

## II. 디자인관련 업계 주요 이슈

### 1. 전체 경기 현황

#### 산업 전반에 다소 완만한 경기 회복세 유지

- 국내 경기의 회복세가 다소 주춤하는 모습이지만 지난해 4분기 이후 완만한 회복세를 이어가는 중이다.
  - 지난 4분기 국내 제조업 업황 BSI(기업경기조사)가 67~68p에서 올 1분기 70~75p로 상승, 제조업 수출 증대와 설비투자 증가로 제조업 업황이 개선되었다.(참고, 한국은행 월별 BSI 조사)
  - 건설업 및 서비스업 생산의 위축이 풀리지 않아 경기 둔화 흐름은 지속될 전망이다.
- 소비자의 관망행태와 립스틱 효과 지속: 장기적 경기 둔화로 소비 심리가 위축되어 소비자 행태에서 ‘립스틱 효과(저가 화장품·미용품 매출이 늘어나는 현상)’와 긍정적 신호에 대해 경계감을 보이는 ‘관망행태(Wait-and-See Attitude)’가 나타나고 있다.
  - 하지만 경기회복에 대한 기대감을 보여주는 경제심리지수가 9개월 사이 최고치(3월 CSI 104p)로 상승하여 긍정적 경기 전망과 임금수준상승 기대로 소비 증대가 전망된다.

#### 창조경제시대 경제성장을 위한 서비스산업 개선 및 육성 시급

- 서비스업 실적의 대폭 위축에 대한 개선이 시급한 실정이다. 우리나라 설비투자의 비중이 제조업 54.0%, 서비스업 38.2%로, OECD 평균인 25.2%, 57.9%에 비해 제조업 편중 정도가 심하여 서비스업 생산성이 계속 하락하는 추세이다.
- 창조경제시대, 서비스산업 육성을 기반으로 일자리를 창출하여 경제 성장을 모색해야 한다.
  - 서비스업 고용유발 효과는 투자 10억 원당 18.2명, 제조업은 9.4명으로 서비스 산업 육성으로 고용창출 효과를 노려야 한다.
  - 농림어업, 제조업, 서비스업 등 기존 산업의 서비스 경쟁력을 강화시키는 방향으로, IT서비스 및 R&D, 디자인, 컨설팅 광고, 엔지니어링, 문화콘텐츠 등을 결합하여 새로운 산업으로 발전을 모색해야 한다.

## 2. 디자인관련업계 경영 일반

### KIDP, 2012 디자인전문회사 피해실태조사 - 디자인 불공정거래 중심

한국디자인진흥원이 디자인전문회사의 피해실태를 파악하기 위해 지난해 12월부터 올해 1월까지 국내 148개 디자인 전문회사의 CEO를 대상으로 조사를 실시하였다. 조사 결과에 따르면 67%가 디자인 불공정거래 피해 경험이 있으며, 피해사례 1순위로 '합당한 이유 없이 대금 지급을 거부하는 행위'를 꼽았다.

| 구분     | 내용                                 |
|--------|------------------------------------|
| 모집단    | 전국 디자인전문회사                         |
| 표본크기   | 148개사                              |
| 기간     | 2012년 12월 10일 ~ 2013년 1월 11일       |
| 목적     | 디자인전문회사를 대상으로 피해실태 파악              |
| 자료수집방법 | 방문을 통한 설문 작성 - 구조화된 질문지 이용 (자기기입법) |
| 표준오차   | ±0.023 (신뢰수준 95%)                  |

