

중소기업을 위한 디자인지원의 유형화 연구

A study on the classification of design support for SMEs

안준환

서울대학교 미술대학 디자인학부 공업디자인 제품디자인전공 박사과정

나건

홍익대학교 국제디자인대학원 디자인경영학과 교수

Ahn jun-hwan

Dpt. of Product Design, College of Fine Arts, Seoul National University

Nah ken

IDAS, Hongik University

1. 서론

- 1-1. 연구배경 및 목적
- 1-2. 연구범위 및 방법

2. 중소기업의 특성 및 지원의 당위성

- 2-1. 중소기업의 특성
 - 2-1-1. 중소기업의 정의
 - 2-1-2. 중소기업의 당면과제
- 2-2. 중소기업 지원의 당위성

3. 중소기업 디자인지원의 유형화

- 3-1. 국제 디자인기관의 중소기업 대상 디자인지원 현황
- 3-2. 디자인지원 유형 분석

4. 국내 중소기업을 위한 디자인지원의 가이드라인 제시

5. 결론

참고문헌

논문요약

국가 경제의 근간인 중소기업은 디자인을 비롯하여 기술개발, 제품 제조분야에서 매우 중요한 역할을 담당하고 있다. 적자생존이 더욱 심화된 글로벌 경제 상황에서 규모가 작은 중소기업들은 경쟁력을 유지하고 시장에서 살아남기 위해 새로운 기술과 디자인을 신속히 수용하고 이를 기반으로 하여 R&D 투자를 지속해야 한다. 그러나 중소기업의 재정 및 경영환경은 지속적인 R&D 투자를 할 수 있을 만큼 여유 있는 상황이 아닌 관계로 외부의 체계적인 지원이 절실한 상황이다. 실제로 중소기업은 외부의 체계적인 지원이 뒤따를 경우 그 특유의 작은 규모로 인한 유연함으로 쉽게 혁신에 이를 수 있다. 더불어 디자인이 기업의 핵심역량으로 급부상되고 디자인R&D의 효용성이 증명되면서 세계 여러 디자인 진흥 기관들은 자국의 중소기업을 위해 여러 다양한 디자인 지원정책을 시행하고 있다. 연구결과, 중소기업 대상 디자인 지원은 디자인홍보, 디자인인증, 디자인교육, 디자인자문의 4가지로 유형화되었으며 각 유형별 특성을 분석, 우리 중소기업

을 위한 디자인 지원 정책의 가이드라인을 제시하였다.

주제어

디자인지원 유형, 디자인기관, 중소기업

Abstract (스타일이름: 요약제목)

SMEs (small and medium-sized enterprises) play a pivotal economical role in many areas, from the design of new technologies to production. To survive in the highly competitive and fast changing global market, small and medium-sized enterprises have to accommodate new technologies and design and must invest in Design R&D (Design Research and Development). However, SME's can't afford high levels of investment in R&D, due to their restricted financial and management capabilities. So there should be some system that they can rely on. SME's can be more successful with technology innovation and design development with this aid, because they have the advantage of flexibility and efficiency. For example, design promotion organizations in some countries are supporting their local companies' design projects. As a result, design support policies for SMEs are classified in 4 types. They are design promotion, design recognition, design education and design advisory. In addition, benefits of each type are analyzed in depth and, according to the needs of SMEs in Korea, appropriate guidelines for design support are suggested.

Keyword

design support types, design organization, SME

1. 서론

1.1. 연구배경 및 목적

국가 경제의 근간인 중소기업은 디자인을 비롯하여 기술개발, 제품 제조분야에서 매우 중요한 역할을 맡고 있다. 적자생존이 더욱 심화된 글로벌 경제 상황에서 규모가 작은 중소기업들은 경쟁력을 유지하고 시장에서 살아남기 위해 새로운 기술과 디자인을 신속히 수용하고 이를 기반으로 R&D 투자를 지속해야만 한다. 그러나 R&D의 성공률 자체가 높지 않고¹⁾ R&D과정 중 소요되는 자금 및 시간문제로 인한 위험요소로 인해 경영환경이 취약한 중소기업들은 지속적인 R&D투자를 하기 매우 어려운 상황이다. 이는 중소기업들에게 외부의 체계적인 지원이 필요함을 의미하며 실제로 외부의 체계적인 지원이 받쳐줄 경우 특유의 작은 규모로 인한 유연함으로 쉽게 혁신에 이를 수 있다. 더불어 디자인이 기업의 핵심역량으로 급부상되고 디자인R&D의 효용성이 증명되면서 세계 여러 디자인 진흥 기관들은 자국의 중소기업을 돕기 위해 여러 다양한 디자인 지원정책을 시행하고 있다. 이에 이 논문에서는 각국 디자인 기관들이 성공리에 시행하고 있는 중소기업 대상의 디자인지원 정책을 유형화하고 유형별 특성을 분석하여 우리 중소기업들을 위한 디자인지원의 가이드라인을 제시하고자 한다.

