

# 일본 산업디자인 형성과정과 역할에 관한 고찰

## The Historical Transitions and the Role of Industrial design in Japan

이 동 연

한국기술교육대학교

Dong-Yeon Lee

Dept. of IDE, KUT

• 중심어 : JIDA, GK 연구소, Good Design, In House Designer, ICSID, Concept Make, 가치창조, 디자인영역의 확대

### 1. 일본의 현대 디자인의 출발

제 2 차 세계대전은, 1945 년 8 월 15 일, 일본의 무조건 승복에 의해서 끝났다. 전승국인 미국에서는, 그 전년인 1944 년에 이미 아메리카 인더스트리얼 디자이너협회 (IDSA)가 설립되었고, 영국에서도 같은 해에 인더스트리얼 디자인 심의회(CoID)가 설립되어 있었다. 그 정도로, 영,미는 디자인을 중요시하며 20 세기후반을 출발하고 있었다. 그러나, 일본도 종전(終戰)의 다음 해부터 디자인분야가 급속하게 활동을 시작하였다. 통산성 공업기술원의 산업공예시험소의 활동은, 그 기관지 「공예뉴스」에 의해서 널리 알려졌다. 또한 통산성은 해외시장 조사회 (현, 일본무역진흥회=JETRO)를 설립하여, 해외에의 수출진흥을 주요 목적으로 하여, 외국에서 유명한 디자이너를 초대, 연수를 실시함과 동시에, 구미에 다수의 디자인전공 유학생을 파견시키기도 하였다. 귀국한 유학생들은, 디자인의 여러분야에서 활동하여, 그 후의 일본디자인계에서 지도자적인 역할을 하였다.

### 2. 전후(戰後)의 인더스트리얼 디자인의 생성

1952 년에 「일본 인더스트리얼 디자이너 협회(JIDA)」가 佐佐木達三, 明石一男, 劍持勇, 小彩二郎, 柳宗理, 渡邊力 등의 25 명에 의해서 설립되었다. 마이니찌 신문사(毎日新聞社)는, 제 1 회 신 일본공업디자인 컴퍼티션과 공업디자인 전람회를 개최했다 (1952 년). 이것의 통칭인 「마이니찌 컴페」는 일본 인더스트리얼계의 등용문이 되어, 柳宗理, 小彩二郎, 佐藤章藏, 眞野善一, 등 그 외 많은 수의 디자이너를 배출했다.

이즈음에 레이몬드 로위가 디자인한 담배 「Peace」 (1952 년)나 그의 역서 「입술연지에서 기관차까지」 (1953 년)와 또한, 에드가 카프만 Jr.의 「근대디자인이란 무엇인가」 등의 역서가 발매되어, 디자인의 사회적 역할과 함께, 구체적인 형태도 매우 부각되어, 일반시민에게 인식되고 있었다. 특히, 「Peace」는 발매된 해의 전년도 같은 달의 4 배, 다음 해에는 6 배의 매상을 올려, 디자인의 유효성을 입증하였다. 또한, 전문가들 사이에서도 시각디자인과 공업디자인, 그리고 디자인의 연구와 디자인교육과 같이 각기 독립된 분야를 구축하게 되었다. 디자인의 학문적 계통화와 함께, 교육문제를 연구대상으로 하는 연구단체로서 「디자인학회」 (1953 년)가 발족되었다.

동경예술대학의 小池岩太郎을 중심으로 榮久庵憲司, 岩崎信治, 紫田獻一, 西澤健들의 「GK 인더스트리얼 디자인 연구소」나, 金子至, 秋岡芳夫, 河潤之介 등의 「KAK」도 이때 생겨났다. GK 는 야마하(YAMAHA)의 오토바이나 음

향기기를 시작으로 하여 디자인의 여러 분야의 일을 진행해 오면서 세계굴지의 디자인 사무소가 되었다. KAK 는 야코닉의 사진노출계 등, 견실한 디자인을 오늘날까지 해 오고 있다.

미국문화의 풍요로움에 대한 동경과 조선동란의 특수(特需)는 전후 일본의 경제부흥의 원동력이 되었다. 1955 년, 패전에서 10 년이 지나, 神武景氣이라고 형용될 정도로 발전했다. 당시, 디자인의 중요 목적은 국제적 대응으로, 勝見勝, 浜口隆一, 清家清, 龜倉雄策, 石元泰博들에 의해서 조직된 소규모 집단인 「일본디자인 커미티」가 결성되어 이들이 선택한 제품들이 동경 긴좌의 마쓰야(松屋)에 GOOD DESIGN 코너로서 설치되었고, 현재까지 GOOD DESIGN 의 계승적인 운동의 역할을 하면서, 일반시민을 위한 좋은 유통코너로 정착되었다. 또한, 1955-60 년은, 외국에서 일본제품을 모방한 제품이 지적되기도 할 정도로, 전후(戰後)의 디자인운동의 제 1 차 절정기이었으며, 디자인 뿐만 아니라 모든 영역의 활동이 개방되었던 시기이기도 하다. 행정면에서도 통산성에 의장장려위원회(意匠奨勵審議會)가 설치되어 GOOD DESIGN(G 마크)상품선정사업이 시작되었고, 디자인 과가 설치(1958 년)되어 「기계 디자인 센터」가 설립되었다.

