

산업디자인 개발의 표준품셈

[시각-브랜드디자인]

2020. 02.

[사]한국디자인산업연합회

목 차

제 1 장. 총칙

1-1. 목적	1
1-2. 적용 분야	1
1-3. 용어의 정의	1
1-4. 산업디자이너 등급 기준	2
1-5. 직접경비 항목	2
1-6. 디자인 분야별 난이도 정의	3
1-7. 표준 업무 기준	4
1-8. 대가 산정 순서	5

제 2 장. 브랜드디자인

2-1. 브랜드디자인의 개요	7
2-2. 업무 범위 및 추진절차	7
2-3. 난이도별 디자인개발 범위 및 특징	7
2-4. 난이도별 세부업무 단계	8
2-5. 난이도별 표준품셈	9

부록 1. 산업디자인 개발의 대가 기준	13
2. 단계별 업무 내용	18

제1장 총 칙

1-1. 목적	1
1-2. 적용 분야	1
1-3. 용어의 정의	1
1-4. 산업디자이너 등급 기준	2
1-5. 직접경비 항목	2
1-6. 디자인 분야별 난이도 정의	3
1-7. 표준 업무 기준	4
1-8. 대가 산정 순서	5

제1장 총 칙

1-1 목적

산업디자인 개발의 적정대가(사업비)를 산정할 수 있는 기준을 설정하여, 디자인의 질적인 향상을 도모하고, 디자인 기획 및 개발, 사후관리 등에 경제성, 안정성을 부여하며, 아울러 국가 산업 발전에 기여할 수 있도록 「산업디자인진흥법」 제9조 제2항의 규정에 부합되는 기준을 정하는 데 그 목적이 있다.

1-2. 적용 분야

산업디자인 개발에 관련된 공공사업의 발주 구분 사업자 등록 분류 기준에 따라 제품, 시각(브랜드, 편집), 패키지, 서비스·경험 디자인 4개의 분야에 적용한다.

- 1) 제품디자인
- 2) 시각디자인 - (브랜드, 편집)
- 3) 패키지디자인
- 4) 서비스·경험 디자인

1-3. 용어의 정의

- 1) “실비정액가산방식”이란 직접인건비, 직접경비, 제경비, 창작료와 부가가치세를 합산하여 대가를 산출하는 방식을 말한다.
- 2) “직접인건비”란 당해 산업디자인 개발에 직접 투입되는 ‘디자이너’의 인건비로 투입인원수와 품셈, 디자이너 등급별 노임단가 곱하여 계산한다.
- 3) “투입인원수”란 직접인건비를 산정하기 위해 당해 산업디자인 개발 업무에 투입된 디자이너의 인원수를 말한다.
- 4) “노임단가”란 등급별 디자이너 1인/일 (8시간 기준) 평균 임금으로 매년 표준품셈 관리기관의 디자이너 등급별 노임단가 실태조사 결과를 따른다.
- 5) “직접경비”란 당해 업무와 관련이 있는 경비로서 산업디자인 개발 사업에 발생하는 직접경비를 대가 산정 시 실제 소요비용을 산출하여 산정한 후, 계약 종료 이후에 정산할 수 있다.
- 6) “제경비”란 제경비란 직접비(직접인건비 및 직접경비)에 포함되지 아니하는 비용으로 업무관리비, 일반관리비 등의 간접비를 말하며 해당 사업에 디자이너로서 직접 참여하지 아니하는 임원 및 관리 직원 등의 급여, 사무실비, 광열수도비, 사무용 소모품비, 비품비, 통신운반비, 제세공과금, 운영활동비용, 복리후생비 및 소프트웨어 유지관리비 등을 포함하는 것을 말한다.
- 7) “창작료”란 디자인 결과물에 대한 창작 가치와 사업 수행을 통해 발생한 이익을 포괄, 타 영역의 기술료를 대체하여 디자인산업만이 가지는 의미로 적용한다.
- 8) “난이도”란 업무 혁신도, 업무 범위, 최종 디자인 결과물의 제작 난이도가 달라진다. 이에 따라 개발 기간, 수행하는 세부업무가 증가한다.

1-4. 산업디자이너 등급 기준

분류	경력기준	학력기준	자격기준
총괄 디자이너	실무경력 20년 이상	-	
특급 디자이너	실무경력 16년~20년 미만	-	
고급 디자이너	실무경력 12년~16년 미만	-	<ul style="list-style-type: none"> 기술사자격 소지자
중급 디자이너	실무경력 8년~12년 미만	-	
초급 디자이너	실무경력 4년~8년 미만 (디자인 박사 학위 2년, 석사 학위 1년 인정)	-	
보조 디자이너	보조디자이너 자격 취득 후 실무경력 1년~4년 미만	디자인 전공자	<ul style="list-style-type: none"> 기사 자격 소지자 산업기사 자격소지자 2년 이상 실무 경력자 기능사 자격소지자 4년 이상 실무 경력자
		준 전공자	
		비 전공자	

