경기전망지수(D-BSI)는 96.0p으로 전분기 105.6p에 비해 9.6p 하락하여 경기전망 기준지수인 100p를 기준으로 여전히 보합권 박스 안에 있지만 3분기 연속 이어지던 상승세가 꺾인 것은 우려스러운 부분임

// 경기전망에 대한 인식이 부정적으로 변하고 있는 것은 국내외 경제침체의 장기화 가능성에 대한 위기의식이 높아졌고, 국내외를 막론하고 마땅한 신 시장 개척이 힘들다는 컨센서스가 성립되고 있음을 의미함

분야별 제품디자인업(104.4p), 시각디자인업(96.4p), 인테리어디자인업(90.3p), 기타디자인업 (92.4p) 모두 경기가 보합일 것으로 전망됨

// 디자인업 분야별로 3/4분기 경기전망이 다소 부정적으로 변한 것은 경쟁관계에 있는 중국의 생산비(임금) 상승, 일본의 통화가치 상승 등 긍정적인 요인에도 불구하고 전 세계적인 경제위기가 디자인산업에도 부정적인 영향을 미칠 것으로 우려하기 때문으로 분석됨

// 이는 우리나라의 주요 수출국인 미국의 경제 침체와 유럽의 재정위기 가능성이 완전히 사라지지 않는 것에 따른 심리적인 요인이 상당히 작용하고 있음을 보여줌

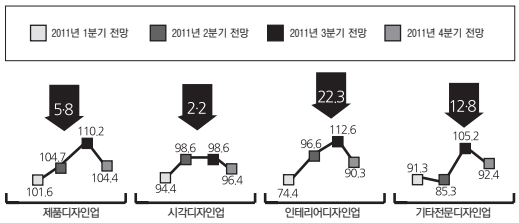


그림 I-15 '11년 3/4분기 디자인산업 분야별 D-BSI

// **제품디자인업** 서울지역이 106.5로 전분기 110.1에 비해 3.6p 하락, 경인지역이 95.3으로 전분기 81.0에 비해 14.3p 상승, 충청지역이 68.6으로 전분기 71.3에 비해 2.7p 하락, 호남지역이 117.7로 전분기 153.2에 비해 35.5p 하락, 대구 · 경북지역이 129.9로 전분기 161.8에 비해 31.9p 하락, 부산·울산·경남지역이 80.5로 전분기 143.0에 비해 62.5p 하락, 강원·제주지역이 150.0으로 전분기 95.2에 비해 54.8p 상승할 것으로 전망됨

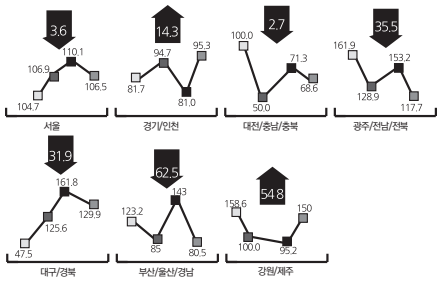


그림 I-16 '11년 3/4분기 제품디자인업 D-BSI

// **시각디자인업** 서울지역이 95.1로 전분기 99.0에 비해 3.9p 하락, 경인지역이 63.4로 전분기 82.8에 비해 19.4p 하락, 충청지역이 103.8로 전분기 114.7에 비해 10.9p 하락, 호남지역이 90.6으로 전분기 127.1에 비해 36.5p 하락, 대구·경북지역이 108.4로 전분기 112.1에 비해 3.7p 하락, 부산·울산·경남지역이 113.6으로 전분기 76.5에 비해 37.1p 상승, 강원·제주지역이 162.2로 전분기 70.3에 비해 91.9p 상승할 것으로 전망됨

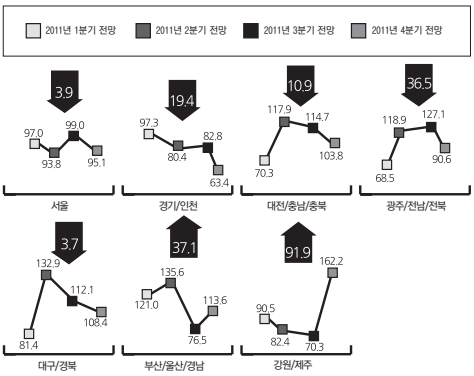


그림 I-17 '11년 3/4분기 시각디자인업 D-BSI

// **인테리어디자인업** 서울지역이 88.0으로 전분기 116.7에 비해 28.7p 하락, 경인지역이 58.0으로 전분기 121.8에 비해 63.8p 하락, 충청지역이 60.4로 전분기 100.0에 비해 39.6p 하락, 호남지역이 146.3으로 전분기 59.0에 비해 87.3p 상승, 대구·경북지역이 113.6으로 전분기 117.3에 비해 3.7p 하락, 부산·울산·경남지역이 98.7로 전분기 103.8에 비해 5.1p 하락, 강원·제주지역이 89.4로 전분기 200.0에 비해 110.6p 하락할 것으로 전망됨

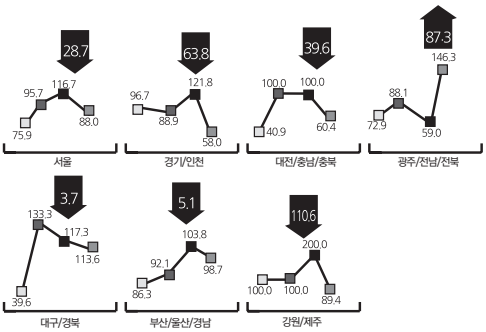


그림 I-18 '11년 3/4분기 인테리어디자인업 D-BSI

// **기타전문디자인업** 서울지역이 92.8로 전분기 101.1에 비해 8.3p 하락, 경인지역이 50.0으로 전분기 102.2에 비해 52.2p 하락, 충청지역이 100.0으로 전분기 100과 동일, 호남지역이 200.0으로 전분기 123.3에 비해 76.7p 상승, 대구·경북지역이 64.1로 전분기 135.9에 비해 71.8 하락, 부산·울산·경남지역이 156.5로 전분기 104.5에 비해 52.0p 상승, 강원·제주지역은 100.0으로 전분기 100.0과 동일할 것으로 전망됨

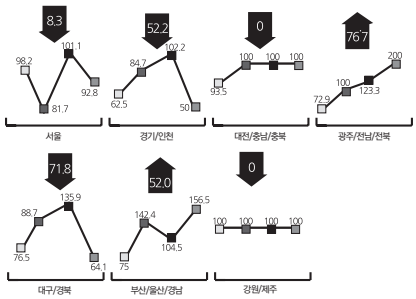


그림 I-19 '11년 3/4분기 기타전문디자인업 D-BSI

지역별 부산·울산·경남지역(111.1p), 호남지역(113.6p), 강원·제주지역(141.4p)은 호조, 서울지역(95.2p), 경인지역(73.5p), 충청지역(88.6p), 대구·경북지역(103.8p)은 보합일 것으로 전망됨

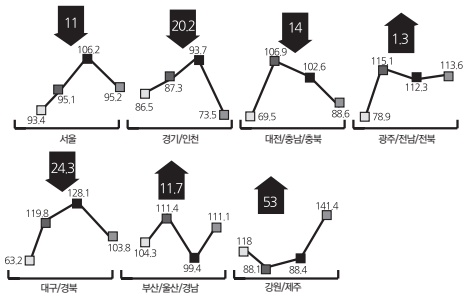


그림 I-20 '11년 3/4분기 디자인산업 지역별 D-BSI

// **서울지역** 마케팅 부문이 97.6으로 전분기 108.7에 비해 11.1p 하락, 재무 부문이 85.2로 전분기 101.6에 비해 16.4p 하락, 인적자원 부문이 97.8로 전분기 102.0에 비해 4.2p 하락, 투자 부문이 103.9로 전분기 100.7에 비해 3.2p 상승할 것으로 전망됨

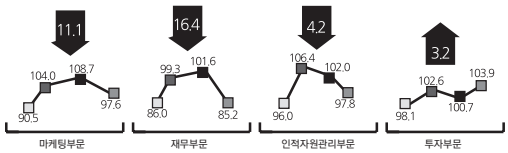


그림 I-21 '11년 3/4분기 서울지역 부문별 D-BSI

// **경인지역** 마케팅 부문이 82.4로 전분기 93.5에 비해 11.1p 하락, 재무 부문이 80.0으로 전분기 81.2에 비해 1.2p 하락, 인적자원 부문이 91.4로 전분기 91.4와 동일, 투자 부문이 94.5로 전분기 93.4에 비해 1.1p 상승할 것으로 전망됨

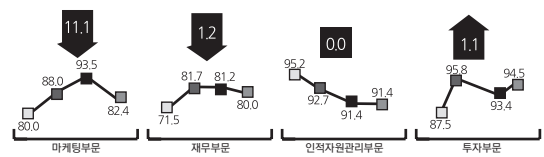


그림 I-22 '11년 3/4분기 경인지역 부문별 D-BSI

// **충청지역** 마케팅 부문이 73.9로 전분기 98.1에 비해 24.2p 하락, 재무 부문이 60.6으로 전분기 70.7에 비해 10.1p 하락, 인적자원 부문이 97.9로 전분기 88.2에 비해 9.7p 상승, 투자 부문이 113.1로 전분기 95.5에 비해 17.6p 상승할 것으로 전망됨

