



2011년 3/4분기 디자인산업동향브리프

2011년 3/4분기 동향과 2011년 4/4분기 전망

2011.11

지식경제부 / 한국디자인진흥원

본 보고서는 분기별 전문디자인업체의 체감경기를 조사하여 디자인산업 분야별·지역별·경영활동별 기초자료를 제공하고, 관련 산업동향 및 정책동향 분석을 통하여 디자인 비즈니스에 대한 전문지식을 전달함을 목적으로 합니다. 단, 보고서의 내용은 한국디자인진흥원의 공식 입장이 아니며, 연구자 고유의 의견임을 밝힙니다.

본 자료는 한국디자인진흥원 홈페이지 www.kidp.or.kr를 통하여 보실 수 있습니다.

연구책임자

한국디자인진흥원 유 영 선

031-780-2034

youngsun@kidp.or.kr

위촉연구원

산업연구원 김 흥 석

02-3299-3056

thomaskim@kiet.re.kr

디자인

근아프린팅

02-2271-2700

I . 디자인산업 경기조사	01
1. 2011년 3/4분기 한국경제와 디자인산업	01
2. 2011년 3/4분기 디자인산업 경기실적	04
3. 2011년 4/4분기 디자인산업 경기전망	06
4. 디자인산업생산지수 변화 추이	08
II . 디자인산업 업계동향	09
1. 국내 업계동향	09
2. 해외 업계동향	10
III . 디자인산업 정책동향	12
1. 산업 정책	12
2. 국내 지적재산권 정책	12
3. 해외 지적재산권 정책	14
4. 기타	16
부록 1. 디자인산업 경기조사 개요	19
부록 2. 2011년 4/4분기 전문디자인업 경기전망 조사표	21
부록 3. 디자인산업 경기지수 추이	23

요 약

I. 디자인산업 경기조사

1. 2011년 3/4분기 한국경제와 디자인산업

3/4분기 한국경제는 성장률이 둔화되는 가운데, 4/4분기 및 내년도 성장에 대해 KDI나 한국은행 등 다수의 기관이 부정적인 전망을 내놓고 있음. 이러한 전반적인 경기침체 영향을 받아 디자인산업의 경기도 내년 상반기까지는 침체국면을 벗어나기 어려울 것으로 보임

// KDI나 한국은행 등 다수의 기관의 최근 기업경기조사 결과를 보면, 세계경제의 더블딥(이중침체) 위기 속에 기업의 투자심리 등이 급랭하고 있는 것으로 나타나 내년도 사업계획 축소나 기업투자의 위축 등이 우려됨

// 3/4분기 디자인산업 경기는 실적지수와 생산지수 모두 하락한 것으로 나타났는데, 대외적으로는 유럽과 미국을 중심으로 글로벌 경제위기 지속과 대내적으로는 부동산 경기침체의 장기화에 따른 가계부채 증가 및 소비위축이 수출위주 한국경제 전반과 디자인산업에 부정적으로 작용한 결과로 보임

// 지난분기에 이은 디자인산업의 침체는 신성장분야에서의 내수창출과 함께 해외시장 개척을 위한 디자인기업의 해외진출을 촉진하는 방향으로 작용할 것임. 디자인기업의 경우 그동안의 해외진출에 대한 소극적인 태도에서 벗어나 전라적인 계획과 노력을 기울일 필요가 있으며, 정부차원에서도 보다 체계적인 디자인 해외진출 지원체계를 구축할 필요가 있음

2. 2011년 3/4분기 디자인산업 경기실적

전문디자인업의 3/4분기 경기실적지수는 전분기 68.4p와 동일한 수준으로 실적 회복세가 주춤한 것으로 나타났으며, 전년 동분기 대비해서는 1.5p 감소함

// 업종별

상승: 시각디자인업(63.8p→65.4p △1.6p), 인테리어디자인업(67.7p→71.5p △3.8p)

하락: 제품디자인업(79.5p→72.6p ▽6.9p), 기타전문디자인업(65.4p→64.6p ▽0.8p)

// 지역별

상승: 경인지역(51.3→61.0p △9.7p), 충청지역(46.0p→49.5p △3.5p), 대구·경북지역(71.6p→74.9p △3.3p)

강원·제주지역 (109.0p→119.8p △10.8p)

하락: 서울지역(68.6p→68.0p ▽0.6p), 호남지역(74.0→66.1p ▽7.9p), 부산·울산·경남지역(90.8p→77.7 ▽13.1p)

3. 2011년 4/4분기 디자인산업 경기전망

전문디자인업의 4/4분기 경기전망지수는 96.7p로 전분기 96.0p에 비해 1.7p 상승하여 경기전망 기준지수인 100p를 기준으로 여전히 보합권으로, 전분기 하락세가 상승으로 반전됨

// 업종별

상승: 제품디자인업(104.4p→106.0 △1.6p), 인테리어디자인업(90.3p→93.9p △3.6p), 기타전문디자인업(92.4p→93.0p △0.6p)

하락: 시각디자인업(96.4p→94.8p ▽1.6p)

// 지역별

서울지역(95.2p→98.9p △3.7p), 경인지역(73.5p→79.4p △5.9p), 대구·경북지역(103.8p→122.0p △18.2p)

하락: 부산·울산·경남지역(111.1p→90.3 ▽20.8p), 호남지역(113.6p→103.4p ▽10.2p),

강원·제주지역(141.4p→112.6p ▽28.8p), (88.6p→63.4p ▽25.2p)

4. 디자인업생산지수 변화 추이

// 3/4분기 전문디자인업 생산지수는 90.5p로 조사되어 전분기 98.0p 대비 7.5p 감소했으나 전년 동분기 80.0p 대비해서는 10.5p 증가함

- 전문디자인업 생산지수는 KIDP의 디자인산업 경기실적지수와 수치에서는 다소 차이가 존재하지만 흐름은 정확하게 일치하고 있음

	2010년 3/4분기	2010년 4/4분기	2011년 1/4분기	2011년 2/4분기	2011년 3/4분기
전문디자인업	80.0	105.9	92.3	98.0	90.5
서비스업 전체	121.6	127.3	123.1	127.1	126.7

※ 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

// 세계 3대 디자인 공모전 '美 IDEA'에서 현대카드가 금상을, 삼성전자가 최다수상의 기록을 달성하고, 세계적인 자동차디자이너인 '크리스 뱅글'이 삼성전자에 합류하는 등 한국기업의 디자인 경영이 강화되고 있음. 하지만 람프 비그만 IF 회장은 여전히 한국기업의 디자인 정체성이 부족하다는 점을 지적함

2. 해외 업계동향

// 스마트패드 시장에서 삼성과 애플 간 디자인 특허전쟁이 치열하게 전개되면서 디자인교육에서의 다학제적 접근의 중요성이 부각되자 도무스의 교육방침이 더욱 주목받고 있는데, 도무스 아카데미는 사회·심리학·비즈니스 등을 연계한 실용적인 디자인 교육을 바탕으로 세계적인 디자인명문으로 부상함

III. 디자인산업 정책동향

1. 산업 정책

// 정부는 동반성장정책의 일환으로 대기업의 중소기업 디자인 지원 유도과 정부의 디자인전문회사 집중육성 정책을 추진하고 있는데 호응이 좋아 좋은 결과가 예상되고 있음. 한편 디자인산업 육성의 경험을 바탕으로 하여 한국디자인진흥원은 베트남 하노이에서 우리의 디자인산업 발전경험을 공유하기 위해 '디자인+농 사업'의 일환으로 전문가 포럼을 개최하여 한국디자인의 세계화를 위한 기반을 마련 중

2. 국내 지적재산권 정책

// 특허청은 사회적 기업에 대한 브랜드·디자인 개발 지원사업을 전개하여 지식재산권을 바탕으로 세계적 경쟁력을 갖춘 중소기업을 육성할 계획임. 한편 경기 침체가 장기화되는 가운데 세계지식재산기구 총회에서 로벌 경제위기 극복을 위해 국제 지재산 시스템의 역할 강화를 촉구함

3. 해외 지적재산권 정책

// 세계지식재산기구가 9월 22일 발표한『2011 WIPO 지식재산 현황 통계』보고서에 따르면 2009년에 전 세계 상표출원의 1/4를 중국 국가지식재산국(SIPO)이 접수한 것으로 나타났는데 이는 중국이 그 동안 세계의 생산기지 역할에서 창의중심산업으로 발전하고 있다는 증거임

4. 기타

// 국방부는 금번 건군 제63주년 국군의 날을 맞이하여 디지털무늬의 차세대 신형 전투복을 장병에게 보급함. 신형전투복은 국방부와 지식경제부가 MOU를 체결, 『차세대 국방섬유 개발 협력사업』으로 각 분야별 민간 전문가 및 교수들이 공동 개발한 4계절용 '첨단 고 기능성 섬유소재'로 군 전투력 향상과 장병들의 삶의 질 향상에 기여할 것으로 기대됨. 이러한 부처간 협업 프로젝트는 디자인전문기업에게 새로운 비즈니스 기회로 작용할 것임

부록 1. 디자인산업 경기조사 개요

2. 2011년 4/4분기 전문디자인업 경기전망 조사표
3. 디자인산업 경기지수 추이

I. 디자인산업 경기조사

1. 2011년 3/4분기 한국경제와 디자인산업

3/4분기에 건설업과 서비스업을 제외한 모든 부문에서 한국경제 성장을 둔 화세가 지속되는 가운데, 최근 발표된 기업경기조사 결과나 내년도 경제전망 모두 4/4분기 및 내년도 성장에 대해 부정적인 전망을 내놓고 있다. 특히 그동안 내수부진에 더해 그동안 경제성장을 주도하였던 수출경기도 둔화세를 보일 것이라는 전망을 내놓고 있어 경기침체 주름살은 내년에 더욱 깊어질 것으로 예상된다. 이러한 전반적인 경기침체 영향을 받아 디자인업계의 경기도 당분간 침체 국면을 벗어나기 어려울 것으로 보이며, 디자인업계에 대한 구조조정과 역량강화, 국내 신수요 발굴과 해외시장 진출 등 새로운 시장창출 압력도 가중될 것으로 보인다.

국내경제

3/4분기 국내경제는 제조업, 건설업, 서비스업의 증가에 힘입어 0.7% 성장하였지만, 전분기 0.9%에 비해 성장률이 하락함으로써 성장을 둔화세를 보였다. 부문별로 제조업은 금속제품, 운송장비 등을 중심으로 1.3% 증가하였으며, 서비스업도 부동산 및 임대 등의 감소에도 불구하고 금융보험, 정보통신 등의 증가로 0.3% 증가하였다. 가장 높은 증가율을 보인 부문은 건설업으로 4.1% 증가하였지만, 전년 동기에 비해서는 2.7% 감소한 것으로 나타나 과거의 실적 회복까지는 다소 시간일 것일 것으로 보인다.

각 기관의 최근 기업경기조사 결과를 보면, 세계경제의 더블딕(이중침체) 위기 속에 기업의 투자 심리 등이 급랭하고 있는 것으로 나타나, 내년도 사업계획 축소나 기업투자의 위축 등이 본격화될 수 있다는 우려를 낳고 있다. 한국은행의 '기업경기실사지수(BSI)조사' 결과를 보면, 제조업의 업황지수가 3분기에 들어 하락세로 돌아선 후, 10월에는 82p로 전월에 비해 1p 상승한 데 그쳐 큰 회복세를 보이지 못하고 있을 뿐 아니라, 11월 전망도 전월과 같은 수준인 82p에 머물렀다. 서비스업의 경우 10월에는 84p로 전월에 비해 2p 상승하였지만, 11월 전망은 82p로 10월에 비해 다시 2p 하락한 것으로 나타났다.

