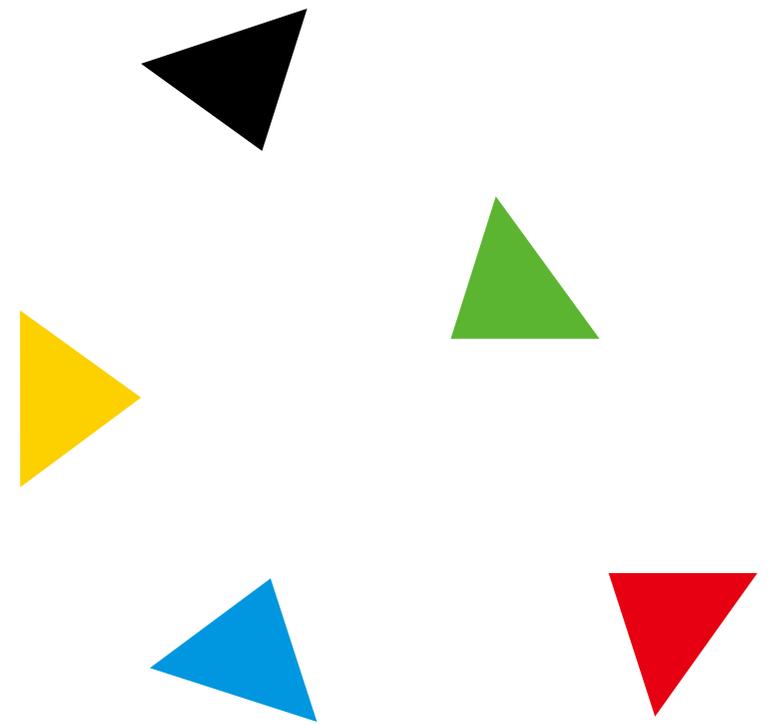


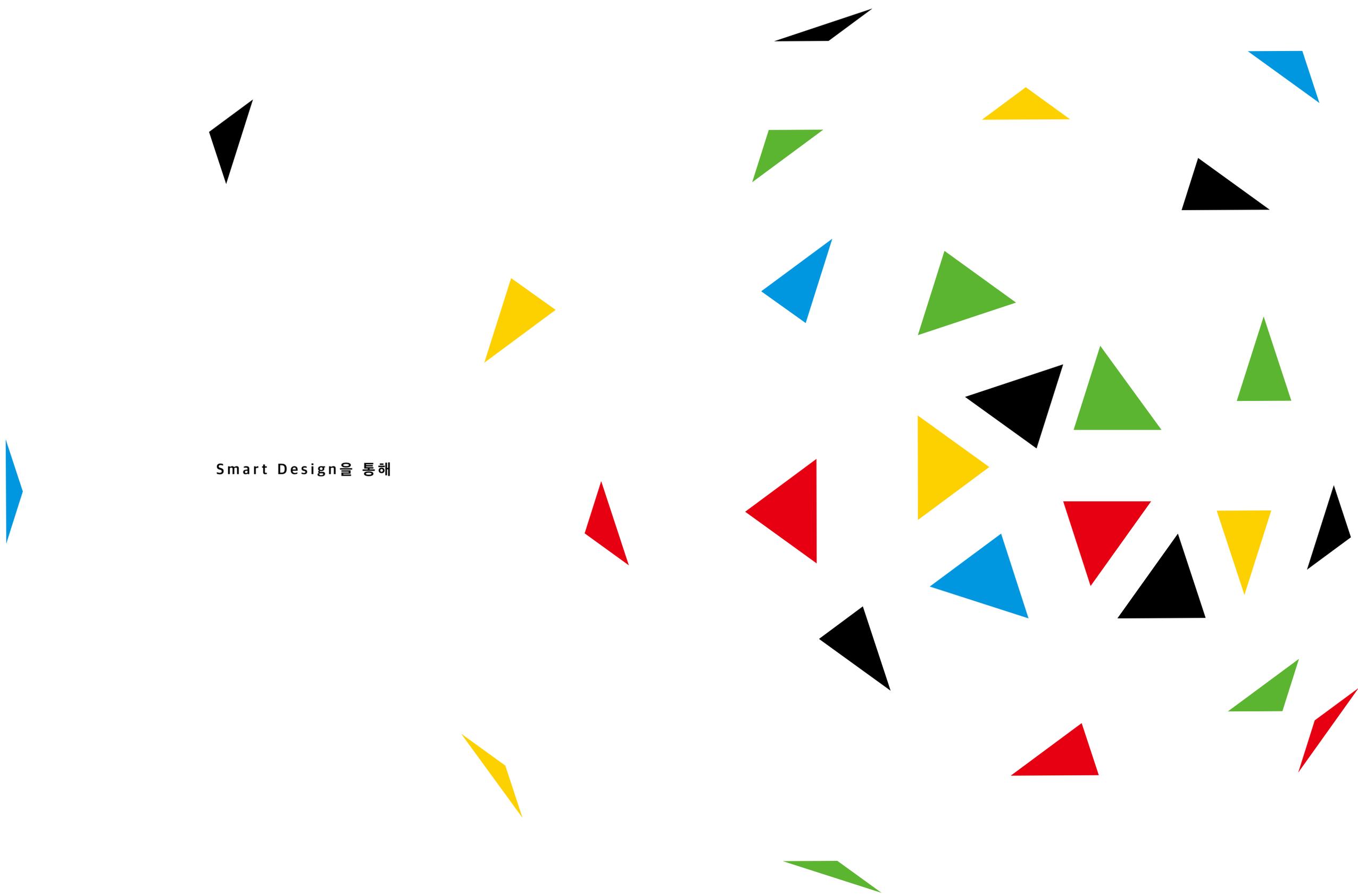
SEOUL DESIGN WEEK 2016 서울디자인위크

Smart City Smart Design Smart Life

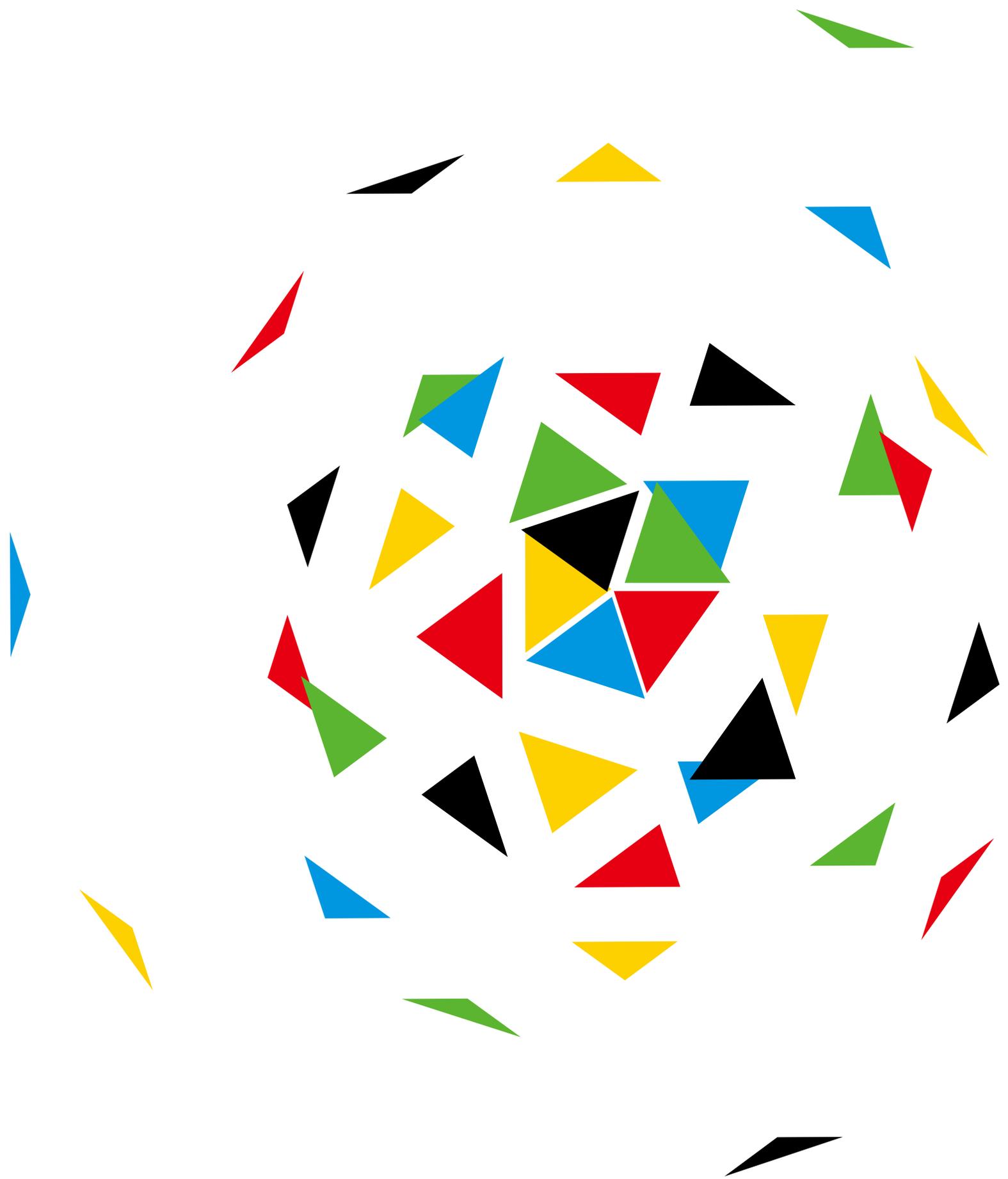




Smart Design을 통해



Smart Life를 만들어가는



Smart City를 꿈꾸며



**SEOUL DESIGN WEEK 2016**  
서울디자인위크

2017년 1월 12일 초판 인쇄  
2017년 1월 12일 초판 발행  
2021년 5월 18일 전자책 발행

**발행인** 이 근  
**발행처** (재)서울디자인재단  
서울특별시 종로구 율곡로 283, 서울디자인지원센터 9층  
www.seouldesign.or.kr  
www.seouldesignweek.or.kr

**주 최** 서울특별시  
**주 관** (재)서울디자인재단  
**총감독** 이나미  
**총괄기획** 경영본부 국제협력팀  
유석운 본부장  
이상목 팀장  
정호순 선임, 정지수 선임

**행사기획** 서울디자인재단 국제협력팀  
공예디자인팀  
TBS연구센터  
서울시 문화본부 디자인정책과 유니버설디자인팀  
AGI Korea

**편집기획 및 디자인** 바프로그(Baflog)  
이여형, 한 민, 이수진  
**전자책 제작** 롤링다이스

ISBN 978-89-98664-95-4  
E-BOOK ISBN 979-11-6089-350-2



- 이 책은 2016년 9월 22일부터 10월 2일 까지 DDP와 서울시 일대에서 열린 <서울디자인위크2016> 행사 기록을 위해 제작되었습니다.
- 이 책의 저작권 및 판권은 (재)서울디자인재단에 있으며, 수록되어있는 모든 글과 사진의 무단 전재와 복제는 법으로 금지되어있습니다.
- 잘못된 책은 구입하신 곳에서 교환해 드립니다.
- 가격은 뒷표지에 있습니다.



Smart City  
Smart Design  
Smart Life

2016.09.22-10.02  
DDP, 서울시 전역

**SEOUL DESIGN WEEK 2016 서울디자인위크**

Seoul Smart Mobility International Conference Exhibition 2016 / 2016 서울 스마트 모빌리티 국제 컨퍼런스 전시회  
2016 Universal Design Seoul / 2016 서울 보편적 디자인 전시회 / A&D SEOUL 2016

PALACE

KY-HERITAGE HOTEL



Smart City  
Smart Design  
Smart Life

2016.09.22 - 10.02  
DDP, 서울시 전역

**SEOUL DESIGN WEEK 2016 서울디자인위크**

Seoul Smart Mobility Conference-Exhibition 2016 | 2016 주재전-Smart Design Smart Life  
2016 universal design seoul | 2016 서울공예박물관-프리마켓 | AGI SEOUL 2016

**I·SEOUL·U** 

# Contents

## 주제전\_ 2016 스마트 디자인 스마트 라이프

- Welcoming Message	21
- Concept & Planning	22
- 프리포럼_ 디자인의 도리(道理)를 논하다	32
- 리서치 1_ BeSeTo 스마트에 대한 시민인식조사	46
- 리서치 2_ Smart City- Seoul 서울의 스마트 정책	50
- 스마트 디자인_ 서울 선언(Smart Design Manifesto)	52

<b>스마트 디자인으로 스마트 라이프의 새로운 지평을 여는 앱세서리</b>	
- 전시 : 보다 나은 삶을 위한 48개의 스마트 솔루션 - 앱세서리	64

<b>청년 워크숍 &amp; 전시_ y-SMART</b>	
- 워크숍	82
- 전시	96

<b>서울디자인마켓_ 34개의 스마트한 발견</b>	
- 서울디자인마켓	108

## 2016 서울 스마트 모빌리티

<b>국제 컨퍼런스</b>	
- 개막식	124
- 기조연설 : 스마트 시티에서 스마트 모빌리티와 대중교통의 미래상과 발전방향	130
- 세션 1 : 스마트 모빌리티 관련 최신 글로벌 트렌드와 미래비전 공유	136
- 세션 2 : ICT, SMART Connectivity	139
- 세션 3 : 스마트 시티에서의 건축, 공간 - 똑똑한 보행도시 서울	142
- 세션 4 : 미래 자동차 변화와 디자인 트렌드 발표	146
- 세션 5 : 기술기반 연구 주요내용 및 성과 발표	151
- 세션 6 : 디자인 기반 연구 주요내용 및 발표	157

<b>전시</b>	
- 주제영상 : 서울 스마트 모빌리티, 미래에 접속하다	164
- 주제전 : 서울 스마트 모빌리티, 글로벌 협력 연구	166
- 체험전 : 서울 스마트 모빌리티, 미래를 경험하다	186
- 특별전 : 서울 스마트 모빌리티, 미래를 그려보다	192

<b>워크숍</b>	
- 스마트 모빌리티 디자인 워크숍 : 자동차 디자인, 미래를 상상하다	199
- 스마트 모빌리티 글로벌 대학(원)생 워크숍 : Smart City, Smart Mobility	202
- 어린이 워크숍 : Hej Smart Stad! 어린이 디자인 워크숍	204

## 2016 유니버설디자인 서울

<b>전시</b>	
- 체험전 : 어느 가족의 하루 이야기	213
- 단편영상 : 이야기 3개	224
<b>국제 세미나</b>	
- 기조강연 : 모두를 위한 배려하는 디자인	227
- 주제발표 1 : 유니버설디자인 도시의 길 찾기 시스템	228
- 주제발표 2 : 사람들의 다양성을 포용하는 공간 디자인	229
- 주제발표 3 : 사용자를 위한 정보 접근성 디자인, 체험을 통한 사회적 배려	230
- 토론 : 미래 사회변화에 대응하는 유니버설디자인 도시 구현 방안	232

## 2016 서울공예박람회 · 프리마켓

### 2016 서울공예박람회 : 생활의 발견

- 감독의 글_ 우리 밥그릇부터 챙기지요	242
- 전시 1 : '스텝' 공기_ 국가가 밥그릇을 통제하다	244
- 전시 2 : 식판_ 끼니와 여물 사이	245
- 전시 3 : 도시락_ 움직이는 밥그릇	246
- 전시 4 : 밥그릇의 이중생활_ 호화와 '대충'	248
- 전시 5 : 밥그릇의 '전통'과 왜사기	249
- 전시 6 : 숟가락 젓가락_ 숟가락을 고집하다	250
- 전시 7 : 밥상 위의 유교 질서	251
- 전시 8 : 발우_ 이 안에 담긴 것은 다 먹으라	253
- 전시 9 : 밥상의 재구성_ 어울리지 않은 듯 어울리게	254
- 전시 10 : 새롭게, 일상을 아름답게	255
- 전시 11 : 반려동물의 밥그릇_ 또 하나의 식구를 위하여	261
- 전시 12 : 오브제 · 회화	262
- 전시 13 : 학생작품	262
- EVENT : 국수 맛의 절반은 사발	263

### 2016 서울공예프리마켓

- 서울 11개지역 프리마켓 연계	265
- 2016서울공예프리마켓	266

Special Project : 서울시 대표 푸드트럭 '서울 맛차'	268
협력프로그램 : 디자인 메이트(Design Mate)	270

## AGI SEOUL 2016

### AGI OPEN

- 국제 그래픽 디자인 컨퍼런스	276
-------------------	-----

### AGI Special Project : I Love Seoul

- 'I LOVE SEOUL' 포스터전	296
-----------------------	-----

## BEIJING DESIGN WEEK 2016\_ GUEST CITY SEOUL

- 전시 개요	308
---------	-----

### SMART CITY : 서울시흥보관 L-Bulding

- 서울시 스마트 정책	318
- 서울디자인재단	321
- 유네스코 디자인 창의도시, 서울	324
- 서울 스마트 스팟	325

### SMART LIFE : 기업관 79TANK

- 한류콘텐츠	335
- 스마트 디자인 브랜드 및 제품	335

### SMART DESIGN : 중소디자인기업관 FASHION ECHO

- 서비스디자인기업 전시	340
- 강소기업 전시	346
- 서울공예상공모전 우수작품 전시	351

### SEOUL DESIGN ROAD

- 35인의 디자이너 시티 프로젝트 : 서울	356
- 월간 <디자인>이 주목한 디자이너 20인	361
- 서울 디자인 스팟	364

### EVENT

- 스마트 디자인 세미나	369
- 디자이너 프리마켓 (오매 디자인 마켓)	378

2016서울디자인위크 이용객 만족도 조사결과	386
--------------------------	-----

## Welcoming Message

## 디자인으로 소통하는 글로벌 디자인 축제를 꿈꾸며



이근  
서울디자인재단 대표이사

서울디자인위크는 시민 모두가 함께하는 서울의 대표 디자인축제로, 다양한 사람이 모여 디자인을 통해 소통하며 보다 나은 삶을 공유하는 자리입니다. 2014년 서울시 주도로 처음 시작해서, 올해 3회째를 맞이하는 서울디자인위크는 지난해부터 민·관이 함께 하는 시민 참여형 축제로 발돋움 하였고, 올해는 국내·외 디자이너, 학교, 단체, 기업이 대거 참여하여 다양한 전시, 컨퍼런스, 이벤트 등의 프로그램을 선보이는 시민형 축제의 장으로서의 서울디자인위크가 펼쳐졌습니다. 특히, 이번 해는 처음으로 주제를 선정 하고, 총감독을 선임하여 서울디자인위크의 정체성을 강화하고 전문화를 통해 지속가능성을 확보했다고 평가되는 해로서 무엇보다도 의미가 있다고 할 수 있겠습니다.

매해 서울디자인위크가 개최되는 9월은 디자이너들이 참여하고 전시하는 배움의 장, 디자인 기업들이 새로운 디자인제품을 선보이고 그 가능성을 확인할 수 있는 시장, 디자인을 배우는 학생들이 교류하고 미래와 역할을 고민하는 캠프, 시민이 함께 즐길 수 있는 프로그램이 가득한 놀이터로 모든 시민이 손꼽아 기다리고 기대하는 달이었으면 합니다.

서울디자인위크는 규모와 운영 방식에서 아시아 대표 디자인 축제로 면모를 갖춰 나가고 있습니다. 우리에게 2018년까지 서울디자인위크를 글로벌 디자인축제로 만들겠다는 목표가 있습니다. 그 목표를 위해 서울·베이징·도쿄간 협력체계를 더욱 구체화하여 차근차근 앞으로 나아갈 것입니다. 매해 서울디자인위크를 통해 국제무대에 디자인에 대한 우리의 생각을 알리고 공감을 얻어 세계 디자인 트렌드를 선도할 수 있는 플랫폼을 만들어 나가고자 합니다.

세계적인 디자인축제 서울디자인위크를 통해 시민과 소통하고 더 나은 삶과 지속 가능한 삶을 추구할 수 있기를 기대합니다.

Concept & Planning

# Smart Beyond Smart - 똑똑함을 넘어, 지혜를 겸비한 디자인



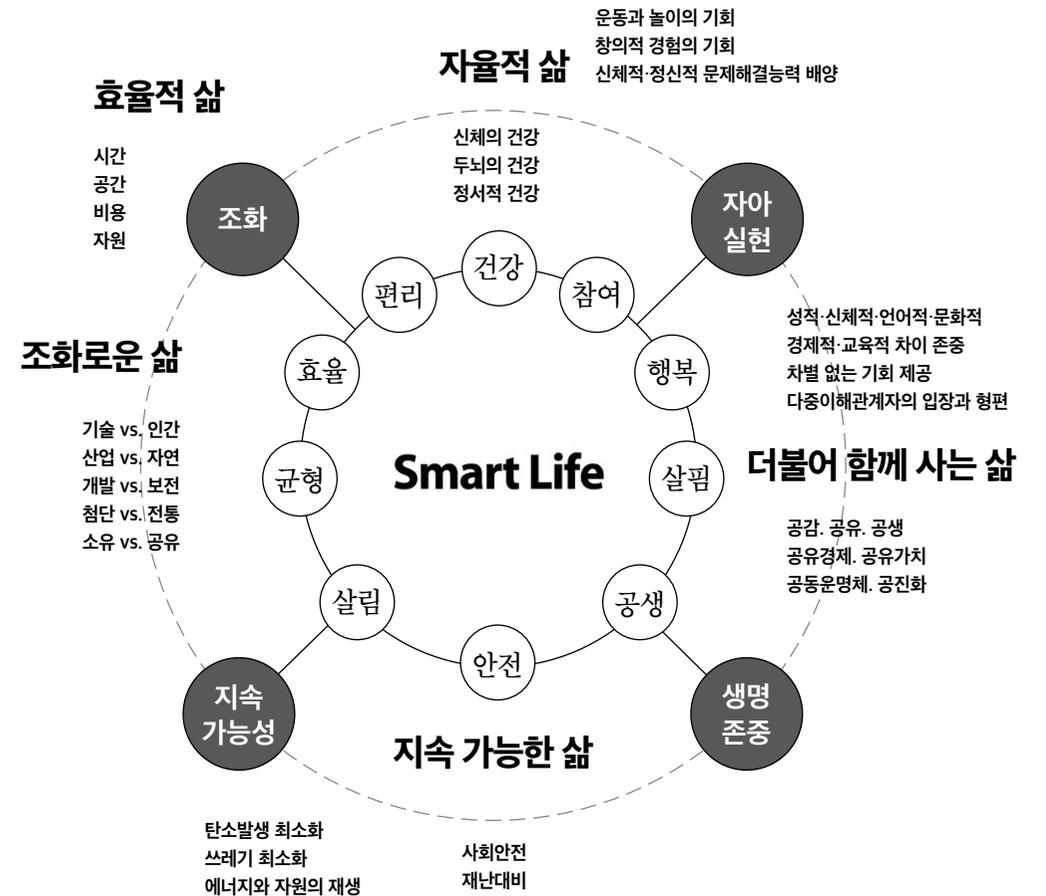
이 나 미  
홍익대학교  
디자인콘텐츠대학원 교수  
서울디자인위크2016 총감독

서울디자인위크2016의 주제인 'Smart City, Smart Design, Smart Life'를 알기 쉽게 풀어 설명하자면, '스마트한 디자인으로 스마트한 삶을 만들어가는 스마트한 도시'라고 할 수 있습니다. 하지만 여전히 알쏭달쏭하여 'Smart'라는 단어를 통해 표현하고자 하는 바가 무엇인지에 대한 의문은 가시지 않습니다. '똑똑하고 영리하게'라는 해석만으로는 충분치 않은 무엇이 있기 때문입니다. 이 의문을 해소하기 위해 선행되어야 할 질문이 있으니, '우리가 꿈꾸는 스마트한 삶이란 과연 무엇일까'가 바로 그것입니다.

'Smart'라는 단어를 통해 대부분의 사람들이 쉽게 연상할 수 있는 삶은 '편리하고 효율적인 삶'일 겁니다. 기술의 발전으로 사람들이 꿈꾸는 거의 모든 것이 실현 가능한 시대가 되었으니, 개별적 상황에 따른 요구를 모두 만족시킬 수 있는 맞춤형 시스템으로 더욱 편리하고 안전하며 즐길만한 삶을 누릴 수 있으리라 기대가 되기 때문입니다. 나아가, 인간의 몫이었던 노동의 수고도 모두 기계가 대신해줄 수 있을 테니 인간은 그야말로 '편하게 즐기는 삶', '저절로 이루어지는 삶'을 누리면 될 것이라는 가정도 가능해집니다.