1-5. 직접경비 항목

직접경비 항목	정의
인쇄비	제출문서의 인쇄비 및 복사비 등을 포함한 비용
자료조사비	문헌, 전문도서 구입 및 시장조사비, 각종 리서치비 등을 포함한 비용
위탁비(외주비)	프로젝트 내용의 일부를 외부에 위탁하는 경우에 소요되는 비용
모형제작비	목업 및 프로토타입 등의 모형을 제작할 때 소요되는 비용
시안비	시각물 제작 방향을 결정하기 위한 샘플 제작 비용
프리 프로덕션비	최종 제작 전, 인쇄 및 후가공 확인을 위한 프로토타입 제작 비용
시험 및 인증비	결과물에 대한 각종 시험 비용 및 인증 비용
여비	운임(철도, 선박, 항공, 자동차), 현지교통비, 숙박비 등을 포함한 비용
장비비	해당 프로젝트 수행을 위해 특별히 구입 및 임대하는 장비의 비용
전문가 활용비	해당 프로젝트에 필요한 전문가 자문 및 활용 비용 (일러스트레이션, 캘리그래피, 번역, CG 포함)
재료비	해당 프로젝트에 직접적으로 소요되는 재료의 비용
특허출원비	실용신안, 특허, 상표출원 등에 소요되는 비용
지식재산권구입비	이미지 / 사진 구입비용, 특허 사용료, 노-하우 사용료, 폰트 구입비용 등을 포함한 비용
회의비	프로젝트에서 직접적으로 소요되는 식사비등을 포함한 비용
소프트웨어 사용료	해당 프로젝트 수행을 위해 특별히 요구되는 소프트웨어의 사용 비용 (서체 사용료 포함)
사진촬영비	작가료, 모델료, 스타일리스트, 스튜디오 렌트료 등을 포함한 촬영 비용

1-6. 디자인 분야별 난이도 정의

산업디자인 개발 용역은 업무 혁신도, 업무 범위, 최종 디자인 결과물에 따라 업무 난이도가 달라지며 이에 개발 기간 및 투입 업무량(표준품셈)이 증가하여 직접인건비에 영향을 준다.

난이도에 영향을 주는 요소는 다음과 같다.

- 1) 업무 혁신도 : 과업이 요구하는 디자인 창작의 정도를 말하며, 디자인 기획 단계의 조사를 고려해 업무 난이도에 영향을 준다.
- 2) 업무 범위 : 과업이 요구하는 업무의 범위이며, 범위가 커질수록 개발 기간 및 투입 인원이 증가함.
- 3) 최종 디자인 결과물 : 과업이 요구하는 디자인 결과물의 정도에 따라 난이도에 영향을 준다.
- 4) 디자인 용역의 난이도는 S > A > B 3-단계로 분류하며, 디자인 분야의 난이도 별 개발 범위 및 특징은 다음과 같이 정의한다.

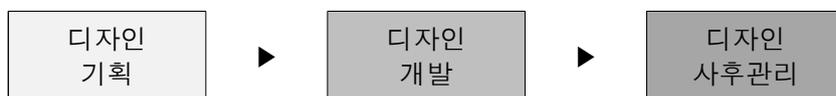
분야	난이도	개발 범위	특징
제품디자인	S난이도	선행디자인 / 새로운 컨셉의 혁신 제품디자인	신기술 및 SPEC 사양이 30% 이상 확정된 상태 디자인 혁신 정도가 '上' 인 혁신 제품
	A난이도	신규 제품디자인	SPEC 사양이 60% 이상 확정된 상태로 디자인 혁신 정도가 '中' 인 신규 제품 (* 적용 SPEC 도면 제공 필수)
	B난이도	기존 개발 제품을 부분적으로 개선하는 제품디자인	SPEC 사양이 90% 이상 확정된 상태로 디자인 혁신 정도가 '下' 인 개발된 제품의 폼-팩터와 동일한 제품 (*기존 제품의 외형도면(2D or 3D)을 제공 필수)
시각디자인 (Brand Identity)	S난이도	전략에서부터 디자인까지 모두 필요한 프로젝트로, 새로운 베이직디자인 시스템과 어플리케이션 디자인 (25개 이상)	베이직 디자인 시스템 리뉴얼로 소비자 조사 및 트렌드 등 전략적 조사를 통해 새로운 방향성을 검토하고, 결과에 따라 새로운 디자인이 필요한 프로젝트
	A난이도	새로운 베이직디자인 시스템과 어플리케이션 디자인 (15~24개)	CI 또는 브랜드 리뉴얼디자인 중 베이직디자인의 전체적인 요소를 검토, 현 디자인 트렌드에 맞춰 업그레이드하고, 새 어플리케이션 시스템 구축
	B난이도	새로운 베이직디자인 시스템과 간단한 어플리케이션 디자인 (14개 이하)	데스크리서치 시각적 자료, 클라이언트가 제공한 자료를 바탕으로 디자인 방향 설정

분야	난이도	개발 범위	특징
시각디자인 (Editorial & Graphic)	S난이도	리서치, 기획, 디자인, 촬영, 인쇄 컨트롤까지 전체를 진행하는 경우	사사, 사보, 브랜드북, 기업브로슈어, 연간리포트(AR)와 같이 스케일이나 볼륨이 크고 복잡하여 모든 디자인작업과 프로세스에서 기획 및 제작이 신규로 진행되어 시간과 인력, 공력이 많이 요구되는 경우
	A난이도	클라이언트가 제공하는 간략한 리서치 및 기획 방향을 바탕으로 세부 기획, 컨셉, 콘텐츠 디자인작업을 수행하는 경우	매거진, 브로슈어, 시즌리포트 등 클라이언트가 제공하는 내용과 기획 방향을 바탕으로 디자인 작업하는 경우
	B난이도	소스, 이미지 등 핵심 콘텐츠를 광고주가 제공하고 디자인 작업만 수행하는 경우	브로슈어, 책자 등 기획 필요 없이 디자인작업만 하는 경우
패키지디자인	S난이도	새로운 아이덴티티 구축이 필요한 브랜드 패키지 개발	
	A난이도	기존 브랜드의 새로운 패키지(신제품) 개발 또는 큰 변화를 요구하는 확장 리뉴얼	
	B난이도	기존 아이덴티티를 유지하며 모티브 컬러, 레이아웃 등 소폭 리뉴얼, 포장방법 변화에 따른 확장 리뉴얼 및 단순 베리에이션	
서비스·경험 디자인	S난이도	서비스·경험디자인 요구사항 파악부터 서비스·경험디자인 프로젝트 완료까지	서비스 모델을 구현하여 평가하는 단계가 포함, 실시 설계 시 결과물에 해당하는 디자인 분야의 대가기준 준용하여 적용
	A난이도	서비스·경험디자인 요구사항 파악부터 서비스·경험디자인 프로토타입 평가까지 진행	유형적 시범 모형 구현을 통해 보완하는 프로젝트
	B난이도	서비스·경험디자인 요구사항 파악부터 서비스·경험디자인 시나리오 개발까지 진행	조사 결과를 통해 개발된 서비스 모델을 무형적 방식(시나리오, 기획서)으로 구체화하는 프로젝트

