

2010年度第10回物学研究会レポート

「Korea Design Now 韓国デザインの今」

Kim Woo Joong 氏

Senior manager of Seoul Design Foundation, in charge of Seoul Design Support Center and design industry promoting project of Seoul

2011年1月28日



BUTSUJAKU  
物学研究会  
SOCIETY OF RESEARCH & DESIGN

2011年の物学研究会は目覚ましい飛躍を遂げる韓国デザインの今、デザイン政策を、元LG電子デザインで指揮を執り、現在、ソウル・デザイン・ファウンデーションのCEOである、Jae-Jin Simさんによる資料を基に同じソウルデザイン財団のシニアマネージャーであるKim Woo Joongさんにご講演いただきました。以下、サマリーです。

## 「Korea Design Now 韓国デザインの今」

### Kim Woo Joong 氏

Senior manager of Seoul Design Foundation, in charge of Seoul Design Support Center and design industry promoting project of Seoul



01 ; Kim Woo Joong 氏

Kim Woo Joong (キム ウジュン) です。今日は急用のため来日できなかったSeoul Design Foundation (SDF) のJae-Jin Sim代表の代理で、「Korea Design Now」というタイトルで韓国デザイン界についてお話します。まずは、私の自己紹介からします。武蔵野美術大学に留学し、視覚伝達デザイン学科卒業後、SDFに入って2年目です。Sim代表のようにはうまく話せないと思いますが、がんばります。どうぞよろしくお願いいたします。

#### ◆2011韓国ベストヒットデザイン賞

まずはこちらのスライドを見てください。これらは昨年、韓国で最もよく売られた製品たちです。

##### ◇乗用車「K-5」 「SOUL」

元アウディのデザイナーが副社長になったことでレベルアップしたKia社の乗用車です。K-5は大衆車としての評価が高く、SOULは日本の日産キューブに似たボックス型のデザインが好評でした。

##### ◇「YF SONATA」 「Genesis」

Hyundai製です。曲線を活かしたデザインが人気の理由です。日本でも販売されています。

##### ◇携帯端末「Galaxy Tab」 「Galaxy」

i-Phone対応の携帯端末です。日本ではDOCOMO社に採用されています。

##### ◇家電「3Dテレビ」 「冷蔵庫」

LG電子の製品です。特に3Dテレビはヨーロッパでも高い評価を受けました。

では、ここからはレジュメに従って進めていきます。

## 1. 時代別ISSUEとデザイン役割の変化

1950年～70年代の韓国デザインは「コピー」の時代でした。社会的には韓国は戦争中だったので何もない時代。物を売るためにさまざまなもののデザインをコピーすることが主流だった時代です。つづいて民主化が進んだ1970年～80年代前半は「イミテーション」の時代と言われ、1985年に韓国が「輸出入国」を意識し出して以降、「グローバル化」を進めるため、日本など海外製品を「モディファイ」する時代に入ります。さらに、90年代後半から世界的に「デジタル化」が普及していくと、韓国の物づくりも「イノベーション」を意識するようになります。こうした状況は2005年まで続きました。

2005年以降、「デザイン」という言葉が急速にブームとなり、韓国でもオリジナルデザインの開発に力を入れるようになりました。この背景には2006年に就任した現市長の呉世勲（オ・セフン）氏が始めたデザイン政策があります。

▽参考： ソウル市長＝呉 世勲

1961年ソウル市出身。1983年高麗大学校法学部卒業、1984年司法試験合格を経て、1999年高麗大学校大学院法学博士号を取得後、弁護士として活動。2000～04年まで国会議員を経て、2006年7月、ソウル市長に当選。

▼補足： サムソン 吉田氏

韓国のデザイン史について少し補足します。70年代から80年代後半を「イミテーション」の時代という説明がありましたが、この時期は多くの日本メーカーが韓国にOEMを発注していた時代にあたります。さらに、94年頃からベンチャーブームが起これ、デザイン界も活性化しました。あいにく96年末に起こったIMF金融危機の影響を受けましたが、1997年から98年にかけて韓国は経済の再構築を余儀なくされたのを機にデザイン界も体制を立て直すことができました。デジタル化の波にもうまく乗れたように思います。地理的に経済大国化する中国と台湾に挟まれている韓国は、「このままではいけない」という意識を持ちやすかったとも感じます。

