

2/4

2012년 2/4분기 디자인산업 동향브리프

2012년 2/4분기 동향과 2012년 3/4분기 전망

2012. 7

지식경제부 / 한국디자인진흥원

본 보고서는 분기별 전문디자인업체의 체감경기를 조사하여 디자인산업 분야별 · 지역별 · 경영활동별 기초자료를 제공하고, 관련 산업동향 및 정책동향 분석을 통하여 디자인 비즈니스 대한 전문지식을 전달함을 목적으로 합니다.

단, 보고서의 내용은 한국디자인진흥원의 공식 입장이 아니며, 연구자 고유의 의견임을 밝힙니다.

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

요약	03
I. 디자인산업 경기조사	09
1. 2012년 2/4분기 디자인산업 경기현황	09
2. 2012년 3/4분기 디자인산업 경기전망	14
3. 국내 디자인 전문기업의 영업현황	19
4. 전문디자인업 생산지수	25
II. 디자인산업 업계동향	27
1. 국내 업계동향	27
2. 해외 업계동향	33
III. 디자인산업 정책동향	39
1. 국내 정책동향	39
2. 해외 정책동향	42
부록	46
I. 디자인산업 경기조사 개요	46
II. 2012년 2/4분기 BSI 조사표(설문지)	48
III. 디자인산업 경기지수 추이	51
IV. 산업일반 통계자료	56

요약

I. 디자인산업 경기조사

1. 2012년 2/4분기 디자인산업 경기현황

전문디자인업의 2/4분기 경기지수(D-BSI)는 62.5p로 전분기 63.3p보다 0.8p 하락하였으며, 전년 동분기 68.4p대비 5.9p 하락함

■ 업종별

상승 : 인테리어디자인업(61.5p→68.6p △7.1p), 기타전문디자인업(6.5p→57.4p △0.9p)

하락 : 제품디자인업(69.9p→66.5p ▽3.4p), 시각디자인업(63.1p→58.0p ▽5.1p)

■ 지역별

상승 : 경기/인천(45.6p→47.9p △2.3p), 광주/전남/전북(67.8p→83.1p △15.3p),

부산/울산/경남(67.7p→73.3p △5.6p), 강원/제주(65.3p→95.6p △30.3p)

하락 : 서울(63.2p→62.6p ▽0.6p), 대전/충남/충북(55.1p→54.3p ▽0.8p), 대구/경북(92.5p→61.2p ▽31.3p)

■ 경영부문별

하락 : 매출(69.2p→64.1p ▽5.1p), 채산성(60.3p→56.1p ▽4.2p), 인력사정(88.4p→86.2p ▽2.2p),

자금사정(85.5p→58.7p ▽26.8p)

※ 2분기 경기 악화 이유

'경기침체에 따른 수주 감소'를 꼽은 업체가 78.9%로 매우 높았음

그 외 '시기적 요인으로 인한 매출 감소'(8.7%), '가격 경쟁으로 인한 경쟁력 하락'(5.3%), '신규 거래처의 부재'(2.9%)등은 10% 미만에 그침

※ 2분기 경기 호전 이유

'수주 증가'(48.4%)가 가장 높았고, 다음은 '시기적 요인으로 인한 발주 증가'(36.4%)였음

'신사업 발굴 계획/신규 개발'(8.7%), '직원들 노력에 따른 영업 호조'(6.5%)는 10% 미만으로 나타남

2. 2012년 3/4분기 디자인산업 경기전망

전문디자인업의 2/4분기 경기전망지수(D-BSI)는 79.7p로 전분기 109.4p보다 29.7p 하락하였으며, 전년 동분기 105.6p대비 25.9p 하락함

■ 업종별

하락 : 제품디자인업(120.4p→97.1p ▽23.3p), 시각디자인업(96.4p→70.0p ▽26.4p),

인테리어디자인업(109.8p→92.2p ▽17.6p), 기타전문디자인업(123.1p→55.2p ▽67.9p)

■ 지역별

상승 : 광주/전남/전북(98.3p→120.8p △22.5p), 강원/제주(133.7p→160.0p △26.3p)

하락 : 서울(110.4p→75.6p ▽34.8p), 경기/인천(100.0p→66.0p ▽34.0p), 대전/충남/충북(92.6p→81.4p ▽11.2p),

대구/경북(124.0p→72.8p ▽51.2p), 부산/울산/경남(109.8p→103.4p ▽6.4p)

■ 경영부문별

상승 : 채산성(72.6p→75.1p △2.5p), 인력사정(94.8p→97.8p △3p)
 하락 : 매출(87.5p→83.1p ▽4.4p), 자금사정(94.7p→72.4p ▽22.3p)

※ 3분기 경기전망 악화 이유

'경기침체에 따른 수주 감소'를 꼽은 업체가 74.8%로 매우 높았음
 이어 '시기적 요인으로 인한 매출 감소'(11.5%), '신규 거래처의 부재'(4.6%) 등의 순으로 높게 나타남

※ 3분기 경기전망 호전 이유

'시기적 요인으로 인한 발주 증가'(37.8%)가 가장 높았고, 다음은 '수주 증가'(25.5%)로 나타남
 이어 '신사업 발굴 계획/ 신규 개발'(12.4%), '경기회복 기대 심리'(11.1%), '직원들 노력에 따른 영업 호조'
 (10.2%) 등의 순으로 높게 나타남

3. 국내 디자인 전문기업의 영업현황

■ 주요 거래 대상

구분	대기업	중소기업	개인사업자	공공기관	기타
비율	18.6	33.5	34.3	12.2	1.4

■ 주요 거래 대상의 매출 비중

구분	0% 이상~ 10% 미만	10% 이상~ 20% 미만	20% 이상~ 30% 미만	30% 이상~ 50% 미만	50% 이상	모름/무응답
비율	2.1	2.1	7.1	13.7	74.9	0.1

■ 주된 용역 수행 방식

주된 용역 수행 방식으로는 '자체 수행'이 77.4%로 가장 높았음
 '재하청'은 12.6%, '프리랜서 활용'은 10.0%로 나타남

■ 평균 용역 수행 기간

구분	3개월 미만	3개월 이상~ 6개월 미만	6개월 이상~ 1년 미만	1년 이상	모름/무응답
비율	70.2	15.5	6.4	7.3	0.6

■ 계약 체결 방법

구분	수의 계약 방식	입찰에 의한 계약 방식	특명 계약 방식	기타	모름/무응답
비율	71.5	18.6	8.1	0.4	1.4

■ 용역 건당 평균 계약 금액

구분	1000만 원 미만	1000만 원 이상 ~2000만 원 미만	2000만 원 이상 ~5000만 원 미만	5000만 원 이상 ~1억 원 미만	1억 원 이상	모름/무응답
비율	51.9	19.8	16.5	7.2	3.5	1.2

4. 전문디자인업 생산지수

	2011년 1/4분기	2011년 2/4분기	2011년 3/4분기	2011년 4/4분기	2012년 1/4분기
전문디자인업	92.3	97.8	90.1	110.9	95.3
서비스업 전체	123.1	126.8	127.1	130.8	126.2

II. 디자인산업 업계동향

1. 국내 업계동향

- 디자인산업 트렌드
 - '업사이클 디자인', '나눔 문화로서의 디자인 등 디자인이 공공의 이익과 사회적 가치를 위한 활동으로 그 영역을 넓혀 가고 있음
 - 데카르트(Tech+Art)마케팅, 나아가 '예술 마케팅'으로 불리며 디자인이 마케팅 기법의 하나로 중요한 역할을 함. 주로 가전·IT제품에 적용하다 식품 건물벽 공사장까지 확산됨
 - '디자인적 사고(design thinking)'라는 새로운 문제 해결 개념을 소개하는 d(디자인)스쿨이 대세
- 디자인산업 경영일반
 - 소비트렌드 변화에 대응, 소비자 접점 확대, 최근 강조되고 있는 기업의 사회적 책임 수행, 브랜드 이미지 제고 등을 위해 신인 디자이너를 발굴하고 육성하는 붐이 일어남
 - C리뉴얼, 유능한 디자이너 영입 등 디자인 관련 이슈가 기업의 주가에 영향. 기업의 디자인 역량이 투자자들에게 또 하나의 투자 기준이자 근거가 됨
 - 클라우드소싱이 디자인 분야에 확고히 자리 잡음

2. 해외 업계동향

- 영국 - 전문 디자인업계 동향

2011년 하반기부터 2012년 상반기 1년 매출액이 전년 대비 6.4% 상승하여 £14.6 Billion 성장할 것으로 전망
- 호주 - 그래픽 디자인업계 동향

2011년 하반기부터 2012년 상반기까지 1년간 매출액이 약 40억 달러에 달할 것으로 전망
경기는 연 평균 1.5%씩 성장
- 미국

The BOSS Group과 Cella Consulting, LLC, InSource 등 미국 내 전략컨설팅 및 리서치업체가 공동으로 주관하여 미국 내 인하우스 크리에이티브 서비스업에 대한 현황 조사를 실시하여 '2012 In-house Creative Service Industry Report'를 발표

III. 디자인산업 정책동향

1. 국내 정책동향

- 산업정책동향
 - 특허청, 사회적 기업 브랜드·디자인 개발 지원 - 시범사업결과 해당기업들의 매출액이 크게 는 것으로 나타남
 - 특허청, 지역 중소기업 대상 디자인 가치제고 사업이 디자인권 확보와 매출 증가에 도움을 줌
 - 지경부, 서비스기업 40곳 해외 진출 지원 - 세계서비스시장 점유율을 높인다는 일환으로 코트라와 함께 경쟁력을 갖춘 서비스기업 40곳을 선정해 해외 진출을 적극 지원
- 지식재산권 정책동향
 - 지식재산 경쟁력이 취약한 지역 중소기업에게 전문가의 '지식재산 재능'을 기부 - 민간 전문가의 자발적인 재능기부를 통해 지역 중소기업의 지식재산 관련 애로사항을 지원
 - 지식기반시대는 지식재산 인재(Human Capital)가 생산의 핵심적인 요소 - '2012 지식재산 인재양성 컨퍼런스'에서 특허청장은 창의성·전문성과 더불어 지식재산 역량을 갖춘 융합형 인재양성을 중점정책과제의 하나로 추진하겠다고 전함

2. 해외 정책동향

- 산업정책동향
 - 영국 정부는 새 교육과정 개편에서 디자인&테크놀로지(Design&Technology)를 영국 초등교육 기본교육과정으로 도입하기로 결정하였으며, 미술&디자인 그리고 디자인&테크놀로지 형식을 기본 이수교육과정으로 지정
 - 영국 국립기술아카데미 내 디자인분야 설립
- 지식재산권 정책동향
 - 미국특허청, 미국 특허법(AIA)에 근거하여 특허수수료를 15% 인상하는 특허수수료 규칙 개정안을 발표
 - 호주특허청, 특허출원과 특허등록 수수료는 대폭 인상하고 심사청구 수수료는 상대적으로 소폭 인상
 - 일본 경제 산업성, 지식재산권 일괄심사제도 도입
 - 일본 지식재산정책부회, 「제17회 디자인제도 소위원회」에서 복수 디자인 일괄 출원, 디자인 등록원부와 국제등록부, 국제 공개와 일본의 등록 공보 등에 관한 사안 논의

부록

I. 디자인산업 경기조사 개요

II. 2012년 2/4분기 BSI 조사표(설문지)

III. 디자인산업 경기지수 추이

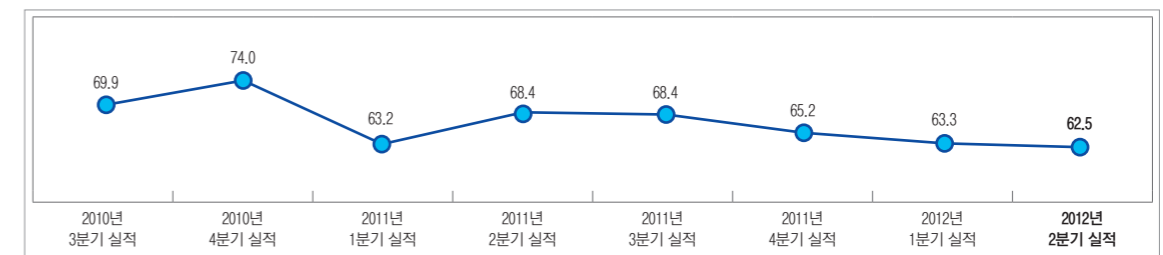
IV. 산업일반 통계자료

I 디자인산업 경기조사

1. 2012년 2/4분기 디자인산업 경기현황

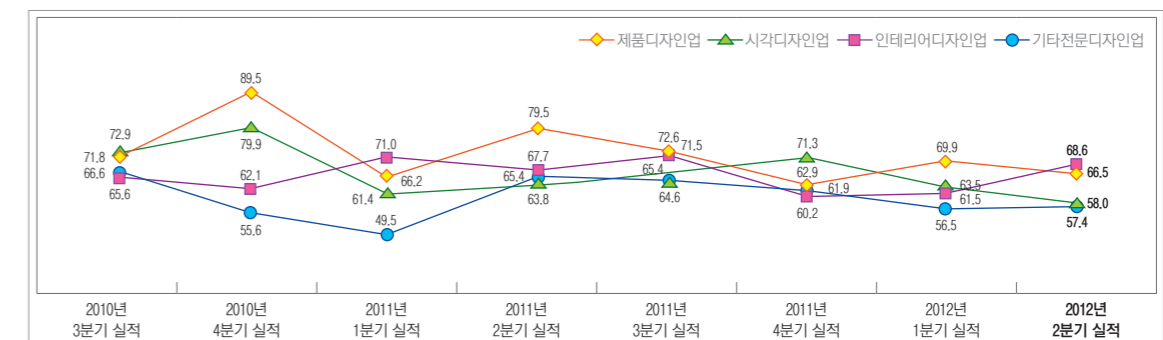
2012년 디자인산업 경기종합

- (경기전반) 전문디자인업의 2/4분기 경기지수(D-BSI)는 62.5p로 전분기 63.3p보다 0.8p 하락하였으며, 전년 동분기 68.4p대비 5.9p 하락함



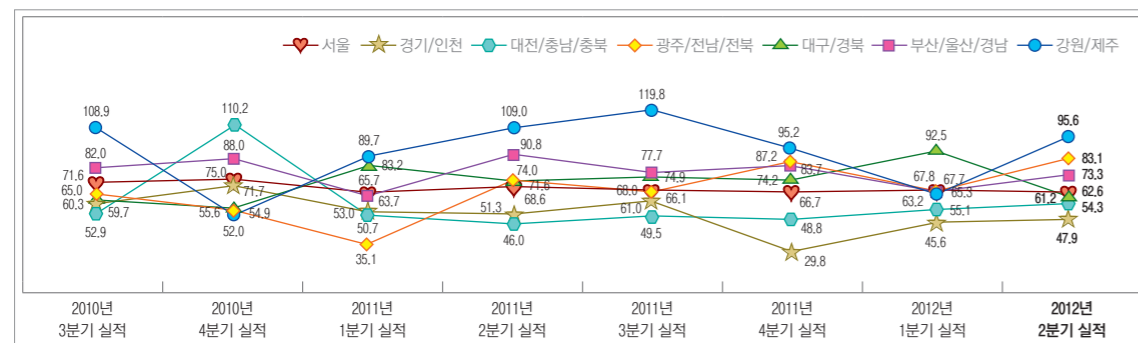
업종별 디자인산업 경기현황

- (제품디자인업) 제품디자인업은 66.5p로 전분기 69.9p대비 3.4p 감소했으며, 전년 동분기 79.5p대비 13.0p 감소하였음
- (시각디자인업) 시각디자인업은 58.0p로 전분기 63.1p대비 5.1p 감소했으며, 전년 동분기 63.8p대비 5.8p 감소하였음
- (인테리어디자인업) 인테리어디자인업은 68.6p로 전분기 61.5p대비 7.1p 증가했으며, 전년 동분기 67.7p대비 0.9p 증가하였음
- (기타전문디자인업) 기타전문디자인업은 57.4p로 전분기 56.5p대비 0.9p 증가했으며, 전년 동분기 65.4p대비 8.0p 감소하였음



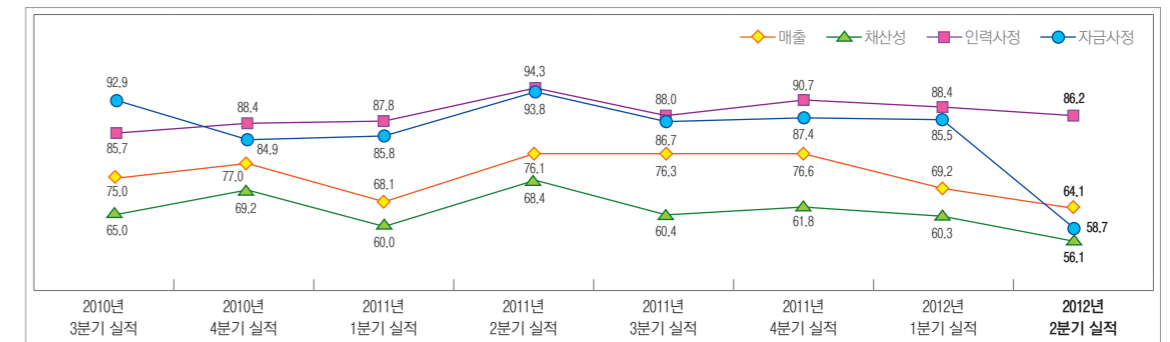
지역별 디자인산업 경기현황

- (서울권) 서울지역의 경기지수는 62.6p로 전분기 63.2p대비 0.6p 감소했으며, 전년 동분기 68.6p대비 6.0p 감소하였음
- (경인권) 경기/인천지역의 경기지수는 47.9p로 전분기 45.6p대비 2.3p 증가했으며, 전년 동분기 51.3p대비 3.4p 감소하였음
- (충청권) 대전/충남/충북지역의 경기지수는 54.3p로 전분기 55.1p대비 0.8p 감소했으며, 전년 동분기 46.0p대비 8.3p 증가하였음
- (호남권) 광주/전남/전북지역의 경기지수는 83.1p로 전분기 67.8p대비 15.3p 증가했으며, 전년 동분기 74.0p대비 9.1p 증가하였음
- (대경권) 대구/경북지역의 경기지수는 61.2p로 전분기 92.5p대비 31.3p 감소했으며, 전년 동분기 71.6p대비 10.4p 감소하였음
- (부울경권) 부산/울산/경남지역의 경기지수는 73.3p로 전분기 67.7p대비 5.6p 증가했으며, 전년 동분기 90.8p대비 17.5p 감소하였음
- (기타권) 강원/제주지역의 경기지수는 95.6p로 전분기 65.3p대비 30.3p 증가했으며, 전년 동분기 109.0p대비 13.4p 감소하였음