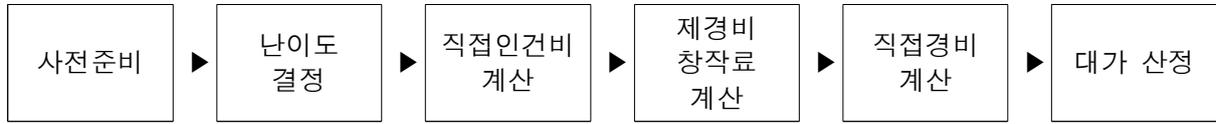
1-7. 표준 업무 기준

각 분야 디자인의 실제 수행 업무를 반영하여 3단계로 표준업무 기준을 규정한다.

- 1) 디자인기획 : 디자인개발에 앞서 내·외부 환경 조사 및 분석을 통해 프로젝트의 목적에 맞는 디자인 전략을 도출하는 단계
- 2) 디자인개발 : 디자인 기획에서 도출된 방향을 토대로 아이디어를 발굴하고 시각화하여 사용자 평가, 디자인 개선, 최종안을 선택하여 결과물을 위해 시제품을 제작하는 단계
- 3) 디자인사후관리 : 최종안에 대한 권리화 업무를 지원과 양산 및 결과물 제작을 위한 시방서를 작성하여 협업하는 단계



1-8. 대가 산정 순서



- 1) [사전준비] : 디자인 분야와 업무별 요구사항 결정
- 2) [난이도 결정] : 목적, 업무 범위 및 결과물을 고려하여 S, A, B 난이도를 결정
- 3) [직접인건비] : 등급별 투입업무량(표준품셈) × 디자이너 등급별 노임단가
- 4) [제경비, 창작료] : 제경비 = 직접인건비 × (1.1 ~ 1.2)
창작료 = (직접인건비 + 제경비) × (20% ~ 40%)
- 5) [직접경비] : 디자인 프로젝트 업무에 필요한 직접경비를 계산
- 6) [대가 산정] : 직접인건비 + 제경비 + 직접경비 + 창작료

제2장 브랜드디자인

2-1. 브랜드디자인의 개요	7
2-2. 업무 범위 및 추진절차	7
2-3. 난이도별 디자인개발 범위 및 특징	7
2-4. 난이도별 세부업무 단계	8
2-5. 난이도별 표준품셈	9

제2장 브랜드디자인

2-1. 브랜드디자인 개요

브랜드 아이덴티티 디자인은 브랜드의 이념, 목적, 활동, 표현, 특징 등을 시각적으로 담아내는 작업으로 브랜드의 개성을 만들어내고, 이미지를 구축하여 브랜드 경험과 함께 소비자들이 브랜드를 인식하고 커뮤니케이션 하도록 시스템을 구축하는 디자인작업이다.

2-2. 업무 범위 및 추진절차

- 1) 디자인 기획 : 브랜드 개발에 앞서 내부·외부환경 조사 및 분석, 사용자 니즈를 파악하여 목적에 맞는 디자인 전략과 디자인 방향을 도출
- 2) 디자인 개발 : 디자인 기획에서 도출된 방향을 토대로 브랜드 네임, 브랜드 기본 및 응용 디자인을 개발하고 시각화한다. 각 단계에서 필요에 따라 사용자 평가 및 선호도 조사 실시
브랜드 아이덴티티에 대하여 검증할 수 있으며, 지식재산권 등록을 지원 및 개발된 디자인 최종안으로 브랜드 가이드북 제작 진행
- 3) 디자인 사후관리 : 개발된 디자인으로 브랜드 기본 홍보를 진행하며, 브랜드 적용 실태를 조사하고 디자인을 보완한다.

2-3. 난이도별 디자인개발 범위 및 특징

분야	난이도	개발 범위	특징
시각디자인 (Brand Identity)	S난이도	전략에서부터 디자인까지 모두 필요한 프로젝트로, 새로운 베이직디자인 시스템과 어플리케이션 디자인 (25개 이상)	베이직 디자인 시스템 리뉴얼로 소비자 조사 및 트렌드 등 전략적 조사를 통해 새로운 방향성을 검토하고, 결과에 따라 새로운 디자인이 필요한 프로젝트
	A난이도	새로운 베이직디자인 시스템과 어플리케이션 디자인 (15~24개)	CI 또는 브랜드 리뉴얼디자인 중 베이직디자인의 전체적인 요소를 검토, 현 디자인 트렌드에 맞춰 업그레이드하고, 새 어플리케이션 시스템 구축
	B난이도	새로운 베이직디자인 시스템과 간단한 어플리케이션 디자인 (14개 이하)	데스크리서치 시각적 자료, 클라이언트가 제공한 자료를 바탕으로 디자인 방향 설정

