가구디자인 공모전을 통한 가구산업 활성화 방안에 관한 연구

-경기 가구우수디자인 공모전을 중심으로-

A study on the way to facilitate the furniture industry through furniture design competitions

-Focusing on the 'Gyeonggi Furniture Good Design Contest' -

이 영 춘

한국가구학회지 제17권 제2호(2006. 5)

가구디자인 공모전을 통한 가구산업 활성화 방안에 관한 연구[*1]

-경기 가구우수디자인 공모전을 중심으로-

이 영 춘[*2]

A study on the way to facilitate the furniture industry through furniture design competitions[*1]

(Focusing on the 'Gyeonggi Furniture Good Design Contest')

Young-Choon Lee[*2]

ABSTRACT

In 1990s, with the rapid development of the design part and the change of perception, various design competitions in a way to encourage the design industry have repeatedly implemented and abolished. They played positive roles of developing designs and nurturing talents. On the contrary, they caused a lot of problems of standardization of design, loss of identification of competitions, deterioration of the quality of design. Especially, though too many competitions are holding, the level of quality cannot catch up with the quantity, resulting in numerous side-effects. In the field of Furniture Design, many competitions are just an one time events and disappeared. Therefore, it is very difficult to keep the tradition of prestigious competition, playing the adverse role in the development of furniture design and lowering the will of creativeness of designers.

In this study, I compared and analyzed the current issues and problems of Gyeonggi Furniture Good Design Contest, one of the representative competition as the national scale competition as of 2006, with examples from home and abroad to find out the positive and developmental methods. At the same time, I provided the ways that can be helpful in the design through the ways to facilitate competition and proposals of desirable competitions.

Keywords: ***furniture design, design competition, GFGDC, Kyeonggi furniture good design contest.***

---

*1. 논문접수: 2006. 2. 20

*2. 홍익대학교 일반대학원 디자인·공예학과(목조형가구학 전공) 박사과정, Department of Design & Craft(Woodworking & Furniture Design), Hongik University Graduate School, Seoul, Korea

1. 서 론

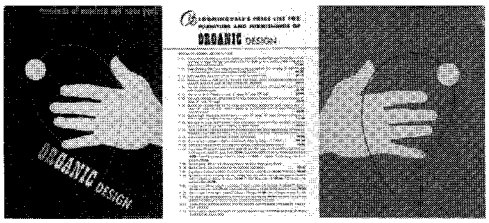
1-1 연구배경 및 목적

디자인이란 인간생활의 목적에 합치하는 실용적이고 미적인 조형을 계획하고 그를 실현하는 것, 즉 실용적이고 미적인 조형의 촉각적(觸覺的)이며 가시적(可視的)인 표현을 말한다.[1] 다시 말하자면 모든 조형 활동에 대한 계획을 의미하며 의장, 도안, 밑그림, 의도적 계획 및 설계, 구상, 착상 등의 넓은 의미의 조형계획(造形計劃)을 의미한다. 이러한 일련의 디자인 작업들을 통해 인류는 보다 편리하고, 아름답고, 안전하며, 즐거운 환경을 이끌어 내고 발전시켜가고 있으며, 더 나아가 삶의 질을 더욱 윤택하게 해주는 기본 동력(動力)으로 현대사회에서는 디자인을 지목하고 디자인의 중요성을 거듭 강조하고 연구해 나아가고 있다. 때문에 현대 사회에서 디자인의 의미와 기능은 과거 60-70년대의 기술력에 종속되는 일반요소가 아니라 거꾸로 기술력을 포괄하는 주개념으로 위치를 달리하였으며 국가, 기업 혹은 개인의 경쟁력을 채워줄 수 있는 대표적인 대안으로 그 의미와 범위를 확장시켜나가고 있는 실정이다. 앞으로는 국가간, 기업간, 개인간의 치열한 경쟁상에서 중요한 우위를 선점하고, 도태되지 않기 위해서는 디자인의 기능에 대한 정확한 이해와 더불어 적절한 활용이 절대적이라 할 수 있을 것이다.

현대사회에서 디자인을 발전시키고자 하는 다양한 방식 중 대표적인 것이 공모전(公募展)을 통한 새로운 디자인의 발견 및 재해석이라 할 수 있다. 전 세계적으로 디자인 공모전은 이미 새로운 가능성과 미래의 컨셉 모델을 짐작하고 제안해 나갈 수 있는 대안으로서 자리를 잡고 그에 맞게 많은 기여를 해오고 있다. 이는 비단 제품디자인 뿐 아니라 공예, 시각, 조각, 환경 등 다양한 방면에서 이루어지고 있는데, 그 범위와 내용은 말로 표현할 수 없을 정도로 매우 광범위한 영역을 이루며 전개되고 있다고 할 수 있다.

본 연구에서는 다양한 분야의 공모전 중 가구디자인과 관련된 공모전을 중심으로 논하고자 한다.

유럽지역의 비약적(飛躍的)인 가구디자인 발전에 비하여 미국 가구디자인 분야는 1940년대까지 큰 혁신을 일궈내지는 못했다. 이 때 뉴욕에 있는 the Museum of Modern Art(MOMA)[2]가 젊은 미국 가구 디자이너들을 위한 공모전인 Organic Design in Home Furnishings Competition을 개최하며 그들의 창작의지를 고무(鼓舞)시켜 미국 가구디자인사의 새로운 지평을 여는 계기를 마련하게 된다.



