



# 韓國能率協會

150-010 서울 영등포구 여의도동 12번지 CCMM빌딩 8층

文書番號: 韓能 제04-31

發 信: 韓國能率協會미디어

受 信: 擔當記者

題 目: 한국능률협회컨설팅, 소비자디자인선호도 조사결과 발표

한국능률협회컨설팅(회장 송인상)은 제품디자인, 패션디자인, 환경디자인, 시각디자인, 패키지디자인 등 5개분야 112개 제품군에 대해 “한국산업의 소비자디자인선호도 조사 (Korea Design Power Index: 이하 KDPI로 표기)” 결과를 발표했다. KDPI는 우리나라 각 산업별 제품의 디자인 경쟁력과 수준을 측정하기 위해 한국능률협회컨설팅이 개발한 고객관점의 디자인 가치평가 방법으로 상품구매시점에서의 소비자 디자인 선호정도를 나타내는 지수로, 2004년 제5차 KDPI에서는 4개 제품이 5년 연속, 7개 제품이 4년 연속, 13개 제품이 3년 연속, 25개 제품이 2년 연속 1위 제품으로 평가됐으며, 순위변경제품은 총 38개인 것으로 나타났다.

KDPI 5년 연속 1위 제품은 삼성전자의 매직스테이션(데스크탑), 청호나이스의 FS-1(정수기), LG화학의 모젤(벽지), 좋은사람들의 보디가드(남성내의) 등 4개 제품인 것으로 나타났으며, 4년 연속 1위 제품으로는 위니아만도의 위니아(에어컨), GM대우의 마티즈2(경승용차), 에이스침대의 BRA시리즈(침대), 모닝글로리(종합문구), 리바이스트라우스코리아의 리바이스(청바지), 금강제화의 랜드로바(캐주얼화), 에스까다코스메틱의 에스까다(여성용기초화장품) 등 7개 제품인 것으로 조사됐다.

LG전자의 플레트론(LCD모니터), 롯데캐논의 캐논(복사기), 필립스코리아의 필리셰이브(전기면도기), 동양매직의 매직(식기세척기), BMW의 7 Series(수입승용차), 한국도자기의 차이나스펠(홈세트), LG패션의 닥스(남성정장), 신영와코루의 비너스(여성내의), 나이키코리아의 나이키(스포츠의류), 아이비클럽(학생복), 나이키코리아의 나이키(스포츠화), fnc코오롱의 코오롱(등산화), 국순당의 백세주(전통주) 등 총 13개 제품이 3년 연속 1위 제품인 것으로 나타났다.

이밖에도 SK텔레텍의 SKY, GM대우의 뉴칼로스(소형승용차), 제일모직의 빈폴(캐주얼의류), 소니코리아의 플라즈마베가(PDP), 보루네오의 뉴튼아이(아동용 가구) 등 총 25개 제품이 2년 연속 1위 제품으로 조사됐다.

한편, 태평양의 헤라(여성용기능화장품), 삼성전자의 센스(노트북), 삼성전자의 하우젠(드럼세탁기), 웅정코웨이의 케어스(공기청정기) 등 총 38개 제품이 전년도 1위 제품을 누르고 1위 기업에 올랐다.

올해로 5차를 맞게 된 KDPI 결과에 따르면 소비자가 인식하는 국내제품의 전체 디자인 수준은 71.4점으로 나타났다. KDPI와 같은 지표는 21세기 기업과 제품의 질적 가치를 높여주는 핵심요소로 부각될 디자인에 대해 소비자 관점에서 평가함으로써, 기업에게는 디자인을 내부에서 평가할 수 있는 객관적 기준과 경쟁력을 강화할, 소비자에게는 상품선택에 대한 합리적 기준을 제공할 수 있게될 것으로 기대되고 있다. (\* 자세한 내용 별첨 참조)

問 議 : 한국능률협회컨설팅 박창윤 연구원(3786-0361)  
한국능률협회미디어 김수연 연구원(3786-0117)

# <별첨. 2003년도 제4차 한국산업의 소비자디자인선호도 조사>

## 1. 조사 개요

한국능률협회컨설팅의 ‘한국산업의 소비자디자인선호도’ 조사는 디자인이 소비자의 구매의사 결정에 영향을 미치는 디자인 선호 정도를 나타내는 지수로써, 국내 상품경쟁력 제고를 위한 수단으로 디자인의 중요성을 인식하고 이를 활용하여 새로운 기업목표와 상품가치를 창출함으로써 기업 경쟁력을 높이고 새로운 생활문화를 창출하고자 한국능률협회컨설팅에서 개발한 세계최초의 소비자 관점의 디자인 가치 측정모델이다.