- **148개의 디자인전문회사 중**
  - 67%의 회사가 불공정거래로 인한 피해 경험
  - 지난 1년 동안 평균 2.3회의 피해 경험
  - 2천만 ~ 1억원 사이(61%)의 피해가 가장 많이 발생
  - 디자인분쟁으로 인한 연간 피해금액은 2,724억원으로 추산됨
- **디자인전문회사의 피해 대처방법 설문**
  - 피해 발생시 과반수 이상(55%)이 피해 감수
  - 원인으로는 클라이언트와의 관계성 고려로 인한 피해 감수(53%), 법적 대응절차의 복잡성(20%), 소송 비용 등의 경제적 부담(16%) 순으로 나타남
- **피해에 대한 대처 지원 방안**
  - 분쟁 피해 발생 시 대응법률서비스 지원(39%), 문제해결 대행 기관(38%), 소송관련비용 지원(18%)이 필요한 것으로 나타남
- **피해 예방을 위한 방안**
  - 디자인 산업을 위한 계약서 표준과 제도적 표준 마련에 대한 요구가 가장 크게 나타남
  - 법률지원과 캠페인, 홍보 활동과 같은 디자인 산업과 관련한 근본적인 의식 변화에 대한 요구 또한 높게 나타남

참고: 디자인진흥원 2012 디자인전문회사 피해실태조사, www.designdb.com, 2013.03.

## ‘착한’ 디자인공정거래운동, 영세 디자인브랜드를 위한 새로운 유통 방식

영세 디자인브랜드의 위탁판매처 대부분이 매출을 위해 ‘잘 팔리는 제품’만을 원하고 높은 판매·유통 수수료를 적용하는 경우가 빈번한 것으로 드러났다. 따라서 브랜드도 소비자도 제품의 다양성을 즐기지 못하며, 불확실한 수익으로 제품 디자인 개발 및 회사 운영에 난항을 겪고 있다.

최근 들어 영세 디자인브랜드의 유통구조 어려움을 개선하기 위해, 저렴한 수수료와 자유로운 창작물 전시 공간을 제공하는 ‘착한’ 디자인공정거래 판매처들이 생겨나고 있다. 또한 스타트업을 중심으로 소셜 네트워크 커머스 방식의 디자인 전문 쇼핑몰이 생겨 영세 디자인브랜드에게 효과적인 마케팅·유통 채널로 활용되면서 디자인시장의 영세 브랜드를 위한 선순환 구조를 형성해가고 있다.

### ● 이태원 일대 디자인공정거래 활성화 - 카페 플리플리 & 워크스(WORKS) 스튜디오



사진 출처 : 소자본 디자이너와 눈밝은 소비자가 만나는 칸, 한겨레 뉴스, 2013.01.02.

- 카페 플리플리의 ‘칸, 칸, 칸, 디자인공정거래’ : 창작자 1인당 가로세로 30cm 남짓 되는 진열장의 ‘한 칸’을 전시 공간으로 제공, 판매심사와 대행수수료 없이 자유로운 전시·판매가 가능하다. 칸 대여료 대신 커피 바우처를 판매하고 일반 소비자의 커피 구입으로 수익을 창출하고 있다.
- 독립 창작물을 위한 워크스(WORKS) 스튜디오 : 독립 창작물은 유통심사과정에서 높은 생산단가와 판매 적합 기준 탈락으로 시장에서 소외되기 쉽다. 유통 구조의 어려움을 해소 하고자 워크스는 자사의 디자인 스튜디오 안에 독립 창작물을 위한 디자인공정거래처를 마련하여 다채로운 디자인 상품을 제공 한다.

