

지역발전을 위한 디자인산업 활성화 전략
-대구·경북지역을 중심으로-

A Strategy to Activate Design Industry for Provincial Development
- Centering on the region of Daegu and Gyeongbuk -

주저자 : 윤영태 (Yun, Young Tae)
계명대학교 산업디자인학과

공동저자 : 김윤희 (Kim, Yun Hee)
신라대학교 제품디자인공학과

1. 서 론

- 1-1 연구 필요성
- 1-2 연구 목적

2. 국내 디자인산업 실태

- 2-1 디자인 산업의 발전 동향
- 2-2 디자인 산업 환경의 문제점

3. 대구·경북지역 디자인산업 활성화

- 3-1 지역발전을 위한 디자인 산업 정책
- 3-2 지역 디자인 산업 활성화 전략
 - 3-2-1 디자인 전문 인력 인프라 구축
 - 3-2-2 디자인 연구개발의 체계화
 - 3-2-3 디자인 관련 정보의 공유
 - 3-2-4 디자인 전문회사 확대

4. 결 론

참고문헌

(要約)

최근 세계 경제의 개방화 및 우리나라 지방분권화로 인해 지역산업 경제 발전을 위한 디자인산업 육성에 대한 끊임없는 노력과 투자가 요구되고 있다. 최근 중국과 동남아시아 국가와의 제품 가격경쟁력에서 밀리고 있는 국내 상품은 디자인의 독창성이나 제품의 다양성, 그리고 마케팅 분야의 관심 확대를 통해 제품의 브랜드 이미지 구축과 국제 사회에서 소비자들의 호응을 얻어야 한다. 따라서 디자인 산업은 제품의 차별화 및 고부가가치화를 통해 국내 산업의 경쟁력을 강화할 수 있는 중요한 수단이 되고 있다.

우리나라 디자인 산업 환경의 문제점으로는, 아직까지도 많은 제조 생산업 분야에서는 상품 개발 및 마케팅 전략 수준이 낮은 실정이며, 새로운 디자인 개발을 위한 투자를 기피하고 있다는 점이다. 또한 유능한 디자이너의 경험이나 기술 축적을 위한 인적 기반 형성에 한계가 있고, 디자인 산업 보호제도 및 정책의 실효성 부재에 문제가 있다. 따라서, 대구, 경북지역의 사회적, 문화적 환경에 부응하는 디자인 산업 활성화를 위한 구체적인 전략으로는 디자인 전문인력 인프라 구축, 디자인 연구개발의 체계화, 디자인 관련 정보의 공유, 디자인 전문회사의 확대 등을 위한 정책 마련이 이루어져야 할 것이다. 그러므로 디자인 중심의 인적, 물적, 지적 인프라 구축을 통한 디자인 기반을 확충 하여 지역 혁신 디자인 클러스터화를 통한 대구 경북지역의 경제 활성화에 도움이 되도록 해야 할 것이다.

(Abstract)

Recently, the opening of the world economy and regionalization of national demand endless endeavors and investments to upbring design-industry for regional economic development. Our domestic commodities, declined in price competitiveness against China and Southeast Asian nations, need construction of brand image of commodities and consumers' response through expanded concerns in marketing spheres. The design-industry is a important means to strengthen competitiveness of the domestic industry through discrimination of commodities and creativity of high added value. Design-industry has some problems in circumstances; commodity development and marketing are below the level in the sphere of manufacture industry yet and businessmen are unwilling to invest demanded for development of new design. Establishment of the personal foundation, useful for accumulating competent designers' experiences and technologies, can not pass limit. In addition, a system and a policy to protect design-industry have a problem in effectiveness. Concrete strategies to activate design industry which meets social and cultural circumstances of Daegu and Gyeongbuk region are to establish policy for construction of specialists' infra, systematization of study & development of design, common ownership of information on design, and expansion of design company. The business to upbring design in the region should be operated to develop competitive commodities which is helpful to the regional economy and to increase value of the regional enterprises' brand. In addition, foundation of design should be expanded personal, material, and informational infra through design-centered so that they are helpful to activate economy of Daegu and Gyeongbuk through making design reformational cluster.

(Keyword)

design industry, regional development, design cluster

1. 서 론

1-1. 연구 필요성

최근 교통과 통신기술의 발달은 인적, 물적 자원 및 정보의 활발한 이동을 촉진시킴으로써 국경의 장벽을 없애고 세계가 하나라는 인식을 보편화 시켰다. 이러한 세계화 추세로 인해 개인과 기업의 행동 범위가 세계적으로 확대되었고, 이로 인해 국제사회의 질서는 새로운 변화를 겪고 있다. 즉 경제, 사회, 문화부분에서 국제간 교류가 활발해져 세계경제가 단일 시장화 되어, 생산, 판매와 영업 등의 기업 활동 전반이 국경을 초월하여 이루어지고 있다. 세계화의 흐름 속에서는 국가간, 기업간, 개인간의 경쟁력과 상호의존성이 더욱 심화되었는데 이러한 변화의 흐름에 대비하여 국가발전이라는 측면에서는 신속한 적응과 선진적 전략 모색이 절실히 필요하게 되었다. 새로운 국제 사회구조와 경제구조에 적극적으로 대처하기 위해서는 경제체제의 확산에 대비한 정책적 제도 마련이 중요한 것이다. 치열해진 국가간 경쟁 하에 자국의 이익을 최대한 할 수 있는 경쟁우위를 개발하는 정책을 추진해나가는 것이 정부의 중요한 과제 중의 하나가 될 것이다.