경영여요인에 대해 제조업은 불확실한 경제상황(17.5%), 내수부진(16.5%), 환율(15.3%) 순으로 나타난 반면, 디자인산업이 속한 비제조업은 내수부진(19.5%)과 경쟁심화(17.5%), 불확실한 경제상황(16.0%) 순으로 나타나, 제조업의 수출둔화와 내수부진으로 인한 디자인업계의 경쟁심화의 어려움이 가중될 것이라는 점을 예고하고 있다. 이러한 조사결과에 대

한상공회의소의 지난 9월 말에 전국 2,000개 제조업체를 대상으로 조사해 발표한 '4/4분기 기업경기전망(BSI)'에서도 그대로 나타나 4/4분기 전망치가 2009년 2/4분기 66p를 기록한 이래 2년 6개월 만에 기준치(100p) 이하인 94p로 추락하였다. 또한 지난 3/4분기 경기실적지수도 79p로, 3분기 연속 기준치를 밑돌아 1/4분기 이후부터 하향세를 보이고 있는 경제성장률과 궤를 같이 하였다. 더욱 더 문제는 대기업 BSI가 3/4분기 126p에서 94p로, 수출기업 BSI가 115p에서 99p로 톱 떨어지는 등 향후 경기에 대한 불안감이 기존 내수기업과 중소기업을 넘어 대기업과 수출기업으로 확산되는 등 전방위에 걸쳐 경기불안 우려가 확산되고 있다는 점이다.

경기부진이 올해에만 그치지 않을 것이라는 전망은 여러 민간연구기관의 내년도 전망에서도 나타나, 대부분 민간연구기관들이 이구동성으로 내년도 성장률이 3.6%~4.0% 수준에 머물고, 올해보다 성장률이 더 나아질 것이라는 전망을 내놓고 있다. 내년도 전망에서 가장 주목이 되는 부문은 그동안 내수부진에도 불구하고 국내경제의 성장을 주도하던 수출경기 침체 가능성이 다. 무역협회의 올해 4/4분기 수출경기 전망지수(EBSI)는 이전 분기보다 18.2p 하락한 89.8p를 기록하여 10분기만에 100p 이하로 떨어졌다. 내년도 미국과 일본의 신용등급 강등과 유럽 재정위기 심화 등 대외 리스크의 심화, 각국의 긴축기조 유지 그리고 원화환율 상승 등이 복합적으로 작용하여 수출이 둔화될 것이라는 전망이 지배적이다.

디자인 경기

전문디자인업의 3/4분기 경기실적지수(D-BSI)는 전분기와 같은 수준인 68.4에 머물러 회복세가 주춤한 모습을 보였다. 또한 전분기의 3/4분기 경기전망지수 96.7과도 여전히 큰 격차를 보이고 전년 동분기 실적인 69.9p에 미치지 못하는 실적을 보였다. 한 가지 다행스런 점은 각 분기 경기실적지수와 경기전망지수간 격차가 1/4분기 42.4p, 2/4분기 27.6p, 3/4분기 28.3p로 크게 줄어든 가운데, 대체로 안정적인 모습을 보이고 있다는 점이다. 이는 디자인업계가 현재의 경기에 대해 어느 정도 적응하고 현실적인 대응을 하고 있음을 시사한다.

통계청의 3/4분기 전문디자인업 생산지수도 90.5로 전년 동분기 80.0p에 비해서는 10.5p 증가한 것으로 나타났으나, 전분기 98.0p에 비해서는 7.5p 감소하여 2/4분기의 증가세가 다시 감소세로 반전되는 등 디자인 경기실적지수와 비슷한 모습을 보였다.

이처럼 3/4분기 디자인 경기실적지수나 생산지수가 하락한 것은 대외적으로는 유럽과 미국을 중심으로 글로벌 경제위기 지속이, 대내적으로는 부동산 경기침체의 장기화에 따른 가계부채 증가와 소비 위축이 수출위주 한국경제 전체와 디자인업계에 부정적으로 작용한 결과로 보인다.

분야별로도 모든 분야가 저조한 모습에서 벗어나지 못하는 모습을 보였지만, 전분기에 유일하게 하락세를 보였던 인테리어디자인은 전분기 67.7p에서 71.5p로 3.8p 상승하여 가장 높은 회복세를 보였는데, 이는 소득상승과 건설경기 영향이라기보다는 지수의 조정과 동조화 측면이 크게 반영된 결과로 보여진다. 시각디자인은 광고분야의 9월 명절 특수 등 계절적인 성수기 도래에 힘입어 전분기에 비해 1.6p 상승한 65.4p를 기록하여 유일하게 전분기에 이어 상승세를 이어갔다. 이에 비해 전분기에 큰 폭의 상승세를 보였던 제품디자인은 제조업 성장 둔화에 따라 전분기 79.5p에서 72.6p로 6.9p라는 가장 큰 폭의 하락세를 보였고, 기타 전문디자인도 의류와 패션산업의 추석 특수에도 불구하고 전분기 65.4에서 64.6으로 0.8p 하락함으로써 분야별 명암이 엇갈리는 모습을 보여주었다.

부문별로는 마케팅과 인적자원, 투자의 경우 전체 평균 실적을 웃도는 실적을 거두었으나, 재무부문은 60.4로 가장 저조한 실적을 보였을 뿐만 아니라 전분기에 비해 8.0p 감소하여 전분기의 회복세가 다시 꺾이는 모습을 보여 다른 부문의 상대적인 호조가 재무실적으로 연결되지 못하고 있음을 보여주었다. 지역별로는 경인권과 부울경권을 제외한, 나머지 지역은 경기실적지수가 상승세를 보였는데, 경인권의 경우 인테리어디자인업의 실적 부진이 그리고 대경권은 시각디자인과 기타전문디자인업 실적 부진이 영향을 미친 것으로 보인다.

4/4분기 경기전망지수는 96.7p로 여전히 경기전망 기준지수(100p) 보합권 박스 하단에 머물러 있지만 전분기에 비해 0.7p 상승하여 기준지수를 향해 꾸준히 나아가는 모습을 보여줌으로써, 향후 경제전망에 대해 어느 정도 현실적으로 적응하는 모습을 보여주고 있다.

향후 디자인경기에 대해서 모든 분야에서 2/4분기에 비해 전망치가 개선되었는데, 지역별로 제품디자인은 대경권, 시각디자인은 호남권과 수도권 그리고 대경권의 전망치가 상대적으로 개선되었으며 인테리어디자인은 충청권, 수도권, 기타권이, 기타전문디자인은 충청권, 기타권, 그리고 경인권의 전망치가 상대적으로 개선되었다.

부문별로 인적자원과 투자는 전분기에 비해 전망치가 하락한 반면, 마케팅과 재무부문은 소폭이지만 전망치가 상승하여 매출과 수익에 대한 기대감을 보였다. 그러나 인적자원과 투자, 특히 투자 전망이 전분기 114.0p에서 98.7p로 15.3p 감소함으로써 경기 불확실이 투자 축소로 이어질 가능성이 보이고 있다.

정책방향

내년도에는 내수침체에 더해 그동안 국내경제 성장을 주도하던 수출경기도 금융위기 타개를 위한 경기부양의 부정적인 영향 해소를 위한 각국의 긴축경제기조 유지와 원화의 환율상승 등으로 인해 둔화현상을 보일 것으로 보인다. 이는 디자인업계의 경기침체로 이어져, 디자인업계의 어려움은 내년도에도 지속될 것으로 보인다. 이처럼 디자인업계의 경기침체가 장기화됨에 따라 디자인업계에 대한 생존을 위한 구조조정과 역량강화 압력도 한층 높아질 것으로 예상된다.

한편, 수요부문의 경우 경기침체에 더해 긴축경제 기조에 따른 연구개발(R&D) 투자조달 한계로 인해 상대적으로 투자자금 회수기간이 짧으면서도 전통적인 R&D에 대한 보완적인 혁신수단 역할을 하는 디자인투자에 대한 관심이 높아져 수요부문에서 디자인투자에서 양극화현상이 발생할 수 있다.

한 가지 유의할 점은 이러한 수요업계의 디자인투자나 활용에 대한 관심이 전통적인 외관디자인 수요 일변도에서 벗어나 기업(공공부문 포함)의 프로세스 개선이나 혁신 등 전반적인 문제해결에 대한 디자인 적용 등으로 옮겨감에 따라 디자인투자나 활용구조가 고도화되는 질적인 변화가 나타날 가능성이 있다는 점이다.

따라서 디자인업계에서 선제적으로 수요부문의 디자인 활용구조의 고도화를 주도하는 방향으로 기업체질을 개선하는 등의 노력이 필요할 것으로 보인다. 즉, 디자인업계가 제품의 외관만을 지원하는 역할에서 벗어나 기업이나 수요기관의 혁신이나 전반적인 사회적 문제해결에 디자인사고를 적용하는 방식으로, 한마디로 혁신수단으로서 디자인 역할을 극대화하는 방향으로 변화를 주도할 필요성이 있음을 시사한다. 이와 관련하여 전통적인 디자인강국인 EU에서도 기업의 경쟁력 강화를 위한, 소위 혁신수단으로서, 그리고 학제간 융합적 노력이 필요한 도시문제 등 사회적인 문제 해결이나 대규모 신서비스 개발 등을 위한 수단으로서 디자인사고를 적극 활용하고자 하는 움직임이 가시화되고 있다.

디자인업계가 이러한 디자인활용구조 고도화에 대응하기 위해서는 해외 선진 디자인업체에 비해 상대적으로 취약한 학제적인 디자인이나 관련 컨설팅 역량을 확보하고 강화할 필요가 있다. 특히 전통기업의 전반적인 혁신이나 신성장분야나 사회적 문제해결과 같은 융합적인 노력이 필요한 분야 등에 대한 디자인 역량을 강화할 필요가 있다.

정부 차원에서도 이러한 방향으로의 디자인이나 디자인업체의 역량 강화를 지원하는 정책이 필요하다. 그러한 측면에서 지난 7월부터 본격적으로 시행에 들어간 정부의 '디자인역량강화지원사업'은 바람직한 측면이 있지만, 개별업체의 가치사슬 중심의 역량 확충만으로 혁신과 융합문제 해소 수단으로서 디자인 활용이라는 환경변화에 대응하는 데는 한계가 있기 때문에 학제적인 협력이 필요한 대규모 융합디자인 과제발굴과 추진 등이 적극적으로 이루어질 필요가 있다.

끝으로 디자인 내수경기 침체 장기화는 신성장분야에서의 내수창출과 함께 해외신시장 개척을 위한 디자인기업의 해외진출을 촉진하는 방향으로 작용할 것이다. 디자인기업의 경우 그동안의 해외진출에 대한 소극적인 태도에서 벗어나 공격적인 노력을 기울일 필요가 있으며, 정부차원에서도 보다 체계적인 디자인 해외진출 지원체계를 구축할 필요성이 있다.

김 홍 석
산업연구원 연구위원

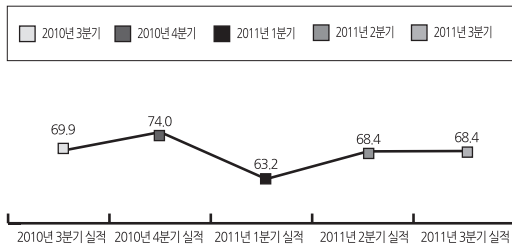
2. 2011년 3/4분기 디자인산업 경기실적

2011년 디자인산업 경기실적 종합

// **경기전반** 전문디자인업의 3/4분기 경기실적지수(D-BSI)는 전분기 68.4p와 동일한 수준으로 실적 회복세가 주춤한 것으로 나타났으며, 전년 동분기 대비해서는 1.5p 감소했음

// 3/4분기에 건설업과 서비스업을 제외한 모든 산업에서 한국 경제성장률이 둔화되는 가운데 남유럽 경제위기가 확산되면서 수출마저 급속히 감소한 것이 주요 원인으로 분석됨

// 특히 유럽발 재정위기로 전세계적인 경제위기 재발의 가능성이 높은 가운데, 전반적인 기업경영 여건이 급속히 악화되면서 심리적인 측면에서도 악영향을 미친 것으로 분석됨



〈그림 1-1〉 2011년 3/4분기 디자인산업 경기실적 (D-BSI)

업종별 디자인산업 경기실적

// **제품디자인업** 제품디자인업은 72.6p로 전분기 79.5p 대비 6.9p 감소했으며, 전년 동분기 대비해서는 0.8p 증가하였음

// 통계청 산업 활동 추이가 전기 151.2p에서 146.1p로 5.1p 감소하여 제조업의 경기불황이 장기화되는 것이 제품디자인업의 경기실적 감소에 영향을 미친 것으로 분석됨