하지만 그것이 정말 모두가 꿈꾸는 삶인지에 대해서는 동의하기 어렵습니다. 기술의 무한한 발전으로 얻게 된 편리한 삶의 결과로 예전처럼 몸을 움직일 필요가 없어지다 보니 비만과 질병 등 신체적 건강의 문제가 새로운 사회문제로 부상을 하였습니다. 시간과 비용의 엄청난 효율을 자랑하는 온라인 소통으로 인해 얼굴을 마주하여 서로의 감정을 살피며 나누는 소통의 기회가 점점 줄어든 결과 정서적 고립의 문제가 현대인의 우울감을 부추기고 있는 것도 사실입니다. 기술의 발전으로 인해 인간이 느끼게 되는 소외감 또한 일부 기술소외계층의 문제에 국한하지 않습니다.

바로 얼마전 세상을 뒤흔들었던 인공지능 알파고와 인간의 대결을 통해 느낀 위기감을 반추해보면 더더욱 그러합니다. 인간만의 고유영역이라고 믿었던 지적·정서적 판단을 대신해줄 수 있는 인공지능이라니, 인간의 존재는 더이상 갈 곳을 잃고 자기 삶의 주체로서 누려야 할 행복은 온데 간데 없이 사라



저버릴 것만 같은 불안감을 떨쳐버리기 어렵습니다.

이렇듯, 인간에게 행복을 가져다 주는 삶은 기술적 혁신 이전에 인간에 대한 깊이있는 이해와 배려를 바탕으로 해야 함을 알 수 있습니다. ‘스마트한 삶’이란 결국 ‘기술 중심’이 아닌, 그 어느 때보다도 ‘인간 중심’이어야 하며, 나아가, 생명있는 모든 것을 아우른 ‘사용자 중심’의 배려가 이루어져야 함을 다시금 깨닫게 됩니다.

서울디자인위크2016를 통해 던져진 ‘Smart Life’에 대한 질문은 크게 5가지로 구분하여 답론을 펼치게 됩니다. 시간과 비용과 자원을 절약할 수 있게 하는 ‘효율적 삶’, 기술과 인간, 산업과 자연, 개발과 보전, 첨단과 전통 사이의 균형을 추구하는 ‘조화로운 삶’, 신체와 두뇌와 정서의 건강을 지키므로 자기 삶의 온전한 주체로서 자아실현의 이상을 추구할 수 있는 ‘자율적 삶’, 생명을 지닌 모든 것에 대한 존중을 바탕으로 공동운명체로서 서로 공감하고 공유하며 공생은 물론 공진화할 수 있는 ‘더불어 함께 사는 삶’, 그리고 탄소와 쓰레기 발생의 최소화를 위해 요구되는 모든 불편과 노력을 기꺼이 감수함으로써 후손에게 남겨주어야 할 ‘지속 가능한 삶’이 바로 그것입니다.

‘Smart Life’를 위해 기여할 ‘Smart Design’<sup>1)</sup>의 요건으로, 효율·편리·균형·건강·참여·행복·살핌·공생·안전·살림 등 10가지 키워드를 제시하고 있는데, 이는 디자인 행위를 통해 추구해야 할 책임있는 역할 및 행동에 대한 진지한 문제의식을 제기합니다. 이를 위하여는 “디자인의 도리(道理)<sup>2)</sup>를 논하다”라는 주제로 프리포럼(ddp 포럼)을 진행, 전문가들과 시민이 한 자리에 모여 깊은 공감대를 나누는 바 있습니다. 또한, 이를 기반으로 ‘스마트 디자인\_서울 선언(Smart Design Manifesto)’을 문서화하여 행사 기간 중 현장에 부스를 설치, 시민들에게 디자인의 책임과 역할에 대한 새로운 패러다임을 공유하니, 그 뜻에 동참하는 의미의 서명에 참여한 시민이 1500명에 달하였습니다.

‘Smart’라는 화두를 품고 서울디자인위크2016를 준비하는 과정을 통해 내린 결론은 이렇습니다. 기술(인공지능)과 인간의 공존이 새로운 과제로 다가온 4차 산업혁명의 시대에 우리가 추구하는 ‘Smart Life’란 인간만의 고유 가치를 지켜 자기 삶의 온전한 주체로서 인간이 추구하는 행복의 궁극적 단계인 ‘자아실현’을 이루는 삶이라는 점입니다. 또한, 함께 사는 삶, 지속 가능한 삶을 위해 넘어야 할 수많은 이슈를 조화롭게 풀어낼 수 있는 문제해결의 방법론으로서의 ‘Smart Design’이 되어야 한다는 점입니다. 오늘날 우리에게

1) Smart Design

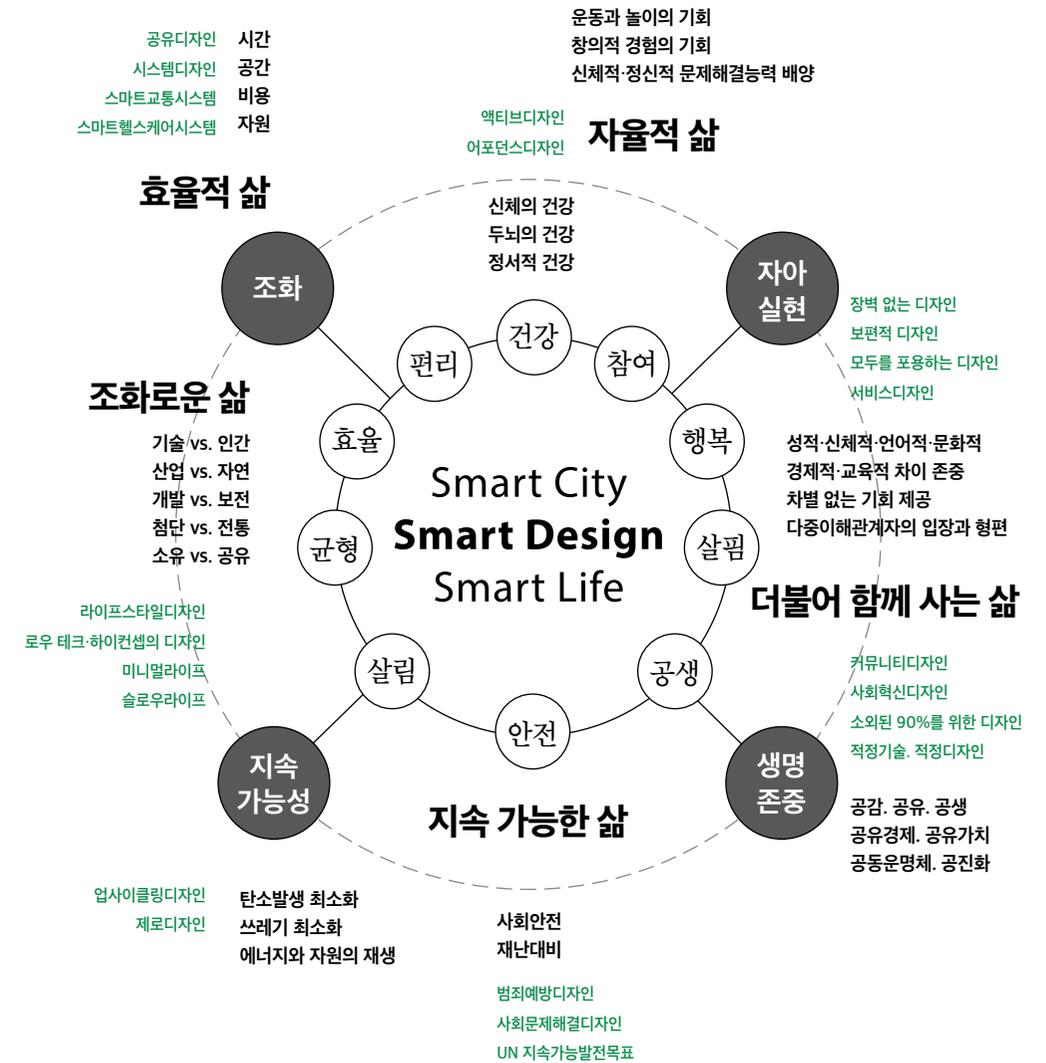
Smart Design이란 Smart Life를 이끌어낼 수 있는 디자인, 똑똑함 (smart)을 넘어 지혜(wisdom)를 겸비한 디자인(Smart beyond Smart)이라 정의한다. Smart Design은 서울디자인위크2016의 기획의 시점을 기준으로 전세계적으로 아직 정의된 바가 없었으므로 서울디자인위크2016을 통해 세계 최초로 그 의미를 정의하고 공론화하는 사례를 남기게 되었다.

2) 디자인의 도리(道理)

산업혁명과 함께 시작된 디자인의 역사는 대량생산을 전제로 펼쳐온 산업활동의 역사만큼이나 지구환경에 끼친 피해가 막중하다 할 것이다. ‘잘 팔리는 물건’을 최종 목적으로 한 디자인의 결정 과정에 태만하였던 많은 이슈들에 대해서도 더 이상 책임을 회피할 수는 없을 것이다. 이와 같은 문제의식을 디자인의 도리(道理)라는 말로 아우려 서울디자인위크2016의 사전행사로 포럼(DDP 포럼)을 개최, 디자인 관심자들의 뜨거운 호응을 얻어냈다.



Smart City, Smart Design, Smart Life\_콘셉트 동영상  
https://youtu.be/O21DlwZ7WyQ



[서울디자인위크2016\_ 전시 설계를 위한 Concept Map v.2.0]

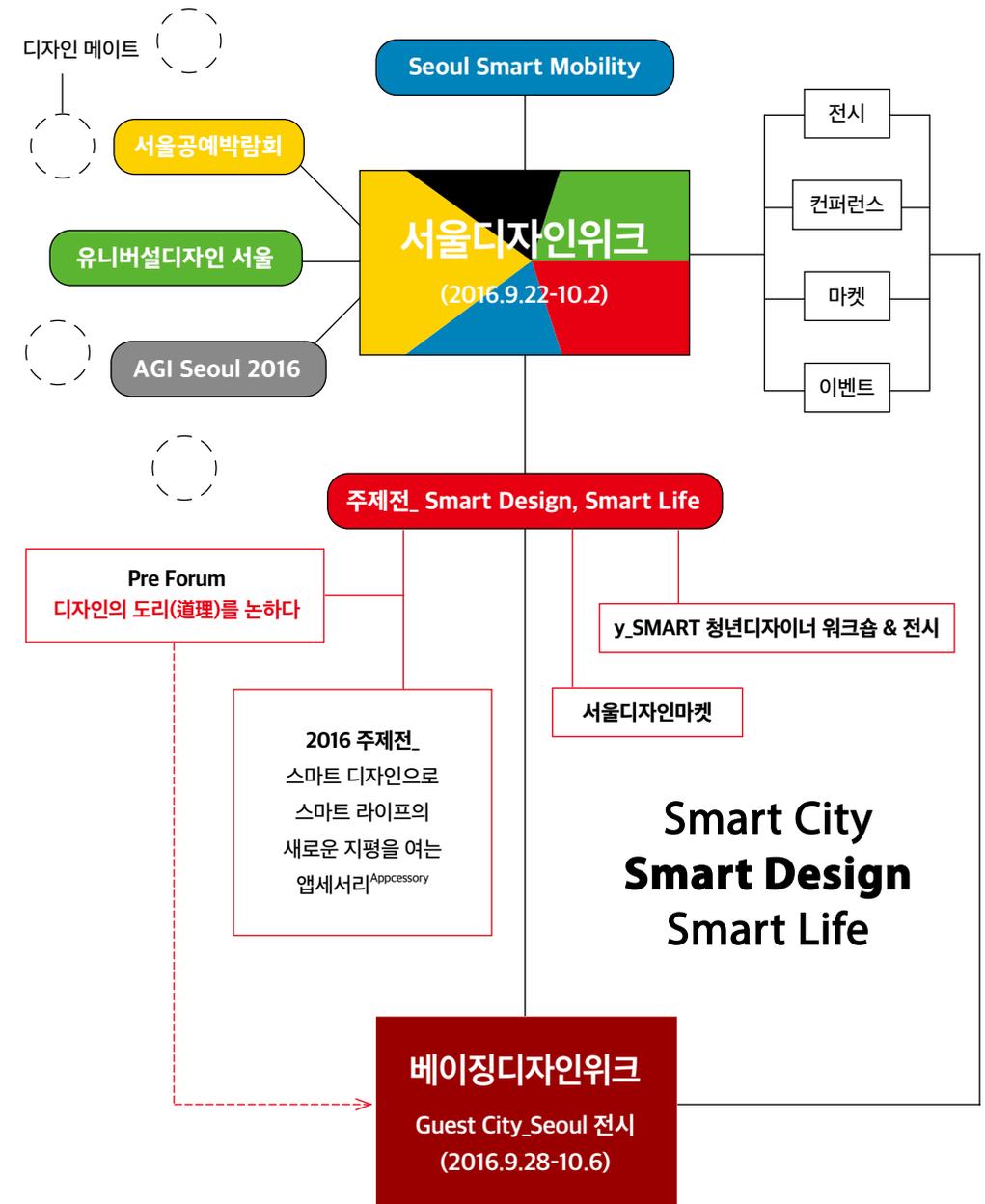
게 절실한 디자인은 ‘영리하고 똑똑함을 넘어 지혜를 겸비한 디자인(Smart Beyond Smart)’이라는 점입니다.

올해로 3회째 개최되는 서울디자인위크는 DDP를 중심으로 서울 도심 전역에 동시 개최되는 다양한 디자인 행사를 하나로 어우른 서울의 대표 디자인 축제입니다. 서울디자인위크는 서울 전역을 무대로 개인·기업·단체·학교·디자인 전문가 등 다양한 주체가 동참하여 ‘디자인’을 통해 소통하고 향유하며 ‘보다 나은 삶’을 위해 기여하는 다양한 생각을 공유하는 시민 참여형 축제로 성장하며 해를 거듭해가고 있습니다.

서울디자인위크2016은 주제전 이외에도 4개의 프로그램이 서울디자인위크를 통해 개최되는데, ‘2016 서울 스마트 모빌리티 국제 컨퍼런스·전시’, ‘2016 유니버설디자인 서울’, ‘2016 서울공예박람회·프리마켓’, 그리고 국제 그래픽연맹의 총회 행사인 ‘AGI Seoul 2016’이 함께 다채로운 잔치를 벌이게 됩니다.

국제적으로는 9월 26일부터 10월 6일까지 열리는 베이징디자인위크2016에 서울이 게스트 시티로 선정되어 서울디자인위크2016의 주제를 공유하여 전시를 펼치게 됩니다. 이 기회를 통해 ‘스마트 디자인\_서울 선언문(Smart Design Manifesto)’을 공유, 보다 나은 미래로 나아가기 위한 동아시아적 디자인의 미래 방향성으로 삼아 서울과 베이징의 디자인 사회 안에서 디자인의 도리(Design Tao)<sup>3)</sup>에 대한 담론이 시작되길 기대합니다.

3) Design Tao(道)  
베이징디자인위크2016의 개최에 앞서 베이징798 단지에서 열린 기자간담회를 통해 ‘스마트 디자인\_서울 선언문(Smart Design Manifesto)’을 공유. ‘Design Tao(道)’라는 표현 아래 디자인의 도리에 대한 동아시아적 공감대 구축의 기회를 마련하였다.



[서울디자인위크2016\_ 전시 구조도]

# 서울디자인위크 2016

Seoul Design Week 2016

- 프리포럼\_ DDP 포럼
- 리서치 1\_ BeSeTo 시민 인식 조사
- 리서치 2\_ Smart City-Seoul의 스마트 정책 디자인
- Manifesto\_ 스마트디자인 서울 선언



## 프리포럼

## 경계를 넘나드는 다양한 영역의 디자이너들과 함께 디자인의 도리(道理)를 논하다

서울디자인위크2016의 주제인 ‘스마트 시티, 스마트 디자인, 스마트 라이프’를 설명함에 있어서 ‘스마트 디자인’이란 ‘똑똑함을 넘어 지혜를 겸비한 디자인’이라고 정의한 바 있다. 이 말을 보다 깊이 있게 이해하고 책임감 있게 실천하기 위해서는 디자이너가 선택해야 할 ‘지혜로운 길’이 무엇인지 고민이 필요하였다. 서울디자인위크2016은 준비 과정의 하나로 ‘디자인의 도리(道理)를 논하다’라는 주제로 프리포럼을 개최, 변화하는 시대, 변화하는 디자인의 패러다임을 점검하고 보다 나은 인류의 미래를 만들어가기 위한 디자인의 비전과 역할을 모색하고자 하였다. 디자인에 있어서 지켜야 할 도리(道理)를 논함은 이전과는 다른 관점에서 디자이너에게 진지한 생각거리를 던진다. 디자이너라는 존재의 주체성과 존엄성을 바탕으로 ‘디자인 행위’를 함에 있어서 디자이너의 책임 있는 생각과 태도, 행동을 되돌아보게 한다는 점에서 그러하다.

발제 및 토론을 위하여는 디자인의 전통적 영역을 포함, 경계를 넓혀 다양한 영역에서 활동하는 디자인 전문가들을 초대, 다양한 관점의 디자인 이슈를 중심으로 입체적 토론을 펼칠 수 있었고, 이에 대한 대중적 공감대를 일굴 수 있었으니 여러모로 유의미한 기회가 되어주었다.

일시	2016. 7. 22(금) 19:00
장소	DDP 살림터 3층 디자인나눔관
주최/주관	서울디자인재단
토론	나 건_홍익대학교 국제디자인전문대학원 원장 김정태_ MYSC 대표 차두원_ 한국과학기술기획평가원 연구원 이경미_ 사이픽스 대표 유다희_ 공공미술프리즘 대표
진행	이나미_ 서울디자인위크2016 총감독

## 전통적 영역의 디자인



### 이 경 미 · 산업 디자인 서비스 디자인

- 현대자동차 자동차 디자이너, LG전자 제품디자이너를 거쳐 산업디자인전문회사 사이픽스 설립/대표
- 제품 디자인 분야. 아이리버, 루펜리 등 여러 기업의 디자인 아이덴티티 구축
- 서비스디자인 분야. 삼성서울병원 건강검진 센터혁신 서비스디자인, 응급실 서비스 혁신 프로젝트 수행



### 이나미 · 시각 디자인 커뮤니케이션 디자인

- 전방위 커뮤니케이션 디자인 전문회사 스튜디오 바프 설립/대표
- 2009광주디자인비엔날레 기획 큐레이터
- 2010공공디자인엑스포 예술감독
- 시민청 '작고 뜻깊은 결혼식' 총괄기획
- 홍익대학교 디자인콘텐츠대학원 교수
- 서울디자인위크2016 총감독

## 확장된 영역의 디자인



### 나 건 · 에듀케이션 디자인

- 홍익대학교 국제디자인전문대학원 원장
- IDTC 국제디자인트렌드센터 센터장
- 독일 Red Dot Award: Product Design 심사위원
- 세계디자인수도서울2010 총감독
- 디자인혁신센터장



### 김정태 · 사회혁신 디자인

- MYSC 대표
- 유엔 민간기업 협력 분야 글로벌 자문위원
- 적정기술재단 사무국장
- <어떻게 하면 소셜 이노베이터가 될 수 있나요?> 저자, <적정기술이란 무엇인가?> 공저, <저성장 시대의 CSR 전략> 공저



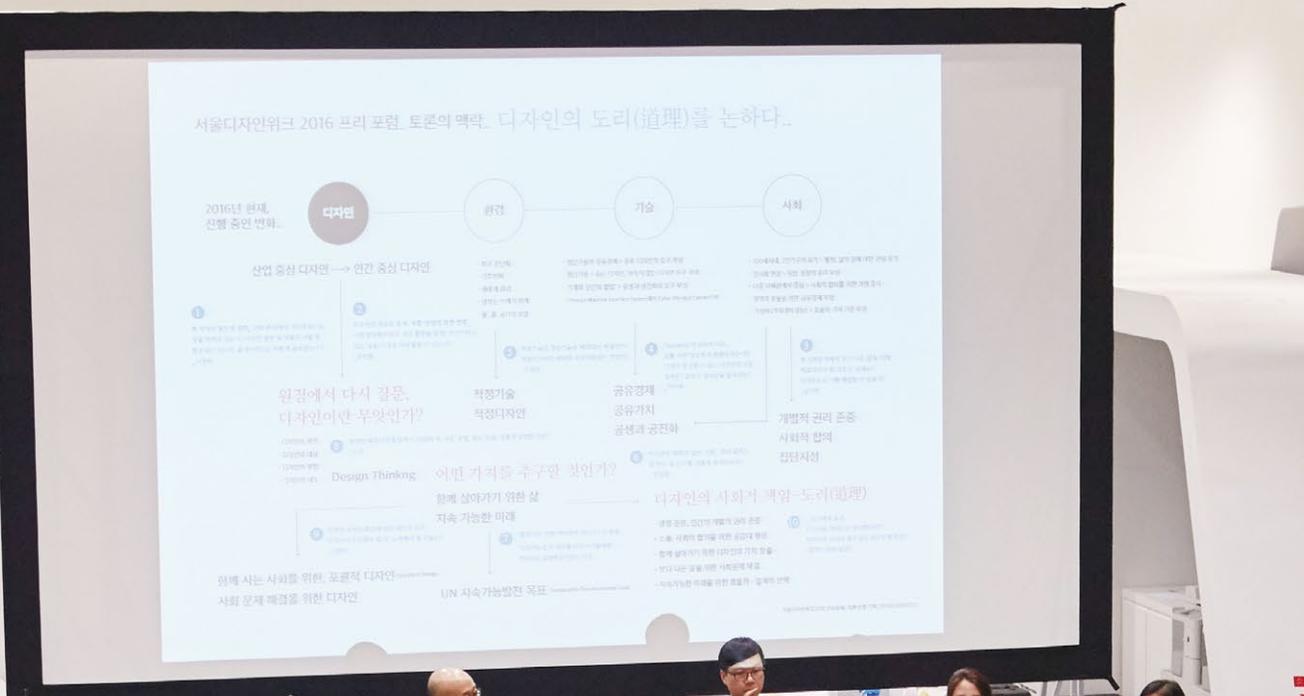
### 유다희 · 커뮤니티 디자인

- 공공미술프리즘 대표
- 광주광역시 발산창조문화마을 외 지역 도시재생사업 총괄
- <도시기획자들>, <우연한 풍경은 없다> 공저



### 차두원 · 미래혁신 디자인

- 한국과학기술기획평가원 연구위원
- <초연결시대- 공유경제와 사물인터넷의 미래>, <Job Killer\_4차 산업혁명, 인공 지능과 로봇이 바꾸는 일자리의 미래> 저자



**이나미** 다양한 주제를 중흥무진 이야기하며 큰 담론을 정리할 필요가 있기에 다양한 영역의 디자이너들을 모셨습니다. 이경미 대표님께서도 현장에서 왕성하게 일하고 계시는데, 어떤 변화를 몸소 체험하고 계시는지요? 정말 인간 중심으로 디자인 필드가 바뀌고 있나요? 디자인의 역할, 또는 클라이언트의 기대는 어떻게 달라졌나요?

**이경미** 저는 20세기 미국의 자본주의, 소비주의에 따라서 상품을 예쁘게, 잘 팔리게 만들어내는 조형적 마케터였고, 현재도 그렇습니다. 오늘 변화에 관한 이러한 담론을 이야기한다고 해서 기존에 있던 모든 산업이 없어지는 것은 아니라고 봅니다. 최근 매우 많은 문제들이 있는데, 한국 사회에서의 디자인에 대해 이야기하고 싶었어요. 생산 과정에서 많은 물건을 만들어 내는데, 지속 가능한 미래를 위해서 여러분이 에너지를 쓰실 차례라고 이야기 하고 싶습니다.

근본적으로 변화를 체험하는 이유로 기존의 제조업이 어려워지면서 제품 디자인에 대한 요구가 많이 줄어들고 있는 것이 사실입니다. 한편 예전에는 멋있는 디자인, 잘 팔리는 디자인이 주로 통했다면 최근에는 미래를 위한 디자인을 더 많이 이야기합니다. 또한, 경계를 두지 않고 디자인할 수 있는 일이 다양해진 것이 큰 변화라 할 수 있을 것 같습니다.

제가 하는 일도 예전에는 그저 제품 디자인이었지만 이제는 경계가 없습니다. 지금은 저희에게 오시는 ‘갑’이 다양해졌어요. 가령 과거에는 병원에서 디자이너에게 맡기는 일이 한정적이었습니다만 이제는 다양한 문제를 해결하는 일을 하게 되었습니다. 또한, 이제는 모든 정부의 산업 과제를 반드시 서비스 디자이너와 협업하라 합니다. 정부3.0 국민

디자인단이라는 것도 했지요. 참가한 디자이너 전문가만 1,500명인 것으로 봐도 디자인이 문제 해결에 중요한 도움이 된다는 것을 알 수 있습니다.