세계화와 함께 우리나라 경제 발전 구조에 중대한 영향을 미친 것이 바로 지방자치체 실시이다. 지방자치체 실시로 인해 경제적 의사결정 권한이 중앙 집중 방식에서 지방 분권 방식으로 분산되고, 지역경제의 자주적 역량이 발휘될 수 있는 여건이 조성되었다. 또한 지역개발에 있어서는 지방자치단체에 의한 자립적 지역개발이 확립되는 계기가 될 수 있다. 즉 지방자치체 실시로 인해 각 지역들은 우리나라 국가 경제의 주체적 단위로써 지방자치단체의 자율권을 신장하고 지역경제의 활성화에 대한 노력이 필요하게 되었다. 각 지방정부는 경제개발정책과 지역산업육성을 통해 지역경쟁력 강화를 이끌고 이는 국가발전으로 이어지도록 해야 하는 것이다.

이러한 세계화와 맞물린 지방자치 시대에 있어서 우리나라 지역이 안고 있는 중요한 과제는 지역 스스로의 자주적인 경제기반을 갖추는 것이다. 지역 경제가 활기를 띠고, 경제 기반이 강화됨에 따라 지방재정의 확충이 이루어지고 이는 지역의 성장과 발전으로 이어지게 된다. 한 지역의 성장과 발전은 그 지역이 가진 특화된 산업의 성장과 밀접한 관계가 있으므로 그 지역의 주축이 되는 특화 산업이 지역경제에 미치는 영향이 매우 크다. 다시 말해 경쟁력 있는 미래지향적 산업이 주축을 이루고 있으나 전통적 노동집약적 산업이 여전히 자리 잡고 있는바 따라 타 지역과의 경쟁력 비교우위가 결정되게 된다.

대구는 국가균형발전을 선도하는 과학기술 중심도시, 지역문화의 정체성을 살린 문화예술 중심도시 육성을 통해 동남권 중추 관리 도시로 발전한다는 중장기 발전계획을 갖고 있다¹⁾. 특히 지역진흥을 위하여 지역문화산업 육성을 통한 모바일 콘텐츠와 게임 등으로 특화된 문화산업 클러스터 조성 그리고 디자인·캐릭터·영상산업 육성을 통한 문화 인프라 확충 등 다양한 정책이 모색되어 왔다.

1) 한국정책학회지, 지역 경제 환경 변화와 지속가능한 도시발전전략, 2003, 제 12권, p78. 김도희
2) <http://www.daegu.go.kr>

대구는 광역시인 동시에 경북의 도청 소재지로서 영남지역 행정·문화·학문·예술의 중심지로 국가발전에 크게 기여하여 왔으나, 1990년대 들어 전통 산업의 구조조정 지연, 선도 산업의 부재, 첨단산업의 취약 및 지역산업발전과 연계될 수 있는 R & D 수행기관의 부재 등으로 지역경제의 경쟁력이 약화되고 있는 추세라고 할 수 있다. 따라서 세계경제 환경이 지식 기반산업화로 되어가는 현 시점에서 국가와 지역경쟁력 확보에 필수적 요소로 볼 수 있는 디자인 산업에 대한 재조명이 필요하다고 판단된다. 본 연구에서는 대구, 경북지역의 중점 사업 중의 하나인 디자인산업을 중심으로 현 실태를 파악, 분석하고 앞으로 나아가야 할 방향을 제시하고자 한다.

1-2. 연구 목적

본 연구는 세계화와 지역분권화로 인해 새롭게 제기되는 지역경제 활성화를 위한 구체적 방안으로서 디자인산업의 현주소를 알아보고, 앞으로 경제적 시너지 창출 효과가 큰 고부가가치의 디자인 산업 활성화를 위한 구체적인 전략을 제시하고자 시도하였다. 구체적인 연구 목적은 국내 디자인산업의 발전 동향과 문제점을 파악한 후 대구, 경북지역 디자인 활성화를 위한 구체적인 정책을 알아보고, 이를 토대로 한 대구, 경북지역 디자인산업 활성화 전략을 개발하는 것이다.

2. 국내 디자인 산업 실태

2-1. 디자인 산업의 발전 동향

디자인 산업은 제품의 미적, 기능적 및 경제적 가치를 최적화하여 공급자 및 수요자의 물리적, 정서적, 심미적 욕구를 충족시키는 것을 목표로 하는 산업을 말하며, 제품디자인, 시각디자인, 공학디자인, 실내디자인 및 환경디자인 등을 포함하고 있다. 특히 최근에는 IT기술을 활용한 컴퓨터 애니메이션 분야의 출현으로 디자인 산업의 범위가 광범위해지고 있다. 이러한 디자인 산업은 제품의 차별화 및 고부가가치화를 통해 국내 산업의 경쟁력을 강화할 수 있는 중요한 수단이 될 수 있다. 또한 국내 경제가 21세기 지식기반경제로 이행해가기 위해서는 기존 제조업의 제품 생산성 향상과 더불어 디자인 산업의 접목을 통한 우수한 상품 개발이 시급하다. 이는 국제경쟁력 강화를 위한 비즈니스 서비스 산업에 중요한 요소로 볼 수 있다³⁾. 디자인 산업은 대표적인 지식기반산업중의 하나이며 제조업을 지원하는 중심산업으로서 기술개발을 위한 자본 및 기술투자로 비교적 단기간에 걸쳐 기술개발과 이윤을 창출하는 효과가 있다는 점에서 국내적 산업발전에 기여할 수 있다.

지난 과거 정부에서는 낙후된 중소기업을 육성하기 위하여 금융, 재정, 세제, 기술, 경영, 인력, 입지 등 중소기업에 도움이 되는 많은 정책들을 입안 시행하여 왔지만, 디자인 분야에 대해서는 법적, 제도적 지원이 충분히 이루어지지 않아 디자인 환경 전반에 대한 취약점을 가지고 있었다. 그러나 1990년 산업디자인포장 진흥법이 입법화 되고 1991년 7월에 산업디자인포장개발원이 개편되면서 산업디자인 개발 5개년 계획을 수

3) 김인호, 국내디자인산업의 활성화 방안에 대한 연구, 가야대학교는 문집11권, 2002, p295.