● 영세 브랜드를 위한 효과적인 온라인 마케팅·유통 채널 - 디블로우 & 타이니빅

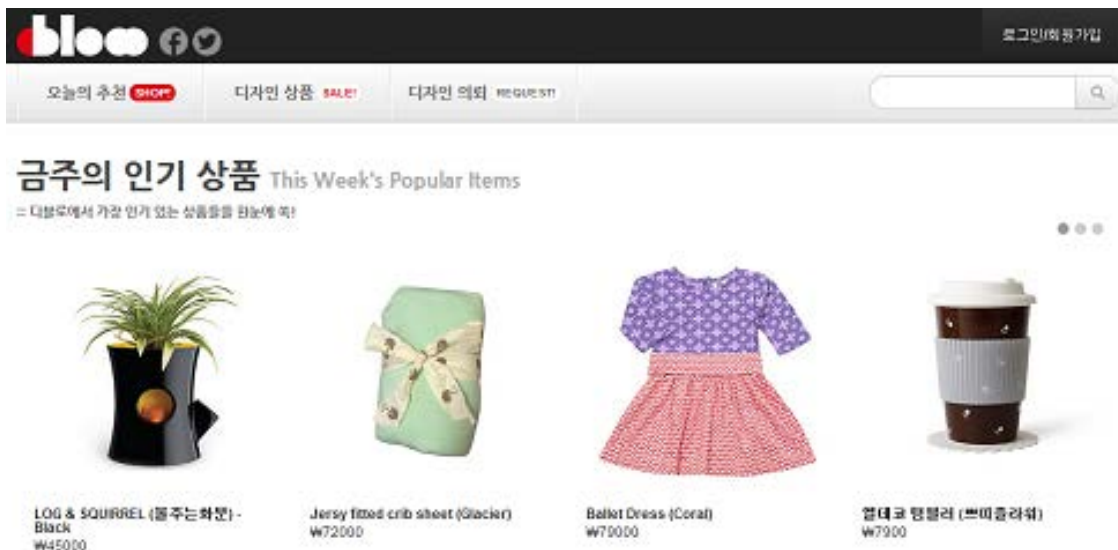


사진 출처 : dblow 홈페이지 메인 화면, dblow.com

- 디블로우(dblow)와 타이니빅(Tiny-Big, www.tiny-big.com)은 디자인 상품 창작자와 구매자를 이어주는 디자인전문 소셜 네트워크형 커머스 사이트이다.
- SNS와 연동되는 온라인 플랫폼이기에 시장에서 주목 받기 어려운 신진 디자이너와 영세 브랜드들이 소비자에게 매력적인 마케팅 콘텐츠를 제작 한다면 SNS 연동으로 소비자 사이에서 홍보 확산이 용이하다. 또한 이용료 부담이 적어 영세 디자인브랜드에게 유용하다.

**디자인경영 - 디자인을 경쟁 우위 요소로 자체 R&D 상품 개발로 매출 증대**

디자인전문기업에게 디자인은 핵심 기술이자 경쟁 우위 요소이기에 '디자인 경쟁력'으로 타 업종과는 차별화된 전략을 펼칠 수 있다. 전자제품, 자동차 등 전문분야를 기반으로 제품 아이디어부터 디자인 콘셉트, 기술 및 제품 개발까지 아우르면서 자체 R&D 상품을 제작·판매함으로써 자사의 역량을 발전시킬 수 있다.

- **디자인엑스투, 자체 R&D 상품 개발로 매출 20억 규모의 제조업으로 사업 확대**
  - 디자인전문기업으로서 시각, 웹, 영상, 제품디자인 개발도 하지만 자체 R&D를 통해 LED 광섬유 기반 어린이용 발광우산, 창원시 시민 자전거 '누비라'의 스마트 핸들 커버, 실내 항공·탈취 장비 '플루건' 등 자체 상품을 개발하여 매출 확대뿐만 아니라 디자인 경쟁력을 갖춘 제조 기업으로 평가 받았다.
- **썬써드아이, 자체 'Digital Creation Design Workflow' 솔루션으로 기술 및 제품 개발**
  - 'Digital Creation Design Workflow'를 활용한 최적의 디자인 컨설팅 서비스를 제공하는 기업으로, 글로벌 시장에서 운송관련 디자인과 기술력으로 인정받았다. 최근 신기술 컨설팅을 위한 3D VR 애플리케이션(수화 번역 시스템), 환경연동기술 기반 일루미네이팅 자동차 시트, 전기를 이용한 미래형 개인용 운송도구 등 운송기기 관련 디자인 R&D 기술과 제품을 개발함으로써 국내 및 글로벌 시장 매출 성장의 기회를 마련하였다.