경영부문별 디자인산업 경기현황

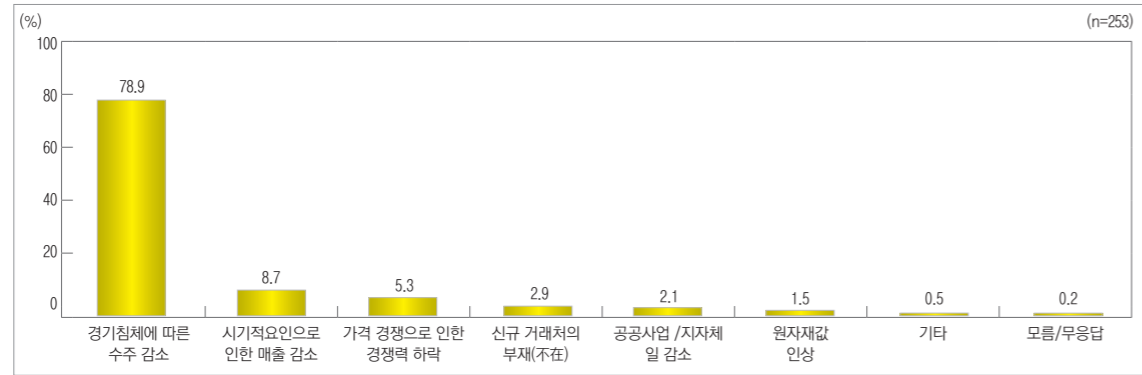
- (매출) 매출지수는 64.1p로 전분기 69.2p대비 5.1p 감소했으며, 전년 동분기 76.1p대비 12.0p 감소하였음
- (채산성) 채산성지수는 56.1p로 전분기 60.3p대비 4.2p 감소했으며, 전년 동분기 68.4p대비 12.3p 감소하였음
- (인력사정) 인력사정지수는 86.2p로 전분기 88.4p대비 2.2p 감소했으며, 전년 동분기 94.3p대비 8.1p 감소하였음
- (자금사정) 자금사정지수는 58.7p로 전분기 85.5p대비 26.8p 감소했으며, 전년 동분기 93.8p대비 35.1p 감소하였음



※ 2012년 1분기 이전까지는 마케팅, 재무, 인적자원, 투자에 대한 경기현황을 조사함
2012년 2분기 이후 각각 매출, 채산성, 인력사정, 자금사정으로 조정됨

2분기 경기 악화 이유

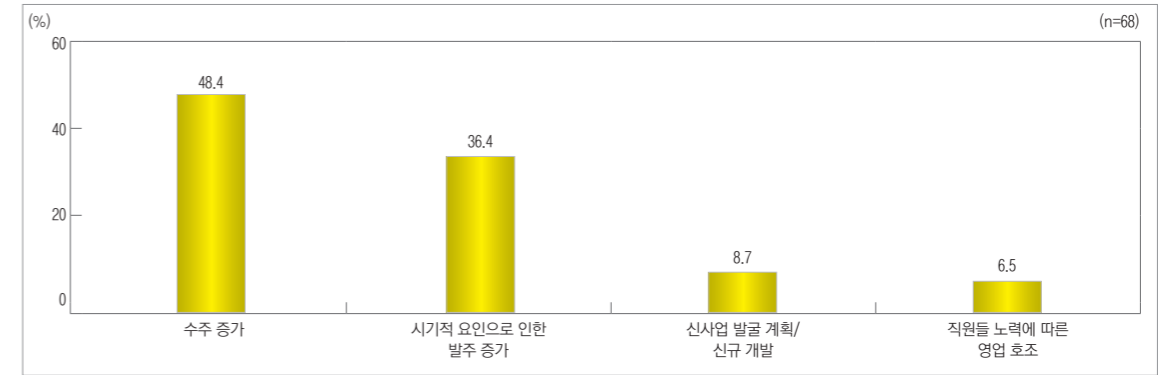
- 2분기 경기 악화 이유로 '경기침체에 따른 수주 감소'를 꼽은 업체가 78.9%로 매우 높았음. 그 외 '시기적 요인으로 인한 매출 감소'(8.7%), '가격 경쟁으로 인한 경쟁력 하락'(5.3%), '신규 거래처의 부재'(2.9%)등은 10% 미만임
- 대부분의 계층에서 '경기침체에 따른 수주 감소' 응답 비율이 가장 높은 가운데, 기타전문디자인(87.9%), 경기/인천(86.7%), 대전/충북/충남(86.2%), 광주/전북/전남(100.0%) 층에서 더욱 높게 나타남



		경기침체에 따른 수주 감소	시기적 요인으로 인한 매출 감소	가격 경쟁으로 인한 경쟁력 하락	신규 거래처의 부재(不在)	공공사업/지자체 일 감소	원자재값 인상
전체		78.9	8.7	5.3	2.9	2.1	1.5
업종	제품	75.9	10.6	8.1	4.5	0.0	0.0
	시각	76.4	8.6	6.2	3.2	2.2	2.8
	인테리어	79.8	5.9	4.4	1.7	5.4	1.7
	기타전문디자인	87.9	10.5	0.0	1.6	0.0	0.0
	규모	9인 이하	79.8	8.2	5.6	2.6	2.1
	10인 이상	62.2	18.3	0.0	8.4	3.7	0.0
권역	서울	77.2	8.7	4.9	4.1	2.3	1.7
	경기/인천	86.7	4.1	7.1	0.0	2.1	0.0
	대전/충북/충남	86.2	7.6	0.0	6.2	0.0	0.0
	광주/전북/전남	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	대구/경북	68.8	16.0	15.3	0.0	0.0	0.0
	부산/울산/경남	78.5	7.4	0.0	0.0	7.4	6.8
	강원/제주	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0

2분기 경기 호전 이유

- 2분기 경기 호전 이유로 '수주 증가(48.4%)'가 가장 높았고, 다음은 '시기적 요인으로 인한 발주 증가'(36.4%)였음. '신사업 발굴 계획 / 신규 개발'(8.7%), '직원들 노력에 따른 영업 호조'(6.5%)는 10% 미만으로 나타남
- '수주 증가'는 제품디자인(59.0%), 인테리어디자인(63.6%), 경기/인천(68.5%) 층에서 더욱 높았고, '시기적 요인으로 인한 발주 증가'는 시각디자인(60.8%), 기타전문디자인(45.5%), 대전/충북/충남(61.8%), 대구/경북(100.0%) 층에서 상대적으로 높게 나타남

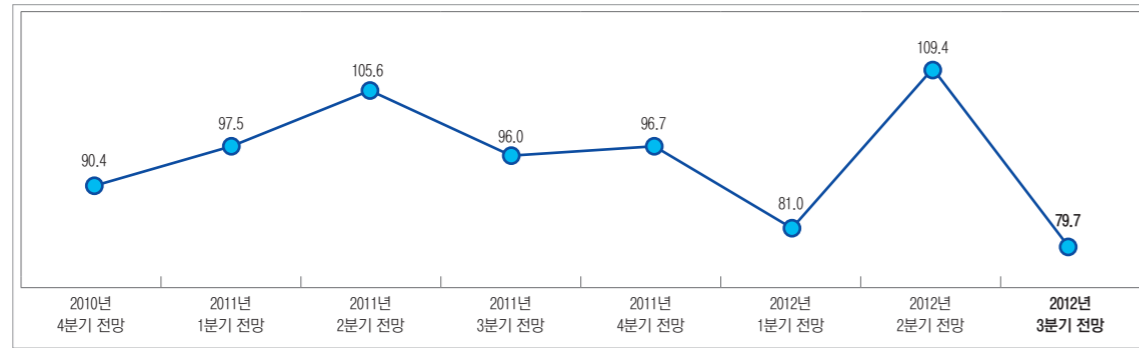


		수주 증가	시기적 요인으로 인한 발주 증가	신사업 발굴 계획/신규 개발	직원들 노력에 따른 영업 호조
전체		48.4	36.4	8.7	6.5
업종	제품	59.0	23.7	10.2	7.2
	시각	24.0	60.8	3.0	12.2
	인테리어	63.6	28.4	3.9	4.2
	기타전문디자인	19.5	45.5	35.0	0.0
	규모	9인 이하	47.6	38.7	8.2
	10인 이상	51.6	26.9	10.6	10.9
권역	서울	50.5	37.6	7.6	4.3
	경기/인천	68.5	22.3	0.0	9.2
	대전/충북/충남	38.2	61.8	0.0	0.0
	광주/전북/전남	53.9	38.2	0.0	7.9
	대구/경북	0.0	100.0	0.0	0.0
	부산/울산/경남	20.7	18.9	32.3	28.1
	강원/제주	45.5	0.0	54.5	0.0

2. 2012년 3/4분기 디자인산업 경기전망

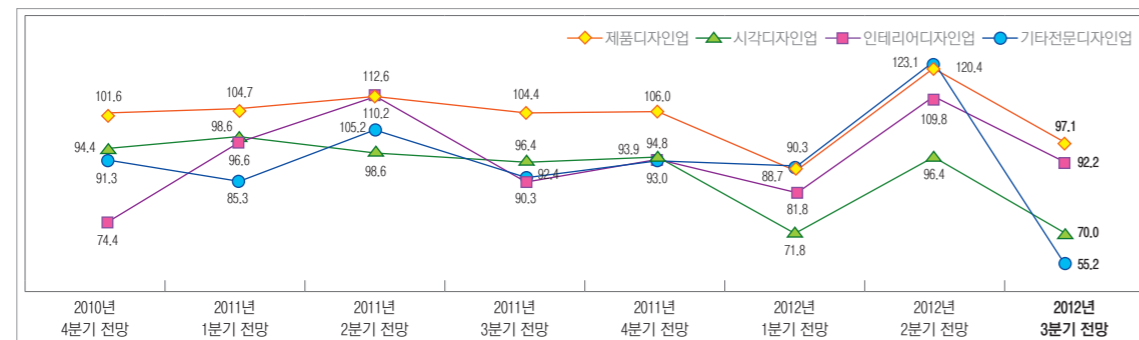
디자인산업 경기전망 종합

- (경기전반) 전문디자인업의 3/4분기 경기전망지수(D-BSI)는 79.7p로 전분기 109.4p보다 29.7p 하락하였으며, 전년 동분기 96.0p대비 17p 하락함



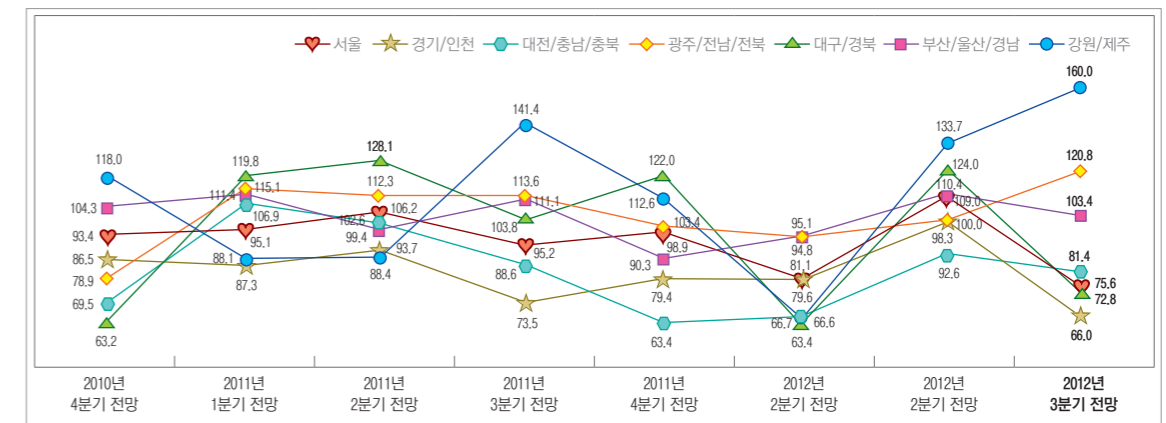
업종별 디자인산업 경기전망

- (제품디자인업) 제품디자인업은 97.1p로 전분기 120.4p대비 23.3p 감소했으며, 전년 동분기 104.4p대비 7.3p 감소하였음
- (시각디자인업) 시각디자인업은 70.0p로 전분기 96.4p대비 26.4p 감소했으며, 전년 동분기 96.4p대비 26.4p 감소하였음
- (인테리어디자인업) 인테리어디자인업은 92.2p로 전분기 109.8p대비 17.6p 감소했으며, 전년 동분기 90.3p대비 1.9p 증가하였음
- (기타전문디자인업) 기타전문디자인업은 55.2p로 전분기 123.1p대비 67.9p 감소했으며, 전년 동분기 92.4p대비 37.2p 감소하였음



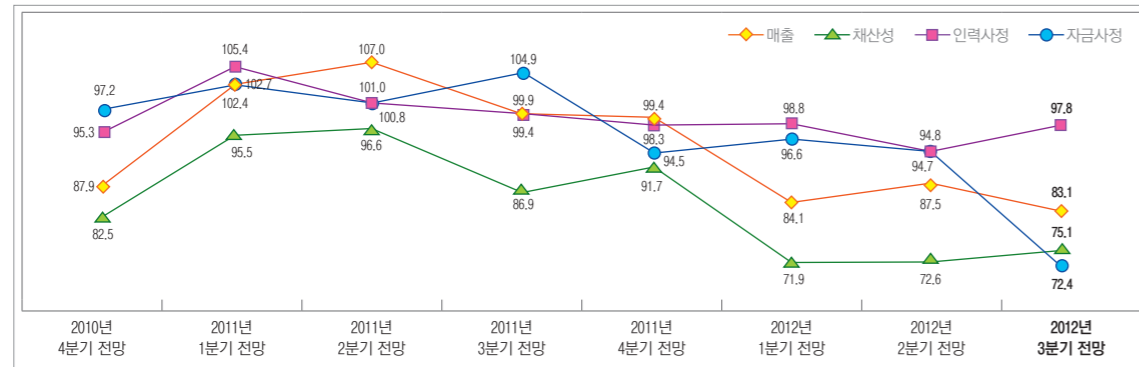
지역별 디자인산업 경기전망

- (서울권) 서울지역의 경기지수는 75.6p로 전분기 110.4p대비 34.8p 감소했으며, 전년 동분기 95.2p대비 19.6p 감소하였음
- (경인권) 경기/인천지역의 경기지수는 66.0p로 전분기 100.0p대비 34.0p 감소했으며, 전년 동분기 73.5p대비 7.5p 감소하였음
- (충청권) 대전/충남/충북지역의 경기지수는 81.4p로 전분기 92.6p대비 11.2p 감소했으며, 전년 동분기 88.6p대비 7.2p 감소하였음
- (호남권) 광주/전남/전북지역의 경기지수는 120.8p로 전분기 98.3p대비 22.5p 증가했으며, 전년 동분기 113.6p대비 7.2p 증가하였음
- (대경권) 대구/경북지역의 경기지수는 72.8p로 전분기 124.0p대비 51.2p 감소했으며, 전년 동분기 103.8p대비 31.0p 감소하였음
- (부울경권) 부산/울산/경남지역의 경기지수는 103.4p로 전분기 109.8p대비 6.4p 감소했으며, 전년 동분기 111.1p대비 7.7p 감소하였음
- (기타권) 강원/제주지역의 경기지수는 160.0p로 전분기 133.7p대비 26.3p 증가했으며, 전년 동분기 141.4p대비 18.6p 증가하였음



경영부문별 디자인산업 경기전망

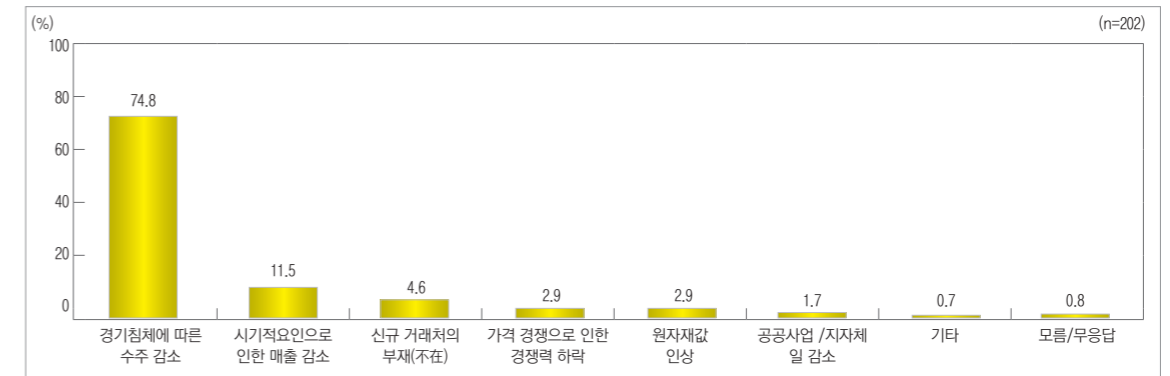
- (매출) 매출지수는 83.1p로 전분기 87.5p대비 4.4p 감소했으며, 전년 동분기 99.4p대비 16.3p 감소하였음
- (채산성) 채산성지수는 75.1p로 전분기 72.6p대비 2.5p 증가했으며, 전년 동분기 86.9p대비 11.8p 감소하였음
- (인력사정) 인력사정지수는 97.8p로 전분기 94.8p대비 3p 증가했으며, 전년 동분기 99.9p대비 2.1p 감소하였음
- (자금사정) 자금사정지수는 72.4p로 전분기 94.7p대비 22.3p 감소했으며, 전년 동분기 104.9p대비 32.5p 감소하였음



※ 2012년 1분기 이전까지는 마케팅, 재무, 인적자원, 투자에 대한 경기전망을 조사함
2012년 2분기 이후 각각 매출, 채산성, 인력사정, 자금사정으로 조정됨