〈Fig. 1〉 The cover page of a catalog and a price list of the 'Organic Design in Home Furnishing Competition' prize winner

당시 MOMA와 함께 공모전을 선도적으로 진행했던 미국의 가구회사 Knoll 사와 Herman Miller 사는 이후에도 지속적으로 건축가, 디자이너, 계약자들에게 창의적이고 혁신적인 디자인, 미국 특유의 가구디자인에 대한 의미와 가치를 강조하며 미국 가구디자인의 발전을 이끌게 된다. 이러한 이유로 MOMA의 가구 공모전은 오늘날에도 공모전을 통한 디자인산업 활성화 모델의 시초, 공모전을 통한 디자이너와 업체의 연결, 그리고 그에 따른 판

1) Naver encyclopedia http://www.naver.com

2) (뉴욕의) 현대 미술관: Manhattan 소재; 略 MOMA

매, 유통 촉진의 시너지(Synergy) 효과 등 다양한 관점에서의 성공적인 모델사례로 연구되고 있다.

가구산업의 경쟁력 강화를 위한 디자인 개발, 유망 디자이너 발굴이라는 목표아래 2003년 처음 시행되어 2005년 제3회 공모전을 성공리에 마치며 명실상부한 대한민국을 대표하는 가구디자인 공모전으로 자리매김을 한 경기가구 우수디자인 공모전도 미국 MOMA의 가구공모전과 마찬가지로 가구디자인 활성화 방안의 일환으로 시작된 프로젝트임을 고려할 때에 그 상징성을 비롯하여 여러 가지 중요한 의미가 있으나 현실적으로 산재(散在)하여 있는 다양한 문제점들과 해결해야 할 사안들이 많다고 생각된다. 이에 공모전의 취지 및 진행상황, 중간 결과 등을 토대로 앞으로의 나아갈 바를 제시하여 대한민국 가구산업의 발전과 디자인 분야의 질적 상승을 이끌어내고자 하고자 한다.

1-2 연구 방법 및 범위

본 연구는 경기 가구 우수디자인 공모전의 내용을 국내외 가구관련 공모전 사례를 비교하며 분석 및 종합하였다. 연구와 관련된 각종 관련문헌 조사와 함께 국내외 공모전 사례의 분석을 위해 해당 공모전 사무국의 방문 및 전화 또는 온라인상에서의 자료 확보를 통하여 선행조사를 진행하였으며, 이를 토대로 하여 경기 가구 우수디자인 공모전과의 적절한 비교예시(比較例示)가 될만한 공모전을 중심으로 연구 및 분석을 하였다.

본 연구에서는 경기 가구 우수디자인 공모전의 단순한 양적(量的) 분석에 멈추는 것이 아니라 공모전의 취지와 배경에 부합(符合)하는 대안을 찾고, 향후 해당 공모전이 나아갈 길과 이를 위한 선결과제를 찾기 위한 것에 중점을 두고 진행을 하였다. 아울러 경기 가구 우수디자인 공모전 뿐 아니라 다른 디자인 공모전의 정체성(正體性) 제고와 방향 설정에 도움이 될 수 있는 내용 분석에 주안점을 두고 연구를 진행하고자 하였다.

2. 경기 가구 우수디자인 공모전의 개요

2-1 개최의 배경

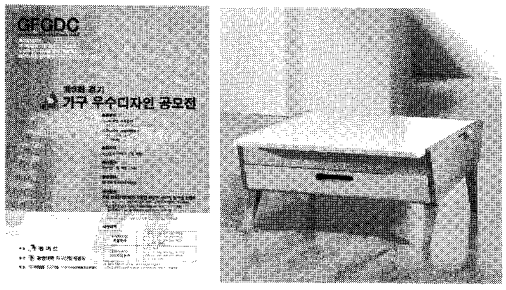
21세기 산업구조가 지식기반 산업으로 개편되면서 디자인 산업은 대표적인 고 부가가치 산업으로 자리매김 하였고, 정부, 산업자원부, 한국디자인진흥원, 대기업의 연구기관 등을 중심으로 하여 디자인에 대한 많은 지원과 연구사업이 시행되고 있다. 이러한 분위기를 반영하며 현대적인 디자인 감각이 가장 크게 요구되는 현대 산업디자인의 결정체라 할 수 있는 가구산업 또한 연구, 지원, 학술 활동 등 다양한 방법을 통한 창의적인 디자인 개발과 투자가 왕성하게 진행되고 있고, 이러한 가구산업에 대한 디자인 혁신을 위한 노력과 인식이 공감대를 얻어가고 있다. 하지만 국내의 가구 공모전에 대한 홍보, 재정 문제 및 주변의 인식 부족 등을 이유로 많은 가구공모전들이 지속적인 개최 및 유지에 문제점과 어려움을 표출한 채 단발성(單發性) 공모전에 그치는 경우가 많았다. 그 대표적인 원인으로는 물론 인식의 전환부족 및 여러 가지 재정, 홍보 등과 관련된 문제도 있겠지만, 체계적이고 계획적인 시스템 없이 주먹구구식으로 현실성을 무시한 채 시도되는 실적위주(實績爲主)의 공모전들이 더 큰 문제점이라 할 수 있다.

위에서 언급한 시대적, 현실적, 재정 및 운영상의 불균형적인 부분을 해소하고 더욱 발전적인 방향의 공모전 시행을 통한 새로운 무형의 가치창출을 위해서 2003년 경기도에서는 도 단위 최초의 가구전문 공모전인 경기 가구

우수디자인 공모전을 실시하게 된다.

2-2 공모전 개최 의도 및 내용

2003년 경기도에서는 가구디자인에 관한 공모전을 관(官)·산(産)·학(學) 협동으로 개최하여 경기도의 주력 제조업인 가구산업에 대한 일반의 관심을 고조시키고 우수 인력의 가구산업 종사를 유도함은 물론, 도내 기업의 신제품 개발과의 연계를 통한 가구산업 활성화에 그 목표를 두고, 경기도 의정부시에 소재한 경민대학 가구산업개발원[3]과 손을 잡고 공모전을 주관하게 된다.