2-4. 난이도별 세부업무 단계

단계	S난이도 세부업무	A난이도 세부업무	B난이도 세부업무
브랜드 개발전략	오리엔테이션	오리엔테이션	오리엔테이션
	내부고객 의견 조사	내부고객 의견 조사	-
	외부고객 의견 조사 (소비자, 이해관계자)	-	-
	내·외부 시장 현황조사 및 분석	내·외부 시장 현황조사 및 분석	-
	브랜드 전략 수립	브랜드 전략 수립	브랜드 전략 수립
	브랜드 전략 보고	-	-
브랜드 네임개발	네임 개발	네임 개발	-
	슬로건 개발	-	-
브랜드 권리화	지식재산권 등록(네이밍)	지식재산권 등록(네이밍)	-
브랜드 기본디자인 개발	디자인 개발 및 선정	디자인 개발 및 선정	디자인 개발 및 선정
	기본 디자인 선호도 조사	-	-
	기본 디자인 시스템 정립	기본 디자인 시스템 정립	기본 디자인 시스템 정립
브랜드 권리화	지식재산권 등록(상표 출원)	지식재산권 등록(상표 출원)	지식재산권 등록(상표 출원)
브랜드 응용디자인 개발	응용아이템 그래픽 템플릿 개발	응용아이템 그래픽 템플릿 개발	응용아이템 그래픽 템플릿 개발
	사인 디자인 기본 설계	-	-
	이미지 구축 및 스타일링 가이드 개발	-	-
	홍보물류 콘텐츠 디자인 및 제작	-	-
브랜드가이드북 개발	가이드북 아트워크 및 데이터	가이드북 아트워크 및 데이터	가이드북 아트워크 및 데이터
	브랜드 컨셉북 개발	-	-
홍보 및 매니지먼트	브랜드 기본 홍보 진행	-	-
	커뮤니케이션 전략 수립	-	-
	적용 실태 조사 및 후속 관리	-	-

2-5. 난이도별 표준품셈

1) 브랜드디자인 S-난이도 표준품셈

브랜드디자인 S-난이도		단위 (회)	업무 소요일	등급별 투입업무량 (단위: 분)					
단계	세부업무			총괄	특급	고급	중급	초급	보조
브랜드 개발전략	오리엔테이션	1	2.58	129	161	126	180	161	88
	내부고객 의견 조사	1	3.79	85	126	145	161	189	111
	외부고객 의견 조사 (소비자, 이해관계자)	1	5.26	79	145	155	180	193	133
	내·외부 시장 현황조사 및 분석	1	6.42	120	126	148	196	202	129
	브랜드 전략 수립	1	6.74	133	148	193	208	202	101
	브랜드 전략 보고	1	5.68	120	161	129	161	161	73
브랜드 네임개발	네임 개발	1	9.05	111	136	136	177	199	120
	슬로건 개발	1	7.74	92	120	139	139	202	107
브랜드 네임권리화	지식재산권 등록	1	3.79	73	92	120	133	205	95
브랜드 기본디자인 개발	디자인 개발 및 선정	1	11.63	120	126	148	193	205	139
	기본 디자인 선호도 조사	1	4.89	51	63	60	114	180	107
	기본디자인 시스템 정립	1	9.37	73	117	136	202	186	136
브랜드 권리화	지식재산권 등록	1	3.63	73	111	142	148	208	107
브랜드 응용디자인 개발	응용 아이템 그래픽 템플릿 개발	1	8.21	82	107	139	183	186	126
	사인 디자인 기본 설계	1	9.74	85	120	107	193	202	129
	이미지 구축 및 스타일링 가이드 개발	1	8.58	63	104	126	199	193	123
	홍보물류 콘텐츠 디자인 및 제작	1	8.42	88	117	117	174	186	133
브랜드 가이드북 개발	가이드북 아트워크 및 데이터	1	7.47	51	88	101	186	174	126
	브랜드 컨셉북 개발	1	6.53	63	120	126	193	202	145
홍보 및 매니지먼트	브랜드 기본 홍보 진행	1	4.79	98	98	95	148	161	82
	커뮤니케이션 전략 수립	1	4.95	133	111	95	171	136	69
	적용 실태 조사 및 후속관리	1	5.58	92	85	73	123	114	104
총 투입 업무량			144.8 일	33.6 시간	43.0 시간	45.9 시간	62.7 시간	67.5 시간	41.4 시간

제2장 브랜드디자인

2) 브랜드디자인 A-난이도 표준품셈

브랜드디자인 A-난이도		단위 (회)	업무 소요일	등급별 투입업무량 (단위: 분)					
단계	세부업무			총괄	특급	고급	중급	초급	보조
브랜드 개발전략	오리엔테이션	1	1.89	104	117	88	85	88	88
	내부고객 의견 조사	1	2.26	79	117	126	193	136	142
	외부고객 의견 조사 (소비자, 이해관계자)								
	내·외부 시장 현황조사 및 분석	1	4.53	152	98	167	164	202	199
	브랜드 전략 수립	1	5.26	212	120	123	186	205	101
	브랜드 전략 보고								
브랜드 네임개발	네임 개발	1	11.68	104	114	155	174	202	123
	슬로건 개발								
브랜드 네임권리화	지식재산권 등록	1	2.32	79	92	79	167	126	133
브랜드 기본디자인 개발	디자인 개발 및 선정	1	12.11	88	98	92	152	174	164
	기본 디자인 선호도 조사								
	기본디자인 시스템 정립	1	8.42	66	95	101	158	189	123
브랜드 권리화	지식재산권 등록	1	2.37	76	66	79	139	136	114
브랜드 응용디자인 개발	응용 아이템 그래픽 템플릿 개발	1	10.58	69	66	85	161	237	171
	사인 디자인 기본 설계								
	이미지 구축 및 스타일링 가이드 개발								
	홍보물류 콘텐츠 디자인 및 제작								
브랜드 가이드북 개발	가이드북 아트워크 및 데이터	1	7.42	35	51	76	114	158	148
	브랜드 컨셉북 개발								
홍보 및 매니지먼트	브랜드 기본 홍보 진행								
	커뮤니케이션 전략 수립								
	적용 실태 조사 및 후속관리								
총 투입 업무량			68.8 일	17.7 시간	17.2 시간	19.5 시간	28.2 시간	30.9 시간	25.1 시간

