

SERI 경제 포커스

2007.1.8 (125)

디자인경영의 최근 동향과 시사점

목차

FOCUS	1
1. 국내 디자인경영의 최근 동향	
2. 선도기업의 디자인경영	
3. 시사점 및 제언	
주간 금융지표	11
경제일지	12
경제통계	15

작 성: 이안재 수석연구원
(ahnjlee@seri.org)
02-3780-8089
감 수: 복득규 수석연구원
(seribok@seri.org)
02-3780-8168

1. 국내 디자인경영의 최근 동향

디자인이 '창조경영' 시대의 화두로 부상

□ 감성과 창의성의 시대를 맞아 '상상'과 '창의'를 본질적 특성으로 하는 디자인이 더욱 주목받고 있음

- 제품 차별화의 수단으로서 뿐만 아니라, 브랜드가치 제고 및 비즈니스 혁신을 위한 가장 효과적인 수단으로 인식되고 있음

- 언론매체의 '디자인' 기사가 최근 크게 증가한 것도 이러한 경향을 방증

· 종합일간지(서울)의 디자인 보도 추이¹⁾ (건):

3,159('00) → 4,145('02) → 4,769('04) → 6,685('06)

□ 국내 기업의 CEO들도 디자인을 기업경쟁력 강화의 핵심요소로 인식

- 삼성경제연구소가 CEO들을 대상으로 설문조사를 실시한 결과, 전체 응답자의 절반 이상(51.7%)이 디자인을 기업경쟁력의 핵심요소로 인식

국내 기업 CEO들의 디자인 인식

설문항목 \ 응답	매우 부정	부정	보통	긍정	매우 긍정
기업의 경쟁력은 디자인에 달려 있다고 생각한다.	10.4%	21.9%	15.9%	30.3%	21.4%
우리 회사 주력 제품(서비스)의 디자인에 만족한다.	3.5%	17.4%	49.3%	25.9%	4.0%
타사의 디자인을 모방해 보고 싶은 충동을 느낀 적이 있다.	8.5%	19.4%	21.9%	31.3%	18.9%
디자인 개발을 위해 향후 더 많은 투자를 할 계획이다.	9.5%	20.4%	19.4%	27.4%	23.4%

주: 삼성경제연구소 SERICEO 회원 201명을 대상으로 한 설문조사 결과 (2006.6.)

¹⁾ 한국언론재단 DB (2007.1.5.)

디자인경영이 산업계 전반으로 빠르게 확산

□ 제조 기업들은 대기업을 중심으로 90년대부터 디자인경영을 추진

- 삼성전자, LG전자 등 제조 대기업들은 이미 글로벌 디자인체제를 구축하고 디자인리더십 확보, 아이덴티티 구축 등 디자인경영 고도화를 추진
- 디자인중심 프로세스 구축, 디자이너 위상 강화 등의 프로그램을 실행
- 엔유씨전자(소형가전), 웅진쿠첸(압력밥솥) 등 중소 제조업체들도 최근 디자인경영을 강화하여 높은 성과를 산출
- 엔유씨전자의 '요구르트&청국장 제조기'는 기존의 기술에 디자인을 개선한 이후 15개월 동안 매출이 1,257% 증가 (12.8억 → 161.2억)²⁾

□ 최근에는 건설, 산전(産電), 서비스 등 非제조 분야의 기업 및 공기업, 정부기관 등도 디자인경영을 도입

非제조 기업의 디자인경영 추진사례

분야	기업	디자인경영 추진내용
건설	삼성물산	- 건축, 환경, 인테리어, 커뮤니케이션, 제품 등에 Total Design 개념을 도입하여 아이덴티티 구축 - '06년 대한민국디자인대상 및 일본 굿디자인상 수상
산전	LS산전	- 디자인센터 설립 및 디자인아이덴티티 추진 - '06년 iF 디자인상 수상
소재	제일모직	- 컬러연구실 등을 설치하여 미래 디자인트렌드를 분석하고, 이를 신제품 개발에 적용하여 고객 요구에 선제적으로 대응
통신	KTF	- CI, 광고, 매장, 단말기 등 시각적 요소뿐 아니라 서비스, 비전, 문화, 프로세스 등에도 디자인 개념을 적용 - '06년 대한민국디자인대상 수상
유통	GS홈쇼핑	- 이노디자인과 제휴하여 상품, 방송, 서비스 등 홈쇼핑 전반에 걸쳐 디자인경영을 추진하며, 합작 브랜드도 개발

자료: 언론 보도기사 종합

²⁾ 한국디자인진흥원, 『제7회 대한민국 디자인경영 우수사례』, 2005

□ 기업이미지 쇄신을 위해 CI(Corporate Identity)를 교체하는 사례도 급증

- 사업구조의 변화, 새로운 도약 시도, 소비자의 감성욕구 충족 등의 이유로 '06년 상반기에만 83개의 상장기업이 CI를 교체³⁾
- 한화 TRIRCLE(변화와 성장, 사업간 시너지), 경동 NAVIEN(사업다각화 및 해외진출), 남양알로에→Univera(사업다각화) 등

□ 히트상품, 디자인공모전 수상 등의 형태로 디자인경영의 성과가 가시화

- 보르도 TV, 애니콜 울트라에디션(이상 삼성전자), 초콜릿폰(LG전자) 등 초대형 히트상품이 다수 출현
- 최근 수년간 Reddot(獨), iF(獨), IDEA(美), Good Design(日) 등 세계적인 권위의 국제 디자인공모전에서 우수한 성적을 거둠
- 삼성전자는 IDEA에서 '06년 3건을 포함, 최근 5년간 총 19건을 수상해 애플(15건)과 HP(12건)를 제치고 최다 수상실적을 기록
- LG전자는 '06년 IDEA, Reddot, iF 등 3대 디자인상에서 모두 수상
- 대기업 뿐 아니라 VK('06, Reddot), 레인콤('05, Reddot), 엠피오('06, iF), 아이레보, 온타임텍, 팬텍계열, 웅진쿵첸(이상 '07, iF) 등 중소기업의 수상 사례도 점차 증가하는 추세