3분기 경기전망 악화 이유

- 3분기 경기전망 악화 이유로 '경기침체에 따른 수주 감소'를 꼽은 업체가 74.8%로 매우 높았음. 이어 '시기적 요인으로 인한 매출 감소'(11.5%), '신규 거래처의 부재'(4.6%) 등의 순으로 높게 나타남
- 대부분의 계층에서 '경기침체에 따른 수주 감소' 응답 비율이 가장 높은 가운데, 인테리어디자인(83.5%), 경기/인천(89.3%), 대전/충북/충남(100.0%) 층에서 더욱 높게 나타남

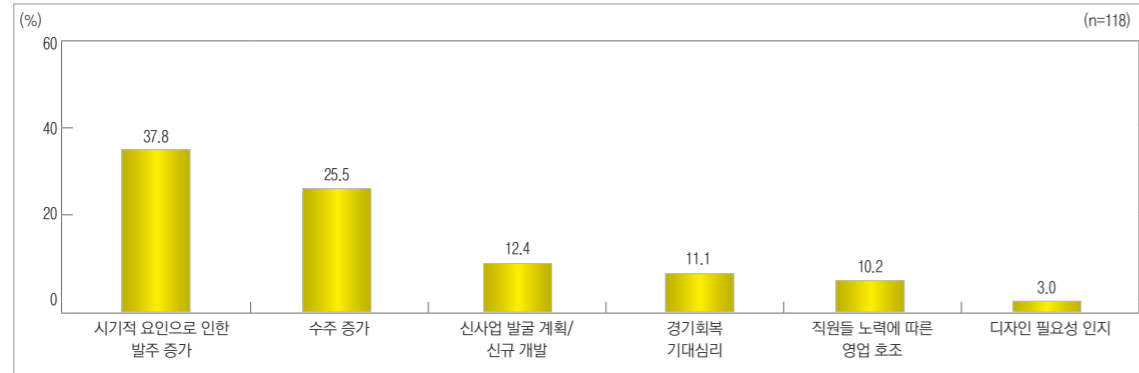


	경기침체에 따른 수주 감소	시기적 요인으로 인한 매출 감소	신규 거래처의 부재(不在)	가격 경쟁으로 인한 경쟁력 하락	원자재값 인상	공사업/지자체 일 감소	
전체	74.8	11.5	4.6	2.9	2.9	1.7	
업종	제품	68.5	13.4	3.2	7.0	4.6	3.2
	시각	74.2	11.9	2.4	4.2	5.0	1.8
	인테리어	83.5	4.9	5.8	0.0	0.0	2.3
	기타전문디자인	73.1	15.1	9.1	0.0	0.0	0.0
	9인 이하	76.3	11.5	2.6	3.2	3.1	1.9
10 인 이상	58.1	11.8	27.0	0.0	0.0	0.0	
권역	서울	73.3	11.5	4.8	2.6	4.3	1.1
	경기/인천	89.3	2.5	0.0	5.0	0.0	3.2
	대전/충북/충남	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	광주/전북/전남	60.0	17.6	0.0	0.0	0.0	22.4
	대구/경북	59.7	22.9	17.4	0.0	0.0	0.0
	부산/울산/경남	56.5	32.1	0.0	11.4	0.0	0.0
	강원/제주	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

3분기 경기전망 호전 이유

■ 3분기 경기전망 호전 이유로 '시기적 요인으로 인한 발주 증가'(37.8%)가 가장 높았고, 다음은 '수주 증가'(25.5%)로 나타남. 이어 '신사업 발굴 계획/ 신규 개발'(12.4%), '경기회복 기대 심리'(11.1%), '직원들 노력에 따른 영업 호조'(10.2%) 등의 순으로 높게 나타남

- '시기적 요인으로 인한 발주 증가'는 제품디자인(44.9%), 기타전문디자인(60.3%), 광주/전북/전남(49.6%), 대구/경북(47.1%), 부산/울산/경남(50.9%) 층에서 더욱 높았고, '수주증가'는 인테리어디자인(38.6%), 대전/충남/충북(59.5%) 층에서 상대적으로 높았음



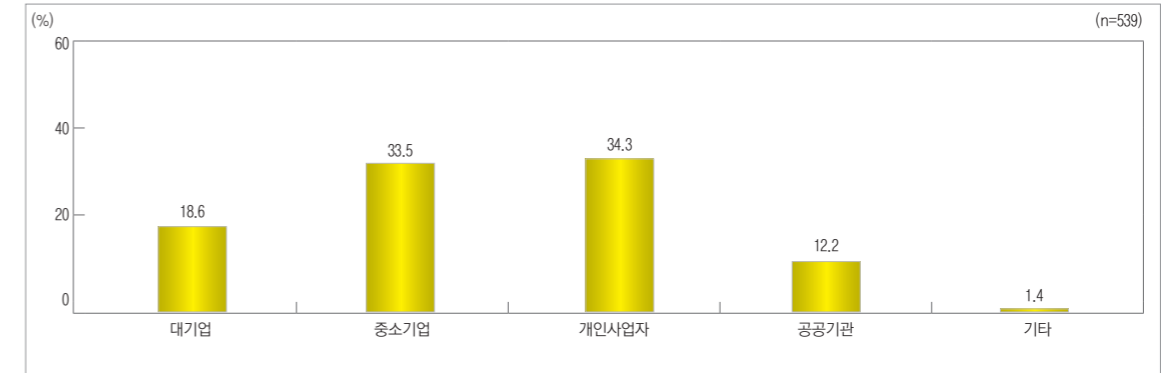
		시기적 요인으로 인한 발주 증가	수주 증가	신사업 발굴 계획/ 신규 개발	경기회복 기대심리	직원들 노력에 따른 영업 호조	디자인 필요성 인지
업종	전체	37.8	25.5	12.4	11.1	10.2	3.0
	제품	44.9	26.2	16.7	4.8	5.7	1.7
	시각	43.5	19.7	17.5	2.9	13.8	2.6
	인테리어	18.0	38.6	2.4	23.4	14.3	3.4
	기타전문디자인	60.3	0.0	14.9	18.0	0.0	6.8
규모	9인 이하	37.5	24.0	13.7	13.2	9.4	2.2
	10인 이상	39.1	32.2	6.6	1.9	13.7	6.4
권역	서울	35.4	29.2	11.4	6.8	11.7	5.4
	경기/인천	31.3	13.3	27.7	27.7	0.0	0.0
	대전/충북/충남	40.5	59.5	0.0	0.0	0.0	0.0
	광주/전북/전남	49.6	26.5	20.3	3.6	0.0	0.0
	대구/경북	47.1	7.8	0.0	22.6	22.5	0.0
	부산/울산/경남	50.9	12.1	0.0	12.9	24.1	0.0
	강원/제주	18.3	45.7	17.8	18.3	0.0	0.0

3. 국내 전문디자인기업의 영업현황

주요 거래 대상

■ 디자인 전문 업체의 주요 거래 대상으로 '개인사업자'(34.3%), '중소기업'(33.5%)이 가장 많은 것으로 나타남. 다음은 '대기업'(18.6%), '공공기관'(12.2%) 등의 순으로 높게 나타남

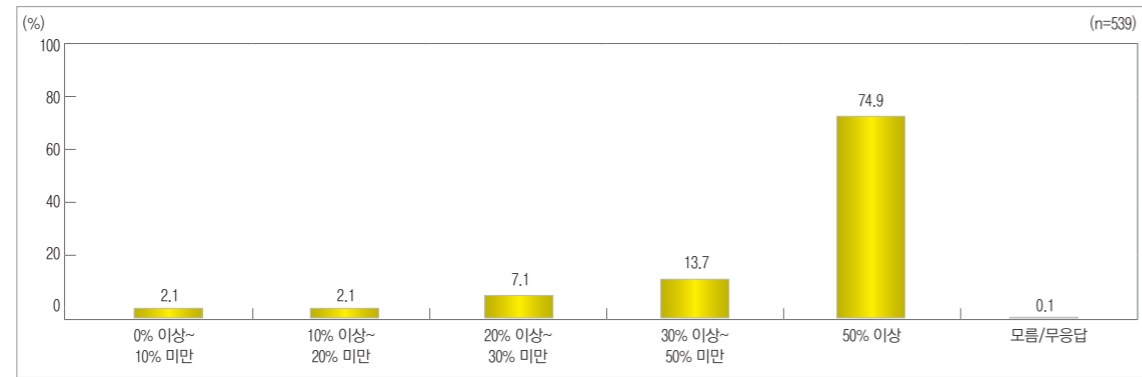
- '개인사업자' 응답 비율은 인테리어디자인(40.7%), 기타전문디자인(63.8%), 대전/충북/충남(42.7%), 대구/경북(43.8%), 부산/울산/경남(42.6%) 층에서 더욱 높았고, '중소기업' 응답 비율은 제품디자인(43.4%), 대구/경북(41.7%) 층에서, '대기업' 응답 비율은 직원 10인 이상(42.3%), 서울(23.9%) 층에서 상대적으로 높게 나타남



		대기업	중소기업	개인사업자	공공기관
업종	전체	18.6	33.5	34.3	12.2
	제품	22.1	43.4	21.7	10.3
	시각	20.1	35.9	26.3	16.5
	인테리어	19.5	26.2	40.7	13.5
	기타전문디자인	8.1	23.5	63.8	2.4
규모	9인 이하	15.7	33.5	38.0	11.6
	10인 이상	42.3	33.2	4.5	17.0
권역	서울	23.9	35.6	32.3	6.6
	경기/인천	17.1	30.8	38.4	13.8
	대전/충북/충남	4.7	31.1	42.7	21.6
	광주/전북/전남	4.4	23.9	17.5	51.0
	대구/경북	4.0	41.7	43.8	10.5
	부산/울산/경남	9.0	24.1	42.6	20.8
	강원/제주	0.0	0.0	46.9	53.1

주요 거래 대상의 매출 비중

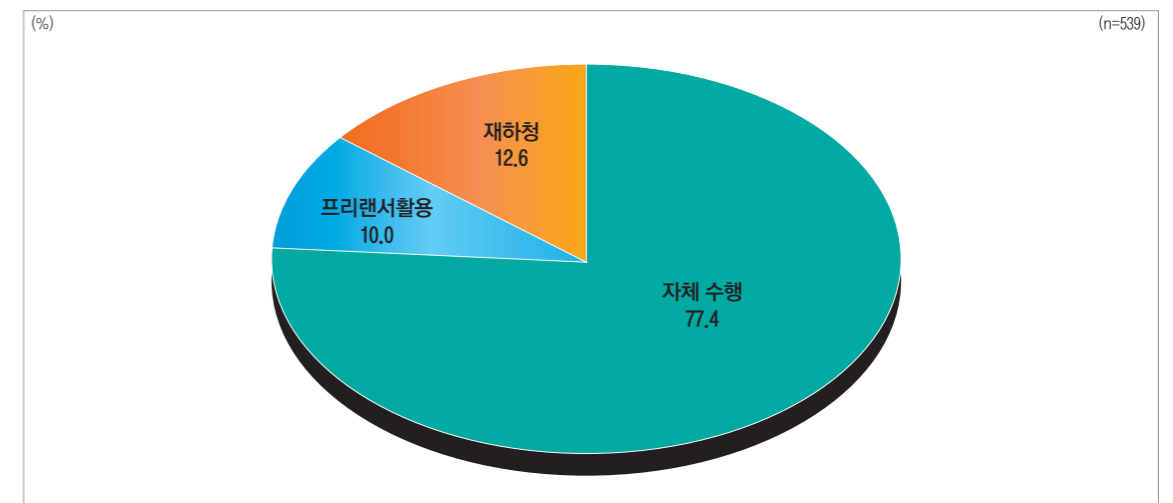
- 주요 거래 대상이 디자인 업체 매출에 차지하는 비중에 대해 조사한 결과, '50% 이상' 비율이 74.9%로 매우 높았음. 다음은 '30% 이상~50% 미만'(13.7%), '20% 이상~30% 미만'(7.1%), '10% 이상~20% 미만'(2.1%), '0% 이상~10% 미만'(2.1%) 등의 순으로 높게 나타남
- 대부분의 계층에서 '50% 이상' 응답 비율이 매우 높은 가운데, 기타전문디자인(83.2%), 대전/충북/충남(90.0%), 부산/울산/경남(88.8%) 층에서 더욱 높게 나타남



		0% 이상~10% 미만	10% 이상~20% 미만	20% 이상~30% 미만	30% 이상~50% 미만	50% 이상
업종	전체	2.1	2.1	7.1	13.7	74.9
	제품	3.8	1.2	8.4	10.4	75.7
	시각	1.4	3.2	8.2	17.6	69.7
	인테리어	0.0	2.0	3.9	17.3	76.9
	기타전문디자인	4.5	0.9	7.7	3.7	83.2
규모	9인 이하	2.1	2.2	6.7	13.5	75.5
	10인 이상	2.0	1.2	10.6	15.4	69.7
권역	서울	2.7	2.0	7.6	14.6	72.9
	경기/인천	1.7	3.3	5.7	14.8	74.6
	대전/충북/충남	0.0	0.0	1.9	8.1	90.0
	광주/전북/전남	3.1	0.0	12.1	15.2	69.6
	대구/경북	0.0	5.9	7.0	9.3	77.8
	부산/울산/경남	0.0	0.0	3.3	7.9	88.8
	강원/제주	0.0	0.0	10.9	20.2	68.9
	기타	0.0	0.0	7.4	22.9	69.7
거래 대상	대기업	0.0	2.2	6.9	15.1	75.2
	중소기업	0.7	1.3	7.5	12.0	78.4
	개인사업자	4.9	3.1	5.9	10.6	75.4
	공공기관	1.3	1.1	9.7	24.0	63.8
	기타	0.0	0.0	7.4	22.9	69.7

주된 용역 수행 방식

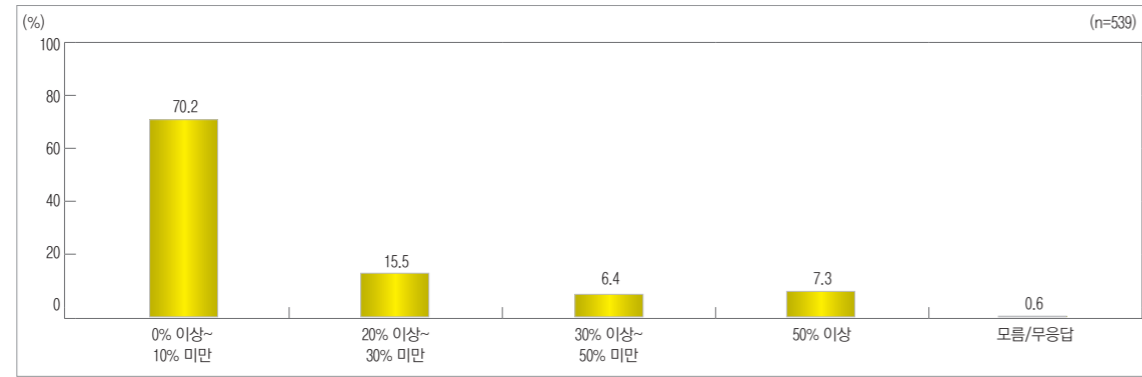
- 주된 용역 수행 방식으로는 '자체 수행'이 77.4%로 가장 높았음. '재하청'은 12.6%, '프리랜서 활용'은 10.0%로 나타남
- 대부분의 계층에서 '자체 수행' 응답 비율이 매우 높은 가운데, 제품디자인(83.0%), 직원 10인 이상(92.0%), 대전/충북/충남(100.0%) 층에서 더욱 높게 나타남. '재하청'은 인테리어디자인(22.5%)에서 상대적으로 높았음



		자체 수행	프리랜서 활용	재하청
업종	전체	77.4	10.0	12.6
	제품	83.0	11.2	5.7
	시각	81.7	10.1	8.2
	인테리어	68.7	8.8	22.5
	기타전문디자인	71.8	9.6	18.6
규모	9인 이하	75.6	10.8	13.6
	10인 이상	92.0	3.2	4.9
권역	서울	78.3	8.6	13.0
	경기/인천	69.1	15.9	15.1
	대전/충북/충남	100.0	0.0	0.0
	광주/전북/전남	78.7	18.2	3.1
	대구/경북	75.5	11.0	13.5
	부산/울산/경남	72.4	10.1	17.5
	강원/제주	63.4	14.3	22.3
	기타	69.7	10.0	20.3

평균 용역 수행 기간

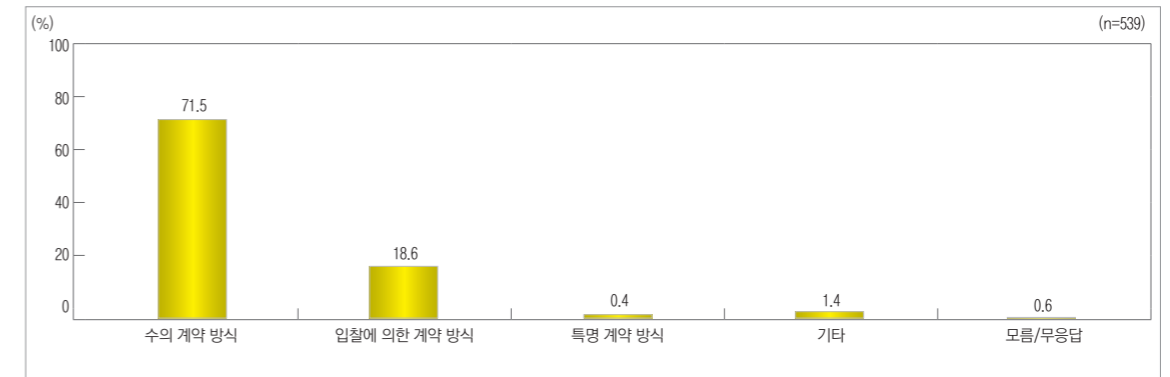
- 전문 디자인 업체의 평균 용역 수행 기간으로 '3개월 미만' 응답 비율이 70.2%로 가장 높았고, '3개월 이상 ~ 6개월 미만'(15.5%), '6개월 이상 ~ 1년 미만'(6.4%), '1년 이상'(7.3%) 등의 순으로 높게 나타남
- 대부분의 계층에서 '3개월 미만' 응답 비율이 매우 높은 가운데, 인테리어디자인(76.5%), 광주/전북/전남(78.7%), 대구/경북(83.1%), 재하청 주 방식(79.3%) 층에서 더욱 높았음. '3개월 이상 ~ 6개월 미만'은 제품디자인(26.2%), 직원 10인 이상(33.2%), 경기/인천(21.2%), 프리랜서 활용(22.0%) 층에서 상대적으로 높게 나타남