제2장 브랜드디자인

3) 브랜드디자인 B-난이도 표준품셈

브랜드디자인 B-난이도		단위 (회)	업무 소요일	등급별 투입업무량 (단위: 분)					
단계	세부업무			총괄	특급	고급	중급	초급	보조
브랜드 개발전략	오리엔테이션	1	1.69	75	114	72	72	129	84
	내부고객 의견 조사								
	외부고객 의견 조사 (소비자, 이해관계자)								
	내·외부 시장 현황조사 및 분석								
	브랜드 전략 수립	1	5.05	54	99	81	99	162	90
	브랜드 전략 보고								
브랜드 네임개발	네임 개발								
	슬로건 개발								
브랜드 네임권리화	지식재산권 등록								
브랜드 기본디자인 개발	디자인 개발 및 선정	1	10.35	60	87	96	96	225	177
	기본 디자인 선호도 조사								
	기본디자인 시스템 정립	1	7.70	36	126	105	165	192	168
브랜드 권리화	지식재산권 등록	1	1.65	57	78	54	78	99	75
브랜드 응용디자인 개발	응용 아이템 그래픽 템플릿 개발	1	7.40	48	102	57	150	231	159
	사인 디자인 기본 설계								
	이미지 구축 및 스타일링 가이드 개발								
	홍보물류 콘텐츠 디자인 및 제작								
브랜드 가이드북 개발	가이드북 아트워크 및 데이터	1	3.95	30	93	51	87	249	180
	브랜드 컨셉북 개발								
홍보 및 매니지먼트	브랜드 기본 홍보 진행								
	커뮤니케이션 전략 수립								
	적용 실태 조사 및 후속관리								
총 투입 업무량			37.8 일	6.0 시간	11.7 시간	8.6 시간	12.5 시간	21.5 시간	15.6 시간

부록.

1. 산업디자인 개발의 대가기준 13
2. 단계별 업무 내용 18

산업디자인 개발의 대가기준

산업통상자원부 고시 제2019-212호

「산업디자인진흥법」 제9조의2 제2항에 따라 산업디자인 개발의 대가기준에 관한 사항을 아래와 같이 고시한다.

제1장 총칙

제1조(목적) 이 기준은 「산업디자인진흥법」(이하 “법”이라 한다) 제9조2에 따라 산업디자인 개발의 대가(이하 “대가”라 한다) 기준을 정함을 목적으로 한다.

제2조(적용) 법 제9조의2 제1항 및 제4항에 따라 ‘국가기관 등’(이하 “발주청”이라 한다)이 산업디자인의 개발에 관한 계약(이하 “계약”이라 한다)을 체결할 경우에는 이 기준에 따라 대가를 산출한다.

제3조(대가 산출의 기본원칙) ① 대가 산출은 실비정액가산방식을 원칙으로 한다. 여기서 “실비정액가산방식”이란 직접인건비, 직접경비, 제경비, 창작료와 부가가치세를 합산하여 대가를 산출하는 방식을 말한다.

② 계약당사자간의 협의에 의하여 제1항의 실비정액가산방식과 달리 대가를 산출하는 경우에는 계약서에 그 사유를 명시하여야 한다.

③ 부가가치세는 「부가가치세법」에 의해 정하는 바에 따라 계상한다.

제4조(대가의 조정) ① 계약을 체결한 이후 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사유가 발생한 경우에는 대가를 조정한다.

1. 발주청의 사정으로 인하여 일정이 조정되는 경우
2. 발주청의 요구에 따라 업무 내용이 변경된 경우

② 제1항에 규정된 사항에 대해서는 「국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률」, 「지방자치단체를 당사자로 하는 계약에 관한 법률」의 금액 조정에 관한 규정을 준용한다.

제5조(대가의 준용) 산업디자인 개발에 관하여 다른 법령에 특별한 규정이 있는 경우를 제외하고는 이 기준에서 정하는 바에 따른다.

제2장 실비정액가산방식

제6조(직접인건비) 직접인건비란 해당 산업디자인 개발 사업의 업무에 직접 종사하는 디자이너의 인건비로서 투입된 인원수에 디자이너의 등급별 노임단가를 곱하여 계산한다. 이 경우 디자이너의 투입인원수 및 등급별 노임단가의 산출은 다음 각 호를 적용한다.

1. 투입인원수를 산출하는 경우에는 산업통상자원부장관이 인가한 표준품셈을 우선 적용한다. 다만 인가된 표준품셈이 존재하지 않거나 업무의 특성상 필요한 경우에는 견적 등 적절한 산출방식을 적용할 수 있다.
2. 노임단가를 산출하는 경우에는 기본급, 퇴직급여충당금, 회사가 부담하는 산업재해보상보험료, 국민연금, 건강보험료, 고용보험료, 퇴직연금급여 등이 포함된 비용으로서 사단법인 한국디자인산업연합회가 「통계법」에 따라 조사 및 공표한 임금실태조사보고서에 따른다.

제7조(직접경비) 직접경비란 당해 업무 수행과 관련이 있는 경비로서 항목은 별표 1과 같으며, 그 실제 소요비용을 말한다. 다만, 직접경비는 계약 종료 후 정산할 수 있다.