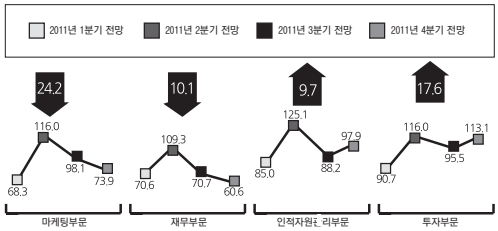


그림 I-23 '11년 3/4분기 충청지역 부문별 D-BSI

// **호남지역** 마케팅 부문이 117.0으로 전분기 107.6에 비해 9.4p 상승, 재무 부문이 94.3으로 전분기 87.2에 비해 7.1p 상승, 인적자원 부문이 111.6으로 전분기 96.7에 비해 14.9p 상승, 투자 부문이 110.9로 전분기 105.0에 비해 5.9p 상승할 것으로 전망됨

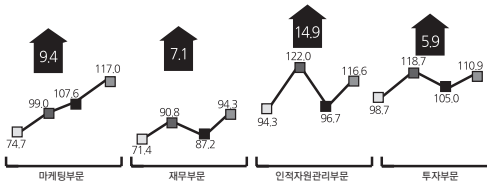


그림 I-24 '11년 3/4분기 호남지역 부문별 D-BSI

// **대구·경북지역** 마케팅 부문이 103.1로 전분기 124.0에 비해 20.9p 하락, 재무 부문이 94.6으로 전분기 117.0에 비해 22.4p 하락, 인적자원 부문이 92.1로 전분기 105.0에 비해 12.9p 하락, 투자 부문이 105.3으로 전분기 116.8에 비해 11.5p 하락할 것으로 전망됨

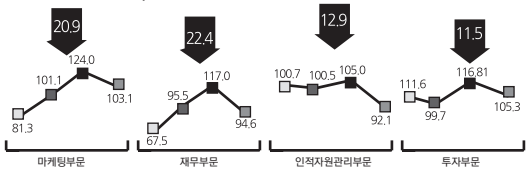


그림 I-25 '11년 3/4분기 대구·경북지역 부문별 D-BSI

// **부산·울산·경남지역** 마케팅 부문이 126.0으로 전분기 105.0에 비해 21.0p 상승, 재무 부문이 103.0으로 전분기 78.8에 비해 24.2p 상승, 인적자원 부문이 129.5로 전분기 114.6에 비해 14.9p 상승, 투자 부문이 117.9로 전분기 102.0에 비해 15.9p 상승할 것으로 전망됨

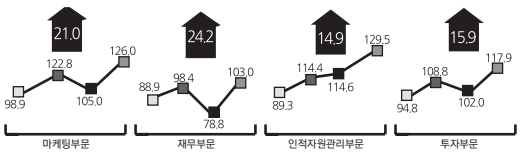
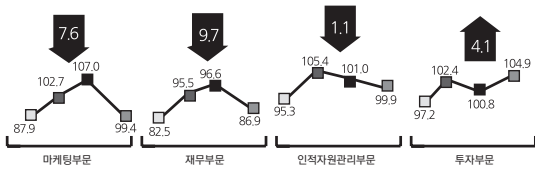


그림 I-26 '11년 3/4분기 부산 · 울산 · 경남지역 부문별 D-BSI

// **강원·제주지역** 마케팅 부문이 162.7로 전분기 96.9에 비해 65.8p 상승, 재무 부문이 142.1로 전분기 90.2에 비해 51.9p 상승, 인적자원 부문이 120.4로 전분기 106.7에 비해 13.7p 상승, 투자 부문이 120.4로 전분기 88.2에 비해 32.2p 상승할 것으로 전망됨

그림 I-27 '11년 3/4분기 강원 · 제주지역 부문별 D-BSI



경영부문별 마케팅 부문이 99.4p로 전분기 107.0p에 비해 7.6p 하락, 재무 부문이 86.9p로 전분기 96.6p에 비해 9.7p하락, 인적자원관리 부문이 99.9p로 전분기 101.0p에 비해1.1p 하락, 투자부문이 104.9p로 전분기 100.8p에 비해 4.1p 상승할 것으로 전망됨

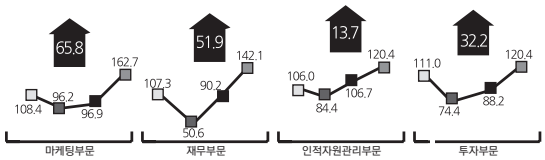


그림 I-28 '11년 3/4분기 디자인산업 경영부문별 D-BSI

// 전반적으로 지난 분기에 비해 경영여건이 악화될 것으로 전망하는 가운데 투자부문에서는 다소 전망치가 상승했음

// 이는 기업체들이 경영환경 악화를 예상하고 있으며 이를 극복하기 위해 장기적인 경영전략 차원에서 인력이나 연구개발에 대한 투자를 증가시킬 계획인 것으로 유추해 볼 수 있음

4. 디자인산업생산지수 변화 추이 [1]

2/4분기 전문디자인업 생산지수는 98.0p로 전분기 92.3p 대비 5.7p 증가함. 이는 전년동분기 117.7p 대비하여 19.7p 감소한 수치임

// 전문디자인업의 2/4분기 생산지수가 증가한 것은 제조업 생산호조와 패션디자인업의 계절적인 요인에 따른 호황 등이 긍정적으로 작용했기 때문으로 분석됨

// 마찬가지로 대외적으로 여전히 고환율의 혜택을 받고 있는 수출호조도 긍정적인 요인으로 작용한 것으로 판단됨

(기준: 2005년=100)

분기	전문디자인업	서비스업 전체
2005년 1/4분기	89.4	95.6
2005년 2/4분기	102.4	99.2
2005년 3/4분기	104.6	100.2
2005년 4/4분기	103.6	104.9
2006년 1/4분기	90.3	101.1
2006년 2/4분기	104.6	104.4
2006년 3/4분기	100.2	104.8
2006년 4/4분기	110.5	110.0
2007년 1/4분기	92.6	106.7
2007년 2/4분기	108.4	111.2
2007년 3/4분기	102.8	112.6
2007년 4/4분기	110.3	118.1
2008년 1/4분기	97.2	114.0
2008년 2/4분기	111.0	116.0
2008년 3/4분기	108.8	116.4
2008년 4/4분기	119.7	118.1
2009년 1/4분기	88.2	113.7
2009년 2/4분기	96.3	118.8
2009년 3/4분기	93.9	118.6
2009년 4/4분기	102.6	122.5
2010년 1/4분기	94.6	120.2
2010년 2/4분기	117.7	123.6
2010년 3/4분기	80.0	121.6
2010년 4/4분기	105.9	127.3
2011년 1/4분기	92.3	123.1
2011년 2/4분기	98	127.1

* 주 : 제9차 한국표준산업분류(2007.12.28개정)를 적용한 수치

표 I-1 전문디자인업 생산지수

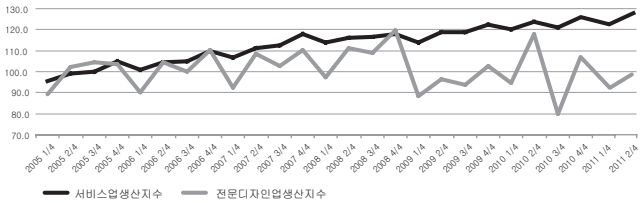


그림 I-29 전문디자인업 생산지수 추이

전년동분기 117.7 대비해서는 19.7p 감소를 보이고 있으며, 같은 기간 전체 서비스업 생산지수는 123.6에서 127.1로 3.5p 증가했음

// 서비스업생산지수는 장기적으로 지속적인 상승을 보이고 있으나, 전문디자인업은 2006년 1/4분기 이후 짝수 분기에는 생산지수가 증가하고, 홀수 분기에는 생산지수가 감소하는 추세가 반복되고 있음. 짝수분기 활황 현상은 매우 특이한 경기 패턴으로 전문디자인 평균 용역 기간 등과 관련이 있은 것으로 추정되나, 향후 보다 긴 시계열을 확보하여 분석해 보아야 하겠음

// 서비스업생산지수는 그 변동폭이 매우 적은데 반해, 전문디자인업생산지수는 변동폭이 상대적으로 큰 것으로 나타나 전문디자인업이 경기변동에 매우 민감한 산업인 것으로 추정할 수 있음

1 서비스업생산지수
- 서비스업 전체 및 개별 업종의 생산활동을 종합적으로 파악하기 위한 것으로 개별 업종의 상대적 중요도인 부가가치 기준 가중치를 적용하여 지수화
- 기준년도(2005년)를 100.0으로 하여 월별로 산정
- 지수작성을 위한 기초자료는 통계청에서 매월 실시하는 서비스업동향조사 내용 사용
- 서비스업동향조사는 한국표준산업분류 상의 서비스업과 관련된 13개 대분류 항목을 대상으로 실시되며, 조사항목은 사업체명, 월간 영업일수, 종사자수, 사업의 종류, 매출액으로 구성되어 있음
- 디자인산업생산지수는 서비스업생산지수의 세부항목 중 전문디자인업만을 재집계

