

일본 정부의 디자인행정에 관한 연구

경제산업성의 정책과 역할 변화를 중심으로

A study on the design administration of the Japanese government
focusing on the change of policy and role of the Ministry of Economy, Trade and Industry

주 저 자 : 최원아(Choi, Won Ah)

동원대학교 시각디자인과 교수

wachoi@tw.ac.kr

<https://doi.org/10.46248/kids.2022.2.345>

접수일자 2021. 11. 25. / 심사완료일자 2021. 12. 13. / 게재확정일자 2021. 12. 25.

Abstract

As design emerges as a key element of national brands, the role of the state in design is becoming more important than in the past. This thesis examines the design administration of the Japanese government as part of a case study to find the direction of the government's design administration. To this end, design administration and concepts are summarized, and then the design policy and role changes of the Ministry of Economy, Industry and Energy as the main body of the Japanese government's design administration system and design policy are examined.

Design administration is an active and active action of the state on design. In terms of design policy types that differ by country, Japan seems to be moving from a centralized type to a mixed type to an integrated type. The government-led design administration was indispensable in the process of promoting industrialization, and therefore it is evaluated that it was able to achieve results. However, limitations have been pointed out, such as the scope of administration and organizational system failing to accommodate the expansion of the design domain, and the widening gap between the policy vision and reality, which is the task of our design policy.

Keyword

Japan(일본), Design administration(디자인행정), Ministry of Economy, Trade and Industry(경제산업성)

요약

디자인이 국가 브랜드의 핵심요소로 부상하면서 디자인에 대한 국가의 역할이 과거보다 더욱 중요해지고 있다. 본 논문은 정부의 디자인 행정의 방향성을 모색하기 위한 사례 연구의 일환으로 일본 정부의 디자인행정에 관해 고찰한다. 이를 위해 디자인행정과 개념을 정리한 다음 일본 정부 디자인행정 체계 및 디자인 정책의 주무기관으로서 경제산업성의 디자인 정책과 역할 변화를 살펴본다.

디자인행정은 디자인에 대한 국가의 능동적이고 적극적인 작용이다. 국가별로 차이를 보이는 디자인정책 유형으로 보면, 일본은 중앙집중형에서 혼합형을 거쳐 통합형으로 가고 있는 것으로 보인다. 정부주도의 디자인행정은 산업화 추진과정에서 불가결했고, 그렇기 때문에 성과를 거둘 수 있었던 것으로 평가된다. 그러나 디자인영역의 확대를 행정의 범위와 조직체계가 수용하지 못하고, 정책비전과 현실과의 괴리가 확대되는 등의 한계가 지적되고 있으며, 이는 곧 우리 디자인정책의 과제라고 할 수 있다.

목차

1. 서론

- 1-1. 연구의 배경
- 1-2. 연구 목적 및 방법

2. 디자인행정의 이론적 배경

- 2-1. 디자인행정의 개념

- 2-2. 디자인행정과 디자인 정책의 관계

3. 일본의 디자인행정 체계

- 3-1. 일본 디자인행정 개요
- 3-2. 정부 기구
- 3-3. 디자인장려심의회
- 3-4. 디자인진흥기관

4. 경제산업성의 역할 변화

- 4-1. 디자인 관련 주요 업무
- 4-2. 디자인 정책의 변화
- 4-3. 경제산업성 역할에 대한 평가 및 합의

1. 서론

1-1. 연구의 배경

현대사회에 있어서 디자인의 중요성에 대해서는 모두가 인식하고 있는 것 같다. 구체적으로 그 중요성을 표현하면, “디자인은 개인의 가치와 기업의 경쟁력뿐만 아니라 국가의 브랜드 가치를 상승시킬 부가가치산업의 핵심요소”¹⁾라고 할 수 있을 것이다. 더욱이 경제 및 사회적인 변화발전과 함께 디자인이 인간생활의 모든 영역에 영향을 미치면서 그 중요성 또한 더 커지고 있다고 하겠다.

이와 함께 디자인의 대상이나 해결해야 할 문제가 복잡해짐에 따라 인간에 초점을 맞춘 이노베이션의 방법론으로서 디자이너의 사고과정을 일반화한 ‘디자인 사고’가 주목을 받고 있다. 이에 따라 디자인의 개념과 영역은 디자인의 전문영역에 국한되지 않고 인간을 기점으로 하는 범용적인 문제해결 및 정책수단으로까지 확장되는 모습도 보인다. 곧 현대의 디자인은 전문영역의 확장과 함께 사회적 과제해결의 방법론으로도 인식되고 있다고 할 수 있다.

이러한 디자인이 발전하는데 있어서는 그 주체가 되는 개인과 기업, 그리고 국가(정부)의 역할과 관계가 중요하다. 그 중에서도 디자인이 국민의 삶의 질과 복지 증진의 요소이자 국가 브랜드의 핵심요소로 부상하면서 디자인에 대한 정부의 역할이 과거보다 더욱 중요해지고 있다고 하겠다. 국가주도의 경제발전 단계에서는 디자인의 산업적 측면에서 정부의 역할이 중요했다면, 현재는 산업뿐만 아니라 문화 및 국민복지의 공공영역에 이르기까지 디자인의 영역이 확대되면서 정부 및 공공기관의 역할도 더욱 중요해 졌다고 할 수 있다. 이에 따라 정부의 정책을 포함한 디자인 행정에 대한 연구 또한 다양한 차원에서 필요해지고 있다.

1) 최명식, ‘한국디자인 행정체계의 개편과 정책방향에 관한 연구’, 국민대학교 박사학위논문, 2009, p.1.

5. 결론

참고문헌

1-2. 연구목적 및 방법

이 연구에서는 정부의 디자인 행정의 방향성을 모색하기 위한 사례 연구의 일환으로 일본 정부의 디자인행정에 관해 고찰하고자 한다.

일본은 제2차 세계대전 종전 이후 정부(통산산업성)가 디자인 진흥을 주도하여 디자인산업의 기반을 조성해 왔다고 할 수 있다.²⁾ 이후 경제 및 사회적 변화에 따라 정부의 디자인 행정과 역할도 변화해 왔다. 이 논문에서는 일본 정부의 디자인 행정체계를 살펴보고, 일본 디자인 행정의 변화를 디자인 주무부처인 통산산업성과 그 후신인 경제산업성의 정책과 역할의 변화를 중심으로 고찰하고자 한다.