〈Fig. 2〉 The '3rd Gyeonggi Furniture Good Design Contest' poster (left) and the contest grand prize winner 'Play time' (right)

경민대학 가구산업개발원이 주관하고 경기도가 주최하였으며 대한 가구공업협동조합연합회 외 다수의 업체가 후원을 한 첫 공모전에서는 '자유(自由)' 라는 주제를 통해 가구디자인 부문, 인테리어 소품 부문, 가구디자인 기업지정 부문에 걸쳐 새로운 아이디어와 실용성 및 기능성을 갖춘 가구제품 디자인을 대상으로 공모를 하였다. 특히 경기 가구 우수디자인 공모전 개최의 목표는 단순한 수상만이 아니라 당선작들과 업체와의 유기적(有機的)인 연계를 통하여 지역경제의 활성화와 가구 산업의 발전, 그리고 더 나아가 세계 가구시장에 새로운 바람을 불어 넣고 활성화 시키고자 하는 것이었다.

경기 가구 우수디자인 공모전은 총 12년에 걸쳐 3단계 마스터플랜을 수립하고 이를 단계적으로 추진해 나가고 있는데(Table 1 참조) 그 첫 번째 단계는 2003년부터 2006년까지 시행되는 기반조성(基盤造成) 단계이다.

기반조성 단계에서는 가구디자인 활성화와 관·산·학 협동 프로그램의 가동, 대한민국을 대표하는 대표 가구 공모전으로서의 위상 수립 등을 기본 골자로 하여 대한가구공업협동조합과 가구저널 등의 후원을 통한 효율적인 운영을 통해 공모전의 정체성(正體性)을 확립하고 다음 단계로 넘어가는 기본 작업을 마무리 하는 과정이 진행되고 있다.

2007년부터 2009년까지 시행이 될 예정인 단기(短期) 계획에서는 경기 가구 우수디자인 공모전을 국제 가구공모전으로 발전시키기 위한 준비 절차 및 국제 가구공모전 시행을 위한 준비위원회의 구성, 마스터플랜 수립, 오프라인(Off-line) 정비와 온라인(On-line) 전산 시스템 구축을 통한 전문성 확보 등을 주요 골자로 하고 있다. 특히 온라인 전산 시스템 구축의 경우 단순한 참가자의 접수 및 데이터 정리의 개념에서 더 나아가 작품접수, 심사, 결과 까지 공모전의 모든 과정을 웹 사이트 상에서 구현할 수 있는 시스템 개발을 포함하고 있다.

2010년부터 2014년까지 중장기 계획 단계에서는 격년제(隔年制) 국제 가구디자인 공모전으로의 발전을 통한 국제적 위상과 가구 전문 공모전으로서의 전문성 수립을 하고, 국제 가구 비엔날레(Biennale) 개최를 도모(圖謀)하는 계기를 마련하여 명실상부한 대한민국을 대표하는 가구 축제 및 문화 예술 행사로의 자리매김을 목표로 하고 있다.

3) 562-1, Gareung 3-dong, Uijeongbu-si, Gyeonggi-do, Korea, www.furniture.or.kr

공모전의 진행 프로세스는 약 3개월간의 온-오프라인(On-off line) 홍보를 통한 예선 접수를 거친 후, A1 작품 패널을 통한 1차 심사와, 1차 심사를 통과한 작품의 프로토타입(Prototype)에 대한 2차 심사를 통하여 수상작을 결정하는 순서로 이루어진다. 수상작은 대한민국 국제 인테리어 가구 산업대전(Korea International Furniture & Interior Fair, KOFURN) 전시장에 마련된 경기 가구 우수디자인 공모전 수상작을 위한 특별 전시부스에서 특별전을 하게 된다.

기반 조성 (2003 ~ 2006)
· 가구산업 및 디자인 분야의 선도 리더 그룹으로서의 경기도 이미지 제고 · 관·산·학 협력의 성공적 모델창출을 통한 지역브랜드화로의 전략모색 · 대한민국 대표, 가구 공모전으로써의 위상 재정립 요구 ⇒ 산업자원부, 한국디자인진흥원 등 기관후원을 통한 저변확대
;
단기 계획 (2007 ~ 2009)
· 「국제 가구공모전 준비 위원회」 구성 · 국제 가구공모전 벤치마킹, 마스터플랜 수립 ⇒ 아사히카와 국제가구 공모전, 청주 국제공예비엔날레 등 · 온라인 전산시스템 구축 ⇒ 작품접수, 심사, 결과를 웹상에서 구현하는 솔루션 개발
;
중, 장기 계획 (2010 ~ 2014)
· 「국제 가구디자인 공모전」 개최 (격년) · 「국제 가구 비엔날레」 마스터 플랜 수립 국제 가구 문화축제로서의 「국제 가구 비엔날레」 개최

〈Table 1〉 Long-term promotional strategies for 'Gyeonggi Furniture Good Design Contest'

2-3 공모전의 심사 및 심사기준

심사는 A1 사이즈 작품 패널에 의한 예비심사와 프로토타입(Prototype)에 의한 본 심사로 나뉘어져 실시된다. 본 심사의 경우, 예비심사를 통과한 작품에 한하여 지원자가 프로토타입(Prototype)을 직접 제작하여 제출을 하여야 한다. 단 기업지정 분야의 예비심사 통과자의 경우 해당 기업에서 직접 시제품을 제작하여 주고, 자유분야 예비심사 통과자의 경우는 제작비 사용내역을 주최 측에 제출하면 70만 원 가량의 작품 제작비를 지원 받는 것을 원칙으로 하고 있다. 심사위원은 학계와 업계 가구 디자이너 및 가구산업 관련자를 초빙하여 심사위원회를 구성하고 심사위원장의 주도(主導)하에 심사를 진행한다. 1차 예심의 경우 10인 내외의 심사위원을 위촉하여 심사를 진행하고, 본심의 경우 다시 7인의 심사위원을 재구성하여 심사를 한다. 심사의 기준은 실용성(實用性), 시장성(市場性)과 독창성(獨創性), 작품의 완성도(完成度), 디자인 트랜드(Design trend)적 요소를 전체적으로 반영하는 작품의 선정에 주요 초점을 맞추고 진행되고 있다.