II. 디자인산업 업계동향

* 'N(Number)-스크린'은 스마트폰, 스마트TV, PC 등 다양한 멀티미디어에서 하나의 콘텐츠를 언제 어디서나 끊김 없이 이용할 수 있게 해주는 서비스 기술

1. 국내 업계동향

스마트폰 보급 'N-스크린' 특허출원 급증 2011.01.28 특허청

최근 스마트폰 보급이 확대되면서 다양한 멀티미디어를 이용해 콘텐츠를 끊김없이 즐길 수 있도록 해주는 'N-스크린' 관련 특허출원이 급증 추세

30일 특허청에 따르면 2005년 이후 지금까지 출원된 N-스크린 관련 특허 출원은 244건으로 2005년 13건에 불과했던 것이 2008년 22건, 2009년 50건, 2010년 72건 등 큰 폭의 증가세를 보이고 있으며 올해 들어서도 44건이 출원되며 증가세를 이어가고 있음

기술별로는 N-스크린 기술이 구현될 수 있는 기술환경인 '플랫폼' 관련이 91건(37.3%)으로 가장 많고 '콘텐츠 전송 및 처리기술' 54건(22.1%), 'N-스크린을 이용한 광고서비스 등 응용기술' 20건(8.2%) 등 순

출원인들을 보면 삼성전자 70건, KT 24건, LG전자 19건, SKT 및 한국전자통신연구원 각 17건 등 순이었다. 특히 중소기업인 ㈜인스프리트는 N-스크린 관련 원천기술(특허 12건)을 개발, 지난해 국내 모 이동통신회사에 기술 플랫폼을 공급

특허청 김재홍 정보통신심사국장은 "N-스크린 분야는 이동통신업계의 미래 핵심서비스여서 업체 간 기술경쟁이 더욱 치열해질 것"이라며 "주요 원천기술을 한국 기업들이 보유하고 있어 글로벌 시장 진출도 기대된다."고 밝힘

"혁신적 디자인 창출이 고객가치 실현 출발점" 한국일보. 05.24

구 회장은 24일 양재동 LG전자 디자인경영센터에서 열린 '디자인 경영 간담회'에서 "디자인이 고객가치혁신의 출발점이 돼야 한다." 고 밝히고 "고객 중심의 생각과 실행으로 높은 완성도와 품격을 갖춘 디자인 개발에 적극 나서야 한다."고 당부함

구 회장은 올 들어 사업장 방문 등 현장경영을 한층 강화해오고 있는데 디자인 경영 간담회 참석도 이의 일환으로 구회장은 간담회에서 "매력적인 디자인이 담긴 제품은 고객에게 편리함을 넘어 즐거움과 아름다움, 그리고 감동을 선사한다."며 "고객의 기대를 뛰어넘고 세상의 이목을 집중시킬 수 있는, 시장의 패러다임을 바꾸는 혁신적인 디자인을 선보여야 한다."고 말하며 곧 출시될 예정인 스마트폰과 3D TV 등 전략제품의 디자인을 중점적으로 검토한 것으로 전해짐

LG는 이번 간담회에서 계열사 간 시너지를 통해 '시장 패러다임을 바꾸는 혁신 디자인' 창출에 주력하기로 방침을 정하고 이를 위해 LG전자는 관계사인 LG하우시스가 갖고 있는 차별화된 인테리어 표면자재와 LG생활건강 화장품의 향기와 색감이 접목된 휴대폰 및 가전제품 디자인 연구에 주력할 방침

또 LG하우시스는 주거 공간별로 LG전자의 가전제품과 LG생활건강의 생활용품이 접목된 인테리어 공간 디자인에 역량을 집중하고 LG생활건강은 LED 조명기술을 적용한 콤팩트 출시 등을 추진 예정

이날 간담회에는 강유식 LG 부회장, 구본준 LG전자 부회장, 김반석 LG화학 부회장, 이상철 LG유플러스 부회장, 권영수 LG디스플레이 사장 등 최고경영진과 디자인 부문 최고책임자 20여명이 참석

한편 구 회장이 올 1월부터 상반기까지 사업현장을 방문한 횟수는 총 13회. 이는 지난해 같은 기간 보다 두 배 이상 늘어난 것으로 이동 거리로만 계산해도 2,000㎞가 넘는 강행군

스마트기기 액세서리 경쟁 뜨겁다 한국일보. 06.15

삼성전자, 팬택에 이어 LG전자와 아이리버도 액세서리 시장에 뛰어들 예정이어서 주도권을 잡기 위한 경쟁이 한층 치열해질 전망

12일 업계에 따르면 LG전자는 이르면 다음달 스마트폰과 태블릿PC에 부착하는 보안필름을 선보이고 액세서리 시장 공략에 본격적으로 나섬. LG전자는 올 4월 PC 모니터용 보안필름인 '시크릿 필름' 12종을 출시하며 보안필름 시장에 진출. 3M, 엑토, 펠렉스 등 글로벌 업체들이 독점하고 있는 국내 보안필름 시장에 출사표. LG전자는 올 연말까지 PC를 포함해 스마트폰, 태블릿PC, 현금인출기 등 다양한 분야로 제품을 확대할 계획

이달 말 첫 스마트폰을 내놓는 아이리버도 전용 브랜드 '블랭크 blank'를 선보이고 스마트 기기 액세서리 시장에 진출. 아이리버는 그동안 자사 제품용으로 케이스와 이어폰 등을 공급해왔지만 시장에 본격적으로 뛰어드는 것은 이번이 처음

첫 제품은 삼성전자 '갤럭시S2' 전용 케이스. 상대적으로 가입자가 많은 갤럭시S2 고객을 시작으로 점유율을 늘려나가겠다는 전략. 4가지 색상으로 출시되며 인체에 무해한 소재를 사용해 친환경성을 강조. 아이리버는 향후 보호필름, 거치대 등 다양한 제품을 선보이고 블랭크를 세계적인 액세서리 브랜드로 육성한다는 계획

삼성전자도 올 초 스마트기기 전시장인 '삼성 딜라이트샵'을 서울 서초동 본관 지하에 새롭게 선보임. 삼성 딜라이트샵에서는 최신 IT 기기와 액세서리를 포함한 1,200여종의 제품을 고객들이 직접 사용해보고 구매 가능. 957평방미터(290평) 규모의 매장에 다양한 IT 기기를 순차적으로 둘러볼 수 있는 전시 방식을 채택해 체험 명소로 부상. 지난 4월에

는 이건희 삼성그룹 회장이 집무실에 처음으로 출근하면서 직접 전시장을 방문해 화제를 모음

팬택도 지난해 4월 체험형 복합 IT 매장인 '라츠 lots'를 선보이고 액세서리 유통 사업에 진출. 액세서리뿐만 아니라 MP3플레이어, 카메라, 노트북PC 등까지 구입할 수 있어 최신 디지털 기기에 관심이 많은 얼리어답터로부터 인기. 팬택은 현재 강남, 노원, 수원, 안양, 종로에 이어 올 연말까지 5개 매장을 추가로 오픈 예정.
국내 휴대폰 업체들이 잇따라 액세서리 사업에 나서는 것은 스마트폰 열풍으로 관련 시장이 급성장하고 있기 때문. KT경제경영연구소에 따르면 지난해 2,445억원을 기록했던 국내 IT 기기 액세서리 시장은 올해 5,000억원을 웃돌 것으로 전망됨

업계의 한 관계자는 "같은 제품을 쓰더라도 액세서리에 따라 개성을 표현할 수 있기 때문에 액세서리 시장이 가파른 성장세를 기록하는 추세"라며 "디자인과 소재도 중요하지만 애플 아이패드2의 '스마트 커버' 같은 아이디어 상품에 주목할 필요가 있다"고 분석

지경부 '글로벌 패션브랜드 육성' 12개 선정 연합뉴스. 05.31

지식경제부는 31일 올해 '글로벌 패션브랜드 육성사업' 지원 대상 브랜드 12개를 선정, 발표
이 사업은 국내 토종브랜드를 세계적인 브랜드로 육성한다는 목적아래 준비, 시장진입, 현지화 등 브랜드별 상황에 맞춰 정보, 네트워크, 마케팅 등에서 정부가 다양하게 지원하는 프로그램을 갖추고 있음

이번에 선정된 브랜드는 버커루(엠케이트렌드), 플라스틱아일랜드(아이올리), 쏠리드옴므(쏠리드), 모린꼼뜨마랑(보끄레머천다이징), 코데즈컴바인(예신피제이), 유지아이지(더휴컴퍼니), 폴햄(에이션패션), 지센(위비스), 지이크(신원), 숲(동광인터내셔날), 네파(평안섬유공업), 샤트렌(샤트렌) 등

지경부는 "작년에 선정된 15개 브랜드 가운데 올해 평가를 거쳐 3개를 빼서 12개를 최종 선정했지만 지원예산은 작년 7억3천만원에서 올해에는 10억원으로 늘었다"며 지원 확대에 의미를 부여함