일본 정부의 디자인 행정을 연구함에 있어 우선 디자인행정의 개념과 디자인 정책과의 관계를 간략히 정리해 보고자 한다. 다음으로 일본 정부 디자인행정의 체계를 개관하고, 경제산업성의 역할 변화를 정책과 수행체계 측면에서 살펴보고자 한다.

이 논문이 정부의 주무부처를 연구대상으로 하고 있는 만큼 지방자치단체의 디자인 행정은 다루지 않을 것이며, 디자인 정책의 세부 내용도 제한적으로 다루어질 것이다. 그러나 일본정부의 디자인행정에 대한 방향성을 보여주는 측면에서는 의미가 있을 것으로 보인다.

2. 디자인행정의 이론적 배경

2-1. 디자인 행정의 개념

넓은 의미에서의 행정(行政)은 고도의 합리성을 강조하는 협동적 집단행동이라고 할 수 있다. 좁은 의미에서의 행정은 국가 및 공공단체가 공익적 목적

2) 이동연(1998), 일본 산업디자인 형성과정과 역할에 관한 고찰, 디자인학연구, Vol-No.24 참조.

을 위하여 운영하는 정부기구와 관료제 그리고 공무원들의 활동을 중심으로 하는 개념으로 정의된다.³⁾

이러한 행정의 개념을 디자인에 적용시키면, 디자인행정은 디자인에 대한 국가의 능동적이고 적극적인 국가작용이라고 개괄적으로 정의할 수 있을 것이다. 여기에는 정부 기관이 주체가 되어 수행하는 디자인 및 디자인 관련 분야의 진흥, 규제 등의 업무가 포함된다. 최근 디자인 영역의 확대, 확장 추세에 따라 디자인행정도 확대되고 있다. 과거 경제 산업적 측면이 중심이 되었다면, 국민생활 전반으로 디자인영역이 확대되면서 문화 · 교육 · 복지 안전 분야 등도 디자인행정의 영역이 되고 있다.

그 대표적인 사례가 ‘공공디자인’이라고 할 수 있다. 즉 공공의 영역을 디자인행정의 대상으로 보아, 공공디자인을 “주민 삶의 질적 제고를 목표로 공공 디자인 관점에서 지자체 행정과 추진사업을 통합적으로 조화롭게 바라보기 위해 도입된 행정 분야”라고 정의⁴⁾하기도 하지만, 이 경우는 디자인 행정의 차원과 영역을 ‘지자체’ ‘공공디자인’으로 국한하고 있다는 점에서 디자인행정에 대한 일반적 개념으로 보기는 어렵다.

디자인 행정의 확대 배경에는 근대 국가의 역할 및 기능 확대가 있다고 하겠다. 국가의 기능과 역할에 대해서는 다양한 논의가 있을 수 있지만, ‘복지 국가’로의 이행에 따라 국가나 정부의 기능과 역할이 확대되고 있는 것만은 분명할 것이다. 이에 따라 행정도 과거 사회의 유지 및 안전 기능을 중심으로 이루어져 왔다면, 현대에 와서는 인구 증가와 경제 발전, 교통 · 통신 · 과학기술의 발달, 도시화와 글로벌화 등에 대응하여 행정이 사회 변동을 촉진하고 경제정책을 통해 국민경제에 대한 관리기능을 수행하며 규제와 급부활동을 통해 사회정의를 실현하는 등 적극적 기능을 수행하는 방향으로 가고 있다.

2-2. 디자인 행정과 디자인 정책의 관계

이러한 디자인 행정은 디자인 정책은 개념적으로 구별할 수 있다. 우선 ‘정책을 국가 또는 공공단체가 취하는 방향으로 보면, 디자인 정책은 디자인을 통해 달성하고자 하는 정치적 방침이라고 할 수 있다. 따라서 국가나 기업적 차원 모두에 있어서 매우

중요한 역할을 하는 것으로 인식될 수 있다.

또한 경제적 · 문화적 가치에 주목하여, 디자인 정책을 “전반적인 시민의 문화 활동을 배경으로 문화적 가치성과 경제적 가치 획득을 위한 정부의 중장기적 목표 형성과 그 목표 달성을 위한 의도적이며 계획적 행동 및 그 지침”으로 설명하기도 한다.⁵⁾

한편 정부의 활동에 중점을 두게 되면, 디자인 정책은 “디자인을 위한 제반 진흥활동이 실질적으로 이루어지도록 하는 육성 및 지원체제”라고 할 수 있다.⁶⁾ 역사적으로 디자인은 국가의 권력과 위임을 드러내기 위한 수단으로서 건축가나 장인들을 후원해온 데서 시작되었지만, 현재는 국가경쟁력 강화의 토대를 제공하는 유용한 방안으로 역할이 변했다.⁷⁾

이렇듯 디자인 행정과 디자인 정책은 개념적으로는 구별되지만, 현실적으로는 구분하기는 쉽지 않다. 정책이 방향성의 성격을 가지고, 행정이 정책을 실행하는 집행적 및 관리적 성격을 가지는 것으로 이해할 수 있지만, 정책과 행정의 내용 속에는 그러한 요소들이 모두 포함되어 있고, 그 요소들이 상호 관련되어 디자인정책의 환경을 조성하며 정책의 형성 및 집행을 가능하게 하기 때문이다.

정부가 디자인 정책의 가치를 인식하는 정도는 일반적으로 산업의 효율성에 대한 정부의 태도와 연계되며, 정부 개입의 정도와 수준은 그 나라의 정치 · 역사 · 문화와 깊은 관계가 있다고 할 수 있다. 이러한 국가 간의 디자인 정책에 대한 차이는 알페이 얼의 분류를 통해 알 수 있다. 그는 정부의 개입 정도에 따라 국가 디자인 정책을 통제형, 중앙집중형, 분산형, 혼합형 및 통합형으로 분류하였다.⁸⁾

[표 1] 국가 디자인정책 유형

유형	내용	국가
통제형	• 중앙 정부가 기업을 소유하고 디자인 정책과 집행을 담당	구소련
중앙 집중형	• 정부가 주요 디자인 정책을 수립·집행 • 디자인은 산업 정책의 일환 • 국제 경쟁력 강화 차원에서 산업계의	대만, 한국

5) 금진우, 디자인 정책의 발전 방향에 관한 연구, 대전 대학교 대학원, 2000년, p.13.