		3개월 미만	3개월 이상~6개월 미만	6개월 이상~1년 미만	1년 이상
업종	전체	70.2	15.5	6.4	7.3
	제품	57.2	26.2	10.3	3.9
	시각	73.4	12.8	4.6	9.2
	인테리어	76.5	13.8	4.6	5.0
	기타전문디자인	72.5	8.0	7.9	11.7
	규모	9인 이하	72.8	13.3	6.3
10인 이상	49.0	33.2	7.9	9.9	
권역	서울	67.9	14.9	8.2	8.3
	경기/인천	66.8	21.2	5.9	6.1
	대전/충북/충남	76.1	10.0	0.0	9.0
	광주/전북/전남	78.7	18.1	3.2	0.0
	대구/경북	83.1	13.6	1.0	2.4
	부산/울산/경남	69.6	15.4	3.6	11.3
	강원/제주	92.3	7.7	0.0	0.0
	방식	자체 수행	68.9	15.6	6.8
프리랜서 활용	68.4	22.0	7.5	2.1	
재하청	79.3	9.5	3.1	8.1	

계약 체결 방법

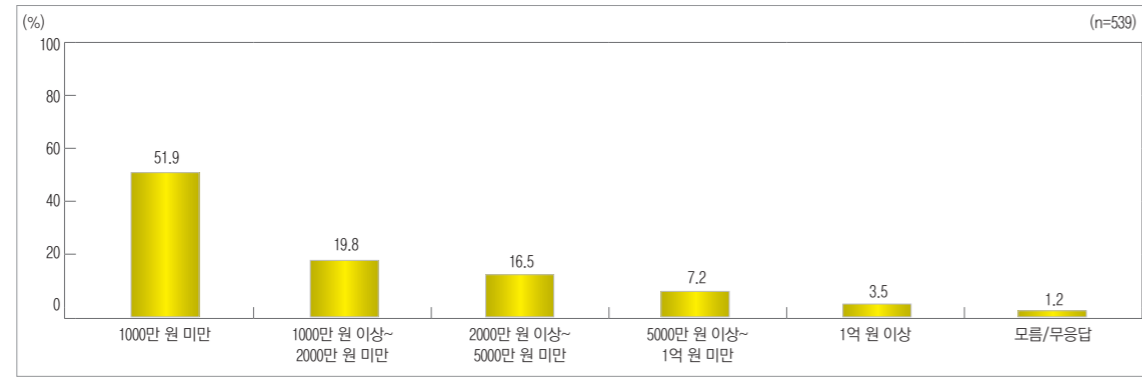
- 계약 체결 방법으로는 '수의 계약 방식'이 71.5%로 가장 높았음
다음은 '입찰에 의한 계약 방식'(18.6%), '특명 계약 방식'(8.1%) 등의 순으로 높게 나타남
- 대부분의 계층에서 수의 계약 방식이 가장 높은 가운데, 기타전문디자인(86.4%), 경기/인천(82.4%), 대구/경북(82.9%) 층에서 더욱 높게 나타남. '입찰에 의한 계약 방식'은 직원 10인 이상(42.0%) 층에서 상대적으로 높게 나타남



		수의 계약 방식	입찰에 의한 계약 방식	특명 계약 방식	기타
업종	전체	71.5	18.6	8.1	0.4
	제품	73.6	19.6	5.0	1.2
	시각	64.9	21.1	12.4	0.0
	인테리어	70.3	19.4	7.7	0.0
	기타전문디자인	86.4	9.6	3.1	0.9
	규모	9인 이하	74.3	15.7	7.9
10인 이상	48.7	42.0	9.3	0.0	
권역	서울	69.4	20.3	7.9	0.7
	경기/인천	82.4	11.1	6.5	0.0
	대전/충북/충남	65.8	20.0	10.0	0.0
	광주/전북/전남	67.8	22.6	9.6	0.0
	대구/경북	82.9	11.6	5.5	0.0
	부산/울산/경남	64.2	22.2	13.7	0.0
	강원/제주	79.8	9.1	11.1	0.0

용역 건당 평균 계약 금액

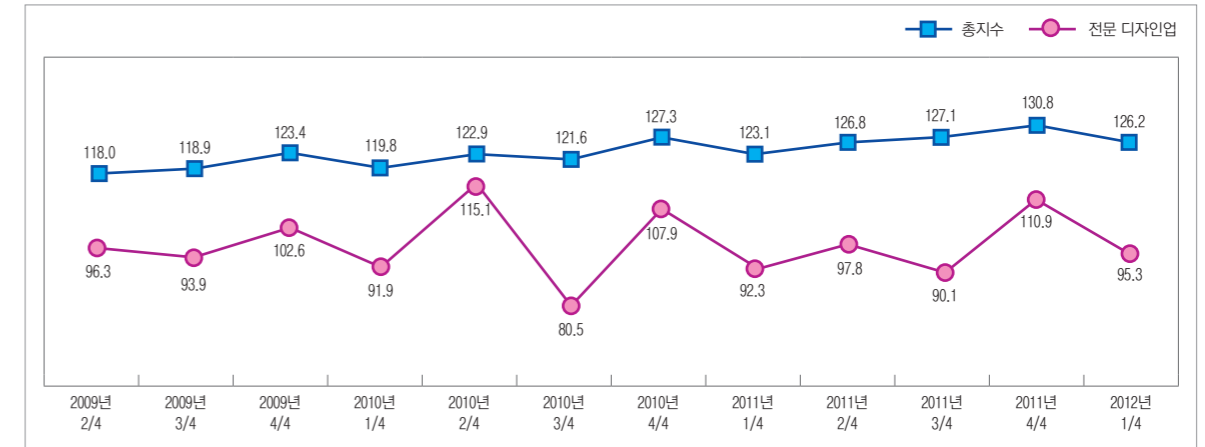
- 용역 건당 평균 계약금액은 '1000만 원 미만'이 51.9%로 가장 높았음. 이어 '1000만 원 이상 ~ 2000만 원 미만'(19.8%), '2000만 원 이상 ~ 5000만 원 미만'(16.5%), '5000만 원 이상 ~ 1억 원 미만'(7.2%), '1억 원 이상'(3.5%)등의 순으로 높게 나타남
- '1000만 원 미만'은 시각디자인(66.5%), 기타전문디자인(63.8%), 대전/충북/충남(67.3%), 대구/경북(68.6%), 특명 계약 방식(67.0%)에서 더욱 높게 나타난 반면, '5000만 원 이상'은 인테리어디자인, 직원 10인 이상, 주 계약 체결 방식이 입찰 계약 방식인 업체에서 상대적으로 높았음



	1000만 원 미만	1000만 원 이상 ~ 2000만 원 미만	2000만 원 이상 ~ 5000만 원 미만	5000만 원 이상 ~ 1억 원 미만	1억 원 이상	
전체	51.9	19.8	16.5	7.2	3.5	
업종	제품	43.3	24.2	21.1	7.8	0.9
	시각	66.5	18.9	8.0	4.6	1.5
	인테리어	30.7	19.5	25.8	14.5	9.5
	기타전문디자인	63.8	15.5	14.9	0.7	2.4
	규모	9인 이하	55.7	19.4	15.8	5.5
10인 이상	21.4	23.1	21.4	21.0	12.4	
권역	서울	47.9	20.6	18.2	8.6	3.8
	경기/인천	56.1	18.0	16.3	5.5	2.6
	대전/충북/충남	67.3	16.9	13.8	0.0	1.9
	광주/전북/전남	49.5	32.2	12.1	3.5	2.7
	대구/경북	68.6	13.9	11.2	4.6	1.7
	부산/울산/경남	54.7	12.5	13.7	5.8	6.1
	강원/제주	68.9	22.0	0.0	9.1	0.0
	계약	입찰 계약 방식	21.5	21.5	26.5	17.9
수의 계약 방식	57.6	20.6	14.1	4.8	1.5	
특명 계약 방식	67.0	10.4	15.8	3.8	2.2	

4. 전문디자인업 생산지수

2012년 1/4분기 전문디자인업 생산지수는 95.3p로 나타남
 전분기 대비 15.6p 하락하였으며, 전년 동분기 92.3p 대비 3p 증가함
 서비스업 총생산지수는 126.2p로 전분기 130.8p 대비 4.6p 하락하였으며, 전년 동분기 123.1p 대비 3.1p 증가함
 서비스업 총생산지수 대비 전문디자인업 생산지수의 하락폭이 큰 것으로 나타남



서비스업 생산지수

서비스업의 성장세를 가능하는 핵심지표로서 서비스업 전체 및 개별업종의 생산 활동을 종합적으로 파악하기 위하여 개별 업종의 상대적 중요도인 부가가치 기준 가중치를 적용하여 지수화한 것. 국가의 경제정책 및 기업의 경영계획 수립을 위한 기초자료, 연구소의 서비스 동향분석 및 연구자료, GDP 추계 자료 등으로 널리 활용

II 디자인산업 업계동향

1. 국내 업계동향

디자인산업 트렌드

〈키워드〉

- 업사이클 디자인
- ‘나눔 문화’로서의 디자인
- 데카르트 마케팅, 예술작품으로서의 디자인
- d(디자인) 스쿨

1. 서울시, 환경보호를 위해 ‘업사이클(upcycle) 디자인 프로젝트’ 추진

(동아일보 2012. 06. 06)

서울시의 디자인 사업이 사회적 문제 해결을 위한 사업(환경, 인권, 빈부격차 등의 문제에 디자인 개념 도입)으로 거듭남

첫 사업으로 환경보호를 위해 ‘업사이클(upcycle) 디자인 프로젝트’를 본격 추진

- 업사이클 시장의 발전을 위한 서울시의 활동
 - 폐자원을 수급하고 가공, 생산, 판매까지 책임지는 자원은행을 설치, 업사이클 디자인 살리기에 나서기로 함
 - 학생, 주부 등을 대상 ‘업사이클 디자인’ 교육 및 체험 교실, 시민 공모전 등 실시
 - 서울시 및 기업, 환경단체 등으로 ‘업사이클 디자인 협의체’ 구성
 - 서울형 녹색기술 육성사업과 연계해 업사이클 기업 지원 (폐기물을 이용한 신소재 개발 비용, 디자인 개발 비용, 온라인 쇼핑몰 입점 및 판매 지원)

※ 업사이클(upcycle) 디자인

단순한 자원의 재활용(Recycle)을 넘어 버려진 것에 아이디어와 디자인을 가미해 새로운 가치가 있는 것으로 재탄생 시키는 공정, 또는 디자인의 개념

2. 공공의 이익과 사회적 가치, 더 나은 미래를 ‘함께’하기 위한 디자인으로 가치의 척도가 옮겨짐 - 디자인 나눔 센터 : DOMC(design oneness mission center)의 설립과 활동

(매거진정글 2012. 04. 16)

상위 10%가 아닌 소외된 90%, 그리고 지구온난화, 물 부족, 에너지, 빈곤, 기아 등 지금 세상이 앓고 있는 상처를 보듬는 일에 디자인적 사고가 쓰여져야 할 시점

- 해외 사례
 - 물 부족에 시달리는 수많은 아프리카 사람들을 위해 디자인 된 물통(Q-Drum)
 - 총 20갤런의 물을 담을 수 있도록 설계된 자전거(aqueduct)
 - 의료시스템에서 벗어나 있는 이들의 비위생적인 출산환경을 개선하기 위한 출산도우미키트 등
- 국내 - 디자인 나눔 센터 : DOMC(design oneness mission center)
 - 설립계기
 - 수요에 비해 넘쳐나게 배출되고 있는 디자인 인력의 과대 공급은 소규모 디자인 창업시장의 비대화, 경쟁 심화를 야기
 - > 좋은 아이디어가 있어도 소규모 스튜디오로서는 그것을 실재화 할 수 있는 자본 유치가 힘들
 - > 디자이너를 다양한 정부기관이나 기업, 국제기구, 시민사회 등과 연결시켜 줄 수 있는 네트워크 필요
 - > 이러한 사회적 가치를 위해 비영리 단체인 DOMC 설립
 - 대표적 활동 (2012. 04월 기준)
 - '서울시 폐휴대폰수거함 박스디자인' : 서랍 속 폐휴대폰의 재활용 가치를 알리고, 보다 간편하게 수거될 수 있도록 돕는 프로젝트
 - '드림켓 주머니 디자인' : 디자이너, 유명인사, 시민들이 직접 드림켓이라는 주머니를 디자인하고, 그 안에 학용품이나 신발을 넣어 아프리카 아이들에게 전달하는 캠페인으로 '나눔'의 의미를 경험을 통해 직접 느낄 수 있도록 함
 - '씨드스쿨 미래명함만들기' : 중학교 3학년 저소득층 아이들을 대상으로 한 방과 후 멘토링 프로그램
 - ☞ 위 사례 포함 총 17개 프로젝트, 151명의 참여 디자이너, 20곳의 수혜기관으로 요약
 - 서비스디자인워크숍, 'design DIVE 2020' 진행
 - 2020년 미래 가상사회의 시나리오를 그려보는 자발적 다학제 연구모임으로 고령화, 환경, 자원, 의료 등 우리 사회가 당면하게 될 문제들의 창의적인 해결 방안을 서비스디자인 방법론에 따라 탐구

3. 기술과 예술(Tech+Art)의 결합, 데카르트 마케팅 (조선일보 2012. 04. 29)

가전·IT제품에 주로 적용하다 식품 건물벽 공사장까지 확산되며 보다 폭넓은 개념인 '예술 마케팅'으로 거듭나고 있음

- 다양한 분야의 예술 마케팅
 - 제품에 기존 예술작품을 활용하는 방식
 - 해태제과는 2007년 식품업계 최초로 예술 마케팅을 적용, '오예스' 포장에 심명보 작가의 장미 작품을 새겨 넣음
 - LG전자는 2008년부터 팝아트의 거장 키스 해링(Haring)의 작품을 탑재한 휴대전화를 꾸준히 내놓고 있음
 - 유명 예술가 혹은 명품 브랜드와의 협업을 통한 콜라보레이션(Collaboration)
 - 1975년부터 세계적인 예술가들과 손잡고 '아트카 컬렉션'을 선보여온 BMW가 대표적
 - 삼성전자도 마시모 주끼(Zucchi)·앙드레 김 등 유명 예술가들의 작품을 그려 넣은 가전제품을 잇달아 선보임

- 제품 디자인 자체로 예술을 추구하는 방식
 - 대표적인 브랜드가 뱅앤올룹슨이다. 전자업체로는 드물게 국제적인 디자인상을 90회 이상 수상했고, 뉴욕 현대미술관(MoMA)에 18개의 제품이 영구 소장돼 있을 만큼 예술성 높은 디자인으로 유명

- 공사장의 가림막에도 예술 마케팅
 - 서울역 앞 서울스퀘어는 건물 벽면을 디스플레이 공간으로 활용하는 '디미어 파사드'의 명소
 - 서울 종로구 소격동의 국립현대미술관 서울관 공사 현장에 '벌거벗은 모나리자' 가림막

- 효과는 단기간에 나타나지 않음
 - 예술 마케팅은 스포츠마케팅과 다르게 단기간에 효과가 나타나지 않기 때문에 방향성을 갖고 지속적으로 추진해야 함
 - 소비자의 관점이 양(量)에서 질(質), 상(像·이미지), 격(格)으로 점차 진화하고 있기 때문에 앞으로 예술 마케팅은 더욱 중요해질 것

※ 데카르트 마케팅
 제품에 예술적 디자인을 접목시킴으로써 소비자의 감성에 호소하고, 브랜드 이미지와 품격을 높이는 신중 마케팅 전략을 일컫는 말

4. '디자인적 사고(design thinking)'라는 새로운 문제 해결 개념을 소개하는 d(디자인)스쿨이 대세 (조선일보 2012. 06. 09)

좀 더 창의적인 사고방식을 가르치고 인류의 생활을 윤택하게 만들어주는 디자인적 사고를 가르치는 학교들이 인기 대표적으로 각광받고 있는 곳이 스탠퍼드대 부설 핫소 플래트너(Hasso Plattner) 디자인연구소, 일명 'd스쿨'

- '디자인적 사고'란
 - 세계적인 디자인 기업 '아이디오'의 최고경영자(CEO) 팀 브라운이 '디자인적 사고'라는 용어를 처음 만들어냄
 - 이들이 말하는 '디자인'이란 단순히 예쁜 것, 보기 좋은 것을 만드는 데서 한발 더 나아가 기획 단계부터 참여해 다양한 해결책을 제시하고, 기존에 있던 틀을 깨고 참신한 아이디어를 제공하는 데 있음
 - 즉 소아 비만, 범죄 예방, 기후 변화 등 각종 사회 문제에 깊숙이 개입해 기존의 방법론으로 해결되지 않던 문제들도 디자인적 사고를 통해 다양한 대안을 제시 함
 - 인류 생활이 좀 더 효율적이고, 혁신적이 될 수 있도록 하기 위해 제품뿐만 아니라 경영 관리나 서비스까지 개혁하는 걸 의미 함
 - 예) 연구자들은 매장에서 효율적인 계산 시스템을 만들기 위해 계산대 앞에 선 쇼핑객의 습관 연구
 - 이들이 좀 더 빨리 움직일 수 있게 하면서도 구매를 극대화하기 위한 다양한 방법을 연구
 - 사람들의 동선을 관찰하고, 판매대에 어떤 물건을 놓으면 더 많이 팔리는 지를 연구하는 것

■ 디자인 스쿨 vs 비즈니스 스쿨

디자인 스쿨	비즈니스 스쿨
직관적으로 인간의 행동 패턴을 관찰하고 인종별, 문화별 인간의 행동 패턴을 연구	수많은 마케팅 사례를 조사 분석하고 통계적인 관점에서 마케팅을 바라봄
경영 시스템을 어떻게 하면 좀 더 효율적으로 변화시킬 수 있을 것인가	경영 관리를 직접, 어떻게 효율적으로 할 것인가

