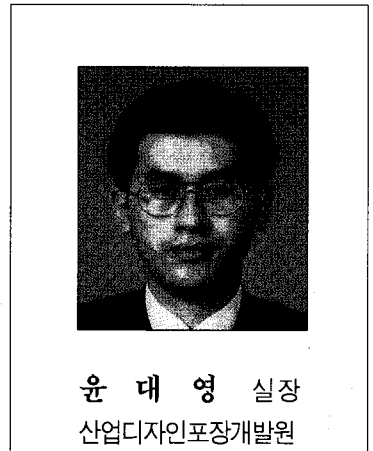


중소기업의 국제경쟁력 산업디자인에 달려있다



윤 대 영 실장
산업디자인포장개발원

통상산업부와 산업디자인 포장개발원은 지난 93년을 '산업디자인 발전 원년의 해'로 선포하고 산업발전 5개년계획을 수립. 중소기업 산업디자인 지도·인재양성 등 산업디자인 발전에 적극 노력하고 있으며, 이를 지원받아 상품화 뿐만 아니라 수출 및 매출 증가를 이룬 업체의 성공사례를 엮어 보았다.

최근 엘지전자, 대우자동차 등 대기업들이 외국에 현지법인을 세워 '디자인 현지화'를 꾀하고 있는 가운데 중소기업들도 외국 상품과 경쟁하기 위해 산업디자인개발 투자증대, 홍보강화 등 '디자인 전략'을 적극 추진하고 있다. 우리나라 기업이 산업디자인에 눈을 뜨기 시작한 것은 '88년 올림픽 개최 이후이다.

60~70년대 정부의 강력한 수출드라이브 정책에 의해 기술개발, 가격경쟁에만 의존하여 수출해온 결과 80년대말 이후 선진국

은 물론 경쟁국에도 점차 뒤지게 되었다. 지속적인 기술투자로 선진국과의 기술격차가 점차 좁아진 대신 그동안 소홀히 하였던 '산업디자인'이란 새로운 벽에 부딪히게 된 것이다.

또한 대만·싱가폴 등이 새로운 수출경쟁국으로 부상하면서 우리기업은 과거 풍부한 노동력, 가격우위정책에 의존하던 수출정책을 새롭게 수정하지 않을 수 없게 되었다. 사실 지난 '60~70년대, 그리고 80년대 동안에도 우리기업의 국제경쟁 전

략이란 주로 가격중심이었다.

그동안 우리의 경제발전은 저임금의 풍부한 노동력을 바탕으로 한 것이었고, 따라서 국제시장에서는 중저가제품을 중심으로 한 가격차별화가 주된 전략이었기 때문에 기술이나 산업디자인개발은 상당히 등한시해왔다.

게다가 대다수의 중소기업들은 자체 상표개발에 주력하기 보다는 주문자상표부착생산(OEM)이라는 안이한 방식에 안주해왔다. 그러나 이제 상황은 돌변하여 차별화된 고유한 상표이미지

없이는 더 이상 국제시장에서 살아 남을 수 없게 된 것이다.

따라서 최근 국내 기업들이 리엔지니어링이다 벤치마킹이다 하는 새로운 경영기법 도입을 통한 경영합리화와 함께 기술 및 산업디자인 개발에 갑자기 분주해지고 있는 것도 모두 이 때문이다.

아무튼 오늘날 국내적으로든 국제적으로든 갈수록 격화되어 가는 경제상황에서 기업들이 상표 이미지 개발 전략의 하나로서 산업디자인 경쟁력에 매달리게 되는 것은 당연하다.

그에 따라 일부 대기업들은 수출전략의 일환으로 해외 현지에 산업디자인 연구소를 직접 설립하거나 해외 유명 디자이너에게 자사 제품의 산업디자인을 의뢰해 주목을 끌기도 하고 어떤 패션제품의 경우에는 아예 '디자이너스 브랜드'를 주된 상품전략으로 채택하고 있기도 하다.

산업디자인은 기술개발에 비해 짧은 기간, 적은 투자로 상품 고부가가치를 창출한다. 이러한 이유 때문에 선진국 등에서는 일찍부터 산업디자인을 국가적인 차원에서 진흥, 발전시키고 있으며 자국의 산업디자인을 지적재산권으로 보호하는 한편, 새로운 무역장벽으로 이용하고 있다. 산업디자인이 국제경쟁력의 중요한 변수로 떠오르고 있는 것이다.

우리정부에서도 문민정부 출범 이후 산업디자인의 중요성을 인식하여 신경제 5개년계획에 산업디자인 진흥의지를 표명하였으며,

통상산업부와 산업디자인포장개발원은 지난 93년을 '산업디자인발전 원년의 해'로 선포하고 산업디자인발전 5개년계획을 수립, 중소기업산업디자인 지도·인재양성 등 산업디자인발전에 적극적인 노력을 기울이고 있다.