// **시각디자인업** 시각디자인업은 65.4p로 전분기 63.8p 대비 1.6p 성장하여 소폭이나마 2분기 연속 상승세를 이어가고 있으나, 전년 동분기 대비해서는 7.5p 낮은 수치로 경기회복에는 여전히 미진한 모습을 보이고 있음

// 시각디자인업은 경기침체에 따른 홍보물의 감소와 장기적인 출판시장 침체가 상당부분 영향을 미치고 있는 것으로 분석됨

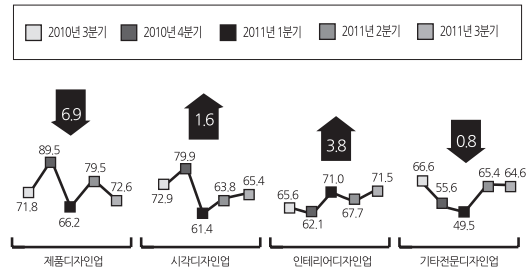
// **인테리어디자인업** 인테리어디자인업은 71.5p로 전분기 67.7p 대비 3.8p 성장하여 상승으로 반전됐으며, 전년 동분기 대비 5.9p 상승한 수치로 실질적인 회복이 진행되고 있음을 보여주고 있음

// 통계청 주택준공 실적이 2/4분기 75,378가구에서 3/4분기에는 76,763가구로 소폭 상승한 것으로 보아 장기침체 국면을 보였던 주택건

설 경기가 다소나마 완화된 것이 인테리어디자인업 실적상승으로 이어진 것으로 분석됨

// **기타전문디자인업** 기타전문디자인업은 64.6p로 전분기 65.4p 대비 0.8p 감소하여 상승세가 주춤했으며, 전년 동분기 대비해서도 2.0p 하락하여 여전히 기타전문디자인업의 경기실적이 좋지 않음을 보여주고 있음

// 기타전문디자인업이 하락세로 돌아선 것은 업종의 상당부분을 차지하는 패션디자인업이 계절적인 요인으로 호황기가 지나 수요가 감소했기 때문으로 분석됨



〈그림 1-2〉 2011년 3/4분기 디자인산업 업종별 경기실적 (D-BSI)

지역별 디자인산업 경기실적

// **서울권** 서울지역은 68.0p로 전분기 68.6p 대비 0.6p 감소했으며, 전년 동분기 대비해서도 3.6p 감소한 수치로 서울지역의 경기불황이 단기적인 문제가 아님을 보여주고 있음

// 2008년 금융위기 이후 기업들이 디자인 등 R&D 투자를 감소시키면서 서울에 밀집한 디자인기업들이 조사를 시작한 이후 한 번도 부진 박스권을 벗어나지 못하는 모습을 보이고 있음

// **경인권** 경인지역은 61.0p로 전분기 51.3 대비 9.7p 증가했으며, 전년 동분기 대비해서도 1.3p 증가하여 추세면에서는 긍정적이나 실적 자체로는 부진함

// 서울지역을 제외하면 가장 많은 디자인기업이 밀집한 지역특성상 경쟁이 과다하고 서울지역에 비해 상대적으로 자경쟁이 많은 것으로 알려진 현상이 표면화된 것으로 분석됨

// **충청권** 충청지역은 49.5p로 전분기 46.0p 대비 3.5p 증가했으며, 전년 동분기 대비해서는 3.4p 감소한 수치로 지역 권역 중 가장 안 좋은 실적을 기록하고 있음

// 충청지역은 지역 특성상 수도권 경기에 영향을 많이 받고 있는데, 특히 경인지역과는 경기실적의 추세가 조사시점 이후 계속해서 동일한 패턴을 보이며 지역간 보완재의 역할을 수행하는 것으로 분석됨

// 호남권 호남지역은 66.1p로 전분기 74.0p 대비 7.9p 감소하며 하락세로 돌아섰으며, 전년 동분기 대비해서는 1.1p 증가한 수치이며 최악의 실적을 기록했던 1/4분기에 비하면 31.0p 높은 실적임

// 호남지역은 적은 인구수나 제조기반이 부족한 지역 특성상 시장규모가 매우 협소한 것으로 판단되며, 호남지역의 실적을 계속해서 부진하게 만드는 구조적 요인으로 분석됨

// 대경권 대구·경북지역은 74.9p로 전분기 71.6p 대비 3.3p 증가하며 상승세로 돌아섰으며, 전년 동분기 대비해서 14.6p 증가한 수치로 추세적인 면에서 긍정적이나 보험권에는 여전히 들어가지 못하고 있음

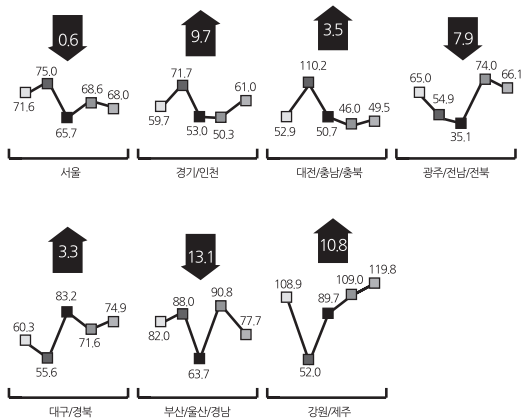
// 대구·경북지역은 올해 들어 강원·제주지역을 제외하고는 상대적으로 가장 좋은 실적을 기록하고 있으나 여전히 실적 전반으로는 부진한 상황임

// 부울경권 부산·울산·경남지역은 77.7p로 전분기 90.8p 대비 13.1p 감소하며 하락세로 돌아섰으며, 전년 동분기 대비해서도 4.3p 감소하여 1/4분기를 제외하면 조사 이후 가장 안 좋은 실적을 보이고 있음

// 제조기반이 가장 잘 갖춰진 지역의 특성상 실적은 상대적으로 가장 좋은 편이나 실적의 변동폭 역시 상대적으로 넓은 편으로 기업입장에서는 안정적인 경영에 어려움이 있을 것으로 분석됨

// 기타권 강원·제주지역은 119.8p로 전분기 109.0p 대비 10.8p 증가하며 3분기 연속 상승세를 이어갔으며, 전년 동분기 대비해서도 10.9p 증가한 가운데 권역 중에 유일하게 호조를 보이고 있음

// 강원·제주지역은 조사 이후 대부분 보험이나 호조에 가까운 수치를 보이고 있으며 작은 시장임에도 불구하고 항토기업들의 수가 적어 안정적인 먹거리를 확보하고 있는 것으로 분석됨



〈그림 1-3〉 2011년 3/4분기 디자인산업 지역별 경기실적 (D-BSI)

경영 부문별 디자인산업 경기실적

// 마케팅 마케팅 부문은 76.3p로 전분기 76.1p 대비 0.2p 상승했으며, 전년도 동분기 대비해서는 1.3p 상승하였음

// 경기실적 상승이 주춤한 상황에서 용역수주나 신규고객 창출 등에 있어서 다소 호전된 모습을 보이고 있는 것은 긍정적이나, 재무 부문에서의 하락을 고려했을 때 저가수주 등의 문제가 우려됨

// 재무 재무 부문은 60.4p로 전분기 68.4p 대비 8.0p 감소했으며, 전년도 동분기 대비해서도 4.6p 감소하였음

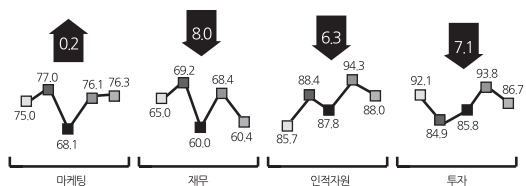
// 경기실적이 전반적으로 부진한 상황에서 마케팅 활동을 통한 먹거리를 찾는 과정에서 수익성이나 자금사정이 악화된 것으로 판단됨

// 인적자원 인적자원 부문은 88.0p로 전분기 94.3p 대비 6.3p 감소했으며, 전년도 동분기 대비해서는 2.3p 상승하였음

// 안정적인 인력공급으로 인해 다른 부문에 비해 상대적으로 상황이 좋았으나 경기실적 부진을 타개하기 위한 방안으로 인력 유출이 증가하는 것으로 추정되며 인적자원 관리 부문에 다소 문제가 발생한 것으로 추정됨

// 투자 투자 부문은 86.7p로 전분기 93.8p 대비 7.1p 감소했으며, 전년도 동분기 대비해서도 5.4p 감소하였음

// 장기적인 실적부진으로 인해 교육이나 연구개발에 대한 투자가 감소하여 지난 분기 보험권에서 투자가 부진으로 지수가 하락한 것으로 추정됨



〈그림 1-4〉 2011년 3/4분기 디자인산업 경영부문별 경기실적 (D-BSI)

3. 2011년 4/4분기 디자인산업 경기전망

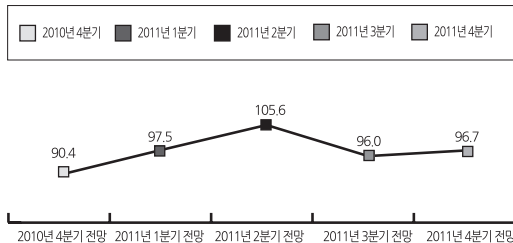
2011년 디자인산업 경기전망 종합

// **경기전반** 전문디자인업의 4/4분기 경기전망지수(D-BSI)는 전분기 96.0p에서 0.7p 증가한 96.7p로 조사시점 이후 계속해서 경기 보합을 예상하고 있으며, 전년 동분기 대비해서는 6.3p 증가하였음

// 내수침체와 함께 미국 및 유럽시장의 경제상황이 개선될 조짐이 없어 실적 전망을 크게 높이지 못하는 것으로 보이며 약간의 수치 상승 역시 기대감이 반영된 결과라는 점에서는 해석에 유의해야 함

// 실제로 2011년 3/4분기 실적을 발표한 212개 상장사 중 67.0%가 영업이익이 감소하거나 적자상태를 보이는 등 2011년 하반기 한국기업은 실적이 악화되고 있음

// 대다수의 연구기관들이 2012년에는 저성장 기조가 심화되며 불확실성이 확대되는 '상시위기' 상황에 돌입할 것으로 예측하고 있어 디자인산업의 전망을 어렵게 하고 있음



〈그림 I - 5〉 2011년 4/4분기 디자인산업 경기전망 (D-BSI)

업종별 디자인산업 경기전망

// **제품디자인업** 제품디자인업은 106.0p로 전분기 104.4p 대비 1.6p 증가하며 상승세로 돌아섰으며 전년 동분기 대비해서도 4.4p 증가하였으나 2분기 연속 보합권을 벗어나지는 못하고 있음

// 삼성경제연구소의 내구재구입태도지수가 전분기 49.2p에서 48.5p로 0.7p 감소했고, 미래경기예상지수는 51.7p에서 47.4p로 4.3p 감소한 것에서도 알 수 있듯이 경기침체를 예상하여 소비성향을 줄이려는 상황이라 상대적으로 전망치가 높았던 제품디자인업도 여전히 보합권 박스에 머물고 있음

// **시각디자인업** 시각디자인업은 94.8p로 전분기 96.4p 대비 1.6p 감소했으며, 전년 동분기 대비해서는 0.4p 상승하였으나 여전히 보합권에 머물고 있음

// 경기침체에 따른 홍보물의 감소와 출판시장 침체가 장기화되고 있는 한

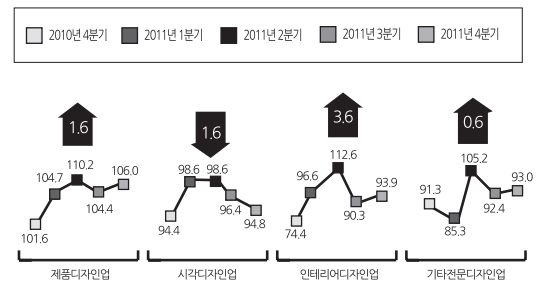
편, 기업경영 환경 악화에 따라 홈페이지 신규제작이나 리뉴얼 그리고 제품 패키지 작업의 감소가 예상되는 점이 시각디자인업의 실적 전망을 어렵게 하고 있는 것으로 분석됨

// **인테리어디자인업** 인테리어디자인업은 93.9p로 전분기 90.3p 대비 3.6p 증가했으며, 전년 동분기 대비해서도 19.5p 증가하였음