립하기에 이르렀다⁴⁾. 하지만 1990년대 말 IMF 경제 위기를 통해 사회전반에 걸쳐 경기가 침체되어 기업들이 생산 및 판매에 직접 관련된 부문 이외에는 투자를 기피함으로써 국내 디자인 산업은 상당한 영향을 받았다. 그러나 1998년 말부터 상품의 차별화 및 고부가가치화를 통한 기업 경쟁력 강화수단으로 정부에서 디자인 산업 육성 대책을 발표함에 따라 디자인에 대한 관심과 그 중요성에 대한 인식이 점차적으로 증가되고 있는 현실이다.

2000년대 이후 급속히 진행되는 국제 경제의 개방화 및 자유화 추세의 시점에서 볼 때 국내 각 지역산업을 중심으로 첨단 IT기술 개발과 더불어 디자인산업 육성에 대한 끊임없는 노력과 투자가 요구되고 있고, 또한 기존 제품의 디자인을 향상시켜 차별화함으로써 부가가치를 증대시킬 필요가 있을 것이다.

2-2. 디자인 산업 환경의 문제점

대구 경북 지역의 디자인 산업의 활성화 전략을 모색하기 위해서는 먼저 우리나라의 디자인 산업 환경에 대한 분석이 이루어져야 할 것이다. 국내 디자인 산업의 현실은 디자인의 잠재적 부가가치성과 경쟁력 우위성에도 불구하고 아직까지 몇 가지 문제점을 가지고 있다. 첫째, 국내 많은 제조산업 분야에서는 첨단 기술을 토대로 한 기능성과 디자인이 가미된 우수 상품 개발 및 마케팅 수준이 낮은 실정이다. 노동집약적이던 산업 형태에서 점차 지식과 기술집약적 산업 형태로 옮겨가던 1990년 초 국내 상품의 세계시장 점유율이 크게 낮아졌다. 즉 제품 가격 비교에서 중국을 비롯한 동남아시아 국가에서 제조된 상품에게 밀리기 시작하였다. 이는 세계 시장에서 국내 상품은 디자인의 독창성이나 제품의 다양성이 부족하고 브랜드 이미지도 잘 알려져 있지 않아 소비자들의 호응을 얻지 못한다. 즉 국내 상품의 디자인 경쟁력을 강화시키기 위해서는 독창적인 디자인 개발뿐만 아니라 관련 분야 기술과의 연계성도 높여야 할 것이다.

두 번째는 우리나라 산업의 주축을 이루고 있는 많은 기업들이 신제품 개발에 따른 불확실성과 막대한 개발비 부담 때문에 새로운 디자인 개발을 위한 투자를 기피하고 있는 실정이다. 특히 중소기업의 경우에는 고급 인력 채용에 따른 인건비와 급형 비용의 부담 및 판로 미확보 등의 이유로 인해 독자적인 디자인 개발보다는 OEM을 선호하고 있는 실정이다. 이는 국내 상품의 고유 브랜드 수출 비중이 낮은 주요 원인 중의 하나이기도 하다. 또한 디자인 개발도 엔지니어링 디자인 보다는 스타일링(Styling)과 새시 디자인에 치중하고 있다. 그러나 이루어지는 디자인도 새로운 아이디어에서 도출되는 개발보다는 선진 제품의 모방 의존도가 아직까지 상당히 높은 실정이다.

세 번째는 기업의 디자인 개발이 활성화 되지 못함에 따라 디자인에 대한 수요확대가 어려워져 유능한 디자이너의 참여 기회가 줄어들면서 경험이나 기술 축적을 위한 인적 기반 형성에 한계가 있다. 이는 국내 기업의 디자인 개발 형태에서도 반영되어 외부 디자인 개발기관을 이용하는 경우는 전체 기업

중 10%에 불과하다⁵⁾. 2004년 기준으로 현재 전국에 있는 디자인 전문 업체는 993곳이며, 10명 미만의 소규모 형태가 전체 92.5%를 차지하고 있다. 그나마 71.7%가 서울, 경기지역에 집중되어 있어 지방 중소기업에서는 전문디자이너의 자문을 받기도 쉽지 않은 현실이다. 또한 최근 서비스 산업의 개방추세로 해외 유명 디자인 전문 업체들의 역진출로 인해 국내 디자인 전문 업체의 경쟁력이 약화될 가능성이 있다.

마지막으로는 디자인 산업 보호제도 및 정책의 실효성을 들 수 있다. 유럽연합의 경우 1995년에 통합 특허청을 발족하고, 1996년 통합 상표법, 1997년에 통합 의장법이 발효되는 등 지적 재산권 보호를 위해 여러 가지 정책적 안전장치를 마련하고 있다. 반면에 국내 수출상품의 대부분이 OEM 방식 또는 외국 제품의 모방에 의존하고 있어 선진국들이 자국의 디자인 보호를 강화할 경우 우리 수출산업에 큰 영향을 미칠 수 있을 것이다. 디자인 산업은 산업재산권인 의장법과 저작권의 보호를 받을 수 있다. 하지만 디자인의 단기성과 공개성을 감안한다면 기업의 고유 디자인 개발을 유도하기 위해서 특허청 외에 또 다른 제도적 보호 장치가 마련되어야 중장기적인 디자인산업 발전에 도움이 될 것이다.

따라서 이러한 국내 디자인 산업의 문제점을 파악하고, 공유함으로써 지역의 경제발전에 기여할 수 있는 디자인 산업의 활성화를 위한 구체적인 전략이 모색되어야 할 것이다.