2-4 수상내용

심사결과는 입상 및 낙선으로 구분되며, 입상작은 가구디자인 자유분야에서 대상, 우수상, 특선, 입선, 그리고 가구디자인 기업지정분야에서 대상, 우수상, 입선으로 나뉘어 진다.(Table 2 참조).

	자유분야				기업지정분야		
	대상	우수상	특선	입선	대상	우수상	입선
제1회	1(1)	1(1)	4(5)	10(10)	1	2	7
제2회	1	1	7	10	2	2	17
제3회	1	2	6	16	1	1	10

〈Table 2〉 'Gyeonggi Furniture Good Design Contest' prize details

Reference: (#) of the 1st contest refers to the number of prize winners in the category of freestyle interior articles

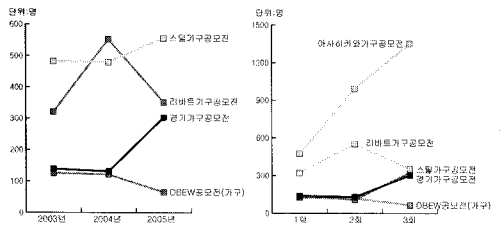
3. 경기 가구 우수디자인 공모전 분석

3-1 지원자별 현황 및 증감추이

경기 가구 우수디자인 공모전의 참여인원을 살펴보면 1회 공모전에서는 139명이 참가를

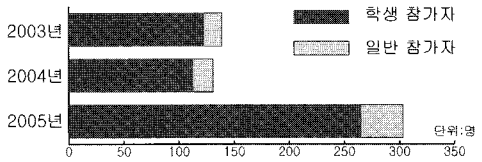
하였고, 2회 공모전에서는 131명이 참가를 하였다. 1회와 2회 공모전을 거치는 동안 다른 공모전들과 마찬가지로 초창기 정착단계에서의 홍보 및 인지도 부족으로 공모전 참가자 모집에 많은 어려움이 있었으나, 지속적인 홍보와 꾸준한 행사진행을 통한 대외 신뢰감과 인지도가 상승한 2005년 제 3회 공모전에서는 전년도 지원자의 두 배가 넘는 303명이 지원을 하였다(Fig. 3 참조). 국내 가구관련 공모전 참가자수가 대회당 평균 300-400여명 정도로 형성되고 있음을 감안할 때 타 공모전 대비 참가자수 현황은 나름대로의 경쟁력을 갖춰나가고 있다고 볼 수 있을 것이다.

참여 대상의 경우에 있어서는 학생이 일반에 비해 월등히 높은 비율을 보이고 있는데(FIG. 4 참조) 학생과 일반 참가자의 지원 불균형의 원인으로는 일반인이나 실무 종사자들이 자신의 업무를 진행하며 별도로 공모전을 준비하기 힘들다는 것이 표면적인 이유라 할 수 있다. 하지만 이러한 현실을 극복하고 참가하여 수상이나 금전적 대가에 관계없이 순수한 참여의 개념으로의 공모전, 자기 자신의 역량(力量)과 생각(生角)을 평가받고 실험하고자 하는 공모전으로의 인식부족이 더 큰 원인이라 할 수 있을 것이다.



〈Fig. 3〉 2003-2004 applicant status of major domestic furniture contests (left) and applicant transition of major furniture contests during the initial stage (1st~3rd)

참가대상의 불균형에 대한 문제점을 해결하기 위한 공모전 주최 측의 향후 과제로는 일반인, 활동 중인 디자이너들의 참여의식을 고취시키고 관심을 유도할 수 있는 제도적, 정책적 방안이 연구되어야 한다는 점일 것이다.



〈Fig. 4〉 'Gyeonggi Furniture Good Design Contest' participant ratio status

경험이 많고 시대적 트랜드에 대한 접근이 빠른 전문 디자이너들의 참여는 단순한 공모전 참가율(參加率) 상승의 효과와는 별개로, 완성도 있고 공모전의 취지에 맞는 가구제품의 출현(出現)을 기대할 수 있다는 장점 뿐 아니라 일반인 및 예비 디자이너인 학생들과의 호흡을 통한 새로운 공감대 형성의 장(場)을 마련한다는 측면에서도 반드시 해결되어야 할 선별과제(選別課題)라 할 수 있을 것이다.

아울러 이들에게 공정하고 투명한 공모전 결과를 통하여 새로운 창작의지 고취(鼓吹)의 장을 열어주고 무한한 가능성을 확인 할 수 있는 기회를 주는 것 또한 공모전의 임무이자 역할이라고 할 수 있을 것이다.

3-2 입상 및 입상작 분포

경기 가구 우수디자인 공모전의 경우 해마다 가구디자인 자유 부문과 기업지정 부문을 나누어 공모를 하고 있는 것이 특징이라 할 수 있다(Table 3 참조). 이는 애초 산업체와의 연계(連繫)를 통한 제품 개발 및 발전을 고려한 독특한 시스템이라 할 수 있는데 과거 미국 MOMA 공모전에서 디자이너와 가구회사의 연계를 도모하여 좋은 성과를 얻었던 사례를 참고한 경우라 할 수 있는 부분이다.