## 2. ソウル市の政策ISSUEとデザインソウルの変化

ソウル市に焦点を当ててみましょう。街づくりにデザインが意識されるようになったのは1988年のソウル五輪以降です。まず、首都圏に新都市がつくられ、90年頃までに地域特化が広がりました。1996年に発生したIMF金融危機により多くの企業が倒産しましたが、一方で「ベンチャーブーム」が起これ、ベンチャー企業が数多く生まれ、経済も活性化しました。

さらに、2002年に開催された日韓ワールドカップ以降は海外からの訪問者も増え、工業デザインに力を入れ始めるようになります。2006年に呉市長が「デザインを通した暮らしの質や幸福感的向上」を目的とする「デザイン政策」を掲げ、市長直轄のデザイン本部が設立されました。以降、デザインへの注目度が急速に高まっています。

## 3. HARD CITY&SOFT CITY

呉市長のデザイン政策のスタート以降、ソウルは大きく変化しました。変化の状況をまとめると、2006年以前は「ハードシティ」、以降は「ソフトシティ」と言えます。ハードシティ時代は目的の中心は産業の発達で、機能性や効率性が優先されました。また、都市や建設、車などが重視され、なんでも高速化することがよいとされました。

一方、ソフトシティの考え方は人間が中心で、「暮らしの質を上げる」ことが目的です。文化や芸術、歩行者が優先され、さらに「面白くて楽しい」「創造的」など、これまでは重視されなかったものを重視する動きが出てきたのが現在です。

呉市長がデザイン政策をとったのは時代の流れの中でデザインが必要と思ったからだとは思いま

す。市長自身にはデザイン系のバックグラウンドはなく、特にデザインについて詳しいわけでもないので、就任当初はデザイン政策を不安視する声もありました。でも、デザイン本部を新設し、徐々に活動が浸透していくと、政策を支持する声が高まってきました。さらに昨年、国際産業デザイン団体協議会（ICSID=International Council of Societies of Industrial Design）主宰の「2010世界デザイン首都（World Design Capital/ WDC）」に選ばれたり、ユネスコ委員会による「ユネスコ・デザイン創造都市」に選ばれたりと結果が出たことも追い風となっています。私たちも今後ますます盛り上がるだろうと考えています。

**Q：** ソウルは日本の東京のように一極集中化によって成長している都市だと思いますが、周辺の地方都市の状況はいかがでしょうか？

**A：** ソウルでデザイン政策が始められて以降、現在、地方都市にまでデザインブームが波及しています。たとえば、韓国第二の都市、釜山にもデザインセンターが設立されていますし、デザイン性を意識したり、個々の街の特徴を活かした街並みづくりをしようという動きも起こっています。

#### 4. DECIGNOMICS

「デザインノミクス」とは、デザインとエコノミクスを合わせた造語で、経済的なデザイン活動しようという意味をもつ、ソウル市の政策です。最終的なゴールはソウルに暮らす人々の幸福感の向上です。韓国はまだ、経済的に成熟しているとは言えないので、まずはデザインを通して経済を活性化し、最終的に人々の幸福がよくなることを目指しているのです。デザインノミクスは4つのカテゴリーに分類され、進められています。

カテゴリー	対象	具体例
Green	自然、緑地、 グリーンデザイン	公園の増設
Blue	ハンカン（韓江）	ソウルの中心を流れる川を活かし、 デザイン性のある街づくりを推進
History	城郭復元	昔の文化を復元し、今に活かす
Human	人のための ユニバーサルデザイン	市内に雑然と並ぶ屋台のデザイン統一など、 環境デザイン全般

**Q：** 「デザインノミクス」政策は元々、ソウル市の政策であって国家的なレベルでの政策ではなかったのに、それが今では韓国全土にまで広がっているわけですね。ソウルは韓国の中でそれほど重要な地位を占めているのでしょうか。

**A：** 韓国ではソウル市の政策が地方に広がっていくのが普通です。地方がソウルの真似をすることも多い。ソウルは国政を動かすほどの影響力を持っているのです。

▼補足： サムソン 吉田氏

ソウルの人口は1300~1400万人。韓国の全人口の4分1強にあたります。市長と言うと一般的には軽く聞こえますが、ソウル市長の影響力は韓国ではとても大きいのです。