// 통계청 주택준공 실적이 1분기 67,509호에서 2분기 75,378호를 넘어 3분기 76,763호까지 증가한 것과 함께 1기 신도시를 중심으로 한 재건축 및 리모델링의 사실상 불허가 오히려 인테리어디자인업에 긍정적인 신호를 준 것으로 분석됨

// **기타전문디자인업** 기타전문디자인업은 93.0p로 전분기 92.4p 대비 0.6p 증가했으며, 전년 동분기 대비해서는 1.7p 증가하였음

// 패션업계에서 비수기인 여름을 지나 가을로 접어들면서 매출확대가 기대되고, 우리나라 섬유패션제품의 주요 수출국인 일본과 중국의 화폐가치 상승으로 국내 제품의 원가경쟁력이 더욱 높아진 것이 기타전문디자인업의 전망을 밝게 한 것으로 분석됨



〈그림 I - 6〉 2011년 4/4분기 디자인산업 업종별 경기전망 (D-BSI)

지역별 디자인산업 경기전망

// **서울권** 서울지역은 98.9p로 전분기 95.2p 대비 3.7p 증가했으며, 전년 동분기 대비해서는 5.5p 증가하였음

// 디자인산업 육성을 아심차게 추진해왔던 서울시의 정책변화가 예상되어 전망치가 낮아질 것이라는 견해와 달리 시장에서는 오히려 긍정적으로 평가하고 있으며, 이는 기존 서울시가 추진했던 디자인산업육성 추진에 대한 업계의 기대가 높지 않았던 것으로 해석이 가능함

// **경인권** 경인지역은 79.4p로 전분기 73.5p 대비 5.9p 증가했으나, 전년 동분기 대비해서는 7.1p 감소하였음

// 전분기 대비 전망치가 다소 높아졌으나 작년 80p대에서 올초 90p대까지 올라갔던 것에 비추어 여전히 70p대에 머물며 저조한 기대를 보이고 있음

// 충청권 충청지역은 63.4p로 전분기 88.6p 대비 25.2p 감소했으며, 전년 동분기 대비해서도 6.1p 감소하였음

// 1/4분기 106.9p에서 지속적으로 경기전망치가 하락하여 4/4분기에는 60p대까지 하락하였는데 이는 권역 중 가장 낮은 실적을 계속하여 기록하고 있는 충청권의 경영여건이 그만큼 어렵다는 것을 방증하고 있음

// 호남권 호남지역은 103.4p로 전분기 113.6p 대비 10.2p 감소했으나, 전년 동분기 대비해서는 24.5p 증가하였음

// 3분기 연속 호조세를 이어오던 호남권의 경기전망이 보합으로 전환된 것은 전반적인 국내 경기침체의 영향이 큰 것으로 보이며, 이는 수도권을 제외한 거의 모든 지역에서 나타나는 현상이기도 함

// 대경권 대구·경북지역은 122.0p로 전분기 103.8p 대비 18.2p 증가했으며, 전년 동분기 대비해서는 58.8p 증가하였음

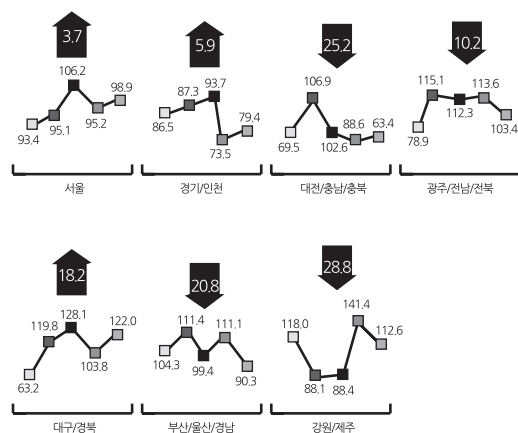
// 대구·경북지역은 올해 들어 상대적으로 좋은 실적을 지속하고 있으며 이러한 실적호전이 전망에서도 긍정적으로 작용하고 있는 것으로 분석됨

// 부울경권 부산·울산·경남지역은 90.3p로 전분기 111.1p 대비 20.8p 감소했으며, 전년 동기 대비해서는 14.0p 감소하였음

// 신공항 문제와 같은 대규모 국책사업의 취소로 인해 지역의 체감 경제가 갈수록 악화되고 있는 것이 전망치가 감소되는 주요 원인으로 분석됨

// 기타권 강원·제주지역은 112.6p로 전분기 141.4p 대비 28.8p 감소했으며, 전년 동기 대비해서는 5.4p 감소하였음

// 강원·제주지역은 하반기에 낮은 전망치를, 하반기에는 높은 전망치를 보이는 추세를 보이고 있는데 이는 지역적인 특수성에 기인한 것이 아닌지 조사가 필요함



(그림 1-7) 2011년 4/4분기 디자인산업 지역별 경기전망 (D-BSI)

경영 부문별 디자인산업 경기전망

// 마케팅 마케팅 부문은 전분기와 동일한 99.4p로 나타났으며, 전년 동분기 대비해서는 11.5p 증가하였음

// 지난 분기와 동일한 수준을 예상하는 것은 긍정적인 경기침체로 인해 영업수주나 신규고객 창출에 어려움이 예상되기 때문으로 분석됨

// 재무 재무 부문은 91.7p로 전분기 86.9p에 비해 4.8p 증가했으며, 전년 동분기 대비해서도 9.2p 증가하였음

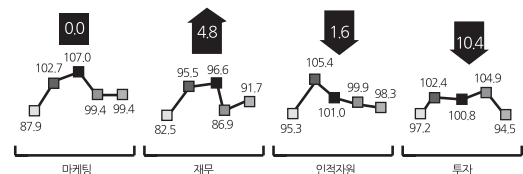
// 재무 부문이 부진에서 보합으로 진입한 것은 경기상황이 좋지 않은 상황에서 무리한 사업확장 보다는 내실을 다져 재무구조를 튼튼히 하겠다는 의미로 해석할 수 있음

// 인적자원 인적자원 부문은 98.3p로 전분기 99.9p에 비해 1.6p 감소했으나, 전년 동분기 대비해서는 3.0p 증가하였음

// 2월에 졸업생을 다수 배출하는 계절적인 요인이 작용하는 것으로 판단됨

// 투자 투자 부문은 94.5p로 전분기 104.9p 대비 10.4p 감소했으며, 전년 동분기 대비해서도 2.7p 감소한 것으로 나타남

// 투자 부문이 조사 시점 이후 가장 낮은 수치를 기록한 것은 경영환경 악화로 인해 내부 투자까지 줄이고 있기 때문으로 판단되며, 이는 장기적으로도 경기가 안 좋을 것이라는 신호로 볼 수 있음



(그림 1-8) 2011년 4/4분기 디자인산업 경영부문별 경기전망 (D-BSI)

4. 디자인산업생산지수 변화 추이¹⁾

3/4분기 전문디자인업 생산지수는 90.5p로 전분기 98.0p 대비 7.5p 감소했으나 전년 동분기 대비해서는 10.5p 증가한 수치임

// 전문디자인업 생산지수는 KIDP의 디자인산업 경기실적지수와 수치에서는 다소 차이가 존재하지만 흐름은 정확하게 일치하고 있음

3/4분기 전체 서비스업 생산지수는 126.7p로 전분기 127.1p 대비 0.4p감소했으나 전년 동분기 대비해서는 5.1p 증가했음

// 서비스업생산지수는 장기적으로 지속적인 상승을 보이고 있으나, 전문디자인업은 2010년 3/4분기 이후 가장 낮은 수치를 보이며 하락세로 접어들고 있음

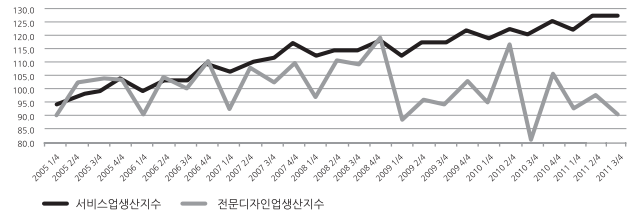
// 서비스업생산지수는 그 변동폭이 매우 적는데 반해, 전문디자인업생산지수는 변동폭이 상대적으로 큰 것으로 나타나 전문디자인업이 경기변동에 매우 민감한 산업인 것으로 추정할 수 있으며 이는 BSI조사에서도 확인할 수 있음

(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	98.0	127.1
2011년 3/4분기	90.5	126.7

* 주 : 제9차 한국표준산업분류(2007.12.28개정) 적용 수치

〈표 I -1〉 전문디자인업 생산지수



〈그림 I -9〉 전문디자인업 생산지수 추이

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

1. 국내 업계동향

세계 3대 디자인 공모전 '美 IDEA'... 현대카드 금상, 삼성전자 7개부문 수상 조선일보, 07.04

3일 세계 3대 디자인 공모전 중 하나로 꼽히는 미국의 'IDEA(International Design Excellence Awards)'에서 현대카드가 금상을, 삼성전자는 은상 1, 동상 3, 학생부문 3개 등 총 7개의 상을 받아 올해 최다 수상함

// 미국 산업디자인협회가 주관하는 이 공모전은 독일의 iF·레드닷과 더불어 국제적으로 권위를 인정받고 있으며 제품·서비스·전략 등 17개 분야에서 금·은·동상을 수여하고 있음

// 현대카드는 사회공헌 프로그램 '드림실현 프로젝트'로 서비스 디자인 분야에서 수상함. 과일가게·음식점 등 소상공인의 점포를 디자인해주고 사업 리모델링을 지원하는 사업으로 현대카드 관계자는 "사회공헌과 디자인, 마케팅 지원 등을 결합한 프로젝트가 높은 평가를 받은 것 같다"고 밝힘

// 삼성전자의 'Q10 캠코더'는 손을 바퀴 잡으면 화면이 자동으로 180도 회전해 영상이 뒤집어지지 않게 해주는 '스위치 그립' 기능을 세계 최초로 적용해 상업제품 부문 은상을, 고무 재질을 사용한 외장형 하드디스크, 휴대형 마이크로 프로젝터, 한 화면에서 사용자가 눈으로 확인하며 조작 가능한 카메라 등 3개는 동상을 수상함

// 또 학생부문에서는 삼성디자인학교(SAD)가 출품한 도어 핸들과 안전 조명 기구 '라이트 브레스' 등으로 동상을 수상함

삼성전자 디자인 경영에 '크리스 뱅글' 합류 아시아경제, 07.22

22일 삼성전자에 따르면 크리스 뱅글은 최근 삼성전자와 디자인 프로젝트 계약을 맺고 제품 디자인에 관한 세부적인 사항을 논의함. 지난 3월 삼성전자와 현대차가 영입을 위한 물밑 경쟁을 펼친 것으로 알려졌다. 최종적으로 삼성전자를 택한 것

// 삼성전자 관계자는 "계약 조건 상 밝힐 수 있는 사항이 거의 없지만 디자인

인 계약을 맺은 것은 맞다"며 "어떤 제품군을 맡게 될지도 아직은 밝힐 수 없는 단계"라고 말함

// 뱅글은 지난 13~15일 삼성전자를 직접 방문해 디자인 책임자와 만나고 디자인 사무실과 삼성 디지털플라자 등에서 제품을 둘러봄. 프리랜서 형식의 프로젝트 계약으로 이탈리아에 있는 자신의 작업실에서 제품을 디자인하는데 삼성전자의 휴대전화와 태블릿 PC, 생활가전 등의 프리미엄 제품 디자인을 맡게 될 것으로 추정되고 있음

// 뱅글은 17년 간 독일 BMW사의 디자인총괄 책임자를 지냈고 지난 2009년 가구디자인을 하고 싶다며 BMW를 떠난바 있음. 파격적인 디자인으로 '디자인계의 이단아'라는 별칭을 얻었던 그는 기아차의 피터슈라이어, 폭스바겐의 발터 드 실바와 함께 세계 3대 자동차 디자이너로 불림. 올 초 동종업계 의 진출을 2년간 금하는 '비경쟁 조약'이 끝나 글로벌 기업들의 치열한 영입전이 펼쳐진 바 있음