회수 년도	출 품 분 야	주 제	응모 작품수	수상 작수	총상금	심사위원 예선	심사위원 본선
1 / 2003	가구디자인 자유	자 유	139	16	10,200	13	8
	인테리어 소품	자 유		17	8,000		
	가구디자인 기업지정 【자코모】	신혼부부를 위한 소파 제안		7	14,000		
	가구디자인 기업지정 【하이파 가구】	중·고생 자녀의 Cyber Room을 위한 가구제안		3	4,000		
	소 계	-	139	40	36,200		
2 / 2004	가구디자인 자유	자 유	131	19	11,900	10	7
	가구디자인 기업지정 【한국 OA】	CEO 소파세트		12	12,500		
	가구디자인 기업지정 【하이파 가구】	중·고생용 책상, 책장 세트		12	12,500		
	소 계	-	131	71	36,900		
3 / 2005	가구디자인 자유	자 유	303	24	16,200	10	7
	가구디자인 기업지정 【에이스 침대】	침 대		12	13,500		
	소 계	-	303	36	29,700		

〈Table 3〉 Year-on-year progress status (Unit: KRW 1,000)

입상은 자유부문과 기업지정 부문으로 나누어 각각 대상, 우수상, 특선, 입선의 순으로 수상을 하는 것을 원칙으로 하고 있다. 기업지정 부문의 경우 수상작을 선정하기 전에 예비심사를 통과한 작품들을 해당업체의 생산라인을 통해 직접 시제품화(試製品化) 하여 양산성 여부, 실용성, 합리성 등의 결과를 놓고 직접 결정을 하는 것이 다른 공모전과 다른 특징 중 하나이다. 이는 경기 가구 우수디자인 공모전이 작품의 양산 가능성, 시장성, 실용성 및 경제성 분야에 큰 비중을 두고 심사를 한다는 것을 보여주는 좋은 예라 할 수 있다.

제 1회 경기 가구 우수디자인 공모전에서는 총 139명이 참가를 하여 40명의 수상작이 선정되었다. 2회 공모전에서는 총 131명이 참가를 하였고 이중 71명이 수상의 영예를 안았으며 제 3회 대회에서는 303명이 참가하여 36명의 입상자가 선정되었다.

경기 가구 우수디자인 공모전의 경우 일반분야는 회를 거듭하면서 응모자 수가 늘어나고 자연스럽게 작품의 질적 향상까지 기대할 수 있는 위치를 다져나가기 시작했다고 할 수 있겠지만, 기업지정분야의 경우는 아직 초기 시행단계에서 크게 벗어나지 못한 실정인데, 이러한 부분은 앞으로 주최 측에서 집중적으로 문제점과 개선점을 찾아 나아가야 할 부분일 것이다.

기업과의 연계를 통한 공모전의 특성화 전략은 경기 가구 우수디자인 공모전이 가지고 있는 장점이기 때문에 기업의 참여를 적극 유도하고 이를 더욱 전략적으로 발전(發展) 시켜 나가야 할 것이다.

4. 국내외 사례분석

4-1 일본 아사히카와 국제가구 디자인 공모전

아사히카와 국제가구 디자인 공모전 (International Furniture Design Competition Asahikawa)은 목제(木製)가구 제조업에서 전통을 가지고 있는 일본 아사히카와(旭川) 시[4]가 상대적으로 상품개발 능력이 약해 가구산업 발전의 구심점 역할을 하고 있지 못하다는 점을 파악하고, 이를 해소하여 지역산업의 발전과 구조개혁을 이루기 위해 장기적인 안목을 갖고 1990년 '공모전은 산업을 일으키는 가교이며 상품화 계기를 마련할 수 있어야 한다.' 라는 취지를 가지고 처음 시행되었다.[5] 3년마다 개최가 되는 공모전의 주제로는 나무를 주재료로 하여 디자인 된 가구로서 캐비닛, 테이블, 의자, 목제품 등 참신하고 시장성이 있는 디자인

4) 일본 북해도 중앙부에 위치한 도시

5) Yeoh-Hang Yoon, A study on ways of stimulating the exchanging and cooperation for furniture design between Korea and Japan, Bulletin of Korean Society of Basic Design and Art, Vol. 6, No. 4, 2005

을 요구한다. 아사히카와 공모전의 성공 배경에는 무엇보다 공모전이 공모전 본연의 역할뿐 아니라 관련업체와 디자이너간의 상호 교류 및 협력의 가교(假橋)역할을 하여 새로운 디자인의 채택과 상용화에 적극적으로 지원을 한다는 점이다. 예심을 거치고 본심까지의 과정에서 이미 업체와 디자이너의 협력 체제를 연계 및 지원 해주고, 공모전 이후에도 제품 생산 및 판매에 대한 디자이너의 인센티브(Incentive) 제도를 보장함으로써 디자이너의 창작의지와 공모전에 대한 관심을 최고조(最高潮)로 이끌었던 것이 공모전의 성공 배경 중 하나라 할 수 있다. 또한 가구업체에는 응모작의 당선 유무와 관계없이 지원자의 작품과 자사의 제품 컨셉이 일치하면 별도로 제품생산에 대한 협약(協約)을 맺을 수 있는 길을 열어 놓아 업체들의 적극적인 참여를 유도한 것도 주목할만한 것이었다. 최종 당선작은 도쿄, 요코하마 등 일본 내 대도시의 순회전시를 통해 가구디자인과 가구산업에 새로운 바람을 불어넣는 매개체 역할을 하고 있다.

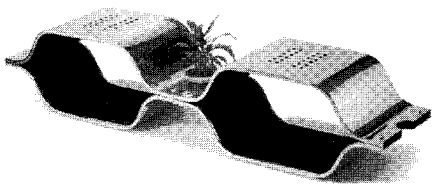
아사히카와 공모전의 업체와의 연계를 통한 적극적 공모전 마케팅은 시장경제의 활성화와 지역 및 지역 상품에 대한 국내외 인지도 상승 등의 효과를 보여주는 대표적 사례라 할 수 있다.