- 기업·학교들, 비즈니스+디자인 접목시킨 교육에 관심
 - 세계적인 그룹인 P&G, 구글, 나이키 등 회사들은 디자인적 사고 교육을 받은 학생들을 대거 고용해 이 학문에 대한 인기를 높이고 있음
 - 기업들이 이같이 관심을 보이자 다른 학교들도 비즈니스와 디자인을 접목시킨 프로그램을 추가하고 있음
 - 존스 홉킨스 캐리 경영대학원, 메릴랜드 예술대학 : 작년 11월 새로운 '디자인 리더십M.B.A./M.A.' 프로그램을 이번 가을학기부터 시작할 것이라고 발표
 - 파슨스 디자인 대학교 : 올가을 '전략적 디자인과 경영' 석사 프로그램을 시작할 예정
 - 필라델피아대 : 16개월짜리 '전략적 디자인 경영자 M.B.A.' 프로그램을 도입하면서 '혼성적(hybrid) 사고자'를 위한 것이라고 표현함

디자인산업 경영일반

〈키워드〉

- 산업디자인전문회사 신고 현황
- 신인 디자이너 발굴·육성 붐
- 디자인 경쟁력과 기업 주가
- 클라우드소싱

1. 2011~2012 분기별 산업디자인전문회사 신고현황

(자료 : 한국디자인진흥원 기업지원팀)

- KIDP 산업디자인전문회사 신고현황(~2012.06.30.) : 총 3,351
 - ☞ 전년 동분기 대비 18건 하락/ 전년 상반기 대비 37건 하락

■ 2011~2012 분기별 산업디자인전문회사 신고 현황

분기	2011-1	2011-2	2011-3	2011-4	2012-1	2012-2
신고 건수 (업체 수)	180	156	100	74	161	138

(아주경제 2012. 06.18)

2. 신인 디자이너 발굴·육성 붐

■ 신인 디자이너에 많은 관심을 보이는 기업들

- 롯데백화점 : 2010년부터 시작한 편집매장 '팝캐스트'를 통해 신진 디자이너 브랜드를 선보임
- 신세계백화점 : 1년에 2회 '신진 디자이너 페어'를 개최해 유망한 디자이너 발굴

■ 이유

- 패션 환경 및 소비트렌드 변화에 대응하기 위해
- 쉽고 빠르게 소비할 수 있는 SPA브랜드나 해외 직접구매·편집매장을 통한 해외브랜드 구매 빈도가 높아지고 있음
 - ☞ 이에 신인 디자이너들의 신선한 아이디어와 감각을 기존·신규 브랜드에 접목시켜 소비자들과의 접점 확대시킬 목적
- 신인 디자이너들에게 새로운 기회를 제공함으로써 최근 강조되고 있는 기업의 사회적 책임(CSR) 수행과 동시에 브랜드 이미지 제고

※ 제일모직, 코오롱 FnC 등 패션업체들도 신인·독립 디자이너 발굴에 주력

- 제일모직은 지난 2005년부터 'SFDF'를 설립, 전 세계에서 활동 중인 한국 디자이너를 후원
- 코오롱은 지난 3월 리디자인 브랜드 '래코드'를 론칭
박윤기(여성복), 박기수(남성복), 이승예(가방) 등 자신만의 레이블을 보유한 독립 디자이너들을 참여시킴

3. 디자인 잘 하는 기업은 주가도 높다

(월간디자인 2012년 5월호 전은경)

■ 디자인 경쟁력 ↑ ⇒ 기업의 주가 ↑

- 디자인에 투자하는 '디자인 선도 기업'의 주가가 1994년에는 FTSE 100 기업과 유사한 수준이었으나 2007년에는 약 2배의 격차를 보임
즉, 디자인 역량이 뛰어난 기업일수록 주가 역시 상대적으로 높다는 사실을 보여줌
(☞ iF, IDEA, 레드닷 디자인 어워드 등 주요 디자인상 수상 경력이 있는 63개 디자인 선도기업의 주가와 런던국제증권거래소에 상장된 100개의 대표 기업인 FTSE100의 주가를 비교한 조사)

■ 주가에 영향을 미치는 디자인 관련 이슈

- CI 리뉴얼
 - CI 리뉴얼 발표 예정인 어떤 기업의 주식은 CI 리뉴얼 발표 후 2주만에 11% 가량 상승
- 유능한 디자이너의 영입
 - 기아자동차가 피터 슈라이어를 디자인 총괄 부사장으로 영입 되었을 당시 기아자동차의 패밀리룩에 대한 호평이 이어지고 K5, K7 등의 판매량이 늘며 2006년부터 지금까지 기아자동차의 주식은 상승세
- '애플' 신제품 발표
 - 뉴 아이패드 출시 소문만으로 주가 상승

■ 기업의 디자인 역량 평가 항목

- CEO의 디자인 마인드/ 디자인 경영 선포를 통한 홍보 활동/ 디자인 센터 보유 여부 혹은 규모/ 주요 디자인 어워드 수상 실적/ 우수 디자인 히트 상품 수/ CI 디자인 체계로 대변되는 디자인 아이덴티티 확립 등

4. 디자인 분야에서 확고히 자리 잡은 크라우드소싱 업체

(한겨레 2012. 07. 06)

- 디자인전문업체 '라우드소싱'(www.loudsourcing.com)
 - 지난해 12월 서비스 개시
 - 6개월 만에 4000여 명의 디자이너가 회원으로 가입
 - 하루 평균 진행 중인 콘테스트가 25건 가량
 - 제주도청과 삼성테크윈, 농협 등 공공기관과 대기업 고객도 생겨남
 - 8월에는 국외 디자이너까지 연계한 사이트를 열 예정

- 그 외 디자인 분야에서 활동 중인 기업
 - 디자인서커스(www.designcircus.co.kr), 디자인콘테스트(www.designcontest.co.kr), 디자인레이스(티셔츠 전문 · www.designrace.co.kr) 등

※ 크라우드소싱

- 대중(Crowd)과 외부발주(Outsourcing)를 합친 말로, 생산이나 서비스 과정에 일반인을 적극적으로 참여시키는 것을 말함
- 일반 대중에게서 아이디어를 구하고, 이를 바탕으로 제품 또는 서비스로 만드는 것

크라우드소싱 개념도



2. 해외 업계동향

영국

■ 전문 디자인업계 동향 (IBIS World, 2012.05.)

IBIS World에서 영국 전문디자인업에 대한 산업조사를 실시한 결과, 2011년 하반기부터 12년 상반기 1년 매출액이 전년 대비 6.4% 상승하여 £14.6 Billion 성장할 것으로 전망
전 세계 경제위기로 재정난에 처한 기업들은 부수적 지출항목에 대한 예산을 삭감. 하지만 영국 경제가 회복되면서, 기업들이 전문디자인 서비스에 지출을 늘리기 시작하여 전문디자인업의 경기가 살아남. 전문디자인업은 전년대비 경기변동성이 큰 실정이지만 지난 5년 동안 연평균 2.4%로 꾸준히 성장함. 현재 전문 디자인업계 종사자는 136,610명, 사업체 수는 30,082개이며 1인 사업체가 상당한 비중을 차지하고 있음

호주

■ 그래픽 디자인업계 동향 (IBIS World, 2012.03.)

2011년 하반기부터 2012년 상반기 시점까지의 1년 간 매출액이 약 40억 달러에 달할 것으로 전망
그래픽 디자인업계가 광고 수익에 크게 의존하는 특성상 광고업계와 일반 기업의 마케팅 부서의 시각디자인 하청 요구에 따라 경기가 변동. 연 평균 1.5%씩 성장하고 있으며, 현재 시점까지 그래픽 디자인업계 종사자는 11,279명, 사업체 수는 8,234개로 집계됨. 2008-2009 호주 산업통계조사에 따르면 호주 그래픽 디자인업계는 사업체 중 64.7%가 1인 기업, 1인 이상 19명 이하 규모업체가 전체 33.7%이며, 20명 이상 200명 이하의 규모는 단 1.6%에 불과함

미국

■ 2012 In-house Creative Service Industry Report

The BOSS Group과 Cella Consulting, LLC, InSource 등 미국 내 전략컨설팅 및 리서치업체가 공동으로 주관하여 미국 내 인하우스 크리에이티브 서비스업에 대한 현황 조사를 실시하여 '2012 In-house Creative Service Industry Report'를 발표

- 인하우스 크리에이티브 서비스업은 주로 디자인 및 제작 서비스, 마케팅 전문 서비스, 엔터테인먼트 서비스로 구성
- 주로 인하우스 크리에이티브 서비스업이 마케팅이나 커뮤니케이션 팀으로 구성되어 있지만 가장 많이 수행하는 작업 조사 시(중복 응답) 그래픽 디자인(99%), 제품 디자인(89%)이 1위와 2위로 조사되었으며, 외부 에이전시와의 협업(중복응답) 또한 캠페인 전략과 디자인 업무가 62%, 디자인 수행이 53%인 것으로 조사되었음

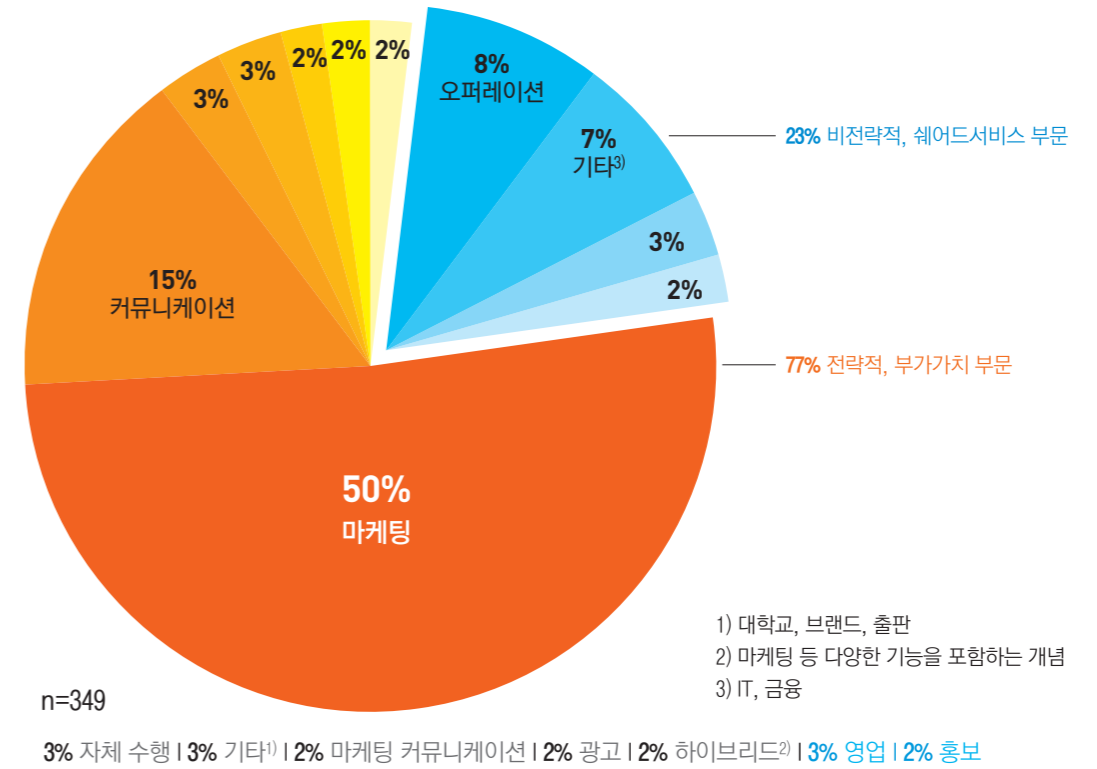
※ Creative Services Industry : 주로 디자인 및 제작 서비스업, 마케팅 전문 서비스업, 엔터테인먼트 서비스업으로 구성

조사업체	The BOSS Group, Cella Consulting, LLC, InSource 총 4개 업체
조사대상	약 360명(포춘지 선정 500대 기업 및 중견, 대기업 내부 크리에이티브 디렉터 및 매니저급 실무자)
조사대상 종사업체 업종	도소매업, 공공서비스 기관, 금융 서비스, 의약업계, 고등교육관련 기업, 일반 소비재 및 서비스업 등

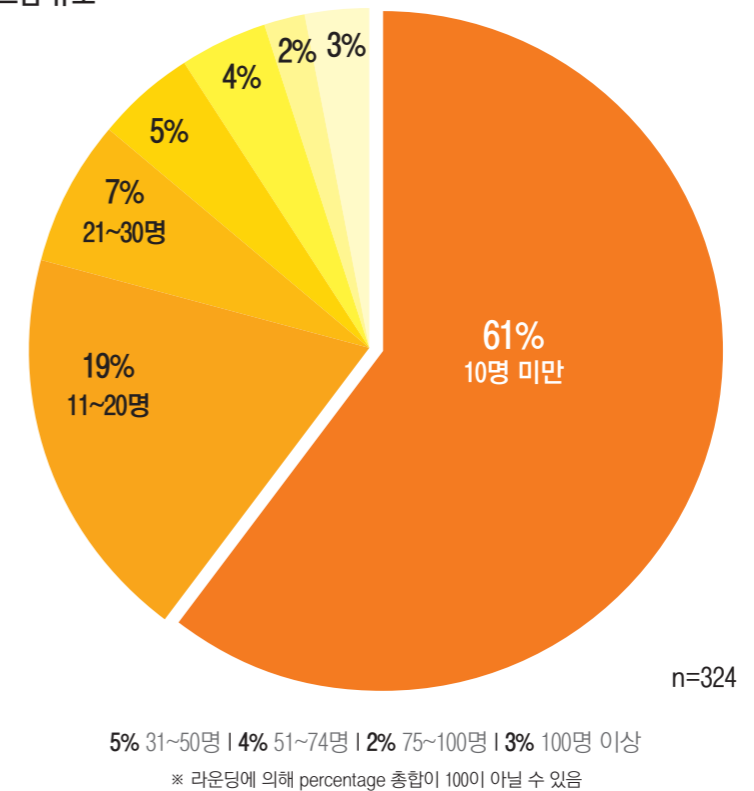
조사대상 직무분야	n=361
크리에이티브 디렉터급	24%
크리에이티브/마케팅 서비스 매니저급	23%
디렉터 및 사업단위 부장급	14%
아트 디렉터급	11%
디자인 및 제작 매니저급	10%
오퍼레이션 매니저급	8%
회사 부대표	6%
기타	3%

조사대상 종사업체 규모(연평균 매출)	n=358
10억 달러 이상	38%
2.5억 달러 이상 9.99억 달러 미만	24%
2.5억 달러 미만	20%
비영리기관(교육기관 및 정부기관)	19%

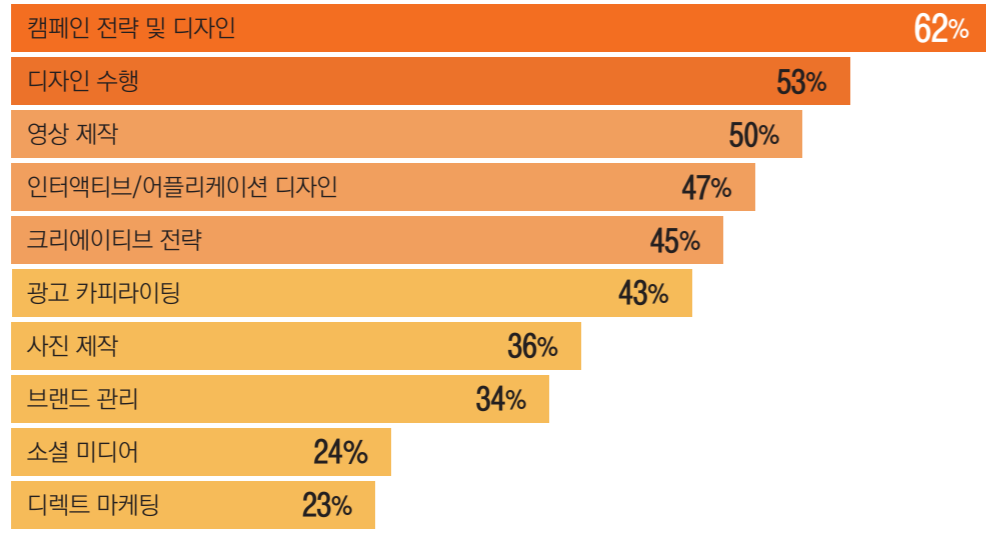
1) 인하우스 크리에이티브 서비스팀의 외부 협업 구조



2) 사내 창의적 서비스팀 규모

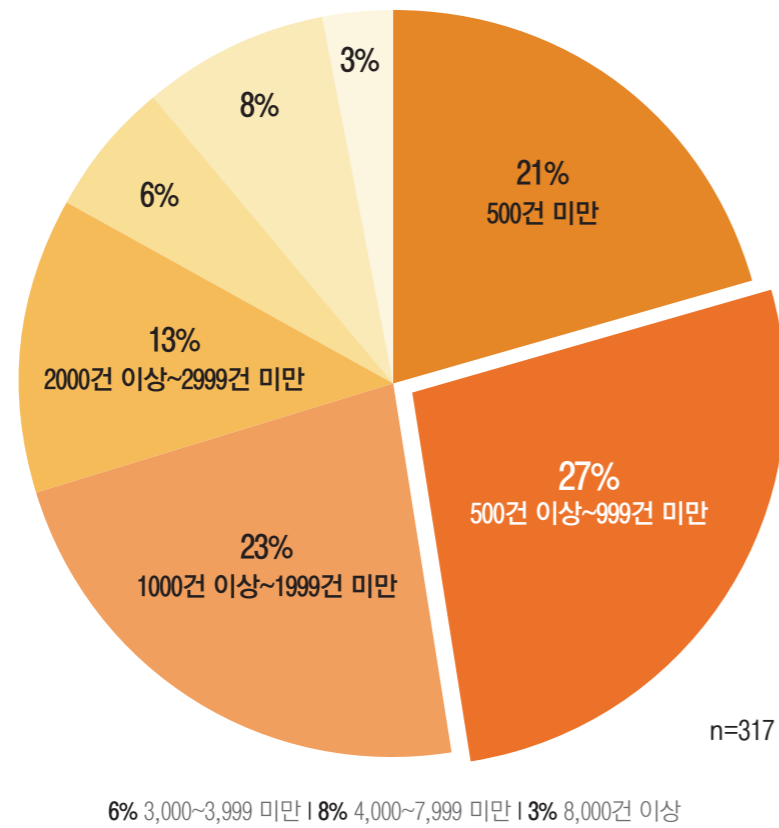


3) 고객 프로젝트 수행 시 외부 에이전시와의 협업 분야(중복 응답)



n=209

4) In-house Creative Services Industry 2011년 수행프로젝트 규모



5) 응답자 소속팀이 제공하는 서비스 종류(중복 응답)