6) 정경원, [사례로 본 디자인과 브랜드 그리고 경쟁력], 웅진북스, 2004, p.127.

7) 이일규(2009), [디자인정책 21세기 국가혁신전략], 세계디자인경영연구원, 2009, p.59.

8) Ibid., p.61.

3) 이평원(2009), [행정학의 이해], 형설출판사, p.14.

4) 한국디자인진흥원(2006), [지자체 디자인행정 매뉴얼], p.24.

[표 1] 국가 디자인정책 유형

	디자인 역량강화에 재원을 집중 투자	
분산형 (위임형)	- 민간위임 원칙으로 정부 혹은 비정부 진흥기관이 주요역할을 수행 - 디자인에 대한 총체적인 정책은 부재	유럽의 디자인 기관
혼합형 (간접형)	- 중앙집중형이 분산형을 사안별로 선별 채택 - 디자인이 국민의 이익에 부합되는 범위 내에서 정부가 간여	미국, 일본, 독일
통합형	- 디자인 정책을 기술혁신 정책이나 중소 기업정책과 같은 여타 거시정책과 통합 - 세계화에 따른 정부의 정책 제약에 대한 대응책 - 혼합형에서 통합형으로 전환되는 추세	핀란드

* 출처 : [디자인정책 - 21세기 국가혁신전략], p.61

3. 일본의 디자인행정 체계

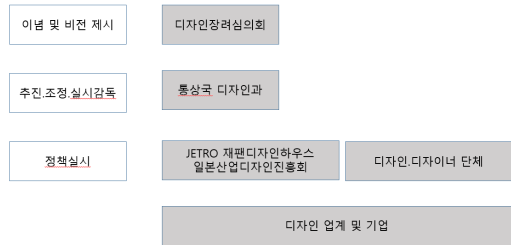
3-1. 일본 디자인 행정의 개요

세계 제2차대전 종전 이후 패전국인 일본은 생존을 위한 수단으로서 공산품의 수출을 최우선하게 되면서 자국 상품의 경쟁력을 높이기 위한 방안으로 디자인의 중요성을 인식하고 있었다. 또 다른 측면에서는 주력 시장인 미국과 유럽으로 향한 수출을 위해 서구의 제품과 디자인을 모방하고 있었던데 대한 국제적 비난이 높았던 점도 작용하면서 1958년에 본격적인 디자인행정 체계가 마련되기 시작한다.

1958년 일본정부는 통산산업성(현 경제산업성)의 상무국에 ‘디자인과(課)’를 설치하고, 이와 동시에 특허청 산하에 설치(1956년)되어 있던 ‘의장장려심의회’를 재편하여 ‘디자인장려심의회’를 설치하여 행정이 정책을 전개하는데 적절한 정책비전을 제시하는 역할을 수행하도록 함으로써 통합적이고 종합적인 디자인행정과 진흥활동이 개시되었다.⁹⁾

‘디자인장려심의회’의 제안에 따라 일본무역진흥기구(JETRO)는 디자인이 뛰어난 수출용상품을 소개하는 전시장을 가진 ‘재팬디자인하우스’를 개설하고 이어서 1969년 ‘일본산업디자인진흥회’가 설립된다. 이로써 ‘디자인장려심의회’가 비전과 목표를 제시하고 ‘디자인과’가 그것을 정책으로 바꾸며 ‘디자인진흥회’가 정책 실현으로 실무를 담당하는 일본의 디자인행정의 체계가 구축된다.

9) 青木史郎(2019), 『デザイン奨励審議会・答申』生活視点 - 行政によるデザインへの理解とその変遷, 芸術工学会 2019秋期大会, p.1.



[그림-1] 일본 디자인행정의 틀 1958-1997

* 출처: 日本のデザイン行政 振興政策の特徴, p.8

1990년대 후반 이후 일본의 정부조직 개편 작업 속에서 디자인장려심의회가 폐지되었으나, ‘연구회’ 이름으로 보고서를 공표하며 정책비전 역할을 수행하고 있어 일본의 디자인 행정체계의 기본적 구조는 이어지고 있다고 할 수 있다.

3-2. 정부 기구

일본정부의 전통적 차원에서 디자인 정책에 관한 주무기관은 경제산업성내 상무정보정책국 클재판정책과 산하의 디자인정책실이다.

지방차원에서는 경제산업국, 자치체 등이 디자인 정책을 추진하고 있다. 이중 경제산업국은 경제산업성의 지방 분국(출장기관)으로, 일본 전역을 9개 관할로 나누어 설치되어 있다.¹⁰⁾ 주요 정책으로는 인재육성, 마케팅지원, 상담, 개발지원, 판로개척 지원, 연구개발 및 의뢰시험, 표창이나 공모전 개최, 설비운영 및 제공 등이 제시되고 있다.¹¹⁾

특허청은 초기부터 일본정부의 디자인 행정에 중요한 역할을 수행해 왔다. 의장(意匠)제도를 비롯한 지적재산의 보호에 관한 제도의 운용을 담당하고 있다. 최근에는 경제산업성과 공동으로 ‘산업경쟁력과 디자인을 생각하는 연구회’를 구성, 『디자인경영 선언』보고서를 공표하는 등 디자인 정책비전 제시에도 일정한 역할을 수행하고 있는 것으로 보인다.

한편 디자인의 영역이 국민생활 전반으로 확대되는 상황을 반영하여, 국민생활과 관련된 디자인정책

10) 9개 구역은 北海道경제산업국, 東北경제산업국, 關東경제산업국, 中部경제산업국, 近畿경제산업국, 中國경제산업국, 四國경제산업국, 九州경제산업국, 内閣府 오키나와종합사무국경제산업부이다. 経産省 クールジャパン政策課 デザイン政策室(2020), 『デザイン政策ハンドブック 2020』, p.76.

11) Ibid, p.76.