**이나미** 서비스 디자인에 대해 설명을 부탁드립니다. 왜 기업이나 정부에서 서비스 디자인을 필요로 할까요?

흔히들 디자인의 본질은 시각화<sup>Visualization</sup>에 있다고 생각하지만 그게 전부가 아닙니다. 인터페이스의 가장 궁극적인 목표는 보이지 않게 만드는 것입니다. 보이는 것을 보이지 않는 것으로 바꾸고, 보이지 않는 것을 어떻게 인지할 수 있게 만들 것인가가 점점 더 중요해지고 있습니다.

**이경미** 서비스 디자인을 정의하기가 굉장히 어렵긴 합니다. 5년 동안 서비스 디자인을 해온 제 관점에서 이야기해야 할 것 같아요. 처음에 제가 정의한 서비스 디자인은 ‘가장 이상적인 사회에서의 서비스 경험을 만들기 위한 커뮤니케이션, 시스템, 환경 등을 맥락적으로 재구성, 재배치하는 것’이었습니다. 요즘에는 더 단순하게 ‘사회적 구조 속에서 다양한 주체들 사이에서 새로운 가치를 만들어 내는 것’이라고 정의합니다.

**이나미** 아까 김정태 대표님께서 말씀하신 ‘다중이해관계자 간의 공유가치’라는 말과 연결이 되는 부분이 있는 것 같습니다. 사회영역에서 활동하시는 유다희 대표님은 현재 하고 계신 일들을 ‘디자인’이라 말할 수 있을까요? 그리고 보다 나은 삶

을 위해 해결해야 할 가장 큰 문제점은 무엇이라고 생각하시나요?

**유다희** 저희는 구체적으로 지역재생이나 도시 재생과 관련된 일을 하고 있어요. 재래시장 활성화 사업이나 전쟁 이후의 여공들이 살았던 달동네 마을, 파주의 용주골이라는 옛 미군 부대 집창촌처럼 전국의 도시 문제에 접근해 지역의 다음 단계를 만들어 가는 작업을 하고 있습니다.

서비스 디자인이 이용자와 사용자 중심이라면, 공공미술에서 시작한 저희가 하는 일은 조금 다릅니다. 지역재생처럼 통합적인 사업을 진행할 때 많은 사람이 누리고 사용하는 공간이므로 다중이해를 포괄합니다. 예를 들어 소득 격차, 슬럼화가 야기되는 곳에서 주민들과 커뮤니케이션하고, 지역 환경 디자인, 공간 활성화, 공동체 문화 조성, 사회적 경제의 주체자 양성, 일종의 비즈니스 영역까지 통합해 커뮤니티 디자인을 하죠. 공공미술 프리즘에서는 굉장히 다양한 전공 배경을 가진 디자이너들이 함께합니다.

저희는 마을 주민들과 이들의 비전, 방향, 환경에 대해 이야기를 하면서 함께하는 창의주체들을 길러냅니다. 기존의 사회적 경제, 마을 경제, 공공미술과는 다른 차원의 문제가 다루고 있다 보니 도시 재생에서도 더욱 다양한 이해관계에 대한 이야기가 필요한 시대에 살고 있는 것 같습니다.

**이나미** 지금 말씀하시는 것이 기존의 디자인과는 다른 것을 이야기하시는 것 같지만 애초에 디자인이라는 개념 자체가 모호한 부분이 있는 것 같습니다. 앞서 차두원 박사님께서 디자인이 해야 할 일 중 중요한 것이 '라이프 디자인'이라고 하셨고 김정태 대표님께서 삶 중심에서 취약계층에

대한 이야기도 두루두루 하셨지요. 마을, 사회라는 것은 사람들의 삶이 일어나는 곳이고, 그게 큰 범위든 작은 범위든 우리에게 보다 나은 삶을 살 수 있도록 도와주는 것이 디자인이 아닌가 싶습니다.

**김정태** 디자이너들의 문제 해결 방법은 상당히 입체적입니다. 전문가들끼리만 모여 해결방안을 찾으려 하는 것이 아니라 다양한 이해관계자들과 대화하고 관찰하며 해결 방법을 모색합니다.

비즈니스의 영역에서도 한 번도 경험해보지 않은 문제들이 많이 생겨났습니다. 데이터베이스가 없어서 가설 중심으로 해결하려는 경우가 많습니다. 사회적 맥락에서 가설을 테스트한다는 것은 소요 비용이 크기 때문에 디자이너의 문제 해결 방법을 활용하여 접근하는 것이 좋지 않을까 합니다.

**이나미** 기술은 첨단으로 가고 있는데 적정기술, 적정디자인이라는 말이 이해하기 어렵습니다. 적정디자인은 적당히 디자인하라는 것인지, 적정기술은 첨단기술과 배치되는 개념인지? 설명이 필요할 것 같습니다.

**김정태** 상상할 수 없을 만큼 많은 기술이 연구소에서 개발되고 있습니다. 아직 상용화가 안 되었을 뿐 기술적으로는 많은 것이 가능한 시대가 되었는데, 과연 이 기술들이 인간의 존엄성과 가치를 지킬 만한 기술인가 의문이 듭니다.

E.F. 슈마허라는 분이 <작은 것이 아름답다>라는 책을 썼습니다. 왜 작은 것이 아름답냐면 인간이 작기 때문이라고 합니다. 기술이 거대화되거나 분산될 수 있지만, 사람은 항상 작아서 인간이 어느 정도의 디자인을 절제하고 선택할 것인지는 앞으로도 지속해서 논의해야 할 부분인 것 같습니다.

## 디자인 패러다임의 변화

● 오늘 포럼의 첫 꼭지는 디자인 패러다임의 변화입니다. 세상의 흐름이라는 것은 굉장히 중요한데, 이를 한 마디로 '트렌드<sup>Trend</sup>'라고 합니다. 최근에 iF가 발표한 11개의 메가트렌드<sup>Mega Trend</sup>는 다음과 같은 내용을 담고 있습니다. 세상의 중심이 남성에서 여성으로 바뀌고 있다, 개인화가 심해지고 있다, 뉴 월드<sup>New World</sup>, 뉴 러닝<sup>New Learning</sup> 등. 이를 한 단어로 설명하면 무엇이 될까요? (관객의 답변 : 문화, 협력, 다양성, 지속가능성, 삶, 콘텐츠, 융합과 협업, 미래...) 그런 것들을 다 합하면 세상의 '판'이 바뀝니다. 바로, 패러다임 시프트<sup>Paradigm Shift</sup>가 이루어지는 거죠. 디자인의 패러다임이 바뀌어서 세상이 바뀌어야 하는데, 실상은 세상의 패러다임에 디자인이 끌려가는 형편입니다. 디자인 업계는 반성<sup>Reflection</sup>의 시간이 필요합니다. 제가 보기에 디자인계의 문제는 '독백'에 있는 것 같습니다. 서로 대화를 해야 하는데, 독백을 한다는 거지요. 독백을 혼자 하면 다행인데 두 사람이 모여서 각기 독백을 하고 있기도 합니다. 독백을 '대화'로 만드는 것이 디자인계의 가장 시급한 해결과제가 아닐까 싶습니다.

● 제가 보기에 우리나라 디자인의 현주소는 한 마디로 'Era of Confusion among Popularity'라 표현할 수 있을 것 같습니다. 짧은 시간 내에 너무 많은 변화를 겪다 보니 여러 단계가 혼재하고 있다는 거죠. 그래서 우리 디자인계에는 Real Challenge, 즉 '진정한 변화'가 필요합니다. 세상은 이제 '디자인의 민주화 시대'로 접어들었습니다. 디자인이라는 것이 나름의 '독재성'을 가져야 하는데 그것이 기술에 의해 풀어지고 보편화되어 누구나 디자인할 수 있는 상태가 되었다는 겁니다. 그런 점에서 디자인의 양극화 현상이 벌어지고 있는데, 정말 차별화된 디자인과 그렇지 않은 디자인-자칫하면 테크니션으로 전락할 수밖에 없는 디자인도 있습니다. 그래서 결국 힘써야 할 것은 우리 모두 다 함께 'Back to the Basis', 즉, 기본에 충실해야 한다는 것이고, 그래서 디자인의 본질적 차별화를 잃지 않도록 해야 한다는 점입니다.

● 한국에서 '디자이너'라 하면 미술대학 출신이거나 감성적인 사람, 예술가라는 인상을 받습니다. 그런데 제가 미국에 가서 수많은 디자이너를 만날 때 들었던 공통적인 질문은 "너는 학부 때 전공이 뭐니?"라는 것이었습니다. 이처럼 한국 디자이너와 미국 디자이너 간에는 큰 차이가 있었습니다. 그들에게 디자이너란 Problem Solver, Collaborator, Visual Thinker라는 것입니다. 미국 디자이너들은 문제를 풀려고 하고, 협력을 잘하고, 시각적으로 생각을 잘 합니다. 다양한 방법으로 Non-verbal하게 소통을 잘하는 사람들이라는 거죠. 그런 관점에서 디자이너들의 특성과 차별점을 강화할 수 있도록 오늘 이 자리를 통해 다시 한 번 디자인을 정의하는 일은 너무도 중요합니다. 디자인의 본질에 대하여도, 흔히들 디자인을 시각화<sup>Visualization</sup>라고 생각하지만 그게 전부가 아닙니다. 인터페이스의 가장 궁극적인 목표는 보이지 않게 만드는 것입니다. 보이는 것은 보이지 않는 것으로 바꾸고, 보이지 않는 것을 어떻게 인지할 수 있게 만들 것인가가 점점 더 중요해지고 있습니다.

● 마지막으로 '디자인의 도리(道理)'에 대해 정의해보겠습니다. 도리란 '사람으로서 해야 할 일'이라는 뜻이고, 이를 다하면 하늘도 반드시 도울 것이라는 의미가 담겨 있습니다. 디자인의 도리에 충실하면 반드시 기회가 올 거라고 생각합니다.

**이나미** 아까 차두원 박사님께서 말씀하시기를 인간이 할 수 있는 모든 일을 로봇이 할 수 있다고 하셨는데, 그러면 우리는 어떻게 되는 걸까요? AI를 어떤 입장에서 대해야 할까요?

**차두원** 우리나라는 하이테크를 굉장히 좋아합니다. 빠르고, 비싸고, 남들이 안 하는 기술을 좋아하지만 하이테크라고 모두 좋은 것은 아닙니다. 모두 용도가 있는 것입니다.

서양의 영화를 보면 로봇들이 인류를 멸망시키곤 합니다. 기술에 대한 불신, 공포감이 한동안 조성되었지요. 인공지능과 로봇은 한 몸이지만 그건 먼 얘기고 실제로 문제 되는 것은 기술의 안전한 이용입니다. 예를 들어 자율주행 자동차에 폭탄을 싣고 터트린다고 할 때 보안 기술이 동시에 개발이 되어야 첨단기술을 안전하게 사용할 수 있겠죠. 항상 새로운 기술이 나올 때마다 인류는 걱정해왔고 여기까지 발전되어 왔습니다. 고민해야 할 문제는 기술을 어떻게 이해하고 가치 있게 사용하느냐에 대한 것입니다.

**이나미** 아까 디자이너의 역할이 커넥터, 커뮤니케이터가 되어야 한다는 말을 하셨는데, 인공지능이 그 영역을 언젠가 해낼 수 있지 않을까요? 기계가 대신 할 수 없는 인간만의 고유의 영역은 없는 걸까요?

**차두원** 빅데이터를 이용하는 것 등은 인공지능이 인간보다 잘하겠지만, 공존과 공진화라는 개념에서 인간의 역할이 중요한 것이지요. 쉽게 말해 인공지능과의 상호작용에서 코디네이터의 역할. 개발자, 사용자, 관리자의 커뮤니케이션하는 역할을 말합니다.

**이나미** 공진화의 관점에서 보자면 인공지능이 속도를 좀 늦출 필요가 있지는 않을까요?

**차두원** 기술발전의 제어는 불가능하다고 봅니다. 기술발전은 일자리를 만들기 위한 경쟁이고, 국방력에서 우위를 획득하기 위한 국가 간의 경쟁이기도 하지만 기업의 경쟁이기도 하거든요.

상상할 수 없을 만큼 수많은 기술이  
연구소에서 개발되고 있습니다.  
아직 상용화가 안 되었을 뿐  
기술적으로는 많은 것이 가능한 시대가  
되었는데, 과연 이 기술들이 인간의  
존엄성과 가치를 지킬 만한 기술인가  
의문이 듭니다.

**이나미** 제어도 불가능하고, 다양한 영역으로 확장이 되고 있으니, 전통적인 개념의 디자인으로는 이에 맞서는 데 한계가 있겠군요. 나건 교수님께서서는 교육의 혁신을 실천하고 계신 입장에서 변화된 패러다임에 따라 디자인(목적, 대상, 방법, 태도 등)을 어떻게 설명하실 수 있을까요?

**나건** 지금은 교육의 패러다임이 완전히 바뀌었습니다. 아까 차두원 박사님께서 하이테크 선호 경향에 대해서 이야기하셨지요. 제 생각에는 로우테크, 미들테크, 하이테크만을 보기에 앞서 사용자의 컨텍스트에 대한 고려가 필요하다고 봅니다. 앞서가는 것에 대한 고민을 많이 하는 것 같은데 사회의 발전 위치를 고려했을 때 최적의 기술과 최적의 디자인에 대한 것을 논의해야 합니다.

## 공유가치 창출과 지속가능 발전을 위한 디자인

● 저는 비즈니스에서의 변화를 말씀드리고자 합니다. 비즈니스에서의 큰 변화는 브랜드, 지적재산권 등의 무형자산을 지닌 기업이 엄청난 경쟁력을 가지게 되었다는 점입니다. 그리고 이러한 기업에서의 도리의 변화가 디자인에서의 도리의 변화와 어떻게 비교할 수 있는지에 대해 말씀드리겠습니다. 저희 회사의 경우에도, 과거에는 사회문제를 복지의 영역으로만 해석했는데, 이제는 이런 문제를 적극적으로 비즈니스와 연계하고 있습니다. 많은 전문가가 기술이 발전하면 인간이 기술로부터 소외될 것이라고 예견합니다. 이러한 현상은 심각한 이슈가 될 수도 있고, 실제로 여러 가지 영역에서 대두될 수 있습니다. (ref. 2008년 글로벌 금융위기) 인간 중심의 혁신, Social Renovation이라고 부르는 사회적 혁신이 새로이 자리를 잡아가고 있습니다. ‘사람들이 정말 원하는 것이 무엇일까’의 관점에서 많은 이야기가 나오고 있습니다. (ref. 파타고니아 캐치프레이즈 - “우리의 재킷을 사지 마세요. 이미 있는 옷을 입으세요.”) 임팩트 투자, 임팩트 비즈니스, 적정기술과 같은, 취약계층을 위한 기술이 대중화되는 경향도 나타나고 있습니다. (ref. 개발도상국의 산모와 아이들을 위한 제품들)

● 앨빈 토플러는 세상의 많은 조직 가운데 기업이 가장 빨리 변화한다고 말했습니다. 그 이유는, 변하지 않으면 내일 당장 위기를 맞이 때문입니다. 앨빈 토플러는 기업의 그와 같은 변화를 자세히 관찰하면 사회가 어떻게 변화하는지 통찰을 얻을 수 있다고 했습니다. 2012년 영국 비즈니스 스쿨 유학 시절에 “이제는 비즈니스를 잊어버려라. 이제는 디자인의 시대다.”라는 뉴스를 보고 엄청난 충격을 받기도 했죠. 과거에는 기업이 변할 이유가 많이 없었지만 이제는 환경, 사회적 문제가 기업을 변하게 하고 있습니다. 이들이 양극단에서 뜨겁게 기업을 달구다 보니 기업 자체가 변하게 되는 것이죠. 마케팅의 아버지인 필립 코틀러는 이제는 마켓 3.0이 성공할 것이며, 수많은 이해관계자를 중심으로 어떻게 공유된 가치를 나누는가가 앞으로 기업의 생존을 좌우하게 될 것이라고 했습니다. (고객 감동이 우선인 마켓2.0은 더 이상 핵심이 아니라는 것이죠.) 그리하여 기업들은 이제 ‘공유가치’를 만들기 위해 많은 노력을 기울이고 있습니다. (ref. 나이키-줌 솔저 플레이어즈. 소아마비인 사람도 쉽게 신발을 신을 수 있도록 만든 제품) 즉, 이제는 비즈니스 자체가 제품과 서비스만 제공하는 것이 아니라, 선해야 한다는 인식 때문에 사회적 성과를 내는 기업들이 무브먼트를 만들어내고 있습니다. 그렇다면 기업이 이렇게 변하고 있다는 사실이 느껴질 겁니다. 기업이 변하는 속도가 굉장히 빠르므로 결국 기업의 도리가 변하고 있는 부분을 디자인에서도 볼 수 있습니다. 여기서 제가 한 가지 질문을 드리면, 디자인 에이전시는 거꾸로 경영 컨설팅 회사를 사들이거나 경영 컨설팅 회사가 디자인 에이전시를 사들일 수 있지 않느냐는 생각이 듭니다.

● 그렇다면 ‘스마트 디자인’의 실마리는 어디서 찾을 수 있을까요? 미세먼지, 저출산, 고령화, 다문화와 같은 여러 사회적 변화 가운데에서 어떻게 디자인이 스마트해질 수 있을지 생각해 볼 수 있습니다. 디자인 3.0, 혹은 스마트 디자인은 ‘보이지 않는 문제’를 재정의하는 것, 많은 이해관계자를 연결하고, 공유가치를 창출하는 부분이라고 생각합니다. 우리 세계는 안타깝게도 수많은 문제로 뒤덮여 있습니다. UN은 지속가능 발전 목표(Sustainable Development Goals)라는 이름으로 17개의 프레임워크를 제공하고 있는데, 이를 위해 한국을 포함한 여러 국가가 행동을 함께하기로 협약을 맺었습니다. 아프리카에 일자리 창출과 사회 양극화를 해소하는 공유가치를 창출하는 패션 디자인 회사(ref. Ethrica)도, 소방관에게 도움을 드리는 것을 사업으로 한 회사도 스마트한 디자인을 통해서 세상에 숨어있는 수많은 문제를 재해석하고, 재해석된 가치들을 통해 수많은 문제를 해결할 수 있습니다. 이처럼 사회 문제를 적극적 관심을 가지고 재해석하며, 디자인으로 해결할 수 있는 공유가치를 만드는 일이 바로 스마트 디자인이며, 디자인의 도리(道理)가 아닐까 생각합니다.

발제 **3** 차두원 | 한국과학기술기획평가원 연구위원

## 4차 산업혁명과 디자인

● 세상이 빠른 속도로 변하고 있습니다. 하지만, 디자이너들은 이 변화에 그리 밝지 않은 것 같습니다. 4차 산업혁명이 일어나고 사이버 공간은 변했습니다. 기술은 수동에서 완전 자동으로 바뀌었고, 사람과 로봇과 인공지능의 경계가 무너지고 있습니다. 인간만의 고유영역이라 믿었던 창의적 기능도 로봇이 대신하고 있습니다. 아나운서, 우주비행사, 증시, 인공지능 의학, 회계는 물론, 신춘문예, 이발에 이르기까지 로봇이 해내고 있습니다. 농촌에서는 '드론'이 비료를 뿌리고, 일본에서는 '검은 공장(사람이 없는 공장)'이 유행합니다. '자율주행차(Self-driving Car)'가 큰 이슈로 등장하며 자동차 회사와 IT 디자인 업체가 경쟁을 하고 있습니다. 이 모든 과정에서 중요한 것은 '커넥터(Connector)'와 '품질 경험'입니다. 이제 우리는 원하지 않아도 연결되어 있으며 연결을 통해 많이 일들이 가능해지고 있습니다. 하지만, 연결만 중요하게 여기다 놓친 것도 있습니다. 얼마 전 미국의 자율주행차 '테슬라'의 사고를 보며 전 세계가 다시금 깨닫게 되었듯, 가장 중요한 건 '안전'입니다.

● 이렇듯, 디자인의 핵심가치가 변화하고 있습니다. 4차 산업혁명을 통해 디자이너들이 보다 자세히 바라보아야 할 것은 기술 그 자체를 넘어, 인간과 사회 분야입니다. 안전, 고령화, 여성의 사회적 영향력 등 디자이너들이 새롭게 관심을 가져야 할 분야가 늘고 있습니다. 이것은 디자인의 윤리문제와도 관련이 있습니다. '여성'의 이슈만을 중심으로 살펴봐도 많은 변화가 있습니다. 작년 미국 여자 월드컵이 열렸을 때, 보이콧이 대두되었습니다. '인조잔디'가 문제였던 것인데, 남자 선수보다 여자 선수가 인조잔디에서 훨씬 많이 다치기 때문이지요. 볼보는 여성만을 위한 자동차를 만들기도 했습니다. 점점 더 그 중요성이 드러나고 있는 '공유가치'에 대해 이야기해볼까요? 마다가스카는 공유경제로 자체적으로 주민들이 관리한 곳입니다. 전제조건은 정부가 끼어들면 안 된다는 거였죠. 오스트롬(Elinor Ostrom)이 말한 '공유의 비극'을 넘어서려면 우버와 구글 등 이미 시작된 플랫폼 시장에서의 싸움이 어떻게 전개되어야 할지에 대한 고민이 중요한 거였죠. 이렇듯 수용자의 수용성과 사회의 수용성은 디자이너에게 더욱 중요한 가치로 등장했습니다.

● '히든 인터페이스(Hidden Interface)'는 디자인 공간의 변화를 단적으로 설명해줍니다. 이 개념을 이해하려면 '로봇'의 정의를 다시 해야 합니다. 로봇은 한마디로, 사람의 기능을 대신해주는 모든 것을 의미합니다. 우리가 로봇이라고 생각하지 않는 인공지능도 사실은 로봇이라는 것입니다. 세상이 히든 인터페이스로 변하면서 '미니멀리즘'이 크게 대두되고 있습니다. 특히 디자인 컨셉에서도 미니멀리즘이 중요한데, 'Less is more'로 대변되는 미니멀리즘 디자인은 특히 로봇 쪽에서 각광을 받고 있습니다. 가족과 친구의 역할을 대신하는 '텔레노이드(커뮤니케이션 로봇)'처럼 로봇의 활용도가 높아지면서 이러한 컨셉은 더 강해지고 있죠. 무조건 메모리를 키우는 게 아니라 제품에 따라 커스터마이징하는 것이 중요해지면서 더욱 미니멀리즘의 경향이 강해지고 있습니다.

● 이러한 모든 변화를 어우르는 말로 '융합'이라는 단어가 종종 사용되고 합니다만, 저는 융합이라기보다는 그런 관계들이 무너지고 있다는 생각입니다. 그것을 잘 설명하는 단어로, 'Blur'를 꼽고 싶습니다. 제가 생각하는 디자이너는 기존의 현상을 해석하고 반영하여 연결하는 사람이며, 사회의 문제를 해결하려는 사람입니다. 그리하여 미래의 또 다른 기술을 융합이 아니라, 'Blur'로 알아내려는 사람입니다. 디자이너를 시스템 엔지니어로도 볼 수도 있을 것 같습니다. 정책을 알지 못하면 디자인을 하지 못합니다. 정책과 디자인이 연결되지 않으면 결국 아무 쓸모도 없다고 생각합니다.

**이나미** 지속가능 발전 목표(SDG)에 대해서 조금 더 말씀해주세요.

디자이너는 기존의 현상을 해석하고 반영하여 연결하는 사람이며, 사회의 문제를 해결하려는 사람입니다. 그리하여 미래의 또 다른 기술을 '융합'이 아니라, 'Blur'로 알아내려는 사람입니다.

**김정태** 2000년에 시작된 밀레니엄개발목표(MDG)는 전 세계 모든 곳에서 이것만큼은 꼭 해야 한다는 8가지 목표로, 작년까지 15년 동안 진행되었습니다. 그 당시는 절대 빈곤에 대한 문제가 많아서 한국과는 관련이 없었지요. MDG가 반절의 성공, 반절의 실패를 겪고 나서 이제 2030년까지 달성해야 할 지속가능 발전 목표(SDG)는 17개로 늘어났습니다. 과거에 없었던 평화, 인권, 불평등 같은 다양한 사회적인 문제가 포함되었습니다. 지금은 전 세계에서, 국내에서는 KT, LG 같은 큰 기업들이 R&D 요소로 활용하고 있습니다.