2. 해외 업계동향

한국인이 세계 초호화 요트 디자인 연합뉴스. 06.01

영국 데일리메일 온라인 판은 1일 김현석 씨가 디자인을 맡은 호화 요트 '보로노이'를 소개

기하학적인 벌집무늬로 뒤덮은 독특한 외관과 화려하고 아름다운 내부 장식 등 '보로노이' 구석구석을 찍은 사진도 게재하고 '세계에서 가장 아름다운 요트가 뜬다.'는 타이틀 게재
*'보로노이'는 길이 125m, 너비 20m에 이르는 초대형 요트로 선체는 강철과 알루미늄 등으로 제작

러시아 억만장자이자 잉글랜드 프리미어리그 첼시 구단주인 로만 아브라모비치가 가진 세계에서 가장 비싼 요트보다 10m나 더 길고 마이크로소프트 MS 공동 창업자 폴 앨런의 초대형 요트보다는 1m 짧음
요트에는 골프 그린 뿐 아니라 대형 온수 욕조, 수영장, 스카이라운지, 정원, 바, 갤러리, 연주 무대를 갖춘 식당이 탑재됨

미국 로드아일랜드디자인학교에서 일러스트레이션을 전공한 김현석 씨는 소형 보트 '토피 Tofi'를 디자인해 올해 세계 '밀레니엄 요트 디자인상'을 수상한 인재로 과거 강아지 로봇 청소기, 세발 전자 스쿠터, 사용자의 감정에 따라 분리되는 침대를 비롯한 독특한 작품을 선보임

김현석 씨는 '독특하고 재미있는 럭셔리 요트'라며 이름은 기하학적인 구조의 '보로노이' 다이어그램을 만든 러시아 수학자 보로노이의 이름을 땄다고 설명
* 요트 설계에 적용된 보로노이 패턴은 불필요한 공간을 없애면서 적은 재료를 쓰고도 가장 견고한 구조를 만들어내는 방식으로 공학 기술에서 많이 활용
그는 "보로노이 패턴은 우리 몸의 세포막처럼 곳곳에 많다"며 "보로노이 같은 복잡하고 변칙적인 구조는 우표 인쇄 방식처럼 하나씩 분리하거나 연결할 수 있다"고 설명

구글에서 '한방' 터트리고 페이스북 뒤집으러 간 사나이 조선일보. 06.16

"겉으로 보기에 예쁘고 독특한 것만이 디자인이던 시대는 지났어요. 이제는 스토리를 담고, 소비자들을 참여시켜 새로운 디자인을 창출하는 시대입니다."

지난 5월 세계적인 소셜네트워크서비스 페이스북Facebook의 총괄 디자인·기획자 creative director로 스카우트된 한국인 이지별 씨는 "두려움이라는 장벽을 깨야 창의적인 사람이 된다."며 "배짱으로 도전한 끝에 이 자리에 오를 수 있었다"고 언급

페이스북 총괄 디자인·기획자 이지별 씨는 “페이스북은 대표부터 말단 직원까지 스스럼없이 토론하는 자유로운 분위기다”라고 설명. 직원들의 낙서로 가득한 페이스북 벽면이 그러한 자율적인 분위기를 보여줌

그를 현재의 자리에 오르게 한 건 2002년 미국 뉴욕 한복판에서 시도한 '버블 프로젝트 Bubble project'. 미국 파슨스디자인스쿨에서 그래픽 디자인을 전공한 뒤 광고회사에 입사했지만, 보수적인 고객들의 주문과의 괴리로 회사 일과는 별개로 '거리의 예술가'로 변신

길거리 광고판에 말풍선(만화에서 대사를 넣는 곳)을 붙여놓고 사람들이 그 안에 무언가를 써 주길 기다렸다. 광고판의 홍수에 놓인 우리가, 거꾸로 그 광고판을 이용해 표현의 자유를 누려보자는 것이었다. 이 프로젝트는 뉴욕은 물론 런던, 암스테르담 등 전 세계로 퍼져 나갔다. 미국 ABC뉴스 · 뉴스위크, 영국 가디언 등에 보도됐고, 그는 하버드 · MIT 등 미국 유명 대학의 인기 초청 강사가 됐다. 뉴욕타임스로부터는 '삽화' 요청을 받아 지면에 그의 작품이 꾸준히 실렸다.

2008년 구글 Google이 그를 알아보고 크리에이티브 디렉터로 스카우트. "창의적인 일은 혼자 할 수도 있지만 수십·수백만의 의견이 모이면 그 에너지는 폭발적이라는 것을 깨달았어요. 이를 가장 잘 구현할 수 있는 게 인터넷이라 생각했죠."

구글에서 한 그의 작업 중 대표적인 것이 '구글 맵스–즐겨 찾는 장소 Favorite places' 프로젝트. '말풍선'을 클릭하면 유명인들의 사연이 담긴 특정한 장소가 소개됨 "지도 Maps프로그램이 만들어졌는데, 어떻게 하면 사람들이 좀 더 즐겨 찾을까 고심했어요. 작가 파울로 코엘류, 앨 고어 전 미국 부통령 등 유명인사를 찾아 좋아하는 장소·식당 등과 이유를 알려달라고 했죠. 다들 흔쾌히 참여해주셨어요."

그의 프로젝트는 업계에서 반향을 일으켜 '구글=검색 프로그램'만 떠올리던 사람들에게 '구글=검색+스토리'를 인식시킴

그는 지난 4월 페이스북으로부터 다시 스카우트 제의를 받고 5월부터는 미국 캘리포니아 팔로알토 페이스북 본사에서 근무 중. "페이스북은 경력 · 나이 상관없이 대등한 입장에서 열린 사고를 하게 합니다. 마크 주커버그 대표도 별도의 사무실 없이 다른 직원들과 같은 의자에 앉아 수시로 토론해요."

그는 페이스북 벽면 곳곳에 'Move fast and break things 구태의연함을 깨고 빨리 움직이자'와 'Done is better than perfect 실행이 완벽보다 낫다 · 일단 하고 보자' 가 적혀 있는데 이는 그의 도전정신과 일맥상통하는 부분임

그의 임무는 6억명 이상의 가입자를 보유한 페이스북과 그 사용자들 간의 정서적 유대감, 즉 '충성도'를 높이는 것과 페이스북이 새롭게 선보이는 메시지 서비스, 그룹 문자 서비스 등을 좀 더 사용자 친화적으로 만드는 것임

그는 "페이스북은 지금까지 가진 서비스 기능 중 단 1%만 보여줬다"며 남은 99%가 내게 도전 의욕을 불러일으킨다."고 포부를 밝힘

Ⅲ. 디자인산업 정책동향

1. 특집: 일본 디자인정책

일본디자인진흥회 JDP 사업부 아키모토 Shun Akimoto 과장

일본은 아시아에서도 일찍이 디자인 산업의 중요성을 인식해 1958년 경제산업청에 디자인과를 설치했다. 특히 점점 자국 내 디자인 시장이 세계로 뻗어 가는 가운데 제품의 경쟁력을 갖추기 위해 지적재산권 관리 체제와 디자인의 중요성을 홍보하기 위해 노력하고 있다. 이하 KIDP와의 인터뷰 전문을 게재한다.

KIDP 디자인 산업에 종사하는 인구 비율은 어느 정도인가?

JDP 최신 통계자료에 의하면 2009년도 총 취업자 수는 2,650,000명 중 디자인 산업 분야 취업자는 35,678명으로 전체 취업자 인구 대비 0.057%다. 경제산업성 디자인 산업의 실태와 디자이너의 수에 관해서는 2009년특정서비스산업실태조사에 의한 공표에서 알 수 있다. 통계법에 따라 일본의 서비스 산업 활동의 실태와 사업 경영 현황을 조사해 밝혔다. 이는 서비스 산업에 관한 시책의 기초 자료를 얻는 것을 목적으로 했으며, 특정 서비스 산업 실태 조사가 매년 시행되고 있다. 디자인 산업에 대해서도 사업소 이름 및 소재지, 경영 조직과 자본 금액, 본사와 지사 별 연간 매출액, 연간 매출 계약 대상, 산업별 비율, 연간 운영비용 및 연간 영업용 고정 자산 취득 금액, 종업원 수가 조사되고 있다. 단 조사 대상은 디자인 업무를 수행하는 사업소, 인 하우스 디자이너는 포함되지 않으며, 표본 조사로 확대 추계해 집계한 후에 반올림한 수치를 표기했다. 2009년 사업 현황은 디자인 회사는 7,747곳, 직원 수는 3만 5,441 명, 연간매출은 3,870.3억 엔으로 집계됐다. 이 중 디자인 업무 사업의 종사자 수는 3만 5,678명, 디자인 업무의 연간 매출액은 3,671.9억 엔으로 나타났다. 또한 1 사업소당 평균적으로 직원 수는 5명, 연간 매출 4,996만 엔, 디자인 업무 사업 종사자 수는 4명, 디자인 업무의 연간 매출액은 4,739만 엔으로 나타났다. 이는 해당 웹사이트 www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/human-design/toukei.html 에서도 확인할 수 있다.