제8조(제경비) ① 제경비란 직접인건비와 직접경비에 포함되지 아니하고 산업디자인 개발 사업자의 행정운영을 위한 기획, 경영, 총무 분야에서 발생하는 간접 경비로서 항목은 별표 2와 같으며, 직접인건비의 110~120%로 계산한다.

② 제1항에 따른 제경비 항목 중 산업디자인개발 사업 수행을 위해 직접적인 필요에 따라 발생한 항목에 대해서는 직접경비로 계상할 수 있다.

제9조(창작료) ① 창작료란 산업디자인 개발 사업자가 개발·보유한 콘텐츠의 사용 및 지식 축적을 위한 대가이자 해당 사업을 통해 산출되는 결과물에 대한 창작적 가치 및 창작 활동의 대가로서 창작 개발비, 연수비, 이윤 등을 포함한다.

② 창작료는 직접인건비와 제경비를 합한 금액의 20~40%로 계산한다.

제10조(디자이너 등급 및 자격기준) 디자이너의 등급 및 자격기준은 별표 3과 같다.

- 제11조(디자이너 노임단가의 적용기준)** ① 디자이너 노임단가의 적용기준은 1일 8시간으로 하며, 1개월의 일수는 「근로기준법」 및 「통계법」에 따라 사단법인 한국디자인산업연합회가 조사·공표하는 임금실태조사보고서에 따른다. 다만 토요일 휴무제를 시행하는 경우와 1일 8시간을 초과하는 경우에는 「근로기준법」을 적용한다.
- ② 출장일수는 근무일 수에 가산하며, 이 경우 산업디자인 개발 사업자의 사업소를 출발한 날로부터 귀사한 날까지를 계산한다.
- ③ 산업디자인 개발사업 수행 기간 중 「민방위기본법」 또는 「향토예비군설치법」에 따른 훈련 기간은 해당 산업디자인개발 업무를 수행한 일수에 산입 한다.

제3장 표준품셈의 관리

- 제12조(관리기관 지정 등)** ① 산업통상자원부 장관은 제6조에 따른 표준품셈의 인가, 관리 등을 위해 사단법인 한국디자인산업연합회를 산업디자인 표준품셈 관리기관(이하 ‘관리기관’이라 한다)으로 지정한다.
- ② 관리기관의 장은 표준품셈의 제정 및 개정, 연구, 조사, 해석 및 보급 등 표준품셈에 대한 전반적인 업무를 효율적으로 운영하기 위한 운영지침을 마련하여 산업통상자원부장관의 승인을 받아야 한다.
- ③ 산업통상자원부장관은 관리기관이 고의로 인한 업무 태만 또는 공신력에 있어 물의를 야기하는 등 지속적인 업무 수행이 부적절하다고 인정될 때에는 관리기관의 지정을 철회하거나 취소할 수 있다.

제13조(표준품셈의 제·개정 계획보고 등) ① 관리기관의 장은 관계기관의 의견을 수렴하여 다음 각호의 사항이 포함된 품셈의 제·개정 등에 대한 추진계획을 수립하여 매년 3월 말까지 산업통상자원부장관에게 제출하여야 한다.

1. 표준품셈의 제·개정 등을 위한 추진일정
2. 표준품셈 제·개정 항목 선정 및 조사방법
3. 표준품셈 심의위원회 구성 및 운영방법
4. 기타 표준품셈의 제·개정 등에 필요한 사항

- ② 관리기관의 장은 제1항의 규정에 따라 제출한 추진계획이 변경된 경우 변경된 내용을 지체없이 산업통상자원부장관에게 보고하여야 한다.
- ③ 산업통상자원부장관은 제1항의 규정에 의거 제출된 사항을 검토하여 변경이 필요한 경우에는 관리기관의 장에게 이를 요구할 수 있다. 이 경우 관리기관의 장은 특별한 사유가 없는 한 이를 반영하여야 한다.

제14조(심의위원회 구성 및 운영 등) ① 관리기관은 표준품셈의 심의를 위하여 표준품셈심의위원회(이하 “위원회“라 한다)를 둔다.

② 위원회의 위원장은 관리기관의 장이 지정하는 자로 한다.

③ 위원회는 산업통상자원부 및 관련부처 담당 공무원을 포함하여 구성한다. 다만, 해당 품셈의 전문분야에 따라 위원을 달리 구성할 수 있다.

1. 발주청 및 산업디자인 관련 기관에 소속되어 있는 자로서 해당 분야에 전문 지식이 있는 자
2. 산업디자인 관련 업체, 학계 및 단체에서 재직 중인 전문가
3. 위원장이 해당 전문분야의 전문가로 인정하여 지정하는 자

제15조(위원회 심의 등) ① 위원회는 다음 각호를 심의한다.

1. 표준품셈 제·개정 대상 항목의 선정
2. 표준품셈 제·개정 결과에 대한 심의
3. 그 밖에 표준품셈 업무에 관한 사항

② 위원회는 위원장이 소집하며, 출석위원 3분의 2 이상의 찬성으로 의결한다.

제16조(품셈의 확정) ① 제15조에 따라 위원회가 심의·의결한 품셈은 관리기관의 장이 산업통상자원부 장관에게 보고 후 공표함으로써 산업통상자원부장관이 인가한 것으로 본다.

② 제1항에 따라 인가된 표준품셈은 다음연도 1월 1일부터 시행함을 원칙으로 한다. 다만, 적용의 시급성 등 필요에 따라 그 시행일을 달리할 수 있다.

제17조(사업비의 지원) 산업통상자원부장관은 제6조 제2호에 의한 전문기관의 노임단가 조사 및 이 장에 의한 관리기관의 품셈의 제정, 개정, 연구, 조사, 해석, 보급 및 위원회 운영 등 업무의 원활한 운영관리를 위하여 사업비를 지원할 수 있다.