일본 국립 근대 미술관에서, 뉴욕 근대 미술관의 컬렉션 중에서 에드가 카프만 Jr.의 「근대 디자인이란 무엇인가」에 게재된 제품을 중심으로 한 구미의 본격적 기능주의, 다시 말해서 모던 디자인을 모아 「20 세기의 디자인 전」 (1957 년)이 개최되어, 선정되었던 그 제품의 아름다움은 많은 디자이너에게 감동을 주었으며, 일반시민의 디자인 의식을 높이는 역할을 하였다.

이즈음에, 이사모 노구치의 「아카리」 (1952 년)와 콤페에 의해 선을 보인 공중전화 BOX(1954 년), TOSHIBA 에서 개발 ·양산한 전기술(전기자동차충전기)(1955 년)), 내소날의 라디오 DX530 형(1953 년), 후지전기의 디지털형 선풍기(1956 년), 소니의 트랜지스터 라디오(1958 년), 마쯔다의 3 룬트럭(1954 년), 니산(日産)의 Datsun1000(1955 년)등은 당시의 구미에서는 각광을 받지 못했지만, 소재를 잘 살려 장식 이 없는 심플한 형태를 한 모던디자인으로, 일본의 독특한 디자인의 좋은 예가 되었다.

1940 년대 후반부터, 일본 기업들은 디자이너를 채용하기 시작하여, 급속히 디자인 조직을 키워나갔다.

1951 년, 나리타 공항에서, 일본 생산성부 미국시찰단원이었던 마쯔시다(松下幸之助)씨는, 「지금부터 상매(商賣)는 디자인이야!」라는 말과 함께, 가전업계의 적극적 디자인 활동을 모색했다. 이때부터 산업디자인의 조직화와 그 성장이 시작되었으며, 작가성은 후퇴하고, 이후, 일본의 ID 는 인 하우스 디자이너(In House Designer)가 중심이 되었다.

### 3. 60-80 년대의 인더스트리얼 디자인의 발전

1965년 JIDA 는 제 1 회 일본 인더스트리얼 디자인회의를 개최했다. 「인더스트리얼 디자인의 오늘날의 역할을 찾는다」 라고 하는 제목아래, 여러 분과회를 만들었다. 이후, 대부분 매년 개최하여, 일본에 있어서의 인더스트리얼 디자인을 보다 확고하게 자리잡을 수 있게 하였다.

1970년, 오오사카에서 개최되었던 「일본만국박람회」를 계기로 세계에, 일본의 산업과 디자인을 인식시키는데 큰 역할을 하였다. 이즈음 많은 디자인협회도 설립되었다.

1973년, 일본에서는 처음으로 ICSID(국제 인더스트리얼 디자이너단체 협의회)의 세계회의가 일본의 옛 도시 교토(京都)에서 개최되었다(ICSID'73 京都). 이때 통상성은 2 회째의 디자인의 해를 재정의하여 일본전국에서 디자인의 중요성을 인식시켰다. 「사람의 마음과 사물의 세계」라고 하는 테마를 중심으로 개최되었던 회의는, 일본인의 형이상학적인 어프로치와 서구의 발언자들의 실리주의적 어프로치의 차를 이해시키는데 효과적이었으며, 일본의 독특한 관습과 일본의 저변에 깔려있는 알려지지 않은 힘을 세계의 디자이너들에게 느끼게 했던 회의로 평가되었다.

1989년에는 ICSID 회의 「형태의 신풍경:정보화 시대의 디자인」이 나고야에서 개최되어 그 해를 다시 통상성에서는 디자인의 해로 정하면서, 10월 1일을 일본의 「디자인의 날」로 재정의하였다.

50년대부터 설립하기 시작한 공단주택(公團住宅)은, TV의 아메리카 홈 드라마에서 볼 수 있는 주거공간의 축소판으로, 이때부터, 식탁에서 의자에 앉아 식사를 하기 시작하였으며, 3종의 신기(神器) - Car, Cooler, Color TV(3C)에 의해 「풍요로운 삶」이 촉진되었다. 상승지향, 고급화, 다양화가 추구되어, 거대한 소비사회가 형성되었다. 이러한 사회적 배경은 70년대이후, 일본기업이 견실하게 커갈 수 있는 여건을 마련해 주었다.

1979년 7월 1일 탄생한 SONY의 「워크맨」은, 음향의 혁명이었으며 순식간에 세계를 제패하고 음악의 취취방법까지도 변화시키고 그 가치관을 바꾸었다. 그밖에 제품으로, 음향 뿐만 아니라 시각적으로 고급감과 모던한 감각을 만족시켜주는 CA-100, GK 연구소/야마하(1973년), 상숙기를 맞은 자동차업체의 고급화의 선두기종의 크레스터, 토요따(1980년)등이 있다.