1.2. 연구범위 및 방법

먼저 중소기업들을 위한 디자인 지원정책을 펴고 있는 각국의 디자인 진흥기관 및 센터를 폭넓게 조사한 후 이들의 중소기업 대상 디자인 지원 업무를 공통목적으로 크게 4가지로 분류하였다. 이어 각 유형별 특성을 분석, 국내 중소기업을 위한 디자인 지원의 가이드라인을 제시하였다. 조사 방법은 기본적으로 문헌조사와 전문가의 의견을 반영한 델파이 조사방식으로 진행되었고 세부적인 조사가 필요한 디자인 기관 및 센터의 경우에는 기관담당자 방문 조사와 KIDP의 글로벌리포터들을 활용하였으며 방문 외 국가의 디자인 진흥기관 및 센터의 경우에는 담당자 이메일 설문을 활용하였다. 방문조사의 경우 한국디자인진흥원, 네이트시스템과 함께 진행한 “세

1) 미국의 조사에 의하면 R&D는 연구 성공확률 1/2, 상품화 성공률 1/2, 이익창출 성공률 1/2로써 최종 성공률이 12.5% 밖에 되지 않는다고 한다.

계 지역 디자인센터(RDC) 운영사례” 조사연구 당시 방문되어졌던 국가의 디자인센터 정보를 토대로 하였다.

이 연구를 통해 조사되어진 세계 디자인 기관 및 센터들의 목록과 각각의 연구 진행 방법은 다음과 같다.

[그림 1] 조사대상 국제 디자인기관과 연구방법

국가	디자인지원기관	문헌조사	방문조사	글로벌리포터	이메일 설문
United Kingdom	Design Wales	✓		✓	✓
Brazil	Centro de Design do Parana	✓			✓
United Kingdom	Design Council	✓			✓
India	National Institute of Design	✓			✓
United Kingdom	Glasgow Collection	✓			✓
Denmark	Danish Design Centre	✓			✓
Chinese Taipei	Design Promotion Center (CETRA)	✓			✓
Colombia	Artesanias de Colombia	✓			✓
Czech Republic	Design Centre of the Czech Republic	✓			✓
Japan	International Design Centre Nagoya Inc.	✓	✓		
Japan	Toyama Design Centre	✓	✓		
Germany	German Design Council	✓			✓
Spain	Barcelona Design Centre	✓	✓		
Germany	Internationales Design Zentrum Berlin	✓	✓		
Finland	Western Finland Design Centre MUOVA	✓			✓
Germany	Industrie Forum Design Hannover	✓	✓	✓	
Hong Kong China	Hong Kong Design Centre	✓			✓
France	Rhone-Alpes Design Centre	✓	✓	✓	✓
United States	Industrial Designers Society of America	✓			
Korea Republic	Korean Institute of Design Promotion	✓	✓		

2. 중소기업의 특성 및 지원의 당위성

2.1. 중소기업의 특성

2.1.1 중소기업의 정의

중소기업을 정의하는 것은 여간 어려운 일이 아니다. 이는 중소기업에 대한 정확한 정의가 단 하나도 없기 때문이기도 하지만 각국의 중소기업에 대한 정의가 천차만별이기 때문이다. 우리나라에서는 중소기업 기본법에 의거하여 중소기업을 상시 종업원 수를 기준으로 하되, 업종별로 자본금 또는 매출액 기준을 추가하는 방식으로 통상 제조업 기준 종업원 수 300인 미만 또는 자본금 80억 원 미만의 기업으로 지칭하고 있으며 소기업 및 소상공인은 ‘소기업 및 소상공인지원을 위한 특별조치법’에 근거하여 업종별 상시 종업원 수에 따라 정의하고 있다.²⁾

[표 1] 세계 주요국의 중소기업 정의 비교³⁾

국가	중소기업 정의 (제조업기준)
한국	상시종업원수 300인 미만 또는 자본금

2) 문영복. (2005). 중소기업론. 도서출판 대경. pp7~8
3) 노화봉. (2007). 한국,미국,일본의 중소기업정책 비교. 중소기업연구. pp4

80억원 이하	
미국	500인 이하의 종업원 수를 보유한 기업 내지는 자본금 3.5억 달러 이하의 기업
일본	300인 이하 혹은 3억 엔 이하의 자본금을 보유한 기업
EU	250명 미만의 종업원 수를 중소기업으로 정의하되, 0-9명의 종업원 수를 초미니 기업, 10-49명의 종업원 수를 소기업, 50명에서 249명의 종업원을 보유한 기업을 중기업으로 정의

2.1.2 중소기업의 당면과제

중소기업은 일반적으로 재정여건이 좋지 않고 인적 자원이 부족하기 때문에 대기업에 비하여 많은 어려움에 직면하고 있다. 현재, 중소기업들이 겪고 있는 공통적인 어려움으로 생산성을 초과하는 임금상승, 취약한 재무 구조, 3D 기피현상, 전문화 및 고부가가치로의 전환 미흡, 대기업과의 협력관계 구축 미흡, 그리고 중소기업 자체의 경영 능력 및 체질 미약 등을 들 수 있다.