제18조(재검토기한) 산업통상자원부장관은 「훈령·예규 등의 발령 및 관리에 관한 규정」에 따라 고시에 대하여 2019년 1월 1일 기준으로 매 3년이 되는 시점(매 3년째의 12월 31일까지를 말한다)마다 그 타당성을 검토하여 개선 등의 조치를 하여야 한다.

< 부 칙 >

제1조(시행일) 이 기준은 고시하는 날로부터 시행한다.

부록 1. 산업디자인 개발의 대가기준 (산업통상자원부 고시)

<별표 1> 직접경비 항목

직접경비 항목(안)	정의
인쇄비	제출문서의 인쇄비 및 복사비 등을 포함한 비용
자료조사비	문헌, 전문도서 구입 및 시장조사비, 각종 리서치비 등을 포함한 비용
위탁비(외주비)	프로젝트 내용의 일부를 외부에 위탁하는 경우에 소요되는 비용
모형제작비	Mock-up 및 프로토타입 등의 모형을 제작할 때 소요되는 비용
시험 및 인증비	결과물에 대한 각종 시험 비용 및 인증 비용
여비	운임(철도, 선박, 항공, 자동차), 현지교통비, 숙박비 등을 포함한 비용
장비비	해당 프로젝트 수행을 위해 특별히 구입 및 임대하는 장비의 비용
전문가활용비	해당 프로젝트에 소요되는 전문가 자문 및 활용 비용
재료비	해당 프로젝트에 직접적으로 소요되는 재료의 비용
특허출원비	실용신안, 특허, 상표출원 등에 소요되는 비용
지식재산권구입비	이미지/사진 구입비용, 특허 사용료, 노-하우 사용료, 폰트 구입비용 등을 포함한 비용
회의비	프로젝트에서 직접적으로 소요되는 식사비등을 포함한 비용
소프트웨어 사용료	해당 프로젝트 수행을 위해 특별히 요구되는 소프트웨어의 사용 비용
사진촬영비	작가료, 모델료, 스튜디오 렌트료 등을 포함한 촬영 비용

<별표 2> 제경비 항목

제경비 항목(안)	정의
입원·서무·경리 직원 등의 급여	해당 프로젝트에 직접 투입되지 않는 임직원에 대한 인건비
임차료	사무실, 차량, 장비, 장치 등 임대 사용으로 소요되는 비용
사무용 소모품비 및 비품비	업무수행에 필요한 각종 소모품 및 비품 비용
기계기구의 수선 및 상각비	업무수행에 소요되는 장치 및 장비의 가치하락에 따른 비용
통신운반비	우편 및 배송에 따른 각종 비용
세금과 공과	기업 운영으로 발생하는 세금 및 공과금 비용
운영활동비용	교통비, 통신비, 광열수도비(전기·가스·수도비) 등의 비용
복리후생비	직원의 작업능률향상을 위한 간접비용 및 근무, 위생, 보건, 위안 등 소요되는 경조금, 식비, 부서단합비, 포상비 등의 비용
소프트웨어 유지관리비	업무 수행에 필요한 각종 소프트웨어 사용에 소요되는 비용

<별표 3> 디자이너 등급 인정 기준

분류	경력기준	학력기준	자격기준
총괄 디자이너	실무경력 20년 이상	-	
특급 디자이너	실무경력 16년~20년 미만	-	
고급 디자이너	실무경력 12년~16년 미만	-	<ul style="list-style-type: none"> 기술사자격 소지자
중급 디자이너	실무경력 8년~12년 미만	-	
초급 디자이너	실무경력 4년~8년 미만 (디자인 박사 학위 2년, 석사 학위 1년 인정)	-	
보조 디자이너	보조디자이너 자격 취득 후 실무경력 1년~4년 미만	<ul style="list-style-type: none"> 석사 이상 학위 소지자(석, 박사) 학사학위 소지자 전문학사 소지자로 2년 이상 실무 경력자 특성화고 졸업자(디자인전공)로 4년 이상 실무 경력자 	<ul style="list-style-type: none"> 기사 자격 소지자 산업기사 자격소지자 2년 이상 실무 경력자 기능사 자격소지자 4년 이상 실무 경력자
		<ul style="list-style-type: none"> 학사학위 소지자로 1년 이상 실무 경력자 전문학사 소지자로 3년 이상 실무 경력자 특성화고 졸업자(미술전공)로 5년 이상 실무 경력자 	
		<ul style="list-style-type: none"> 석사 이상의 학위 소지자(학사 비전공)로 1년 이상 실무 경력자 학사학위 소지자로 2년 이상 실무 경력자 전문학사 소지자로 4년 이상 실무 경력자 일반고 졸업자로 6년 이상 실무 경력자 	

단계별 업무 내용

1. 브랜드 개발 전략

디자인 개발과 관련하여 내부·외부고객 의견과 시장 현황을 조사 및 분석하여 기업과 시장에 맞는 브랜드 전략을 수립, 보고하여 전략을 설정

1) 오리엔테이션

발주기관과 수행기업이 프로젝트를 수행하기 전, 프로젝트 목적 및 타깃, 예산, 스케줄, 문제점 등을 공유

2) 내부고객 의견 조사

브랜드 개발 전략을 위한 내부 의견을 취합하기 위해 클라이언트의 주요 임원진 실무 그룹 인터뷰

3) 외부고객 의견 조사

소비자, 전문가를 대상으로 온라인 설문 또는 인터뷰 진행하여 해당 브랜드(기관) 및 산업의 인식조사

4) 내·외부 시장 현황조사 및 분석

브랜드 적용 실태, 기관 현황 자료 분석, 경쟁사 분석, 시장 트렌드 조사를 통해 목표 브랜드 내부, 외부 시장의 현황을 조사하고 분석하는 업무를 수행