KIDP 디자인의 주요 인프라가 어떤 식으로 구축돼 있는지 궁금하다.

JDP 디자인 인프라로 첫째는 디자인에 투입되는 재정의 기반, 두 번째는 지적 재산권 관리 체제, 세 번째는 디자인 관련 인재 육성 제도, 네 번째는 디자인의 역할에 대한 홍보 기능 등을 갖춘 것이 필요하다. 일본에서는 디자인에 투입되는 재정의기반과 홍보기능의 정비가 늦어지고 있는데, 지적 재산권 관리와 인재 육성은 최근 서서히 정비가 진행되고 있다. 이에 대한 관련 자료로는 일본 특허청에서 2011년에 발표한 '지적재산 추진 계획 2011'과 일본디자인진흥회에서 2010년에 발표한 도쿄도의 공동사업 '산업디자인분야 기술의 표준'을 통해 알 수 있다.

글로벌 네트워크 시대의 새로운 도전을 지원하는 4개의 지적 재산 전략으로 구분했다. 첫 번째는 국제 표준화 단계 업 전략, 두 번째는 지적 재산권 혁신 경쟁 전략, 세 번째는 첨단 디지털 네트워크 전략, 네 번째는 쿨 재팬 전략을 들 수 있다. 이 중 두 번째의 지적 재산권에 의한 경쟁력 강화 국제 표준화의 관점에서 일본의 '지적 재산 시스템'의 경쟁력 강화 및 활용 촉진이 명기돼 있다. 이 점을 바탕으로 특허청은 지적 재산권 제도를 둘러싼 환경 변화에 적절히 대응하면서 중소기업과 대학 등 다양한 주체가 더욱 활용하기 쉬운 지적 재산 제도를 만들기 위해 노력하고 있다. 이러한 노력의 하나로 특허법 등의 일부 개정을 계획하고 산업 구조 심의회의 지적재산정책부회에 속하는 특허 제도 소위원회, 의장 제도 소위원회, 상표 제도 소위원회의 검토 결과를 정리해 2011년 2월 16일 지적 재산 정책 부회에 보고했다.

'특허법 등의 일부를 개정하는 법률안'은 상기 보고서 등을 바탕으로 개발돼 2011년 3월 11일 각의 결정 후, 2011년 4월 1일 제177회 정기 국회에 제출됐다. 이 법안은 4월 12일 참의원 경제 산업위원회의 제안 이유 설명, 4월 14일 질의 및 표결을 거쳐 4월 15일 본회의에서 통과되었다. 또한 5월 25일 하원 경제 산업위원회의 제안 이유 설명, 5월 27일 질의 및 표결을 거쳐 5월 31일 본회의에서 가결 후 6월 8일에 공포된다. 이 내용은 해당 웹사이트 www.jpo.go.jp/shiryou/toushin/nenji/nenpou2011/honpen/dai-2.pdf, www.liaison-center.net/?p=1631 를 통해 함께 기재됐다.

KIDP 산업에서 디자인의 중요성을 어느 정도로 인식하고 있는가? 그리고 2011년에 이것이 가시화된 사례가 있다면 알려 달라.

JDP 제조업의 발전에만 치우치지 않고, 문화 산업의 발전이 앞으로 일본에서 중요하며, 이를 위해 디자인이 하는 역할이 큰 것은 최근 국가의 정책 방침으로 명확하게 자리매김하고 있다. 경제산업성이 최근 몇 년간 연구해온 정책으로는 첫 번째로 감성가치의 추진이다. 일본디자인을 국제적으로 알리는 '감성-일본 디자인 전시회 Kansei-Japan Design Exhibition'를 외국에 개최했고, '감성가치창조 뮤지엄'전시 세미나를 통해 경영자, 사용자, 디자이너에게 알리고 '감성 카페'를 전국적으로 개최해 사용자와 커뮤니케이션 기회, '감성가치창조 뱅크' 웹 사이트를 통해 관련 사례와 정보를 제공했다. 두 번째는 어린이를 위한 디자인 및 사고 예방 추진이다. '안전지식환경형 사회구축사업'에 의해 어린이 사고의 수집, 분석, 예방을 위한 정보 알림, 키즈 디자인협의회와 협력해 '키즈 디자인상'을 창설하고 한생과 중소기업의 협업으로 키즈 디자인 아이디어 공모전 개최했다.

세 번째는 인간생활공학의 추진이다. 이를 위해 '인간생활 기술 전략 맵'을 작성하고, 사이즈-재팬 2004-2006(Size - JPN 2004-2006)을 2007년 10월 발표에 발표해 7천여 명의 인체 치수 자료를 수집했다. 또한 가전용 센서에 의해 생활 행동을 모니터링 하는 NEDO "생활 행동 응답형 에너지 절약 시스템 연구 사업" 개시했다. 그 외에도 2006년 3월 디자인 도입 효과 측정에 관한 조사연구 발표, 중소기업을 위한 디

자인 도입 매뉴얼 정비, '아시아 디자인 네트워크 컨퍼런스 2008 Asia Design Network Conference 2008' 공동으로 개최했다.

KIDP 최근 디자인계에 영향을 준 사회적인 이슈는 무엇이고 어떤 식으로 영향을 줬는가?

JDP 동일본 대지진이다. 동북 지방을 중심으로 제조업 가동이 멈추고 최종 제품과 부품의 시장 공급에 영향을 줬다. 또한 많은 일본인의 심리와 의식에 큰 영향을 줬다. 특히 향후 소비와 제조에 관한 일본인의 생각과 행동은 크게 변화할 것으로 예상한다. 그것은 일본의 디자인 방향에 크게 작용한 것이다.

KIDP 2011년 디자인계를 위한 정책에는 어떤 것들이 있는가?

JDP 2011년도 상반기를 통해 디자인에 영향을 준 것은 '안전'이라는 주제다. 특히 동일본 대지진 발생 후 디자인 안전이라는 관점에서 보면 다시 그에 대한 의식이 높아졌다. 그러나 정책으로 디자인과 안전을 주제로 한 것은 아직 전개되지 않고 있다.

KIDP 가장 시급한 디자인 정책적 사안이 있다면 무엇이라고 생각하는가? 그리고 이를 위한 정책 계획이 있다면 알려 달라.

JDP 일본의 농림 수산업과 공업의 재건을 도모하고, 변화하는 가치관과 소비 성향에 적응할 수 있는 새로운 디자인의 모델을 만들어야 한다. 구체적인 정책 계획은 아직 만들어지지 않았다. 알다시피, 일본에서는 지난 3월 큰 지진과 그에 따른 원자력 발전소 사고가 발생하여 이후의 경제 활동은 전국적으로 정체와 복구를 위한 노력에 집중해 진행되고 있다. 디자인에 관한 정책도 지진의 발생 전부터 계획 추진돼 온 것을 포함해 거의 전면적으로 재검토해야 할 실정이다. 현재는 지진을 계기로 부흥과 복구가 일본 사회의 최대의 과제며 현재 진행 중이고, 디자인 정책에 관해서도 마찬가지로 목표와 방향을 다시 설정하고자 모색하고 있다. 이러한 점에서 이번 귀하의 몇 가지 질문에 대해 명확한 결론을 내릴 수 없는 답변에는 사정이 있으니 부디 이해해 주길 바란다.

2. 산업 정책

디자인산업 육성 종합계획 수립 지식경제부. 04.27

'11.4.27, 경제정책조정회의에서 지식경제부(장관 : 최중경)는 21세기 기술과 감성의 융합시대를 선도할 "디자인산업 육성 종합계획" 을 발표함

디자인과 R&D를 융합하여 산업역량을 강화하고 디자인을 통해 중소/지역기업의 경쟁력을 향상시키는데 초점을 둠

'08년 경제위기 이후 정체국면*인 디자인산업을 새로운 성장 동력으로 발전시키기 위해서는 체계적이고 종합적인 정부정책이 필요하다는 공감대에서 출발

* 국제경쟁력 : '07년 세계 9위까지 도달, '10년 10위권 이하
시 장 규 모 : '10년도 5.1조원 규모, '08년 5.2조원 대비 소폭 감소
고 용 : '10년도 5.0만명으로 '08년 5.4만명 대비 감소

본 종합계획은 '2015년 디자인 경쟁력 세계 7위'이라는 비전을 설정하고 ① 디자인을 통한 산업경쟁력 제고, ② 디자인기업/전문 인력의 고도화, ③ 미래지향적 디자인생태계 조성 등의 3대 추진전략을 제시함

Ⅰ 디자인을 통한 산업경쟁력 제고

기술개발 後 디자인하는 기존 방식에서 벗어나 디자인이 R&D 기획부터 사업화까지 전주기에 참여하는 디자인 융합형 R&D 정착

- // '11년, 지경부 기술개발 과제 중 상용화를 전제로 한 46개 R&BD 과제 (산업융합원천기술개발사업, 글로벌전문기술개발사업 등)에 우선 적용
- // 디자인 방법론을 활용, 미래 소비자의 잠재적 니즈 needs를 예측하고 미래 시나리오·선행 디자인을 발굴하는 'Design of the Future' 사업 추진
  * 금년 중 로봇 R&D를 대상으로 시범사업을 추진하고 이후 他 산업분야로 확산
- // 산·학·연이 공동으로 참여하는 'R&D·디자인 연구조합' 설립
  * '11년 상반기 중 '대덕연구단지 R&D·디자인 연구조합' 설립 계획(대학, 디자인회사, 연구소, 컨설팅회사 등 17여개 기관 참여 예정)