**이나미** 유엔에서 발표한 SDG라는 것이 우리 사회에서 얼마나 적용 가능한지 유다희 대표님의 의견을 듣고 싶습니다.

**유다희** 저는 매뉴얼대로 움직이는 일은 하지 않았던 것 같습니다. 사회문제가 너무나 복잡해서 이제는 더이상 어떤 슬로건이나 매뉴얼이나 정책 방향에 의존할 수는 없다고 봅니다. 오늘 디자인의 도리에서 할 수 있는 이야기는, 배움을 통해 무엇을 이뤘다기보다는 사회의 변화 속에서 우리가 무

슨 역할을 할 수 있는가가 제일 중요한 것 같습니다. 이는 디자이너의 리더십과도 관계가 있는 이야기가 될 텐데요, 새로운 사업을 시작할 때 전문가의 사회적 역할, 도리에 대해 깊이 생각하게 되었습니다. 우리는 왜 이것을 하려고 하는가? 전문가로서 마을에서 할 수 있는 것은 무엇인가? 와 같은 질문을 시작하게 된 것입니다. 이에 대해 지금까지는 어려운 말로 답을 했었는데 좀더 쉬운 말로 고쳐 표현하는 것도 가능할 것 같습니다. 나는 무엇을 하면서 살 것인가, 나는 과연 다른 사람에게 좋은 의미를 줄 수 있는 일을 하고 있는가에 대한 고민이 중요한 것 같습니다.

**이나미** 전문가들은 '더이상 대박은 없다'는 말을 하곤 합니다. 공공적인 영역에서 일하면 돈을 번다는 생각은 하지 말라는 것인지, 아니면 보람으로 대체하자는 것인지 모호한 부분에 대해서 김정태 대표님께서 의견을 주셨으면 합니다.

**김정태** 과거에 구글에서 인재를 뽑을 때 '복도에 떨어진 휴지를 주울 수 있는 사람인가'에 대한 질문을 했다고 합니다. 공공의 이익과 함께 살 수 있는가와 같은 질문에 대한 답을 할 수 있는 사람을 원했던 것이지요. 저성장 시대다 보니 모두 힘듭니다. 이제는 남과 비교하지 않게 되고 큰 회사들이 작은 사업에 관심을 가집니다. 사업은 분산화되고 있습니다.

모니터를 많이 보는 사람과 현장을 보는 사람은 차이가 날 것입니다. 불확실한 기업의 미래 보험이 있다면, 상상력과 창의력입니다. 데이터베이스는 모니터에서 나오는 것이 아니라 사람을 만나고 그 속에 숨겨진 니즈를 뽑아내는 것이라는 말입니다. 그런 관점에서 공공영역에 도전해 보면 좋을 것 같습니다.

**이나미** 이렇게 디자인의 영역이 확장되는 세상에서 디자이너들은 무엇을 준비해야 할까요?

**이경미** 디자인의 가치를 디자이너가 아닌 사람들이 더 빨리 알아채는 것 같습니다. 반면 확장되는 디자인의 영역이 불편한 사람들도 있습니다. 디자인 전문성이 희석되는 것을 걱정하시는 거지요. 사회가 변하는 것에 따라 우리가 할 수 있는 역량도 바뀌어야 하는데, 결과적으로 보니 산업화시대의 제품디자인 시절 때에 알았던 것과 서비스 디자인하면서 느끼는 것은 완전히 다릅니다. 저는 디자인을 문제를 해결하고 가치를 만들어 내는 것으로 생각하거든요.

하나의 문제를 해결하는 것은 총체적으로 맥락적으로 봐야 한다는 것을 뜻합니다. 산업화 시대에서는 고객의 니즈가 뭔지 중요했지만, 이제 니즈가 아닌 다른 것들도 중요합니다.

결국, 디자이너는 역량을 키워나가는 사람입니다. 연결짓고, 전략을 세우고, 공감하고, 이야기를 이끌어내는 전략 디자이너로서의 능력이 필요합니다. 위험사회가 될수록 회복력이 중요한데, 가장 중요한 회복력은 창의성입니다. 디자이너들은 무언가를 계속 만들어보는 능력, 창의성, 공감력이 늘 훈련이 되어있던 사람들입니다. 내 아이디어를 고집하는 것이 아니라 여러 사람의 아이디어를 들어보고 촉진하는 역할을 해야 합니다. 또한 디자이너들은 가시화를 잘합니다. 문제를 구체화해서 솔루션으로 만들어내는 것은 우리가 잘하는 것입니다. 그런 부분에서 자신감을 잃지 않았으면 합니다. 우리는 늘 솔루션을 만드는 사람입니다. 약한 부분을 보완하고, 철학적으로 생각하고 나아가야 할 방향을 생각해야 합니다.

**나건** 디자인은 디자이너만의 것이 아닙니다. 오픈 경쟁에 들어섰습니다. 미국의 미래 교육을 이야기할 때 4C를 이야기합니다. 크리티컬 씽킹(Critical Thinking), 콜라보레이션(Collaboration), 크리에이티비티(Creativity), 커뮤니케이션(Communication). 디자인이 중요한 것은 내가 하는 가치의 디자인을 어떻게 나타낼 것인가에 있습니다. 돈을 내는 '갑'에게 그들의 언어로 가치를 설명할 수 없으면 디자이너의 미래는 소용없다는 것입니다.

**이나미** 마지막으로 여쭙겠습니다. '디자인의 도리'를 한마디로 설명하신다면?

**유다희** 개개인의 태도이다.

**김정태** 스마트 디자인은 부가가치뿐만 아니라 공유가치를 만드는 디자인이다.

**나건** 이름값을 하자.

**이경미** 함께 살아가기 위한 미래를 위해서 생각하는 방식, 살아가는 방식을 제시하는 것이다.

**차두원** 남이 하는 것을 하지 말자. 가치 있는 것을 하기 위해서는 영역에서 배제된 시스템에 있어야 한다.

**이나미** 저도 한 가지 보태자면, 사용자의 주체적 삶을 지원하여 '자아실현'의 행복을 이룰 수 있도록 하는 것이다. 긴 시간 감사했습니다.

SMART CITY  
SMART DESIGN  
SMART LIFE

DDP FORUM Vol.8



도리

디자인의 도리를 논하다

2016 서울디자인위크 프리포럼  
2016년 7월 22일  
금요일 19:00

---

동대문역사문화공원역 1번 출구  
DDP 샵터 3층  
디자인나눔관  
신청 | www.ddp.or.kr

---

**발매**  
김정태 MYSC 대표  
나건 홍익대학교 국제디자인산업대학원 원장  
차두원 한국과학기술기획평가원 연구위원

---

**토론**  
유다희 공공예술리움 대표  
이경미 사이언스 대표  
이나미 서울디자인위크 2016 총감독







## 서울, 베이징, 도쿄의 시민에게 ‘스마트’는 어떤 의미일까

‘스마트 시티, 스마트 디자인, 스마트 라이프’를 주제로 정하면서 갖게 된 국민의 하나는 관객의 관점에서 ‘스마트(smart)’는 과연 어떤 의미로 해석될 것인가에 관한 부분이다. 개개인이 가지고 있는 스마트에 대한 개념은 사회적으로 구축되어 있는 공통적 이해를 바탕으로 형성될 것이므로, 아시아의 대표 도시인 서울, 베이징, 도쿄의 시민들에게 ‘스마트(smart)’라는 단어가 주는 의미는 어떻게 같거나 다를지 궁금하지 않을 수 없었다. 하여, 우리는 서울, 베이징, 도쿄의 시민을 대상으로 ‘스마트(smart)’와 ‘스마트 디자인(smart design)’에 대한 시민 인식 조사를 진행하였다.

조사 결과, 스마트 연관 키워드로 가장 높은 응답 수를 확보한 단어는 스마트폰(서울 48%, 도쿄 54.5%)와 스마트 라이프(베이징 37.5%)였다. 스마트 디자인 연관 키워드로 가장 높은 응답 수를 확보한 단어는 사용자 중심 디자인 툴(서울 40.3%, 베이징 46%), 스마트 폰(도쿄 36.5%)이었다.

스마트 연관 이미지에 있어서도 도시별로 다소 차이가 있는 결과를 보여주었는데, 서울은 편리(61.9%), 효율(31.8%), 삶의 질 향상(30.8%) 순으로, 베이징은 삶의 질 향상(54.5%), 인공지능(49.5%), 기술의 발전(40%) 순으로, 도쿄는 편리(34.5%), 효율(33%), 삶의 질 향상(23.5%) 순으로 단어를 꼽았다.

### 스마트 연관 키워드 조사

스마트 연관 키워드	베이징	서울	도쿄
스마트 디자인	26.5	14.7	10.0
스마트 시티	13.5	6.3	6.0
스마트 라이프	37.5	20.0	13.0
스마트 모빌리티	4.0	2.3	0.5
스마트 워치	0.0	4.7	1.0
스마트 헬스케어	1.0	4.0	1.5
스마트폰	17.0	48.0	54.5
기타	0.5	0.0	13.5

스마트디자인 연관 키워드	베이징	서울	도쿄
유니버설 디자인	34.5	12.3	23.5
적정기술 디자인	12.0	24.7	11.5
인간공학 디자인	28.0	37.0	19.0
앱세서리	9.5	4.3	0.0
사용자중심 디자인툴	46.0	40.3	9.5
서비스 디자인	22.0	11.7	6.5
스마트 폰	34.0	32.0	36.5
스마트 워치	18.0	18.7	12.5
스마트 TV	9.0	13.0	5.0
스마트 모빌리티	25.5	5.7	5.5
스마트 자동차	32.5	11.3	8.0
기타	1.5	0.0	20.0

단위: % (중복응답 비율 표기)

설문 응답자: 베이징 200명, 서울 300명, 도쿄 200명

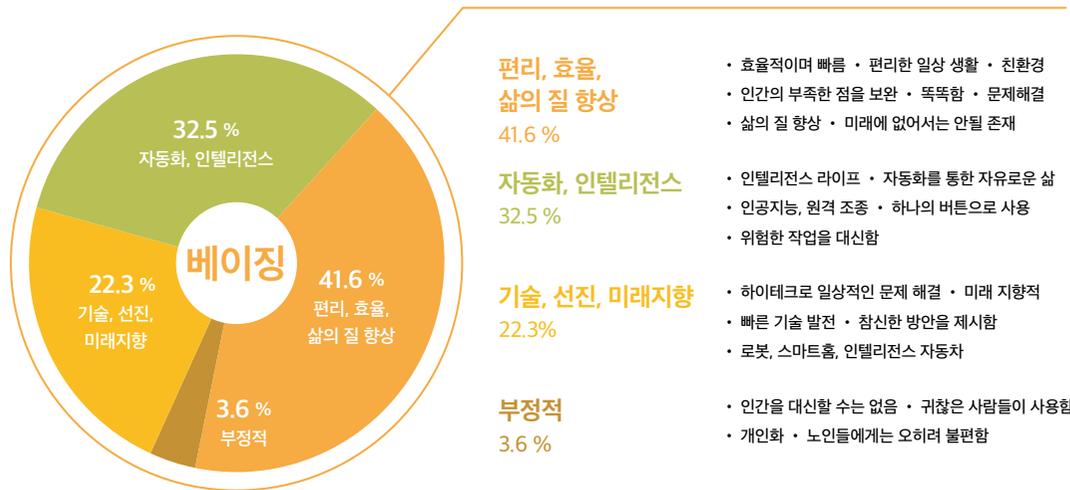
스마트 인식조사의 참여 연령:

20세~29세(29.7%), 30세~39세(27.3%),

40세~49세(21.7%), 50세~59세(21.3%),

스마트 연관 이미지	베이징	서울	도쿄
편리	32.0	61.9	34.5
절약	4.0	10.0	8.5
참여	4.0	5.7	2.0
배려	1.0	6.4	6.0
즐거움	6.0	24.1	8.0
효율	26.0	31.8	33.0
균형	1.5	6.7	11.5
안전	15.0	7.0	4.5
건강	14.5	5.7	6.0
행복	9.0	8.0	3.0
일상	5.0	14.4	4.0
사용자중심	20.5	9.0	1.5
지속가능성	18.0	6.7	1.5
개인맞춤형	18.5	14.4	2.0
인간 문제 해결	22.0	3.0	3.0
혁신	22.5	28.4	10.0
속도	13.5	18.1	10.0
미래지향	26.5	26.8	9.5
삶의 질 향상	54.5	30.8	23.5
기술의 발전	40.0	33.8	21.0
소외	1.5	1.0	0.0
불안	0.0	1.3	0.5
피곤	0.5	0.0	0.5
복잡	3.0	5.0	0.5
불편	0.0	0.7	0.5
불리함	0.5	2.7	0.0
두려운	1.0	2.3	0.0
불필요	0.5	1.0	1.0
불행	0.0	1.0	0.0
위협	0.5	1.3	0.5
기계로의 종속	3.0	7.7	0.5
인간의 부족함	3.5	4.0	1.0
상대와의 격차	0.5	2.3	0.0
개별성(이기주의)	1.5	1.7	1.5
인공지능	49.5	13.4	5.0
기타	1.0	0.0	16.0

### 스마트에 대한 자유로운 생각



**편리, 효율, 삶의 질 향상**  
41.6%

- 효율적이며 빠름 · 편리한 일상 생활 · 친환경
- 인간의 부족한 점을 보완 · 똑똑함 · 문제해결
- 삶의 질 향상 · 미래에 없어서는 안될 존재

**자동화, 인텔리전스**  
32.5%

- 인텔리전스 라이프 · 자동화를 통한 자유로운 삶
- 인공지능, 원격 조종 · 하나의 버튼으로 사용
- 위험한 작업을 대신함

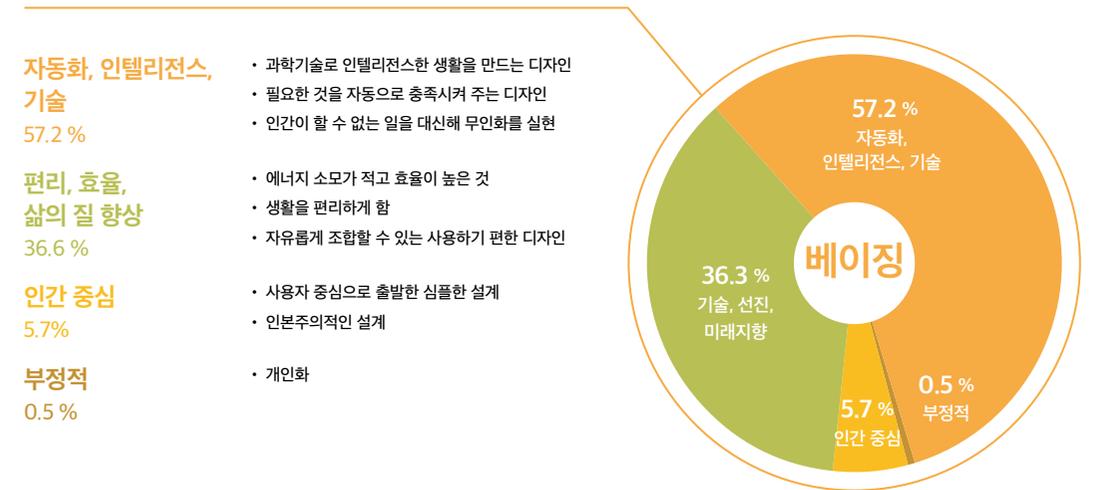
**기술, 선진, 미래지향**  
22.3%

- 하이테크로 일상적인 문제 해결 · 미래 지향적
- 빠른 기술 발전 · 참신한 방안을 제시함
- 로봇, 스마트홈, 인텔리전스 자동차

**부정적**  
3.6%

- 인간을 대신할 수는 없음 · 귀찮은 사람들이 사용함
- 개인화 · 노인들에게는 오히려 불편함

### 스마트디자인에 대한 자유로운 생각



**자동화, 인텔리전스, 기술**  
57.2%

- 과학기술로 인텔리전스한 생활을 만드는 디자인
- 필요한 것을 자동으로 충족시켜 주는 디자인
- 인간이 할 수 없는 일을 대신해 무인화를 실현

**편리, 효율, 삶의 질 향상**  
36.6%

- 에너지 소모가 적고 효율이 높은 것
- 생활을 편리하게 함
- 자유롭게 조합할 수 있는 사용하기 편한 디자인

**인간 중심**  
5.7%

- 사용자 중심으로 출발한 심플한 설계
- 인본주의적인 설계

**부정적**  
0.5%

- 개인화

**편리, 효율, 자유**  
60.7%

- 다양함, 체계적인 관리 · 사용이 간편하고 안전함
- 효율적이고 편리한 일상 생활 · 똑똑함
- 인간에게 도움이 되는

**기술, 혁신, 미래지향**  
22.1%

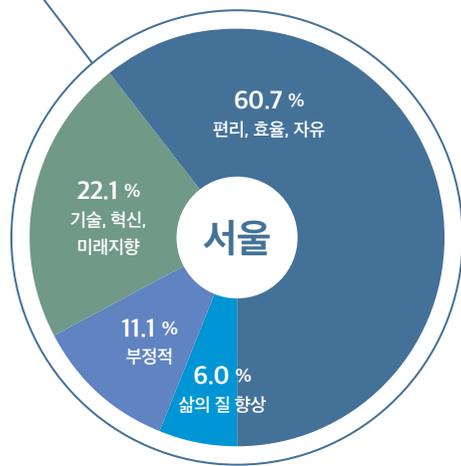
- 최신 기술 집약 · 혁신적인 기술
- 미래 지향적, 미래시대 필수품 · 인공지능의 세상
- 첨단 컴퓨터, IT제품 · 인터넷과 원격제어

**부정적**  
11.1%

- 기계 의존적 삶과 인간미의 상실 · 스마트폰 중독
- 두려움의 대상 · 우리 시대의 과제 · 사고 위험
- 시력이 나빠지는 등 부작용 · 로봇의 정복

**삶의 질 향상**  
6.0%

- 삶의 질을 향상시켜 주는 시스템
- 사람이 노동하지 않아도 됨



**편리**  
44.0%

- 명쾌하고 편하게 모든 것을 한눈에 볼 수 있는 것
- 생활을 편리하고 안전하게 하는 것
- 한번에 여러 가지 일을 할 수 있는 효율적인 것

**미래지향, 창의적**  
28.8%

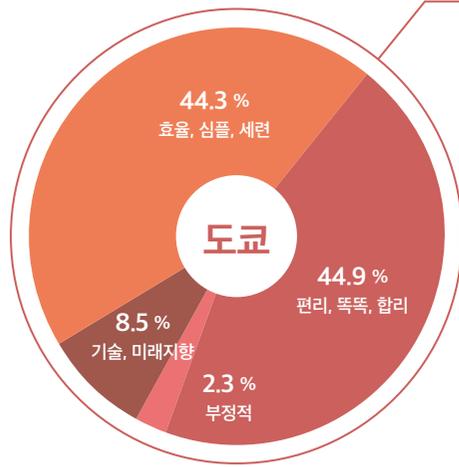
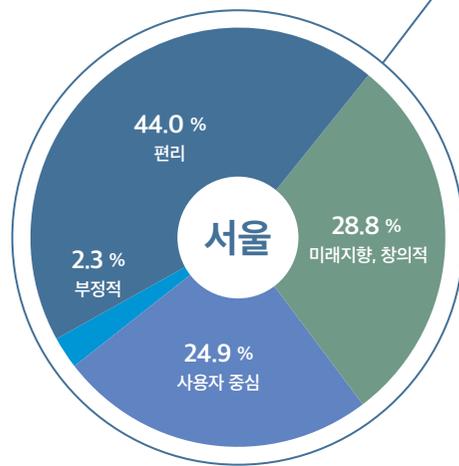
- 인공지능, 첨단기술을 이용한 미래지향적인 디자인
- 체계적인 디자인
- 혁신적인 디자인

**사용자 중심**  
24.9%

- 개인의 취향과 사용성을 고려한 디자인
- 사용자에게 최적화된 디자인
- 모든 이들이 불편함이 없이 공감하는 디자인

**부정적**  
2.3%

- 복잡하고 어려움



**편리, 똑똑, 합리**  
44.9%

- 합리적인 문제해결 · 모든 사람이 사용하기 쉬운 서비스
- 여러 공정을 획기적으로 간소화 · 생활의 편리함
- 똑똑함, 견실함 · 외모나 외견이 아니라 질과 지성

**효율, 심플, 세련**  
44.3%

- 인공지능의 효율성 · 단순함, 콤팩트한 정리
- 절약적 제품, 에코하우스 · 스타일리시하고 스피디함
- 세련되고 좋은 것으로 변화함

**기술, 미래지향**  
8.5%

- 미래 지향적, 지구에도 좋은 것 · 최첨단 기술의 활용
- IT기술로 연결 · 간단하게 여러가지를 컨트롤 함
- 편리한 생활이 가능한 시스템

**부정적**  
2.3%

- 기발하지 않음 · 스마트폰 중독
- 익숙해지기까지 조작이 복잡함 · 인간미의 상실

**심플, 세련, 현대**  
49.7%

- 심플하고 인간공학적으로 세련되어 사람의 마음을 사로 잡는 디자인
- 사용하기 쉽고 질리지 않으며 선진적인 디자인

**똑똑, 합리, 편리, 기능**  
35.2%

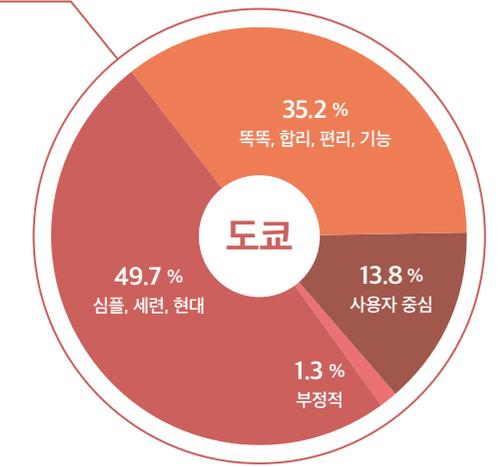
- 기능적으로 디지털 디바이스화 된 것
- 조작이 알기 쉬운 합리적인 디자인
- 에너지 절약과 인간공학적으로 설계된 디자인

**사용자 중심**  
13.8%

- 사회적 약자도 고려한 유니버설 디자인
- 누구라도 불편함 없이 사용하기 좋은 디자인
- 목적이나 용도는 달라도 모두가 사용할 수 있는 것

**부정적**  
1.3%

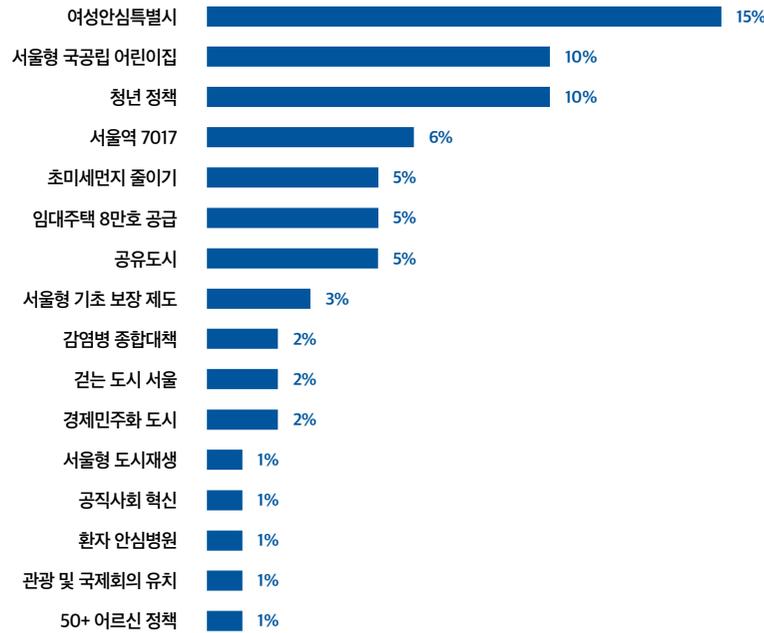
- 구체적인 이미지를 가지기 어려움
- 너무 심플한 나머지 재미도, 멋도 없는 디자인



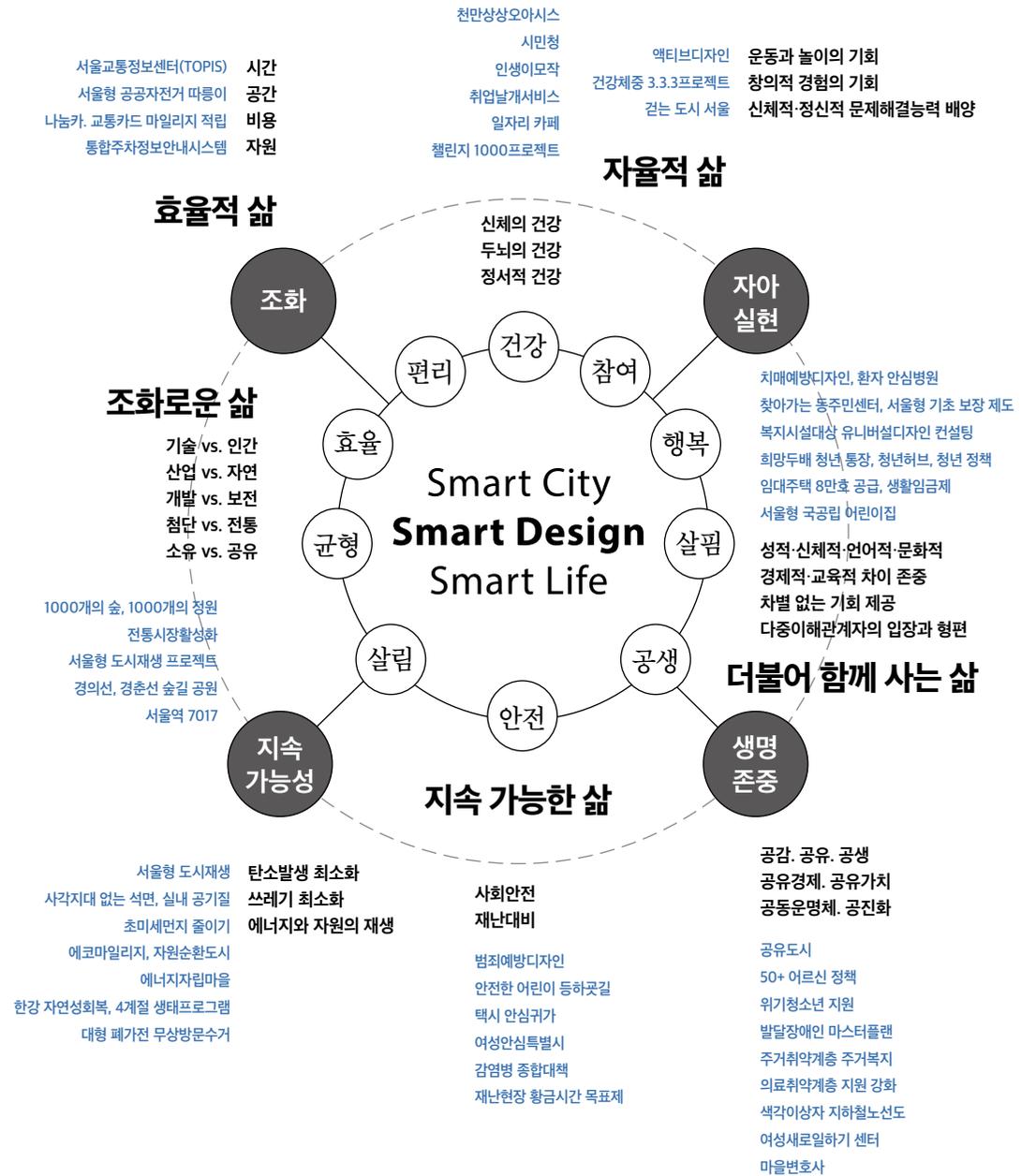
# 스마트한 도시를 만들기 위한 서울의 정책들

서울시는 시민의 삶의 질을 향상시키기 위해 보다 편리하고 효율적인 정책을 만들기 위한 많은 시도를 감행하고 있다. 서울디자인위크2016은 시민을 '사용자'로 보아 정책의 수요 파악에서 정책의 방향 결정에 이르기까지 시민의 참여를 유도하는 다양한 창구를 열어놓고 어떻게 '사용자 중심'의 정책을 만들어 가고 있는지를 리서치해 보았다. 그리고 이것이 'Smart City'를 위한 방향성과 어떻게 부합하는지를 알아보려고 하였다.

