

日本 Good Design Award:

한국 GD선정제와 비교

1. 한국과 일본의 굿 디자인상 비교

	한국 굿 디자인상	일본 굿 디자인상
개요	<ul style="list-style-type: none"> ○ 상품의 외관, 기능, 재료, 경제성 등을 종합적으로 심사하여 <u>디자인의 우수성이 인정된 상품에 GOOD DESIGN 마크를 부여하는 제도</u> ○ 상품을 디자인·제조·판매하는 국내외 기업이 대상 ○ 제품, 포장, 환경, 커뮤니케이션, 소재표면처리 디자인이 대상 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 1957년에 설립된 <u>일본 유일의 종합적 디자인 평가·인증제도</u> ○ 우수한 디자인을 사회에 보급하여 생활과 산업의 발전을 도모 ○ 상품, 건축, 환경, 커뮤니케이션 등 다양한 영역이 대상
목적	<ul style="list-style-type: none"> ○ 상품의 경쟁력 강화를 통한 수출증대와 국민경제 발전에 기여하며 국민생활의 질적 수준을 높임 ○ 산업디자인에 대한 일반인의 인식 및 관심을 고취시킴으로써 산업디자인발전을 촉진 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 디자인을 통한 생활의 질적 향상과 산업 활동의 고도화 동시 추진
역사	<ul style="list-style-type: none"> ○ 1985년 GD선정제 실시(마크 증지 판매개시) ○ 1990년 시상제도 신설(대통령상 등 15개 부문) ○ 2003년 서류심사 면제조항 신설 ○ 2006년 온라인시스템 구축(온라인 접수 및 심사) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 1957년 지적재산권 보호를 배경으로 일본통상산업성에 의해 설립 ○ 수출 진흥('60), 우수 디자인('70), 생활의 질('80), 국제수준('90), 디자인 선도적 활동('90) 등 시대에 따른 주요 컨셉 존재 ○ 현재는 일본산업디자인진흥회에서 주최
인지도	<ul style="list-style-type: none"> ○ 조사결과 없음 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 전국평균 약 86%의 소비자가 G-마크를 인지하고 있음('05. 8월 인터넷 조사)
운영	<ul style="list-style-type: none"> ○ 산업자원부가 주최하고 KIDP가 주관 ○ 각 부문별(마케팅, 환경·인간공학 등) 전문가 및 외국 디자이너가 심사 ○ 서류심사→현물심사→상격심사→선정결과 공고→선정집 제작→시상식 개최 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 경제산업성, 무역진흥기구 등이 후원하고 일본산업디자인진흥회(재단법인)가 주최 ○ 산업·문화·디자인의 전문가로 심의위원회 구성, 70명의 디자이너가 심사 ○ 응모→1차 심사(제출 자료)→2차 심사(실물)→특별상심사→수상식→연감 발행
선정 상품에 대한 지원	<ul style="list-style-type: none"> ○ 우수산업디자인(GD) 선정업체가 디자인혁신상품 개발사업 신청시 우선지원(3년이내) ○ 조달청이 시행하는 우수제품선정(조달품목으로 등록) 및 적격심사시 우대 ○ KIDP 홈페이지 및 언론매체를 통해 정부가 인정한 우수산업디자인(GD) 선정상품임을 수시 홍보 ○ 정부의 정책자금(산업기술개발자금 등) 지원시 우대하고 각종 국내외 전시회 참여시 우선 추천 ○ 표지사용에 있어 호주디자인상(ADA)과의 상호인증으로 공동마크 부착가능 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 굿디자인 프레젠테이션 개최: 2차 심사회장을 활용하여 5일간 개최 ○ 정보공개: 인터넷 공개, 심사회장의 공개, 심사정보의 공개, 미디어에 정보제공 ○ G-마크의 사용: 수상기업 및 디자이너는 G-마크 사용 및 홍보지원 가능
비용	<ul style="list-style-type: none"> ○ 신청료 : 1점당 150,000원(접수시 납부) ○ 선정료 : 1점당 선정상품 500,000원, 수상상품 2,000,000원(선정상품 500,000원 포함) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 1차 심사료(10,500엔), 2차 심사료(42,000엔~105,000엔), 연감게재료(13,650엔) ○ G 마크 사용료는 상품의 가격에 따라 105,000엔에서 1,050,000엔(1년간) ○ 전시료 및 전시 관련 비용은 별도

2. KIDP 시사점

- 중장기 사업 컨셉을 5년 또는 10년 단위로 재설정할 필요성 존재
 - 일본은 사업의 목적을 충족시키기 위해 시대의 변화에 맞춰 10년 단위로 중장기 컨셉을 지속적으로 변화시켜 오고 있음
 - 정부의 디자인정책과 발맞추어 컨셉의 변화를 시도하는 방안 필요
- 인지도 및 매출 변화 조사결과를 통해 더 많은 업체의 참여를 유도해야 함
 - 시행한지 20년이 넘은 역사 깊은 사업이지만 인지도 및 관련 상품의 매출 변화에 대한 자료는 전무한 실정
 - 참여기업의 확대를 위해서는 홍보 전략에 활용할 객관적 자료가 필수적임
 - 기업 및 일반소비자를 대상으로 하는 인지도 조사 필요(시계열 자료 필요)
- 부가가치를 높일 수 있는 비용 책정이 필요
 - GD 신청 및 선정과 별도로 사용에 따른 비용 징수 고려
 - 상품의 가격에 따른 차별적인 선정료 집행 고려
- 복잡한 선정 단계를 보다 간소화할 수 있는 방안 필요
 - 객관성을 유지하기 위해 여러 단계와 절차를 거치고 있지만 생략할 수 있는 부분은 과감히 삭제하여 내부 업무의 효율성을 높여야 함
 - 예를 들어 현물심사와 상격심사를 동시에 진행할 수 있음
- 선정 상품에 대한 구체적 지원책을 명시할 필요성 존재
 - 홍보 등의 지원에 있어서 구체적으로 횟수 및 방법을 명시할 필요성 있음
 - 경제적 효과에 대한 예시가 필요함
- 선정 대상에 있어 환경과 별도로 건축을 명시할 필요성 존재
 - 일본 굿 디자인상은 환경과 별도로 건축을 명시하고 있음
 - 건축도 디자인의 영역임을 명확히 하여 KIDP의 영역을 확장
- 기타
 - 2회 선정을 1회로 축소하여 GD마크의 가치를 높이는 방안 고려
 - 해외 유명 인증기관과의 협력을 보다 강화할 필요성 존재