3. 대구·경북지역 디자인 산업 활성화

3-1. 지역발전을 위한 디자인 산업 정책

우리나라의 경우 1990년 후반 IMF 경제위기를 기점으로 국내외 투자가 위축되고 기업들의 생산과 판매저조로 인하여 디자인산업 또한 상당한 영향을 받았다. 그러나 1990년대에 들어서면서 우리 상품의 차별화와 고부가가치화를 통한 제품 경쟁력 강화 수단으로서 디자인 요소가 부각되고, 정부에서 디자인 육성정책과 더불어 최근에는 디자인 산업이 지식기반 산업 중에 가장 중요한 위치를 선점하였을 뿐만 아니라 국가 경쟁력 제고에 필수적인 요소로 작용하고 있다⁶⁾.

특히, 2000년대 정부차원에서의 '디자인 세계화 추진기'를 추구하면서 국가 디자인 정책과 지역디자인 정책적 지원을 보면 디자인을 통한 산업의 경쟁력 강화와 국민의 삶의 질 향상으로 선진국 진입의 원동력 제공이라는 기본 방향을 가지고 국가 디자인 정책으로 '국가디자인 정책의 발전전략 및 발전수단'을 발표하고 이에 따른 세부사항으로 디자인 진흥원에서는 '지역디자인 정책지원'을 발표하게 되었다<표 1>. 특히 지방화 시대를 맞이하여 각 지방자치단체에서는 지금까지의 중앙정부 의존 방식에서 벗어나 지역의 여건에 맞는 지역 경제 활성화 전략을 추진해 나가고 있다. 실질적인 산업 경제개발계획 뿐만 아니라 각종 지역 고유의 문화와 전통을 중심으로 디자인 개발 프로그램에 의한 유무형의 자원개발이 지역발전에 중추

5) 김인호, 국내디자인산업의 활성화 방안에 대한 연구, 가야대학교논문집 11권, 2002, p297

6) 삼성경제연구소, 일자리 창출 및 디자인산업 선진화를 위한 디자인벤처 활성화 방안, 2004, p7

7) 대한지방행정 공제회, 문화관광의 도시, 세계 속의 아름다운 도시로 발전, 2000, p32

4) 디자인과학연구, 산업디자인 정책에 관한 연구, 1998, p125

적인 역할을 하고 있다.

[표 1] 지역디자인 정책지원회

사업항목	세부내용
지역 이미지 정체성 확립 지원 사업	- 지역정체성 부각을 위한 CIP개발 - 지역이미지 활성화 사업
지역 도시환경 디자인개발 지원 사업	- 가로시설을 개발 (사인시스템, 가로 판매대 등) - 도시경관 형성계획 (테마마을, 테마공원 조성 등)
지역 문화관광 상품 개발 지원 사업	- 관광이미지 통합 개발 및 문화 관광 상품 개발 - 캐릭터개발/ 상품디자인 개발/ 시제품개발
지역 특화상품 개발 지원 사업	- 지역 농특산물 이미지 통합 및 핵심상권 공동브랜드 개발 - 지역 특화상품개발 지원사업

대구, 경북지역의 경우 전통 주력산업인 섬유, 기계·금속, 안경 산업의 구조 고도화와 IT·BT 등 첨단산업의 유치 등을 통해 점차 발전적인 지식산업구조로 변모를 꾀하고 있다. 또한 단순 인가공형 섬유제조업 등 부가가치가 낮은 업종의 비중이 높은 반면, 상대적으로 전자·첨단기계 등 부가가치가 높은 업종은 취약한 실정이다. 특히 소비 지향적 업종의 비중이 높고, 금융·보험, 무역, 정보·통신, 운수·보관, 사회서비스 등 생산적 고부가가치 서비스업의 비중이 낮다. 따라서 전국의 500인 이상 대기기업이 352개임을 감안할 때, 대구지역은 전국의 2.8%를 차지하는 매우 낮은 비중이며, 규모가 작은 영세 중소기업과 개인기업의 비중이 높아 고부가가치가 높은 산업에 대한 지원이 적극 요구되고 있다.

이러한 지역의 산업적 구조 개혁의 일환으로 2002년 대구시에서는 지역산업 발전계획 수립을 위하여 SWOT 분석을 한 결과 디자인 산업 육성의 필요성이 대두되었다<표 2>. 그 내용을 살펴보면 강점으로는 대구광역시가 국토의 교통체계의 중심에 위치하고 있는 점, 그리고 도시기반시설과 생활환경, 정보통신 분야에서의 인프라가 구축되어 있고 특히, 문화 관광 및 환경적인 잠재력이 있는 것으로 나타났다. 약점으로는 지역을 대표 할 수 있는 주력산업이 영세하고 산업계의 연구 개발활동의 저조로 인한 정보화, 글로벌화의 산업구조 변화에 적극적으로 대응하지 못할 뿐만 아니라 디자인의 개발에 대한 인식과 투자 부족으로 분석되고 있다. 그러나 최근 물류, 유통, 전시, 컨벤션시설의 확충과 디자인관련 기관이 설립되고 있어 향후 지역산업 여건이 대폭 개선될 것으로 보여 지고 있다. 위협적인 측면에서는 중국 등 개발도상국의 급 추격과 섬유 등 지역 주력산업 분야의 국제경쟁력 격하, 지역 인재들이 수도권중심으로 계속 유출되고 있는 것으로 나타나고 있다.