디자인경영의 질적 고도화가 필요한 시점

□ 디자인의 중요성에 대한 인식은 상당히 개선되었으나, 디자인의 본질에 대한 인식이나 전략적 활용은 아직 미흡

- 지난해 헬싱키 대학의 발표에 따르면 한국의 디자인경쟁력은 세계 14위로, G7 진입을 눈앞에 둔 R&D 경쟁력과 비교할 때 개선의 여지가 큼

³⁾ 매경이코노미, "올해 CI 바꾼 기업은 어디?", 2006.12.22.

- 여전히 디자인을 '제품의 외관 꾸미기' 정도로 인식하고, 일부 프로세스에 국한된 기능적(Functional) 활동으로 이해하는 경우가 많음
- 디자인경영을 한 단계 업그레이드하여 효과를 극대화하는데 주력할 시점
 - 디자인 성공사례, 선진기업 사례 등을 연구하여 자사에 맞는 전략 수립

2. 선도기업의 디자인경영

CEO가 리드하여 디자인 중심의 경영체제를 구축

□ 디자인경영을 통해 높은 성과를 올리는 기업에는 반드시 뛰어난 디자인 안목과 강력한 의지를 가진 CEO가 존재

- 애플의 CEO 스티브 잡스는 복귀와 함께 디자인을 핵심 경영아젠다로 설정하고, 강력하게 디자인경영을 추진함으로써 회생 및 고성장을 이룸
 - 애플의 매출추이(\$ Bil.) : 8.0('00)→5.7('02)→8.3('04)→19.3('06)
- P&G의 Lafley 회장은 2000년 취임과 동시에 '디자인경영'을 선포하고, 과감한 구조조정을 하는 와중에도 디자인 부문의 전문인력은 4배로 늘림
 - P&G의 매출추이(\$ Bil.) : 40.0('00)→40.2('02)→51.4('04)→68.2('06)
- 삼성전자, LG전자 등 국내 대기업의 디자인경쟁력이 크게 높아진 것도 CEO의 강력한 디자인경영 의지가 작용했기 때문

□ 선도기업들은 대부분 디자인이 중심이 되는 경영체제를 갖추고 있음

- 디자인이 경영프로세스상의 일부가 아니라 모든 과정, 모든 요소에 참여하는 총체적 디자인(Total Design)을 추진
 - 디자인경영을 통해 V자 회복에 성공한 닛산자동차는 디자이너가 자동차 디자인 뿐만 아니라 주주총회시 임원진의 의복, 좌석배치 등에까지 관여
 - P&G는 제품 개발과정의 초기단계부터 디자이너가 함께 참여

- 디자인이 제품 개발을 주도할 수 있도록 디자인 부문의 위상을 강화
 - 애플은 소비자의 니즈에 부합하는 디자인을 먼저 만들고, 이를 구현하기 위한 기술을 개발하는 방식을 채택
 - LG전자는 지난해 모든 제품과 서비스를 디자인 중심으로 개발하는 '디자인 경영'을 선포하고, 「수퍼디자이너 제도」⁴⁾를 도입

디자인을 혁신의 수단으로 활용

□ P&G, 애플, 모토로라 등 글로벌 선도기업들은 디자인을 제품 및 비즈니스 혁신의 핵심 수단으로 활용

- 세계적인 디자인 전문업체 IDEO가 디자인 기업이라기보다 혁신기업으로 인식되는 것처럼 디자인과 혁신은 최근 들어 동의어처럼 사용되고 있음
- i-Mac, i-Pod(이상 애플), RAZR V3(모토로라), Swiffer(P&G) 등은 모두 디자인을 통해 혁신에 성공한 사례

□ 혁신의 초점은 항상 '고객'에 맞추어져 있으며, 이를 위해 디자인리서치(Design Research)에 많은 투자와 노력을 기울임

- IDEO, Design Continuum 등 혁신적인 디자인 기업들은 모두 디자인리서치를 기반으로 '고객중심의 혁신(User-Driven Innovation)'을 실현
 - 주로 『인문학, 인간공학 등 다양한 분야의 전문가로 팀 구성 → 인류학적 기법을 활용하여 고객 관찰 → 열정적인 브레인스토밍 → 빠른 프로토타이핑 → 평가 및 구현』의 프로세스 (IDEO)
- 삼성전자(UDS⁵⁾ 그룹), LG전자(라이프소프트연구소) 등 국내 대기업들도 다양한 전공의 인력들로 구성된 디자인리서치 전담조직을 운영

⁴⁾ 매년 역량이 뛰어난 1~2명의 디자이너를 선발하여 임원 수준으로 대우. (2년 임기)

⁵⁾ UDS: User-Driven Sensing

P&G의 디자인리서치 사례 : Mr. Clean MagicReach



P&G는 IDEO와 협력하여 욕실 청소용품 개발에 착수. P&G와 IDEO의 디자이너들은 각국 소비자들의 욕실청소법을 조사. 빗자루를 사용해서 벽과 샤워기를 효과적으로 청소하는 남아메리카 주부로부터 영감을 얻어 긴 막대에 핸드 클리너를 꽂아 사용할 수 있는 시제품을 제작 및 상품화(2005).