여기에서는 산업디자인포장개발원으로부터 그동안 산업디자인 지원을 받아 상품화에 성공하였을 뿐만 아니라 수출 등 매출이 크게 증가한 업체를 소개하고자 한다.

구로구 독산동의 한양전자콘트롤(대표 이기하)은 최근 세계 카오디오 시장이 다이내믹하고 심플한 이미지로 변화함에 따라 수출지역의 특성에 맞게 3가지로 디자인하여 해외 소비자의 인기를 끌고 있다.

우선 여성취향과 남성취향의 두가지 대조적인 디자인을 하였다. 여성취향적인 제품은 레드의 강한 칼라에 컴팩트한 규격, 섬세

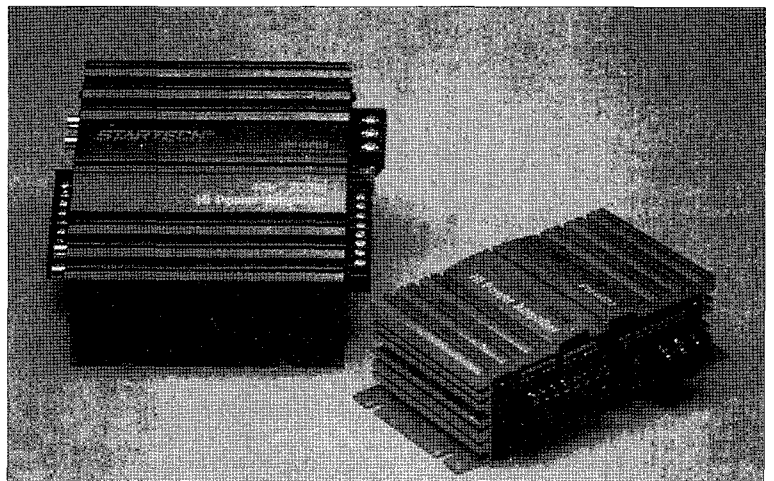
한 패턴, 그리고 규격의 최소화에 따라 무게도 줄이고 원가의 상승을 줄였다.

남성취향적인 제품은 블루색상에 전체적인 이미지 통일성을 주고 다소 굵고 남성적인 이미지를 강조하였다.

마지막으로 다이내믹한 이미지에 화이트로 코팅처리하고 전체 패턴은 위의 두가지 디자인을 지켰다. 독특한 점은 앰프의 윗부분에 램프를 장착하여, 앰프를 트렁크에 설치하여 밤에도 쉽게 조작할 수 있게 했다. 이 모델은 이기하 사장이 아이디어를 제공하고 홍성수 교수가 제품을 디자인한 것으로 작은 변화이지만 엄청난 효과를 가져온 것이다.

(주)한양전자콘트롤은 42곳에 바이어를 두고 있고 미국, 일본, 영국, 독일, 이태리, 벨기에, 호주 등지에 수출을 하고 있으며 동남아와 남아프리카지역으로 수출이 확대되고 있다.

(주)한양전자콘트롤은 42곳에



▲ 다이내믹한 칼라로 제품의 차별성을 높인 CAR AMP(한양전자콘트롤)

바이어를 두고 있고 미국, 일본, 영국, 독일, 이태리, 벨기에, 호주 등지에 수출을 하고 있으며, 동남아와 남아프리카지역으로 수출이 확대되고 있다.

(주)한양전자콘트롤의 가장 큰 바이어인 미국의 프로파일사는 부채와 노사분규로 파산직전까지의 상황에 있다가, (주)한양전자콘트롤의 앰프가 히트를 쳐 이 제품은 안정된 기반을 잡기도 하였다.

대구광역시 북구 침산동에 위치한 세일공예사(대표 김인석)는 손에 무리를 주지 않고 코르크 병마개를 딸 수 있는 오프너를 개발하여 해외시장에서 호평을 받고 있다.

세일공예사가 개발한 와인오프너는 기존 제품이 손잡이를 돌려서 나선형철심을 코르크에 꽂은 후 양쪽 레버를 위로 올려서 코르크를 뽑았지만 신개발품은 레버를 계속해서 돌리면 나선형 철

심이 코르크를 끌어 올리기 때문에 손에 무리를 주지 않고 쉽게 뽑을 수 있게 디자인 되었다.

지난해 상품화에 성공한 이 제품은 산업디자인포장개발원(KIDP)이 초청한 영국의 제품디자이너 리차드 새덜리(Richard Satherley)씨가 디자인한 것으로 와인문화의 본산지인 유럽풍의 디자인을 현대적인 감각에 맞게 접목시켰기 때문에 유럽 등지의 오프너시장에서 좋은 반응을 얻고 있다.

주수출지역은 미국, 영국, 프랑스, 독일 등이며 영국의 경우 해롯백화점과 연간 20만개(40만달러)의 수출계약이 이루어져 있다. 그외의 지역에는 부정기적으로 1만개 가량이 수출되고 있으나 반응이 좋아 계속 주문 물량이 늘어나고 있다.