8) 한국디자인진흥원, 디자인진흥 종합안내, 2001. p47-49

[표 2] 대구광역시의 SWOT분석 9)

강점(Strength)
- 국토의 동남권 교통체계의 중심 - 연구 인력의 풍부한 공급 잠재력 (다수의 대학 및 공공연구소 있음) - 양호한 도시기반 시설, 생활환경, 정보·통신 인프라 구축 - 문화·관광 및 환경적 잠재력 보유
약점(Weakness)
- 주력산업의 영세성 - 산업계의 연구 개발활동 저조 - 국가 산업단지가 없음 - 보수적 시민의식 - 정보화, 글로벌화, 산업구조 변화에 대응지체 - 산업의 디자인 개발 미비
기회(Opportunity)
- 국가단지 조성시 산업여건 대폭 개선 - 물류, 유통, 전시·컨벤션 시설 등의 확충으로 기업 경영 환경 개선 - 디자인관련 기관 설립으로 산업의 디자인화
위협(Threat)
- 중국 등 후발 개발도상국의 급 추격 - 주력산업 분야의 국제경쟁력 격하 - 경쟁도시의 산업기반여건 강화 - 대학의 수도권 집중에 따른 두뇌유출 - 수도권 지역의 양호한 산업여건

대구 시에서는 타 지역과 차별화 될 수 있는 지역특성에 맞는 디자인 개발을 위해 지역에 광역 디자인센터를 설립하는 것을 전제로 정책을 입안하고 국가예산 50%, 지자체예산 50%의 비율로 500억 규모의 재단법인 설립을 확정하고, 지역 발전을 위하여 대구, 경북 지역디자인센터(RDC : regional design center) 건립을 추진함으로써 디자인 육성 사업을 통한 산업구조 개선에 적극적으로 지원하고 있다.

3-2. 지역 디자인 산업 활성화 전략

지방자치체가 활성화 되면서 각 자치 단체에서는 지역에 잠재된 유무형의 산업자산 및 인프라를 활용한 지역 개발에 많은 관심을 가지고 있다. 우리나라 대부분의 지역 경제 산업 발전의 중추적 역할은 약 500여개의 산업 단지 구성을 통해 이루어지고 있는데, 이러한 각 지역 산업 단지 내에는 대학이나 연구소 등이 주축을 이루는 산업 개발 형태보다는 단순 생산 중심의 집적지(直接地)상태로 형성되어 있다. 즉 체계적인 연구개발(R&D) 기능의 부족과 전문 인력 활용의 문제점, 상품개발 및 운영 관리의 노하우 축적 부족 등으로 지역발전으로 건인하기에는 역부족으로 인식되고 있다. 따라서 지역 경제 산업의 발전을 위한 전략을 모색하는데 있어, 지역내 산업자원과 기술의 유기적 협력관계를 이끌어 나갈 수 있고,

9) 대구 경북 개발연구원, 지역산업 발전계획 수립을 위한 조사연구, 2002, p34

경제적 시너지 창출 효과가 있는 고부가가치의 디자인 산업 중심의 지역경제 활성화 전략이 필요하다고 판단된다. 지역 경제 활성화를 위한 디자인 산업 중심의 지역 발전 전략이 모색되기 위해서는 다각적인 접근에서의 디자인 전략이 필요하다.

최근 외국의 사례를 보면 지역 디자인 서비스를 위하여 디자인 인력인프라를 단순히 백화점식으로 모아놓은 것이 아니라 각 기능 간의 시너지 효과를 발휘할 수 있도록 추진하고 있는 것이 그 특징이다. 또한 디자인을 구체화하는 측면보다는 컨셉 개발에서부터 실질적인 제품화에 이르기까지 고객과 기업을 지원하는 서비스 체제로 시행하고 있다. 뿐만 아니라 지역의 독자적인 컨셉 개발과 자체브랜드를 확보하여 직접 사업전개를 통한 지역 클러스터 화를 추진하고 있다. 특히 일본의 경우 지방자치단체에서도 지역디자인 진흥을 위하여 여러 가지의 방법이 모색되어 왔다. 그 대표적인 사례가 중부지역의 나고야 국제디자인센터 중심의 지역디자인혁신체제이다.

나고야 국제디자인센터는 1996년에 설립되어 전국 최초로 민화법(民活法)¹⁰⁾의 디자인 창조지원 시설에 의해 인가된 프로젝트이며, 지역 디자인 연구능력 향상, 디자인 연구 개발 형 기업육성에 의한 새로운 산업의 창출, 지역자원을 활용한 기업화 사업등 지역산업의 고도화를 촉진하기 위한 거점지로서의 역할을 수행하고 있다. 또한 지역의 디자인 인재 육성정책과 디자인기술제고, 디자인 매니지먼트 능력개발, 지역 중소기업의 디자인 기술도입지원, 디자인 인재교류, 세제지원 등 중장기 계획에 따라 시행하고 있는 좋은 사례로 볼 수 있다¹¹⁾.

이상에서 서술한 바와 같이 정부 및 외국의 지역 디자인 진흥정책과 대구지역의 디자인 산업 정책에 대한 현상과 문제점을 볼 때, 지역디자인 산업의 활성화를 위한 개선방향이냐 구체적인 실행방향이 필요하다. 즉 대구, 경북지역의 사회적, 문화적 환경에 부응하기 위해서는 디자인 전문 인력 인프라 구축, 디자인 연구개발의 체계화, 디자인 관련 정보의 공유, 디자인 전문회사의 확대 등을 위한 정책 마련이 시급하다고 볼 수 있다. 지역 디자인 산업의 활성화 전략을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

3-2-1. 디자인 전문 인력 인프라 구축

디자인 산업 활성화를 위해 각종 협력적 인프라 구축이 중요하지만 무엇보다 가장 중요한 것은 전문 인력 인프라 구축이다. 다시 말해 디자인 산업에 주력할 수 있는 전문 인력 양성 및 연구인력 축적이 중요하다. 우리나라에는 연간 3만명 이상의 디자인 전공자(전문대 이상)가 배출되고 있지만 실제 관련 분야 취업자는 1/3미만 수준이며, 마케팅과 엔지니어링, 디자인 경영 주관 능력이 있는 고급 디자인 인력은 100명 내외에 불과하다는 통계가 있다¹²⁾. 특히 대구, 경북지역의 경우 디

자분야 졸업생이 연간 약 5,100여명이지만, 취업과 관련하여 타 지역 또는 타 분야로 이동하거나 지역 디자인 전문기관의 부재 등 각종 이유로 인해 대구, 경북지역 인력 인프라 구축에 필요한 디자인 전문 인력은 부실한 실정이다.