- 브랜드 체계, 적용 실태(현장 조사) 점검
- 내부 비전, 운영전략, 목표 등 선행 자료 분석
- 경쟁사의 커뮤니케이션, 브랜드 개발, 비전, 전략 등 분석
- 산업 동향 자료, 마켓 트렌드(거시적, 미시적), 디자인 트렌드 자료 분석

5) 브랜드 전략 수립

조사 분석을 바탕으로 주요 개발 이슈 관련 의사결정을 통해 개발 컨셉을 도출

- 브랜드 체계 전략 수립 : 하이어라키, 아키텍처 등 관계 설정
- 프로젝트 프로세스 및 개발 범위 확인
 - 응용항목 결정 및 적용 시점에 따른 디자인 완료 스케줄 제시
 - 응용항목에 대한 원고 작성 필요성에 대한 확인 및 협의

6) 브랜드 전략 보고

조사 내용 및 개발 전략에 대하여 클라이언트 보고

2. 브랜드 네임 개발

브랜드 개발전략을 바탕으로 브랜드네임 개발, 개발된 네임은 상표 등록 타당성을 검토하며, 최종안을 선정하여 브랜드 전략을 정립

1) 네임 개발

- 테마별 키워드 도출 및 개발 가이드 설정
- 국내 상표 등록 가능성 검토 및 내부 적합성 검토
- 개발안 보고
- 최종안 선정 및 2차 상표 등록 가능성 검토고객사의 강점 및 약점을 파악

2) 슬로건 개발

브랜드에 적합한 슬로건 개발, 일반적으로 상표 검색을 진행하지 않고 내부 적합성 평가를 통해 선정

3. 브랜드 네임 권리화

개발된 네이밍에 대한 지식재산권을 등록하는 업무.

4. 브랜드 기본디자인 개발

브랜드 네이밍의 디자인 가이드를 설정, 기본디자인 아이디어 스케치를 통해 디자인을 클라이언트에 보고 후 최종 후보 안을 선정. (필요에 따라 선호도 조사를 통해 최종 디자인을 선정)

1) 디자인 개발 및 선정

브랜드의 형태 가이드 및 개발 가이드를 설정하고, 방향별 디자인을 개발하여 최종 후보 안을 선정한다.

- 형태 가이드 설정 : 워드마크, 심볼마크, 컴비네이션 마크 등 형태 구분
- 개발 가이드 : Do & Don't 설정
- 기본 디자인 아이디어 스케치 : 방향 별 디자인 개발
- 디자인 프레젠테이션
- 디자인 최종 후보 안 선정

2) 기본 디자인 선호도 조사

개발된 기본 디자인에 대해 내부 구성원 선호도를 조사한다.

- 온라인 설문 조사 또는 내부 인트라넷 활용
- 단순 선호도 질문 또는 개별 후보안 평가 방식 사용

3) 기본 디자인 시스템 정립

선호도를 바탕으로 기본 디자인 시스템 정립

5. 브랜드 권리화

결정된 브랜드디자인을 국내 상표로 출원하여 권리화하는 업무

6. 브랜드 응용디자인 개발

개발된 기본디자인을 바탕으로 브랜드의 다양한 사용 목적 및 특성을 고려한 적합한 디자인을 개발 응용 디자인 개수에 따라 난이도에 영향을 미치며 사전에 개발할 응용디자인의 범위를 설정

1) 응용아이템 그래픽, 템플릿 개발

브랜드디자인을 응용하기 위한 그래픽 템플릿을 개발하며, 적용할 매체를 기획하여 그래픽 모티브를 적용

- 핵심 그래픽 템플릿 개발
- 디자인 적용 매체 계획 : 매체별 특징 검토, 개발 매체 설정, 매체별 그래픽 시스템 가이드 설정
- 그래픽 모티브 확대 및 적용 : 서식, 총무, 프로모션 아이템에 응용디자인 적용

2) 사인디자인 기본 설계

브랜드 응용 디자인으로 사인(sign)디자인을 개발

3) 이미지 구축 및 스타일링 가이드 개발

응용 디자인 범위에 따라 사용되는 포토스타일 원칙 수립, 이미지를 구축하고 스타일 가이드수립

4) 홍보물류 콘텐츠 디자인 및 제작

응용 디자인 범위에 따라 홍보물(포스터, 인쇄광고, 리플릿)과 관련된 콘텐츠 그래픽 및 원고 작업

7. 브랜드 가이드북 개발

개발된 브랜드디자인 시스템을 올바르게 활용하기 위한 가이드북 제작 및 컨셉북을 개발

1) 가이드북 아트워크 및 데이터

가이드북 제작을 위한 아트워크를 작업하고 관련 데이터 전달

2) 브랜드 컨셉북 개발

브랜드디자인 사용가이드 및 내·외부 홍보물로 활용 가능한 디자인 컨셉북을 개발

8. 홍보 및 매니지먼트

개발된 브랜드에 대하여 홍보 진행, 커뮤니케이션 전략 수립, 적용 실태 조사 및 후속 관리를 수행

1) 브랜드 기본 홍보 진행

- 관련 어워드 출품 진행 (발주자 비용 부담)
- 브랜드 홍보 이메일 카드 개발
- 디자인 매체 홍보

2) 커뮤니케이션 전략 수립

개발된 브랜드의 의미가 소비자에게 잘 전달 될 수 있도록 커뮤니케이션(IMC) 전략을 수립

3) 적용 실태조사 및 후속 관리

- 브랜드 관리방안 수립
- 초기 적용 실태조사 및 보완점 검토
- 디자인 보완