세계무대 휩쓸지만... 한국디자인 아직 없다 조선일보, 07.26

최근 한국 기업과 학생들이 독일의 'iF 디자인상'과 '레드닷(Reddot) 디자인상', 미국 'DAE상' 등 세계 3대 디자인상을 휩쓸며 세계무대에서 한국의 디자인 파워를 알리고 있으나 과연 우리가 이런 성과에 들떠 있는 만큼 세계 디자인계도 한국의 디자인을 높이 평가하고 있을지 22일 방한한 알프 비그만(Wiegmann·54) iF 회장과와의 인터뷰를 통해 고찰해봄

// "우선 스티브 잡스와 조나단 아이브, 디자인을 천재적으로 활용하는 이 두 사람이 있어 애플이라는 창의적 브랜드를 만들 수 있었음. 애플은 제품군이 단순해 자신의 디자인 역량을 집중할 수 있는 구조이지만 삼성·LG는 냉장고부터 3DTV까지 만들어 내는 거대 기업으로 디자인 정체성을 하나로 만들기 어려운 구조를 갖고 있어 기업 전반의 디자인 정체성이 모호해졌음"

// "의사 결정권자들이 지나치게 '숫자'를 좋아하는 것 같다. (제품 판매) 실적에 집착하기 때문에 디자인보다 마케팅이 우위를 점하게 되고 디자이너가 창의력을 발산할 기회가 적은 것이 한국이라는 나라의 무개성(無個性)으로 연결되고 있음"

// "사실 유럽인들에게 한국이란 나라의 이미지는 없음. 한 나라의 이미지는 그 나라 기업이 만든 제품으로 다져진다는 점에서 BMW·벤츠의 견고하고 고급스러운 이미지가 '메이드 인 저마니(Made in Germany)'라는 독일의 국가 이미지를 만들었음. 일본의 국가 이미지 역시 소니·파나소닉 등 정교한 일본 제품의 이미지에서 나온 것임"

// “한국 정부는 디자인 전시와 이벤트에 돈을 많이 쏟아 붓는데, 그보다는 더 많은 한국 기업이 국제무대에서 성과를 이루도록 도와주는 것이 국가 브랜드를 만드는 데 효과적임”

❖iF(International Forum Design GmbH)

1953년 독일 하노버에서 만들어진 세계에서 가장 오래된 디자인 진흥 기관. 정부 예산이나 보조금으로 운영되는 대부분의 디자인 기관과 달리 민간자본에 의해 운영된다. 해마다 제품, 커뮤니케이션, 머티리얼 등의 분야로 나뉘어 ‘iF 디자인상’을 수여한다.

2. 해외 업계동향

삼성전자, 독일 제외 유럽에 「갤럭시탭10.1」 공급 재개

아이티투데이. 08.17

8월 17일, 삼성전자는 독일 뒤셀도르프 지방법원에 Apple社가 제기했던 「갤럭시탭10.1」 판매금지 및 마케팅 활동 중단 가처분신청에 대한 삼성전자의 1차 이의신청을 받아들여 사실상 독일을 제외한 유럽전역에 다시 「갤럭시탭10.1」 판매 및 마케팅을 할 수 있게 되었다고 밝힘

// Apple社は 삼성전자가 「아이패드2」의 디자인을 도용했다며 「갤럭시탭10.1」의 가로 세로 비율을 담은 사진을 증거로 법원에 제출한 바 있으나, 「갤럭시탭10.1」의 실제 제품 비율이 Apple社가 제출한 증거 사진에 나온 비율과 다르다고 판단하여 이의신청을 받아들임

// 이에 독일을 제외한 유럽에서의 판매를 허용하기로 함

// 「갤럭시탭10.1」의 실제 가로 세로 비율은 1.46이지만 판매금지 가처분 신청서 28쪽에 실린 사진의 「갤럭시탭10.1」의 비율은 1.36으로 「아이패드2」의 비율 1.30과 거의 같다고 지적함

// 삼성전자는 지난 9일 Apple社가 독일에 제기한 가처분신청으로 네덜란드를 제외한 유럽 전역에 「갤럭시탭10.1」 공급을 하지 못하였고, 이전에 납품한 재고는 판매를 계속했지만 재고 소진 후 1주일 정도 판매에 지장을 받았다고 밝힘

// 삼성전자 관계자는 25일에 있을 최종 판결에서 패소하더라도 독일에서만 판매할 수 없게 되는 것이라고 언급함

메르세데스벤츠 디자인 총괄책임자 바그너 “벤츠 디자인 모토는 전통에 혁신을 입히는 것” 동아일보. 09.26

메르세데스벤츠의 디자인은 전통적이고 보수적이라는 평임. 하지만 43세의 고든 바그너가 2008년 디자인 총괄 책임자가 된 이후 메르세데스벤츠의 디자인은 바뀌고 있음. 바그너 디자인 총괄은 앞으로 자동차 플랫폼과 엔진이 모두 통합되는 추세여서 디자인은 차를 선택하는 가장 중요한 기준이 될 것이라고 밝힘

// 그가 2008년 40세의 나이에 메르세데스벤츠의 전체 디자인 총괄이 됐을 때 가장 처음 시작한 작업은 과거의 메르세데스벤츠 디자인을 면밀하게 분석하여 메르세데스벤츠의 전통을 지키면서도 현대적인 면을 더해서 미래지향적인 느낌이 나는 디자인을 개발하는 것을 모토로 정한 것임. 세계 자동차 업계에서 “바그너가 전통적인 메르세데스벤츠의 디자인에 젊고 현대적인 감각을 가미해 전통과 혁신이 조화를 이루는 디자인으로 만들어 나가고 있다”는 평가가 나오는 이유임

// 바그너 디자인 총괄의 영향력 아래 메르세데스벤츠의 차들은 각진 모습을 줄이면서 브랜드 전반의 통일성을 강조하기 시작함. 메르세데스벤츠의 라인업에는 각진 GLK부터 둥근 CL까지 다양한 느낌의 모델이 있지만 바그너 디자인 총괄은 브랜드의 통일성을 더 강화할 방침임. 하지만 그는 “차가 각자의 특성을 잃지 않는 것도 중요하다”며 “경쟁사들이 하듯 차들이 모두 비슷한 느낌을 주게 하고 싶지는 않다”고 밝힘. (아우디는 크기만 다른 디자인이 비슷한 차들을 내놓고 있으며 BMW도 비슷한 느낌으로 가고 있다는 설명)

// 전 세계 7개의 디자인 스튜디오에서 일하는 메르세데스벤츠의 승용차와 트럭 디자이너 550명을 지휘하는 바그너 디자인 총괄은 메르세데스벤츠의 미래 자동차 콘셉트를 개발하고 새로운 디자인 전략을 구현하는 역할을 해왔음. 예센데에서 산업디자인을, 런던 로열 예술대에서 운송수단 디자인을 전공한 후 1997년부터 메르세데스벤츠에서 일하고 있다.

“좋은 디자이너?…사회·심리학부터 가르쳐라” 한국경제. 09.28

// ‘모든 디자인은 결과보다 과정이 중요하다. 디자이너가 되고자 하는 학생들은 사회학 심리학 인류학을 이수해야 한다. 기술을 쫓는 것보다 인간을 이해하는 게 더 좋은 디자이너를 만들 수 있기 때문이다.’ 이는 1982년 이탈리아 밀라노에 세계 최초로 만들어진 석사 과정 전문 디자인 학교 ‘도무스 아카데미(DA)’의 교육 철학임

// 설립자인 마조치는 디자이너들이 각자의 방에 갇혀 작업에 몰두하면 할수록 이들의 아이디어가 디자인 산업에서 점점 멀어져가는 것이 안타까워 살아 숨쉬는 디자인 아이디어와 다양한 문화를 서로 나누고 전문적인 디자인 교육을 할 수 있도록 도무스아카데미를 설립. 현재 패션디자인, 건축디자인, 비즈니스디자인 등의 분야에서 명실공히 세계 최고의 명성을 쌓아옴

// 세계 최초 석사 과정 전문 디자인 학교 '도무스아카데미'는 디자인을 가르치기에 앞서 사람에 대해 가르치는데 1982년 설립 첫해부터 사회학 문화인류학 심리학 등을 필수 교과과정에 배치함. 보니솔리 학장은 "인간적인 접근 없이는 좋은 디자이너가 될 수 없고, 어떤 종류의 디자인이든 과정이 결과보다 중요하다고 믿었고 그 철학은 지금까지 이어져오고 있다"고 말했다.

// 과정을 중시하는 도무스 아카데미에서는 '문제 해결'보다 '문제 설정'이 먼저인데 이는 좋은 디자인은 환경, 재료, 기능, 서비스 등 모든 부분의 문제점을 낱알이 드러내놓는 분석 과정에서 나온다는 믿음 때문임

// 교수진은 80%가 현직 디자이너로 구성됨. 유명 명품 브랜드에서 활동하고 있는 디자이너 교수진에 학교는 실무 프로젝트를 요구하여 교수는 학생들의 튜는 감성과 아이디어에 자극받아 프로젝트를 진행해 나간며 이를 통해 학생들은 디자인과 비즈니스가 만나는 접점을 경험하게 됨. 보니솔리 학장은 "열린 사고의 기업가와 가능성이 있는 디자이너의 만남이 이탈리아 디자인 산업을 꽃피울 수 있었던 원동력"이라고 강조함

III. 디자인산업 정책동향

1. 산업 정책

대·중소기업 동반성장 기반 마련 **지경부. 08.18**

현재 정부는 대기업과 중소기업이 자율적으로 공정거래 및 동반성장을 약속하고 1년 후에 공정거래위원회가 그 이행상황을 점검·평가해 여러 인센티브를 제공하는 동반성장협약을 추진하고 있다. 기업 상생을 위한 대기업-중소기업-정부 간 삼각공조프로그램이다. 2011년 7월 21일 현재 93개 대기업이 3만 2,940개 중소기업과 협약을 체결해 약속을 이행하고 있음

// 공정위에 따르면, 지난 7월 이 중 21개 대기업을 대상으로 협약 이행 결과를 평가한 결과 모두 61개 중소기업에 2,550억을 지원하는 효과를 가져온 것으로 나타남. 대기업이 중소기업에 자금을 지원해주고 납품단가를 인상해 주면서 생긴 효과로 분석됨

// 뿐만 아니라 기술개발 지원도 활발. 예컨대 LG이노텍은 수입자재 국산화를 위해 중소기업과 구매조건부로 기술개발을 추진했고, 현대건설은 해외 진출을 희망하는 국내 408개 협력업체 직원 433명에 대해 실무교육을 진행. GS홈쇼핑은 상품력은 있으나 디자인이 열악한 7개 협력사를 위해 컨설팅 비용 5억 5000만원을 부담하면서 해외의 전문 디자인컨설팅 업체에 디자인 개발을 의뢰함

// 동반성장이 새로운 기업문화로 확고히 정착될 때, 대·중소기업이 윈-윈(win-win)하는 역동적인 산업생태계를 조성될 것으로 기대됨

성장 가능성이 높은 13개 디자인 전문기업을 선정, 2년간 집중지원 **지경부. 07.22**

지식경제부(장관 : 최중경)는 총 3,000여개의 디자인전문기업 중 13개 기업을 선정, 디자인 주도의 제품개발 프로세스를 통한 **새제품·신시장** 창출을 지원하는 디자인기업 역량강화사업을 금년부터 본격 실시함

// 이번 디자인 전문기업을 대상으로 한 역량강화사업 지원은 총 2년간 최대 6억원(연간 3억원 이내)의 선행 디자인 개발 등의 자금을 지원하는 것으로, 우수 디자인전문기업(46개사, '11년 6월 현재)에 지정되어 있거나 매출액 대비 디자인기술개발(R&D) 지출액이 5%이상 또는 매출액 대비 해

외 수출액이 5%이상인 전문기업 중에서 성장 가능성이 높은 기업들을 대상으로 선정됨

// 이번 디자인 전문기업 역량강화사업을 통해 우리 디자인 전문기업들이 국내외의 디자인 선도 기업들과 협력 파트너십을 구축하고, 미래 디자인 전략 및 트렌드를 연구하여 우리 중소 제조기업에 대한 디자인 컨설팅 역량을 강화할 수 있을 것으로 기대됨