〈Fig. 5〉 The 2005 'International Furniture Design Contest' prize-winning works exhibition

4-2 스틸가구디자인 공모전

스틸가구공모전(Steel Furniture Design Contest)은 신 개념의 금속가구 개발을 통하여 가구업계의 디자인 활성화를 유도하고, 금속제 가구에 대한 저변확대 및 홍보를 통해 철강재의 신수요 창출을 하기 위한 목적으로 산업자원부와 매일경제신문사가 주최하고 사무환경개선추진협회, 한국금속가구조합, 한국디자인진흥원이 주관하여 1999년 "철(Steel)의 특성을 살린 실용적 가구디자인" 이란 주제로 제 1회 대회를 시작하였다[6].

초창기 1회부터 3회 공모전까지는 학생부와 일반부로 나누어 공모를 하였으나 4회 공모전부터는 학생부와 일반부의 구분을 폐지하고 공모전을 시행하게 된다. 심사는 A1 사이즈 작품 패널을 통한 각 3차에 걸친 예비심사와 목업(Mock-up)심사 등 총 6단계의 엄정한 심사과정을 거쳐 대상을 선정한다. 3회 공모전을 기점으로 스틸가구공모전의 응모자가 3배 이상 증가하여 많은 관심과 호응을 얻기 시작하였는데, 이 배경에는 공신력(公信力) 있는 정부기관과 업체의 후원 유치를 통한 공모전의 위상 확립(位相確立) 효과와 함께 주최 측의 지속적인 홍보, 당선자의 해외연수 기회 제공 등 과감한 투자, 꾸준한 공모전 시행을 통한 공모전의 대외 인지도(認知度) 상승에서 기인(基因)하였다고 할 수 있다. 2005년 제 5회 공모전에서는 57개 대학 482명이 공모전에 지원하여 명실상부한 대한민국 최대의 가구 전문 공모전으로 자리를 잡았다.



〈Fig. 6〉 The '1st Steel Furniture Contest' grand prize winner 'CELL'

4-3 리바트 가구공모전

6) http://www.oepa.or.kr

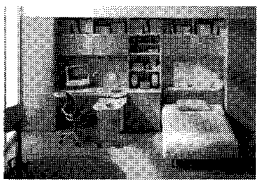
디자인의 중요성을 알리고 디자인 능력을 세계적 수준으로 높여 국제적인 경쟁력을 갖추고자 가구 전문 업체인 주식회사 리바트에서 마련한 리바트 가구공모전은 우리나라 가구업계가 유럽의 가구디자인을 창조적인 해석 없이 모방해 온 것에 대한 반성과 함께 오늘날 우리 감각에 맞는 한국적 디자인의 개발 필요성이 절실하다는 데 인식을 같이 한 결과로 생겨난 공모전이다[7]. 가정용가구, 주방가구, 사무용가구의 3개 분야에 걸쳐 국내 대학(대학원)생 및 일반인을 대상으로 공모하여 최우수상 1팀, 우수상 2팀, 특별상 3팀, 입선작 다수에게 상장과 상금 또는 부상을 수여하는 리바트 가구공모전의 작품응모는 A1 사이즈 작품 패널을 통해 이루어지며 심사는 리바트 자체 디자인팀을 통한 1차 예비심사와 외부 전문가를 위촉하여 이루어지는 최종심사 순으로 이루어진다.

2002년 처음 시작된 리바트 공모전은 각종 언론 매체와 함께 전국의 자사 대리점을 통한 대대적인 홍보와 함께 당선자가 자사(自社) 취업 희망 시 우대혜택을 준다는 조건을 통해 가구디자인에 관심이 있는 학생 및 일반인들의 큰 관심을 받으며 시행 초기부터 다른 가구 공모전에 비해 많은 응모자를 확보하고 순조롭게 행사를 진행해 올 수 있었고 이는 작품수준의 향상을 가져오는 계기를 갖게 되었다. 창조적이고, 조형미, 친환경성, 인간공학적 요소와 양산성(경제성)을 고려한 작품을 요구하는 리바트 가구 공모전은 매년 12월경에 시행되어 이듬해 1월에 심사결과를 발표한다.

4-4 DBEW 국제디자인 공모전(한샘 국제디자인 공모전)

DBEW(Design beyond East & West) 국제디자인 공모전은 종합 홈인테리어기업 한샘이 주관하여 진행되는 공모전이다.

Design beyond East & West라는 주제를 가지고 해마다 건축, 인테리어 및 가구분야를 포괄하는 전례 없는 대규모의 행사를 통해 큰 반향을 일으키고 있는 공모전 중 하나이다. DBEW 국제디자인 공모전의 특징은 기존의 공모전과 달리 인테리어 디자인의 어느 한 분야에 국한되는 것이 아니라 인테리어 공간, 제품(가구), 건축 부문까지 이르는 모든 작품을 모집한다는 것이라 할 수 있다[8]. 심사기준은 시장성, 기능성, 미래성을 주요 평가기준으로 하여 창의성, 현대성, 그리고 유머(humor)를 갖춘 작품을 요구한다고 주최 측은 밝히고 있다. DBEW 공모전에서 주목할만한 점 중 하나는 공모전을 통해 전개해 온 연구의 결과로 2004년 자녀방 가구 전문 브랜드 TNTN을 런칭(Launching), '신 개념 시스템 가구'를 선보였다는 것인데, 이는 단순한 공모전 당선작 제품화의 의미만을 갖는 것이 아니라 공모전을 통한 제품 개발 및 제품 판매에 따른 인센티브(Incentive)를 디자이너에게 지급하는 새로운 시행사례(施行事例)를 만들었다는 점에서 큰 의의가 있다고 할 수 있다.