21세기 지식기반사회에서 기업이 지속적으로 성장, 발전하기 위해서는 인적 자원의 효율적인 육성과 활용이 매우 중요하다¹³⁾고 볼 때, 우리나라의 지역 디자인산업 선진화를 위한 가장 중요한 요소는 창의력과 독창적 아이디어를 가진 인재 양성과 산업현장에 바로 투입할 수 있는 고급 인력 확보가 무엇보다 우선되어야 할 것이다.

따라서 이러한 현실을 고려한다면 인재 양성의 일선에 있는 대학에서는 산·학·연 공동으로 이루어지는 현장중심의 교육프로그램이 많이 개발되어야 할 것이다. 양질의 디자인 인력 양성을 위해서는 실무중심의 교육 및 창의적인 사고에 기초하는 디자인 능력 향상 교육이 무엇보다 중요하다. 그러므로 이러한 요구에 부합하는 교육과정이 개발되어야 하며, 디자인 인력의 전문성을 향상시키기 위한 외부 위탁 교육 또는 아웃소싱 교육이 과감히 실행되어야 할 것이다. 아울러 융통성 있는 교수학습법, 디자인 전문 기관에서의 조기 인턴쉽 제도 실시 등이 중요하다¹⁴⁾. 또한 디자인을 교육받은 우수한 인재들이 지역 디자인 분야에서 투신할 수 있도록 하기 위한 디자인전문 인재관리 시스템이 필요하며, 디자인혁신센터(Design Innovation Center) 또는 대구경북디자인센터(RDC) 등과 같은 디자인 중추적 기관에서 지방자치 단체의 행·재정적 지원을 통한 체계적인 제도적 장치가 마련되어야 할 것이다.

3-2-2. 디자인 연구개발의 체계화

상품의 탁월성은 상품이 담고 있는 아이디어와 컨셉의 창의성이 중요하다. 아이디어와 컨셉의 창의성이 가미된 상품 개발을 위해서는 기획 단계부터 마케팅까지 세심하게 관리하는 것은 기본이며, 또한 소비자의 니즈를 만족시키기 위해서는 그 제품이 탄생하게 된 배경과 컨셉의 차별적 요소가 중요하다. 그리고 상품 개발을 위해서는 창의적인 사고, 디자인과 기술은 바로 상품생산을 하기위한 원자재에 해당하는 요소이다.¹⁵⁾ 기술은 모방이 가능하지만 상품의 컨셉과 아이디어를 포함하는 디자인은 모방이 어려워 진정한 상품적 차별화를 할 수 있다.

따라서 우수한 디자인 상품 개발을 통한 경쟁력 확보를 위해서는 체계적인 연구개발(R&D)이 활발히 이루어져야 한다. 예를 들면 다품종 소량제품의 경우 디자인 콘텐츠와 디자인 공정 기술 등이 더욱 과학적으로 연구개발 되어야 할 것이다. 특히 공학적 개념을 도입한 기능적 디자인과 조형적인 감성적 디자인이 결합된 새로운 디자인 방법론이 모색되고 활성화되어 각종 디자인 제품들에 과학적이고 체계적인 접근이 이루어

10) 민화법(民活法) : 민화법은 민간사업자의 능력 활용을 목적으로 특정시설의 정비 및 축전에 관한 임시조치법으로서 개방형연구개발시설, 교류시설, 인재육성시설, 연구개발형 기술육성시설이다.

11) 산업자원부, 국제 디자인경쟁력 확보를 위한 디자인전문회사 비즈니스 전략연구, 2003, p61-62

12) 전국경제인 연합회, 일자리 창출 및 디자인산업 선진화를 위한 디자인벤처 활성화 방안, 2004, p3

13) 산업교육연구, 한국기업의 인재특성을 반영한 산업인력 육성방안에 관한연구, 1999, p201

14) 경영정보, 광주지역의 국제적인 디자인 거점도시의 발전을 위한 전략 방향, 2001, p48

15) 삼성경제연구소, remarkable marketing, 2004, p5

저야 할 것이다.¹⁶⁾

기존의 상품 개발 전략은 기업의 일방적인 경제적 측면에서의 요구에 근거한 제품 개발에 의존하여 디자인 방향이 설정되어 왔다. 이러한 방식은 때로는 제품의 기능성, 심미성 문제 및 시장에 대한 요구 평가와 예측이 분리되기도 하였다. 하지만 최근 IT 기술 향상과 인터넷의 보급으로 디지털 혁명은 단순한 기술적인 차원이 아니라 디자인 환경 전반에 걸쳐 많은 파급 효과를 가져왔다. 기존의 대중매체는 정보의 일방적 흐름이 주를 이루었는데 반해 쌍방향적인 커뮤니케이션이 가능해지면서 디자인 또한 디지털화, 정보화, 전문화, 고급화 되어 가고 있다. 이러한 전반적인 사회·문화적 욕구의 변화와 새로운 매체들의 등장, 전자상거래의 대두 등으로 디자인 주제, 디자인 프로세스, 디자인 영역의 변화와 더불어 디자인 개발, 디자인 마케팅 또한 그 변화가 요구되고 있다.

따라서 디지털 시대에 맞는 효과적인 디자인 개발을 위해서는 산학연이 중심이 되어 정부기관이 함께 참여하는 포괄적 기획과 전략 수립이 필요하며, 그리고 지역특화 산업을 연계한 마케팅 중심의 프로젝트 진행, 지역 특성에 맞는 새로운 아이템 개발과 디자인 지적재산권을 지역산업체에 이전하는 R & D사업이 체계화 되어야 할 것이다.¹⁷⁾

지역에서 디자인에 관한 연구개발이 활발히 이루어지기 위해서는 각 지역마다 국고로 지원되고 있는 디자인혁신센터와 같은 기관의 구심적 역할이 더욱 강화되어야 하며, 대학, 기업 및 연구소 간의 산학연 연계 사업에 증추적 기능을 하여야 할 것이다. 또한 디자인 정보관리, 디자인 기술, 마케팅 등의 측면에서 중소기업에 중심으로 하는 연구개발에 역점을 두어 제조와 디자인이 접목될 수 있도록 추진되어야 할 것이다.