중소기업에 있어 비즈니스는 곧 전쟁으로 가장 큰 현안과제는 바로 적자생존의 시장에서 살아남는 것이다. 사회 인지도가 높고 안정적인 수출 환경 구축으로 경영환경이 균형적인 대기업과는 달리 중소기업은 사회적으로 인지도가 낮고 매우 유동적인 유통구조로 인하여 안정적인 경영환경을 추구하는데 어려움이 많다. 더불어 이런 내부적 문제 외에 고객 및 시장 니즈에 대한 대응문제, 기술 발전 경향의 감지, 경쟁기업의 움직임 포착 등 외부의 변화에도 제대로 대처할 능력이 부족하기 때문에 시장을 선도할 수 있는 역량이 대기업에 비해 현저히 부족한 것도 중소기업의 치명적 약점이라고 할 수 있다⁴⁾

2.2. 중소기업 지원의 당위성

첫째, 특수상품 수요의 과소성을 들 수 있다. 다 품종 소량생산의 현재 시장상황은 대기업보다는 작은 규모의 중소기업에 보다 알맞다.

둘째, 중소기업은 대기업과 나라 경제의 근간 역할을 한다. 통계청 자료에 의하면 우리나라의 총 중소기업의 수는 2,998천개로 전체의 99.8%에 해당하며 우리나라의 총 GDP의 절반이 넘는 60%를 차지하고 있다.⁵⁾ 오늘날 국민경제에서 막대한 영향력

을 보이는 여러 대기업들도 지난날의 중소기업을 뿌리로 하여 성장한 것이며⁶⁾ 단순히 국민경제에서 차지하는 비중이 높다는 양적인 의미뿐만 아니라 국민경제의 순환과정에서 경제의 성장과 안정에 기여하는 바가 크고 정치적·사회적인 측면에서의 영향력 역시 매우 높다고 할 수 있다.

또한 중소기업은 국민경제발전의 안정 기반을 조성하는 역할을 한다. 앞서 살펴보았듯, 중소기업은 산업구조의 기반을 이루는 동시에 양적으로 압도적인 비중을 차지하고 있기 때문에 중소기업을 중심으로 하는 활기 있는 중산층의 형성과 이를 통하여 경제력의 집중을 방지함으로써 시장기능을 증진한 경제발전의 기반을 조성하는데 기여한다. 중소기업은 그 특유의 작은 규모와 운영상의 유연함으로 신기술개발에 탄력적으로 적용할 수 있는 능동성이 대기업보다 상대적으로 높아 기술개발을 촉진하고 선도하여 경제에 활력을 불어넣는 역할을 한다. 이 외에도 양적으로 높은 비중과 노동집약적이라는 구조적 특징으로 인해 고용증대효과가 매우 높아 고용창출로써 사회 안정화에 크게 기여할 수 있으며, 기업가적 자질을 갖추고 있거나 우수한 사업 아이템을 가지고 있는 사람들에게 이상을 실현할 수 있는 기회를 제공하여 새로운 아이디어나 상품을 기업화 할 수 있는 기반이 되어 준다.

마지막으로 고유한 전통산업이나 지역 특성에 맞는 특수 업종을 주로 담당하는 것도 중소기업이기 때문에 지역주민들의 경제사회생활을 뒷받침하면서 지역사회발전을 위한 핵심적인 역할을 수행하여 지역경제발전을 촉진한다. 지방에 위치한 중소기업은 지역의 소비수요의 충족, 고용흡수, 소득증대 등을 통하여 생산되는 부가가치를 지역전체에 잔류시키는 기능을 하므로 지역경제의 기반이 된다.⁷⁾

3. 중소기업 디자인지원의 유형화

3.1 국제 디자인기관의 중소기업 대상 디자인지원 현황

선진국에서는 산업사회에서 디자인이 갖는 중요

대한상공회의소, pp4

6) 서기원 외 5인. (2001). 한국경제론. 유평출판사. pp385

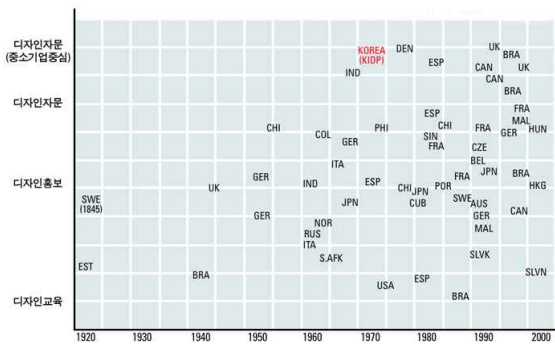
7) 이지혜. (2005). 우리나라 중소기업의 발전방안에 관한 연구. 조선대학교. pp3~6

4) 신유근. (1986). 기업과 사회. 경문사. pp680 표 인용

5) 김인호. (2005). 중소기업의 경쟁력 강화와 국제화 전략.

성을 미리 인식하여 국가적 차원에서 디자인 진흥 사업을 활발히 행하여 왔다. 특히 산업에서 중소기업이 갖는 국가 경제 비중 및 중요성을 인식하여 다음 그림에서 확인할 수 있듯이 지난 세기 중반부터 본격적으로 중소기업 지원 목적의 디자인 기관을 설립, 디자인홍보, 자문, 교육 등의 형식을 통해 중소기업의 디자인 진흥에 앞장서 왔다. 우리나라도 1970년 산업자원부 산하기관으로 현 한국디자인진흥원의 전신인 한국디자인포장센터를 설립하여 주로 중소기업 진흥을 목적으로 활발한 활동을 하고 있다.

[그림 2] 국가별 디자인기관의 설립년도와 주역할⁸⁾



이들 각국 디자인 기관들의 디자인지원 서비스들을 14가지로 세분화한 결과 크게 다음과 같은 4가지의 디자인지원 방법으로 분류되었다.