□ 최근에는 혁신문화 정착을 위해 디자인적 思考(Design Thinking)에 주목

- 글로벌 경쟁에서 살아남기 위해서는 혁신이 필요하며, 이를 위해서는 좌뇌의 분석력보다 우뇌의 상상력과 창의력이 더 중요하다는 인식에 기반
- 새로운 비즈니스와 제품을 개발할 경우 시장규모, 성장률 등을 분석하는 것보다 소비자를 이해하고 새로운 경험을 상상할 수 있는 능력이 중요
- 나이키, GM, 인텔 등의 선도기업들은 최근 혁신적인 기업을 만들기 위해 MBA 보다는 ‘디자인적 思考’를 가진 디자인스쿨 졸업생을 선호⁶⁾
- 최근에는 많은 경영대학원들이 경영교육과 디자인교육을 병행하기 시작
- P&G는 IDEO와 제휴하여 혁신체육관(Innovation Gym)을 설립, 임직원들이 '디자인적 思考(Design Thinking)'를 배양할 수 있도록 함

디자인 아이덴티티를 구축하여 브랜드가치 제고

□ 선도기업들은 기업의 철학을 반영한 고유의 디자인 아이덴티티를 구축하고 있으며, 이를 통해 고객 충성도 및 브랜드가치를 제고

- 인간이 받아들이는 정보의 83% 정도가 시각 정보이므로, 디자인을 통한 시각적 커뮤니케이션은 브랜드이미지 형성에 가장 크게 기여⁷⁾
- 이노디자인의 김영세 사장은 '디자인을 통해 기업 아이덴티티를 구축한다'는 CIPD(Corporate Identity through Product Design) 개념을 주창

⁶⁾ BusinessWeek, "The Talent Hunt", 2006.10.9.

⁷⁾ 정경원, 『(사례로 본) 디자인과 브랜드 그리고 경쟁력』, 웅진북스, 2003

- 애플, B&O, 볼보, BMW 등은 브랜드 로고를 보지 않아도 식별할 수 있을 정도로 고유한 디자인 아이덴티티를 지니고 있음
- 관리·감독 기구 설치, 디자인조직 재설계, 디자인원형 개발 등을 통해 디자인 아이덴티티를 유지 및 관리
 - IBM은 90년대부터 'Corporate Identity & Design' 부서를 설치하여 제품, 포장, 카탈로그, 매뉴얼, 건물디자인에 이르기까지 아이덴티티를 관리
 - "디자인의 역할은 브랜드 이미지를 만들어 가는 것이다"
 - 마쓰시다는 조직 재설계 및 디자인원형 개발을 통해 아이덴티티를 확보
 - 사업부 단위의 디자인 조직을 통합하여 별도의 독립조직(파나소닉 디자인社)으로 분리(사내 분사)함으로써 디자인의 통일성을 제고
 - 파나소닉 브랜드의 경우 '디자인원형'을 개발하여 모든 제품에 적용

'Clean' 스타일의 National 제품들



외부의 디자인 자원을 전략적으로 활용

- P&G, HP, Microsoft, 3M 등 글로벌 선도기업들은 대부분 전략적 판단에 따라 외부의 디자인 전문업체 및 인력을 적극 활용
 - 과거에는 주로 내부 디자인 조직의 업무부담을 해소하거나, 빠른 제품 출시를 위한 아웃소싱이 많았지만, 최근 들어 점차 제품 또는 비즈니스의 혁신을 위한 아웃소싱으로 진화해가고 있음

- 특히 'Open Innovation' 전략을 전개하는 P&G는 대부분의 디자인 혁신을 Design Continuum, IDEO 등 외부의 디자인기업과 협력하여 추진
- P&G의 대표적인 혁신상품으로 꼽히는 Pringles Prints, Swiffer, Mr. Clean MagicReach 등은 모두 디자인기업과의 협력에 의해 탄생
- 삼성전자와 LG전자도 최근 가전제품 디자인에 외부의 디자이너를 활용하여 큰 성공을 거둔 바 있음
- 지난해 앙드레김(패션디자이너, 삼성전자), 하상림(화가, LG전자) 등 타분야 전문가의 작품을 활용한 '아트(Art) 가전'이 크게 인기

내부 디자인(In-house Design)과 외부 디자인(External Design)의 장단점

	내부 디자인	외부 디자인
장점	- 비용효율성 - 접근성 및 협업 용이성 - 관리 용이성 - 기업에 대한 높은 이해	- 새로운 영감(Inspiration) 제공 - 내부 조직의 업무부담 경감 - 외부의 기술·전문가 활용 용이 - 선택 가능한 다양한 대안 제시
단점	- 창의성 및 신규아이디어 부족 (매너리즘) - 높은 업무부담 - 외부와의 단절	- 기업에 대한 이해 부족 - 접근성 및 관리 어려움 - R&D 등 타부서와의 협업 어려움 - 기업정보 유출의 잠재적 가능성 - 디자인작업에 대한 평가기술 필요 - NIH(Not-Invented-Here) 신드롬 - 디자인정체성 저하

자료: Von Stamm, Bettina, "Whose Design Is It: The Use of External Designers?", Design Journal, Vol. 1(1), 1993

□ 내부 디자이너 없이 디자인경영에 성공한 기업도 다수 존재

- 디자인 名家로 평가받는 덴마크의 오디오 전문기업 B&O는 대부분의 제품을 계약관계에 있는 프리랜서 디자이너를 활용하여 디자인
- 세계적인 주방용품 기업인 Alessi는 전세계 200여명의 유명 디자이너 및 예술가를 활용하여 독창적·예술적인 제품을 개발하고, 디자이너를 전면에 내세워 마케팅에 활용하는 전략을 채택

3. 시사점 및 제언

디자인을 새롭게 인식하고, 디자인중심의 경영체제를 구축

- 디자인을 제품의 외관을 꾸미는 하나의 기능(Function)이 아니라, 기업의 체질을 바꾸고, 고객 경험을 창출하는 핵심 전략 및 사상으로 이해