## 시민이 선호하는 서울시 정책



설문출처: 2016년 6월 24일 서울시민 1,000명을 대상으로 모바일로 진행된 내손안에 서울 특별기획 <시민들이 꼽은 최고의 서울시 정책은?>



[서울디자인위크2016\_ 전시 설계를 위한 Concept Map에 적용한 서울의 정책들]

# 1,500명 시민이 뜻을 함께한 스마트 디자인\_ 서울 선언문

서울디자인위크2016은

‘Smart City, Smart Design, Smart Life’를 주제로 정함에 있어  
‘Smart Design’에 대한 개념을 다음과 같이 정의하고 선포한다.  
‘Smart Design’이란 영리하고 똑똑한 디자인을 넘어  
‘지혜를 겸비한 디자인’을 의미하며, ‘Smart Life’를 가능하게 하는  
문제 해결의 솔루션으로서 책임 있는 역할을 담당한다.

‘Smart Life’란 다음의 5가지 삶을 포함한다.

- 시간과 공간, 비용과 자원의 절약을 추구하는 ‘효율적 삶’
- 기술과 인간, 산업과 자연, 개발과 보전, 첨단과 전통, 소유와 공유 사이의 균형을 추구하는 ‘조화로운 삶’
- 신체와 두뇌와 정서의 건강을 지켜 자기 삶의 주체로서 자아실현의 꿈을 추구할 수 있는 ‘자율적 삶’
- 인간을 비롯, 생명이 있는 모든 것에 대한 존중을 바탕으로 공감·공유·공생하는 ‘더불어 함께 사는 삶’
- 탄소와 쓰레기 발생의 최소화, 에너지와 자원의 재생을 통해 도달하는 ‘지속가능한 삶’

‘Smart Design’은 ‘사용자의 보다 나은 삶’을 중심가치로 두며  
다음의 10가지 요건을 준수하기 위해 노력한다.

효율 · 편리 · 균형 · 건강 · 참여 · 행복 · 살핌 · 공생 · 안전 · 살림

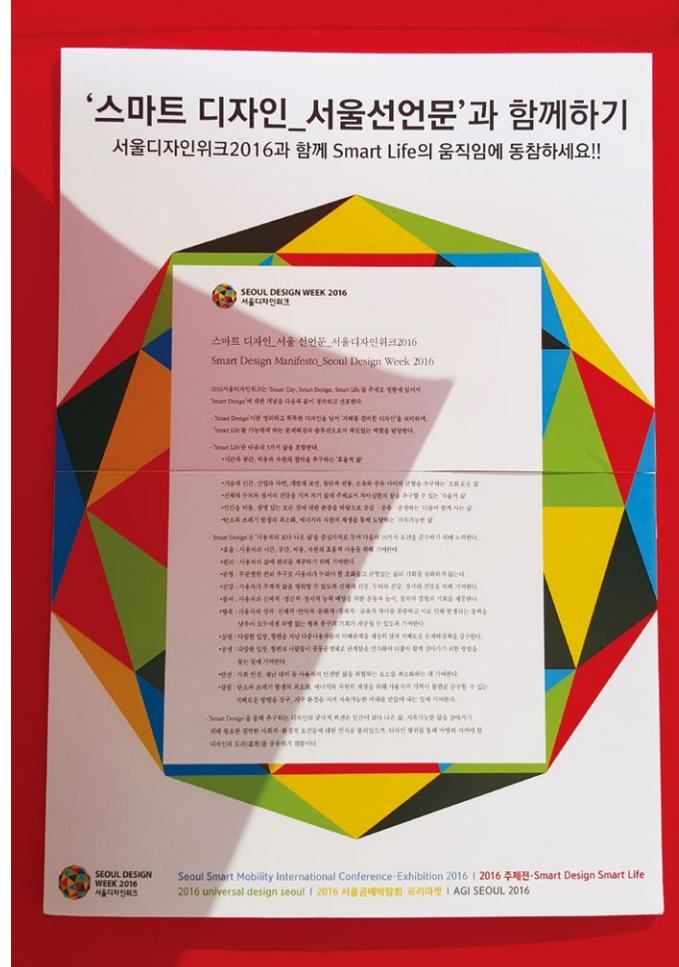
‘Smart Design’을 통해 추구하는 디자인의 궁극적 비전은

인간이 보다 나은 삶, 지속가능한 삶을 살아가기 위해 필요한 절박한  
사회적·환경적 요건들에 대한 인식을 불러일으켜,  
디자인 행위를 통해 마땅히 지켜야 할  
디자인의 도리(道理)를 공유하기 위함이다.

나는 서울디자인위크2016을 통해 정의하는  
‘스마트 디자인’의 새로운 의미에 공감,  
‘스마트 디자인\_ 서울 선언문’의 뜻과 함께 합니다.

감민서·강건우·강겨아·강광석·강내윤·강도균·강동연·강명자·강민경·강민자·강민정·강민지·  
강보람·강삼임·강서란·강승우·강신만·강애나·강영서·강영숙·강영애·강용훈·강유나1·강유나  
2·강재원·강정현·강정희·강주연·강주희·강푸름·강혜경·강혜연·강혜영·강희원·경순자·경의  
분·경진희·계인선·고경애·고미숙·고민정·고봉민·고선언·고승환·고옥길·고은비·고정욱·고진  
경·고진영·고태윤·고혜영·고혜리·고혜림·공경희·공나영·공도경·공지수·공지현·공해성·곽난  
영·곽민철·곽해순·구남평·구남훈·구릉·구름·구보영·구순서·구종범·권금자·권기연·권기현·  
권민정·권송희·권수빈·권순원1·권순원2·권순원3·권순찬·권승일·권영경·권영숙·권옥희·권유  
진·권주현·권진우·권태연·권하늘·권형철·권효현·기리·기찬규·길은숙·김가영·김경미·김경서  
·김경숙·김경연·김경인·김경자1·김경자2·김경자3·김경진·김경희·김경희·김공주·김광울·김  
규리·김규옥·김균계·김균영·김근원·김근학·김금희·김기영·김기옥·김기우·김기춘·김기화·김  
기훈·김나영1·김나영2·김나현·김나희·김다솔1·김다솔2·김다영·김다운·김대율·김도림·김도  
해·김도희·김도희·김동운·김동찬·김동희·김돌이·김마정·김만홍·김명관·김명주·김명준1·김  
명준2·김명준3·김명지1·김명지2·김명희·김문숙·김미나·김미라·김미령2·김미령1·김미루·김  
미선·김미숙·김미영·김미옥·김미화·김민경1·김민경2·김민경3·김민교·김민규·김민서·김민선  
·김민순·김민실·김민영·김민재·김민정1·김민정2·김민정3·김민주·김민혁·김민희1·김민희2·  
김별·김별나·김병훈·김보경1·김보경2·김보경3·김복난·김복실·김사랑·김상겸·김상국·김상아  
·김상인·김상준·김상천·김상호·김서아·김서연·김서현1·김서현2·김석훈·김선영1·김선영2·김  
선영3·김선중·김선희1·김선희2·김성국·김성권·김성기·김성란·김성민·김성은·김성호·김성환  
·김성훈·김세은·김세정·김소리·김소민·김소연·김소영·김소윤·김소현·김송미·김송숙·김수경  
1·김수경2·김수민·김수완·김수일·김수자·김수정1·김수정2·김수종·김수진1·김수진2·김수진  
3·김수현·김수화·김숙자·김순금·김순미·김순옥·김슬기·김슬아·김승미·김승용·김승진·김승  
희·김신아·김애숙1·김애숙2·김여정·김연우·김연정·김영문·김영민·김영아·김영웅·김영자·김

영희·김영희·김예림·김예슬1·김예슬2·김예원·김예지1·김예지2·김예진·김옥선·김요셉·김용승·김용주·김원경·김유정·김유진1·김유진2·김유진3·김윤동·김윤미·김윤정1·김윤정2·김윤진·김윤하·김윤희·김은미·김은별·김은서·김은선·김은솔·김은숙·김은실1·김은실2·김은실3·김은아·김은울·김은자·김은정·김은주1·김은주2·김은지·김은하·김은행·김은혜·김은화1·김은화2·김은희·김응진·김인우·김자윤·김재인·김재호·김재환·김재희·김정녀·김정령·김정수·김정원·김정율·김정은·김정은·김정인·김정호·김종민·김종욱·김종우·김종원·김주경·김주연1·김주연2·김주연3·김준태·김지수·김지안·김지연·김지영·김지원·김지원·김지은1·김지은2·김지하·김지현1·김지현2·김지혜·김진리·김진희·김창혁·김채영·김초록·김충석·김태권·김태영·김태욱·김태우·김태운·김태은·김태정·김태한·김하늘·김하라·김하은·김학봉·김한빈·김한빛·김향은·김현기1·김현기2·김현미1·김현미2·김현성·김현욱·김현정1·김현정2·김현정3·김현정4·김현주1·김현주2·김현준·김현진1·김현진2·김현희·김혜나·김혜리·김혜숙·김혜연·김혜인1·김혜인2·김혜정1·김혜정2·김혜지·김혜진·김호주·김홍열·김화정·김효석·김효순·김홍성·김희숙·김희영·김희원·김희주·김희진·까오레튀·나보선·나상로·나소민·나영제·나은선·남궁안나·남궁은·남선희·남예지·남혜린·남희궁·노동석·노미란·노민희·노서미·노영래·노우정·노유경·노윤희·노현미·단소미·대홍연·도미애·도하림·도혜신·두우진·라가이·로리랜킨·로모즈·류경선·류라·류미숙·류세은·류승환·류영수·류예지·류인진·류제영·류한별·류현선·류현정·림가혜·마나루즈·마상민·마정빈·마종호·맹다현1·맹다현2·명청언·묘엔원·무일권·문상은·문서운·문영재·문예숙·문지영·문지혜·문현주·민문희·민성기·민숙자·민승기·민예숨·민지애·민현준·박가영·박건희1·박건희2·박경례·박경아·박고은·박광훈·박근열·박금주·박누리·박다해·박덕임·박도윤·박미나1·박미나2·박미정·박민경·박민여·박민주·박민지·박민혁·박민환·박범진·박병준·박봉례·박산옥·박상민·박상욱·박상현·박서은·박성환·박세연·박세은1·박세은2·박세은3·박소연·박소영·박소현·박소형·박소희·박송희·박수원·박수현·박수현·박숙영·박슬기·박슬기1·박승재·박여름·박여빈·박여진·박영목·박영홍·박영화·박영희·박예원·박용수·박용우·박우영·박유나·박유진·박윤서·박은미·박은하·박의영·박인영·박자영·박장섭·박정순·박정욱·박정찬·박정찬·박종일·박종태·박주현·박주혜·박주희·박지연1·박지연2·박지영·박지우·박지현·박지혜1·박지혜2·박지혜3·박지훈·박찬근·박찬미·박창민·박천성·박철욱·박청미·박춘녀·박태용·박하나·박해란·박현민·박현아·박현정·박형호·박형희·박혜륜·박혜림·박혜원·박혜준·박혜진·박



훈·박희대·박희빈·박희주·방몽기·방문기·방소현·방연희·방유정·방지은·방현지·방혜진·배문진·배민경·배상훈·배소현·배수민·배수영·배수현·배예슬·배윤경·배정진·배홍철·백경선·백경숙·백성환·백소형·백송이·백연옥·백영선·백영신·백윤주·백점례·백진숙·백청용·백호훈·백황훈·범하영·변민재·변예림·변예은·변옥자·변일숙·변재희·변종철·변혜진·사원철·상춘하·서광애·서미선·서미영1·서미영2·서미화·서민선·서민지1·서민지2·서선국·서소영·서승욱·서애상·서연숙·서유덕·서정민·서정옥·서지수·서지혜·서촌도·서현길·서현정·서호걸·서호절·서희준·석윤정·석진주·선우현정·성미숙·성바다·성보현·성아영·성아영·성연주·성유경·성지은·소혜정·손경선·손경희·손기영·손민정·손민지·손병무·손수민·손애정·손영옥·손은해·손정민·손정원·손철기·송경애·송두현·송미혜·송선문·송영관·송영우·송영준·송예린·송유화1·송유화2·송윤정·송인경·송주혜·송지연·송진숙·송해민·송혜미·송혜자·신광열·신광자·신국희·신나래·신동경·신동숙·신동주·신명수·신상호·신새윤·신서은·신소영·신소희·신숙희·신승연·신승환·신예인·신인숙·신정호·신종민·신준모·신지엽·신지원·신진호·신치림·신혜은·신혜리·신혜영·신혜원·신혜진·심다솜·심재희·아야미·아영·안경아·안민철·안보라·안세용·안소원·안수지·안연숙·안영임·안정희·안지영1·안지영2·안지현·안하람·안해민·안해인·안향림·안혜준·알렉스·양명희·양민정1·양민정2·양민정3·양선미·양설희·양세미·양수미·양수진·양유리·양유진·양재은·양진석·양진우·양채희·양현숙·어진솔·엄예신·엄정화·여서진·여승연·여은숙·여혜리·염다현·염미연·염승호·염유선·염철민·염태민·염소의·오근애·오동규·오석원·오성애·오수연·오은서·오은순·오전숙·오정순·오지연·오지은·오진현·오창훈·왕랑·왕랑·왕보혜·왕탁민·용진슬·우민지1·우민지2·우상우·우승재·우은지·원미연·원영대·원영일·원현숙·위명균·유경숙·유대희·유동민·유명우·유미선·유상원·유상희·유성준·유성진·유수원·유승희·유예니·유원일·유윤정·유은자·유의선·유인관·유인형·유정은·유지성·유지은·유진선·유진아·유채영1·유채영2·유태하·유하영·유하원·유한나·유현주·유혜련·유혜령·유혜지·유혜진·유효린·유희송·유희영·육기웅·윤가람·윤미경·윤병두·윤서웅·윤성민·윤성실·윤성주·윤소영1·윤소영2·윤수연1·윤수연2·윤승렬·윤아·윤애영·윤여정·윤여준·윤연성·윤영미·윤영숙·윤의식·윤의정·윤재한·윤정원·윤정화·윤준규·윤지희·윤채영1·윤채영2·윤채영3·윤채영4·윤채영5·윤정미·윤치영·윤하람·윤현숙·윤형국·윤혜린·윤혜림·윤환진·은이·이가균·이가원·이건영·이경범·이경선·이경순·이경애·이경자·이경희1·이경희2·이경희3·이광정·이귀임·이규선·이금자·이기혁·이나미·이남민·이

남영·이남희·이누리·이다미·이다인·이덕재·이동국·이동기·이동원·이람·이랑·이명숙·이문선·이미정·이미향·이미현1·이미현2·이미희·이민우·이민정·이민주1·이민주2·이민지·이보람·이상민·이상진·이서영1·이서영2·이석만·이선병·이선영·이선자·이세빈·이세정·이소림·이소연·이소정·이송정·이수진·이수지·이수진1·이수진2·이수진3·이숙경·이숙희·이숙희·이순실·이슬기·이승연·이승열·이승우·이승원·이승현·이신엽·이아름1·이아름2·이아름3·이안나·이여름·이연철·이영아·이영은·이영호·이요비·이용덕·이원아·이원지1·이원지2·이유미·이유신·이윤서·이윤선·이윤이·이윤정·이윤주·이윤지·이윤희·이은경1·이은경2·이은별·이은순·이은실·이은정·이은진1·이은진2·이은하·이은혜·이은화·이의나·이의수·이인원1·이인원2·이장호·이재국·이재웅·이재원·이재호·이재희·이정·이정은1·이정은2·이정하·이정희·이종복·이종화·이주아·이주연·이주영·이주용·이주향·이준희·이준희·이지연·이지영1·이지영2·이지우·이지원·이지은1·이지은2·이지현·이지혜·이지희·이진경1·이진경2·이진배·이진영·이진재·이진현·이채원·이채윤·이철균·이초록·이초연·이최현·이충기·이충녕·이충상·이충환·이태곤·이하정·이한규·이한솔·이한수·이한준·이해린·이해정·이해정·이향란·이향자·이현경·이현주·이현준·이현한·이현해·이현호·이현화·이현희·이형숙·이혜경·이혜린·이혜숙·이혜원·이호림·이호섭·이화연·이효근·이효민·이효원·이효진·이희영·이희진·이희진·인소희·인재영·임광혁·임금희·임다슬·임동원·임동현·임봄·임성수·임수빈·임숙향·임승연·임승현·임시자·임영자·임예람·임예진·임용현·임유조·임은화2·임은화3·임정현·임제은·임준규·임진경·임춘옥·임학빈·임향선·임향열·임형옥·임희진·자운영·작주희·장경미·장경수·장경태·장경효·장광남·장기덕·장나영·장동혁·장미·장민수·장민정·장민지·장병민·장병새·장상휘·장서영·장소윤·장안무·장영환1·장영환2·장은영·장은지·장은진·장일식·장재희·장점순·장정애·장종숙·장종화·장주선·장지수1·장지수2·장진숙·장진우·장찬영·장해숙·장혜림·장희영·적은선·전경화·전미연·전병길·전성아·전소현·전숙진·전영신·전예원·전이영·전지현·전지환·전택순·전현경·전효순·정가혜·정가홍·정갑숙·정갑자·정나림·정다울·정다운·정다인·정도현·정동규·정명희·정미애·정미옥·정미정·정민아·정민정·정선덕·정선윤·정소영·정솔·정수영·정순영·정승은·정실목·정영아·정영은·정예경·정원범·정유신·정유진·정윤옥·정윤주·정윤지·정은우·정은정·정은진·정재호·정점인·정종대·정종희·정지나·정지숙·정지영·정지은·정지원·정지혜·정지훈·정태연·정태영·정태학·정해빈·정해운·정현·정현주·정혜란·정혜원·정혜정·제미경·조경호·조기향·조남식·조동찬·조두

희·조명선·조미정1·조미정2·조병철·조석만·조성임·조수빈·조수영·조아라·조연희·조영석·조영순·조영옥·조예서·조원정·조유미·조유빈·조윤지·조인주·조정희·조준희·조지원·조지은·조지희·조하인·조한민·조한별·조항만·조항희·조현아·조현주·조혜진·주가는·주대규·주리아·주상권·주선미·주성아·주성엽·주아름·주영훈·주정애·주희원·지금순·지현진·진경주·진상언·진서영·진소윤·진염·진용주·진은주·차경아·차명자·차새롬·차우영·차주운·채광선·채남주·채선명·채수경·채승원·채아람·채영찬·채유정·채은빈·채준병·채지미·채한석·천미경·천미영·천우석·초재웅·최가영·최금자·최기준·최남희·최다영·최대호·최도영·최도현·최동기1·최동기2·최명숙·최명희·최무열·최미숙·최미자·최민식·최민제·최보경·최사랑·최상미·최석희·최선애·최순득·최승연·최승희·최연희1·최연희2·최요섭·최원재·최유라·최유지·최유진·최윤령·최윤수·최윤진·최은아·최은영·최은정·최은주·최은지·최은진1·최은진2·최은진3·최은희·최재은·최정미·최정순·최정화·최제성·최준호·최진실·최진영·최진호·최창현·최하늘·최해철·최현숙·최현지·최혜진·최홍인·추하영·카네코타코로·칼리쉬·편주은·표미정·표선재1·표선재2·하나은·하승현·하시모바 도너·하재선·하재운·하지희·하현용·한감저·한기봉·한단야·한덕현·한솔·한솔잎·한아름·한영혜·한윤희·한은혜·한이영·한재웅·한지영·한지혁·한지혜·한지훈·한혜림·한혜인·한훈·함치준·허경숙·허수연·허혜진·현국·현성환1·현성환2·현정아·현지영·현지현·현지훈·현행남·흔현지·홍경희·홍미영·홍미영·홍선리·홍수연·홍영미·홍영훈·홍예나·홍윤서·홍윤희·홍일웅·홍재성·홍재일·홍정아·홍준혁·홍지연·홍희숙·화레이·환원진·황경래·황민욱·황성희·황수진·황슬기·황예지·황윤희·황인옥·황인화·황재경·황정립·황정우·황정일·황혜정·황희애·회정옥·Andrew·AndyByun·AndySheen·Anis·Armand·Askar·BenjudewKaok·Beportillo·BiBigul·Cheky·Chloe·Diana·EJ·Ellarrs·Emma·Eric·Eupreb·Ferote·FiaraDiba·GigiYia·Gulsim·HanTaoJay·HenngBispiule·HirokoShimbori·JannieGormes·JasonHolmes·JorceDoconia·Katie·KyanWang·Laura·LauvrayCatherine·LeeSiewHong·Lidndersen·Lily·LinkHeeStensen·Lior·LucianHilber·Luis·Madiran·MarimerRivera·Marina·MiaraiPotomis·MichaelSeehafer·MichelYua·Neluer·NosarianLusine·Olga·ParmZeng·Renus·Riccardo·Rtri·Sadhldh·Ooc·Sally·Sarah·Shone·StempPia·SueByun·SueDie·TaraSeigle·Tisarriarner·Via·VolkavaAlexantea·Vyunsuren·WenYu·Yaowen·Yerlsul



보다 나은 삶을 위해 기여하는 것이 디자인이라면

스마트 디자인은 '어떻게 스마트하게' 우리 삶을 보다 나은 것으로

만들 것인가에 대한 구체적 솔루션을 제시할 수 있어야 마땅하다.

2016년의 주제전은 우리 삶의 일상을 보다 깊이 관찰하므로

우리 삶에 내재된 문제들을 찾아 그에 대한 스마트한 해결방안을 제안,

스마트 디자인(Smart Design)으로 이루어낼 수 있는

스마트한 삶(Smart Life)의 비전을 제시하고자 하였다.