## 국경과 분야를 넘나드는 디자인 특허 전쟁

### 디자인권, 상표권 침해 소송은 시장점유율 성장에 대한 경계에서 시작

한국지식재산보호협회의 2012년 5월 자료에 따르면, 2007년부터 2012년 5월까지 국내 기업의 국제특허분쟁 건수 총 1,070건 중 피소가 821건(80%)으로 나타났으며 이는 국내 기업의 특허권에 대한 인식이 부족함을 보여 준다.

| 업종    | 특허 공방 업체명        |                             | 이슈 사항                      |
|-------|------------------|-----------------------------|----------------------------|
| IT제품  | 삼성<br>'갤럭시 시리즈'  | 애플 '아이폰'                    | 스마트폰의 둥근 모서리 외<br>2건의 디자인권 |
| 가전제품  | LG 전자            | 웅진코웨이                       | 에어컨 디자인권                   |
| 의류    | LG패션<br>DAKS(닥스) | 영국 브랜드<br>Burberry(버버리)     | 체크무늬 상표권                   |
| 구두    | 금강제화             | 이탈리아 브랜드<br>Ferragamo(페라가모) | 말굽 모양 장식 상표권               |
| 귀금속   | 스와로브스키<br>한국 지사  | 프랑스<br>아가타 디퓨전              | 강아지 상표권                    |
| 전문의약품 | 한미약품 '팔팔정'       | 한국화이자제약<br>'비아그라'           | 발기부전치료제<br>푸른색 디자인권        |

- 삼성과 애플의 특허 전쟁처럼 국내 브랜드의 시장 점유율 확대와 인지도 상승이 위협 요인으로 작용하여, 다양한 업종에서 국내외 경쟁사 간의 디자인권 침해와 상표권 침해 건수가 증가하는 추세이다.
- 디자인전문기업들이 앞으로 타 기업과의 경쟁을 위해서는 디자인특허권을 확보하는 것이 우선이며, 이를 위해 R&D 단계에서 기술과 융합한 IP 전략을 결합하여 새로운 제품 개발 프로세스를 구축하여 디자인 경영을 이끌어 가야 한다.

### 3. 디자인관련업계 투자 및 해외 진출

#### 국내외 글로벌 기업들의 국내 디자인투자 증대

##### - 한국GM, 씨게이트 등 글로벌 기업의 국내 디자인센터 설립 증가

디자인 투자는 기술 투자에 비해 비용대비 10배 이상 효과가 있는 반면, 투자회수 기간은 기술 투자의 3분의 1 수준에 불과한 것으로 조사되고 있는 것 처럼 소비자들이 기술이나 품질, 가격보다는 디자인과 브랜드를 기준으로 구매 결정하는 경향이 높아지면서, 대기업을 중심으로 소비자에게 필요한 디자인을 개발하기 위해 디자인 투자를 증대하는 추세이다.

- IT 전자제품, 자동차부터 하드 드라이브 제조업체까지 디자인센터 설립 추진

한국이 디자인 경쟁력 제고에 따른 시장성을 입증하기에 매력적인 시장으로 여겨지면서 글로벌 기업들의 국내 디자인센터 설립 및 투자가 증가하고 있다. 대기업을 주로 디자인에 대한 투자 확대로 디자인 주도의 기업혁신을 추진해왔으며, 시장에서 그 투자 효과를 경험한 후 매년 규모를 증대하고 있다.