	%, n=323
그래픽 디자인 Graphic Design	99%
제품 디자인 Production Design	89%
출력물 제작(시각 디자인) Print Production	84%
브랜드 관리 Brand Management	80%
웹디자인 Web Design	73%
사진 Photography	70%
회계 및 프로젝트 관리 Account/Project Management	68%
교정 서비스 Proofreading	68%
인터랙티브 디자인 Interactive Design	66%
교열 서비스 Copy Editing	62%
광고 문안 서비스 Copy Writing	61%
영상물 제작 Video Production	56%
소셜 미디어 지원	47%
모바일	35%
오디오 제작	33%
제안 서비스	25%

III 디자인산업 정책동향

1. 국내 정책동향

디자인산업 정책동향

<키워드>

- 사회적 기업 브랜드 · 디자인 개발 지원
- 중소기업 디자인 가치제고 사업
- 서비스기업 해외진출 지원

1. 특허청, 사회적 기업 지원 - 지난해 시범사업의 성과에 힘입어 올해 예산을 2011년 125백만 원보다 4배 증가한 5억 원(지자체 매칭액 포함)으로 편성, 24개 기업 지원 (특허청 2012. 07. 04)

■ 지원 이유

- 사회적기업도 일반기업과 마찬가지로 제품과 서비스를 생산 · 판매하는 영리활동을 해야 하고 이를 위해서는 차별화된 디자인, 전략적 브랜드 등이 필요
- 이들 사회적 기업 대다수는 지식재산 인력이나 자본이 부족한 영세업체이어서 브랜드, 디자인 등의 개발에 투자할 여력이 없었음

■ 시범사업 결과

- 지난해 특허청이 벌인 시범사업결과 해당기업들의 매출액이 크게 는 것으로 나타남
 - 5개 지원기업 중 누리돌희망IT는 3400만 원에서 3억 2700만 원으로, 천향은 1억 2300만 원에서 2억 4000만 원으로 늘어남
- 정립전자는 직원 수가 142명→158명, 독도쿠키 사업단은 7명→8명으로 늘어남
- 지재권 출원건수도 4건에서 10건으로 증가

■ 기대효과

- 무한경쟁사회가 될수록 오히려 무한경쟁에 취약한 계층의 취업을 도와주고 사회적 서비스를 제공하는 사회적기업의 기대역할과 규모는 더 커질 것으로 보임
- 특허청의 사회적 기업 브랜드 · 디자인 지원 사업이 이들 기업의 성장에 도움이 될 것으로 기대

2. 특허청, 지역 중소기업 대상 디자인 가치제고 사업이 디자인권 확보와 매출 증가에 도움을 줌 - 지난해의 34억 원(지자체 매칭펀드 포함)보다 증가한 48.5억 원으로 예산을 편성하고, 139개 지역 중소기업을 지원키로 함
(특허청 2012. 06. 07)

- 지원 사례
 - 광주광역시 소재 에스오에스는 LED기술을 활용하여 수유를 위한 적정 온도유지 유아용 젓병과 관련한 디자인 개발 지원을 받음
 - 성과 : 특허 국내·외 2건, 디자인 국내·외 3건, 상표 국외 2건 등 7건의 지재권을 확보. 개발된 제품은 호주와 연 2만 개 매출계약을 체결하였고, 중국, 일본, 캐나다와 계약준비 중
 - 국내유통업체와 연 3만 개 계약으로 전년에 비해 지난해에 매출액이 5배 이상 증가한 약 6억 원의 매출을 기록
 - 대구의 자동차 와이퍼 생산업체인 KCW도 10년도에 특허청의 디자인가치제고사업 지원을 받아 기존의 와이퍼 제품에 비해 부품수를 줄여 원가절감과 제조공정 축소로 인한 생산 효율성을 높임
 - 성과 : 지난해의 경우 9건의 특허와 28건의 디자인 등 39건의 지재권을 창출하는 효과를 거뒀고, 지난해에 해외 매출도 585억 원으로 전년에 비해 48% 신장되는 성과를 거둠
- 성과
 - 지난해의 경우 129개 중소기업의 제품디자인 및 포장디자인 등을 지원했고 이를통해 기업의 지재권 출원 78%, 매출액 26%, 고용규모 8%의 증가 효과를 얻는 등 지역경제 활성화에 기여
 - 디자인가치제고 지원사업은 지재권 전문가가 사업 프로세스에 참여하여, 중소기업 디자인 경영에 필요한 서비스를 One-Stop으로 제공하여, 타 지원 사업보다 높은 90%의 사업화 성공률을 보임

3. 지경부, 서비스기업 40곳 해외 진출 지원 (연합뉴스 2012. 06. 25)

우리나라의 세계서비스시장 점유율은 2006년 1.95%, 2008년 2.33%, 2010년 2.21% 등 낮은 수준으로 이에 지식경제부는 코트라와 함께 경쟁력을 갖춘 서비스기업 40곳을 선정해 해외 진출을 적극 지원하기로 했다고 밝힘

- 지원대상 기업 및 주요 진출 희망지역
 - 디자인(7곳)이 가장 많고 애니메이션(6곳), 의료서비스(6곳), 프랜차이즈(5곳), 방송·음악(5곳), 게임(5곳), 캐릭터(3곳), 이러닝(3곳) 순
 - 주요 진출 희망지역은 미국, 중국, 일본 임
 - '빼곰' 캐릭터를 수출하고 있는 시너지미디어는 미개척시장인 브라질을 공략할 예정이며, 디자인 전문 업체 우퍼디자인은 중국시장에 진출
- 지원 계획
 - 코트라 - 개별기업의 해외 진출계획과 상황에 맞춰 일대일 맞춤형 해외 마케팅 서비스를 할 방침
 - 지경부
 - 제조업 위주로 운영해온 전시회 개최와 무역사절단 파견 등 수출마케팅 지원 사업에 서비스기업의 참가를 확대하고 서비스 분야별 대표 전시회를 육성할 계획
 - 해외 진출을 모색하는 기업을 효율적으로 지원하기 위해 콘텐츠, 의료, 이러닝 등 업종별 관련부처와의 협조체계를 강화해 나가기로 함

지식재산권(디자인·특허)관련 동향

<키워드>

- '재능 나눔' 시범 추진
- 지식재산 역량 갖춘 인재양성 투자

1. '재능 나눔'으로 중소기업의 지식재산 애로사항 해소 (특허청 2012. 07. 03)

- 지식재산 재능 나눔 사업이란
지식재산 경쟁력이 취약한 지역 중소기업에게 전문가의 '지식재산 재능'을 기부하고, 수혜기업은 재능기부로 인해 매출 등이 발생할 경우 그 일부를 소년소녀가장, 저소득층 노인 등 사회적 약자에게 환원하는 사업
- 사업 도입의 이유
 - 지식재산 분야를 지원하고자 하는 지역 중소기업은 많으나 이를 지원하기 위한 예산·인력은 상대적으로 한정되어 있음
 - 이에 특허청은 민간 전문가의 자발적인 재능기부를 통해 지역 중소기업의 지식재산 관련 애로사항을 지원하기 위해 이 사업을 도입하게 됨
 - 최근 특허전쟁 등으로 중소기업은 지식재산 확보의 중요성이 어느 때보다 높아지고 있는 상황에서 지식재산 재능 나눔을 통해 기업은 IP경쟁력 확보
 - 혜택을 받은 기업은 이익의 일부를 지역사회에 환원하게 됨으로써 기업경쟁력 향상과 함께 지역 나눔 문화 확산을 동시에 이룰 수 있을 것으로 기대
- 특허청은 오는 7월부터 13개 대학 교수, 2개 지역디자인협회, 16개 디자인·브랜드 기업 등 총 41명의 지식재산 전문가와 함께 '지식재산 재능 나눔 사업'을 시범 추진한다고 밝힘

2. 지식기반시대는 지식재산 인재(Human Capital)가 생산의 핵심적인 요소 - 한국의 미래 경쟁력은 지식재산 인재를 어떻게 양성하느냐에 좌우될 것 (특허청 2012. 07. 03)

- '2012 지식재산 인재양성 컨퍼런스' 전공분야에 대한 전문지식과 더불어 특허, 디자인 등 지식재산권을 창출하고 활용할 수 있는 역량을 갖춘 지식재산 인력을 양성하기 위한 방안을 모색하기 위하여 6월 14일 개최
- 국가지식재산위원회, 특허청 등 정부기관과 대학 교수, 기업인력 등 200여 명이 참석한 가운데 국내외 지식재산 교육 전문가들은 사전 발표 자료를 통해 한결같이 지식재산 인재양성을 위한 노력과 투자의 필요성을 강조
 - 특히, 미국의 프란시스 교수를 비롯한 일본, 독일, 중국에서 온 지식재산 교육 분야의 전문가들은 지식재산·기술·경영·창의력의 융합적 역량을 육성하는 교육 및 지식재산을 통하여 부를 창출할 수 있는 인재양성의 중요성을 강조
- 지식재산 인재 양성을 중점정책과제로 추진
 - 김호원 특허청장은 "지식재산이 성장과 발전을 넘어 생존의 조건이 되는 지식기반시대에서 국가와 기업의 지식재산 경쟁력의 원천은 사람이다"고 강조
 - "창의성·전문성과 더불어 지식재산 역량을 갖춘 융합형 인재양성을 중점정책과제의 하나로 추진하겠다."고 전함

2. 해외 정책동향

디자인산업 정책동향

영국

1. 영국 초등 교육과정 내 D&T(Design & Technology) 커리큘럼 시행 (Design Week 2012. 06. 12)

- 2014년 9월부터 디자인&테크놀로지(Design&Technology)를 영국 초등교육 기본의무과정에 도입하기로 결정
 - 교육과정은 미술&디자인, 디자인&테크놀로지 형식
 - 중등교육과정은 추후시기를 조절하여 도입할 방침
- 디자인&테크놀로지 협회는 오래전부터 국가적으로 필수교육과정에 D&T를 도입해야한다고 주장해왔으며, 이번 초등교육과정 개편에서 그 첫 결실을 이룸
- 교육부와 지속적인 협업으로 D&T 교육이 모든 교육과정에 기본이수과목으로 지정될 수 있도록 노력하겠다고 밝힘

2. 영국 국립기술아카데미 내 디자인분야 설립

- 영국 정부가 £1.5 million을 투자, 국립기술아카데미 내 디자인분야 교육과정을 시작함
 - ※ 국립기술아카데미
 - 2009년부터 Creative&Cultural Skills가 운영
 - 여러 산업기관들과 연계하여 다양한 프로그램을 제공
 - 디자인관련 프로그램은 영국 디자인 카운슬과 디자인기업협회, 브리티시 디자인혁신협회 및 Sorrel 기관과 연계하여 진행

지식재산권(디자인·특허) 관련 동향

미국

1. 미국 특허수수료 인상 (한국지식재산연구원 2012. 06. 29)

- 배경
 - 오바마 정부는 특허개혁백서('10.4.13, 상무부)를 통해 중요 특허 개혁 방향으로서 "심사적체 해소"를 설정

신속하고 질 높은 특허 → 기술혁신 촉진 → 경제성장 촉진과 일자리 창출
 - '10년 현재 미국 특허청(USPTO)는 75만 건 이상의 특허출원이 심사적체 중이며, 이는 기술혁신을 소멸시켜 매년 수십억 달러의 비용을 발생
 - 심사적체 해소를 위해서는 수수료 인상을 통한 수익 증가분을 심사관의 신규채용과 IT 인프라에 투자 하는 것이 필요

- 미국 특허청은 미국 특허법(AIA)에 근거하여 특허수수료를 15% 인상하는 특허수수료 규칙 개정안을 발표('11.9.26 시행)
 - 이는 조직 운영의 유연성을 강화하고 필요 자금을 신속히 조성하여 특허 처리 소과정에 속도를 높이기 위한 목적임
 - AIA는 USPTO 청장에게 USPTO 운영비 보전을 위한 수수료 결정 및 조정권한을 2018년까지 7년간 한시적으로 부여

〈USPTO청장의 수수료 관련 권한〉

- ① 소비자물가지수 상승에 따른 수수료 조정권한
 - (근거) 특허법 제41조(f)항
 - (방식) 노동부에 의해 발표되는 소비자물가지수(Consumer Price Index, CPI)가 1% 이상 증가시 1992년 10월 1일부터 수수료 조정 가능
- ② USPTO 운영비 보전을 위한 수수료 결정권한
 - (근거) 발명법(개정특허법) 제10조(a)항
 - (방식) 특허, 상표 관련 행정비용, 활동, 서비스 및 자료에 대한 경비 일체를 보전하기 위한 범위 내에서 수수료 결정 및 조정 가능

■ 주요내용

- 발명 법을 근거로 일괄 15% 인상('11.9.26) 이후, 추가적으로 물가지수를 반영하여 2.9% 소폭 인상('12.5.14)
 - 대기업, 소기업 구분하지 않고 동일한 인상을 적용

〈미국 특허청의 주요 수수료 인상 내용(특허)〉

수수료명	'11.9.26 이전	'11.9.26 이후 (15% 인상 후)	'12.5.14 이후 (2.9% 인상 후)
실용특허출원	330 소기업 165	380 소기업 190	390 소기업 195
디자인 수행	220 소기업 110	250 소기업 123	260 소기업 130
영상 제작	1,510 소기업 755	1,740 소기업 870	1,790 소기업 895
크리에이티브 전략	540 소기업 270	620 소기업 310	640 소기업 320

※ 모든 권리(특허, 상표권, 디자인권 등)에 대해 동일하게 적용

호주

1. 호주 특허수수료 인상

(한국지식재산연구원 2012.06.29)

- 배경
 - '02년 12월 호주 재무부는 일관성 있고 투명하며 책임 있는 자원배분을 위해 원가회수정책 *(cost recovery policy)을 채택
 - * 정부기관에게 모든 정책서비스 비용에 대해 회수 책임을 지도록 하여 정책의 효율화를 추구하는 정책
 - 호주 특허청은 혁신을 촉진하기 위한 방안으로 '11년 9월부터 수수료를 낮게 유지하고 그 체계를 간소화하는데 노력
 - 이와 더불어, 특허청의 재무건전성을 유지하기 위하여 '2011년 호주 특허청의 수수료 검토'를 수행
 - * 수수료 체계 관련 자문보고서를 채택하고 대국민 의견수렴 실시
- 주요내용
 - 특허출원과 특허등록 수수료는 대폭 인상하고 심사청구 수수료는 상대적으로 소폭 인상 (온라인 출원자에 대해 소폭 인상을 적용)

〈호주 특허청의 주요 특허 수수료 인상 내용〉

(단위 : AU 달러)

수수료명	현재	'12.7.1 이후	'12.10.1 이후	인상률(%)
특허출원	370 온라인 340	-	470 온라인 370	27.0 온라인 8.8
특허심사청구	450	490	-	8.8
특허등록	200	250	-	25.0

일본

1. 일본 경제 산업성, 지식재산권 일괄심사제도 도입 검토

(한국지식재산연구원 2012. 06. 07)

- 7월 2일, 일본 경제 산업성은 복수의 기술 통합이 요구되는 전기자동차 등과 같은 제품을 대상으로 특허, 디자인, 상표 등 지식재산권을 일괄 심사하는 제도인 「전략적 정리 심사」의 모범사례(model case) 선정을 2012년 내에 착수할 계획이라고 발표함
 - 일괄심사제도를 통해 일본 기업 등이 세계에서 경쟁력을 발휘할 수 있는 제품이나 기술의 지식재산권을 최적 타이밍에 취득할 수 있도록 지원할 예정임
 - 이와 함께 일괄심사 시기를 기업이 선택할 수 있도록 하는 심사방식의 도입 및 일괄심사 관련 요건 등을 검토할 계획임

- 일본 경제 산업성은 일본특허청(JPO)과 공동으로, 신제품 출시를 현재 준비하고 있거나 기술개발을 하고 있는 대기업들을 대상으로 「전략적 정리 심사」 적용대상 기업을 선정할 방침임
 - 올해 내에 심사 적용대상 기업 선정을 완료할 계획이며 이를 위해 관련 분야에 정통한 심사관들로 이루어진 심사팀을 구성할 예정임
- 전기자동차의 경우 제품이나 기술에 관련된 지식재산권의 심사는 원칙적으로 모터, 전지, 디자인, 상표 등 구성요소에 따라 개별적으로 실시됨
 - 따라서 산업계에서는 신속한 경영판단이 필요한 분야의 제품이나 사업과 관련된 특허 및 디자인, 상표 등 지식재산권 창출 관련 절차들을 정비해야 한다고 요구함
- JPO는 이러한 산업계의 요구를 바탕으로 모범사례 선정을 통해 일괄심사제도인 「전략적 정리 심사」의 도입 여부를 검토할 예정임
 - 「전략적 정리 심사」가 제도로서 확립되면 대기업뿐만 아니라 기술 우위를 가진 중소기업도 지식재산 전략 수립을 위한 새로운 수단으로서 활용 가능
 - 또한 전기자동차, 연료전지차, 의료기기, 복사기, 디지털카메라 등 일본 기업이 기술이나 제품에서 우위를 점할 수 있는 분야에 대한 적용이 기대됨

2. 일본 지식재산정책부회, 「제17회 디자인제도 소위원회」 개최

(한국지식재산연구원 2012. 07. 08)

- 「디자인을 통한 국제진출 지원 : 헤이그협정 및 로카르노협정에 대해」라는 의제에 대해 다음 사안들이 논의됨
 - (1) 복수 디자인의 일괄 출원
 - (2) 디자인 등록원부와 국제등록부
 - (3) 국제 공개와 일본의 등록 공보
- 지식재산정책부회는 상기 사안들에 관하여 의견을 교환하고 구체적으로 다음과 같은 사항들에 합의함
 - (복수 디자인의 일괄 출원) 복수 디자인 일괄 출원 제도에는 기본적으로 찬성하지만 이러한 제도의 도입 시 그 심사가 지연되지 않도록 심사 체계를 정비할 필요가 있으며, 이와 관련한 국제 디자인 분류 작업에 일본도 적극적으로 참여할 필요가 있음
 - (디자인등록원부와 국제등록부) 국제등록에 따른 디자인권 이전으로 인해, 제네바에서 국제등록부를 관리하고 있다는 사실을 근거로, 일본 법원이 재판 관할권을 가지지 않고 스위스 법원이 전속 관할권을 가진다는 것은 설득력이 없으며, 권리의 존부 및 이전 문제는 중대한 사안이므로 그에 대해 구체적으로 정리될 필요가 있음
 - (국제 공개와 일본의 등록 공보) 국제 출원된 디자인이 일본에서 등록될 경우 이용자들의 편의를 고려하여 일본에서도 디자인 공보를 발행해야 하며, 일본지식재산권디지털도서관(IPDL)에서 국내 출원의 디자인 공보와 마찬가지로 국제 출원의 디자인 공보도 검색할 수 있는 환경을 정비해야 함