3-2-3. 디자인 관련 정보의 공유

디자인과 관련된 인적, 지적 정보망의 구축 및 공유는 디자인 산업 발전에 있어 중요한 요인이 된다. 즉 여러 국내 디자인 기관들이 연계하여 상품별 디자인 성공 사례 및 시장별 디자인 최근 추세 등의 정보를 제공하는 정보 네트워크가 형성되어야 한다. 그리고 독창적으로 개발된 디자인 요소의 보호를 위한 특허 컨소시엄 구성을 통해 특허권 관리 시스템을 운영하고, 특허 정보에 대한 조사 및 분석 접근이 용이해야 할 것이다. 또한 디자인 산업과 관련된 전용 전시 센터 등을 건립하여 각종 디자인 상품들의 전시 공간을 확충하여 신기술의 보급 촉진에 앞장서야 할 것이다. 디자인 기술 혁신을 위한 이러한 기반조성 사업은 기초 연구 및 비상업적인 디자인 기반 기술 지원 등을 통해 이루어지는 것이 바람직할 것이다.¹⁸⁾

온라인 또는 오프라인을 통한 디자인 정보 네트워크 구축을 통해 최근까지 축적된 국내외 디자인 관련 지식, 기술 및 최근 디자인 동향 등에 대한 정보 접근이 용이해질 것이다. 그리고 새로운 상품 개발을 위한 노하우를 직·간접적으로 전수받을

수 있을 뿐만 아니라 디자인 상품 개발 사업의 불필요한 시행착오를 최소화 할 수 있을 것이다.

3-2-4. 디자인 전문회사 확대

우리나라 디자인 개발의 형태를 볼 때 대기업 및 중소기업의 경우 외부에 디자인을 의뢰하는 생산 모델은 극소수에 불과하다. 특히 대기업의 경우 새로운 디자인 트렌드와 기술 정보를 얻기 위한 용역이며, 중소기업의 경우는 자체 디자이너가 부족하여 저렴한 비용으로 문제를 해결하고자 하는 경우가 대다수인 실정이다. 그러다보니 결과적으로 중소기업의 제품개발력이 상대적으로 디자인 선진국들의 제품과 비교해 경쟁력을 상실하게 되고, 이는 국내 경제의 주축을 이루는 수출산업에 부정적 영향을 미치는 결과를 초래하게 된다.

삼성전자의 PC모니터, 싱크마스터(미국 IDEO), 영국항공 비즈니스클래스 좌석(영국 텐저린), LG, BMW, 코카콜라, 피자헛 등의 기업이미지(미국 랜더어소시에이츠) 자동차 사브의 9000 시리즈(이탈리아 이탈리아디자인) 등의 디자인은 모두 세계적인 디자인 전문회사 작품들이다. 우리나라의 경우 2001년말 디자인 전문회사는 1천 2백여 개에 달했으나 최근 2년 사이에 약 2백여 개가 감소되어 왔다.¹⁹⁾

따라서 국제적 감각의 글로벌 상품이나 특정지역을 겨냥한 차별화된 제품을 생산하고 나아가 국내 산업의 경쟁력 강화를 위해서는 지역 디자인 전문회사의 육성 및 발전을 위한 정책 마련이 시급하다. 또한 현재 대부분의 디자인 전문회사가 서울, 경기지역에 집중되어 있는 것을 감안한다면 지역의 디자인 전문회사 육성을 위해서는 정부 및 민간차원에서의 정책적인 지원이 전폭적으로 이루어져야 한다.

다시 말해 지역의 디자인 전문회사 양성을 위해서는 우선적으로 지역 중소기업 디자인 육성정책의 구체적인 특별법을 제정하고, 디자인 육성을 위한 정부, 지방자치단체 및 민간 차원을 중심으로 디자인 육성기금이 확충되어야 할 것이다. 그리고 지역의 디자인혁신센터를 구심점으로 대학, 연구소, 기업디자인실, 중소기업청, 상공회의소 등 다양한 전문기관이 디자인 전문회사 지원을 위해 유기적인 네트워크를 형성 할 수 있는 디자인 산업 인프라가 마련되어야한다.²⁰⁾

또한 지역의 디자인 벤처 창업을 위한 지원 정책도 함께 이루어져야 할 것이다. 향후에는 독창적인 향토성과 전통성을 현대 첨단 디자인 문화에 접목할 수 있는 선도적인 디자인 업체 육성에 힘써야 할 것이다.

디자인 전문회사 육성은 단기적으로는 디자인교육을 받은 고급 인력의 활용 및 일자리 창출에도 도움을 줄 수 있으며, 장기적으로는 디자인 전문 인력을 집중시켜 인력 인프라 구축에 기여할 수 있고, 무형적 고부가가치를 높이는 디자인 산업 선진화의 견인차 역할을 하여 국내 경제 활성화에도 기여할 수 있을 것이다.