최근 세계시장의 변화가 가격중심에서 비가격 경쟁요소 중심으로 그 가치 기준이 변화함에 따라 가격 경쟁력 위주인 국내 산업의 한계를 극복하기 위해서 독창성을 앞세운 가치창출 중심의 경쟁력으로 체질을 전환시키고자 하는데 기본 목적이 있으며, 비가격 경쟁의 수단으로 디자인의 역할과 중요성이 점차 증대됨에 따라, 21세기 경쟁력의 핵심인 디자인을 소비자 관점에서 평가함으로써 고객 중심의 상품가치 혁신을 통한 기업 경쟁력 강화와 더불어 상품 선택에 대한 가치 기준을 제공하는 것을 목적으로 하고 있다.

## 2. 조사 방법

조사방법은 제품의 형태, 기능, 감성요소에 대한 소비자의 디자인 인식 지수를 산출한다. 형태요소는 안정감, 단순/간결성, 고급성, 색상/배색, 크기의 적정성, 마감성/재료의 고급성, 질감/패턴, 기능 버튼(부자재/장식 등)의 배열, 전반적인 형태만족도가 평가항목이다. 감성요소는 유행하는 디자인, 사용할 때 즐거움이 느껴지는 디자인, 다른 제품과 다른 독특한 개성이 느껴지는 디자인, 어떤 제품과도 다른 혁신적인 디자인, 나의 이미지와 잘 어울리는 디자인, 세계시장에 내놓아도 자랑스러운 디자인, 디자인으로 인해 실내 분위기가 바뀜 등 적용 가능한 카테고리별로 평가를 한다. 기능요소로는 기능 편리성, 작동 용이성, 전반적인 기능 선호도, 유지/관리/보관 편리성, 내구성, 구조의 정교함과 꼼꼼함, 공간효율성(자동차, 가구 등)이 평가 대상항목이다.

일대일 개별면접조사(FII)와 인터넷 디자인조사(IRI)로 실시 했으며, 조사대상으로는 국내 소비활동을 하는 한국인으로 서울 및 6대 광역시에 거주하는 15세 이상 60세 미만의 남녀를 대상으로 조사했다. 조사지역으로는 서울, 부산, 대구, 인천, 대전, 광주, 울산지역이었고, 표본추출방법으로는 인구/지역 비례에 따른 유의할당표본 추출법을 사용했고, 표본수는 20,000여명의 표본을 대상으로 조사되었다. 분석방법으로는 SPSS PC+를 이용한 정량적 통계분석방법을 사용하였다.

조사방법	일대일 개별면접 조사(FII)+인터넷 디자인조사(IRI)
조사대상	국내 소비활동을 하는 한국인으로 서울 및 6대광역시에 거주하는 15세 이상 60세 미만의 남녀
조사지역	서울, 부산, 대구, 인천, 대전, 광주, 울산
표본추출방법	인구, 지역 비례에 따른 유의할당표본 추출법
표본수	20,000명
분석방법	SPSS PC+를 이용한 정량적 통계분석

## 3. 조사 결과

이번 조사결과에 의하면 소비자가 인식하는 국내 제품의 전체 디자인 수준은 71.4점으로 나타났으며 디자인분야별로는 제품디자인은 71.4점, 패션디자인 74.4점, 환경디자인 67.9점, 시각디자인 68.2점, 패키지디자인이 68.7점으로 조사되어 한국산업의 디자인 수준은 전년도 67.3점에 비해 4점 정도 향상된 것으로 조사되었다.