## 5. Seoul Design Foundation (ソウルデザイン財団/SDC)

ここからは、今、私が所属している、Seoul Design Foundation (SDC) について説明します。ソウル市のデザイン政策の一環としてデザイン産業の支援を目的に設立されました。支援事業の内容別にソウルを4地域に分け、それぞれにセンターを置いています。専任スタッフは4つのセンターを合わせて約100人います。約半数はデザイナー系の出身で、残りはビジネス分野のバックグラウンドを持つ人たちです。

**Q:** デザイン産業の支援が目的とのことですが、支援対象としてデザイナーも含まれますか？  
また、企業と個人デザイナーでは支援の割合はどれくらいでしょうか？

**A:** デザイナーも支援対象です。主な支援策は事務所や資金の提供です。また、企業支援は中小企業だけを対象としています。中小企業の多くはデザイン力不足の面があるのでコンサルティングやマーケティング支援、さらに経営力を補うため会社運営に対する支援などを行っています。

**Q:** グローバル化が進む現在、韓国のデザイン産業も海外市場を対象にしていかなければならないと思います。でも、国内とは全く異なる海外の市場ニーズの開拓や発見は大企業でさえ難しく、中小企業では本当に大変です。日本では公的組織による支援はほとんどないのが現状ですが、SDFの場合は、そうした支援活動も行っているのでしょうか。

**A:** SDFにはグローバルネットワークチームという部署があり、海外市場の情報収集や提供のほか、海外交流などを行っています。現時点で包括的に進めているのは中国との関係構築と市場開拓です。いずれ日本の開拓も進めたいと考えています。

### 1) ソウルデザイン財団のビジネス範囲

SDFはソウル市の中心部に本部を置き、周辺を4つのゾーンに分けて管理しています。

ゾーン	事業説明
ソウル中心部	SDF本部、 韓国を代表する企業 (LG, SAMSUNG, HYUNDAI, KIAなど) の本社
デザイン 創業支援	
デザインR&D、 教育支援	3で詳しく説明
デザインマーケ ティング支援	もともと、デザイン事務所が多かった地域。一般に、デザイン事務所はデザイン力に比べ、経営力不足。そこで経営力を支援するためのゾーン
デザイン 中小企業支援	機材等が乏しい企業が多いので、機材の貸し出しをしたり、 コンサルティング活動で支援。

### 2) Dongdaemun Design Plaza (東大門デザインプラザ/DDP)

DDP (東大門デザインプラザ) は現在、ソウル市東大門地区に建設中のセンターで、2013年3月にオープン予定です。デザインの情報発信拠点として「デザインノミクス」を牽引する代表的施設を担うことが期待されています。設計はコンペで選ばれたイギリス人デザイナーのザハ・ハディッド氏。野球場跡地を転用した広い敷地に3ゾーンに分けて展開される予定です。

デザインエクスペリエンス	情報、体験施設
デザイントレンドセッター	展示施設
デザインランチングパッド	コンベンション施設

DDPが追求するデザインの基本は、人の暮らしの基本要素である、「衣食住」の充実です。実は、このDDPが完成する前に、ソウルデザイン支援センター（Seoul Design Supporting Center / SDSC）が今年7月にオープンする予定です。SDSCについては後で詳しく説明しますが、DDPの主な事業内容は、このSDSCが開発・制作したデザインコンテンツを収集し、一般人や専門家に向けて情報発信することです。

「市民のためのデザイン施設」であるDDPはすべての人を対象とします。デザインの専門家に対しては事業プロセスの教育などの支援、一般市民にはデザインに関する基本的な情報提供や教育を、さらにその中間にいるデザインに興味をもつ人々に対しては新素材や新技術の習得などの支援を行います。

また、まだ計画段階ですが、日本の状況などを参考にしながら、いずれは国際的なデザインイベントを韓国でも開催したいと考えています。まずは、韓国、日本、中国の3カ国、さらには東南アジアまでに広げたデザイン賞などもつくれたらと考えています。