| 업체명  | 분야     | R&D 및 디자인 투자 현황  | 추진 계획   |
|------|--------|--|---|
| 삼성전자 | 전자제품   | - 2012년 R&D 12조원 투자<br>- 디자인투자는 01'년 308억에서 10년 2210억원으로 7배 증대 | - 소프트웨어 및 디자인 R&D를 위한 연구소 건립 추진   |
| LG전자 | 전자제품   | - 2012년 R&D 2조2067억원 투자  | - R&D·전문직 특급 인재 '연구·전문위원' 52명 선발<br>- 전문직군 선발 분야도 기존 특허/디자인/생산기술/품질에서 자재 UX(User eXperience)/공급망 관리(SCM) 등으로 확장 |
| 기아차  | 운송기기   | - 2013년 1조7000억원 투자 계획   | - 국내 기술연구소를 중심으로 미국 유럽 일본에 총 7개의 기술연구소 및 디자인 센터를 보유 중<br>- 남양연구소에 디자인센터 신축, 현대차와의 차별화를 위한 분리, 확대 결정             |
| 한국GM | 운송기기   | - 한국GM 투자규모 60% 확대<br>- 5년간 8조원 투자 및 디자인센터 2배 규모 확장            | - 한국지엠의 디자인센터를 현재의 2배로 확장해 미국, 브라질에 이어 3번째로 큰 GM의 디자인센터로 확대할 계획   |
| 씨게이트 | IT 솔루션 | - 한국 R&D 허브에 약 1천4백23억 원 (약 1억3천6백5십만 달러)을 투자, 투자 확대 예정        |   |

- 수출시장에서 중소기업의 디자인 경쟁력은 여전히 20% 미만

해외 시장의 수요 증대를 위해서는 디자인 투자에 대한 인식 제고가 우선

- 국내 중소기업들이 수출 시장에서 해외 경쟁업체에 비해 가격경쟁력 하락(52%), 품질(34%), 디자인(33%) 순으로 경쟁력이 열세인 것으로 나타났다.
- 가격을 제외한 품질('11년 18%→'12년 22%→'13년 27%) 및 디자인(11%→14%→18%) 경쟁력 순위 응답이 점차 상승하고 있지만, 여전히 디자인 경쟁력 향상도는 20%를 밑도는 수준이다.
- 중국 제조업체를 비롯하여 수출단가가 낮은 업체들과의 경쟁과열, 환율 변동, 원자재가 상승 등 외부 요인의 관여도가 높아 가격경쟁력 향상이 쉽지 않다. 하지만 디자인 경쟁력 제고를 통해 해외 시장에서의 제품 가치 상승 및 수요 증대를 이끌어 낸다면 수출시장에서 대외경쟁력을 향상시킬 수 있다.

## 4. 해외 디자인관련업계 현황 및 주요 이슈

### 2013 미국 산업디자인 통계

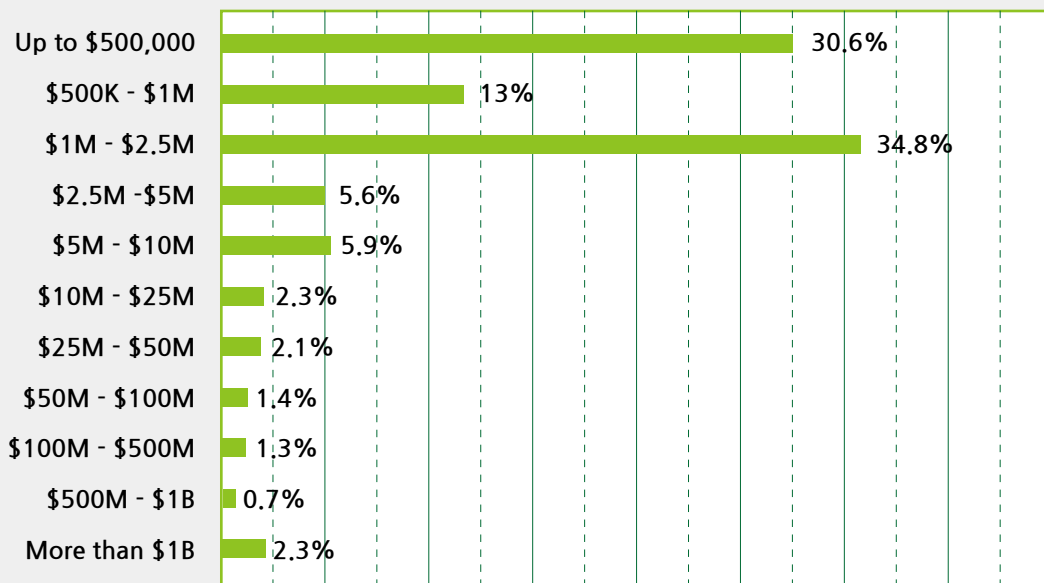
이 통계 현황은 미국계 리서치 기업 BizCompare.com에 '기업정보 무료공개(Free company profiles)'로 등록된 275,000개 회사 중 '북미표준산업분류체계(NAICS) 코드분류 54142 산업디자인서비스 분야'에 해당하는 산업 디자인 전문회사 1,528개의 기업정보를 토대로 분석한 결과이다.