부록 I. 디자인산업 경기조사 개요

■ 조사설계

구분	디자인전문업체
모집단	전문디자인업체
표본 수	539업체
표본추출방법	권역/업종/규모별 비례할당 및 체계적 추출법(Proportionate Quota & Systematic Sampling)
표본오차	±3.8%포인트(95%신뢰수준)
주요조사내용	경기전반, 매출, 채산성, 자금사정, 인력사정에 대한 실적 및 차분기 전망 등
조사도구	구조화된 질문지(Structured Questionnaire)
조사방법	전화조사 (Telephone Survey)
조사기간	2012년 7월 5일 ~ 7월 11일

■ 조사목적

분기별 전문디자인업체 경기조사를 통해 D-BSI (Design Business Survey Index) 산업 경제 기초 자료를 확보하고 이를 통해 디자인산업 분야별·지역별·경영활동별 경기 전망 및 실적을 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 경기에측기법임
- 조사결과인 디자인산업 경기지수는 아래와 같은 공식을 이용하여 조사한 것임

$$\text{※ 업종별 BSI} = \frac{(\text{긍정적인 응답업체수} - \text{부정적인 응답업체수})}{\text{전체응답업체수}} \times 100 + 100$$

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

- 분기별 전문디자인업체 경기조사는 제품디자인업, 시각디자인업, 인테리어디자인업, 기타전문디자인업 (패션, 섬유, 귀금속 및 장신구 등) 등 총 4개 세부 업종을 영위하는 사업체 중 539개 표본을 선정하여 조사를 실시
- 표본은 업종과 지역을 고려하여 층화추출법을 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 : 2개 규모(9인 이하/10인 이상)

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

- 응답업체 특성

BASE : 전체응답자		조사 사례수	가중 사례수	비율(%)	
전체		(539)	(3,023)	100.0	
업종별	제품	(126)	(717)	23.7	
	시각	(220)	(1,118)	37.0	
	인테리어	(136)	(733)	24.2	
	기타전문디자인	패션	(22)	(143)	15.1
		섬유	(27)	(237)	
		귀금속 및 장신구	(5)	(60)	
기타		(3)	(15)		
합계	(57)	(455)			
규모별	9인 이하	(442)	(2,692)	89.1	
	10인 이상	(97)	(331)	10.9	
권역별	서울	(341)	(1,940)	64.2	
	경기/인천	(64)	(374)	12.4	
	대전/충북/충남	(24)	(129)	4.3	
	광주/전북/전남	(32)	(154)	5.1	
	대구/경북	(33)	(206)	6.8	
	부산/울산/경남	(36)	(176)	5.8	
	강원/제주	(9)	(45)	1.5	
주요거래대상	대기업	(113)	(564)	18.6	
	중소기업	(186)	(1,012)	33.5	
	개인사업자	(154)	(1,038)	34.3	
	공공기관	(78)	(368)	12.2	
	기타	(8)	(42)	1.4	
주된용역 수행방식	자체 수행	(426)	(2,339)	77.4	
	프리랜서 활용	(48)	(302)	10.0	
	재하청	(65)	(383)	12.6	
계약체결방법	입찰 계약 방식	(121)	(563)	18.6	
	수의 계약 방식	(357)	(2,162)	71.5	
	특명 계약 방식	(50)	(245)	8.1	
	기타	(3)	(13)	0.4	
	모름/무응답	(8)	(41)	1.4	

※ 지수 활용상의 유의점

- 디자인산업 경기지수조사에 있어서 매분기 지수는 전분기를 기준으로 한 것이므로 특정분기의 경기 동향은 전분기의 동향과 상호 연관되어 파악하여야 함
- 산업별 동향에 있어서 회답업체수가 소수일 경우에는 이들의 대표성이 문제되어 동종목의 경기 동향을 정확히 반영하지 못할 가능성이 있음(예 : 강원·제주지역의 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 150이상)
- ※ 호조(D-BSI 110이상~150미만)
- ※ 보합(D-BSI 90이상~110미만)
- ※ 부진(D-BSI 50이상~90미만)
- ※ 매우부진(D-BSI 50미만)

부록 II. 2012년 2/4분기 BSI 조사표(설문지)

한국디자인진흥원은 다음과 같이 2012년 2/4분기 전문디자인업 경기조사를 실시합니다. 이 설문조사는 디자인기업이 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 부탁 말씀 드리며, 아울러 본 조사는 통계목적으로만 사용되고 귀사에서 응답한 내용은 절대 비밀이 보장된다는 점을 알려드립니다.

한국디자인진흥원장

■ 문의 및 송부처 : 밀워드브라운미디어리서치(문희정 ☎ 02-3488-2728/ FAX 02-598-7652)

1. 우선 기업 일반현황에 대해 몇 가지 여쭙겠습니다.

면접원

사업체명			
연락처	지역번호 포함 ()		
업종	① 제품 ② 시각 ③ 인테리어 ④ 기타전문디자인업 - □ 패션, □ 섬유, □ 귀금속 및 장신구, □ 기타()		
지역(시/도)		종사자수	
기업구분	① 국내기업 ② 외국계기업	응답자	

2. 지금부터 귀사의 2012년 2분기 경기에 대해 여쭙겠습니다.

2-1. 귀사의 2012년 2분기의 전반적인 경기는 1분기에 비해 어떠했습니다?

매우 호전 다소 호전 동일 다소 악화 매우 악화
 1 ----- 2 ----- 3 ----- 4 ----- 5

2-1-1. (매우 호전, 다소 호전 응답자) 경기가 호전된 이유는 무엇입니까?

- ① 수주 증가 ② 시기적 요인으로 인한 발주 증가 ③ 신사업 발굴 계획/신규 개발
 ④ 경기회복 기대심리 ⑤ 디자인 필요성 인지 ⑥ 직원들 노력에 따른 영업 호조
 ⑦ 기타(구체적으로 응답 :)

2-1-2. (매우 악화, 다소 악화 응답자) 경기가 악화된 이유는 무엇입니까?

- ① 경기침체에 따른 수주 감소 ② 시기적 요인으로 인한 매출 감소 ③ 신규거래처의 부재(不在)
 ④ 가격경쟁으로 인한 경쟁력 하락 ⑤ 원자재값 인상 ⑥ 공공사업/지자체 일 감소
 ⑦ 기타(구체적으로 응답 :)

2-2. 사업 부분별로 2012년 1분기 대비 2012년 2분기의 경기 실적에 대해 여쭙겠습니다.

	매우호전	다소호전	동일	다소악화	매우악화
1 귀사의 매출 부분의 지난 2분기 경기는 1분기 대비 어떠했습니까?	①	②	③	④	⑤
2 귀사의 순수익과 관련하여 채산성 부분은 어떠했습니까?	①	②	③	④	⑤
3 귀사의 부채, 비용, 수익 등 자금사정은 어떠했습니까?	①	②	③	④	⑤
4 종업원 수, 인력수급의 용이성 등 인력사정은 어떠했습니까?	①	②	③	④	⑤

3. 지금부터는 2012년 3분기 경기전망에 대한 질문입니다.

3-1. 귀사의 2012년 3분기 전반적인 경기는 2012년 2분기에 비해 어떠할 것 같습니까?

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. (매우 호전, 다소 호전 응답자) 3분기 경기가 호전될 것으로 보시는 이유는 무엇입니까?

- ① 수주 증가 ② 시기적 요인으로 인한 발주 증가 ③ 신사업 발굴 계획/신규 개발
 ④ 경기회복 기대심리 ⑤ 디자인 필요성 인지 ⑥ 직원들 노력에 따른 영업 호조
 ⑦ 기타(구체적으로 응답 :)

3-1-2. (매우 악화, 다소 악화 응답자) 3분기 경기가 악화될 것으로 보시는 이유는 무엇입니까?

- ① 경기침체에 따른 수주 감소 ② 시기적 요인으로 인한 매출 감소 ③ 신규거래처의 부재(不在)
 ④ 가격경쟁으로 인한 경쟁력 하락 ⑤ 원자재값 인상 ⑥ 공공사업/지자체 일 감소
 ⑦ 기타(구체적으로 응답 :)

3-1-3. 사업 부분별로 2012년 2분기 대비 2012년 3분기의 경기전망에 대해 여쭙겠습니다.

	매우호전	다소호전	동일	다소악화	매우악화
1 귀사의 매출 부분은 2분기 대비 3분기에 어떠할 것으로 예상하십니까?	①	②	③	④	⑤
2 귀사의 순이익과 관련하여 채산성 부분은 어떠할 것으로 예상하십니까?	①	②	③	④	⑤
3 귀사의 부채, 비용, 수익 등 자금사정은 어떠할 것으로 예상하십니까?	①	②	③	④	⑤
4 종업원 수, 인력수급의 용이성 등 인력사정은 어떠할 것으로 예상하십니까?	①	②	③	④	⑤

4. 마지막으로 디자인 전문기업의 영업현황과 관련하여 여쭙겠습니다.

4-1. 귀사의 주요 거래 대상은 누구입니까?

- ① 대기업 ② 중소기업 ③ 개인사업자 ④ 공공기관
 ⑤ 기타(구체적으로 응답 : _____)

4-1-1. 주요 거래 대상이 귀사의 매출에 어느 정도 비중을 차지하고 있습니까?

- ① 0% 이상~10% 미만 ② 10% 이상~20% 미만 ③ 20% 이상~30% 미만
 ④ 30% 이상~50% 미만 ⑤ 50% 이상

4-2. 귀사의 주된 용역 수행 방식은 무엇입니까?

- ① 자체 수행 ② 프리랜서 활용 ③ 재하청 ④ 기타(구체적으로 응답 : _____)

4-2-1. 용역 수행 기간은 평균적으로 어느 정도입니까?

- ① 3개월 미만 ② 3개월 이상 ~6개월 미만 ③ 6개월 이상 ~ 1년 미만 ④ 1년 이상

4-3. 귀사의 계약 체결 방법은 무엇입니까?

- ① 입찰에 의한 계약 방식 ② 수의 계약 방식 ③ 특명 계약 방식
 ④ 기타(구체적으로 응답: _____)

4-3-1. 용역 건당 평균 계약 금액은 어느 정도입니까?

- ① 1000만 원 미만 ② 1000만 원 이상 ~ 2000만 원 미만 ③ 2000만 원 이상 ~ 5000만 원 미만
 ④ 5000만 원 이상 ~ 1억 원 미만 ⑤ 1억 원 이상

부록 III. 디자인산업 경기지수 추이

■ 전반적

분기	10. 3/4	10. 4/4	11. 1/4	11. 2/4	11. 3/4	11. 4/4	12. 1/4	12. 2/4	전분기 대비 변동폭		
전체	69.9 (90.4)	74.0 (97.5)	63.2 (105.6)	68.4 (96.0)	68.4 (96.7)	65.2 (81.0)	63.3 (109.4)	62.5 (79.7)	-0.8 (29.7)		
업종별	제품	71.8 (101.6)	89.5 (104.7)	66.2 (110.2)	79.5 (104.4)	72.6 (106.0)	62.9 (88.7)	69.9 (120.4)	66.5 (97.1)	-3.4 (23.3)	
	시각	72.9 (94.4)	79.9 (98.6)	61.4 (98.6)	63.8 (96.4)	65.4 (94.8)	71.3 (71.8)	63.1 (96.4)	58.0 (70.0)	-5.1 (26.4)	
	인테리어	65.6 (74.4)	62.1 (96.6)	71.0 (112.6)	67.7 (90.3)	71.5 (93.9)	60.2 (81.8)	61.5 (109.8)	68.6 (92.2)	7.1 (17.6)	
	기타		66.6 (91.3)	55.6 (85.3)	49.5 (105.2)	65.4 (92.4)	64.6 (93.0)	61.9 (90.3)	56.5 (123.1)	57.4 (55.2)	0.9 (67.9)
		패션	-	-	-	-	-	-	-	59.2 (38.6)	-
		섬유	-	-	-	-	-	-	-	50.8 (53.7)	-
		귀금속/ 장신구	-	-	-	-	-	-	-	62.5 (83.4)	-
	기타	-	-	-	-	-	-	-	121.8 (127.7)	-	
	지역별	서울	71.6 (93.4)	75.0 (95.1)	65.7 (106.2)	68.6 (95.2)	68.0 (98.9)	66.7 (81.1)	63.2 (110.4)	62.6 (75.6)	-0.6 (34.8)
		경기/인천	59.7 (86.5)	71.7 (87.3)	53.0 (93.7)	51.3 (73.5)	61.0 (79.4)	29.8 (79.6)	45.6 (100.0)	47.9 (66.0)	2.3 (34.0)
대전/충남/충북		52.9 (69.5)	110.2 (106.9)	50.7 (102.6)	46.0 (88.6)	49.5 (63.4)	48.8 (66.6)	55.1 (92.6)	54.3 (81.4)	-0.8 (11.2)	
광주/전남/전북		65.0 (78.9)	54.9 (115.1)	35.1 (112.3)	74.0 (113.6)	66.1 (103.4)	87.2 (95.1)	67.8 (98.3)	83.1 (120.8)	15.3 (22.5)	
대구/경북		60.3 (63.2)	55.6 (119.8)	83.2 (128.1)	71.6 (103.8)	74.9 (122.0)	74.2 (63.4)	92.5 (124.0)	61.2 (72.8)	-31.3 (51.2)	
부산/울산/경남		82.0 (104.3)	88.0 (111.4)	63.7 (99.4)	90.8 (111.1)	77.7 (90.3)	83.7 (94.8)	67.7 (109.8)	73.3 (103.4)	5.6 (6.4)	
강원/제주		108.9 (118.0)	52.0 (88.1)	89.7 (88.4)	109.0 (141.4)	119.8 (112.6)	95.2 (66.7)	65.3 (133.7)	95.6 (160.0)	30.3 (26.3)	
구분별	매출	75.0 (87.9)	77.0 (102.7)	68.1 (107.0)	76.1 (99.4)	76.3 (99.4)	76.6 (84.1)	69.2 (87.5)	64.1 (83.1)	-5.1 (4.4)	
	채산성	65.0 (82.5)	69.2 (95.5)	60.0 (96.6)	68.4 (86.9)	60.4 (91.7)	61.8 (71.9)	60.3 (72.6)	56.1 (75.1)	-4.2 (2.5)	
	인력사정	85.7 (95.3)	88.4 (105.4)	87.8 (101.0)	94.3 (99.9)	88.0 (98.3)	90.7 (98.8)	88.4 (94.8)	86.2 (97.8)	-2.2 (3.0)	
	자금사정	92.1 (97.2)	84.9 (102.4)	85.8 (100.8)	93.8 (104.9)	86.7 (94.5)	87.4 (96.6)	85.5 (94.7)	58.7 (72.4)	-26.8 (22.3)	

()내는 전망치

■ 매출

분기		10. 3/4	10. 4/4	11. 1/4	11. 2/4	11. 3/4	11. 4/4	12. 1/4	12. 2/4	전분기 대비 변동폭
전체		75.0 (87.9)	77.0 (102.7)	68.1 (107.0)	76.1 (99.4)	76.3 (99.4)	76.6 (84.1)	69.2 (87.5)	64.1 (83.1)	-5.1 (4.4)
업종별	제품	82.3 (96.6)	87.2 (103.9)	72.5 (112.7)	88.9 (107.7)	72.0 (110.8)	80.0 (95.1)	82.4 -	65.6 (99.4)	-16.8 -
	시각	76.4 (91.3)	86.2 (105.7)	64.3 (102.2)	69.8 (97.1)	70.4 (91.9)	79.5 (77.9)	63.1 -	61.1 (79.0)	-2 -
	인테리어	67.7 (75.7)	71.4 (102.3)	76.5 (108.6)	70.6 (98.0)	89.5 (104.3)	69.8 (81.8)	65.6 -	69.8 (87.9)	4.2 -
	기타	72.8 (87.0)	47.2 (93.6)	56.9 (108.8)	83.9 (95.2)	75.1 (93.5)	75.2 (85.9)	69.5 -	59.6 (59.6)	-9.9 -
지역별	서울	75.1 (90.5)	76.6 (104.0)	70.7 (108.7)	77.4 (97.6)	77.2 (103.5)	77.2 (83.2)	67.6 -	64.1 (80.1)	-3.5 -
	경기/인천	65.8 (80.0)	80.8 (88.0)	56.8 (93.5)	54.2 (82.4)	58.7 (86.9)	55.1 (88.8)	54.7 -	55.6 (63.9)	0.9 -
	대전/충남/충북	66.0 (68.3)	102.9 (116.0)	59.1 (98.1)	56.2 (73.9)	51.3 (67.5)	61.1 (66.9)	64.7 -	60.5 (68.2)	-4.2 -
	광주/전남/전북	74.4 (74.7)	59.8 (99.0)	45.6 (107.6)	82.3 (117.0)	90.4 (108.2)	97.1 (99.5)	75.3 -	79.2 (120.8)	3.9 -
	대구/경북	82.8 (81.3)	60.9 (101.1)	82.9 (124.0)	74.2 (103.1)	77.5 (97.9)	72.7 (65.6)	96.5 -	58.7 (80.1)	-37.8 -
	부산/울산/경남	85.0 (98.9)	88.2 (122.8)	71.3 (105.0)	98.2 (126.0)	87.5 (94.5)	94.4 (100.6)	78.2 -	76.1 (117.0)	-2.1 -
	강원/제주	88.8 (108.4)	72.5 (96.2)	83.1 (96.9)	119.7 (162.7)	106.4 (93.6)	95.2 (61.4)	79.6 -	66.7 (160.0)	-12.9 -