// 또한 디자인 전문기업들이 그간 미진했던 선행디자인 개발을 활성화할 수 있도록 함으로써 2~3년후의 미래 디자인 히트 상품 개발을 보다 용이하게 할 수 있을 것으로 기대됨

한-베트남간 문화산업 발전경험 공유사업 실시 **외교부. 07.06**

외교통상부는 2011.7.8(금)~9(토) 양일간 베트남 하노이에서 우리의 디자인산업 발전경험을 공유하기 위한 전문가 포럼과 어린이 워크숍을 한국디자인진흥원(원장 김현태)과 공동 개최함. 금번 행사는 우리의 문화산업 발전경험을 베트남과 공유함으로써 베트남이 고유의 문화자산을 바탕으로 디자인산업 역량을 키워나갈 수 있도록 지원하기 위한 것임

// 한국과 베트남의 디자인 전문가들이 참여하는 전문가 포럼은 한국의 앞선 디자인 정책 및 성공사례 소개와 양국간 디자인 협력사업 개발 논의 등으로 구성되었으며, 베트남 어린이들을 대상으로 한 워크숍은 디자인 교육의 가치에 대한 인식을 제고하기 위한 프로그램으로 꾸며짐

// 우리 정부는 금번 행사를 통해 우리의 소프트웨어 자산인 문화산업 발전경험을 전수함으로써, 2012년 수교 20주년을 앞둔 베트남과의 문화적 이해를 증진하고 우호친선 관계를 강화할 수 있을 것으로 기대됨

2. 국내 지적재산권 정책

한국, 글로벌 경제위기 극복을 위한 국제 지재권 시스템의 역할 강화 촉구 **특허청. 09.27**

9월 26일 스위스 제네바에서 열린 제49차 세계지식재산기구(WIPO) 총회에서 이수원 특허청장은 기조연설을 통해, 글로벌 경제침체와 재정위기를 극복하고 재도약을 도모하기 위해서는 혁신이 필요함을 강조하고, 기업과 개인의 혁신활동을 촉진할 수 있도록 국제 지재권 시스템의 효율화와 역할 강화를 촉구함

// 특히, 전 세계 출원인들이 더욱 쉽고 편리하게 국제 지재산 시스템을 활용할 수 있도록 서비스 공급자로서의 WIPO의 역할을 더욱 강화할 것을 주장하였고, PCT 국제특허 및 마드리드 국제상표 제도 등에 대한 WIPO의 고객 서비스 강화를 주문함

// 우리나라는 '10년 PCT 국제특허 출원증가율이 20%로 세계 3위 수준이고, 마드리드 국제상표 출원증가율이 42%로 세계 1위 수준에 이르는 등, 최근 우리 국민들의 국제 지재산 시스템 활용이 급증함에 따라 이와 같은 주문은 향후 우리 국민들의 국제 지재산 시스템 이용 편리성 제고에도 많은 도움이 될 것으로 전망됨

// 이와 더불어 이 청장은 세계 디자인 법·제도 조화 논의 등 지재산 규범 형성분야에서 각 회원국의 적극적인 참여와 WIPO의 중재자 역할을 촉구하는 한편, 한국의 국내 출원인의 국제 디자인 등록 편의 제고를 위한 헤이그 협정 가입 추진 등 한국의 최근 지재산 활동을 소개하여 회원국들의 주목을 받음

디자인 지재산 포털 「디자인 맵」 「디자인권 검색」의 인기에 힘입어 파악방문자수 크게 증가 특허청, 09.14

특허청(청장 이수원)은 전 세계 주요 디자인권을 한눈에 파악할 수 있는 유일한 서비스인 「디자인 맵(www.designmap.or.kr)」의 방문자 수가 전년 동기 대비('10.1.1~6.30) 37,176명에서 112,355명으로 증가했다고 밝힘

// 이러한 방문자수 급증은 모바일사이트(m.designmap.or.kr)와 SNS(Social Network Service)*를 통해 디자인권을 비롯한 지재산의 주요 이슈사항을 실시간으로 제공해 주었기 때문으로 분석됨

* 페이스북 : www.facebook.com/kipoDesignmap

트위터 : mobile.twitter.com/kipoDesignmap

// 우리나라를 비롯한 미국, 일본, EU의 디자인권을 한눈에 파악할 수 있는 「디자인권 검색」이 가장 인기있는 콘텐츠로 파악되었으며, 함께 제공되는 웹진 「디자인 콤파스」도 삼성과 애플의 디자인 분쟁에 관한 분석기사 등 디자인과 관련된 지재산의 주요이슈를 인터뷰와 함께 제공하여 많은 관심을 받음

// 이와 관련하여 한동대학교 산업디자인학과 최인욱교수는 "세계의 주요 디자인권을 한눈에 파악할 수 있도록 만든 「디자인 맵」은 디자인개발에 앞서 상대의 권리를 파악함으로써 분쟁을 예방할 수 있으며, 새로운 디자인의 방향을 설정하는데 매우 중요한 자료를 제공한다."라고 밝힘

특허청, 사회적 기업에 브랜드·디자인 개발 지원한다

특허청, 08.09

특허청(청장 이수원)은 사회경제적 취약계층에 일자리와 사회서비스를 제공하고자 설립된 「사회적기업」들을 대상으로 제품의 매출 증대와 판로확대를 위하여 브랜드 및 디자인의 개발과 권리화지원에 나서기로 함. 2011년 6월말 현재 고용노동부에 인증된 사회적 기업은 532개, 예비 사회적 기업은 1,005개임. 이 중 사회적 기업 5곳을 선발하여 올해 하반기에 사법적으로 지원할 계획임

// 특허청은 사회적 기업에 대한 브랜드·디자인 개발 지원을 통해 지식재산권에 대한 인식을 확산할 수 있을 뿐만 아니라, 제품 개발 및 마케팅 등에 필요한 브랜드·디자인을 지원함으로써 사회적 기업이 매출을 향상하는데도 도움을 줄 것으로 기대함. 아울러, 동 지원사업을 통해 사회적기업의 임직원들이 지식재산의 중요성을 인식하여 「지식재산경영」을 도입할 수 있도록 한다는 계획임

// 2012년부터는 특허청에서 지정한 지식재산 종합지원기관인 전국 32개 지역지식재산센터를 통하여 브랜드·디자인뿐만 아니라 특허를 포함한 지식재산권 전반에 관한 전문상담과 이를 바탕으로 한 권리화, 사업화 등 종합서비스를 제공할 것이며, 지원규모도 확대해 나갈 예정임. 또한, 사회적기업중 경쟁력이 있는 기업은 글로벌 IP 스타기업으로 선정하여 보다 체계적이고 집중적인 지원을 함으로써 사회적 기업이 지식재산권을 바탕으로 세계적 경쟁력을 갖춘 중소기업으로 성장할 수 있도록 육성할 계획임

3. 해외 지식재산권 정책

세계지식재산권기구 사무총장, 제49차 연례총회에서 미래 주요과제 및 성과에 대해 연설 **WIPO. 09.26**

9월 26일, 세계지식재산권기구(WIPO) Francis Gurry 사무총장은 제49차 연례총회(9월 26일 ~ 10월 5일)의 기조연설에서 국제 지식재산 커뮤니티의 미래 주요 3대 과제 및 총회의 안건에 대해 연설함

【국제 지식재산 커뮤니티가 직면할 주요 3대 과제】

// ① 지식재산 출원에 대한 수요관리, ② 모든 문화 콘텐츠의 인터넷으로의 이동, ③ 저개발국 및 개발도상국들의 혁신 및 창의성 장려를 위한 IP 시스템 활용 능력 강화

// 이러한 과제를 해결하기 위해서는 각국의 능동적 참여와 지원이 요구됨

【WIPO의 규범적 아젠다(normative agenda)】

WIPO의 규범적 아젠다(normative agenda)의 발전을 환영하며 이는 WIPO 회원국 간의 긴밀한 협력 및 이해를 통해 이루어진 것임

// 이번 총회에서는 특별히 시청각 실연(audiovisual performances)과 관련한 협상에서의 돌파구 마련, 활자장애인(the print-impaired)에 대한 출판 저작물 접근성 개선을 위한 국제적 수단(international instrument)에 관한 협정의 진보 및 방송단체 보호를 위한 새로운 계획 마련을 위한 논의가 있을 것임

// 각국 대표단들이 문제의 해결책을 찾기 위해 능동적으로 임했으며, 회원국들이 보여준 참여활동 및 관심에 감사를 표함

// 참고로 이번 총회에서는 유엔 세르비아 대표인 Uglješa Zvekić대사가 총회 의장으로 선출됨

【지식재산 및 유전자원, 전통지식 및 민간전승물에 대한 정부간위원회(IGC)의 진전사항】

// 주요 안건에 대해서 그동안 활발히 논의됨

// IGC는 향후 2년 동안의 IGC의 권한(mandate) 갱신 조건에 합의하였으며, 합의된 텍스트가 현재 총회승인을 받기 위해 제출된 상태임

【WIPO 재정 상황】

2011년에는 특허협력조약(PCT), 상표의 국제등록에 관한 마드리드시스템, 디자인의 국제등록에 관한 헤이그시스템 및 WIPO 조정·중재센터 등과 같은 WIPO가 제공하는 서비스의 이용이 경제위기 이전 수준으로 회복됨

// 하지만 스위스 프랑의 급격한 통화가치 절상으로 서비스에 대한 수요증가만큼 매출의 상승효과를 가져오지 못함

// 올해 말까지 통화 유동성을 위한 조정 메커니즘이 발효되면서 위와 같은 상황은 개선될 것으로 예상함

// WIPO는 4.7% 매출 증가 예상치를 그대로 유지함

// 하지만 지출액을 3% 증액하는 수준으로 낮추고 지속적으로 데이터를 모니터링하여 조정하도록 제안 받음

// WIPO 재정문제와 관련하여 회원국과의 건설적인 대화를 환영하는 바이며, 이와 관련하여 총회가 초안 프로그램(draft Program) 및 2년간의 예산안(2012/2013)을 채택하기를 고대함

【전 세계 지식재산권에 대한 수요 증가】

지식재산권 수요증가 문제에 대해서는 WIPO가 제공하는 글로벌 IP 시스템의 효율적 활용, 입법활동 및 업무공유, 기술인프라 개선 등을 포함한 다각적 측면에서 해결하고자 함

// 국제 사회는 이에 대한 합의 역량을 발휘할 필요가 있음

【저작권 관련 도전과제】

저작권이 직면한 과제에 대한 해결책은 매우 복잡한 양상을 보일 것임

// 글로벌 라이선싱 및 디지털시장을 위한 법 및 인프라 구축, 문화 변화, 제도적 협력 및 더 나은 비즈니스모델 등이 포함될 수 있음

// 수요관리와 마찬가지로 저작권문제 해결도 시급한 상황이며, 이에 대한 해결책에는 회원국들의 합의를 위한 적극적인 참여 및 의지가 요구됨

【혁신 및 문화적 창의성 장려를 위한 IP 시스템】

// 저개발국과 개발도상국 등에서의 혁신 및 문화적 창의성을 촉진하기 위해 저개발국가 및 개발도상국들이 IP 시스템에 참여하여 활용할 수 있는 역량을 강화시키는 데 있어 WIPO의 의지를 재확인함

// WIPO는 그동안 전략적 계획을 도입하고 WIPO 내 모든 서비스가 개발도상국의 역량문제 해결에 지원되도록 함으로써 서비스 배포에 진전을 이루었음

// 이와 더불어 개발도상국에게 IP 시스템이 생산하는 지식 및 정보를 이용할 수 있는 기회를 증대시켜주는 수많은 데이터베이스와 플랫폼을 수립하고, 50개국 이상에서 진행 중인 사무자동화 등 현대화 프로젝트를 지원함

// 상당한 진전을 기록하였지만 아직 추가 개선의 여지가 남아있으며 WIPO는 이러한 개선의 결과를 가져오기 위해 회원국과 협력하는 것을 고대함

영국 지식재산청, 디자인권 관련 보고서 발표

<http://www.ipo.gov.uk>, 09.21

9월 21일, 영국 지식재산청(UKIPO)은 「영국의 디자인서비스, 디자인권, 디자인생활의 넓이」에 관한 보고서를 발표함

// 영국에서 디자인 분야는 2008년도에 3백 3십억 파운드가 투자된 경제적으로 중요한 분야임

// 이러한 중요성을 강조하기 위하여 UKIPO는 디자인권에 관한 연구프로젝트를 실시함

보고서는 4개의 장으로 구성되어 있으며, 각 장은 외부 전문가에 의해 연구가 진행됨

// 제1장은 영국에서 디자인 활동이 어디서 발생하는지, 디자인을 외부에서 구입하는지 또는 내부적으로 제작하는지, 등록 디자인권이 어떻게 이용되는지 등을 담고 있음