사용성 증대와 제품 가치 제고를 위한 디자인 창작 및 개발에 해당하는 전문 기술 서비스와 자동차디자인서비스, 가구 디자인서비스, 산업디자인컨설팅서비스, CMF를 비롯한 관련분야 서비스 모두 산업디자인서비스 분야에 포함된다.

#### ● 2013 연평균 매출 현황

- 조사대상 1,528개 기업의 연평균 매출이 100만~250만 달러(34.8%), 50만 달러 미만(30.6%), 50만~100만 달러(13%) 순으로 나타났으며, 미국 경기 회복세에 맞춰 대체적으로 2012 조사 보다 연평균 매출이 상승하였다.

Annual business sales for all Industrial Design companies, nationally:

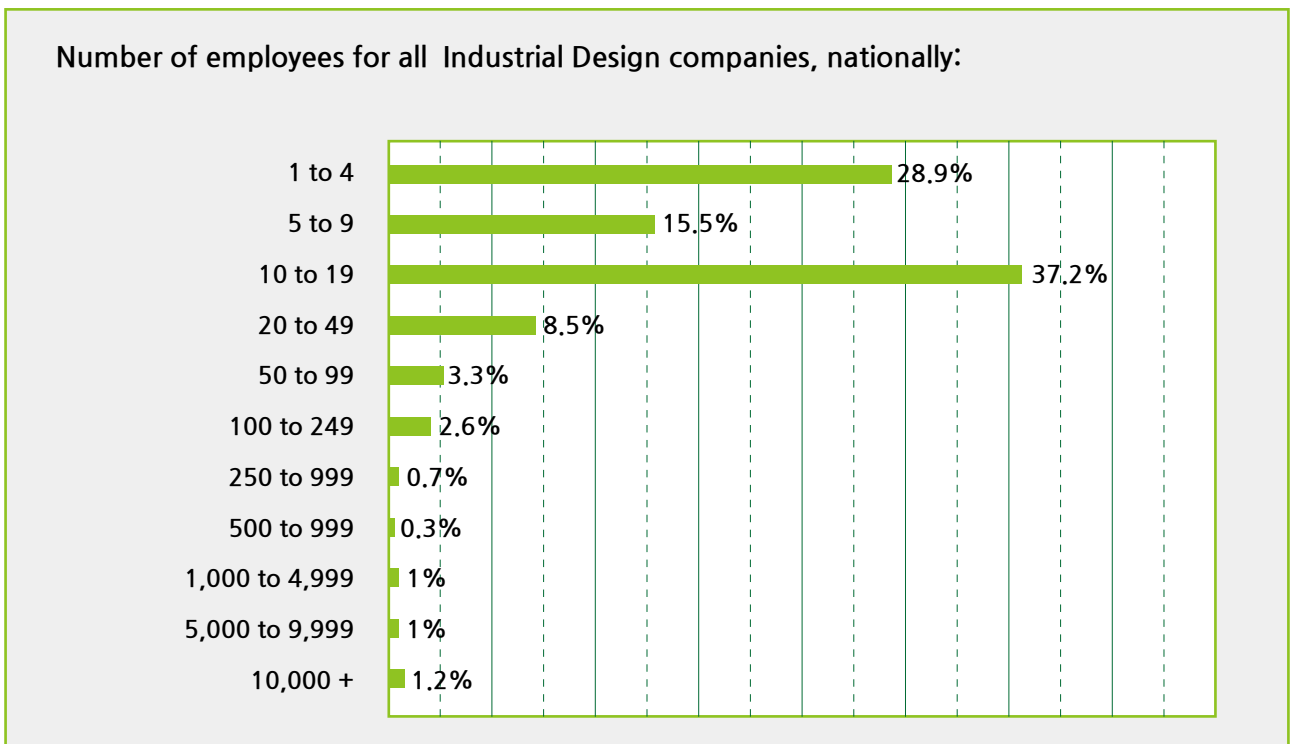




|                 | 2012  | 2013           |
|-----------------|-------|----------------|
| Up to \$500,000 | 27.6% | 30.6% (+3.0%)  |
| \$500K-\$1M     | 33.2% | 13.0% (-19.8%) |
| \$1M-\$2.5M     | 19.1% | 34.8% (+15.%)  |