()내는 전망치

2012년 1/4분기까지는 마케팅 경기로 조사됨

■ 재산성

분기		10. 3/4	10. 4/4	11. 1/4	11. 2/4	11. 3/4	11. 4/4	12. 1/4	12. 2/4	전분기 대비 변동폭
전체		65.0 (82.5)	69.2 (95.5)	60.0 (96.6)	68.4 (86.9)	60.4 (91.7)	61.8 (71.9)	60.3 (72.6)	56.1 (75.1)	-4.2 (2.5)
업종별	제품	68.0 (90.4)	74.2 (103.1)	65.7 (96.8)	80.8 (97.1)	62.2 (104.1)	63.0 (82.9)	66.5 -	60.1 (89.4)	-6.4 -
	시각	68.5 (87.7)	76.6 (101.3)	56.1 (91.2)	59.1 (80.4)	60.8 (85.7)	65.1 (64.4)	57.7 -	58.8 (70.8)	1.1 -
	인테리어	58.0 (66.4)	63.4 (86.7)	67.2 (107.8)	70.4 (86.5)	61.4 (93.1)	55.0 (64.9)	58.1 -	54.0 (80.1)	-4.1 -
	기타	63.6 (85.0)	53.0 (84.5)	49.2 (91.2)	71.6 (89.8)	54.8 (86.6)	63.0 (84.4)	60.9 -	46.4 (55.6)	-14.5 -
지역별	서울	66.7 (86.0)	70.0 (99.3)	61.5 (101.6)	69.5 (85.2)	58.8 (95.7)	63.7 (72.1)	59.3 -	59.1 (74.7)	-0.2 -
	경기/인천	52.3 (71.5)	63.7 (81.7)	50.2 (81.2)	51.6 (80.0)	47.2 (68.8)	38.4 (74.9)	46.5 -	34.5 (54.5)	-12 -
	대전/충남/충북	51.9 (70.6)	139.3 (109.3)	42.1 (70.7)	46.7 (60.6)	39.6 (65.0)	40.8 (48.8)	69.1 -	43.4 (66.7)	-25.7 -
	광주/전남/전북	61.6 (71.4)	59.1 (90.8)	41.5 (87.2)	80.4 (94.3)	79.9 (102.4)	88.5 (87.5)	69.0 -	73.4 (90.9)	4.4 -
	대구/경북	64.6 (67.6)	53.8 (95.5)	75.1 (117.0)	66.2 (94.6)	70.1 (113.2)	73.0 (50.1)	88.0 -	51.9 (73.8)	-36.1 -
	부산/울산/경남	74.9 (88.9)	64.9 (98.4)	63.1 (78.8)	83.6 (103.0)	81.5 (75.1)	60.0 (86.1)	51.9 -	71.0 (98.3)	19.1 -
	강원/제주	63.2 (107.3)	78.9 (50.6)	106.9 (90.2)	100.1 (142.1)	58.2 (93.6)	67.2 (47.6)	56.1 -	42.2 (148.9)	-13.9 -

()내는 전망치

2012년 1/4분기까지는 재무 부분으로 조사됨

■ 인력사정

분기	10. 3/4	10. 4/4	11. 1/4	11. 2/4	11. 3/4	11. 4/4	12. 1/4	12. 2/4	전분기 대비 변동폭
전체	85.7 (95.3)	88.4 (105.4)	87.8 (101.0)	94.3 (99.9)	88.0 (98.3)	90.7 (98.8)	88.4 (94.8)	86.2 (97.8)	-2.2 (3.0)
업종별	제품	88.5 (98.2)	86.5 (104.3)	96.9 (105.1)	99.0 (103.7)	86.2 (101.0)	88.1 (107.8)	93.3 (102.9)	-1 -
	시각	87.0 (95.5)	87.5 (109.6)	89.0 (100.8)	90.3 (99.8)	92.0 (94.7)	88.3 (94.2)	86.0 (97.1)	-2.9 -
	인테리어	79.5 (89.8)	92.2 (102.5)	81.2 (102.4)	91.6 (94.4)	88.5 (101.2)	90.6 (93.0)	88.1 (95.0)	-7.3 -
	기타	89.3 (99.8)	87.1 (100.7)	82.6 (92.7)	102.5 (104.2)	79.5 (98.6)	100.4 (105.1)	86.6 (95.6)	6.4 -
지역별	서울	85.4 (96.0)	85.5 (106.4)	86.6 (102.0)	95.3 (97.8)	86.6 (100.0)	91.1 (97.1)	87.7 (98.5)	-0.8 -
	경기/인천	83.1 (95.2)	89.1 (92.7)	90.4 (91.4)	83.4 (91.4)	73.7 (94.0)	77.1 (99.9)	83.9 (81.8)	-7.4 -
	대전/충남/충북	80.9 (85.0)	115.8 (125.1)	68.8 (88.2)	93.8 (97.9)	78.5 (70.9)	99.5 (108.6)	87.5 (81.4)	-10 -
	광주/전남/전북	86.2 (94.3)	100.8 (122.0)	87.9 (96.7)	91.9 (111.6)	110.9 (99.7)	85.7 (105.6)	83.3 (109.1)	-1.5 -
	대구/경북	92.0 (100.7)	94.1 (100.5)	101.2 (105.0)	81.7 (92.1)	100.5 (105.8)	101.9 (95.9)	97.5 (102.4)	2.5 -
	부산/울산/경남	87.1 (89.3)	89.5 (114.4)	92.3 (114.6)	110.1 (129.5)	94.3 (97.4)	97.2 (107.8)	91.7 (114.2)	0.9 -
	강원/제주	102.8 (106.0)	100.0 (84.4)	91.7 (106.7)	120.7 (120.4)	100.0 (100.0)	99.2 (81.0)	105.1 (117.8)	-18.4 -

()내는 전망치

2012년 1/4분기까지는 인적자원관리로 조사됨

■ 자금사정

분기	10. 3/4	10. 4/4	11. 1/4	11. 2/4	11. 3/4	11. 4/4	12. 1/4	12. 2/4	전분기 대비 변동폭
전체	92.1 (97.2)	84.9 (102.4)	85.8 (100.8)	93.8 (104.9)	86.7 (94.5)	87.4 (96.6)	85.5 (94.7)	58.7 (72.4)	-26.8 (22.3)
업종별	제품	100.3 (103.8)	86.5 (102.0)	94.6 (106.7)	100.5 (114.0)	85.2 (98.7)	94.8 (109.7)	94.1 (82.1)	-28.1 -
	시각	94.5 (101.0)	87.0 (108.1)	88.5 (101.7)	91.4 (99.2)	84.1 (87.2)	85.6 (90.5)	81.3 (68.2)	-24.9 -
	인테리어	79.6 (85.4)	86.4 (99.1)	77.9 (101.1)	88.9 (105.7)	94.7 (104.5)	80.4 (86.9)	81.2 (73.8)	-25.3 -
	기타	95.6 (98.0)	74.3 (93.4)	79.0 (88.8)	98.9 (105.4)	81.9 (90.0)	91.1 (106.9)	89.2 (65.3)	-31.6 -
지역별	서울	90.7 (98.1)	84.2 (102.6)	84.4 (100.7)	93.6 (103.9)	88.8 (96.7)	85.7 (92.2)	86.3 (72.0)	-26 -
	경기/인천	82.0 (87.5)	81.3 (95.8)	75.4 (93.4)	93.2 (94.5)	55.7 (87.0)	81.9 (105.2)	83.6 (63.4)	-43 -
	대전/충남/충북	90.3 (90.7)	99.2 (116.0)	78.9 (95.5)	99.9 (113.1)	62.1 (69.7)	87.9 (96.3)	80.1 (64.3)	-19.6 -
	광주/전남/전북	92.2 (98.7)	99.7 (118.7)	80.9 (105.0)	89.8 (110.9)	95.5 (97.1)	92.7 (116.1)	82.8 (89.6)	-13.3 -
	대구/경북	114.1 (111.6)	80.1 (99.7)	102.9 (116.8)	88.8 (105.3)	112.4 (97.8)	93.3 (96.4)	86.0 (70.4)	-18.5 -
	부산/울산/경남	94.9 (94.8)	91.3 (108.8)	104.6 (102.0)	99.7 (117.9)	93.0 (96.0)	102.9 (111.2)	82.7 (79.0)	-20.8 -
강원/제주	107.2 (111.0)	78.1 (74.4)	108.5 (88.2)	100.0 (120.4)	100.0 (93.3)	79.6 (71.2)	92.9 (117.8)	-41.8 -	

()내는 전망치

2012년 1/4분기까지는 투자로 조사됨

부록 IV. 산업일반 통계자료

■ 2012년 2/4분기 산업활동 · 실업률 · 물가지표

	경기종합지수		산업활동			소매액 지수	실업률	물가	
	선행 지수	동행 순환 변동치	제조업 생산	평균 가동률	서비스업 생산			생산자	소비자
	2005=100		2005=100, 전년동월대비 증감률(%)	(%)	2005=100	전년동월대비 증감률(%)	기간 중 평균(%)	전년동월대비(%)	
2009	123.4	97.6	120.0(-0.2)	74.4	110.8	2.7	3.6	-0.2	2.8
2010	132.4	100.5	140.1(16.8)	80.9	117.1	6.7	3.7	3.8	3.0
2011	135.81	100.5	149.9(7.0)	80.0	121.6	4.3	3.4	6.1	4.0
2012.01	138.7	99.6	143.2(-1.9)	80.5	122.8	0.8	3.5	3.4	3.4
2012.02	140.1	100.0	149.4(15.2)	81.0	113.5	5.4	4.2	3.5	3.1
2012.03	140.7	99.6	p156.2(0.7)	78.1	p123.5	0.1	3.7	2.8	2.6
2012.04	141.2	99.4	p151.2(0.0)	79.3	p120.0	0.3	3.5	2.4	2.5
2012.05	141.3	98.9	2.7(-)	79.3	-	2.2	3.1	1.9	2.5
2012.06	-	-	-	-	-	-	-	0.8	2.2

(자료 : SERI 경제 포커스 제385호, 한국은행 조사통계월보 2012.06월)

■ 2012년 2/4분기 수출입액 현황

구분	(단위:억불) (증감률:%)								
	2009년	2010년	2011년	2011.04	2011.05	2011.06	2012.04	2012.05	2012.06
수출 (증감률)	3,635.3 (-13.9)	4,663.8 (28.3)	5,552.1 (19.0)	485.36 (23.5)	473.31 (21.7)	467.36 (11.1)	r461.33 (-5.0)	470.51 (-0.6)	-
수입 (증감률)	3,230.9 (-25.8)	4,252.1 (31.6)	5,244.1 (23.3)	441.88 (24.4)	452.84 (29.9)	448.24 (27.1)	r440.59 (-0.3)	447.95 (-1.1)	-

(자료 : 한국은행, 조사통계월보. 2012.06월)

■ 2012년 2/4분기 국제수지 中 경상수지

(단위:백만불)

	경상수지	상품수지	서비스 수지	소득수지	
				본원소득	이전소득
2009	32,790.5	37,866.0	-6,640.5	2,276.7	-711.7
2010	29,393.5	40,082.5	-8,626.0	1,015.9	-3,078.9
2011	26,505.3	30,950.3	-4,377.4	2,455.8	-2,523.4
2011.03	1,329.5	2,754.0	-328.0	-858.4	-238.1
2011.04	1,277.6	3,327.6	-178.8	-1,581.9	-289.3
2011.05	2,183.9	1,633.8	15.5	517.3	17.3
2012.03	2,971.4	2,926.3	-632.7	-317.5	-337.1
2012.04	1,734.0	1,750.8	549.7	-422.0	-146.3
2012.05	3,611.8	1,754.1	1,593.0	341.6	-

(자료 : SERI 경제 포커스 제385호, 한국은행 조사통계월보 2012.06월)

■ 2012년 2/4분기 국제수지 中 서비스수지

(단위:백만불)

	통신			건설 서비스			지적재산권등 사용료		
	수입	지급	수지	수입	지급	지급	수입	지급	수지
2009	725.0	1,227.2	-502.2	14,552.9	2,806.1	11,746.8	3,199.1	7,187.6	-3,988.5
2010	833.7	1,460.4	-626.7	11,977.4	2,302.2	9,675.2	3,144.7	9,031.4	-5,886.7
2011p	792.4	1,464.2	-671.8	15,185.2	3,091.6	12,093.6	4,320.5	7,301.7	-2,981.2
2011p.04	61.3	107.0	-45.7	1,123.5	213.7	909.8	344.9	464.8	-119.9
2011p.05	63.8	103.6	-39.8	1,310.4	249.0	1,061.4	489.9	658.8	-168.9
2011p.06	83.5	123.6	-40.1	1,383.9	287.6	1,096.3	289.4	721.7	-432.3
2012p.03	68.9	117.1	-48.2	1,882.8	390.6	1,492.2	465.0	755.2	-290.2
2012p.04	71.6	126.8	-55.2	1,347.5	277.4	1,070.1	327.1	494.4	-167.3

(자료 : 한국은행 조사통계월보 2012.06월)

■ 2012년 2/4분기 기업경기조사

제조업 BSI

	'11.11월	12월	'12.1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	전월 대비
매출 ¹⁾	94 (95)	92 (94)	85 (91)	91 (91)	92 (95)	93 (98)	97 (97)	93 (97)	(92)	-4 (-5)
수출	97 (98)	90 (96)	88 (92)	96 (92)	96 (98)	96 (100)	97 (100)	96 (98)	(95)	-1 (-3)
내수판매	92 (94)	91 (93)	84 (89)	90 (89)	90 (92)	91 (95)	94 (94)	90 (93)	(89)	-4 (-4)
생산 ¹⁾	92 (98)	92 (91)	87 (92)	92 (90)	93 (95)	95 (95)	97 (98)	95 (98)	(94)	-2 (-4)
신규수주 ¹⁾	89 (93)	89 (89)	82 (89)	88 (87)	89 (93)	91 (93)	92 (94)	90 (94)	(90)	-2 (-4)
제품재고수준 ²⁾	105 (103)	107 (104)	105 (105)	105 (105)	105 (103)	104 (103)	106 (103)	107 (105)	(107)	+1 (+2)
가동률 ³⁾	90 (94)	90 (92)	86 (92)	90 (90)	93 (94)	93(96)	95(97)	91 (96)	(91)	-4 (-5)
생산설비수준 ²⁾	103 (103)	103 (105)	105 (104)	106 (104)	104 (105)	105 (104)	103 (103)	105 (103)	(105)	+2 (+2)
설비투자실행 ⁴⁾	98 (96)	95 (97)	96 (96)	97 (97)	96 (98)	98 (98)	99 (98)	97 (99)	(97)	-2 (-2)
채산성 ⁵⁾	88 (85)	84 (87)	86 (85)	89 (87)	88 (90)	89 (90)	90 (90)	89 (91)	(88)	-1 (-3)
원자재구입가격 ³⁾	114 (114)	109 (113)	112 (110)	114 (113)	114 (115)	112 (114)	108 (113)	107 (108)	(107)	-1 (-1)
제품판매가격 ³⁾	97 (96)	90 (96)	93 (91)	98 (96)	97 (99)	94 (98)	96 (95)	93 (95)	(92)	-3 (-3)
자금사정 ⁵⁾	88 (85)	85 (88)	86 (85)	87 (87)	87 (90)	90 (88)	88 (92)	89 (88)	(88)	+1 (0)
인력사정 ²⁾	96 (96)	95 (98)	98 (96)	96 (98)	94 (96)	94 (95)	96 (96)	96 (97)	(98)	0 (+1)

주 : 1) 「확대」응답업체 구성비(%) - 「둔화」응답업체 구성비(%) + 100(이하 동일)
 2) 「과잉」응답업체 구성비(%) - 「부족」응답업체 구성비(%) + 100으로
 일반적으로 경기 상승기에는 하락하고 경기 하강기에는 상승하는 역계열임(이하 동일)
 3) 「상승」응답업체 구성비(%) - 「하락」응답업체 구성비(%) + 100(이하 동일)
 4) 「계획대비 수정증액」응답업체 구성비(%) - 「계획대비 수정감액」응답업체 구성비(%) + 100
 5) 「호전」응답업체 구성비(%) - 「악화」응답업체 구성비(%) + 100(이하 동일)

비제조업 BSI

	'11.11월	12월	'12.1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	전월 대비
업황	78 (84)	83 (82)	78 (79)	78 (79)	80 (80)	82 (82)	81 (85)	77 (83)	(77)	-4 (-6)
계절조정	77 (83)	80 (82)	80 (82)	81 (81)	83 (80)	80 (84)	79 (80)	76 (81)	(77)	-3 (-4)
매출	91 (95)	90 (94)	89 (88)	86 (88)	90 (87)	92 (93)	92 (94)	90 (94)	(90)	-2 (-4)
채산성	87 (91)	89 (88)	84 (86)	83 (86)	90 (87)	91 (91)	91 (93)	87 (90)	(88)	-4 (-2)
자금사정	87 (89)	87 (87)	86 (85)	85 (87)	89 (88)	90 (89)	89 (93)	89 (89)	(88)	0 (-1)
인력사정	88 (89)	89 (89)	89 (89)	91 (88)	89 (91)	88 (90)	88 (89)	89 (89)	(89)	+1 (0)

(자료 : 한국은행, 2012년 6월 BSI 및 ESI)

■ 2012년 2/4분기 소비자동향조사

	소비자 심리 지수	현재생활 형편	생활형편 전망	가계수입 전망	현재경기 판단	향후경기 전망	취업기회 전망	물가수준 전망	금리수준 전망
2009.12	113	95	106	103	106	118	102	139	128
2010.12	109	93	101	102	95	105	100	140	128
2011.12	99	85	91	95	68	78	82	146	118
2011.05	104	88	96	97	81	91	94	146	131
2011.06	102	87	93	96	77	86	91	147	132
2012.04	104	87	97	99	77	90	92	137	115
2012.05	105	90	99	99	81	93	94	137	115
2012.06	101	88	95	95	74	81	88	137	107

(자료 : 한국은행 조사통계월보 2012.06월)

2012년 2/4분기 디자인산업 동향브리프

Vol.7

발행인 이태용

발행처 한국디자인진흥원 www.kidp.or.kr

463-954 경기도 성남시 분당구 양현로 322 코리아디자인센터

총괄책임 최원도

실무책임 윤병문

발간기획 오승희

발간진행 서설옥

발행일 2012년 8월 10일

본 보고서의 저작권은 한국디자인진흥원이 소유하고 있습니다.

본 보고서에 실린 내용은 한국디자인진흥원의 동의 없이 무단으로 전재 및 복사를 할 수 없습니다.

문의처 한국디자인진흥원(KIDP) 디자인전략연구실 정책개발팀

031-780-2169, gexample@kidp.or.kr