// 제2장은 등록 디자인권이 사업에 영향을 미치는지에 관한 내용임

// 제3장은 기업이 디자인 관련 지식재산과 상호작용하는 이유에 대한 설문 내용을 담고 있음

// 제4장은 영국, 프랑스, 독일의 디자인제도를 국제제도와 비교한 내용임

세계지식재산권기구, 「2011 WIPO 지식재산 현황 통계」

보고서 발간 <http://www.wipo.int>, 09.20

9월 20일, 세계지식재산권기구(WIPO)는 2009년까지의 WIPO 지식재산 활동에 관한 「2011 WIPO 지식재산 현황 통계(WIPO IP Facts and Figures 2011)」 보고서를 발표함

// 이 보고서는 전 세계 90개 특허청의 특허, 실용신안, 상표, 디자인에 관한 통계를 모아 발간함

보고서에 따르면, 상표출원이 2004년 이래 매년 3만 건 이상 신청된 점이 특이사항임

// 2009년에 전 세계 상표출원의 1/4를 중국 국가지식재산권국(SIPO)이 접수함

// 중국에서의 상표출원은 중국, 한국, 일본, 인도가 전체 상표출원의 37%를 차지하였으며, 인도는 2005년부터 2009년까지 5년 동안 13.5%의 증가율을 보였고, 중국은 2008년부터 2009년까지 1년 동안 20.8% 증가함

「상표등록에 관한 마드리드시스템」 상의 등록은 2010년에 약 37,500건으로 2009년에 비해 4.5% 증가함

// 디자인은 중국에서의 출원이 2008년에서 2009년까지 12.3% 증가하여 전체 출원의 50%를 차지함

// 상위 20개 특허청이 전체 디자인출원의 87%를 차지함

// 2007년 이후 디자인의 국제등록에 관한 헤이그시스템의 이용은 약 2배 이상 증가하여 2,200건이 등록됨

// 특허협력조약(PCT)상 국제특허출원은 2009년에 감소세를 보였고, 2010년에는 164,300건을 기록하여 2008년에 비해 약간 증가함

// 2008년과 2009년 사이, 상위 3개 특허청 중 일본은 특허출원 접수가 10.8% 감소하였으며, 미국은 변화가 없고, 중국은 8.5% 증가함

* 「2011 WIPO 지식재산 현황 통계, 보고서

http://www.wipo.int/export/sites/www/ipstats/en/statistics/patents/pdf/wipo_pub_943_2011.pdf

4. 기타

(국방) 軍 고기능성 차세대 신형 전투복 보급 국방부. 09.29

국방부는 금번 간군 제63주년 국군의 날을 맞이하여 디지털무늬의 차세대 신형 전투복을 장병에게 보급함

// 신형전투복은 국방부와 지식경제부가 MOU를 체결, 『차세대 국방섬유 개발 협력사업』으로 각 분야별 민간 전문가 및 교수들이 공동 개발한 4계절용 ‘첨단 고 기능성 섬유소재’로 군 전투력 향상과 장병들의 삶의 질 향상에 기여할 것으로 기대됨

신형전투복의 분야별 개선내용은

// 전투적인 측면에서

21세기 환경변화에 맞는 항공 및 위성활영에 의한 첩보수집 거부를 위해 한반도의 지형과 기후 특성을 고려하고, 디지털 패턴형과 추상패턴형에서 실전모의 실험을 통해 정밀 관측장비 회피와 개인의 은폐효과를 증대시켰으며, 적외선 산란(IR)처리로 야간 관측장비로부터의 보호기능이 향상됨

// 소재의 기능성 측면에서

기능성 원사를 사용한 면/폴리에스터 혼방으로 ‘고신축성’, ‘흡한속건’, ‘항구김성’, ‘항균성’, ‘견뢰도’ 등의 기능이 최초로 구현되거나 획기적으로 기능이 향상됨
※ 흡한속건(吸汗速干) : 땀을 빨리 흡수하고, 빨리 건조시키는 성질

// 디자인 측면에서

신세대 장병들의 기호와 전장 활동성을 반영한 디자인으로 포복 및 무기반동에 따른 신체보호기능을 개선하였으며, 이를 위해 건국대학교 i-Fashion 의류기술센터에서 서울대와 동서울대학 등과 공동으로 한국군 장비 체형에 맞는 ‘인체공학적 전투복 설계’를 하고, ‘신형전투복 사이즈 체계’를 개발함

// 전투 활동성과 착용감 향상을 위해

3차원 정밀 인체스캐너로 장병 324명을 측정하여 한국군의 체형 및 치수를 조사하여 장병의 체형특성을 분석하였고, 3차원 전투 동작분석(사격 5가지 자세, 수류탄 투척 3가지 자세, 총검술 1가지 자세, 유격 4가지 자세, 각개전투 4가지 동작과 가동범위 측정 등), 착용평가를 통한 전투복 맞춤새(fitting) 등을 통하여 전투 활동성을 향상하고 착용시 편안함을 부여하기 위하여 인체공학적 패턴을 개발함

// 또한, 한국군의 체형에 적합한 전투복 치수체계(상의 44개, 하의 40개)를 세분화하여 장병들의 체형에 맞는 맞춤형 수준의 전투복으로 이는 민간 고급 정장의 치수체계보다도 세분화된 것임

※ 패턴(pattern) : 의복의 설계도

※ 호수개선 : 장병들의 체형 및 신체치수 분포를 분석하여, 최적화된 기성복 치수를 분류

국방부는 이번에 개발된 신형 전투복을 2011년부터 전군에 순차적으로 보급하고, 지식경제부와 공동으로 민간섬유기술을 반영하여 소재와 디자인 등을 매년 개선해 나갈 예정이며, 향후 특수임무 수행 장병들을 대상으로 불에 타지 않는 난연성 소재의 전투복 보급을 위한 개발을 추진 중에 있음

※ 현 장병들이 착용하는 얼룩무늬 전투복(면/폴리에스터 혼방)은 1990년 11월 무늬가 민무늬에서 얼룩무늬로 개선된 것으로 1973년 이후 소재나 디자인은 크게 개선되지 않아 기능성과 활동성이 부족

(국민생활) ‘문화로 행복한 학교 만들기’ 올해 9곳 결실 문광부. 09.26

확실적이고 기능적으로 조성된 학교 공간을 학생들을 위한 다양한 문화 활동과 소통이 활성화되는 공간으로 만들어가는 ‘문화로 행복한 학교 만들기’ 사업이 지난 21일 김포 수남 초등학교의 개소식을 시작으로 연이어 결실을 맺음

// 올해 공모에 신청한 279개 학교 중에 사업 대상 학교로 선정된 9곳은 27일 충남 서산 가사 초등학교, 10월 6일 전북 전주 풍남 초등학교, 10월 7일 경남 삼천포 중앙 여자중학교 등 9~11월 중 학교별로 개소식을 진행할 예정임

// 사업 추진을 위해 2010년 문화체육관광부로부터 ‘젊은 건축가 상’을 수상한 이정훈 소장(조호건축사사무소 소장)이 디자인디렉터로 위촉됨. 이 소장은 3개월간 진행한 디자인 워크숍을 통해 학생과 교사, 학부모가 함께 고정화된 교실에서 벗어나 자신이 꿈꾸는 교실에 대해 다양한 의견과 스케치를 제시한 결과, 새로 탄생한 문화 교실은 ‘딱딱한 직선’ 대신 아이들의 창의적 사고를 자극할 수 있는 ‘유선형 공간’으로 조성되어, 학과 수업과 함께 전통 문화 체험 활동이 가능한 복합 문화 공간으로 변모함

// 사업 추진 과정에서는 디자인디렉터가 총괄하는 참여형 디자인 워크숍과 함께 학생들의 문화적 감수성과 창의성을 제고할 수 있는 음악, 디자인, 공예 등 다양한 문화예술 워크숍이 동시에 개최되어 디자인 과정 자체가 학생들의 문화예술 체험 및 교육과 결합될 수 있도록 지원함

2 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 것으
로 보는 업체보다 더 많음을 나타내며,
100미만이면 그 반대를 뜻함

* BSI가 기준치인 100인 경우 긍정적
인 응답업체수와 부정적인 응답업체수
가 같음을 의미하며, 100이상인 경우
에는 긍정응답 업체수가 부정응답 업체
수보다 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	전화, 팩스, 이메일조사 등
조사기간	2011. 10. 14(금)~2011. 10. 28(금)

조사목적

// 분기별 전문디자인업체 경기조사를 통해 D-BSI(Design Business Survey Index) 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 산업 경제 기초 자료를 확보하고 이를 통해 디자인산업 분야별·지역별·경영활동별 경기 전망 및 실적을 파악하여 전문디자인 업체의 경영전략 수립과 디자인 관련 정책 수립에 활용하고자 함

조사대상 및 방법

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

// 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 층화추출법을 이용하여 표본을 추출, 기준

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

치는 설계 가중값, 무응답 조정, 사후층화 조정 등을 고려하여 작성

// 분기별 전문디자인업체 경기조사는 제품디자인업, 시각디자인업, 인테리어디자인업(환경디자인업), 기타전문디자인업(디지털미디어, 의상·패션디

자인업, 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)
층업원수 15인 이상 사업체는 전수조사를 실시하고, 14인 이하 업종은 비례배분으로 할당함

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

// 조사기간은 2011년 10월 14일부터 10월 28일까지 실시하였으며, 전화조사를 중심으로 E-mail과 Fax 등 다양한 접수방법을 통하여 데이터를 수집함

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

구분	조사내용	조사대상
경기전반	전반적인 경기, 호전 또는 악화 이유	
세부 내용	마케팅	수주, 단가, 현금결제, 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 파악하여야 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 조사결과와 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)

부록2. 2011년 4/4분기 전문디자인업 경기전망 조사표

List ID ID

한국디자인진흥원에서는 다음과 같이 2011년 4/4분기 기업경기전망조사를 실시합니다.

이 설문조사는 기업이 현장에서 느끼는 체감경기를 조사, 발표하여 기업의 경영계획 수립과 정부의 경제정책 결정에 참고자료로 제공하기 위해 매분기별로 실시되고 있습니다.

여러모로 바쁘시겠지만 이번 조사의 목적과 취지를 감안하시어 적극 협조 부탁드립니다. 아울러 본 조사는 통계목적으로만 사용되고 귀사에서 응답한 내용은 절대 비밀이 보장된다는 점을 알려드립니다.

한국디자인진흥원

■ 문의 및 송부처 : 밀워드브라운미디어리서치(이하나과장 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)	총사자수			
기 업 구 분	① 국내기업	② 외국계기업	응답자	

2. 지금까지 귀사의 2011년 3분기 경기에 대해 여쭙겠습니다.

2-1. 귀사의 올해 3분기의 전반적인 경기는 2분기 비해 어떠하십니까?

매우호전 다소호전 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 부분별로 2분기 대비 3분기의 경기에 대해 여쭙겠습니다.

	매우호전	다소호전	동일	다소악화	매우악화
1. 귀사의 주주, 신규고객 창출 등 마케팅 부분의 3분기 경기는 작년 2분기 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 4분기 경기 전망에 대한 질문입니다.

3-1. 귀사의 2011년 4분기 전반적인 경기는 3분기에 비해 어떠할 것 같습니다.

매우 호전될 것 같다 다소 호전될 것 같다 동일할 것 같다 다소 악화될 것 같다 매우 악화될 것 같다

1 2 3 4 5

3-1-1. 4분기 경기 호전을 전망하시는 이유는 무엇입니까?

3-1-2. 4분기 경기 악화를 전망하시는 이유는 무엇입니까?

3-2. 사업 부분별로 3분기 대비 4분기의 경기 전망에 대해 여쭙겠습니다.