〈Fig. 7〉 'COB032', children's furnitures by Hanssem TNTN

공모전의 횟수를 거듭하면서 건축이나 인테리어 부문의 응모자는 뚜렷한 증가추세를 보이는 반면 가구분야는 다른 분야에 비해 응모자수가 감소추세를 보이고 있는 점이 아쉬운 대목이라 할 수 있겠으나 공모전의 대외 인지도 상승 및 주최 측의 공모전에 대한 꾸준한 관심과 투자 그리고 자체 공모전 전담 사무국 운영을 통한 체계적인 대회 운영능력 등을 보았을 때에는 지속적인

7) http://www/livart.co.kr

8) http://www.hanssemcompe.com

발전 가능성이 높고 공모전으로서의 긍정적인 측면이 많다고 할 수 있다.

4-5 대한민국산업디자인 전람회, 기타 전람회 및 공예대전

산업자원부가 주최하는 대한민국 산업디자인 전람회는 2005년 40회 대회를 성공리에 마치며 명실상부한 대한민국 대표 디자인 공모전으로의 입지를 확고히 다지고 있다. 대한민국 산업디자인 전람회에서는 가구디자인 분야를 제품디자인 분야에 종속시켜 공모를 하고 있다. 가구디자인을 제외한 전통 목공예의 공모는 산업공예디자인/주얼리디자인 분야를 통해 이루어지고 있다. 가구디자인을 제품디자인 분야에 지원 가능한 하나의 세부 항목으로만 분류하고 있기 때문에 가구디자인 작품의 지원 현황 및 입상 현황에 대한 통계 분석조차 불가능한 실정이라고 할 수 있다. 심사는 1차로 A3 작품 패널심사를 한 후 심사 통과자를 대상으로 하여 목업(Mock-up) 또는 프로토타입(Prototype)을 가지고 2차 심사를 하여 수상자를 결정한다.

그 외 각 지자체에서 열리는 대다수의 디자인 전람회 및 공예대전의 경우에도 대한민국 산업디자인 전람회의 공모 방식과 내용을 기초로 하여 진행이 되기 때문에 가구디자인 분야에 대한 공모 현황은 비슷한 상황이라 할 수 있다.

명 칭	주최, 후원	주 제	시상 내역	상 금
리바트 공모전 (2005.12~2006.1)	리바트	· 참 아름다운 디자인 · 참 사람위한 디자인 · 참 쓰기 좋은 디자인	· 최우수상 1점 5,000 · 우수상 1점 2,000 · 특별상 3점 500 · 입 선 10만원 상품권 · 입상자는 입사 시 특혜	8,500
한 샘 가구공모전 (2005.10)	한 샘	· 한 자녀 맞벌이 부부시대에서의 창의적인 자녀 방 디자인	· 대 상 1점 20,000 $ · 금 상 2점 5,000 $ · 은 상 12점 1,000 $	42,000 $
스틸가구 디자인공모전	· 주 관	· 금속가구	· 대 상 1점 (산업자원부장관상)	25,000
(2005.9~12)	한국금속가구조합 사무환경개선 추진 협회 서울경인 금속가구 조합 등 5개 지방조합 · 후 원 포스코, 동부제강, 유니온스틸, 한국디자인진흥원, 중소기업협동조합 중앙회		7,000 · 금 상 1점 (매일경제신문회장상) 3,000 · 은 상 5점 (한국디자인진흥원장상) 1,000 · 동 상 20점 (한국금속가구조합회장상) 500 ⇒ 이상, 수상자전원 미국 NeoCon Show, 금속가구사 견학 · 입 선 다수	
익 산 한국공예대전 (2005.8~11)	· 주 최 한국공예문화협회, KBS 전주방송총국 · 주 관 한국공예대전 운영위원회 · 후 원 전라북도, 익산시, 원광 대학교, (주)우남건설	· 금속공예, 도자공예, 목칠공예, 섬유공예, 전통 및 기타창작공예	· 대 상 1점 20,000 · 최우수상 1점 10,000 · 우수상 3점 5,000 · 우남 특별상 5점 1,000 · 특 선 20점 500원 · 입 선 상장	60,000
청주 국제공예공모전 (2005.7~8)	청주국제비엔날레 조직위원회	· 숨김과 드러남	· 대상 1점 20,000 $ · 금상 4점 10,000 $ · 은상 5점 2,500 $ · 동상 5점 1,000 $ · 특선, 입선	77,500 $
아사히카와 국제가구디자인 공모전 (2005. 6~12)	아사히카와 국제가구디자인 공모전 조직위원회		· 금상 1점 300만엔 · 은상 2점 100만엔 · 동상 5점 30만엔 · 심사위원특별상 2인 · 입선 6인	650만 엔
경기 가구 우수디자인 공모전 (2005. 7 ~9)	· 주 최 경기도 · 주 관 경민대학 가구산업 개발원 · 후 원 대한가구공업협동 조합 외 다수 업체	· 자유 (기업지정 분야는 침대)	가구디자인 자유 · 대상 1점 7,000 · 우수상 2점 3,000 · 특선 7점 700 · 입선 25점 상장 가구디자인 기업지정 · 대상 1점 10,000 · 우수상 2점 4,000 · 특선 6점 상장 · 입선 10점 상장	35,900

〈Table 4〉 Furniture Design related contests status (Unit: KRW 1,000)

5. 기대효과 및 전망

경기 가구 우수디자인 공모전은 경기도에 소재(所在)해 있는 가구업체와의 효율적 연계를 통하여 가구산업의 발전 및 목제(木製)가구 디자인에 대한 미래 비전을 찾아나갈 수 있는 새로운 대안으로 자리매김 해 가고 있다. 아울러 1차 기반조성 시기를 성공적으로 마무리하면서 향후 중장기 마스터플랜을 통하여 국제화 시대에 경쟁력을 갖춘 공모전으로 발돋움하기

위한 준비를 착실하게 진행하였다고 할 수 있다. 또한 업체와의 연결을 통해 지속적인 상품화 노력이 진행이 되고 있다는 점은 경기 가구 우수디자인 공모전이 장점으로 내세울 수 있는 요소(要素)라 할 수 있을 것이다.