은 범정부 차원에서 추진되고 있다. 일례로 유니버설디자인의 경우에는 2000년 이후 '배리어프리 유니버설디자인에 관한 관계각료회의'에 관한 규정을 마련하여, 내각부, 총무성, 문부과학성, 후생노동성, 경제산업성, 국토교통성 등의 부처가 관련정책을 추진하고, 지방차원에서는 지자체의 배리어프리 추진 담당과들이 업무를 수행하고 있다.¹²⁾

3-3. 디자인장려심의회

‘디자인장려심의회’는 통산산업성에 디자인과 설립과 동시에 설치되어, 바로 활동을 시작했다. 이 심의회는 정부 부처가 설치하는 자문기관으로서, 장관들에게 정책 전개에 적절한 정책비전을 제시하는 역할을 담당한다.

디자인장려심의회는 1956년 특허청에 설치되어 있던 ‘의장장려심의회’를 이관하여 재편한 것이었다. 이 심의회는 1997년 종료되기 까지 약 40년에 걸쳐 총 6회에 걸쳐 정책제안서로서 ‘답산’을 내놓았다. ‘답산’의 내용적 구성은 우선 시대의 변화와 요구되는 것들과 디자인을 행정의 대상으로 주목해야 하는 이유를 기술하고, 행정이 디자인을 다루는데 걸맞는 기본적 방향성 및 실시해야 하는 정책을 제시하는 것으로 이루어져 있다.

디자인장려심의회가 설립된 1958년에 내놓은 첫 번째 답산에서 일본무역진흥회(JETRO)내에 ‘재팬디자인하우스’ 설립을 제안했고, 1961년에 내놓은 ‘답산’에서는 ‘디자인진흥의 중심적 기관의 설립을 요구하여 이후 ‘일본산업디자인진흥회’ 설립이 이루어지는 단초가 되었다.¹³⁾

1990년대 들어 국가 주도의 디자인 행정에 의한 정책의 목적이 달성되고, 민간에서 독자로 디자인 능력을 양성할 수 있는 체제가 정비되면서 이러한 시대적 흐름을 반영하여 1998년 ‘디자인장려심의회’가 폐지되었다.

그러나 이후에도 ‘전략적 디자인활용 연구회’ ‘산업경쟁력과 디자인을 생각하는 연구회’ 등을 구성하고, 연례적인 조사보고서의 공표 등을 통해 디자인 정책비전을 제시하는 역할은 계속하고 있다.

3-4. 디자인 진흥기관

제2차 세계대전 패전국이었던 일본은 영국이 전쟁으로 파멸된 자국 산업에 미국에서 성공한 공업디자인을 도입하여 수출을 추진하려고 설립한 CoID(Council of Industrial Design) 사례를 모델로 하여 디자인 진흥기구 설립을 추진하였다.

앞서 기술한 디자인장려심의회 답산을 기초로 하여 1969년에 종합적인 디자인 진흥기관으로서 ‘일본산업디자인진흥회’(現 공익재단법인 일본디자인진흥회)가 설립되어, 일본무역진흥기구(JETRO) ‘재팬디자인하우스’의 사업을 승계하고, 통산산업성으로부터 ‘굿디자인 상품 선정제도’의 위탁을 받아 1970년대 초부터 실무기관으로서 사업을 개시한다.

사실 이 진흥회는 설립 준비에서부터 자금 마련 및 설립 이후의 사업예산 확보에 이르기까지 통산산업성의 디자인과가 담당했다는 점에서 통산산업성이 설립한 단체라고 할 수 있다.¹⁴⁾ 이 진흥회의 설립으로 일본의 디자인행정 기본적인 추진체제가 구축되었다고 할 수 있다.

한편 1980년대에 일본 첨단 산업의 국제 경쟁력 확보와 함께 디자인 역량이 국제적 수준으로 향상되면서, 대외교류를 위해 1981년 일본국제디자인교류협회(JDF)가 설립되었다. 이 기구는 1983년 국제디자인 공모전과 국제 디자인 컨퍼런스를 효과적으로 개최하기 위해 오사카에 설립되었으나, 이후에도 ‘오사카 국제 디자인 공모전’을 매년 개최하고 아시아 디자인 네트워크 구축을 통해 일본 디자인의 해외진출을 지원하는 등 일본과 세계계의 연결을 위한 교류 행사를 지속적으로 수행해 오고 있다.¹⁵⁾

또한 지역 및 지방의 디자인 발전을 통한 지역산업의 활성화를 위해 나고야 국제디자인센터를 비롯하여 전국 18개 지역에 디자인센터를 두고 지역 특성에 맞는 디자인 정책을 시행하고 있다. 지역디자인센터들은 지역 내 중소기업의 디자인 지원, CEO 디자인 마인드 제고 등 지역 산업 활성화에 직접적으로 연관되는 사업에 주력하고 있다.¹⁶⁾

14) デザイン振興政策アーカイブ(2022.2.24.), デザイン行政のかたち, <https://design-archives.jp/column/2146/>

15) JDF는 오사카 시 정부와 경련회의 재정 지원이 설립 당시보다 많이 감소됨에 따라 운영에 어려움을 겪으면서, 일본 정부는 2009년 3월 JDF를 해산하고 그 기능을 JIDPO에 이관하였다. 이일규(2009), Op. cit., p.107.

12) 이에 대해서는 内閣府(2022.2.24.), <https://www8.cao.go.jp/souki/barrier-free/contents.html> 참조.

13) 青木史郎(2019), Op. cit., pp.1-2.

4. 경제산업성의 역할 변화

4-1. 디자인 관련 주요 업무

경제산업성의 디자인 행정 실무 조직인 디자인정책실은 주요 업무로 ① 조사연구 연구회 ② 활용촉진 인재육성 ③ 지역 단체와의 협력 ④ 지원 표창 등을 예시하고 있다.¹⁷⁾ 여기서는 일상의 행정업무라고 할 수 있는 ③ 지역 단체와의 협력의 제외하고 나머지 업무를 살펴본다.

4-1.1. 조사연구 및 연구회 운영

디자인에 관한 각종 주제로 조사연구 연구회를 실시 및 운영하고 있다. 「디자인장려심의회」가 폐지된 이후 디자인 정책방향 제시를 위해 2003년 「전략적 디자인 활용 연구회」에 이어 2018년에는 특허청과 공동으로 「산업경쟁력과 디자인을 생각하는 연구회」를 운영하여 보고서를 공표한 외에 고도 디자인 인재 육성이나 서비스 디자인의 도입 및 실천을 주제로 한 조사연구도 실시해 왔다.