[그림 3] 국제 디자인기관의 디자인지원 역할

디자인지원 유형	
디자인 자문	정비 대여
	디자이너 알선
	컨설팅
	디자인 용역
	디자인 연구 / 리서치
디자인 교육	재정적 지원
	온라인 포털 서비스(멤버쉽)
	연수 프로그램
디자인 인증	세미나 및 컨퍼런스 개최
	디자인 공모전(상품화 지원)
디자인 홍보	디자인 인증제도 운영
	전시회 / 엑스포 개최
	출판 업무
	지역 특화 서비스(이벤트)

8) Gisele Raulik. (2003). Models for Design Advisory Service. Brunel University. pp24

1. Design Promotion / 디자인 홍보

일반 대중과 회사들을 대상으로 다양한 이벤트와 전시를 개최하고 출판과 매스 미디어를 활용하여 디자인의 가치와 효용성에 대해서 홍보한다.

2. Design Awards and Competition / 디자인 인증

디자인 수상제도 및 인증제도의 활용을 통하여 회사의 디자인 역량 및 시장 경쟁력을 상승시킨다.

3. Design Education / 디자인 교육

디자이너와 비즈니스 관련 종사자 및 일반 대중을 대상으로 한 디자인 교육프로그램 코스, 세미나 및 컨퍼런스, 강연, 출판 업무 및 온라인 포털 서비스 제공 등이 이에 해당된다.

4. Design Advisory / 디자인 자문

디자인과 관련된 이슈와 정보들의 제공 및 개발 전략, 디자인 컨설턴시의 알선과 프로젝트 관리 등 다양한 지원 형태가 속한다.⁹⁾ 디자인 기관을 통해 진행되는 디자인 자문 서비스(Design Advisory Service)는 다시 다음의 세 가지로 요약될 수 있다.

Knowledge Transfer / 지식공유

기업이 R&D활동을 통해 새로운 지식을 창조했다고 들떠있는 경우, 주변을 둘러보면 이미 소유하고 있는 지식일 수도 있어 시간과 돈, 노력의 낭비가 일어나는 경우가 많은데 이를 방지하고 보다 효율적이고 지속적인 지식의 발전을 추구하기 위해 지식의 공유를 위한 지원을 하고 있다. 효과적인 지식공유의 추구를 위해 상당수의 디자인 기관(일본 idcn, 일본 도야마디자인센터, 독일 디자인카운슬, 베를린디자인센터, 체코 DCCR)등이 자체 내에 데이터베이스 시스템을 구축하고 있으며, 멤버십 서비스 등을 비롯 데이터베이스를 다각도로 활용하는 것을 통해 지식의 공유를 꾀하고 있다. 또한 지식공유의 관리를 위해 영국 디자인카운슬은 자기관의 자문모델인 "Design Led Business 24/7" 의 자문을 받는 회사들에게 각각의 회사의 특성에 맞는 멘토를 지정, 지식 공유와 관련한 임무를 맡기는 멘토링 서비스를 하고 있는데 그 역할은 다음과 같다.

- 프로젝트 목적의 체계적 수립 및 진행
- 관리팀의 조직
- 고객 잠재니즈 예측 및 대비

9) Gisele Raulik. (2003). Models for Design Advisory Service. Brunel University. pp25

- 프로젝트 예산과 스케줄의 모니터링
- 프로젝트 진행시 발생될 문제점 예측과 이에 대한 해결책 강구

Measurable Outcomes / 가시적 결과 예측

중소기업들이 당면한 최대 현안 과제는 바로 시장에서 살아남는 것일 정도로 절박한 상황이기 때문에 중소기업들은 항상 즉각적으로 결과를 받아들이길 원하는 경향이 강하여 장기간의 지원 프로젝트(필요함에도 불구하고) 흥미를 갖기 어렵다. 이를 위해 타이완의 디자인 프로모션 센터, 인도의 NID, 콜롬비아 Artesanias Centre 같은 많은 디자인 기관들은 중소기업들이 장기간의 지원프로젝트에 동기를 가지고 프로젝트의 범주와 짧은 시간에 명확한 결과가 나올 수 있도록 결과 예측에 많은 신경을 쓰고 있다. 또한 이들 기관들은 중소기업들에게 원활한 지원을 지속적으로 할 수 있음을 증명하기 위해 자기관의 자금원과 지원 자금 시스템에 문제가 없음을 명확히 하고 있다.

Total Assistance / 종합적 지원

앞서 언급되었듯이 중소기업들은 대기업들에 비해 규모가 작고 경험이 부족하여 성공에 대한 자신감이 결여되어 있다. 따라서 중소기업들이 자신감을 되찾을 수 있도록 여러 가지 형태의 종합적인 지원을 하는 것이 중요하다.