| \$2.5M-\$5M     | 5.0%  | 5.6% (+0.6%)   |
| \$5M-\$10M      | 5.3%  | 5.9% (+0.6%)   |
| \$10M-\$25M     | 5.3%  | 2.3% (-3.0%)   |
| \$25M-\$50M     | 0.6%  | 2.1% (+1.5%)   |
| \$50M-\$100M    | 1.3%  | 1.4% (+0.1%)   |
| \$100M-\$500M   | 1.2%  | 1.3% (+0.1%)   |
| \$500M-\$1B     | 0.1%  | 0.7% (+0.6%)   |
| More than-\$1B  | 1.2%  | 2.3% (+1.1%)   |

● 2013 기업별 종업원 현황

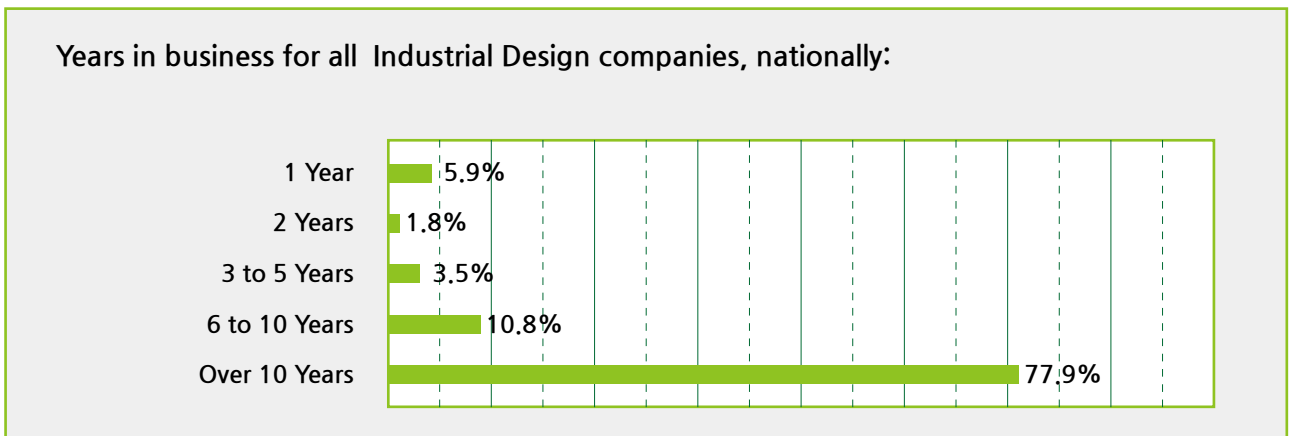
- 2013 조사에서 기업별 종업원 규모는 '10~19명 규모(37.2%)'의 산업디자인회사가 가장 많은 분포를 차지하는 것으로 나타났다. 2012 조사와 비교하여 5~9명 규모가 20% 가까이 축소되었지만 10~19명 규모가 더 많아졌으며, 경기 회복에 따라 고용시장 또한 회복된 것으로 보인다.