### 3) ソウルデザイン支援センター（SDSC）

SDSCは今年7月のオープンを目指し、現在、準備が進められています。研究員として20名が配属される予定です。主な事業目的はデザインコンテンツの開発ですが、そのためにはいろいろな団体の協力が必要です。すでにイタリアのコモス、パブリカという団体との関係を構築。日本では大阪デザインセンターや名古屋デザインセンターと交流しています。その他、デザインの研究機関や大学のデザイン研究室などとも共同プロジェクトを行っていきます。

### 4) ソウルデザイン創業支援センター

インキュベーション施設で、ソウル市の西部にあります。主に次世代のデザイナーを対象に、施設や空間を提供します。

### 5) ソウルデザイン中小企業支援

ソウル市の南西部にあるこのセンターでは、プロトタイプ制作用の専門機材の貸し出しや施設支援から、コンサルティング、マーケティング、製品加工などの情報提供を行います。

### 6) ソウルデザインマーケティング支援センター

ソウル市東南部にあるこのセンターでは、中小企業とデザイン企業のマッチングやコンサルティング支援が主な業務です。また、選抜された400企業を対象に、年間400億ウォンの予算で運営資金の提供も行っています。そうした企業の中から、今年の日本デザイン大賞を受賞したり、デザイン展などに参加する企業も出てきています。

### 7) ソウルデザイン ハンマダン

1988年にソウル五輪で使われた陸上競技場跡地を利用したデザインイベント用会場です。主な実績としては、昨年は9月17日～10月7日「Seoul Design Festival 2010」を開催しました。また、3カ国（韓国、日本、中国）デザイン展を2009年から継続して開催しています。各国を代表する多くの

デザイナーの方に参加していただいています。初年度のテーマは「休」、黒川雅之さんにも参加いただいた2010年のテーマは「物」でした。次回は2012年9月から10月にかけて、「情」というテーマで開催予定です。

## Q&A

**Q1:** デザイナーは韓国の若者にとって憧れの職業でしょうか。また、日本では建築やグラフィックデザイナーにはフリーで活動されている方もいますが、多くはインハウスデザイナーとして企業の中で活動している方たちです。韓国の状況はいかがでしょうか？

**A:** 一般的に1980年代生まれがデザイナーブーム世代といえます。私自身も同世代ですが、私の中高校生時代に多くの大学や大学院にデザイン学科がつけられました。でも、現在、デザイナー志望者が多すぎて、大卒者の就職は難しい状況にあります。卒業後すぐにフリーランスで活動する人もいますが、やはり、就職状況は日本とほぼ同じような状況だと思います。

**Q2:** 今日は自動車や家電などハード系のデザインの話が大部分でしたが、最近の韓国ではコンテンツ系も強いと感じています。ゲームやインターフェイスなどコンテンツ系に進む方の状況を教えてください。

**A:** たしかにコンテンツ系のデザイナーは最近、増えていますが、多くはアメリカやイギリスなど海外留学の経験者です。ただし、そういう人たちは海外の物を韓国に取り入れるよりも、韓国の歴史や伝統をデザインに活かそうと思う人が多いように思います。

▼補足： サムソン 吉田氏

ある調査によると、日本も韓国もデザインを学び社会に出る人は毎年3万人以上いるそうです。でも、日韓の人口比率は約3対1。つまり、韓国ではデザイナー密度が高いといえます。大企業では自社の業績に関わらず、毎年数10人単位で新卒者を採用しなければならないという状況があり、現在の日本の採用状況に比べ、とても多いと思います。

以上

2010年度第10回物学研究会レポート  
「Korea Design Now 韓国デザインの今」  
Kim Woo Joong 氏

Senior manager of Seoul Design Foundation, in charge of Seoul Design Support Center and  
design industry promoting project of Seoul

---

写真・図版提供

01 ; 物学研究会

編集=物学研究会事務局

文責=関 康子

- [物学研究会レポート] に記載の全てのブランド名および  
商品名、会社名は、各社・各所有者の登録商標または商標です。
- [物学研究会レポート] に収録されている全てのコンテンツの  
無断転載を禁じます。

(C)Copyright 1998~2010 BUTSUGAKU Research Institute.