그 첫 번째 형태는 재정적 지원이다. 대부분의 중소기업들이 열악한 재정 상황으로 인해 우수한 아이디어를 보유함에도 불구하고 디자인에 투자를 하지 못하고 있으며 이는 프로젝트 초기부터 발목을 잡는 문제이기도 하다. 이러한 연유로 중소기업들의 디자인R&D를 위해 많은 디자인 기관들(영국 디자인웨일즈, 브라질 빠라나 디자인센터, 체코 DCCR 등)이 재정적 지원을 아끼지 않고 있다. 또한 기업의 프로젝트에 맞는 적절한 디자이너의 알선과 마켓/유저의 니즈를 파악하는 단계에서부터 그 니즈를 충족시킬 만한 성공적인 제품의 제조 및 판매단계까지 아우르는 토탈디자인과 관련한 지원도 빼놓을 수 없다.

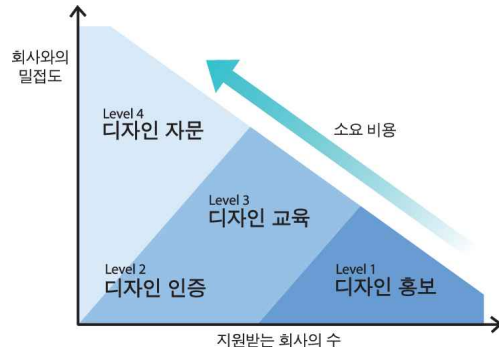
마지막으로 중소기업과 디자인 컨설턴시와의 관계를 조정하는 것도 디자인기관의 업무이다. 디자인 기관은 중소기업과 디자인 컨설턴시 업체를 이어주는 교량 역할을 하는데 중소기업의 여건과 프로젝트 성격에 맞는 컨설턴시 소개와 계약 주선, 관계

조정 등 다양한 업무가 이에 속하며 거의 대다수의 디자인 기관들이 중소기업과 컨설턴시 간의 교량 역할을 수행해 내고 있다.

3.2 디자인지원 유형 분석

앞서 디자인 자문, 인증, 교육, 홍보의 4가지로 크게 나누었던 디자인 기관의 역할을 기준으로 각 유형별로 지원받는 회사의 수, 지원 프로그램 진행 시 대상 회사와 디자인기관과의 밀접도, 디자인 지원에 소요되는 재정 소요 비용의 3가지 측면을 중심으로 중소기업 디자인 지원 유형을 구조화하면 다음과 같은 도표를 얻을 수 있다.

[그림 4] 디자인지원 유형구조¹⁰⁾



도표의 우측에 위치한 디자인지원유형일수록 지원받는 회사의 수가 많아지는 것을 뜻하며 도표의 상단에 위치한 디자인지원유형일수록 지원받는 회사와의 밀접도가 높아짐을 뜻한다. 또한 디자인 홍보에서 디자인 교육, 디자인 자문 쪽으로 올라갈수록 소요되는 지원비용 역시 증가한다. 이처럼 지원받는 회사의 수, 회사와의 밀접도, 소요 비용, 이 세 가지 요소의 조합에 따라 디자인기관의 디자인지원 유형은 총 4가지로 분류가 가능하며 그래프의 상단에 위치할수록 고난도의 디자인지원유형이 된다.

Level 1. 디자인 홍보

첫 번째 지원 유형은 일반 대중과 회사들을 대상으로 다양한 이벤트(엑스포)와 전시를 개최하고 출판과 매스 미디어들을 활용하는 것을 통해 디자인의 가치와 효용성에 대해서 홍보하는 것이다. 이

10) Dr. Bruce Tether. (2006). Evaluating the Impacts of Design Support. SEEdesign Bulletin Issue3-Sharing experience on design support. pp9 그래프 수정 보완

유형의 장점은 적은 돈으로 많은 회사들을 아우를 수 있다는 점에 있지만 지원 효과가 명확히 드러나지 않는다는 약점이 있다. 주요 사례모델로는 프랑스 리옹 디자인센터의 '3R-Research, Rencontres, Resources', 영국 디자인웨일즈의 주최로 개최되는 TSC(Trend, Style and Colour Events)등이 꼽힌다.

Level 2. 디자인 인증

두 번째 디자인 지원 유형은 디자인 수상제도와 인증제도의 활용을 통하여 회사의 디자인 역량 및 시장 경쟁력을 상승시키는 것이다. 이를 위해 이 모델은 종종 공모전과 같은 형태를 띠기도 하는데 각 공모전 및 인증제도가 마련된 특정한 기준을 통과한 제품을 대상으로 수상 및 인증을 함으로써 공신력을 부여, 회사의 디자인 역량을 상승시키고 경쟁력을 향상시키는 방법이다. 이 유형의 사례로는 독일 하노버디자인센터의 'iF디자인상', 독일 베스트팔렌 노르트라인 디자인센터의 '레드닷디자인상', 스페인 바르셀로나 디자인센터의 '내셔널디자인상', 미국 IDSA(Industrial Designers Society of America)의 'IDEA상', 일본 도야마디자인센터의 '도야마 제품디자인 컴페티션' 등이 주요 사례로 꼽힌다.

Level 3. 디자인 교육

세 번째 유형은 1:1 자문유형이 아닌 공통의 목적을 갖고 있는 유사형태의 다수 기업을 대상으로 이 기업들을 하나의 그룹으로 묶어 워크숍과 세미나, 강연, 트레이닝 프로그램, 멤버십 서비스의 운영을 통해 디자인 교육 형식의 디자인 지원을 하는 것이다. 이 유형은 1:1자문유형과 비교, 적은 지원 비용으로 보다 많은 기업들을 대상으로 할 수 있다는 점에 있으며 장기적으로 볼 때 기업들의 자생력을 높여준다는 장점이 있다. 이 유형의 사례로는 홍콩디자인센터의 'Friend of HKDC', 벨기에 Design Flanders의 주최로 열리는 'Design Makes a Different Workshops', 프랑스 리옹디자인센터의 'no design' 세미나, 미국 Design Management Institute의 'DMI Membership' 등이 주요 사례모델로 꼽힌다.