### 생활가전제품의 디자인 수준 향상

2004 KDPi 조사에서는 흔히 백색가전이라 불리우는 생활가전제품의 디자인 수준이 예년에 비해 크게 향상된 것으로 조사되었는데 이제까지 정보통신 관련 제품들이 산업군별 디자인 수준조사에서 최상위 제품들로 조사되었던 점을 고려할 때 상당히 이례적인 현상이며 이는 국내 초일류 가전기업들이 잇달아 프리미엄 생활가전브랜드를 출범시키고 신규 투자를 아끼지 않는 등 이제까지 상대적으로 관심이 낮았던 생활가전에 대한 기업들의 전략적 판단과 디지털가전제품을 기반으로 한 신규수요 등이 생활가전 분야의 디자인 수준향상을 촉진시킨 것으로 보인다. 특히 디지털방송시대의 개막과 함께 대형TV에 대한 수요가 급증하고 이에 대한 기업들의 디자인혁신활동들이 프로젝션TV를 비롯한 AV제품군들이 소비자들로부터 좋은 평가를 가능하게 하였고 김치냉장고의 경우 기능적 가치가 최우선 고려요소로 대두되어 왔으나 기능과 품질의 평준화가 이루어짐으로써 심미적 요소의 중요도가 상대적으로 크게 신장되었는데 이는 실내분위기를 좌우하는 인테리어적 기능에 이르기까지 김치냉장고의 역할이 확장되고 있음을 보여 주고 있다. 이 밖에도 대형냉장고, 에어컨, 드럼세탁기 등이 생활가전제품으로써 소비자들로부터 큰 호응을 받았다.

### 트렌드에 민감한 제품군들의 디자인활동 활발, 소비자가 인지하고 있는 디자인 수준 높은 편

트렌드 변화가 빠르고 디자인이 중요한 상품의 Renewal 요소로 자리잡고 있는 제품군일수록 디자인의 개발과 개선이 적극적으로 이루어지고 있다. 패션디자인의 경우 트렌드에 민감한 대표적 디자인 분야로써 트렌드가 곧 디자인으로 귀결될 만큼 디자인에 대한 기업의 관심과 소비자들의 니즈가 큰 편인데 비교적 높은 평가점수를 받음으로써 한국패션산업의 전망을 밝게 하고 있으며, 정보통신을 기반으로 한 제품군들은 급속한 진화를 거듭하며 소비자의 니즈를 충족시키기 위해 다양한 디자인 시도를 지속해 오고 있다. 특히 노트북, 이동통신단말기, MP3 Player, PDA 등은 보다 새롭고 보다 혁신적인 소비자의 니즈를 충족시키기 위한 디자인관점의 기업활동과 이를 수용하는 소비자들의 인식이 두드러졌다.

### 제품디자인 평균 71.4점

조사분야별로 살펴보면 제품디자인은 조사제품군중 가장 큰 비중을 차지하고 있고 KDPi 조사의 주류를 이루고 있는데, 제품디자인 전체 평균인 71.4점 이상으로 조사되어진 제품은 이동통신단말기, 김치냉장고, 부엌가구, 냉장고, 에어컨 등 생활가전 관련 제품과 벽지, 창호 등 주거환경에 관련된 제품들이다. 특히, 이동통신단말기는 82.5점으로 조사되어 제품디자인 평균 점수 71.4점을 크게 상회하고 있는데, 단순한 통신수단으로서의 제품개발에서 탈피하여 다양한 멀티미디어(MP3, 디지털카메라 등)와의 통합 등을 통한 부단한 노력으로 제품디자인 조사군 중에서 가장 높은 수준으로 조사되었다.