16) 경영정보, 광주지역의 국제적인 디자인 거점도시의 발전을 위한 전략 방향, 2001, p49

17) 김인호, 국내디자인산업의 활성화 방안에 대한 연구, 가야대학교논문집11권, 2002, p307

18) 김인호, 국내디자인산업의 활성화 방안에 대한 연구, 가야대학교논문집11권, 2002, p307

19) 한국경제, 2004년 4월 디자인전문회사, 2004, 5, 6

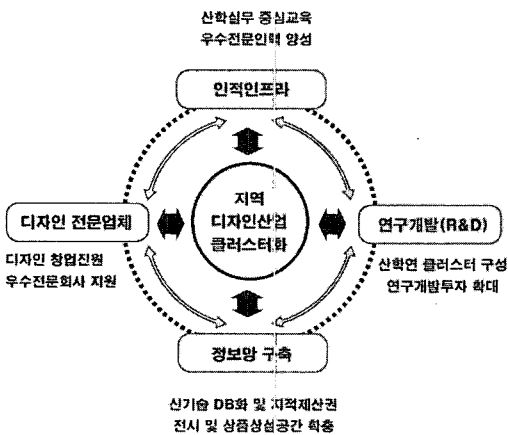
20) 삼성경제연구소, 일자리 창출 및 디자인산업 선진화를 위한 디자인벤처 활성화 방안, 2004, p5

4. 결 론

우리나라의 디자인 산업은 국민의 정부 이후 디자인 육성사업을 100대과제의 하나로 선정되어, 골똥 없는 공장으로서의 디자인 혁신을 통하여 우리 상품의 경쟁력을 강화하고 나아가 기업과 국가의 이미지를 제고한다는 취지에서 추진되어 왔다. 최근 2000년대 이후 급속히 진행되는 국제 경제의 개방화 및 자유화 추세와 시점에서 볼 때 국내 각 지역 산업을 중심으로 첨단기술 개발과 관련된 디자인에 대한 끊임없는 노력과 투자가 요구되고 있고, 또한 기존제품의 디자인을 향상시켜 차별화함으로써 부가가치를 증대시킬 필요가 있을 것이다.

특히 대구, 경북지역은 산업단지 및 기술개발 센터 등 다양한 기술개발 인프라가 구축되어 있지만 제조 생산 중심의 단순한 집적지 상태로 고착화되어 있으며, 연구개발(R&D) 기능의 부족과 전문 인력 활용 미흡, 상품 개발 및 운영 관리의 노후우축적 부족 등의 문제점을 가지고 있다. 따라서 지역 경제 산업의 발전을 위해서는 지역내 산업자원과 기술의 유기적 협력관계를 이끌어 나갈 수 있고, 경제적 시너지 창출 효과가 있는 고부가가치의 디자인 산업 중심의 지역경제 활성화 전략이 필요할 것이다. 즉 대구, 경북지역의 환경에 부응하는 다각적인 접근에서의 디자인 전략이. 필요한데, 특히 디자인 전문 인력 인프라 구축, 디자인 연구개발의 체계화, 디자인 관련 정보의 공유, 디자인 전문회사의 확대 등을 통한 디자인 전략이 중요하다고 볼 수 있다.

이상의 연구결과를 토대로 했을 때, 지역의 디자인 산업 활성화를 위한 4가지 전략은 아래 그림-1로 요약될 수 있다. 따라서 지역경제에 도움이 되는 경쟁력 있는 상품개발과 지역 기업브랜드 가치를 높이기 위해서는 산업구조의 환경 및 전략 모색을 위하여 분석하는 연구가 향후 지속적으로 이루어져야 할 것이다. 또한 지방자치체 실시 이후 서울, 경기지역에 인적, 물적 자원이 더욱 집중되어 있는 현실을 감안할 때 지역 경쟁력의 상대적인 부작용을 최소화하기 위해서는 지역현실에 맞는 여러 가지 산업 활성화 전략 연구가 이루어져야 하겠다.



[그림 1] 유기적이고 역동적인 디자인산업 활성화 전략

이러한 연구 결과들이 다양하게 검토되어 제도적 변화와 정책 변화에 충분히 반영된다면 디자인 중심의 인적, 물적, 지적 인프라 구축을 통한 디자인 기반을 확충 하여 지역 혁신 디자인 클러스터로 전환될 수 있을 것이다. 디자인 클러스터화는 대구 경북지역의 경제 활성화에 도움이 될 뿐만 아니라 나아가 우리나라 디자인 산업의 선진화로 이어질 수 있는 촉매 역할을 할 것으로 판단된다.

참고문헌

- 김도희, 지역경제 환경변화와 지속가능한 도시발전전략, 한국정책학회지, 2003.
- 김인호, 국내디자인산업의 활성화 방안에 대한 연구, 가야대 학교논문집 제11권, 2002.
- 박대순·김세훈, 산업디자인 정책에 관한 연구, 디자인과학연구, 제20호, 1998.
- 박대순, 산업디자인 정책에 관한 연구, 디자인과학연구, 1998.
- 이만표, 한국기업의 인재특성을 반영한 산업인력 육성방안에 관한연구, 산업교육연구 제6호, 1999.
- 이민희, 문화관광의 도시, 세계 속의 아름다운 도시로 발전, 대한지방행정 공제회, Vol.35, 2000.
- 정형식, 광주지역의 국제적인 디자인 거점도시의 발전을 위한 전략방향, 경영정보, 제12권, 2001.
- 연구보고: 국제 디자인경쟁력 확보를 위한 디자인전문회사 비즈니스 전략연구, 산업자원부 한국디자인연구원, 2003.
- 연구보고: 대구 경북 개발연구원, 지역산업 발전계획 수립을 위한 조사연구, 2002.
- 연구보고: 전국경제인 연합회, 일자리 창출 및 디자인산업 선진화를 위한 디자인 벤처 활성화 방안, 삼성경제연구소, 2004.
- 연구보고: remarkable marketing, 삼성경제연구소, 2004, 11
- 자료: 한국경제, 2004년 톱 디자인 전문회사, 2004
- 자료: 한국경제신문: 2004년 톱 디자인 전문회사, 2004.
- 자료: 한국 디자인 진흥원, 디자인 진흥 종합안내, 2001.
- 자료: <http://www.daegu.go.kr>