Level 4. 디자인 자문

디자인 컨설턴트의 위치로써 1:1 지원업무를 수행하는 디자인 지원이 이 유형에 해당한다. 재정적 지원과 지적 재산권 등 변리 업무, 디자이너 알선

업무, 카운슬링, 멘토링 서비스, 제품 디자인 개발 등 중소기업에 직접적인 지원을 하는 것이 이 유형의 특징이다. 재정적 지원과 디자이너의 알선 업무를 성공적으로 수행하고 있는 체코 DCCR(Design Centre of the Czech Republic)의 'Design Program'과 덴마크 DDC(Danish Design Centre)의 'Icebreaker' 프로그램, 브라질Parana Design Centre의 'Criacao Parana', 영국 디자인카운슬의 'Design Led Business 24/7', 영국 스코틀랜드의 'Glasgow Collection', 인도 NID(National Institute of Design)의 'Design Services' 프로그램 등 많은 디자인 지원 모델들이 이 유형에 속한다. 이 모델들은 모두 지원 받는 회사와의 강한 밀접도를 바탕으로 시행되며 많은 디자인 지원 비용이 소요되는 특징이 있다. 하나의 예로 디자인웨일즈에서 제공하는 Individual Assistance, 즉, 하나의 특정기업을 대상으로 한 1:1 자문서비스에 드는 비용은 동 기관 주최의 TSC(Trend, Style and Colour Events)에 참가하는 기업 6개를 아우를 수 있는 비용과 같은데¹¹⁾ 같은 돈으로 더 많은 회사를 대상으로 할 수 있다고 해서 디자인 자문(Design Advisory)보다 디자인 홍보(Design Promotion)가 보다 좋은 지원형태인 것은 아니다. 지원 효과 측면에서 살펴보면 1:1의 디자인 자문 형태가 비용은 많이 소요되더라도 특정기업과의 밀접한 관계를 바탕으로 주도면밀하게 진행되어 결과적 측면에서 잠재효과가 훨씬 크기 때문에 상당수의 디자인 기관들이 이 유형에 보다 더 중점을 두고 있다.

[표 2] 디자인지원 유형별 대표 사례

디자인 지원 기관	디자인 지원 모델
Level 1. Design Promotion	
프랑스, Centre du Design Rhône-Alpes	3R-Research, Rencontres, Resources
Level 2. Design Competition & Recognition	
독일, Industrie Forum Design Hannover	iF Design Awards
일본, Toyama Design Centre	Toyama Product Design Competition
콜롬비아, Artesanias de Colombia	Unidad de Diseñor
Level 3. Design Education	
홍콩 차이나, Hong Kong Design Center	Friend of HKDC

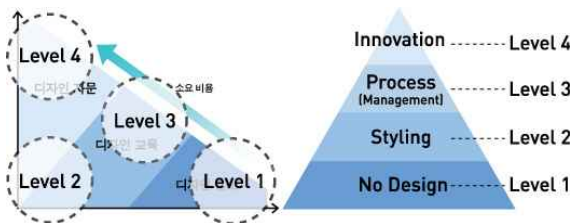
11) Dr. Bruce Tether. (2006). Evaluating the Impacts of Design Support. SEEdesign Bulletin Issue3-Sharing experience on design support. pp9

독일, Berlin Design Centre	IDZ Membership
미국, Design Management Institute	DMI Membership
Level 4. Design Advisory	
대한민국, Korea Institute of Design Promotion	Design Innovation Program
영국, Design Council	Design Led Business 24/7
체코, Design Center of the Czech Republic	Design Program
인도, National Institute Design	Design Services
덴마크, Danish Design Centre	Icebreaker Program
타이완, CETRA - Design Promotion Centre	Interaction Design Projects
브라질, Parana Design Centre	Criazcao Parana Services

4. 국내 중소기업을 위한 디자인지원의 가이드 라인 제시

덴마크 디자인 센터는 각 기업의 디자인에 대한 인식의 정도에 따라 기업을 구분하였는데, 디자인에 대한 인식이 전혀 없는 No Design 기업, 스타일 등 제품외관의 개선에 중점을 두는 기업, 디자인경영 기술과 프로세스 개선에 중점을 두는 기업, 디자인 혁신에 근접한 우수한 아이디어를 보유한 기업, 총 4단계로 분류를 하였다. 덴마크 디자인센터에서 제시한 이 그래프와 앞서 디자인 지원 유형을 구조화한 그래프를 서로 매칭 시키는 것을 통해 우리나라 중소기업의 디자인 수준을 고려한 디자인 지원 모델의 가이드라인을 제시할 수 있다.