디자인에 대한 새로운 인식

관점	디자인 인식의 방향	사례
제품	외관, 소리, 촉감, 냄새 등의 오감요소 및 인터랙션(Interaction), UI, 소재 등이 모두 디자인 대상	할리데이비슨(엔진음) BMW(냄새)
고객	제품을 구매해서 폐기하기까지 고객이 경험하게 되는 모든 요소와 과정이 디자인의 대상	필립스(친환경디자인) 스타벅스(서비스디자인)
기업	사옥, 공간, 조직, 보고서 등 기업을 구성하는 모든 요소가 디자인의 대상	포스코사옥(철과 유리) GE 등(Annual Report)
프로세스	제품개발과정의 일부분이 아니라 제품개발 전과정 및 전략수립 등 경영활동에도 디자인이 참여	닛산, P&G, 다이하쓰 등
활용	제품차별화의 수단일 뿐 아니라 브랜드가치 제고, 제품·비즈니스 혁신, 혁신문화 구축의 수단	P&G(혁신제품·혁신문화) B&O(브랜드가치 제고)

- 디자인경영이 기업에 뿌리내릴 수 있도록 제반 시스템을 재정비 및 개선

- 디자인중심 경영이 효율적으로 추진될 수 있도록 의사결정체계, 조직구조 및 역할, 제품개발 프로세스, 인사·교육시스템 등 제반 시스템을 정비
- 디자인경영으로 성공을 거두고 있는 선진기업의 사례를 벤치마킹
- LG전자의 「수퍼디자이너 제도」와 같이 디자인경영을 촉진시킬 수 있는 다양한 프로그램을 개발하는 것도 좋은 방법

- 내부에 디자인 조직을 갖추고 있지 않거나, 역량이 부족한 기업도 외부의 디자인 자원을 활용하여 디자인경영을 할 수 있음을 명심

디자인을 비즈니스 혁신의 핵심 도구(Tool)로 활용

□ 제품·서비스 혁신 및 새로운 비즈니스를 창출하는 핵심 수단으로 디자인 (思考, 프로세스, 인력)을 활용

- RAZR 휴대폰, i-Mac 컴퓨터 등 최근 들어 부쩍 증가한 혁신 성공사례들은 디자인이 비즈니스 혁신의 최적 해법이 될 수 있음을 증명
 - 혁신의 초점이 점차 '기술(Technology)'에서 '디자인'으로 이전하는 추세
- 고객 중심의 디자인 프로세스와 우뇌가 발달한 디자이너는 제품·서비스 혁신 뿐 아니라 새로운 비즈니스를 창출하는데도 매우 유용
- 단, 모든 혁신의 시작과 끝은 반드시 '고객'에 맞추어져야 함
 - 끊임없이 고객을 연구하고, 상상력과 창의력을 발휘하여 고객에게 새로운 경험을 제공하기 위해 노력

□ 디자인적 사고(Design Thinking)를 기업 전반에 전파하여 혁신적인 기업 문화를 정착

- P&G 등의 사례에서 보듯이 혁신적인 제품과 비즈니스가 창출되기 위해서는 혁신적인 기업문화가 기반이 되어야 하며, 이는 디자인적 사고의 확산을 통해 이루어질 수 있음
- 또한 디자인경영은 디자이너 뿐 아니라 기획자, 엔지니어 등 모든 구성원이 디자인 마인드를 가지고 동참해야 효과가 배가될 수 있음
- 따라서 디자인 교육·체험 프로그램 도입, 우뇌형 인재 확보 등을 통해 디자인적 사고가 조직 전반에 확산될 수 있도록 해야 함

<以上>

금리 : 미국 장기금리 하락과 부진한 주식시장의 여파로 인해 소폭 하락

	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5
회사채(AA-)	휴장	5.30	5.27	5.28	5.25
회사채(BBB-)		8.09	8.06	8.07	8.04
국고채(3년물)		4.93	4.90	4.91	4.88
콜금리		4.48	4.51	4.70	4.68

자료 : 한국증권업협회, 한국자금중개

환율 : 달러화에 대해 원화와 유로화는 약세인 반면, 엔화는 소폭 강세

	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5
원/달러	929.8	925.6	926.1	931.3	934.2
엔/달러	119.05	118.86	119.43	118.92	118.77
달러/유로	1.3201	1.3281	1.3167	1.3094	1.2998
원/100엔	781.02	778.73	775.43	783.13	786.56

자료 : 한국은행, Datastream

주가 : 대량의 프로그램 순매도와 북한 핵실험준비 보도로 급락

구 분		1.1	1.2	1.3	1.4	1.5
거래소	KOSPI(p)	휴장	1435.26	1409.35	1397.29	1385.76
	거래량(만주)		14,773	20,321	24,117	27,729
	시가총액(조원)		705.33	692.68	686.78	681.19
	외국인순매수(억원)		194	-561	-907	-175
코스닥지수(p)			608.72	602.69	603.94	602.35

자료 : 한국증권선물거래소, 코스닥시장본부

(1. 8 ~ 1. 12)

1. 8. (월)

- 국내 보도자료: 2006년 11월 사이버쇼핑몰 통계조사 결과 (통계청)
- 2006년 12월 및 연중 생산자물가 동향 (한국은행)

1. 9. (화)

- 국내 보도자료: 2006년 11월 중 광의유동성 동향 (한국은행)

1. 10. (수)

- 국내 보도자료: 2006년 12월 고용동향 (통계청)
- 해외 보도자료: 미국, 2006년 11월 상품·서비스 수지 (상무부)

1. 11. (목)

- 해외 보도자료: EU, 2007년 1월 ECB 기준금리 (ECB)
- 일본, 2006년 11월 경기동행지수 (내각부)

(1. 1 ~ 1. 5)