### 패션디자인 74.4점, 환경디자인 67.9점

패션디자인은 74.4점으로 2003년 전체평균 69.8보다 5점 가량 높게 평가되어 다른 분야에 비해 디자인 수준이 높게 조사되었다. 유아복은 82.4점으로 패션디자인 전체평균보다 높게 조사되었으며, 학생복 디자인의 경우도 74.4점의 평가를 받아 트렌드에 민감한 학생들의 높은 디자인 관심도에 따른 관련기업의 디자인 노력이 눈에 띄게 향상된 것으로 보인다. 또한 캐주얼의류의 경우 주5일제 근무의 확산으로 작년의 73.3점에 이어 올해에도 75.7점으로 꾸준한 디자인 수준의 상승을 보이고 있는 제품군으로 평가되었다. 한편, 공간디자인에 있어서는 백화점이 가장 높게(70.9점), 테마파크가 가장 낮게(62.5점) 조사되어 공간 유형별 소비자 선호도를 가능해 볼 수 있는 계기가 되었다. 백화점의 경우 단순한 쇼핑공간에서 탈피, 문화와 다양한 이벤트의 공간으로 인식되고 있는 추세를 반영한 것으로 보인다. 또한 가족 단위 외식문화의 확산에 힘입어 패밀리레스토랑이 70.8점으로 높은 점수를 보여 쾌적한 분위기 및 다양한 공간 편의시설 등에 많은 관심을 보이고 있다는 것을 알 수 있다.

### 시각디자인, 68.2점, 패키지디자인 68.7점

시각디자인의 경우 68.2점으로 전체 평균에 비해 3점 가량 낮게 조사되었지만 2003년도의 64.7점 보다는 높은 68.2점의 상승을 보였다. 그 중 캐릭터 디자인 부문이 월등히 높은 점수를 나타내면서 우리나라 캐릭터 산업의 수준과 소비자의 관심을 나타냈다. 패키지디자인은 2003년의 65.6점에서 68.7점으로 3점 가량 높게 조사되었다. Well-Being, Well-looking 등으로 대변되는 사회적 분위기를 반영하듯 화장품의 패키지디자인은 작년에 비해 디자인 수준이 크게 상승했으며, 특히 여성용 기초화장품에 대한 디자인수준은 72.5점으로 큰 상승폭을 나타냈다.

#### 4. KDPI 1위 제품 List

구분	제품군	제품명	기업명	비고
제품디자인	데스크탑	매직스테이션	삼성전자	5년 연속
	노트북	센스	삼성전자	
	디지털복합기	엡손 Stylus CX5400	한국엡손	2년연속
	전화기	바텔	이트로닉스	2년연속
	이동통신단말기	SKY	SK텔레텍	2년연속
	LCD모니터	플래트론	LG전자	3년연속
	PDA	IPAQ	한국HP	2년연속
	전자사전	CASIO3000	카시오	
	복사기	롯데캐논	롯데캐논	3년연속
	홈오메이션시스템	INOVA	현대통신	
	김치냉장고	하우젠	삼성전자	
	정수기	FS-1	청호나이스	5년연속
	에어컨	위니아	위니아만도	4년연속
	드럼세탁기	하우젠	삼성전자	
	가스오븐레인지	RSF시리즈	린나이	2년연속
	진공청소기	먼지따로	삼성전자	
	TV	TRUE	아남전자	2년연속
	프로젝션TV	X-Canvas	LG전자	
	홈씨어터	XH-DW6530G	LG전자	2년연속
	오디오	핑키	롯데전자	
	캠코더	캐논ZR-90	LG상사	
	대형냉장고	클라세	대우일렉트로닉스	
	전기밥솥	IH압력솥	LG전자	2년연속
	MP3 Player	엡 피오	디지털웨이	
	전기면도기	필리셰이브	필립스코리아	3년연속
	식기세척기	매직	동양매직	3년연속
	공기청정기	케어스	웅진코웨이	