출품작의 상품화 전략 강화는 단순한 금전적인 이해관계 뿐 아니라 유능한 디자이너의 창작의지를 고취시키는 매개체 역할을 하며, 새로운 분야와 디자인에 대한 관심과 동기를 부여할 수 있는 역할을 하기 때문에 그 파급효과(波及效果)가 무척 크다고 할 수 있다.

경기 가구 우수디자인 공모전 주최 측이 2차 단기계획안에서 밝힌 대로 공모전이 국제가구공모전으로 전환이 된다면 첫째, 전 세계적으로 시행이 되는 가구 전문 국제 공모전은 그 종류를 손에 꼽기도 힘들고 희소가치가 높다는 점에서 디자이너들, 특히 가구관련 디자이너들의 관심과 이목을 갖기에 충분한 기회가 된다고 할 수 있을 것이다. 또한 이를 잘 활용 한다면 공모전의 위상과 수준 향상은 물론 공모전을 통한 대내외 인지도 상승 및 해당 지자체의 브랜드가치 상승 등 여러 가지 부수적인 효과를 기대할 수 있다.

둘째, 국제 가구 공모전 전환과 맞물려 중장기 계획인 가구비엔날레 및 가구문화축제 관련 이벤트와 컨텐츠 개발이 성공적으로 조성된다면 행사를 통한 재정적(財政的) 자립도(自立度) 강화와 함께 새로운 스타일의 가구산업 축제의 장(場)을 연다는 측면에서 독창성(獨創性)과 차별화(差別化) 전략에 필요한 많은 가능성을 내포(內包)하고 있다고 할 수 있다.

6. 결론

경기 가구 우수디자인 공모전은 침체되어 있는 우리의 가구산업과 디자인을 활성화시키고 경쟁력 있는 문화 컨텐츠 개발을 통하여 국제 경쟁력을 갖추자는 취지 아래 시작되었고 1단계 사업이 마무리 되어가고 있는 현재 모든 작업들이 순조롭게 진행되어가고 있다. 하지만 앞으로의 계획, 특히 국제 공모전으로의 전환, 국제 비엔날레의 개최, 브랜드 가치를 지니고 국제적 신임을 얻는 가구 전문 공모전으로 발전 등을 이루어 내기 위해서는 많은 노력과 함께 관·산·학의 지속적 관심과 지원이 있어야 할 것이다. 또한 연구 인원의 확충, 지원의 강화를 통하여 전문 인력을 통한 정확하고 신속한 시스템 관리 및 운영체계의 수립은 절실하게 필요로 하는 대목이기도 하다. 그리고 수상작품 또는 공모전 참가 작품을 업체와 연계 및 발전시키는 방향을 더욱 세분화(細分化), 전문화(專門化) 시켜 작가들의 창작의지를 고무(鼓舞)시키고 긍정적인 발전 방향으로 이끌어나가 본래 공모전의 취지를 적극 살려야 하는 점 또한 중요하다고 할 것이다. 일본 아사이가와 공모전의 사례(事例)에서 알 수 있듯이 당선작의 상품화와 업체와의 전략적(戰略的) 제휴(提携)는 전문 실무 디자이너와 학생들의 적극적 참여를 유도하여 지원자의 양적, 질적 향상을 가져올 수 있는 장점뿐만이 아니라 대내외적으로 공모전의 명성과 인지도를 높일 수 있는 효과가 있다.

마지막으로 공모전 주최 측과 참가자들 모두가 참가자 수의 증감 여부, 입상 여부, 즉각적인 공모전 효과 및 수익 창출 등의 관점에만 촉각을 곤두세우기보다는, 거시적인 안목을 갖고 경기 가구 우수디자인 공모전을 통한 가구산업과 가구디자인의 꾸준한 발전과 함께 사회적 관심을 고조시키고 인식의 전환을 유도하기 위한 사회적 기틀을 마련하고자 아낌없는 투자와 협력을 하여야 할 것이다.

아울러 공모전 주최 측에서는 투명하고 공정한 심사, 공모전의 취지에 부합(附合)하는

합리적인 행정과 함께 디자이너와 가구업계와의 연계를 통한 경쟁력 강화 및 관련 산업 활성화에 가교(架橋)역할을 할 수 있는 적극적인 공모전 마케팅 전략을 지속적으로 연구 및 발전 시켜나가야 할 것이다.

참고문헌

제 1회 경기 가구 우수디자인 공모전 수상 작품집, 2003

제 2회 경기 가구 우수디자인 공모전 수상 작품집, 2004

제 3회 경기 가구 우수디자인 공모전 수상 작품집, 2005

제 4회 스틸가구 디자인 공모전 수상 작품집, 2002

제 5회 스틸가구 디자인 공모전 수상 작품집, 2003

제 6회 스틸가구 디자인 공모전 수상 작품집, 2004

제 7회 스틸가구 디자인 공모전 수상 작품집, 2005

지드코스마 디자인 연구소,1992, 『한국 디자인 공모전 연감』, 지드코스마 디자인

윤여항, 2005, 『한 일간 가구디자인 교류 및 협력증진 방안 연구』, 기초조형학 연구 Vol. 6. No. 4

Eliot F Noyes, 1970, 『Organic Design in Home Furnishings』, Ayer Co Pub.

The 4th DBEW International Design Competition 공모전 수상 작품집, 2004

http://www.asahikawa-kagu.or.jp/ifda

http://www.designdb.com

http://www.furniture.or.kr

http://www.hanssemcompe.com

http://www.kidp.or.kr

http://www/livart.co.kr

http://www.modernism101.com

http://www.naver.com

http://www.oepa.or.kr