1. 1 (월) · 미국: 2006년 11월 건설 지출 부동산 둔화여파로 3개월 연속 감소세 유지 - 11월 건설 지출 전월 대비 0.2% 감소한 1조 1,840억 달러 기록
1. 2 (화) · 미국: 노동부 발표, 12월 시급 전월대비 0.5% 상승한 17.04 달러 기록 12월 비농업 부문 고용창출 167,000개 기록
1. 3 (수) · 미국: ISM 공급관리자협회 보고, 12월 제조업 지수 50.0로 다소 상승
1. 4 (목) · 남미: 브라질 Ibovaespa 지수 0.96% 하락한 44,020 포인트 기록 멕시코 IPC 지수 0.2% 하락 26,566.28 포인트 하락
1. 5 (금) · 미국: 다우지수 82.68 포인트 하락, 12398.01 기록 10년 만기 채권 2.19 달러 하락, 30년 만기 채권 수익률 4.74%로 하락

1. 1 (월) · EU: 슬로베니아, 13번째로 EMU 가입- 유로를 공식통화로 채택 · EU: 독일, 상반기 각료이사회 의장국 수행 시작 · EU: 루마니아와 불가리아, EU 가입
1. 2 (화) · 독일: 연방통계청, 2006년 고용증가율 전년비 0.7% 발표 - 2000년 이후 최고증가율
1. 3 (수) · 영국: 영국회사 '플라스틱 로직', 세계 최초로 실리콘 아닌 플라스틱 반도체 공장 독일에 설립 예정
1. 4 (목) · EU: Eurostat, 2006년 12월 유로지역 연간 인플레이션 1.9%로 전망
1. 5 (금) · 영국: 2006년 12월 CIP지수(서비스경기 지수) 60.6으로 1997년 6월 이후 최고치

1. 1 (월) · 일본 중앙은행 2007년 실질 경제성장률 2.1%로 예상한 반면 미쓰비시종합연구소와 미즈호종합연구소 등 15개 민간 연구기관 평균 전망치는 1.9% 기록
1. 2 (화) · 일본 게이단렌 일본 경제 향후 10년간 실질 국내총생산 증가율을 연율 2.2%으로 전망
1. 3 (수) · 1947년에서 49년 사이에 태어난 단카이 세대 올해부터 680만명 퇴직 - 노동력 부족 및 소비시장에 큰 영향을 줄 것으로 예상
1. 4 (목) · 소니와 이스트만 코닥 특허권 분쟁을 양측 모두 특허 이용 권한을 주는 교차 라이선싱 계약을 체결한 것으로 해결
1. 5 (금) · 2006년 연말 기준 증권업 등록업체 및 투자신탁사 전년 대비 8% 증가한 307개, 121개로 사상최대 기록

1. 1(월) · 베트남: 2007년 수출목표를 작년 대비 16.7% 증대한 475억 4000만 달러로 설정
1. 2 (화) · 베트남: 달러 대비 동화의 일일 환율변동폭을 종전 +/-0.25%에서 +/-0.5%로 확대
1. 3 (수) · 말레이시아: 외국인 투자자 유치를 위해 외환 위기 당시 금지했던 주식 공매를 70개 종목에 한해 제한적 허용
1. 4 (목) · 태국: 외국인 투자법 개정 앞서 유예 기간을 1년으로 책정 - 현재 외국인은 태국기업의 지분의 49%까지만 보유할 수 있도록 제한되어 있으나 외국인 투자자가 지분을 50% 이상 확보하면 외국기업으로 분류하는 것으로 개정
1. 5 (금) · 싱가포르: 2006년 4분기 국내총생산 증가율 연율 7.6% 기록

◆ 거시지표 ◆

	경제 성장률	소비자 태도지수	물가		고용		금융동향					
			생산자	소비자	실업률	임금 (제조업, 실질)	통화(평잔기준)		회사채수익률 (평균)	어음부도율		주가지수
							M2	M3		전국	서울	
	전년동기대비(%)	포인트 (p)	전년동월대비(%)	기간 중 평균(%)	전년동월대비(%)	전년동기대비(%)	%	%	%	기말기준		
2001	3.8	43.7	-0.5	4.1	4.0	1.7	6.9	9.6	7.1	0.23	0.23	693.7
2002	7.0	47.3	-0.3	2.7	3.3	8.9	11.5	12.9	6.6	0.06	0.05	627.6
2003	3.1	44.6	2.2	3.6	3.6	5.0	7.9	8.8	5.4	0.08	0.06	810.7
2004	4.7	43.3	6.1	3.6	3.7	5.7	4.6	6.1	4.7	0.06	0.04	895.9
2005	4.0	46.9	2.1	2.7	3.7	5.2	6.9	7.0	4.7	0.04	0.03	1,379.4
2005. 12			1.7	2.6	3.5	-1.7	7.0	7.4	5.5	0.02	0.01	1,379.4
2006. 1			2.1	2.8	3.7	21.2	7.3	7.2	5.5	0.02	0.01	1,399.8
2	6.1	51.2	1.7	2.3	4.1	-13.4	7.2	7.4	5.3	0.02	0.01	1,371.6
3			1.4	2.0	3.9	3.7	6.6	7.0	5.3	0.02	0.01	1,359.6
4			1.5	2.0	3.5	1.7	6.8	7.4	5.2	0.02	0.01	1,419.7
5	5.3	49.3	2.6	2.4	3.2	5.4	7.1	7.6	5.1	0.02	0.01	1,317.7
6			3.2	2.6	3.4	1.1	7.7	7.3	5.2	0.02	0.01	1,295.2
7			2.8	2.3	3.4	3.6	7.7	7.3	5.2	0.02	0.01	1,297.8
8	4.8	45.4	3.4	2.9	3.4	2.3	7.5	7.4	5.1	0.03	0.02	1,352.7
9			3.1	2.4	3.2	-2.5	9.0	7.9	5.0	0.03	0.02	1,371.4
10			1.9	2.1	3.3	10.9	10.1	8.8	4.9	0.04	0.03	1,364.6
11	..	44.3	1.9	2.2	3.2	..	..	..	5.1	0.03	0.02	1,432.2
12			2.2	2.1	..	..	..	..	5.2	..	..	1,434.5

주 : 회사채수익률은 AA- 기준. 단 2000년 10월 이전은 A+ 기준.