중소기업의 특성을 감안, 맞춤형 디자인 지원프로그램 마련

- // 자체 디자인 부서를 보유한 중견기업 또는 디자인 전문기업의 우수 디자인 연구소를 대상으로 디자인 기술개발, 장비구축 등을 지원
  * 금년부터 우수 제조기술 연구센터 지원사업 대상을 우수 디자인연구소로 확대
- // 기존 개별기업에 대한 소액 일회성 지원에서 탈피, 동일 상품군에 공통 활용이 가능한 디자인 개발지원 사업 실시
  * 동일 상품군 지원으로 해당 상품군에 인-하우스(In-House) 디자인실 유사역할도 가능
- // 지역디자인센터(대구, 광주, 부산)를 활용, 산업단지 소재 중소기업의 디자인 애로를 근접거리에서 지원(산업단지 119사업)

* 현재 4개 지역(대구, 광주, 부산, 대전)에서 실시 중, 향후 25개 거점 산단으로 확대 계획

2 디자인기업과 전문 인력의 고도화

글로벌 기업으로 성장할 가능성이 큰 기업을 선정, 디자인 개발과 상품기획, 생산, 유통 등 全 비즈니스 영역을 지원하는 토털 디자인역량 강화사업 지원

* 우리 디자인기업은 단가경쟁이 치열한 디자인 개발에 집중, 고부가가치 창출이 미흡

디자인기업의 해외진출을 지원하는 현지 디자인센터를 확대*하고 베트남 등 성장가능성이 큰 이머징 마켓을 대상으로 협력사업** 추진

* (현) 중국 닝보에 디자인센터 운영 → (확대) 금년 중 이태리 디자인센터 추가 계획
** 디자인 컨설팅, 세미나 개최, 교육프로그램 등 추진, 대상 국가를 ('10년) 베트남, 말레이시아 등 2개국에서 ('11년) 태국, 필리핀을 추가, 4개국으로 확대

글로벌 스타 디자이너 양성을 위한 인력양성사업 개편

// 디자인과 공학, 경영학, 인문학 등이 융합된 커리큘럼을 정착하고, 디자인업계와 대학間 협의체를 구성, 수요 지향적 인력양성 체계 구축

* 현재, 서울대, KAIST, 홍익대, 성신여대 등 전국 10개의 융합형 디자인대학 운영 중

// 지역대학의 디자인 인재를 지원하는 지역디자인 멤버십 사업* 강화

* 지역의 우수 디자인전공자를 선발하여 창작공간, 교육, 취업연계 등 종합지원 ('10년 136명)

// 차세대 디자인리더 사업을 현재 연간 15명 내외, 3천만원 지원을 3~5명, 1억원 내외로 개편, 최우수 인재에 대한 선택과 집중 강화

3 미래지향적 디자인 생태계 조성

색채, 디자인 신소재, 표준 UI User Interface, 패키징 등 디자인 기업이 공동으로 활용할 수 있는 디자인 기반기술을 발굴

// 역사, 문화 등에서 한국제품의 고유한 이미지를 발굴, 디자인으로 활용하는 한국 디자인 DNA 정립사업 추진

에너지 절약 디자인 시범사업으로 추진한 에너지 고지서 개선사업의 성과*를 의료 등 여타 분야로 확산 (사회문제해결 디자인)

* 사업성과 : ('11.1월) 전국 가정용 전력사용 평균 10% 증가, 시범단지 5% 감소
('11.2월) 전국 사용량은 1.2% 감소, 시범단지 10% 감소

지식경제부 조석 성장동력실장은 "금번 종합계획 수립으로 중소 · 중견기업의 디자인 경쟁력이 크게 향상될 것으로 기대하며, 국가 전체적인 산업경쟁력도 한 단계 높아질 것"으로 전망

디자인이 기술개발을 주도하는 Design of the Future 사업 추진

지식경제부 05.16

지식경제부(장관:최중경)는 미래 핵심 산업으로 주목받고 있는 로봇분야에 디자인을 융합시켜 기획단계에서부터 디자인이 제품개발을 주도하는 「미래의 디자인 Design of the Future 사업」을 실시하기로 하고 5.17 (화) 해당 과제를 공고함

* 공고 과제명 : 로봇의 Future Envisioning을 통한 R&D 사업성과 제고방안

이번 로봇분야에서 금년 중 시행될 「미래의 디자인 Design of the Future 사업」은

// 소비자의 잠재적 니즈 needs를 판단하고 미래에 필요한 제품과 서비스를 예측하는 디자인 프로세스로,

// 5·7년 후의 소비자 생활상 life style을 예견하는 선행 디자인을 통해 시장과 소비자가 원하는 혁신적인 제품 콘셉트를 개발하는 것임

* 필립스, 지멘스, 삼성전자 등 주요 글로벌 기업들은 미래 트렌드와 라이프스타일 예측을 바탕으로 선행 디자인을 통해 新제품을 개발하는 디자인 주도 기술개발 프로세스를 정착
* 로봇분야 미래의 디자인 Design of the Future 사업을 통해 혁신적 로봇제품에 대한 선행디자인과 미래 콘셉트를 마련하고 이를 2012년도 R&D 기획에 반영할 예정

그간의 정부 기술개발(R&D) 사업이 기술 공급자 위주로 진행되어 실제로 新기술 개발에 성공하였다 하더라도 소비자와 시장에 별다른 영향을 미치지 못하고 사라지는 경우도 있었으나, 이번 미래의 디자인 Design of the Future 사업을 통해, 기술 개발 이전에 소비자와 시장의 잠재적 수요 needs를 사전에 정확히 이해하고 新기술 개발 시 충실히 반영될 수 있도록 함으로써 시장에 실제로 파급력이 있는 R&BD Research and Business Development가 실시될 수 있을 것으로 기대됨

한편, 이 밖에도 지식경제부는 기술개발 R&D 사업이 시장에서 환영받는 실질적인 R&BD로서 성과를 거두도록 하기 위해 디자인과 R&D 융합을 금년부터 대폭 강화할 방침

금년 중 지경부에서 실시될 기술개발 과제중 총 46개 기술개발과제(산업융합원천기술사업 중 의료기기분야 등 7개 사업, 글로벌전문기술개발사업 중 요트분야 등 39개 사업)에 디자인 참여를 적극 유도하고,
우수 기술연구소 지원사업 ATC : Advanced Technology Center 지원 대상을 디자인분야로 확대하여 디자인 연구소도 지원 대상에 포함될 수 있도록 하였음

이러한 디자인과 R&D의 융합을 통해 R&D 과제의 실제 사업화(40% 대) 비율을 증대시킬 수 있을 것으로 기대함

3. 지적재산권 정책

세계지식재산권기구, 산업디자인 국제출원 증가 발표
http://www.wipo.int. 04.04

4월 4일, 세계지식재산기구 WIPO는 2010년도 산업디자인의 국제출원이 크게 증가했다고 발표함

// 「산업디자인국제등록에관한헤이그협약 Hague Agreement Concerning the International Registration of Industrial Designs」에 가입한 57개 회원국으로부터 2010년에 접수된 산업디자인 출원은 약 2,380건으로 2009년도에 비해 약 32.6% 증가함

// 2009년도 대비 국가별 증가율은 독일 31%, 스위스 42%, 터키 108%, 오스트리아 48%, 스페인 541%, 룩셈부르크 271%를 기록함

2010년도 WIPO 산업디자인 관련 주요 현황은 아래의 표와 같음

순위	국가	등록 건수	전체 중 비율
1	독일	2,864 건	26.9 %
2	스위스	2,635 건	24.8 %
3	프랑스	998 건	9.4 %
4	네덜란드	867 건	8.2 %
5	미국	811 건	7.6 %

표 Ⅲ-1 특허 출원 현황 (자료: 특허청) *위의 주요국 외에 이태리, 터키, 오스트리아, 스페인, 룩셈부르크가 상위 10위권에 포함됨

순위	지정국가	지정 건수	전체 중 비율
1	EU	7,897 건	70.3%
2	스위스	7,736 건	69 %
3	터키	4,589 건	41 %
4	싱가포르	2,448 건	22 %

표 Ⅲ-2 2010년도 산업디자인보호 지정국가 현황

순위	업체명
1	Procter & Gamble (미국
2	Koninklijke Philips Electronics N.V. (네덜란드)
3	Vestel Beyaz Esya (터키)
4	Volkswagen Aktiengesellschaft (독일)
5	Gillette (미국)
6	Daimler AG (독일)
7	Pi-Design AG (스위스)
8	Swatch AG (스위스)
9	Braun GmbH (독일)
10	Societe des Produits Nestle (스위스)