# 2016 주제전\_

# 스마트 디자인

# 스마트 라이프

## Smart Design Smart Life

- 서울디자인위크2016 주제전\_

스마트 디자인으로 스마트 라이프의 새로운 지평을 여는 앱세서리

- 서울디자인위크2016 청년 워크숍 & 전시\_

y-SMART

- 서울디자인위크2016 서울디자인마켓\_

34개의 스마트한 발견

**Home**

Thermostat  
 Withings Home  
 In.sight wireless home monitor  
 Playbulb Candle  
 Aura Smart Sleep System  
 Philips HUE  
 Wayskin  
 Drop Scale  
 Ember Range Smart Thermometer  
 Smart Egg Tray

**Health**

Diet Note  
 Diet NOOM Coach  
 Jawbone UP  
 Inbody Band  
 Inbody Dial Bluetooth  
 Inbody InKids  
 Thermo Smart Thermometer  
 Wireless Blood Pressure Monitor  
 Oral-B Pro 5000  
 Alex  
 Silver Mother  
 8 Cups

**Leisure**

Samsung Charm  
 Gear Fit Series  
 Adidas Micoach Fit  
 Mi Band 2  
 Sphero Wireless Ball  
 Zepp Baseball 3D Sensor  
 Smart Rope  
 R2 Gear MK1  
 Smart B Trainer  
 Spartan Ultra

**Care**

Wireless HD Baby Monitor  
 쉼니버토키  
 i Angel  
 Croise Alpha  
 Lineable  
 Petstation  
 Petchatz  
 Dog Activity Monitor

**Education**

Circus AR  
 Boogie Board Play & Trace  
 Osmo Tangram & Coding  
 구글 카드보드 VR

**Communication**

E Beam Edge Plus  
 Smart Writing Set  
 SNOW  
 카카오톡

# 스마트 디자인으로 스마트 라이프의 새로운 지평을 여는 앱세서리

서울디자인위크2016의 주제전은 스마트 디자인으로 스마트 라이프를 만들어가기 위한 디자인 솔루션으로 '앱세서리<sup>accessory</sup>'에 주목, 대중적 이해를 돕기 위한 전시를 선보인다. 앱세서리는 스마트 기기를 기반으로 한 애플리케이션<sup>application</sup>, 앱과 액세서리<sup>accessory</sup>의 합성어이다. 이는 기존의 스마트폰 액세서리와는 구분이 되는 개념으로 단순 장식물의 역할을 벗어나 스마트 기기를 거점으로 활용 영역을 넓힐 수 있는 새로운 발상의 도구이자 채널이다.

앱세서리가 지닌 발상의 전환은 크게 두 가지로 요약해보자면, 스마트 기기의 공유를 통해 개별 제품에 장착되어야 할 기술적·기계적 낭비를 막을 수 있다는 점과 사용자 중심의 다양한 필요를 충족, 보다 나은 삶을 가능하게 하는 최적·최고의 기능을 발휘한다는 점이 그러하다.

일시 2016. 9. 22 ~ 10. 2  
 장소 DDP 살림터 1층 카페 1  
 참여업체 45개 기업/ 48개 제품

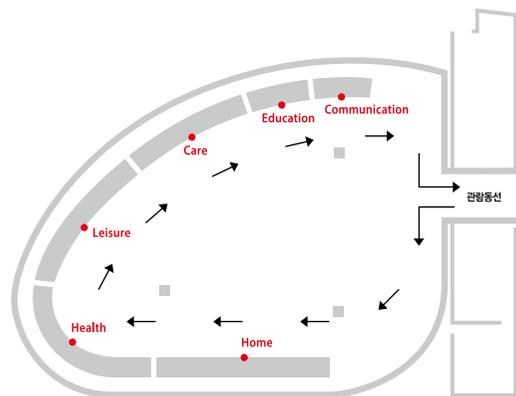
# 보다 나은 삶을 위한 48개의 스마트 솔루션 - 앱세서리

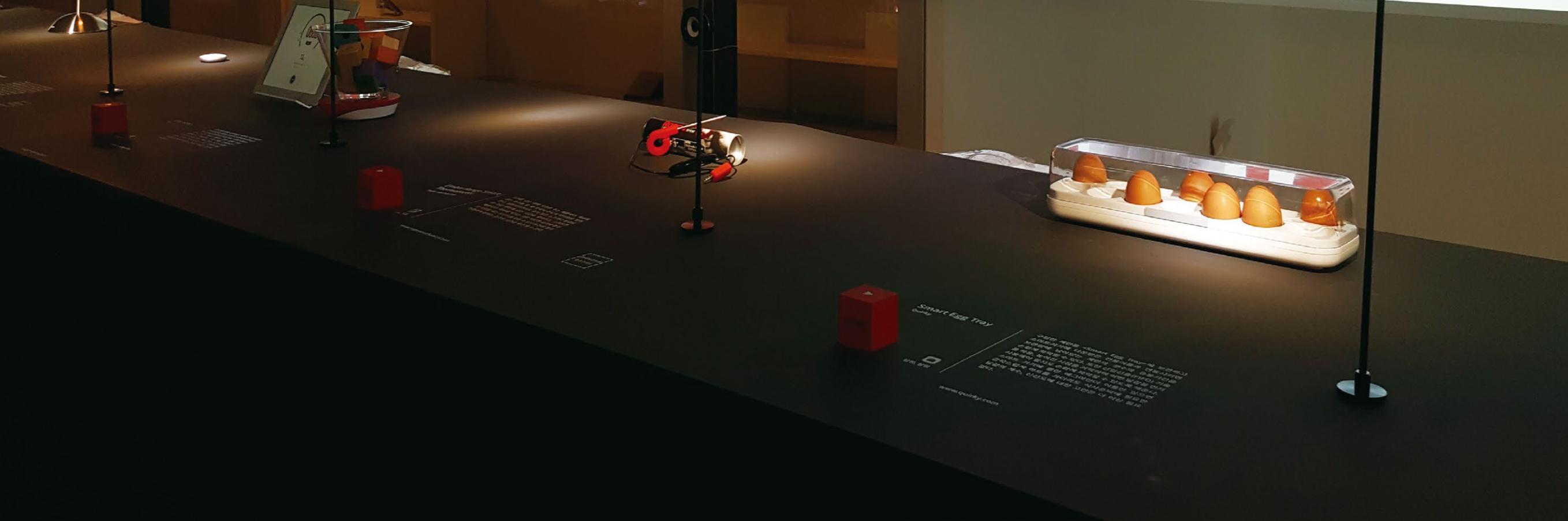
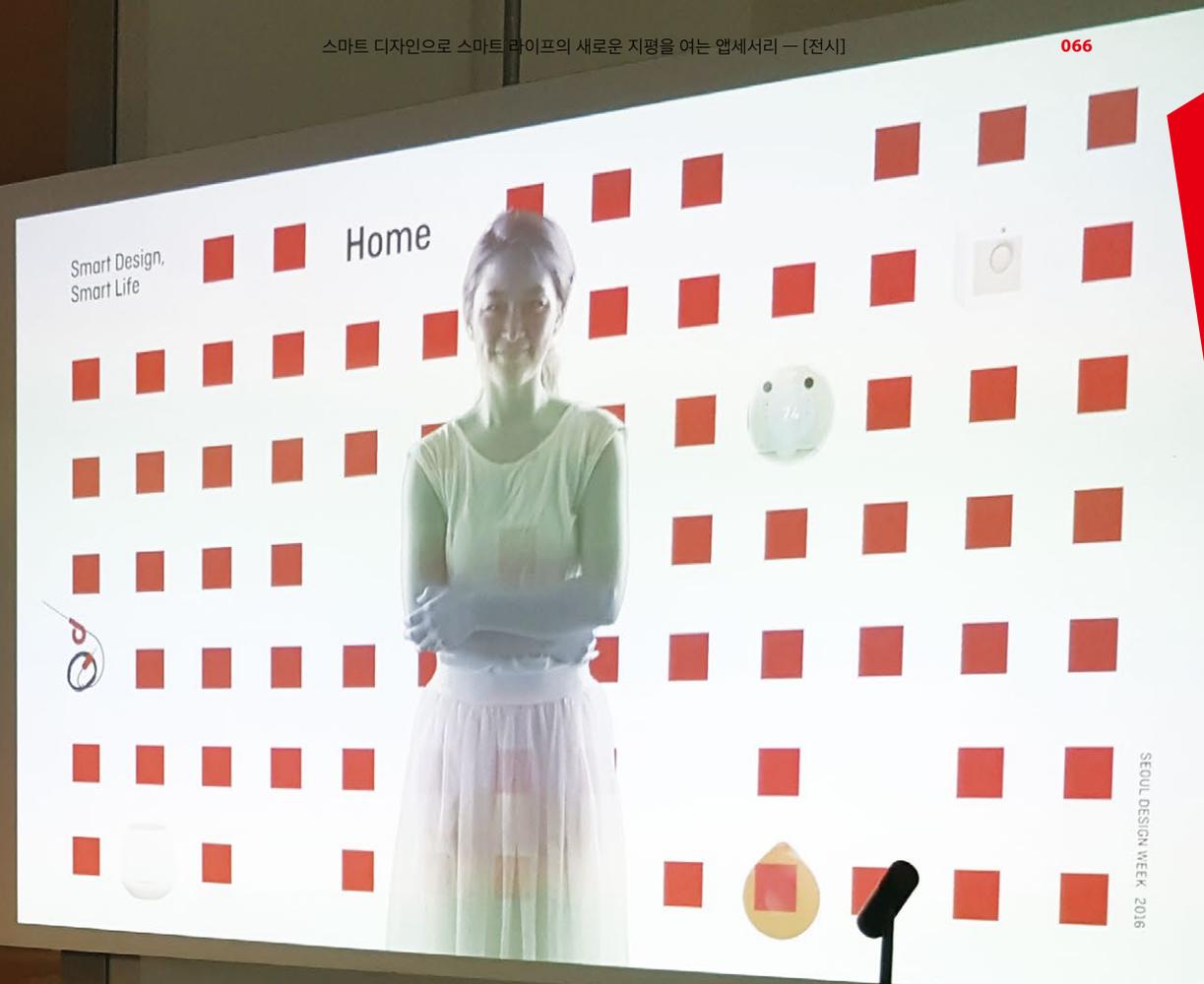
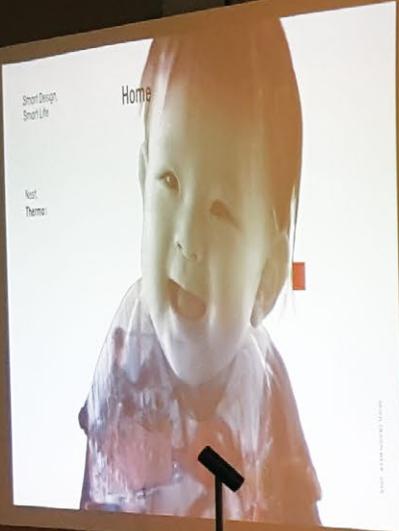
앱세서리 Appcessory는 스마트 기기에 내려받은 애플리케이션과 특정 제품이 서로 연동하는 시스템으로 여가, 의료, 교육, 소통, 관리, 안전 등의 일상적 영역은 물론, 생산성 개선이나 예술 창작 등의 전문적 영역에 이르기까지 그 활용이 다양하다.

전시를 통해 소개하는 총 48개의 제품은 Home, Health, Leisure, Care, Education, Communication 등 6개의 카테고리로 나뉘어 대중의 다양한 필요에 부응하는 스마트한 솔루션을 선보인다. '스마트 디자인'에 대한 서울 디자인위크2016의 철학과 콘셉트를 담은 10개의 키워드(효율, 편리, 균형, 건강, 참여, 안전, 행복, 살핌, 살림, 공생) 중 각 제품이 우리의 '보다 나은 삶'을 위해 어떻게 이바지하는지를 점검해볼 수 있다.

전시의 관람 방법 또한 사용자 중심의 스마트한 경험을 위해 연출되었다. 전시장 벽을 따라 크게 원을 그리며 파노라마 같은 스크린이 펼쳐져 있고 진열되어있는 전시품 앞에는 빨간색 큐브가 하나씩 놓여있다. 관객이 이 큐브를 지정 위치에 옮겨 놓으면 해당 제품에 대한 이해를 돕기 위한 영상이 해당 위치의 스크린 상에 펼쳐진다. 즉, 관객의 참여를 통해 스크린 상의 영상 구성이 바뀌게 되는 것이다. 이 밖에도, 곳곳에 실제 사용이 가능한 스마트 기기가 놓여있고 기기에 설치된 앱과 전시된 앱세서리 제품이 연동되도록 하여 관객이 이를 직접 체험해볼 수 있게 하였다.

앱세서리 전시 영상  
<https://youtu.be/BqQ-00XjXtY>







Home



Thermostat

**NEST**  
주변 환경과 사람의 생활 패턴을 자동으로 학습하여 지능적으로 냉난방을 제어해주는 자동온도 조절기이다. 약 일주일간 사람의 사용 패턴을 학습하여 스스로 자동 스케줄링을 해주어 약 20%의 냉난방 에너지를 절감하게 해주며 난방 온도는 낮추고, 냉방 온도는 높여서 에너지 낭비를 막는다. [nest.com](http://nest.com)



Withings Home

**Withings**  
<Withings Home>은 주인이 부재중일 때 집안의 움직임이나 소음을 감지해서 경보음을 발생하는 보안 기능을 담당한다. 또한, 환경 센서를 이용해 내부 온도와 습도 등 다양한 환경 정보를 확인할 수 있게 해주며 전용 앱을 이용하여 외부에서 홈 내장 카메라로 집 안을 원격조정을 할 수 있다. [www.withings.com](http://www.withings.com)



In.sight wireless home monitor

**Philips**  
외부에서 원격으로 집안의 상황, 이를테면 아이들과 애완동물을 돌볼 수 있는 가정용 무선 모니터링 제품이다. 스마트폰 전용 앱을 통해 모니터와 연결 후 기기를 인터넷이 가능한 범위 내에 배치하면 어디서든지 집안 상황을 모니터링할 수 있다. [www.usa.philips.com](http://www.usa.philips.com)



Playbulb Candle

**MIPOW INC.**  
1,680만 가지의 다양한 컬러 표현과 실제 촛불을 켜놓은 듯한 효과를 낼 수 있는 제품이다. 스마트폰 전용 앱과 블루투스 기능을 통해 10m 거리 내에서 작동할 수 있고 센서를 통해 박수 등의 소리를 인식하며 향기링(Fragrance Ring)을 첨가해 실제 아로마 향초와 같은 아늑함을 연출할 수 있다. [www.mipow.com](http://www.mipow.com)



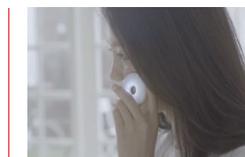
Aura Smart Sleep System

**Withings**  
<Aura Smart Sleep System>은 패드와 LED 스탠드로 구성되어있고 패드를 베개 밑에 두고 자면 잠을 자는 동안의 호흡 주기, 심장 박동, 코골이 등 신체의 데이터를 분석하고 숙면 정보를 전용 앱을 통해 파악할 수 있게 해준다 LED 스탠드는 자는 동안 방의 소음, 불빛의 강도, 방안의 온도를 자동으로 감지하고 그에 따라 조명의 컬러가 변한다. [www.withings.com](http://www.withings.com)



Philips HUE

**Philips**  
집안 전체에 있는 전구들을 스마트폰 하나로 간편하게 제어할 수 있게 해주는 개인용 무선 조명 시스템이다. 하나의 브리지에 조명 및 액세서리를 최대 50개까지 추가할 수 있으며 와이파이가 라우터와 연결해 집 밖에서도 조명을 제어할 수 있게 해준다. 2세대부터는 애플 홈 키트를 지원해 음성명령으로 조명을 켜고 끌 수 있고 앱을 통해 1,600만 가지 색상을 연출할 수 있다. [www.meethue.com](http://www.meethue.com)



Wayskin

**Way wearable**  
<Wayskin>은 언제 어디서든 자신의 피부 컨디션을 확인할 수 있게 해준다. 자신의 피부 타입을 앱과 연동해 정확하게 파악할 수 있으며 피부 성향과 생활습관에 따른 전문적이고 최적화된 관리 방법까지 알 수 있다. 현재 피부에 영향을 주는 주변 환경을 측정하는 것은 물론 피부 위험이 감지되면 즉시 휴대폰 알림을 통해 알려 준다. [wayskin.com](http://wayskin.com)



Drop Scale

**DROP**  
전용 앱을 통해 레시피를 선택하면, 드롭 저울이 준비 과정을 단계별로 요리를 손쉽게 도와준다. 6인분의 레시피로, 2명의 식사를 준비해야 한다면 재료의 양을 2명에게 맞게 환산해주기 때문에 걱정할 필요가 없으며 정확한 양을 저울에 계량하여 맛있는 음식을 요리할 수 있다. [getdrop.com](http://getdrop.com)



Ember Range Smart Thermometer

**Supermechanical**  
육류구이 요리를 할 때 최적의 온도와 타이밍을 알려준다. 일반적으로 굽기 쉽지 않은 소고기나 삼겹살을 가장 맛있게 굽는 시간을 알려주는 스마트한 제품이다. 육류를 익히는 가장 적당한 굽기 시간과 풍부한 식감을 내는 포인트를 찾을 수 있으며 전용 앱과 연동하여 원하는 굽기와 시간을 지정할 수 있다. [supermechanical.com](http://supermechanical.com)



Smart Egg Tray

**Quirky**  
구매한 달걀을 <Smart Egg Tray>에 보관하고 스마트폰의 전용 앱과 연동시키면 보관함에 남아있는 달걀의 개수와 유통기간을 손쉽게 파악할 수 있게 해주는 똑똑한 제품이다. 선입 선출(FIFO) 기술을 적용해 달걀이 놓인 시점을 기억하여 어떤 달걀을 먼저 사용해야 할지도 손쉽게 파악할 수 있게 해준다. [www.quirky.com](http://www.quirky.com)



Health

Diet Note

**Dano inc.**  
다이어트가 습관이 되기란 말처럼 쉬운 일이 아니다. <Diet Note>는 다이어트가 작심삼일이 되지 않게 도와주는 다이어트 습관 프로그램 앱이다. 일별 체중과 섭취 칼로리를 메모와 사진을 통해 기록하면 기록된 체중과 칼로리를 월별로 분석하여 그래프로 한눈에 볼 수 있게 해준다. [www.mydano.net](http://www.mydano.net)



Diet NOOM Coach

**Noom Inc.**  
<Diet NOOM Coach>는 전문 코치가 다이어트 일상을 모니터링 해주고 개인 맞춤형 코치를 해주는 프로그램 앱이다. 생활습관 개선 프로그램으로 체중관리 및 만성질환 예방을 스스로 조절할 수 있도록 도와주며 식사기록을 통해 섭취한 음식이 자신에게 도움이 되는지 알려주고, 체계적인 커리큘럼과 콘텐츠로 자신의 건강을 유지할 수 있게 해준다. [noom.co.kr](http://noom.co.kr)



### Jawbone UP

Jawbone  
<Jawbone UP>의 특별한 기능인 'Smart Coach' 시스템은 건강을 위한 파트너로 매일 다이어트에 필요한 요건들을 체크할 수 있게 도와주는 현명한 안내자의 역할을 한다. 또한, 수면 활동을 파악해 개인의 삶의 질을 지속해서 개선하는 데 도움을 주며 하루 24시간 뺄리지 않고 당신의 운동 패턴, 수면 상태 등을 기록해줄 것이다.  
jawbone.com



### Inbody Band

Inbody  
팔찌처럼 착용하여 자신의 운동량과 체지방률 지수를 측정할 수 있도록 해주는 제품이다. 스마트폰 앱을 통해서 자신이 소비하는 칼로리 체크와 그에 따른 운동 종목도 알아 볼 수 있으며, 등록된 8천 개의 오리 데이터 덕에 효과적인 다이어트 관리에 도움이 되고 운동과 식사량 등을 기록해 일상생활 속에서 건강을 관리해 주도록 설계되었다.  
www.inbody.com



### Inbody Dial Bluetooth

Inbody  
<Inbody Dial Bluetooth>는 일반 체중계와 달리 발을 올려놓은 순간 체지방분을 모두 분석해 주는 기능이 있다. BIA(Bioelectrical Impedance Analysis), 생체 임피던스 분석법이라는 기술을 통해 우리 몸의 지방과 근육의 양을 측정하고 애플리케이션을 통해 개개인의 데이터를 좀 더 체계적으로 관리할 수 있게 해준다.  
www.inbody.com



### Inbody InKids

Inbody  
<Inbody InKids>를 통해 언제 어디서든 가지고 다니며 아이의 신장을 쫓 수 있으며, 허단부에 있는 초음파센서로 1초 만에 정확한 신장 측정이 가능하다. 또한 스마트폰 앱과 연동해 쉬운 그래프 형식으로 아이의 성장발달을 제대로 관리할 수 있고 집안 온도와 습도까지 체크할 수 있어 환절기에 면역력이 약한 아이들의 호흡기 질환 예방에 도움을 준다.  
www.inbody.com



### Thermo Smart Thermometer

Withings  
기존 체온계처럼 허 밑이나 귀 안에 삽입하지 않고, 이마 근처에 대고 정확한 체온을 측정할 수 있는 체온계이다. 측정이 끝나고 결과값이 나오면 진동을 보내 측정이 끝났음을 알려준다. 온도를 보여주는 정보창의 컬러는 체온에 따라 녹색(정상), 주황색(미열), 빨간색(고열)으로 표시된다.  
www.withings.com



### Wireless Blood Pressure Monitor

iHealth  
매번 혈압 수치 측정을 위해 병원을 방문하는 번거로움이 <Wireless Blood Pressure Monitor>를 통해 해결될 수 있다. 혈압의 변화와 심장 박동률, 맥박도 함께 측정되어 종합적인 건강 상태를 체크할 수 있게 해주며 측정 결과의 일차별 이력이 자동으로 기록되어 유용하다. 일상생활에서 식단을 체크하거나 결과를 공유할 수 있는 기능도 갖추고 있다.  
ihealthlabs.com



### Oral-B Pro 5000

P&G  
<Oral-B Pro 5000>은 블루투스를 이용해 최적의 칫솔질 패턴과 시간 등을 관리할 수 있게 해주는 전동 칫솔이다. 3D 입체 세정방식으로 제작되어 분당 40,000번의 상하 진동과 분당 8,800번의 좌우 진동으로 움직이며 치아의 플라그를 쉽게 제거할 수 있도록 돕는다. 압력 제어 센서와 인체공학적 디자인은 칫솔질 할 때 다음 구역으로 이동할 시기를 알려주고, 지나치게 압력이 가해지면 경고하여 칫솔질이 어려운 아이들에게도 유용하다.  
oralb.com



### Alex

아나무  
좋지 않은 자세를 장시간 취하면 목뼈가 뒤틀리게 되며 거북 목 증후군이 유발되기 쉽다. 거북 목 증후군을 방지하고 바른 목자세를 습관화하는 데 도움을 줄 수 있는 <Alex>는 착용자의 자세가 바르지 못할 경우, 사용자 맞춤형 코칭 서비스에 따라 자세를 바로 잡아주는 신호를 진동으로 보내주며, 기기와 연동되는 앱을 통해 자세를 실시간으로 체크할 수 있고, 자신의 자세 변화 통계치를 통해 확인할 수 있다.  
alexposture.com



### Silver Mother

Sen.se  
<Silver Mother>는 노인이 안전하고 독립적인 삶을 살 수 있도록 해주는 솔루션이다. 제품의 센서를 통해 노인의 일상생활 안정과 건강을 완벽하게 모니터링할 수 있다. 가족 및 보호자가 원격으로 상대의 상태를 확인하고 문제의 원인이 감지되면 즉시 알람을 받을 수 있다. 약상에

센서를 부착하면 약 먹을 시간에 맞춰 알람이 울려 복용시간을 지킬 수 있는 노인 케어에 적합한 모니터링 제품이다.  
sen.se



### 8 Cups

에잇컵스  
<8 Cups>는 꾸준한 수분 섭취를 돕는 스마트 보틀이다. 모바일 앱을 통해 사용자에게 최적화된 권장 섭취량을 계산하여 적정 타이밍에 알람을 통해 수분 섭취 시간을 알려 주고 물을 마실 때가 되면 상단의 LED 등이 점멸을 통해 수분 섭취를 유도하여 물 마시는 습관을 유도한다.  
www.8cups.me

## Leisure



### Samsung Charm

Samsung  
<Samsung Charm>은 S Health와 연동하여 걸음 수를 자동으로 측정하며 그에 따른 칼로리 소모량 등을 편리하게 확인할 수 있게 해준다. 또한, 스마트폰과 연동되어 수신되는 메시지나 이메일, 전화 등을 밴드의 알람을 통해 빠르게 인지할 수 있다.  
www.samsung.com