최근의 디자인 정책 방향과 관련된 주요한 조사연구는 주로 일본 경제의 장기 침체를 벗어나기 위해 기업의 경영 및 이노베이션 창출을 위한 핵심 도구로서 디자인을 활용하는데 중점이 두어지고 있는 것으로 보인다.

2016년에 공표된 ‘디자인의 활용에 의한 이노베이션 창출환경 정비’를 위한 디자인업 실태조사연구 보고서에서는 ‘모노즈쿠리(기술개발)로 부터 코토즈쿠리(체험 창조)¹⁸⁾로의 패러다임 시프트나 제품이 가지는 세계관을 중시하는 고객 요구 등 시장환경 변화 속에서 기업에 있어서 디자인의 중요성이 높아지고 있음을 강조한다. 이에 따라 기업이 디자인에 기대하는 영역과 역할은 확대되는 경향에 있으며, 디자이너의 업무도 사업기획자로서의 기획력과 과제해결 능력, 사내외 연대를 원활하게 하는 허브 역할, 세상의 흐름을 조감하고 미래를 상상하는 기능 수행 등이 요구된다고 분석하고 있다.¹⁹⁾

16) Ibid, pp.107-108.

17) 経済産業省 クールジャパン政策課 デザイン政策室 (2020), Op. cit., p.13.

18) 이지평, 모노즈쿠리&코토즈쿠리, 산업정책 타개를 위한 일본의 선택, LG경제연구원, 2017.10, 참조

19) 経済産業省 クールジャパン政策課 デザイン政策室 (2020), Op. cit., p.15.

이어 2017년 공표된 ‘제4차 산업혁명에 있어서 디자인 등 크리에이티브의 중요성 및 구체적 시책검토에 관계되는 조사연구보고서’에서는 제4차 산업혁명이 진전되고 생산기술이 균질화되고 있는 세계에서는 다른 것으로 대체할 수 없는 ‘차이를 만들어내는’ 능력의 중요성이 증대된다고 분석하고, 기존의 디자인 영역을 뛰어넘는 고도디자인 인재를 창출하고 디자인 인재를 활용할 수 있는 기업체제의 구축이 불가결하다고 지적한다.²⁰⁾

이러한 선행 조사연구를 기초로, 2018년에 공표한 「디자인경영」 선언에서는 일본이 세계 중심(main)시장으로서의 지위를 잃었음을 인정하고, 디자인이 세계유력 기업에 있어서 전략의 중심축이 되고 있으나 일본에서는 경영자가 디자인을 유효한 경영수단으로 인식하지 않아 글로벌 경쟁 환경에서 약점으로 되고 있다고 지적하면서, 디자인을 활용한 ‘디자인경영’을 추진할 것을 제안하고 있다.²¹⁾

2020년에 공표된 ‘일본에 있어서 서비스디자인의 효과적인 도입 및 실천방식에 관한 조사연구보고서’에서는 현재 상황을 「VUCA(변동성·불확실성·복잡성·모호성)의 시대」로 부르면서, 이러한 사회에서는 인간중심의 관점으로부터 프로토타이핑하면서 탐색적으로 문제발견이나 문제해결을 하는 디자인의 어프로치가 중요하게 되고 있으며, 그 중 하나가 서비스디자인으로 적용 가능한 영역이 대단히 넓다고 분석하고, 일본에 있어서 효과적인 도입 및 실천의 방향성을 제시하고 있다.²²⁾

【표 2】 경제산업성의 디자인정책 조사연구 보고서 사례

년도	보고서 제목
2003	‘전략적 디자인 활용 연구회’ 보고서 -디자인은 브랜드 확립으로의 지름길-경쟁력강화를 위한 40가지 제언
2012	크리에이티브산업에 관계되는 지적재산권 등의 침해 실태 및 창작환경 등의 정비를 위한 조사
2014	국제경쟁력 강화를 위한 디자인 사고를 활용한 경영 실태 조사
2015	어린이 양육제품을 아시아에서 보호하기 위한 지적재산권 제도 등에 관한 조사연구보고서
2016	디자인활용에 의한 이노베이션 창출환경 정비를 위한 디자인업의 실태조사 연구보고서

20) Ibid., p.16.

21) Ibid., p.17.

22) Ibid., p.19.

2017	제4차 산업혁명에 있어서 디자인 등 크리에이티브의 중요성 및 구체적 시책검토에 관계되는 조사연구보고서
2018	‘산업 경쟁력과 디자인을 생각하는 연구회’ 보고서 - 『디자인경영 선언』
2019	고도디자인 인재육성 방식에 관한 조사연구보고서, 고도디자인 인재육성 가이드라인
2020	일본에 있어서 서비스디자인의 효과적 도입 및 실천의 방식에 관한 조사연구보고서

*출처 : 『デザイン政策ハンドブック 2020』, p.14

4-1.2. 디자인 활용 촉진 및 인재육성

디자인의 활용에 의해 지역기업이나 지역의 활성화를 도모하는 사업, 디자인에 관한 연구개발 지원, 디자이너 데이터베이스의 운영 등을 하고 있다. 또한 국가지역의 디자인 정책담당자 등에 대한 ‘디자인정책연수’나 지역의 디자인 프로듀서를 육성하는 사업도 실시하고 있다.

디자인 활용 측면에서는 2018년『지적재산 전략 비전』을 확정하여, 향후 일본이 ‘가치디자인사회’를 추구할 것으로 제언한다. 기업이 새로운 가치를 디자인해 나가는 것을 가속화하는 도구로서 내각부는 ‘경영디자인시트 리더십 디자인 공모전’을 개최하는 등 ‘경영디자인 시트’의 활용을 권장하고 있다.²³⁾

디자인 정책을 다루는 경제산업국, 지자체, 단체의 직원들이 참여, 디자인 진흥과 업무 수행에 필요한 실천적 지식이나 스킬 습득 및 인맥 형성을 목적으로 하는 디자인 정책 연수도 연례적으로 진행되고 있다.