◆ 산업활동 ◆

	경기종합지수		소매액 지수			국내기계수주	국내건설 수주	산업활동				
	선행지수	동행순환 변동치	총지수	백화점	할인점			평균 가동률	제조업생산			
									전체	반도체	자동차	선박
	2000=100 (평균)		전년동월대비 증감률 (%)					(%)	전년동월대비 증감률 (%)			
2001	101.3	99.1	7.4	5.9	27.1	-1.0	22.1	75.3	0.2	1.6	-2.6	25.5
2002	112.1	101.2	10.5	5.6	22.6	21.0	33.0	78.4	8.2	31.2	8.8	1.0
2003	114.6	100.3	-3.1	-5.4	9.2	-8.7	19.3	78.3	5.4	26.3	3.4	11.4
2004	119.8	100.4	-0.8	-4.8	6.2	6.8	-3.9	80.4	10.5	40.5	9.1	13.5
2005	124.7	99.4	3.9	3.1	8.3	1.5	9.5	79.8	6.2	24.8	7.2	8.6
2005. 11	128.3	99.9	6.8	2.4	9.6	11.7	3.2	82.1	12.0	43.3	15.4	1.7
12	129.5	100.1	9.6	19.8	13.9	42.8	-17.0	79.4	11.0	45.4	9.6	6.3
2006. 1	130.8	100.8	8.7	10.0	21.7	2.0	10.9	83.5	7.1	40.4	1.8	-14.9
2	130.9	100.5	0.9	6.2	-9.3	38.7	22.2	80.9	21.6	40.7	41.7	20.5
3	130.9	100.5	5.2	7.1	7.6	-0.1	-34.5	81.5	10.5	38.5	16.6	-3.1
4	130.5	100.0	5.1	6.7	9.8	15.3	-18.8	79.0	10.2	42.4	10.3	-15.0
5	130.6	99.9	5.8	5.3	10.1	12.6	-17.9	80.6	12.6	42.5	14.2	9.5
6	130.7	99.8	5.6	4.5	7.0	34.8	-7.7	82.0	11.4	41.1	4.3	8.7
7	130.9	99.0	-1.3	1.8	7.6	-2.7	7.3	76.8	4.8	38.7	-31.0	15.7
8	131.3	99.2	3.5	-2.6	12.8	15.2	14.9	80.7	11.0	31.6	12.9	27.6
9	132.3	99.6	4.7	0.4	-3.5	34.7	94.1	84.1	17.0	28.2	64.3	36.6
10	133.3	100.8	4.6	-1.9	16.1	35.1	1.5	81.5	4.8	27.9	5.5	12.5
11	134.2	101.1	4.1	1.9	8.4	11.5	44.2	82.4	6.5	22.4	6.7	20.6

주 : 반도체는 2006년 7월로 통계청 DB내 '반도체 및 기타 전자'로 명칭이 변경되었음.

[illegible]

◆ 국제수지 및 외환 ◆

	경상수지				자본수지			외환 보유액	환율		총대외지불부담	
	경상 수지	상품 수지	서비스 수지	소득 수지	자본 수지	직접 투자	증권 투자		원/달러	원/엔	총외채	순채권
	백만 달러 (In Million dollars)								기말기준		억 달러(기말기준)	
2001	8,033	13,488	-3,872	-1,198	-3,391	1,108	6,583	102,821	1,326.1	1,009.40	1,287	347
2002	5,394	14,777	-8,198	432	6,252	-224	709	121,413	1,200.4	1,012.87	1,415	420
2003	11,950	21,952	-7,424	326	13,909	100	17,907	155,352	1,197.8	1,119.60	1,576	717
2004	28,174	37,569	-8,046	1,083	7,599	4,588	8,619	199,066	1,043.8	1,012.07	1,723	1,119
2005	14,981	32,683	-13,658	-1,563	4,757	2,010	-1,728	210,391	1,013.0	859.90	1,898	1,188
2005. 12	280	1,668	-1,435	336	645	671	35	210,391	1,013.0	859.90		
2006. 1	91	1,478	-1,644	571	3,628	-319	610	216,933	971.0	824.94		
2	-783	837	-1,808	419	2,110	190	2,207	215,950	969.0	833.80	2,037	1,188
3	-427	2,907	-1,544	-1,472	786	-1,178	-1,380	217,344	975.9	831.72		
4	-1,608	1,884	-1,346	-1,877	4,863	585	-3,180	222,890	945.7	828.29		
5	1,360	2,815	-1,355	387	513	126	-7,880	224,689	947.4	842.21	2,301	1,058
6	941	2,715	-1,179	-159	-1,692	70	-3,117	224,357	960.3	834.03		
7	-393	1,619	-1,744	44	1,730	-114	-3,669	225,716	953.1	830.23		
8	-638	1,443	-2,087	312	1,235	-663	-4,448	227,025	959.6	820.28	2,494	966
9	1,406	3,165	-1,553	253	1,809	-2,879	722	228,224	945.2	802.21		
10	1,760	2,686	-1,193	461	-2,264	-58	-614	229,461	944.2	803.47		
11	4,238	5,713	-1,426	236	436	126	-654	234,257	929.9	798.99	..	..
12	..	..	..	..	..	..	..	238,956	929.6	781.83		