### Gear Fit Series

Samsung  
<Gear Fit Series>는 피트니스 전용 기기로 운동 시간과 움직임의 횟수를 측정해준다. '스쿼트'나 '런지' 등의 피트니스의 기초적 운동을 할 때 횟수를 실시간으로 확인하며, 러닝 코스 방향과 피트니스 상태, 수면 기록을 보고해준다. 여기에GPS와 바로미터(Barometer)가 새로 추가되어 위치 정보 기록 및 높이(계단

올라가기) 측정도 가능하며 내장 뮤직 플레이어 기능으로 음악을 들으며 운동을 할 수 있다.  
www.samsung.com



### Micoach Fit

ADIDAS  
<Micoach Fit>은 심박 모니터가 탑재된 트레이닝 전용 활동 계측기이다. 심박 수, 운동 속도, 거리, 페이스, 달린 시간, 보폭 비율, 소비 칼로리 등 전문 트레이닝에 사용할 수 있는 모든 데이터를 측정할 수 있게 해주며 목표에 맞춘 러닝 설정을 가능하게 가시화된 데이터, 그래프, 차트 등을 통해 체계적으로 운동할 수 있게 한다.  
www.adidas.com



### Mi Band 2

Xiaomi  
<Mi Band 2>는 'Mi Band 1'에 세계의 기능과 심박수 측정 기능을 추가한 제품이다. 버튼을 한 번 더 누르면 걸음 수, 이동 거리, 심박수, 칼로리, 남은 배터리를 확인할 수 있다. OLED(유기발광다이오드) 디스플레이를 통해 채광이 강한 야외에서도 현재 시각을 확인할 수 있고, 설정을 통해 손목을 들면 시계를 자동으로 표시하게 할 수 있어 편리하다.  
www.mi.com



### Sphero Wireless Ball

Sphero  
<Sphero Wireless Ball>은 블루투스 연결을 통해 스마트폰이나 태블릿으로 직접 공을 조종하며 노는 장난감이다. 최대 30m까지 조종할 수 있고 방수 기능이 있어서 물 위에서도 재미있게 가지고 놀 수 있고 증강현실

기능이 가미되어 스마트폰 카메라를 통해 직접 공이 있는 공간에 다른 캐릭터들을 적용해 놀이를 할 수 있다.  
www.sphero.com



### Zepp Baseball 3D Sensor

Zepp  
<Zepp Baseball 3D Sensor>는 야구를 위한 전용 앱이다. 야구 배트에 센서를 장착하면 블루투스 연동되어 사용자의 스윙 특징을 분석해주고 그에 따른 개선 방안과 적합한 훈련 방안을 제시해 준다. 타격 시의 배트 속도, 휘두르는 손의 최대 속도, 타격까지의 시간, 타격 각도, 수직 타격 각도를 분 단위로 분석해 주고, 3D 분석 결과를 다양한 각도에서의 스윙 궤적을 제시해주며 스윙 시 타격 지점을 분석해 준다.  
www.zepp.com



### Smart Rope

Tangram  
<Smart Rope>는 다른 생각을 하면서도 줄넘기 기록을 정확히 체크할 수 있게 해준다. LED 전장 효과를 활용해 사용자가 줄넘기하는 동안 줄에 삽입된 LED를 통해 줄이 눈앞을 지날 때 점프 횟수를 확인할 수 있다. 스마트폰 앱과 연동해 기록이 자동 저장되어 매일 운동량을 체크할 수 있고 줄넘기로 소모되는 칼로리, 운동 시간, 목표량(%)을 제어할 수 있게 해준다.  
www.tangramfactory.com



### R2 Gear MK1

R2Gear  
<R2 Gear MK1>은 다양한 레저 활동을 더욱 즐겁게 도와주는 제품이다. 레저 활동 시 전화를 받아야 하는 상황이 생길 수 있는데, 스마트폰과

연동을 통해 언제든지 버튼 한 번으로 통화할 수 있게 해주며 액정을 통해 발신자 정보를 확인할 수 있고 별도의 블루투스 스피커를 통해 평소 좋아하는 음악과 함께 레저생활을 즐길 수 있게 해준다.  
r2gear2.cafe24.com



### Smart B Trainer

Sony  
음악과 함께 효율적인 운동을 즐길 수 있게 해주는 스마트웨어 제품이다. 다양한 센서를 통해 현재 운동 강도에 맞는 템포의 음악을 자동으로 선곡해주고 심박 수와 칼로리 상태를 기록해서 운동 결과를 체크할 수 있게 해주어 보다 효율적인 운동을 도와준다.  
smartsports.sony.net



### Spartan Ultra

SSUNTO  
15가지 이상의 스포츠에 대한 다양한 히트맵을 통해 최적의 스포츠 노선과 80가지 이상의 다양한 스포츠를 추천하고, 트레이닝 이후의 휴식과 회복 방법까지 알려주는 똑똑한 제품이다. 또, 그룹 및 개인 최고 기록을 기록하여 통계치 비교를 통해 자극받을 수 있게 한다.  
www.ssunto.com



### Care



### Wireless HD Baby Monitor

Philips  
<Wireless HD Baby Monitor>를 아기 곁에 설치해 놓으면 어디서든지 스마트폰과 연동해 아기의 상태를 쉽게 확인할 수 있다. HD 화질과 야간 모드는 어두운 상황에서도 아기의 모습을 생생히 볼 수 있게 해주며 레저 활동 시 전화를 받아야 하는 상황이 생길 수 있는데, 스마트폰과

때 Talk 기능으로 대화할 수 있어 아기의 안전을 지킬 수 있어 부모를 안심하게 해준다.  
www.philips.com



Juunibutoki  
LG유폴러스  
<Juunibutoki>는 전화, 문자, 위치 확인, SOS 기능을 탑재한 어린이 전용 웨어러블 기기다. 친숙한 시계 형태의 디자인으로 어린아이들이 거부감 없이 인체에 착용할 수 있고 통신, GPS 기능을 갖췄다. 평상시 아이들의 위치 확인, 연락 기능을 담당하며 긴급 상황 시 SOS 버튼을 통해 보호자에게 문자와 전화 연락을 할 수 있게 해준다.  
www.uplus.co.kr



### i Angel

제이엔씨 글로벌  
<i Angel>은 아기 건강 상태를 빠르게 확인할 수 있게 해주는 웨어러블 제품이다. 아기의 대소변을 감지하여 스마트폰과 연동해 대소변 시간과 횟수를 알려주며 알려주고 아기의 고열을 미리 감지해 위험을 예방해 주며 모유 수유의 시간을 관리해준다. 아이를 키우는 엄마에게 큰 도움이 되는 제품으로 유아는 물론 노인, 환자나 장애우들에게도 도움이 된다.  
www.easynhome.com



### Croise.a

Partron  
<Croise.a>는 적외선 센서를 탑재해 체온뿐만 아니라 사물, 주변 환경의 온도까지 측정할 수 있게 해준다. 비접촉식이기 때문에 신체 접촉식 체온계보다 감염 위험이 적어 위생적으로 사용할 수 있다. 전용 앱을 통해 사용자별 기록할 수 있어 체온 변화에 민감한 가임기 여성, 임산부,

어린이들에게 유용하다. 또한 위급 상황 시 스마트폰 GPS를 기반으로 가까운 곳의 병원과 약국 위치를 확인할 수 있게 해준다.  
[www.croise.co.kr](http://www.croise.co.kr)



**Lineable**  
Lineable  
<Lineable>은 부모의 스마트폰과 연동해 아이가 20-30m 정도 부모의 곁에서 벗어나게 되면 알람이 울려 미아 발생을 예방한다. 블루투스를 통해 계속해서 고유의 신호를 보내서, 아이가 시야 밖으로 벗어났을 경우, 아이 주변의 또 다른 <Lineable>앱 사용자들의 도움을 받아 아이를 찾을 수 있게 해준다. [www.lineable.net](http://www.lineable.net)



**Petstation**  
오픈브레인테크  
<Petstation>은 바쁜 생활로 반려동물을 돌보기 어려운 현대인을 위한 제품이다. 주인이 집을 비워 규칙적으로 밥을 못 먹고, 외로움을 느끼는 반려동물에게 스마트폰 앱으로 연동해 원격으로 사료를 줄 수 있게 해주는 사료 지급기다. 워키토키 기능을 이용해 외출 중에도 반려동물에 목소리를 들려주어 원격으로 교감할 수 있게 해준다. [www.petstation.co.kr](http://www.petstation.co.kr)



**Petchatz**  
Petchatz  
<Petchatz>은 집에 있는 반려동물과 영상통화를 할 수 있는 스마트 기기다. 반려동물이 'Pawcall' 버튼을 누르면 주인의 스마트폰으로 연동되어 영상통화가 가능하며 반려동물의 안전을 위해 모서리를 없앤 둥근 형태로 제작되었고 전원코드를 제거한 것이 특징이다. 또한 제품 내부에 먹이를 저장해 두었다가 원격으로 간식을 제공할 수 있다. [petchatz.com](http://petchatz.com)



**Dog Activity Monitor**  
FitBark  
<FitBark Dog Activity Monitor>는 실시간으로 반려동물의 활동량을 측정하여 연동된 스마트폰으로 데이터를 전송해 주는 목걸이형 제품이다. 평소 반려동물이 얼마나 운동을 하는지, 얼마나 건강한지 알 수 있게 해주며, 현재 체중에 맞는 적당한 식사량을 추천받을 수 있다. [www.fitbark.com](http://www.fitbark.com)

**Education**



**Circus AR**  
(주)서커스컴퍼니  
<Circus AR> 증강현실 브라우저는 스마트폰만 있다면 전 세계 어디서나 증강현실 콘텐츠를 서비스받을 수 있는 앱이다. 서커스 AR 앱을 실행한 후 스마트 기기의 카메라로 증강현실 '마커'라고 불리는 책 또는 현실의 이미지, 텍스트 사, 물, 배경, 위치 등을 비추면 미리 부여해 놓은 가상 이미지(2D, 3D 콘텐츠)가 겹쳐서 보이게 되는 '증강 현실 솔루션'이다.  
[www.circusar.com](http://www.circusar.com)



**Boogie Board Play N Trace**  
IMPROV  
스케치북처럼 쓰고 지우는 메모 패드인 <Boogie Board Play N Trace>는 유아에서 어린이, 청소년까지도 유용하게 사용할 수 있는 태블릿 기기이다. 아이들이 쉽게 잡을 수 있는 연필 모양으로 되어 있는 펜과 위쪽에는 버튼이 있어 사용하고 난 다음에는 간편하게 눌러서 지울 수 있다.  
[myboogieboard.com](http://myboogieboard.com)



**Osmo Tangram & Coding**  
Osmo  
2014년 TIME지가 뽑은 최고의 발명품으로 등극한 <Osmo Tangram & Coding>은 아이패드의 앱이지만 실제 놀이로 사회적 지능과 창의적 사고를 촉진하는 앱이다. 우리 전통 놀이 '칠교'에서와 같이 다양한 도형의 모양, 크기로 상대적 위치, 공간 등을 직접 경험할 수 있고, 영어 단어 놀이를 통해 알파벳 배열 및 단어를 익힐 수 있다. [www.playosmo.com](http://www.playosmo.com)



**Cardboard VR**  
Google  
<Cardboard VR>은 스마트폰에 다운로드한 구글 플레이 스토어의 다양한 콘텐츠를 입체적으로 체험하게 해주는 골판지로 된 VR 기기이다. 간단히 스마트폰을 VR 기기에 장착해 세계의 다양한 풍경을 360도로 볼 수 있는 가상 체험을 할 수 있으며, 유튜브를 통해서도 VR 영상을 즐길 수 있다. [vr.google.com](http://vr.google.com)

**Communication**



**eBeam Edge+**  
PNF Co.,Ltd  
인터랙티브 화이트보드 마켓에서 가장 진보된 제품인 <eBeam Edge+>를 통해 스크린에 글씨를 쓸 수 있고, 터치스크린처럼 편리하게 사용할 수 있다. 교실이나 강의실 또는 회의실, 연구소에 적합한 기기이며 휴대하기 간편하고 기억해야 할 메모들을 언제 어디서든 필요시에 수정하거나 더 할 수 있게 해준다.  
[www.e-beam.com](http://www.e-beam.com)



**Smart Writing Set**  
Moleskine  
<Smart Writing Set>는 전용 '펜+'와 '페이퍼 태블릿'으로 구성되어 있다. 스마트폰에 전용 앱을 설치한 후 전용 '몰스킨 펜+'로 '페이퍼 태블릿'에 내용을 작성하면 내용이 디지털화되어 휴대폰에 저장된다. 저장된 페이지는 디지털 기기로 전송 가능하며 아날로그적인 필기 방식과 디지털 데이터 저장 방식을 접목한 현대판 감성 제품이다.  
[www.moleskine.com](http://www.moleskine.com)



**SNOW**  
CAMP MOBILE INC  
눈에 보이는 얼굴을 찍는 것을 넘어, <SNOW>는 사람의 얼굴을 인식해 다양한 이미지의 스티커를 적용해 일상에 재미난 효과를 더해주는 앱이다. 화려한 이미지를 전송하는 채팅 기능도 포함해 친구들과 즉각적으로 소통하며 즐길 수 있다.  
[www.campmobile.com](http://www.campmobile.com)



**카카오톡**  
다음카카오  
<카카오톡>은 일반적인 문자 메시지 전송 기능과 달리 포털 성격이 더해진 메신저 앱이다. 무료통화 메시지 전송 기능뿐 아니라 사진, 동영상, 음성 메일을 전송할 수 있는 서비스를 제공하며 1:1 및 그룹 채팅 기능을 지원하고 좋아하는 주제와 관계된 친구를 추가하여 정보 및 혜택을 받는 '플러스 친구' 서비스를 지원한다.  
[www.kakao.co.kr](http://www.kakao.co.kr)

I·SEOUL·U Seoul Design Exhibition

2016 주제전 · Smart Design Smart Life

Smart City Smart Design Smart Life

**스마트 디자인으로 스마트 라이프의 새로운 지평을 여는 앱세서리 Appcessory**

2016. 9. 22 - 10. 2 | DDP 살림터 카페1 (시민센터)

편리 Convenience, 효율 Efficiency, 균형 Balance, 안전 Safety, 참여 Participation, 건강 Health, 행복 Happiness, 공감 Sympathy, 살림 Solace, 살림 Care

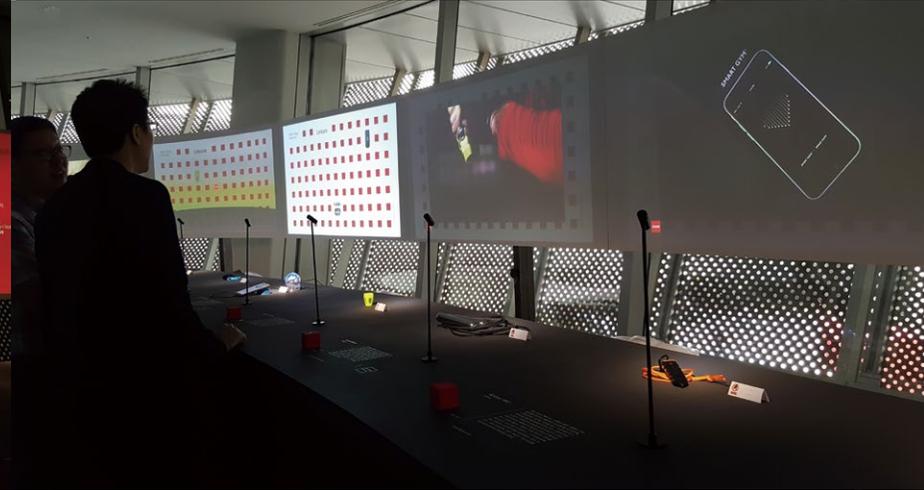
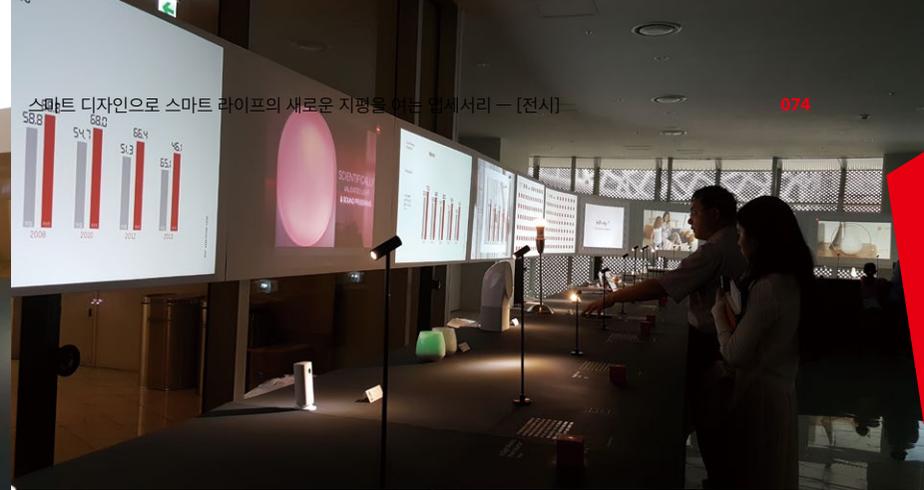
SEOUL DESIGN WEEK 2016 서울디자인페스티벌

Seoul Smart Mobility International Conference · Exhibition 2016 | 2016 주제전 · Smart Design Smart Life 2016 universal design seoul | 2016 서울공공예술클럽 · 프리마켓 | AGI SEOUL 2016

서울디자인위크2016 주제전 | Smart Design Smart Life  
스마트 디자인으로 스마트 라이프의 새로운 지평을 여는  
액세서리 Appcessory 주제전, 2016 스마트 디자인 스마트 라이프  
2016. 9.22 - 10.2



백을터  
마래보 →







# 청년 워크숍 & 전시 y-SMART

y-SMART라고 이름지어진 서울디자인위크2016의 청년 워크숍 & 전시는 청년들의 시각을 통해 우리 삶 속의 크고 작은 문제들을 찾고, 그 문제들을 개선하기 위한 '스마트한 방법으로서의 디자인'을 주제로 진행되었다. 총 5개 대학의 6명의 교수와 46명의 학생이 참여, 5차례의 워크숍을 통해 진행된 'Smart Design'의 과정과 결과를 오픈 스튜디오 형식으로 보여주는 전시로 구성, DDP 살림터 디자인 세미나실을 무대로 펼쳐졌다.

## [워크숍]

- 세션 1\_ 2016. 7. 15 | 스마트 디자인 정의하기 | 이상 선
- 세션 2\_ 2016. 7. 29 | 다양한 관점의 아이디어 모으기 | 이연 준
- 세션 3\_ 2016. 8. 12 | 전시를 위한 계획과 점검 | 김성 곤
- 세션 4\_ 2016. 8. 26 | 발상의 구현 - 프로토타이핑 | 이지 선
- 세션 5\_ 2016. 9. 9 | 전략적 프레젠테이션 | 김경 균 & 조 현

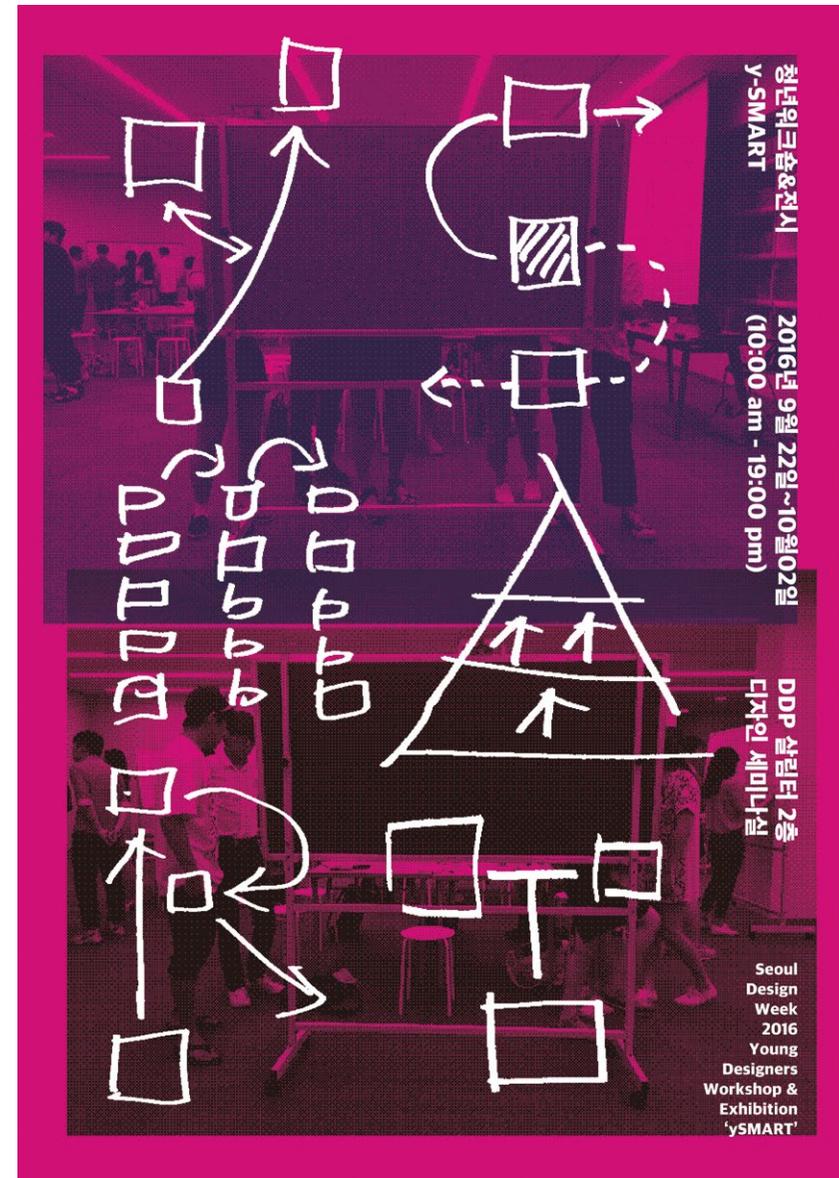
일시 2016. 7. 15 ~ 9. 9  
장소 DDP 디자인 세미나실

## [전시]

일시 2016. 9. 22 ~ 10. 2  
장소 DDP 디자인 세미나실



y-SMART 티저 영상  
티저 영상 지도 : 이은영  
전시 지도 : 조예린  
<https://youtu.be/fBw0fb7cNYk>





**이 상 신**  
한경대학교 디자인과 교수  
프로젝트 코디네이터

## Session 1 스마트 디자인 정의하기

### 친화도분석법으로 스마트 디자인에 대한 청년들의 생각 엮기

**Affinity Mapping**  
친화도 분석은 조사를 통해 수집된 정보들을 연관성에 따라 분류하고 패턴을 찾아냄으로써 문제의 본질을 이해하고 팀원들 간에 다양한 의견 공유를 통해 인사이트를 도출하는 것을 목표로 하는 방법론으로 조사된 데이터 분석에서부터 서비스 컨셉 개발까지 여러 단계에 걸쳐 활용이 가능하다. 친화도 분석은 오랜 시간을 통해 심층적으로 분석하기 보다는 정해진 시간 안에 집중하여 포스트잇에 적힌 정보들을 이리저리 옮기고 계층구조를 만들어가면서 인사이트를 도출하는 것이 중요하다.

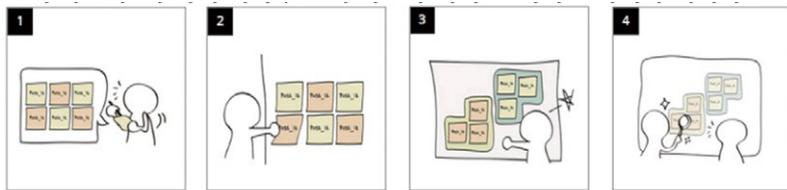
서비스디자인워킹그룹 방법론도구모음,  
2014, p.22, <https://goo.gl/1l3o5W>

y-SMART 청년 워크숍의 주제는 ‘청년이 제안하는 스마트 디자인’ 솔루션이다. 첫 번째 세션을 진행하게 된 나의 미션은 세 가지였다. 처음 만난 어색함을 어떻게 극복하게 할 것인가? 서로의 생각을 어떻게 하면 자연스럽게 말하게 할 것인가? 다양한 생각을 어떻게 하나의 목소리로 엮을 것인가? 친화도 분석(Affinity Mapping)은 이 세 가지 미션을 수행하는 데 효과적인 방법이라 판단했다.