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

부록 3. 디자인산업 경기지수 추이

■ 전반적

		10. 3/4	10. 4/4	11. 1/4	11. 2/4	11. 3/4	전분기 대비 변동폭
업 황		69.9 (90.4)	74.0 (97.5)	63.2 (105.6)	68.4 (96.0)	68.4 (96.7)	0.0 (0.7)
업종별	제 품	71.8 (101.6)	89.5 (104.7)	66.2 (110.2)	79.5 (104.4)	72.6 (106.0)	-6.9 (1.6)
	시 각	72.9 (94.4)	79.9 (98.6)	61.4 (98.6)	63.8 (96.4)	65.4 (94.8)	1.6 (-1.6)
	인테리어	65.6 (74.4)	62.1 (96.6)	71.0 (112.6)	67.7 (90.3)	71.5 (93.9)	3.8 (3.6)
	기 타	66.6 (91.3)	55.6 (85.3)	49.5 (105.2)	65.4 (92.4)	64.6 (93.0)	-0.8 (0.6)
지역별	서 울	71.6 (93.4)	75.0 (95.1)	65.7 (106.2)	68.6 (95.2)	68.0 (98.9)	-0.6 (3.7)
	경기/인천	59.7 (86.5)	71.7 (87.3)	53.0 (93.7)	51.3 (73.5)	61.0 (79.4)	9.7 (5.9)
	대전/충남/충북	52.9 (69.5)	110.2 (106.9)	50.7 (102.6)	46.0 (88.6)	49.5 (63.4)	3.5 (-25.2)
	광주/전남/전북	65.0 (78.9)	54.9 (115.1)	35.1 (112.3)	74.0 (113.6)	66.1 (103.4)	-7.9 (-10.2)
	대구/경북	60.3 (63.2)	55.6 (119.8)	83.2 (128.1)	71.6 (103.8)	74.9 (122.0)	3.3 (18.2)
	부산/울산/경남	82.0 (104.3)	88.0 (111.4)	63.7 (99.4)	90.8 (111.1)	77.7 (90.3)	-13.1 (-20.8)
	강원/제주	108.9 (118.0)	52.0 (88.1)	89.7 (88.4)	109.0 (141.4)	119.8 (112.6)	10.8 (-28.8)
부분별	마케팅	75.0 (87.9)	77.0 (102.7)	68.1 (107.0)	76.1 (99.4)	76.3 (99.4)	0.2 (0.0)
	재 무	65.0 (82.5)	69.2 (95.5)	60.0 (96.6)	68.4 (86.9)	60.4 (91.7)	-8.0 (4.8)
	인적자원	85.7 (95.3)	88.4 (105.4)	87.8 (101.0)	94.3 (99.9)	88.0 (98.3)	-6.3 (-1.6)
	투 자	92.1 (97.2)	84.9 (102.4)	85.8 (100.8)	93.8 (104.9)	86.7 (94.5)	-7.1 (-10.4)

()내는 전망치

■ 마케팅

		10. 3/4	10. 4/4	11. 1/4	11. 2/4	11. 3/4	전분기 대비 변동폭
마케팅		75.0 (87.9)	77.0 (102.7)	68.1 (107.0)	76.1 (99.4)	76.3 (99.4)	0.2 (0.0)
업종별	제 품	82.3 (96.6)	87.2 (103.9)	72.5 (112.7)	88.9 (107.7)	72.0 (110.8)	-16.9 (3.1)
	시 각	76.4 (91.3)	86.2 (105.7)	64.3 (102.2)	69.8 (97.1)	70.4 (91.9)	0.6 (-5.2)
	인테리어	67.7 (75.7)	71.4 (102.3)	76.5 (108.6)	70.6 (98.0)	89.5 (104.3)	18.9 (6.3)
	기 타	72.8 (87.0)	47.2 (93.6)	56.9 (108.8)	83.9 (95.2)	75.1 (93.5)	-8.8 (-1.7)
지역별	서 울	75.1 (90.5)	76.6 (104.0)	70.7 (108.7)	77.4 (97.6)	77.2 (103.5)	-0.2 (5.9)
	경기/인천	65.8 (80.0)	80.8 (88.0)	56.8 (93.5)	54.2 (82.4)	58.7 (86.9)	4.5 (4.5)
	대전/충남/충북	66.0 (68.3)	102.9 (116.0)	59.1 (98.1)	56.2 (73.9)	51.3 (67.5)	-4.9 (-6.4)
	광주/전남/전북	74.4 (74.7)	59.8 (99.0)	45.6 (107.6)	82.3 (117.0)	90.4 (108.2)	8.1 (-8.8)
	대구/경북	82.8 (81.3)	60.9 (101.1)	82.9 (124.0)	74.2 (103.1)	77.5 (97.9)	3.3 (-5.2)
	부산/울산/경남	85.0 (98.9)	88.2 (122.8)	71.3 (105.0)	98.2 (126.0)	87.5 (94.5)	-10.7 (-31.5)
	강원/제주	88.8 (108.4)	72.5 (96.2)	83.1 (96.9)	119.7 (162.7)	106.4 (93.6)	-13.3 (-69.1)

()내는 전망치

■ 재무

		10. 3/4	10. 4/4	11. 1/4	11. 2/4	11. 3/4	전분기 대비 변동폭
재 무		65.0 (82.5)	69.2 (95.5)	60.0 (96.6)	68.4 (86.9)	60.4 (91.7)	-8.0 (4.8)
업종별	제 품	68.0 (90.4)	74.2 (103.1)	65.7 (96.8)	80.8 (97.1)	62.2 (104.1)	-18.6 (7.0)
	시 각	68.5 (87.7)	76.6 (101.3)	56.1 (91.2)	59.1 (80.4)	60.8 (85.7)	1.7 (5.3)
	인테리어	58.0 (66.4)	63.4 (86.7)	67.2 (107.8)	70.4 (86.5)	61.4 (93.1)	-9.0 (6.6)
	기 타	63.6 (85.0)	53.0 (84.5)	49.2 (91.2)	71.6 (89.8)	54.8 (86.6)	-16.8 (-3.2)
지역별	서 울	66.7 (86.0)	70.0 (99.3)	61.5 (101.6)	69.5 (85.2)	58.8 (95.7)	-10.7 (10.5)
	경기/인천	52.3 (71.5)	63.7 (81.7)	50.2 (81.2)	51.6 (80.0)	47.2 (68.8)	-4.4 (-11.2)
	대전/충남/충북	51.9 (70.6)	139.3 (109.3)	42.1 (70.7)	46.7 (60.6)	39.6 (65.0)	-7.1 (4.4)
	광주/전남/전북	61.6 (71.4)	59.1 (90.8)	41.5 (87.2)	80.4 (94.3)	79.9 (102.4)	-0.5 (8.1)
	대구/경북	64.6 (67.6)	53.8 (95.5)	75.1 (117.0)	66.2 (94.6)	70.1 (113.2)	3.9 (18.6)
	부산/울산/경남	74.9 (88.9)	64.9 (98.4)	63.1 (78.8)	83.6 (103.0)	81.5 (75.1)	-2.1 (-27.9)
	강원/제주	63.2 (107.3)	78.9 (50.6)	106.9 (90.2)	100.1 (142.1)	58.2 (93.6)	-41.9 (-48.5)

()내는 전망치

■ 인적자원

		10. 3/4	10. 4/4	11. 1/4	11. 2/4	11. 3/4	전분기 대비 변동폭
인적자원		85.7 (95.3)	88.4 (105.4)	87.8 (101.0)	94.3 (99.9)	88.0 (98.3)	-6.3 (-1.6)
업종별	제품	88.5 (98.2)	86.5 (104.3)	96.9 (105.1)	99.0 (103.7)	86.2 (101.0)	-12.8 (-2.7)
	시각	87.0 (95.5)	87.5 (109.6)	89.0 (100.8)	90.3 (99.8)	92.0 (94.7)	1.7 (-5.1)
	인테리어	79.5 (89.8)	92.2 (102.5)	81.2 (102.4)	91.6 (94.4)	88.5 (101.2)	-3.1 (6.8)
	기타	89.3 (99.8)	87.1 (100.7)	82.6 (92.7)	102.5 (104.2)	79.5 (98.6)	-23.0 (-5.6)
지역별	서울	85.4 (96.0)	85.5 (106.4)	86.6 (102.0)	95.3 (97.8)	86.6 (100.0)	-8.7 (2.2)
	경기/인천	83.1 (95.2)	89.1 (92.7)	90.4 (91.4)	83.4 (91.4)	73.7 (94.0)	-9.7 (2.6)
	대전/충남/충북	80.9 (85.0)	115.8 (125.1)	68.8 (88.2)	93.8 (97.9)	78.5 (70.9)	-15.3 (-27.0)
	광주/전남/전북	86.2 (94.3)	100.8 (122.0)	87.9 (96.7)	91.9 (111.6)	110.9 (99.7)	19.0 (-11.9)
	대구/경북	92.0 (100.7)	94.1 (100.5)	101.2 (105.0)	81.7 (92.1)	100.5 (105.8)	18.8 (13.7)
	부산/울산/경남	87.1 (89.3)	89.5 (114.4)	92.3 (114.6)	110.1 (129.5)	94.3 (97.4)	-15.8 (-32.1)
	강원/제주	102.8 (106.0)	100.0 (84.4)	91.7 (106.7)	120.7 (120.4)	100.0 (100.0)	-20.7 (-20.4)

()내는 전망치

■ 투자

		10. 3/4	10. 4/4	11. 1/4	11. 2/4	11. 3/4	전분기 대비 변동폭
투 자		92.1 (97.2)	84.9 (102.4)	85.8 (100.8)	93.8 (104.9)	86.7 (94.5)	-7.1 (-10.4)
업종별	제 품	100.3 (103.8)	86.5 (102.0)	94.6 (106.7)	100.5 (114.0)	85.2 (98.7)	-15.3 (-15.3)
	시 각	94.5 (101.0)	87.0 (108.1)	88.5 (101.7)	91.4 (99.2)	84.1 (87.2)	-7.3 (-12.0)
	인테리어	79.6 (85.4)	86.4 (99.1)	77.9 (101.1)	88.9 (105.7)	94.7 (104.5)	5.8 (-1.2)
	기 타	95.6 (98.0)	74.3 (93.4)	79.0 (88.8)	98.9 (105.4)	81.9 (90.0)	-17.0 (-15.4)
지역별	서 울	90.7 (98.1)	84.2 (102.6)	84.4 (100.7)	93.6 (103.9)	88.8 (96.7)	-4.8 (-7.2)
	경기/인천	82.0 (87.5)	81.3 (95.8)	75.4 (93.4)	93.2 (94.5)	55.7 (87.0)	-37.5 (-7.5)
	대전/충남/충북	90.3 (90.7)	99.2 (116.0)	78.9 (95.5)	99.9 (113.1)	62.1 (69.7)	-37.8 (-43.4)
	광주/전남/전북	92.2 (98.7)	99.7 (118.7)	80.9 (105.0)	89.8 (110.9)	95.5 (97.1)	5.7 (-13.8)
	대구/경북	114.1 (111.6)	80.1 (99.7)	102.9 (116.8)	88.8 (105.3)	112.4 (97.8)	23.6 (-7.5)
	부산/울산/경남	94.9 (94.8)	91.3 (108.8)	104.6 (102.0)	99.7 (117.9)	93.0 (96.0)	-6.7 (-21.9)
	강원/제주	107.2 (111.0)	78.1 (74.4)	108.5 (88.2)	100.0 (120.4)	100.0 (93.3)	0.0 (-27.1)

() 내는 전망치

2011년 3/4분기 디자인산업동향 브리프

Vol.5

발행인 김현태

발행처 한국디자인진흥원 www.kidp.or.kr

463-954 경기도 성남시 분당구 양현로 322 코리아디자인센터

총괄책임 최원도

실무책임 강필현

발간기획 조동천

발간진행 유영선

발행일 2011년 11월 25일

본 보고서의 저작권은 한국디자인진흥원이 소유하고 있습니다.

본 보고서에 실린 내용은 한국디자인진흥원의 동의 없이 무단으로 전재 및 복사를
할 수 없습니다. 문의처 한국디자인진흥원(KIDP) 디자인전략연구실

031-780-2034, youngsun@kidp.or.kr

ISSN 2093-8993