구분	제품군	제품명	기업명	비고
제품디자인	PDP	플라즈마베가	소니코리아	2년연속
	가습기	UHH-730M	한일전기	
	커피메이커	필립스	필립스코리아	
	로봇청소기	룸바	아이로봇(코스모양행)	
	화장품냉장고	차빌	이젠텍	2년연속
	헤어스타일러	필립스	필립스코리아	
	헤어드라이어	바비리스	아인스 인터네셔널	
	가정용콘솔게임기	Play Station2	소니코리아	2년연속
	비데	굿모닝	청호나이스	
	연수기	룰루	웅진코웨이개발	
	경승용차	마티즈II	GM대우	4년연속
	소형승용차	뉴 칼로스	GM대우	2년연속
	준중형승용차	SM3	르노삼성자동차	2년연속
	중형승용차	SM5	르노삼성자동차	
	대형승용차	오피러스	기아자동차	
	수입승용차	7series	BMW코리아	3년연속
	미니벤	로디우스	쌍용자동차	
	SUV	소렌토	기아자동차	2년연속
	타이어	엑스타	금호타이어	
	모터사이클	ROADWIN	대림자동차	
	스쿠터	BEAT	혼다코리아	
	자전거	레스포	삼천리자전거	
	굴삭기	EC55B	볼보건설기계코리아	
	벽지	모젤	LG화학	5년연속
	창호	KCC발코니창	KCC	
	도어락시스템	아키즈	아키텍	
	가정용위생도기	대림요업	대림요업	
	세면기	계림요업	계림요업	2년연속
	수전금구	아메리칸스탠다드	아메리칸스탠다드	

구분	제품군	제품명	기업명	비고
제품디자인	인라인스케이트	XT-80	힐라코리아	
	부엌가구	리첸	리바트	
	혼례용가구	이오레 화이트	보루네오	
	침대	BRA시리즈	에이스침대	4년연속
	아동용가구	뉴튼아이	보루네오	2년연속
	의자	DK-2500	듀오백코리아	
	시계	스왑치	스왑치그룹코리아	
	업라이트피아노	U10H-SM	야마하뮤직코리아	
	전문가용카메라	캐논 이오스	LG상사	
	디지털카메라	싸이버샷	소니코리아	
	보일러	R300시리즈	린나이코리아	
	홈세트	차이니스펠	한국도자기	3년연속
	보건의료기기	HY-7000	미건의료기	
	밀폐용기	락&락	하나코비	
	날면도기	XPEC3	도루코	
	칫솔	오랄B	질레트코리아	
	유모차	파코라반코쿤	efe	
	유아용카시트	라임	아가방	
	종합문구	모닝글로리	모닝글로리	4년연속
패키지디자인	양주	임페리얼	진로발렌타인스	
	맥주(핏처)	OB맥주	OB맥주	
	전통주	백세주	국순당	3년연속
	담배	에세	KT&G	
	한방화장품	설화수	태평양	
	여성용기초화장품	에스까다	에스까다코스메틱	4년연속
	여성용기능화장품	헤라	태평양	
	여성용색조화장품	이자녹스	LG생활건강	
	남성용화장품	에소르	소망화장품	
시각디자인	신용카드	KB카드	국민은행	
	캐릭터디자인	마시마로	CLKO엔터테인먼트	2년연속

구분	제품군	제품명	기업명	비고
패션디자인	남성정장	닥스	LG패션	3년연속
	여성정장	닥스	LG패션	
	드레스셔츠	닥스	우성아이엔씨	
	유아복	압소바	efe	2년연속
	남성내의	보디가드	좋은사람들	5년연속
	여성내의	비너스	신영와코루	3년연속
	골프의류	닥스	LG패션	
	캐주얼의류	빈폴	제일모직	2년연속
	스포츠의류	나이키	나이키코리아	3년연속
	청바지	리바이스	리바이스트라우스 코리아	4년연속
	학생복	아이비클럽	아아비클럽	3년연속
	양말	인따르시아	인따르시아	
	패션주얼리	골든듀	화동양행	2년연속
	스포츠화	나이키	나이키코리아	3년연속
	캐주얼화	랜드로바	금강제화	4년연속
	등산화	코오롱	FnC코오롱	3년연속
	남성정장구두	금강제화	금강제화	
	여성정장구두	금강제화	금강제화	
	환경디자인	주유소	LG칼텍스정유	LG칼텍스정유
아파트		롯데캐슬	롯데건설	2년연속
주상복합아파트		트럼프월드	대우건설	
테마파크		에버랜드	삼성에버랜드	
호텔		하얏트호텔	하얏트호텔	2년연속
패밀리레스토랑		베니건스	riseON	2년연속
백화점		현대백화점	현대백화점	2년연속
극장(멀티플렉스)		메가박스	메가박스씨네플렉스	