|                | 2012  | 2013          |
|----------------|-------|---------------|
| 1 to 4         | 28.1% | 28.9%(+0.7%)  |
| 5 to 9         | 35.8% | 15.5%(-20.3%) |
| 10 to 19       | 17.6% | 37.2%(+19.6%) |
| 20 to 49       | 8.3%  | 8.5%(+0.2%)   |
| 50 to 99       | 3.2%  | 3.3%(+0.1%)   |
| 100 to 249     | 3.9%  | 2.6%(-1.3%)   |
| 250 to 499     | 1.1%  | 0.7%(-0.4%)   |
| 500 to 999     | 0.3%  | 0.3%          |
| 1,000 to 4,999 | 0.9%  | 1.0%(+0.1%)   |
| 5,000 to 9,999 | 0.4%  | 1.0%(+0.6%)   |
| 10,000 +       | 0.5%  | 1.2%(+0.7%)   |

● 2013 기업 경영 기간

- 2012 조사 결과와 마찬가지로 기업경영기간이 10년 이상(2012 조사 74%→ 2013 조사 77.9%)인 기업들이 가장 많은 것으로 조사되었다.



|        | 2012  | 2013  |
|--------|-------|-------|
| 1년     | 5.6%  | 5.9%  |
| 2년     | 3%    | 1.8%  |
| 3~5년   | 7.2%  | 3.5%  |
| 6~10년  | 10.3% | 10.8% |
| 10년 이상 | 74%   | 77.9% |

## 중국 건축관련분야와 전자제품분야를 중심으로 디자인 수요 급증

### ● 중국 젊은 중산층을 중심으로 디자인에 대한 수요 급증

- 중국 내 젊은 중산층의 규모가 증가하면서 이들을 중심으로 고급 디자인에 대한 수요가 커지면서 미국 및 유럽 등 디자인 선진국의 수입 제품 구입이 증가하고 있다.
- 젊은층의 산업디자인에 대한 관심 증가로 중국 내 디자인전문회사들이 급증하고 있으며, 이들은 중국 내수 시장을 겨냥하는 Intel, Lenovo, Philips 등 글로벌 전자제품 브랜드와 프로젝트를 진행하고 있다.
- 유럽권과 미국, 일본 등 선진국이 강세를 보이던 디자인컨설팅 분야에서 중국 디자인전문회사의 빠른 기술 향상과 비교적 낮은 임금 등이 경쟁력이 되어 빠르게 시장점유율을 확장하고 있다.

### ● 중국 TOP IT 제조업체 Lenovo, 디자인 경쟁력 제고를 위해 런던 디자인R&D센터 설립

- Lenovo는 2년 전부터 중국 내수 시장을 겨냥한 스마트폰을 개발하였으며, 현재 중국 스마트폰 시장에서 삼성이 1위, Lenovo가 2위이다.
- 중국 내수 시장을 비롯하여 인도, 베트남, 인도네시아, 유럽 시장의 스마트폰 점유율 확대를 위해 디자인 경쟁력 제고의 필요성을 느끼고, 산업디자인 선진시장인 런던에 Lenovo 디자인R&D센터를 설립하였다.
- 현재 Lenovo는 중국 및 미국, 일본, 브라질, 독일, 헝가리, 인도에 생산 거점을 보유하고 있어 해외진출의 장벽은 높지 않지만 보다 넓은 수요층을 확보하기 위해서는 디자인 개발이 절실한 실정이다.