표 Ⅲ-3 2010년도 산업디자인 출원 기업 현황

일본 특허청, 일련의 조작 화면 디자인을 하나의 디자인으로 등록 가능하도록 심사기준 개정 계획 http://www.nikkan.co.jp. 05.17

5월 17일, 일본 특허청 JPO은 기기의 조작방법 표시 등 일련의 화면 디자인을 정리하여 디자인 등록을 할 수 있도록 심사기준 개정을 계획함

// 복사기의 용지 사이즈나 배율, 인쇄 매수 등의 설정 표시와 같이, 조작에 따라 바뀌는 여러 화면을 하나의 디자인으로 간주하여 등록하는 것임

// 이는 조작 화면의 권리를 보호하고, 기기 제조회사들이 사용자들에게 편리한 디자인을 더욱 발전시키도록 촉진한다는 목적임

// 일반을 대상으로 한 의견 공모 절차를 거쳐, 오는 7월에는 디자인 등록에 관한 심사기준을 개정할 예정임

이미 2006년에 있었던 의장법 개정에서는 디지털 기술을 이용한 화면 디자인이 권리 보호 대상에 추가된 바 있음

// 그러나 기존의 의장법에는 하나의 디자인 등록이 원칙적으로 하나의 화면에 한정되어 있었음

*실제 기기에서는 한 기능을 실행하기 위해서 복수의 화면을 바꾸면서 조작하므로, 조작 화면의 디자인 등록에 시간이 많이 소요된다는 문제가 있음

일본 특허청, 디자인 심사기준 개정안 공표 http://www.jpo.go.jp. 05.20

5월 20일, 일본 특허청 JPO은 부분 디자인의 도면 제출 요건을 재검토하고 화면 디자인의 등록 요건을 명확히 하는 건에 대해, 디자인 심사기준 개정안을 공표하고 이에 대한 의견 모집을 시작함

부분 디자인이나 화면 디자인에 관해 디자인 심사기준을 개정하는 것은 2010년부터 산업구조심의회 지식재산정책부회 디자인제도 소위원회 디자인 심사기준 워킹그룹에서 검토되어 온 것임

// 부분 디자인의 도면 제출 요건 재검토 : 부분 디자인으로 디자인을 등록받고자 하는 부분 이외에 다른 부분을 나타내는 그림 일부는 제출을 생략할 수 있도록 함

// 화면 디자인의 등록 요건 명확화: 표시 화면의 보호 요건을 디자인 심사기준에 명확히 하고, 변화되는 화면에 대해서 변화 양상을 나타내는 여러 화면 전체를 하나의 디자인으로 인정함

의견 모집 마감일은 6월 20일로 의견 모집 결과를 참고하여 디자인 심사기준 개정안의 최종판을 7월 중에 공표하고 적용할 예정임

일본 특허청, 2010년 출원 및 등록 통계 발표 http://www.jpo.go.jp. 05.20

5월 20일, 일본 특허청 JPO은 2010년 출원 및 등록된 특허, 디자인, 상표 등의 건수를 발표함

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
특허	436,865	439,175	421,044	413,092	423,081	427,078
전년대비		100.5%	95.9%	98.1%	102.4%	100.9%
실용신안	9,587	8,806	8,602	8,196	7,986	11,387
전년대비		91.9%	97.7%	95.0%	97.8%	142.6%
디자인	38,496	39,423	37,230	39,267	40,756	39,254
전년대비		102.4%	94.4%	105.5%	103.8%	96.3%
상표	145,668	123,754	117,406	123,325	128,843	135,776
전년대비		85.0%	94.9%	105.0%	104.5%	105.4%

	2006	2007	2008	2009	2010
특허	408,674	396,291	391,002	348,596	344,598
전년대비	95.7%	97.0%	98.7%	89.2%	98.9%
실용신안	10,965	10,315	9,452	9,507	8,679
전년대비	96.3%	94.1%	91.6%	100.6%	91.3%
디자인	36,724	36,544	33,569	30,875	31,756
전년대비	93.6%	99.5%	91.9%	92.0%	102.9%
상표	135,777	143,221	119,185	110,841	113,519
전년대비	100.0%	105.5%	83.2%	93.0%	102.4%

표 Ⅲ-4 출원 건수 통계

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
특허	436,865	439,175	421,044	413,092	423,081	427,078
전년대비		100.5%	95.9%	98.1%	102.4%	100.9%
구실용신안	3,575	679	142	25	7	4
전년대비		19.0%	20.9%	17.6%	28.0%	57.1%
실용신안	9,038	8,762	7,651	7,669	7,356	10,569
전년대비		96.9%	87.3%	100.2%	95.9%	143.7%
디자인	40,037	32,934	31,503	31,342	32,681	32,633
전년대비		82.3%	95.7%	99.5%	104.3%	99.9%
상표	94,493	93,548	105,114	108,568	95,866	94,439
전년대비		99.0%	112.4%	103.3%	88.3%	98.5%

	2006	2007	2008	2009	2010
특허	408,674	396,291	391,002	348,596	344,598
전년대비	95.7%	97.0%	98.7%	89.2%	98.9%
구실용신안	2	0	0	0	1
전년대비	50.0%	0.0%	–	–	–
실용신안	10,591	10,080	8,917	9,019	8,571
전년대비	100.2%	95.2%	88.5%	101.1%	95.0%
디자인	29,689	28,289	29,382	28,812	27,438
전년대비	91.0%	95.3%	103.9%	98.1%	95.2%
상표	103,435	96,531	100,243	108,717	97,780
전년대비	109.5%	93.3%	103.8%	108.5%	89.9%

표 Ⅲ-5 등록 건수 통계

2010년 출원 건수의 개요

// 특허출원 건수는 344,598건으로 전년도에 비해서 소폭(1.1%) 감소하였고, 실용신안출원 건수는 8.7% 감소한 8,679건임

// 디자인출원 건수는 전년대비 2.9% 증가한 31,756건, 상표출원 건수는 2.4% 증가한 113,519건으로, 양쪽 모두 최저치를 기록한 전년에 비해서는 약간 증가하는 추세임

한편, 특허등록 건수는 전년대비 1.1% 감소한 344,598건으로, 6년 연속 감소하고 있음

// 디자인등록 건수는 4.8% 감소한 27,438건, 상표등록 건수는 10.1% 감소한 97,780건, 실용신안등록 건수는 5.0% 감소한 8,571건임

일본 오사카고등법원, 원작자의 유사 캐릭터 상품 판매는 저작권 침해 http://www.asahi.com. 03.31

3월 31일, 일본 오사카 大阪 고등법원은 시가 滋賀 현 히코네 彦根 시 **히코냥** 캐릭터의 원작자가 **히코네노 요이냥코** (히코네의 고양이) 라는 유사 캐릭터 상품을 판매하는 행위는 저작권 침해라고 판결함

// 법원은 원작자가 소속된 디자인 회사에 대해 판매 금지를 명하는 결정을 내림

코마츠 카즈오 小松一雄 재판장은 히코네시가 2006년 1월 **히코냥**의 세 가지 동작 도안을 채용했던 당시의 계약 내용 등을 근거로, 캐릭터 저작권은 시에 양도되었다고 판결함

// 원작자측이 주장한 시가 민사조정에서 세 가지 도안 이외의 작품 창작을 인정했다는 부분에 대해서는 **히코냥**의 신작 그림책 출판을 염두에 두고 인정한 것일 뿐, 상품의 제조•판매를 승낙했다고 할 수 없다고 언급함

한편, 히코네시는 지난 3월 말 가처분 제기와는 별도로 오사카 지방법원에 원작자 등을 상대로 약 4,750만 엔의 손해배상 등을 요구하는 소송을 제기한 상태임

특허청, 그래픽사용자인터페이스 GUI 특허출원 현황 공개 www.kipo.go.kr. 04.29

4월 29일, 특허청은 그래픽사용자인터페이스 Graphical User Interface, GUI 관련 특허 현황을 공개하면서 2006년부터 2009년까지 휴대폰에 관한 화상디자인의 출원이 연평균 100여건 내외였으나, 2010년에는 420건이 출원되었다고 밝힘

// 이는 2009년 스마트폰의 본격출시에 앞서 IT제품의 각축장인 한국에서 디자인권을 확보함으로써 한국시장을 선점하려는 스마트폰 제조사들이 화상디자인을 대거 출원했기 때문인 것으로 분석

3 D-BSI(전문디자인업 경기지수)는 응답내용을 5점 척도로 세분화하고 각 빈도에 가중치를 곱해 산출한 지수로 100이상이면 다음 분기 경기가 좋아질 것으로 전망한 업체가 그렇지 않을 것으로 보는 업체보다 더 많음을 나타내며, 100미만이면 그 반대를 뜻함

* BSI가 기준치인 100인 경우 긍정적인 응답업체수와 부정적인 응답업체수가 같음을 의미하며, 100이상인 경우에는 긍정응답 업체수가 부정응답 업체수보다 많음을, 100이하인 경우에는 그 반대임을 나타냄