또한 일본 국내외의 기업이나 단체 및 개인 등 디자인에 의한 솔루션을 필요로 하는 측과 디자이너 간의 연결을 촉진하기 위한 디자이너 데이터베이스 운영 사업으로서 ‘재팬 디자이너스(JAPAN DESIGNERS)’ (<http://www.japan-designers.jp>)가 구축되어 있다. 일본 전국에 있는 디자이너 정보를 디자이너 개인이 과거 실적과 수상경력 등으로 검색할 수 있는 데이터베이스로서 이용자에게는 일본 전국 수준에서 디자이너 정보를 검색할 수 있고, 디자이너에게는 실적을 주시시키고 해외에도 정보를 발신하는 기회를 제공한다.²⁴⁾

23) 경영디자인시트의 내용 및 활용 사례는 經濟産業省 クールジャパン政策課 デザイン政策室 (2020), Ibid., pp.20-21. 참조.

24) Ibid., pp.22-23.

한편 인재 육성 차원에서는 지역 디자이너 육성을 위해 로컬디자이너 육성지원에 관한 위탁사업(‘故郷디자이너아카데미’ 및 ‘로컬디자인스쿨’)를 전개하고 있다. 이들 사업은 지역경제를 뒷받침하는 중소기업의 능력발휘를 위해 디자인 어프로치를 축으로 매력 있는 상품서비스 등의 개발이나 사업 프로세스의 전반을 매니지먼트하여 비즈니스를 성공으로 이끄는 ‘디자인 프로듀서’ 육성 및 능력향상을 추진한다. 이를 통해 지역의 사업가들에 의한 디자인경영과 효과적인 디자인 활용을 촉진하여 지역경제의 활성화 및 지역경제의 해결로 연결하는 것으로 목적으로 하고 있다.

4-1.3. 지원 및 표창 제도

경제산업성은 디자인사업 및 디자인관련 이벤트의 주최자에 대한 후원, 디자인 활용기업이나 디자이너에 대한 장관상 등의 표창을 하고 있다.

대표적인 지원 사업으로는 1975년부터 전개한 ‘지방산업 디자인 개발 추진사업’이 있다. 이 사업은 당시까지 임시방편의 대증요법으로 이루어지고 있던 지방산업에 대한 디자인 지도를 체계화하려는 것이었다. 현(県)수준에서 디자인의 추진체계를 정비하고, 특정 산지를 대상으로 모델사업을 실시하여 디자인 추진방법을 지역에서 공유해 나가도록 하였다.

1983년부터는 ‘국제디자인공모전’을 개최하였는데, 고액의 상금을 제공하여 분야를 산업(모노즈쿠리계)로 한정하였음에도 세계 디자이너의 주목을 받으면서 일본을 세계와 연결하는데 성공한 것으로 평가받고 있다.²⁵⁾

1989년도에 전개된 ‘89 디자인의 해(DESIGN YEAR)’ 운동은 나고야시가 핵심이 되었지만, 일본 각지에서 1,700만 명이 넘게 참가하여 디자인에 대한 이해를 국민 수준으로 확대하는데 큰 성과를 거둔 것으로 평가되었다.²⁶⁾

표창 제도를 보면 ‘경제산업대신상(經濟産業大臣賞)’에는 ‘굿디자인상’, ‘키즈디자인상’, ‘기계공업디자인상(IDEA)’, ‘전일본 고교디자인 일러스트전’. ‘일

25) 青木史郎(2020), 日本のデザイン行政・振興政策の特徴, [芸術工学会2020夏期大会-行政とデザイン実施記録], 芸術工学2020夏期大会実行委員会, p.10.

26) ‘89 Design Year 운동에 대해서는 青木史郎, 黒田宏治, 余剣(2020), 『89 Design Year』運動と地域への波及効果, 芸術工学会 2020秋期大会, 참조.

도전(日図展)', '일본 크래프트전(JCDA)', '일본 사 인디자인상(SDA)', '매일 광고디자인상'이 있다.

'굿디자인상'은 1957년 통산산업성에 의해 '굿디자인 상품 선정사업(G 마크제도)'으로 시작된 사업을 승계한 것이다. 일본을 대표하는 디자인 평가 및 장려 활동이라고 할 수 있다. 1998년 '굿디자인상'으로 명칭이 변경되고, 주최도 공익재단법인 (재)일본디자인진흥회로 이관되었다. 지금까지 60여년 간 4만 8,000건 이상의 굿디자인상이 선정된 것으로 알려지고 있다.

'키즈디자인상'은 경제산업성이 특정 비영리활동 법인인 '키즈디자인 협의회'와 제휴하여, 어린이를 낳고 기르기 쉬운 생활환경의 실현, 어린이의 안전 안심과 건강한 성장발달을 목적으로 하여 2007년부터 시행하고 있는 사업이다. 응모대상은 유아용품이나 완구 등 어린이용 제품에 국한되지 않고 대인용 이면서도 어린이 시선을 가진 양질의 제품, 공간, 서비스, 활동, 조사연구 등이 된다. 2019년까지 총 2,968점의 수상작품이 선정된 것으로 알려졌다.²⁷⁾

4-2. 디자인 정책의 변화

4-2.1. 디자인 영역 및 개념의 변화

위에서 기술한 것처럼 일본에 있어서 디자인정책이 본격적으로 시작된 것은 통산산업성 내에 디자인과가 설치된 1950년대 후반부터이다.

통산산업성이 디자인 행정을 소관하게 된 배경은 '디자인을 활용하면 잘 팔리는 상품을 만드는 것이 가능할 것'이라는 경제정책 때문으로 지적되고 있다.²⁸⁾ 이는 당시 디자인과가 수행한 주요 업무를 보면 분명하게 드러난다. 즉 1952년 제정된 수출입 거래법을 보조하는 '수출품디자인법'을 제정(1957년)하고, 당시 주력 수출품이던 섬유 도자가 잡화 카메라 등에 대해 상품 디자인과 상표를 인정하는 규제형 정책, 해외시장을 겨냥한 지역 특산품 개발 지원 및 시장 개척 사업 총괄, '굿디자인상품 선정 제도' 등 주로 개발 계몽형 업무를 수행하였다.

이중 규제형 정책은 당시 일본기업에 의한 서구 제품의 모방이 국제 문제화되고 있었기 때문이었다.