'95년 총 매출실적은 전년에 비해 80% 이상 늘어났으며, 금년에는 수출호조로 '95년대비

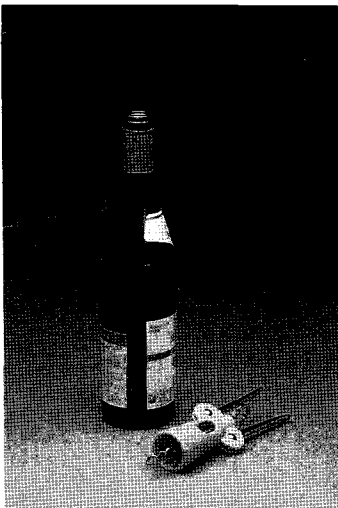
80~90% 성장이 예상된다. 주문물량이 계속 증가하고 있으나 생산설비가 부족하여 적기에 공급하기 어려운 실정이어서 금년 4월에 새로운 설비를 갖춘 공장을 신축할 계획이다.

인천 북구 청천동의 (주)우성 I B(대표 이조재)는 물살을 헤치고 나가는 고무보트의 이미지를 형상화한 "ZEBEC(지중해 연안에 떠 있는 범선)"을 브랜드로 개발하여 해외 보트시장에서 선풍적인 인기를 끌고 있다.

현재 이 제품은 검사 절차가 까다롭기 때문에 검사에 통과하면 세계적인 공인제품으로 간주되는 스페인 적십자사의 공인보트로 사용되고 있으며, 2백3일의 생명을 건 급류타기로 유명한 미국의 그랜드캐년에서 상업용보트로 공식 사용되고 있다.

지난해 1월부터 수출되기 시작한 ZEBEC은 현재 세계 27개국에 수출되고 있으며 미국의 ISLAND INT'L사를 위시하여 노르웨이, 덴마크, 캐나다의 바이어는 회사명을 아예 "ZEBEC"으로 바꾸었으며 이집트를 비롯한 수개국에서도 바꾸겠다는 연락을 해와 브랜드의 세계화에 성공하게 되었다.

'94년도 OEM으로 50만불정도 수출하던 것이 95년 4/4분기까지 94년 대비 100% 증가된 100만불 정도의 수출실적을 올리게 되어 총 200만불의 매출을 달성하게 되었다.



▲ 세일공예사의 와인오프너



▲ 우성아이비의 제백보트



▲ 산업디자인 및 포장기술에 관한 업체의 상황과 문제점을 파악한 후 개선점을 제시하는 것이 현지 상담지원이다

산업디자인 기업지도 사업 안내

▲ 현지상담지원 - 내국인전문가 지도의 경우

1~3일간 지도위원이 업체를 방문하여 제품, 포장/시각디자인, 포장기술분야에 대한 무료진단 실시 포장

▲ 진단(Clinic)지원 - 외국인 전문가 지도의 경우

외국의 초일류 산업디자인사 및 포장기술전문가가 1~3일간 업체를 방문하여 디자인매니지먼트, 제품, 포장/시각디자인 분야에 대한 진단교육 실시

▲ 지도지원 - Idea스케치

· 최장 28일간(현장지도 6~10일 포함) 제품, 포장/시각디자인, 포장기술, 포장표준화 중 업체에서 필요로 하는 분야에 대한 무료지도 실시(단, 과거 지도에 참여했던 업체는 20% 부담)

▲ 외국인 전문가에 의한 지도의 경우 약15일 정도 지도를 실시하며 KIDP가 지도비의 최고 70%까지 지원

▲ 개발지원 - 모델 및 시안물 제작

지도업체중 개발을 희망하는 경우 제품디자인분야는 최고 300만원, 포장/시각디자인분야는 150만원까지 피지도업체에 지원

▲ 용자지원- 금형제작 등 상품화를 위한 시설투자

연리 65%, 2년거치 3년 분할상환 조건으로 최고 1억까지 공업발전기금 용자

▲ 홍보· 판촉지원

상품화에 성공한 경우 종합일간지, 경제지 등 언론매체와 각 방송매체를 통한 홍보지원과 전국 유명백화점 순회전시를 통해 판

촉지원, 도록 등 각종 인쇄물을 제작하여 관련기업체, 기관 일반인 등에 배포 한편, KIDP가 지원하는 산업기술개발자금의 주된 수혜자는 공인 산업디자인 전문회사, 산업디자인 관련기업 부설연구소, 대학, 전문대학 및 산업디자인포장개발원과 제품디자인 개발계약을 체결한 제조업체들이다.

또한 중소기업으로서 자체 디자인 전담부서를 운영하면서 제품디자인을 개발할 때 자금이 부족한 경우에도 용자가 가능하다.

특히 KIDP 피지도업체가 디자인개발자와 계약을 체결하고 KIDP에 개발지원을 신청한 경우에도 용자가 가능하다.

또한 이 자금은 최대 1억원 범위내에서 연7% 이자에 3년거치 5년 분할상환 조건으로 용자된다.