[그림 5] 디자인지원 유형과의 매칭



먼저 디자인에 대한 인식조차 잡혀 있지 않은 기업들을 위해서는 디자인의 가치와 효용성을 홍보하는데 중점을 두는 Level1의 디자인 지원 유형인 디자인의 가치와 효용성을 홍보하는 '디자인 홍보'가 바람직하다. 다양한 이벤트와 엑스포의 개최, 출판 업무, 매스미디어 활용 등을 통해 여기에 해당하는 중소기업들의 디자인 인식 수준을 끌어 올려야

한다. 지역적인 측면에서 보면 아직 산업화가 채 되지 않아 디자인에 대한 욕구가 많은 전원지역의 기업들이 이 지원 대상 지역에 속한다고 할 수 있다.

다음으로 자기기업의 디자인 스타일을 개선하고 디자인 능력을 인정받고자 하는 기업의 경우에는 Level2의 디자인 지원 유형인 디자인어워즈의 개최와 인증제도를 활용하는 방법이 좋다. 지역적 측면에서 보면 대구의 섬유산업과 같이 특정 디자인산업 및 전통산업이 발전한 지역을 중심으로 이러한 지원 유형을 전개해 나가는 것이 바람직하다고 할 수 있다.¹²⁾

디자인 프로세스와 경영 기술을 익히고 사회의 변화에 발 빠르게 대응하고자 하는 기업들의 경우에는 Level3의 디자인 지원 유형인 세미나, 워크숍, 강연 등의 디자인 교육형태의 지원이 바람직하다. 지역적인 측면에서 보면 도시화가 진행 중이거나 산업화가 진행되어 디자인에 대한 인식과 수준의 정도가 어느 정도 궤도에 접어들은 신흥도시 및 신흥개발지역이 이 지원 대상지역에 속한다고 할 수 있다.

마지막으로 디자인 혁신에 이를 수 있는 우수 아이디어를 보유한 중소기업에게는 재정적 지원부터 디자인 개발, 변리업무, 디자이너 알선까지 지원해주는 Level4의 1:1 디자인 컨설팅시 유형이 적합하다. 원활한 디자인 지원을 위해 디자인 인프라 구축이 우수한 대도시 및 인근지역 소재 중소기업들이 주요 대상이라 할 수 있다.

5. 결론

지금까지 조사한 바를 토대로 세계 여러 디자인 지원 기관에서 행하여지고 있는 중소기업을 위한 각 유형별 디자인지원 모델 - 디자인 자문, 교육, 홍보 -의 지원업무를 14개로 세분화한 후 각 유형별로 다양하고 체계적인 지원을 하고 있는 외국의 디자인센터를 선별하였다. 이는 향후 우리나라에서 중소기업을 위한 디자인지원 계획을 세울시 각 유형별로 벤치마킹할 디자인센터를 선정하기 위함이다.

[그림 6] 디자인지원 유형별 벤치마킹 디자인센터

12) 이천 도자기. 강화 화문석, 대구 섬유, 전주 합죽선, 담양 죽제품, 충무 나전칠기 등 디자인 공모전의 개최로 침체된 전통산업에 활력을 부여할 수 있다.

선정

디자인 지원 유형	Design Council	Design Wales	Phyn Design Centre	German Design Council	IDZ Berlin	Danish Design Centre	MUOVA	Barcelona Design Centre	iDCM Itc.	Loyama Design Centre
디자인 자문	장비 대여									
	디자인이나 알선	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	컨설팅	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	디자인 용역	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
디자인 교육	디자인 연구 / 리서치	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	세미나 및 컨퍼런스 개최	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	온라인 포탈 서비스(웹마입)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
디자인 인증	연수 프로그램	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	디자인 공모전(상용화 지원)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
디자인 홍보	디자인 인증제도 운영	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	전시회 / 엑스포 개최	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
디자인 자문	출판 업무	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	지역 특화 서비스(이벤트)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

그 결과, 디자인자문의 경우 재정적 지원부터 지적재산권업무, 카운슬링 등 체계적인 중소기업 디자인 지원정책을 펼치는 영국의 Design Council과 덴마크의 Danish Design Centre가 꼽혔다.

[그림 7] 영국 디자인카운슬의 디자인 자문 모델



디자인교육의 경우에는 멤버십을 바탕으로 한 데이터베이스 구축 및 온라인 포탈서비스에서부터 오프라인의 세미나, 워크숍, 연수프로그램 등 폭넓은 디자인교육 서비스를 시행하고 있는 프랑스의 Centre du Design Rhône-Alpes와 독일의 Berlin Design Centre를 꼽을 수 있었다.

[그림 8] 독일 베를린디자인센터의 디자인교육 모델



디자인홍보의 경우 엑스포, 전시, 출판, 매스미디어 활용 등 다양한 디자인지원 서비스를 하고 있는 영국과 프랑스, 일본의 디자인센터들이 꼽혔다.

[그림 9] 프랑스 리옹디자인센터의 디자인홍보 모델



특히 일본은 세계에서 유럽과 함께 지역디자인센터(Regional Design Centre)가 가장 발달한 국가로 지역사회와 주민들을 대상으로 한 다양한 디자인 홍보프로그램을 제공하고 있다. 조사 대상에는 포함되지 않았지만 동경에 위치하고 있는 '오존디자인센터'의 경우 '리빙디자인센터'를 기치로 내세워 삶의 질을 높일 수 있는 디자인과 관련한 다양한 종류의 제품들과 세미나, 이벤트들을 제공하고 있다.