이에 따라 디자인 정책은 모방품 대책, 수출 진흥을 위한 정책으로서의 성격이 강했던 것으로 분석된다. 이를 위해 도입된 '수출검사법', '수출품디자인법' 및 '굿디자인상품 선정제도'(G 마크 제도)의 창설(1957년)은 모방품의 감소와 함께 기업의 디자인 능력 향상에 기여한 것으로 분석되었다.²⁹⁾

이러한 디자인 정책은 1990년대 후반부터 조금씩 변화되기 시작한다. 사실 통산산업성에 디자인과가 설립된 1958년부터 2011년에 이르기까지는 디자인 정책은 통상 무역 산업정책이나 제조업의 일부로 다루어졌다고 볼 수 있다. 따라서 이 시기는 '통산산업성 주도'에 의한 디자인 진흥의 시대로 평가된다.³⁰⁾

그러나 1990년대 후반부터는 산업계에서 디자인에 대한 이해가 확산되고 민간이 독자적으로 디자인 능력을 양성할 수 있는 체제도 정비되면서 규제형 정책이 완화되고, 디자인 분야에 있어서 민간의 역할이 강화된다. 이에 따라 초기 모방품 대책을 중심으로 했던 디자인정책의 역할은 축소되며, 수출검사법 및 수출품디자인법(1997년)과 디자인장려심의회가 폐지(1998년)되고, G 마크 제도는 '일본산업디자인진흥회'로 이관(1998년)된다.

그럼에도 디자인의 개념이나 영역적인 측면에서는 여전히 '산업'이나 '제조' 속에서 벗어나지 못하고 있었다. 특히 장기 경기침체 속에서 경제산업성은 산업경쟁력의 강화를 위한 새로운 대응책의 일환으로 '전략적 디자인활용 연구회'를 설치(2003년)하여 디자인을 비즈니스 전략으로 규정하고, 국내 수요의 증대 및 제조업의 경쟁력 강화에 역점을 둔 '경쟁력 강화를 위한 40가지 제안'을 발표하는 등 정부 주도의 디자인정책 비전제시 업무는 지속되었다.

경제산업성의 디자인 정책에서 디자인의 개념과 영역의 실질적인 변화는 2007년 책정된 '감성가치 창조 이니셔티브'에서 부터라고 보인다. 여기에서 디자인을 생활관련 산업으로 확장한다. 이후 2008년부터 3년간을 '감성가치 창조의 해'로 지정하고, 2011년에는 조직 개편을 통해 "디자인, 콘텐츠, 패션 등을 포괄하는 크리에이티브산업 진흥에 관한 종합적인 전략을 추진"³¹⁾하기 시작한다. 이후 2018

27) 굿디자인상과 키즈디자인상에 대해서는 経済産業省 クールジャパン政策課 デザイン政策室(2020), Op. cit., pp. 57-62. 참조.

28) 青木史郎(2020), Op. cit., p.8.

29) 経済産業省 クールジャパン政策課 デザイン政策室(2020), Op. cit., p.5.

30) 青木史郎(2019), Op. cit., p.2

31) 제조산업국 디자인 인간생활시스템정책실을 상무정보

년에는 ‘디자인경영 선언’을 공표하여, 기업이 디자인을 중요한 경영자원으로 포착하여 적절하게 관리·운영해 나가는 것의 중요성을 강조함으로써 디자인의 영역과 역할 및 그 중요성을 확장시키고 있다.

4-2.2 디자인 전담조직의 개편

조직·편제의 측면에서 보면, 일본 정부는 1958년에 통산산업성의 상무국에 ‘디자인과’를 설치했다. 당시 과(課) 단위는 ‘섬유과’, ‘자동차과’ 등 주요 산업별로 설치되어 있었다는 점에서 ‘디자인과’에 대한 위상과 기대감을 엿볼 수 있다.³²⁾

이어 수출품의 디자인 및 상표에 대한 검사업무를 표면화하여 ‘검사디자인과’로 변경한다. 이후 정부조직 개편으로 소속된 국이 무역국, 산업정책국, 생활산업국, 제조산업국 등으로 변화되면서도 과(課)급을 유지했으나, 2011년부터는 상부정보정책국 생활문화창조산업과 내의 디자인정책실로 재편했다. 일본 정부가 자국 산업의 경쟁력 강화를 위해 ‘감성가치 창조 이니셔티브’를 제시하면서 이를 위한 추진 체계를 정비하면서 콘텐츠 및 패션과 함께 디자인을 생활문화창조산업과(2017년 쿨재판정책과로 개칭) 내의 하나의 실로 재편된 것이다. 이는 디자인이 ‘감성가치’라는 보다 전략적인 목표의 요소로 재설정되었음을 의미한다고 할 수 있을 것이다.

[표 3] 통산산업성/경제산업성 디자인 담당조직 변천

연월	편제
1958년 5월	통상국 디자인과
1966년 6월	무역국 검사디자인과
1987년 6월	무역국 검사디자인행정실
1995년 10월	산업정책국 상무유통그룹 디자인정책실
1997년 10월	생활산업국 디자인정책실
2001년 1월	제조산업국 디자인정책팀
2003년 10월	제조산업국 디자인정책실

정책국 생활문화창조산업과 디자인정책실로 개편. 經濟産業省(2022.2.24.), 經濟産業省組織令の一部を改正する政令, <http://www.meti.go.jp/press/2011/06/20110624001/20110624001.html>

32) 青木史郎(2020), Op. cit., p.8.

2004년 4월	제조산업국 디자인·인간생활시스템정책실
2011년 7월	상무정보정책국 생활문화창조산업과 디자인정책실
2017년 7월	상무정보정책국 쿨재판정책과 디자인정책실

4-3. 경제산업성 역할에 대한 평가 및 함의

이러한 경제산업성 주도의 디자인행정 체계는 제2차 세계대전 패전 이후 일본 경제의 재건과 산업화를 추진하는 과정에서 어느 정도 불가피했던 것으로 보인다.

경제산업성이 추진해 온 디자인 행정은 첫째, 디자인에 대한 ‘올바른 이해’를 제시하여, 둘째 디자인에 대한 폭넓은 이해와 대응을 촉진하고, 셋째 일관되고 지속적으로 디자인의 고도화를 도모하는 것으로 정리된다.

특히 1970년대부터 80년대에 걸쳐 경제산업성의 디자인 행정은 국민의 디자인에 대한 이해를 높이고, 기업 및 산업계, 지방의 디자인 수준과 경쟁력을 제고하면서 일본 경제의 고도성장을 뒷받침하는 등 나름대로의 성과를 거둔 것으로 평가할 수 있을 것이다.