《 주요국 통계 》

[미국]

	성장률(실질) ¹⁾	산업생산지수 ²⁾	소비자물가 ¹⁾	실업률	수출	수입	경상수지	금리(평균) ³⁾	주가(기말) ⁴⁾
	%	%	%	%	10억달러	10억달러	10억달러	(%)	'20=100
2001	0.8	-3.6	2.8	4.8	1,007	1,365	-386	1.75	10,021
2002	1.9	-0.3	1.6	5.8	975	1,397	-474	1.25	8,341
2003	3.0	0.0	2.3	6.0	1,020	1,517	-531	1.00	10,453
2004	4.4	4.1	2.7	5.5	1,147	1,764	-617	2.25	10,783
2005	3.6	3.0	3.4	5.1	1,161	1,822	-661	3.22	10,783
2005. 4/4	1.7	3.1	3.2	4.9	1103	1753	-649	3.9	10615
2006. 1/4	5.6	3.4	2.2	4.7	1148	1784	-636	4.5	10996

주: 1) 전년동기대비, 2) 전분기 대비 연율, 3) 연방기금금리, 4) 다우지수

[일본]

	성장률(실질) ¹⁾	산업생산지수 ¹⁾	소비자물가 ¹⁾	실업률	수출	수입	경상수지	금리 (기말) ²⁾	환율 (기말) ³⁾	외환보유고 (기말)	주가 (기말) ⁴⁾
	%	%	%	%	100억엔	100억엔	100억엔	%	¥/\$	억달러	
2001	0.2	-6.8	-0.8	5.0	4,898	4,242	1,065	1.85	131.50	4,020	10,543
2002	-0.3	-1.3	-0.9	5.4	5,211	4,223	1,414	1.65	119.33	4,697	8,579
2003	1.8	3.3	-0.3	5.3	5,455	4,436	1,577	1.70	106.95	6,735	10,677
2004	2.3	5.3	-0.1	4.7	6,117	4,922	1,862	1.55	103.76	8,445	11,489
2005	2.6	1.5	-0.1	4.4	6,566	5,695	1,826	1.85	117.45	8,469	16,111
2005. 4/4	3.7	3.6	0.1	4.4	1,816	1,584	475	1.85	117.45	8,469	16,111
2006. 1/4	3.8	2.8	0.5	4.1	1,767	1,611	532	2.10	117.42	8,520	17,089

주: 1) 전년동기대비, 2) 장기프라임레이트, 3) 도쿄시장 현지 종가 기준, 4) 日經평균주가

[EMU 12개국]

	성장률(실질) ¹⁾	산업생산지수 ¹⁾	소비자물가 ²⁾	실업률	수출	수입	경상수지	금리 (평균) ³⁾	환율 (평균)	대외준비 (기말)	주가 (기말) ⁴⁾
	%	%	%	%	억유로	억유로	억유로	%	\$/유로	억달러	
2001	1.7	0.4	2.3	7.9	10,617	10,139	-33	5.03	0.896	3,461	3,806
2002	0.9	-0.6	2.3	8.3	10,829	9,839	645	4.92	0.946	3,837	2,386
2003	0.7	0.3	2.1	8.7	10,584	9,888	204	4.16	1.132	3,869	2,761
2004	2.1	2.0	2.2	8.9	11,507	10,785	467	4.14	1.342	3,807	2,951
2005	1.3	1.4	2.2	8.6	12,363	12,141	-288	3.44	1.245	3,370	3,579
2005. 4/4	0.3	0.5	2.4	8.3	3,324	3,335	-123	3.42	1.189	3,343	3,579
2006. 1/4	0.6	0.2	2.3	8.1	3,256	3,371	-114	3.56	1.199	..	3,854

주: 1) 전기대비, 2) 전년동기대비, 3) 국채수익률, 4) 기간평균치, 5) 다우존스 Euro Stoxx 50지수

[독일]

	성장률(실질) ¹⁾	산업생산지수 ¹⁾	소비자물가 ²⁾	실업률	수출	수입	경상수지	금리 (평균) ³⁾	환율 (평균)	대외준비 (기말)	주가 (기말) ⁴⁾
	%	%	%	%	억유로	억유로	억유로	%	\$/유로	억달러	
2001	1.2	-0.4	2.0	9.4	6,383	4,052	33	4.7	0.896	820	5,160
2002	0.1	-1.2	1.4	9.8	6,513	4,052	482	4.6	0.946	891	2,893
2003	-0.1	0.1	1.0	10.5	6,645	4,052	452	3.8	1.132	968	3,965
2004	1.6	2.4	1.7	10.6	7,311	5,742	835	3.7	1.342	972	4,256
2005	0.9	3.0	1.9	11.6	7,861	6,258	922	3.2	1.245	865	5,408
2005. 4/4	0.0	0.4	2.2	11.4	2,067	1,720	206	3.4	1.189	850	5,408
2006. 1/4	0.4	-0.3	2.0	11.3	2,156	1,759	..	3.6	1.199	..	5,970

주: 1) 전기대비, 2) 전년동기대비, 3) 국채수익률, 4) 기간평균치, 5) DAX 지수(1987.12.30=1,000)

[영국]

	성장률(실질) ¹⁾	산업 생산지수 ¹⁾	소비자물가 ²⁾	실업률	수출	수입	경상수지	금리 (평균) ³⁾	환율 (평균)	대외준비 (기말)	주가 (기말) ⁴⁾
	%	%	%	%	억파운드	억파운드	억파운드	%	파운드/\$	억달러	
2001	2.2	-1.5	1.2	3.2	1,900	2,307	-221	4.91	1.4403	404	5,217
2002	2.0	-2.5	1.3	3.1	1,865	2,335	-165	4.48	1.5037	428	3,940
2003	2.5	-0.5	1.4	3.0	1,886	2,364	-168	4.77	1.9300	461	4,391
2004	3.2	0.8	1.3	2.7	1,909	2,512	-230	4.48	1.6337	497	4,814
2005	1.8	-1.9	2.1	2.8	2,102	2,758	-319	4.03	1.8195	605	5,619
2005. 4/4	0.6	0.0	2.1	2.8	560	739	-109	4.19	1.7480		5,619
2006. 1/4	0.6	0.2	1.9	2.9	595	784	..	4.09	1.7521	..	5,964