중소기업을 위한 디자인 지원 모델을 제공하고 있는 외국 디자인 기관들에게 드러난 주목할 만한 특징은 상당수가 특정 지역을 기반으로 하는 지역 디자인센터라는 점이었다. 이는 각 지역을 대표하는 특정 산업과 문화를 기반으로 하는 중소기업의 디자인 진흥을 도모함으로써 지역산업을 발전시키고 나아가 국민경제에 큰 보탬이 되기 위한 목적이 크다고 하겠다. 유럽과 일본의 경우에는 이러한 지역 디자인센터가 이미 성숙단계에 접어들어 지역과 중소기업들의 특성을 고려한 다양한 형태의 디자인 지원이 이루어지고 있었으며 지역경제에 있어 하나의 축을 형성하고 있었다. 우리나라의 경우 디자인 지원 정책에 있어 디자인 진흥원이 중심이 된 중앙정부 집중형의 다변화되지 않은 디자인 지원 성격이 아직 짙은 것이 사실이나 최근 서울, 대구, 부산, 광주에 지역 디자인센터가 설립되면서 지역과 해당 지역의 중소기업의 특성을 고려한 다양하면서 유연한 형태의 디자인 지원을 제공할 수 있는 길이 열린 것은 호재라 할 수 있다. 디자인이 기업경영의

최우선덕목인 현재, 국가경제의 근간인 중소기업에 대한 디자인지원이 활성화되어 한국경제의 균형적인 발전과 함께 2010년 세계 7위의 디자인 강국이라는 꿈이 현실로 다가오기를 기대한다.

참고문헌

- 김인호. (2005). 중소기업의 경쟁력 강화와 국제화 전략. 대한상공회의소
- 문영복. (2005). 중소기업론. 도서출판대경
- 서기원. (2001). 한국경제론. 유평출판사
- 신유근. (1986). 기업과 사회. 경문사
- 이지혜. (2005). 우리나라 중소기업의 발전방안에 관한 연구. 조선대학교
- 정경원. (2003). 디자인과 브랜드 그리고 경쟁력. 웅진북스
- 한국디자인진흥원, 네이트시스템. (2005). 세계RDC 운영사례. 한국디자인진흥원
- Dr. Bruce Tether. (2006). Evaluating the Impacts of Design Support. SEEdesign Bulletin Issue3-Sharing experience on design support
- Gavin Cawood, Alan Lewis, Gisele Raulik. (2004). International Perspectives on Design Support for SMEs, DMI Fall 2004
- Gisele Raulik. (2003). Models for Design Advisory Service, Brunel University

국가	기관 or 단체명	지역	웹사이트 / 이메일	연락처	담당자
영국	Design Wales	카디프	www.designwales.org.uk/ graulik@designwales.org.uk	44 29 2041 6720	Gisele RAULIK
	Design Council	런던	www.design-council.org.uk info@designcouncil.org.uk	44 (0)20 7420 5200	-
대만	Taiwan External Trade Development Council	타이페이	www.taiwantrade.com.tw taitra@taitra.org.tw	+886 (2) 2725-5200	-
브라질	Centro de Design do Parana	꾸리띠바	www.centrodedesign.org.br info@centrodedesign.org.br	55 41 3018-7332	-
인도	National Institute of Design	뉴델리	www.nid.edu info@nid.edu	(079) 2663 9692	Mr. Darlie O Koshy
덴마크	Danish Design Centre	코펜하겐	www.ddc.dk bca@ddc.dk	+45 3369 3369	Birgitta Capetillo
홍콩	Hong Kong Design Center(HKDC)	홍콩	www.hkdesigncentre.org info@hkdesigncentre.org	+852 2522 8688	-
콜롬비아	Artesanias de Colombia	보고타	www.artesaniasdecolombia.com.co	018000 913 082	-
일본	International Design Center Nagoya Inc.	나고야	www.idcn.jp julia@idcn.jp	81-52-265-2105	Lei Mei Julia CHIU
	Toyama Design Center	타카오카	www.toyamadesign.jp dc5@toyamadesign.jp	0766-62-0510	Chikako Gen gen@toyamadesign.jp
체코	Design Centre of the Czech Republic	브루노	www.designcentrum.cz design@designcentrum.cz	+420 542 211 423	-
스페인	Barcelona Design Center	바르셀로나	www.bcd.es cristina@cambracbcn.es	+34 93 218 28 22	Cristina Castaño
독일	Industrie Forum Design Hannover E.V.	하노버	www.ifdesign.de schwarz@ifdesign.de	+49 (0)511 / 89 32402	Ralph Wiegmann
	German Design Council	프랑크푸르트	www.german-design-council.de info@german-design-council.de	49 69 747 919	Helmut Lübke(president)
	Internationales Design Zentrum Berlin	베를린	www.idz.de idz@idz.de	030 28 095 111	Dr. Silke Claus
핀란드	Western Finland Design Centre MUOVA	헬싱키	www.muova.fi firstname.surname@uia.fi	+358 6 3128 661	Satu Lautamäki
프랑스	Rhône-Alpes Design Center	리옹	www.cdra.asso.fr bercegeay@centredudesign.fr	33 (0)4 72 75 94 94	Franck Bercegeay