그러나 1990년대 이후 일본의 장기 경제침체를 맞이하면서 이러한 디자인 행정체계가 한계를 드러내고 있었다는 것을 보여준다. 가장 근본적으로는 디자인 영역의 확대 등 변화하는 정책 환경에 행정시스템의 발전 또는 조정이 제때에 이루어지지 못하는데 있는 것으로 보인다.

이는 비전과 현실과의 괴리 또는 지연 현상을 초래하는데, 예를 들어 ‘디자인장려심의회’가 답신을 통해 제시했던 비전이 정책으로 전환되지 못했던 이유는 통상산업성이 다른 디자인이 ‘모노즈쿠리게 디자인’ 뿐이었던 측면이 크다. 즉 1970년대 이후 통상산업성은 일본의 내수가 산업행정의 중심 과제로 된 상황을 반영하지 못했고, 1990년대에 제기된 공간계, 정보계 등 다양한 영역으로의 디자인 활동이 확대되었으나 이는 통상산업성의 행정범위를 넘어서는 것이었다는 문제 등이 지적되었다.³³⁾

일본의 사례는 과거 우리나라의 국가주도형 발전 단계에 있어서 가장 많이 도입 또는 원용(援用)했다고 할 수 있을 것이다. 정부의 디자인 행정 및 정책 분야에 있어서도 그러한 모습이 보인다. 그러나 한

33) Ibid., p.11.

일 간의 경제적 격차가 축소되고 문화 콘텐츠에서 한국의 성장세가 두드러지는 한편으로, 디자인의 영역이 대폭 확대되면서 한일 간의 선후관계는 무의미해지고 있는 현재로서는 일본의 사례는 디자인 행정체계와 정책의 방향을 설정하는데 있어서 '선행사례'가 아닌 현재 진행형의 시험적인 사례로서의 가치가 있다고 하겠다.

5. 결론

제2차 세계대전 패전 이후 일본 정부의 디자인 행정은 '호송선단방식(護送船團方式)'처럼 정부(官)가 주도하고 민간이 따르는 방식으로 전개되었다. 통상산업성의 경우 주요 산업별로 과(課)가 설치되고, 이 과가 해당 분야의 산업을 이끄는 사령부(headquarter) 역할을 수행하는 가운데, 전문가로 구성된 '심의회'가 정책 비전 제시 및 제언 기능을 담당하고 지자체 및 외곽단체라고 불리는 진흥회나 업계 단체가 정책 실행을 담당하는 체계였다.

디자인 분야도 기본적으로 이 방식을 따랐다. 통상산업성의 상무국 또는 무역국에 디자인과와 함께 디자인장려심의회가 설치된 이후 약 40여년 이상 통상산업성과 그 후신인 경제산업성이 일본의 디자인 행정을 주도해 왔다고 할 수 있다.

그러나 2000년대 이후 디자인의 영역 확대와 장기 경기 침체의 영향에 따라 경제산업성은 경제의 경쟁력 강화와 디자인 분야의 정책비전 실현 지연현상을 해결하기 위해 조직개편을 지속하고 있다.

한편으로는 경제산업성의 업무 영역을 벗어나는 새로운 디자인 분야, 즉 유니버설디자인 등에 대해서는 범정부적 정책추진 체계를 마련해 나가는 한편, 디자인적 사고를 정책에 도입하여 '행정의 디자인' '디자인 경영'을 추진하는 등 디자인의 중요성을 더욱 크게 인식하고 있다. 이에 따라 1990대 후반까지 경제산업성이 주도했던 무역 산업중심의 디자인 정책은 범정부적인 국민생활 중심의 정책으로 전환하고 있는 것으로 보인다. 이에 따라 디자인 행정 및 정책의 방식도 통합형으로 전환되고 있다고 할 것이다.

현대의 디자인은 산업의 영역임과 동시에 국민생활 전반에 영향을 미치며, 사회적 과제 해결을 위한 이노베이션의 방법론이라는 성격도 같이 가지고 있

다. 따라서 디자인은 영역횡단(cross-domain)의 융합적이고 종합적인 사고, 유연한 창조성 발휘가 중요하다. 이러한 측면에서 업무 범위가 명확하고 확실해야 하는 행정과는 어울리기 어려울지 모른다. 그러나 앞으로 다가올 세상에 있어서 디자인의 역할과 중요성을 생각한다면 그에 부합하는 행정이 요구되고 있는 것만은 사실일 것이며, 이에 대한 보다 체계적이고 통합적인 연구가 필요한 것으로 보인다.

참고문헌

1. 이일규(2009), [디자인정책 21세기 국가혁신전략], 세계디자인경영연구원, 2009.
2. 이평원, [행정학의 이해], 형설출판사, 2009.
3. 정경원, [사례로 본 디자인과 브랜드 그리고 경쟁력], 웅진북스, 2004.
4. 한국디자인진흥원, [지자체 디자인행정 매뉴얼], 2006.
5. 이동연, "일본 산업디자인 형성과정과 역할에 관한 고찰," 디자인학연구 Vol-No.24, 1998
6. 금진우, 디자인 정책의 발전 방향에 관한 연구, 대전 대학교 대학원, 2000년,
7. 최명식, '한국디자인 행정체계의 개편과 정책방향에 관한 연구', 국민대학교 박사학위논문, 2009
8. 이지평, 모노즈쿠리&코토즈쿠리, 산업정책 타개를 위한 일본의 선택, LG경제연구원, 2017.10, 참조
9. 経済産業省 クールジャパン政策課 デザイン政策室, [デザイン政策ハンドブック 2020], 2020.
10. 青木史郎, デザイン奨励審議会・答申, 生活・視点 - 行政によるデザインへの理解とその変遷, 芸術工学会 2019秋期大会, 2019.
11. 青木史郎, 日本のデザイン行政・振興政策の特徴, [芸術工学会2020夏期大会-行政とデザイン実施記録], 芸術工学2020夏期大会実行委員会, 2020.
12. 青木史郎, 黒田宏治, 余剣, '189 Design Year, 運動と地域への波及 効果, 芸術工学会 2020秋期大会, 2020.

13. <https://design-archives.jp>

14. <https://www8.cao.go.jp>

15. <http://www.meti.go.jp>