주: 1) 전기대비, 2) 전년동기대비, 3) 국채수익률, 4) 기간평균치, 5) FTSE 100지수(1984.1.3=1,000)

[프랑스]

	성장률(실질) ¹⁾	산업 생산지수 ¹⁾	소비자물가 ²⁾	실업률	수출	수입	경상수지	금리 (평균) ³⁾	환율 (기말)	대외준비 (기말)	주가 (기말) ⁴⁾
	%	%	%	%	억유로	억유로	억유로	%	\$/유로	억달러	
2001	2.1	1.1	1.6	8.7	3,324	3,321	234	4.87	0.896	586	4,625
2002	1.3	-1.1	1.9	9.1	3,310	3,244	141	4.39	0.946	617	3,064
2003	0.9	-0.6	2.1	9.8	3,232	3,212	69	4.34	1.132	708	3,558
2004	2.1	2.0	2.1	10.0	3,400	3,484	-63	4.10	1.342	774	3,821
2005	1.4	0.2	1.7	9.9	3,572	3,792	-328	3.41	1.245	655	4,715
2005. 4/4	0.3	0.0	1.7	9.7	916	985	-99	3.39	1.189	647	4,715
2006. 1/4	0.5	0.2	1.8	9.6	952	1,018	..	3.58	1.199	..	5,221

주: 1) 전기대비, 2) 전년동기대비, 3) 국채수익률, 4) CAC 40 Index(1987. 12. 31=1,000)

[중국]

	성장률(실질) ¹⁾	산업생산지수 ¹⁾	소비자물가 ¹⁾	실업률	수출	수입	경상수지	금리 (기말) ²⁾	환율 (기말)	외환보유고 (기말)	주가 (기말) ³⁾
	%	%	%	%	억달러	억달러	억달러	%	元/\$	억달러	%
2001	7.3	9.9	0.7	3.4	2,662	2,436	174	5.85	8.2766	2,122	171.53
2002	8.0	12.6	-0.8	4.0	3,256	2,953	354	5.31	8.2800	2,864	113.51
2003	9.3	16.7	1.2	4.3	4,385	4,131	459	5.31	8.2767	4,033	104.94
2004	9.5	16.3	3.9	4.3	5,936	5,608	687	5.58	8.2765	6,099	75.65
2005	9.9	15.9	1.8	4.2	7,621	6,602	1,608	5.58	8.0682	8,189	62.02
2005. 4/4	9.9	16.4	1.4	4.2	2,156	1,821	..	5.58	8.0682	8,189	62.02
2006. 1/4	10.3	16.7	1.2	..	1,937	1,740	..	5.85	8.0330	8,751	88.31

주: 1) 전년동기비, 2) 1년만기 대출금리, 3) 상하이 B주 지수

[대만]

	성장률(실질) ¹⁾	공업생산증가율 ¹⁾	소비자물가 ¹⁾	실업률	수출	수입	경상수지	금리 (기말) ²⁾	환율 (기말)	외환보유고 (기말)	주가 (기말) ³⁾
	%	%	%	%	억달러	억달러	억달러	%	TW\$/\$	억달러	%
2001	-2.2	-7.3	0.0	4.2	1,228	1,072	188	7.377	35.04	1,222	5,551
2002	3.9	6.4	-0.2	5.2	1,306	1,126	257	7.100	34.60	1,617	4,452
2003	3.3	7.2	-0.3	5.0	1,442	1,273	287	3.429	33.93	2,066	5,890
2004	5.8	9.8	1.6	4.4	1,740	1,679	190	3.516	31.74	2,417	6,139
2005	4.1	3.2	2.3	4.1	1,894	1,816	162	3.845	32.14	2,532	6,548
2005. 4/4	6.4	9.4	2.4	4.0	548	467	91	3.845	32.14	2,532	6,548
2006. 1/4	4.9	8.4	1.3	3.9	499	470	64	3.896	32.42	2,571	6,614

주: 1) 전년동기대비, 2) 프라임레이트, 3) 가권지수

[홍콩]

	성장률(실질) ¹⁾	제조업 생산증가율 ¹⁾	소비자물가 ¹⁾	실업률	수출	수입	경상수지	금리 (평균) ²⁾	환율 (기말)	외환보유고 (기말)	주가 (기말) ³⁾
	%	%	%	%	억달러	억달러	억달러	%	HK\$/\$	억달러	
2001	0.6	-4.4	-1.6	5.1	1,899	2,011	98	5.125	7.799	1,112	11,397
2002	2.3	-9.8	-3.0	7.3	2,003	2,080	124	5.000	7.799	1,119	9,321
2003	3.3	-9.2	-2.6	7.9	2,237	2,322	162	5.000	7.799	1,184	12,576
2004	8.1	2.8	-0.5	6.9	2,591	2,711	160	5.000	7.799	1,236	14,230
2005	7.3	2.3	1.1	5.7	2,894	2,999	216	7.750	7.755	1,243	14,876
2005. 4/4	7.5	5.9	1.2	5.3	779	799	..	7.755	7.755	1,234	14,876
2006. 1/4	8.2	..	1.6	5.2	692	740	..	8.250	7.759	1,259	15,805

주: 1) 전년동기대비, 2) 프라임레이트, 3) 항셱지수