80년대에 접어들면서, 일본의 고도성숙기에 자라난 신인류 세대(2)에 의해 가치관의 변화가 일어났다. 풍족한 물질문화, TV 게임, 애니메이션에 의해 키워진 이들은, 가상세계, 주인공에의 감정이입, 극장사회의 연출 등, 자신이 취사선택하고, 물질(Form)보다는 이벤트를 추구하는 성향의 가치관의 다양화를 이루었다. 이러한 양상은 90년대 초반 버블경제의 절정에까지 이어졌다.

### 4. 90년대 이후의 인더스트리얼 디자인의 변화

#### 일본 기업에 있어서 디자인의 역할 변화

1990년대 전반은, 일본 기업에 있어서 매우 어려운 시기였다. 버블붕괴로 인한 경제환경은 급격히 악화되고, 엔고(円高)에 의해 그 양상은 더욱 심화되었다.

지금까지 일본경제의 견인역(牽引役)이었던, 자동차나 전자 등의 「니즈 산업」이 구조불황업종으로 전락하는 한편, 제조업 각 사는 Re-Structuring, Re-Engineering 의한 타

개를 모색하고, 그 영향은 물론, 디자인 부문에도 미쳤다.

버블경제시대에는 「어떻게 하면 잘 많이 팔리는 가」라고 하는 고성능화나 다기능, 복합화에 의한 마케팅 편중형의, 시장이나 경쟁기업의 동향, 그리고 유행에 좌우되는 상품개발 컨셉의 방향이 선택되었다. 그것이 가정 내에서는 물질의 여유, 「좋은 것을 손에 넣기 위해서는 새것으로 바꾼다」라는, 사용할 수 있는 데도 버려버리는 쓰레기의 산을 만들게 되었다. 이러한 버블경제에 대한 반성과 일본 경제의 하향에 의하여, 「필요한 것만으로 보다 싸게 구입하는」 실질지향의 구매행동이 일어나기 시작하고, 실증안나면서 영구히 쓸 수 있는 것, 잘 고안된 오리지널리티가 있는 디자인, 말초적인 친절이 아닌 확실한 컨셉이 서있는 것의 욕구가 높아지게 되었다.

이에, 각 기업의 디자인부문은, 상품에게 새로운 가치를 부여하기 위하여, 컨셉 메이크(Concept Make)나 화면 디자인(Screen Design), 인터페이스 부문 등을 강화하고 있다.

현재, 일본 디자이너의 활약 영역은, 경영 사이드의 확대가 요구되고, 또한 기술혁신, 정보혁신에 대응할 수 있어야 하며, 새로운 조형 능력과 센스를 갖추고, 커뮤니케이션 능력의 확대가 필수적이 되었다.

90년대중반 일본디자인의 대 전환기를 맞이하여, 「하드중심의 발상」에서 「소프트 중심의 발상」으로 전환하면서, 양에서 질에의 소비문화 속에서, 제품의 극소화, 비물질화에 의해서, 디자인의 자유도가 확대하는 반면, 그렇기 때문에 제품디자인의 사회적 책임과 디자인전략의 중요성이 지적되고 있다. 또한, 컴퓨터를 이용한 새로운 수법개발과 그 응용, 또한 멀티미디어 분야 등의 맨머신 인터렉션 디자인 영역의 급속한 확대에의 대응이나, 공간디자인, 환경디자인의 대책 등, 전문성의 심화와 동시에, 요구되는 능력 폭의 확대에의 대응이 필요하다. 국제화 속에서, 각 분야에서 프로젝트 아이덴티티를 어떻게 키워가는가도 문제로 대두되고 있다.

일본 기업은 경기후퇴의 영향에도 불구하고, 앞으로 신입사원의 채용수는, 현재와 그다지 변화하지 않으며, 역으로 다소 증가한다는 기업도 반수를 점유하고 있다. 이는, 디자인의 새로운 영역에의 확대와 경쟁력 강화의 주요수단으로서의 디자인의 역할에 기대하는 바가 크기 때문일 것이다.

1) 조선동란의 특수(特需): 한국의 6.25 사변 발발 후, 한국에 주유한 미국군이, 대량으로 필요한 군기 및 생필품을 일본에 발주하여 생긴 특수경기(特需景氣).

2) 신인류(新人類): 전후(戰後)세대와 다른 가치관을 갖고 있는 세대.

#### 참고문헌

佐渡山安彦, 外 2 人: デザイン戦略経営入門. 講談社, (1992)

出原榮一: 日本のデザイン運動. ぺりかん社, (1992)

日本デザイン機構: デザインの未来像. 晶文社, (1996)

山田裕一: 特集 デザイン・マネジメントはどう変わるのか, DESIGN NEWS, 240, 10-16, (1997)

櫻正敏三: 特集 企業デザインマネジメント「價值改革の一齊行進」, NIKKEI DESIGN, 2, 28-37, (1997)

日本デザイン學會: 企業におけるデザインはいま, 日本デザイン學會誌, 第 1 卷 3 號, (1993)

日本デザイン學會: 大學におけるデザイン教育の目指すもの, 日本デザイン學會誌, 第 5 卷 19 號, (1998)