부록 1. 디자인산업 경기조사 개요

1. 디자인산업 경기조사 개요

구분	디자인전문업체
모집단	2009전국산업기초통계조사DB
표본수	500업체(디자인전문업체)
표본오차	95%신뢰수준 ± 3.47%
주요 조사내용	경기전반, 마케팅활동, 인적자원관리, 재무관리, 투자활동에 대한 실적 및 차분기 전망 등
조사방법	면접조사, 전화, 팩스, 이메일조사 등
조사기간	2011.6.27(월)~2011.7.5(화)

조사목적

// 분기별 전문디자인업체 경기조사를 통해 **D-BSI** (Design Business Survey Index)[3] 산업 경제 기초 자료를 확보하고 이를 통해 디자인산업 분야별·지역별·경영활동별 경기 전망 및 실적 을 파악하여 전문디자인업체의 경영전략 수립과 디자인 관련 정책 수립에 활용하고자 함

조사대상 및 방법

// 디자인산업 경기조사는 전문디자인업체의 현재 경기수준에 대한 판단과 향후전망 등을 설문조사하여 전반적인 경기 동향을 파악하기 위한 경기예측기법임. 조사결과인 디자인산업 경기지수(Design Business Survey Index : D-BSI)는 아래와 같은 공식을 이용하여 조사한 것임

$$\text{업종별 BSI}^{*} = \frac{\text{긍정적인 응답업체수} - \text{부정적인 응답업체수}}{\text{전체응답업체수}} \times 100 + 100$$

// 분기별 전문디자인업체 경기조사는 제품디자인업, 시각디자인업, 인테리어디자인업(환경디자인업), 기타전문디자인업(디지털미디어, 의상·패션디자인업, 포장디자인업 등) 등 총 4개 세부 업종을 영위하는 사업체 중 500개 표본을 선정하여 조사를 실시

// 표본은 업종과 지역을 고려하여 **층화추출법*** 을 이용하여 표본을 추출, 가중치는 설계 가중값, 무응답 조정, 사후층화 조정 등을 고려하여 작성

제1층: 7개 권역 (서울/경인/충청/부산울산경남/대구경북/호남/강원제주)
제2층: 4개 업종 (시각/제품/인테리어/기타전문디자인업)
제3층: 5개 규모 (1인/2~4인/5~9인/10~14인/15인이상)
종업원수 15인 이상 사업체는 전수조사를 실시하고, 14인 이하 업종은 비례배분으로 할당

*** 층화추출법:** 전체의 모집단에서 표본을 추출하는 것이 아니라, 모집단을 일련의 하위집단들로 층화시킨 다음 각 하위집단에서 적절한 수의 표본을 뽑아내는 방법

// 조사기간은 2011년 6월 27일부터 7월 5일까지 실시하였으며, 전화조사를 중심으로 email과 Fax 등 다양한 접수방법을 통하여 데이터를 수집함

// D-BSI 설문문항은 경기전반, 마케팅, 재무, 인적자원, 투자 등을 기준으로 구성되었으며, 5점 척도(매우호조, 호조, 보합, 부진, 매우부진)로 측정

구분		조사내용	조사대상
경기전반		전반적인 경기, 호전 또는 악화 이유	2011년 2/4분기 실적 및 2011년 3/4분기 전망
세부 자료	마케팅	수주, 단가, 현금결재, 기존고객, 신규고객	
	재무	수익성, 자금사정, 부채	
	인적 자원	상시 종업원수, 임시 종업원 수, 인력수급의 용이성	
	투자	인력/교육 투자, 연구개발투자, 영업/마케팅 투자, 생산설비 투자	
기타		경영애로사항	

지수 활용상의 유의점

// 디자인산업 경기지수조사에 있어서 매분기 지수는 전분기를 기준으로 한 것이므로 특정분기의 경기동향은 전분기의 동향과 상호 연관되어 파악되어야 함

// 산업별 동향에 있어서 회답업체수가 소수일 경우에는 이들의 대표성이 문제되어 동종목의 경기동향을 정확히 반영하지 못할 가능성이 있음 (예. 강원·제주 지역의 기타전문디자인업 등)

// 일반적으로 조사표 작성자는 경기회복기에는 경기전망을 낙관적으로 응답하고 후퇴기에는 비관적으로 응답하는 경향이 있음. 따라서 경기가 회복기에 들어선 시점에서 실시된 조사결과는 실제보다 낙관적으로, 그 반대의 경우에는 지나치게 비관적으로 나타났을 가능성이 있음

// 상한 200, 하한 0의 범위 내에서 기준선 100을 갖는 D-BSI의 변동추이에 대한 가독성을 높이기 위해 값의 범위에 따라 다음과 같이 5단계로 나누어 성격을 편의적으로 정의하여 적용하였음

매우호조 (D-BSI 150 이상)
호　　조 (D-BSI 110 이상~150 미만)
보　　합 (D-BSI 90 이상~110 미만)
부　　진 (D-BSI 50 이상~90 미만)
매우부진 (D-BSI 50 미만)

부록 2. 2011년 3/4분기 전문디자인업 경기전망 조사표

List ID ☐☐☐☐☐ ID ☐☐☐

한국디자인진흥원에서는 다음과 같이 2011년 3/4분기 기업경기전망조사를 실시합니다. 이 설문조사는 기업이 현장에서 느끼는 체감경기를 조사, 발표하여 기업의 경영계획 수립과 정부의 경제정책 결정에 참고자료로 제공하기 위해 매분기별로 실시되고 있습니다.
여러모로 바쁘시겠으나 이번 조사의 목적과 취지를 감안하시어 적극 협조 부탁 말씀 드리며, 아울러 본 조사는 통계목적으로만 사용되고 귀사에서 응답한 내용은 절대 비밀이 보장된다는 점을 알려드립니다.

한국디자인진흥원

■ 문의 및 송부처 : 밀워드브라운미디어리서치 (이하나 과장 TEL 02-3488-2788 / FAX 02-586-8315)

면 접 원

1. 우선 기업 일반현황에 대해 몇가지 여쭙겠습니다.

사 업 체 명					
연 락 처	지역번호 포함 ( ) —				
업 종	① 제품	② 시각	③ 인테리어	④ 기타전문디자인업	
지역 (시/도)				종사자수	
기 업 구 분	① 국내기업	② 외국계기업		응답자	

2. 지금부터 귀사의 2011년 2분기 경기에 대해 여쭙겠습니다.

2-1. 귀사의 올해 2분기의 전반적인 경기는 1분기 비해 어떠합니까?

매우 호전 다소 호전 동일 다소 악화 매우 악화

1----------2----------3----------4----------5

2-1-1. 경기가 호전된 이유는 무엇입니까?

2-1-2. 경기가 악화된 이유는 무엇입니까?

2-2. 사업 부문별로 1분기 대비 2분기의 경기에 대해 여쭙겠습니다.

		매우 호전	다소 호전	동일	다소 악화	매우 악화
1	귀사의 수주, 신규고객 창출 등 마케팅 부분의 2분기 경기는 작년 1분기 대비 어떠합니까?	1	2	3	4	5
2	수익성, 자금사정, 부채 등 재무 부분은 어떠합니까?	1	2	3	4	5
3	종업원수 등 인적자원관리 부분은 어떠합니까?	1	2	3	4	5
4	인력투자, 연구개발투자 등 투자 부분은 어떠합니까?	1	2	3	4	5

3. 지금부터는 2011년 3분기 경기 전망에 대한 질문입니다.

3-1. 귀사의 2011년 3분기 전반적인 경기는 2분기에 비해 어떠할 것 같습니까?

매우 호전될것 같다 / 다소 호전될것 같다 / 동일할 것 같다 / 다소 악화될것 같다 / 매우 악화될 것 같다

1 ---------- 2 ---------- 3 ---------- 4 ---------- 5

3-1-1. 3분기 경기 호전을 전망하시는 이유는 무엇입니까?

3-1-2. 3분기 경기 악화를 전망하시는 이유는 무엇입니까?

3-2. 사업 부분별로 2분기 대비 3분기의 경기 전망에 대해 여쭙겠습니다.

		매우 호전	다소 호전	동일	다소 악화	매우 악화
1	귀사의 수주, 신규고객 창출 등 마케팅 부분의 3분기 경기는 2분기 대비 어떠할 것 같습니까?	1	2	3	4	5
2	수익성, 자금사정, 부채 등 재무 부분은 어떠할 것 같습니까?	1	2	3	4	5
3	종업원수 등 인적자원관리 부분은 어떠할 것 같습니까?	1	2	3	4	5
4	인력투자, 연구개발투자 등 투자 부분은 어떠할 것 같습니까?	1	2	3	4	5

4. 디자인산업동향브리프 수령 업체만 질문

4-1. 귀사는 디자인진흥원에서 배부하는 디자인산업동향브리프 간행물을 수령하신 적이 있으십니까?

① 있다→ 문4-1로 ②없다 → 종료

4-2. 디자인산업동향브리프의 제공 정보 등 간행물에 대해 얼마나 만족하십니까?

매우 만족한다 / 대체로 만족한다 / 보통이다 / 별로 만족하지 않는다 / 매우 만족하지 않는다

1 ---------- 2 ---------- 3 ---------- 4 ---------- 5