

2. 디자인 經營

- (背景) 디자인 기능이 확대되고 디자인의 역할이 커지면서 디자인을 경영 활동에 활용하려는 움직임이 일고 있음
- (意義) 디자인 경영(Design Management)이란 디자인을 경영 자산으로 활용하는 것으로써, 디자이너의 활동을 바탕으로 기업의 이념과 전략을 제시하는 것을 말함
- (現況) 해외 선진 기업들은 기업의 전략 및 이미지 구축, 일관성 있는 기업 이념의 구현, 새로운 생활 가치를 창출하여 소비자에게 제공하는 등 다양한 분야로 디자인의 활용을 확대하고 있음
- (向後 展望) 디자인이 경영 활동에 중추적인 역할을 함으로써, 제품 개발에서부터 디자인 부문이 참가하여 전략적 차원에서 활용되어야 함

디자인 기능이 확대되고 디자인의 역할이 커지면서 디자인을 경영 활동에 활용하려는 움직임이 있음

○ (背景)

- 해외 선진국들은 자국 기업의 디자인을 보호하기 위한 조치를 취하고 있어 디자인 라운드라는 새로운 수출 장벽이 등장
- 디자인 기능이 확대되고 디자인의 역할이 증대되면서 디자인을 경영 활동에 활용하려는 움직임이 있음
 - 디자인 기능이 스타일링 중심에서 고객 욕구를 파악하여 상품을 기획·개발하는 것으로 확대되고 있으며, 나아가 상품의 새로운 가치와 경쟁에 필요한 독창성을 창출하는 수단이 되고 있음
 - 그 결과 디자인 부문이 기업 전략 및 상품 컨셉트의 創案에 깊이 관여하고 있음

디자인은 기업의 다양한 부문을 결합시키며, 소비자 욕구를 이해하여 시장에 이전시킴

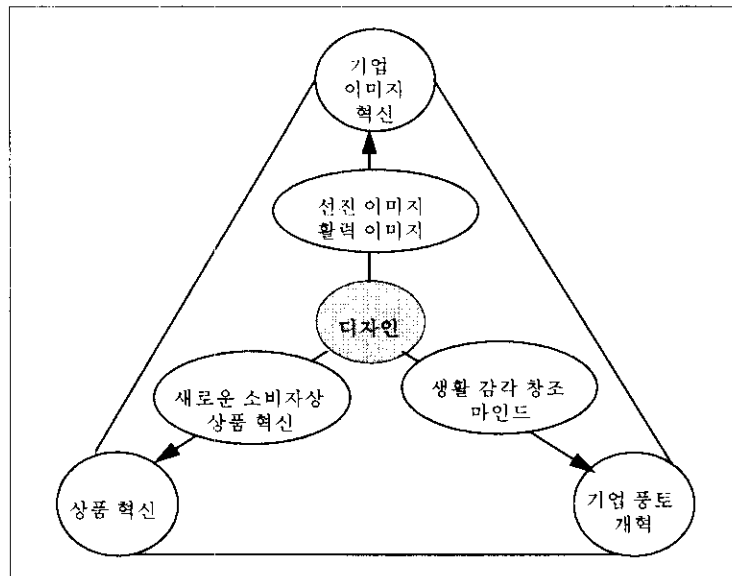
○ (意義)

- 디자인은 인간의 물질적·정신적 욕구를 최대한 만족시킬 수 있는 환경을 만들기 위한 창조적 활동임
 - 따라서 궁극적으로 인간 생활의 질적 향상에 기여하며 인간의 생활 환경을 꾸며주는 요소임
- 기업에 있어 디자인은 기업의 다양한 부문을 결합시키는 통합의 기초 원리
 - 또한 소비자의 욕구를 이해하고 이를 제품의 개발

디자인 경영은
디자인을 기업의
경영 자산으로
활용하는 것임

- 과정에 포함시키는 것이며, 소비자의 욕구를 첨단 기술과 결합시켜 시장으로 이전시키는 것임
- 디자인 경영이란 Design Management의 譯語로 디자인을 경영 자산으로 활용하는 것을 말함
- 東京造形大學의 호시노 류우조오 교수는 ‘디자이너의 활동 상황을 바탕으로 하드·소프트 양면에서 기업의 이념과 전략을 제시하는 것’으로 디자인 경영을 정의하였음
 - 디자인 경영을 통해 기업의 전략과 이미지를 구축할 수 있으며, 기업의 이념을 일관성 있게 구현할 수 있음
 - 또한 소비자의 새로운 생활 가치를 창출하며, 환경 친화적 디자인 등으로 사회 공헌 활동에도 기여함

< 그림 1> 전략적 차원에서의 디자인 경영



○ (現況)

- 소수의 선진 기업들은 디자인을 통해 기업의 아이덴티티(Identity)를 창조하고 조정하고 있음
 - 3M은 기업 아이덴티티 디자인(Corporate Identity

디자인은 기업의 전략 및 이미지 구축, 소비자에게 생활 가치를 제공하는 등 많은 분야에서 활용되고 있음

Design)을 적극적으로 활용하여 기업의 가치를 전달할 아이덴티티를 창조하였으며, 3M의 모든 제품과 서비스를 통해 이를 전달함으로써 통합된 힘(Synergy)을 얻을 수 있었음

- 일본의 오시오 빛 통신·음향 기기 전문 회사인 켄우드社는 1981년 새로운 CI를 개발해 기업 이미지와 제품 이미지에 일관성을 줌으로써 5년만에 매출액이 2배로 신장

- 디자인은 기업과 소비자를 연결하는 프로세스 역할을 할 뿐만 아니라 제품 자체의 유용성도 확대

- 톰슨 전자(Thomson Consumer Electronics)는 1988년 여러 다른 제조업체에서 만들어진 제품을 작동할 수 있는 시스템 링크(System Link)라는 사용자 중심의 리모컨을 개발하여 큰 성공을 거두었음

- 일본의 소니(Sony)는 창업 이래 ‘언제 어디서도’라는 기업 이념을 바탕으로 기획 단계에서부터 제품의 디자인을 세계의 그룹 S(Star), A(Ability), B(Business)로 구분함. B는 마켓 웨어가 높아 사업성이 있는 제품, A는 기능주의적 디자인과 같은 ‘소니다움’, S는 서류를 이끌어 가는 화제작을 의미

디자인은 기업 능력의 중추적인 역할을 담당해야 하며 전략적 차원에서 활용되어야 함

○ (向後 展望)

- 디자인을 기업 능력의 핵심으로 인식해야 하며 제품 개발의 전체 과정에서 가장 중요한 요소로 간주해야 함

- 제품 개발 활동에 디자이너를 참가시켜 엔지니어링, 마케팅, 제조 부문 담당자들과 동등한 영향력을 행사할 수 있도록 해야 함

- 디자인 부문이 제품 개발력 향상은 물론 전략적 차원(장기적인 개발 전략)에서 활용되도록 경영자의 적극적인 지원이 있어야 함 (윤 운 락)