2016년 7월 15일 오후. 행사가 진행되는 DDP살림터 디자인세미나실은 워크숍을 진행하기에 적당히 넓고 쾌적했다. 그러나 행사장소로 모여드는 40여명 청년의 표정은 무표정 또는 어리둥절하다. 어색함을 극복하고 서로의 이름을 부를 수 있도록, 가슴에 이름표를 달고 무작위로 팀 편성을 했다. 또한, 팀원 간의 물리적 거리를 좁히고, 머리, 손, 몸을 모두 움직일 수 있도록, 앉아서 토론하는 방식이 아닌, 서서 활동하는 방식으로 워크숍을 기획했다.

친화도 분석에 대한 간단한 방법론 소개로 시작한 워크숍은 약 100분간 진행되는 다섯 개의 작은 활동으로 구성되었다. 첫째, 스마트 디자인을 생각하면 떠오르는 단어 적기, 둘째, 유사한 개념끼리 그룹화하기, 셋째, 그룹에 제목 붙이기, 넷째, 의견을 하나의 문장 혹은 문구로 종합하기, 다섯째, 다른 팀과 공유하기의 과정을 거쳤다. 친화도 분석에서 사용하는 포스트잇은 평소에 구두로 의견을 잘 제시하지 않는 구성원의 생각을 끄집어내고, 여러 구성원의 다양한 의견을 그룹화하고 재구성하는 데 유용하다.

워크숍 과정을 기록한 사진들을 다시 살펴보니 시작할 때와 마칠 때의 표정



1 리서치, 사용자 조사, 각종 아이디어를 적용, 한 장의 카드에 하나의 항목을 적는다.

2 무작위로 넓은 벽에 붙인다.

3 유사한 속성을 가진 아이디어끼리 묶는다.

4 묶어진 그룹을 대변하는 대표 단어를 도출한다.



Affinity Mapping 영상  
<https://youtu.be/vMID1ZVK5hI>

<고려대학교 Experience Design method, 2014> <http://designmethod.korea.ac.kr/design-method/affinity-diagramming/>





이연준  
홍익대학교  
시각디자인과 교수

## Session 2 다양한 관점의 아이디어 모으기

### Bono's 6 Thinking Hats를 이용한 병렬적 사고 연습

**Six Thinking Hats**  
수평적 사고(lateral thinking)와 병렬적 사고(parallel thinking)를 활용하여 집중적으로 다양한 관점을 파악하고 연결하여 효과적으로 창의적 아이디어를 도출하는 데 도움을 주기 위해 개발된 도구이다.

White : 객관적 자료 (데이터, 수치 등) 관련  
Red : 직감, 본능적 반응, 감정과 관련  
Black : 논리적 비판적 사고와 관련  
Yellow : 희망적 긍정적인 관점과 관련  
Green : 에너지와 창의력과 같은 새로운 접근과 관련  
Blue : 생각을 위한 생각을 조절하는 과정과 관련

DeBono, E. (1988).  
Six Thinking Hats. Penguin.

y-SMART 청년 워크숍의 두 번째 세션은 그룹별 프로젝트의 주제 및 진행 상황을 공유하고 다양한 의견 교환을 통한 프로젝트의 발전과 개선을 목적으로 마련되었다.

워크숍을 성공적으로 진행하기 위해서는 무엇보다도 5개 대학에서 참여한 46명의 학생이 어색함을 극복하고, 주어진 시간 내에 효과적인 의견교환이 필요하였다. 이를 위해, 이번 세션에서는 에드워드 드 보노 Edward De Bono의 'Six Thinking Hats'와 구글폼을 피드백 방법으로 혼합하여 활용하였다. Six Thinking Hats는 여섯 색상의 모자가 나타내는 주제와 규칙을 가지고, 다양한 측면에서 아이디어를 하나로 모으는 데 유용한 도구로, 참가자 전원이 적극적으로 참여할 수 있도록 한다. 구글폼의 활용은 다수의 참가자가 협업하며 동시에 피드백을 남기고 확인하는 데 유용하다. 궁극적으로 두 방법의 활용을 통해 경쟁과 협력의 산출물인 집단지성 Collective Intelligence을 창출하는 경험을 학생들에게 제공하고자 하였다.

구체적인 과정은 그룹별 발표 후, 각 학생과 참여 교수에게 주어진 두 가지 색상의 모자에 대해 구글폼에 피드백을 기재하는 방식으로 이루어졌다. 피드백 과정에서는 블루색상을 제외한 나머지 색상이 제공되었으며, 블루색상은 전체를 종합하여 개선안을 도출하는 과정에 활용되었다. 최종 단계에서 각 그룹은 피드백에 대한 리뷰 및 개선안을 토의한 후 발표하도록 하였다.



Bono's Hat 영상  
[https://youtu.be/5F\\_JXwEOgsI](https://youtu.be/5F_JXwEOgsI)

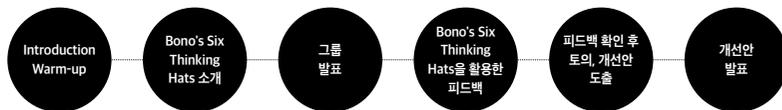


Figure 1. 워크숍 활동





김성곤  
서울시립대학교  
산업디자인과 교수

### Session 3 전시를 위한 계획과 점검

#### 간결하고도 강력한 전달의 노하우 - 1 페이지 보고서

**1 페이지 보고서**  
클라크 A. 캠벨이 개발한 강력하고  
간결한 한 장의 프로젝트 보고서  
(The One-Page Project Manager :  
OPPM)는 프로젝트의 규모와  
상관없이 단 한 장의 보고서를  
활용하여 프로젝트의 계획과  
계획 대비 성과에 대해 프로젝트에  
관련된 모든 사람과 의사소통하기  
위해 최적화되어 있는 보고서  
작성법으로 잘 알려져 있다.

(한 장의 프로젝트 보고서)  
클라크 A. 캠벨  
울유문화사

어떻게 해야 간결하고 강력한 전시를 준비할 수 있을까. 그런 궁금증과 함께 시작된 세 번째 세션은 '1페이지 보고서' 작성법을 바탕으로 진행되었다.

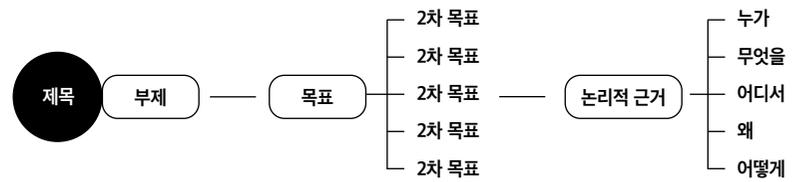
'1페이지 보고서'의 핵심인 '3 Step'은 보고서의 전개 방식을 3단계로 구분해야 한다는 뜻이다. 1단계에서 보고의 목적과 전달 내용의 핵심이 되는 결론을 제시하고, 2단계에서 결론을 뒷받침하는 근거를 명확히 한 뒤 3단계에서 향후 실행계획까지 구체화한다는 것이다.

1페이지 보고서의 또 다른 핵심인 '3S 원칙'은 보고서를 핵심 위주로 짧고 (Short), 쉽게(Simple), 구체적으로(Specific) 쓰라는 것을 뜻한다. 항목별로 요약하자면 아래와 같다.

- 제목 : 스토리에 헤드라인을 부여한다.
- 부제 : 제목을 보강한다.
- 목표 : 원하는 바를 진술한다.
- 2차 목표 : 목적을 상세히 밝힌다.
- 논리적 근거 : 누가, 무엇을, 어디서, 왜, 어떻게를 명확히 밝힌다.

이때의 '논리적 근거'는 당신의 주장이며 '설득'이다. 지식과 리서치를 근거로 당신의 주장을 담은 설득력 있는 두세 개의 문단을 써볼 것을 권한다.

이런 방법은 전시에 그대로 적용할 수 있다. 전시는 곧 자기 생각을 발휘하는 기회이다. 기회가 주어졌으니 한번 멋지게 해볼 수 있는 것 아닌가?



1페이지 보고서 영상  
<https://youtu.be/qWfQwieBbzM>





이지선  
숙명여자대학교  
시각디자인과 교수

## Session 4 발상의 구현 - 프로토타이핑

각자의 의도에 부합하는 전시의 표현,  
공간의 구획 및 전시의 기본 포맷 논의하기

**Prototyping**  
프로토타이핑이란 개발자와 사용자들의 의사 소통상의 효과를 증진하기 위하여 취하는 시스템개발 기법에서 가져온 개념으로 각자의 머릿속에만 그려져 있는 생각을 '가시화'하여 이해관계자 간의 상호이해 및 지식교환을 쉽게 하려는 효과적인 의사소통 도구로서의 역할을 담당한다.

하나의 전시를 기획하고, 실행하고, 관람하는 과정에는 무수한 의견이 제시된다. y-SMART 청년 워크숍의 네 번째 세션은 '전시 프로토타이핑 prototyping'을 주제로 기획의 실행에 대한 다양한 의견을 취합하여 실제 전시로 구현되는 데 필요한 막바지 과정을 담아내고자 하였다. 그간의 세션들이 전시의 컨셉을 정하고 그 내용을 발전시키기 위한 '개념적' 작업이었다면 이번 세션은 개념을 '가시화'하기 위한 작업이다. 전시를 통해 보여주고픈 작업에 대한 학생들의 열망은 하늘만큼인데, 그것을 한정된 공간, 한정된 비용 안에서 구현하자면 공간과 비용의 공유를 위한 의견의 공감대에 도달해야 한다. 그러나 이 지점에 도달하기까지는 만만치 않은 과정이 필요하다. 워크숍은 집요하리만큼 세세하고 평등한 의견수렴의 과정을 통해 진행되었다. 프로토타이핑 작업을 통해 각 팀이 생각하는 전시의 구도 및 내용이 모형으로 가시화되니 마치 작은 기적이라도 일어난 듯 다들 신기해 마지않는다. 동시에, 가시화된 모형들을 쪽 늘어놓고 토론을 진행하니 많은 문제가 저절로 답을 찾아가는 듯하다. 그 어떤 소수의견도 배제하지 않고 토론의 장으로 끌어 들여와 결정할 수 있도록 하니, 혼란의 와중에도 학생들은 멘토에 대한 신뢰를 잃지 않는다. 개념의 가시화 작업은 이제 시작일 뿐이고 남은 시간의 한계는 이들을 무수히 괴롭히겠지만, 그래도 서로에 대한 신뢰를 바탕으로 무사히 고지를 탈환할 것이라는 청년들에 대한 믿음은 흔들림이 없다.



전시 브레인스토밍 영상  
<https://youtu.be/sGP4XDncbeE>

FIRST STEP



진행 상황 점검  
요구 사항 정리

SECOND STEP



팀별 의견 조율

THIRD STEP



중이 프로토타입  
제작

FOUR STEP



전체 전시 디자인  
방향 설정

FIFTH STEP



최종 결정



4  
session



김경균  
한국예술종합학교  
디자인과 교수



조현  
한국예술종합학교  
디자인과 교수

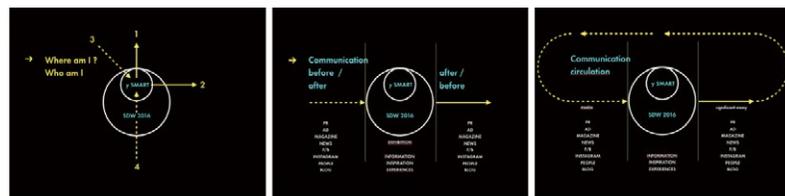
## Session 5 전략적 프레젠테이션

### 컨셉을 어떻게 인상적으로 전달할 것인가

**A Workshop**  
A Workshop은 현재 프로젝트의 위치와 성격을 좀 더 객관적 시각으로 파악하고 효과적으로 전달하고자 하는 프레젠테이션 방법론이다. 때에 따라 프로젝트는 다양한 대상에게 다양한 채널을 통해 정보를 무게 있게 또는 가볍게 전달해야 한다. 방법 역시, 이름과 같이 한 단어로 말하여야 할 때, 마감 뉴스에 짧은 소식으로 소개되었을 때, 전문 잡지와와 인터뷰, 한 가지 시각적 이미지로만 전달하는 빌보드 등 가능한 다양한 경우의 수를 바탕으로 적용해 보는 효과적인 방법론이다. A Workshop의 방법론은 프로젝트를 한가지의 관점에서만 서술하는 방식이 아닌 전달 코자 하는 대상에 대한 명확한 파악과 명료하고 간결하게 컨셉을 전달하게 하는 데 그 목적을 두고 있다.

컨셉의 전달은 주어진 조건과 환경에 따라 변화해야 하며, 전략 역시 유기적으로 변화할 수 있어야 한다. 같은 내용을 서로 다른 전문가 집단과 일반 소비자 집단에 따로 전달해야 하는 경우가 발생할 수 있기 때문이다. 같은 집단 내에서도 직급, 담당, 프로젝트 참여도와 이해도, 소속에 따라 다양한 의견과 요구가 있을 수 있다. 그러나 어떤 상황에서도 변하지 않는 것은 프로젝트 컨셉의 본질과 내용이다. 다양한 방식의 프레젠테이션에 앞서 유기적 조합과 효과적 변형이 가능한 좋은 '재료'들을 만들어 튼튼한 구조를 세우는 일은 전략적 프레젠테이션을 위해 가장 중요한 일이다. 이는, '나와 나의 프로젝트는 어디에 위치하는가?', '그곳에 있는 나는 누구인가?', '이 프로젝트는 무엇을 위한 것인가?', '커뮤니케이션을 위한 사전 단계와 사후단계의 행동은 무엇인가?', '커뮤니케이션을 순환구조로 만든다면 어떤 방법이 가능한가?' 등의 질문을 통해 점검할 수 있다. 마지막으로 자신의 프로젝트를 다음의 조건으로 정리할 수 있다면, 컨셉을 인상적으로 전달할 모든 재료가 준비되었다고 할 수 있을 것이다.

- Core audience - a person
- Project nick name - a word
- Headline - a line
- Night news - a paragraph
- Concept diagram - a diagram
- Key visual - an image
- Experience - an article



A Workshop 영상  
[https://youtu.be/xJJk44ta\\_w](https://youtu.be/xJJk44ta_w)









Information

RIC:마아

RIC:마아는 스마트 라이프를 선도하는 스마트 라이프 브랜드입니다.

Brand name | Brand Personality

RESEARCH



# 1 S.I.

김민기, 신수민, 손동주, 유효진, 이교산, 이희본, 황규민

사용자의 손목 위에서 조용히, 묵묵히  
사용자를 돌봐 주는 속 깊은 스마트



<https://youtu.be/G7Xo2oe1LkY>

“굳이 시간을 내서 헬스장에 가지 않더라도, 아침에 학교 가는 길, 지하철에서 뛰어가는 길, 힘들게 언덕길을 오르는 길, 이런 일들도 운동이 될 수 있지 않을까? 웨어러블 제품이 사용자의 그러한 일상을 이해하고, 엘리베이터 말고 계단으로 가자고 한마디 정도 해줄 수 있지 않을까? 걸으며 보기에 화려한 디스플레이가 있지 않아도, 목표량과 달성도 정도만 보여줌으로써 행동을 유도하면 되지 않을까?” 생각했다.

약간은 소극적인 듯 보이지만 꾸준히 옆에서 응원하는 그 정도의 해결. 자주 차고 다니는 손목시계에 있는 작은 점들은 그 사람이 어느 정도 걸으면 점점 사라진다. 피곤한 상태로 집에 들어온 그가 벽에 있는 달력에 시계를 얹자 그의 하루 운동량이 나타난다. 우리가 만든 도구들은 사람들에게 직접 정보를 찾도록 강요하지 않는다. 그가 계속 시간을 내어 핸드폰을 쳐다볼 필요도 없다.

# 2 GRANNY HUG

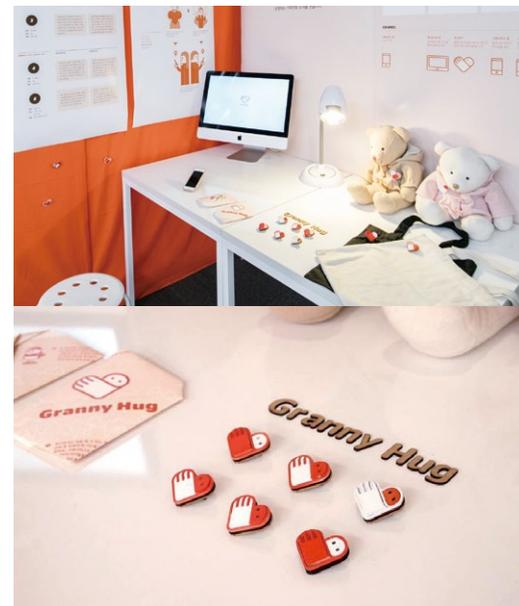
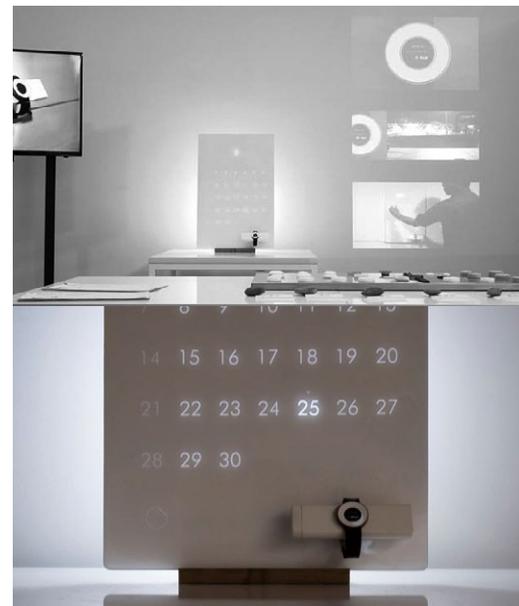
김유리, 범유진

아이와 할머니가 나누는  
따뜻한 이야기



[https://youtu.be/FLV9oocv9\\_g](https://youtu.be/FLV9oocv9_g)

그래니 허그(Granny Hug)는 방과 후 오랜 시간 혼자 있어야 하는 자녀를 걱정하는 맞벌이 부모님을 위해 복지관에서 교육을 받은 할머니가 사랑으로 자녀를 돌봐주는 공동육아 서비스이다. 담당 복지관 할머니는 방과 후 아이와 함께 하원 하며, 허그 뱃지를 통해 부모의 앱으로 하원 알림을 보낸다. 앱을 통해 부모는 쉽게 아이의 활동 사항을 보고받으며 할머니께 병원을 가 달라거나 약을 먹여달라는 등의 추가 부탁을 할 수 있다. 그래니 허그 서비스를 통해 할머니는 일자리를 얻고, 부모는 안심하고 일에 전념할 수 있으며, 아이는 안전하게 시간을 보낼 수 있어 상생하는 공동육아를 실현한다.



# 3 READING MAMA

손현민, 손다원, 최아담

다문화가정 어머니의 육아와  
한국어 학습을 함께하는 서비스



<https://youtu.be/LFY40IQOX7M>

육아로 인해 한국어 학습을 포기하는 다문화가정 어머니들은 아이들에게 동화책 읽어주는 시기가 오면 아버지나 외부인에게 맡길 수밖에 없는 경우가 발생한다. 이 과정에서 이들은 어머니로서의 자신감 상실에 더하여 타지에서 의 외로움과 스트레스가 두 배로 커지는 고통을 겪게 된다. 리딩 마마(Reading Mama)는 다문화 가정 어머니들의 육아와 한국어 학습을 병행할 수 있게 하는 것 그리고 그들의 자아실현을 돕고자 만든 서비스이다. 아이에게 읽어줄 동화책 텍스트가 자막으로 변환된 영상을 통해 어머니의 한국어 역량, 발음 교정 등을 도와주어 아이에게 책을 읽어주기 전 미리 자신의 한국어 학습을 할 수 있게 한다. 이로써 어머니의 부담을 덜 뿐만 아니라 꾸준한 반복을 통해 아이와의 유대감 형성에 도움이 될 수 있을 것이라 기대한다.

# 4 4MEN

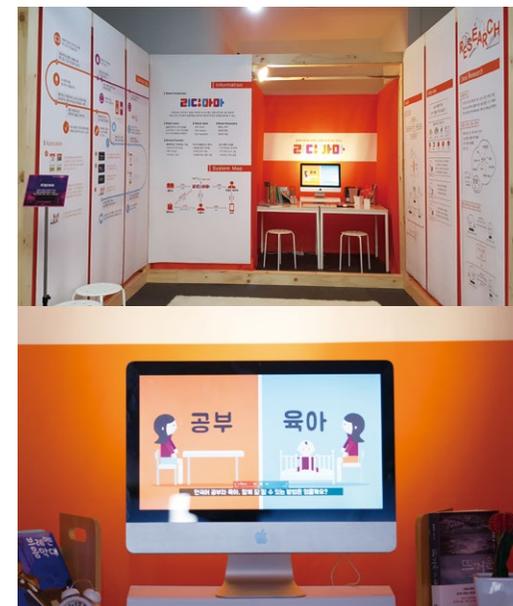
고정호, 김희수, 이종용, 최대호

청년들의 위트 있는 시각을 통해 던지는  
스마트 디자인에 대한 화두



<https://youtu.be/kFibQnmvSYk>

포맨(4Men)의 전시에는 네 가지 이야기가 등장한다. ‘스마트 밥솔’, ‘스마트 쯔비’, ‘스마트 체어’, ‘잇스타그램’. 이 네 가지 이야기는 각각 한 가지 상황을 선택해 쓰였으며, 말도 안 되는 결과물을 제시한다. 밥솔에 백어 가지에 육박하는 기능을 넣는다는지, 스마트폰을 보며 걷는 사람을 위한 보행 보조 지팡이를 만든다는지 하는 것이다. 이는 관객들이 전시를 보며 비웃거나 깨닫는 등의 상호작용을 보이며 스스로 스마트 디자인에 대해 생각을 할 수 있는 기회를 주기 위한 장치이다. 또한, 디자이너들에게도 책임을 느끼도록 하며 디자인에 따르는 부작용을 해결하는 방법에 대한 고찰을 촉구하도록 하였다. 포맨의 스마트 디자인은 ‘인간의 본질을 이해하고 배려하는 디자인’이며, 이번 전시는 이를 가장 효과적으로 표현하려는 방법이었다.



# 5 SMART EMOTION

김수빈, 김유나, 김성경, 문지영, 이은경, 박서희, 이시영, 전소현

소소한 행복으로 일상을 채워가는 스마트 라이프스타일



<https://youtu.be/odd3i1T0xH8>

최근 5년간의 건강보험심사평가원 통계에 의하면, 우리 사회에 연간 약 4.6%의 비율로 우울증 환자가 증가하고 있음을 알 수 있다. 스마트 기술이 나날이 발전하고 있는 가운데 현대인들은 스마트 환경 아래에서 정서적으로 많은 갈등을 느끼고 있다. 이에, 우리가 정의하는 스마트 라이프 스타일이란, 스마트 기술을 통해 일상 속에서 소소한 행복을 찾을 수 있게 하는 것이다.

스마트 이모션<sup>Smart Emotion</sup> 프로젝트는 'Smart Emotion'의 관점에서 이러한 간극을 메울 수 있는 흥미로운 콘텐츠를 디자인하는 것으로 사용자가 운전할 때, 연인과 함께할 때, 운동할 때, 스트레스가 쌓였을 때 스마트한 해결책을 제시해준다. 스마트 이모션이 일상 속의 소소한 행복을 찾아 사막했던 사회인들의 정서를 개선하는 데 도움이 되기를 바란다.

# 6 9D

김다윤, 김민지, 김재환, 윤나리, 장은조

6~70대를 위한 혼밥의 외로움을 소셜 다이닝으로 승화하는 스마트 소셜 디자인



<https://youtu.be/Ufy26XIX-zI>

관심사도 세부 전공도 다른 우리 다섯은 '스마트 디자인이란 무엇일까'라는 질문 아래 프로젝트를 시작했다. 서로가 생각하는 '스마트 디자인'은 제각기 달랐다. '모두가 원하는 것', '익숙한 것의 낯선 경험'이기도 하며 '드러내지 않아도 자연스럽게 느껴지는 것'이기도 했다. 우리는 이를 한 문장으로 정의하는 것 대신 구체적인 문제 상황을 개선하는 프로젝트를 진행하며 찾아 나가기로 했다.

우리의 시선은 '고령화 사회'와 함께 오랜 기간 이슈로 언급되어 온 6~70대 노인과 최근 하나의 문화로 자리 잡은 '혼밥'에 머물렀다. 다소 부정적이라 예상했지만, 인터뷰를 통해 알게 된 실제 그들의 식탁은 소통의 플랫폼이 될 수 있는 긍정적 가능성을 충분히 내포하고 있었다. 우리는 그를 바탕으로 각자의 '혼밥'이 '소셜 다이닝'이 될 수 있는 키워드를 제시하며 프로젝트에 적합한 일련의 프로세스를 다질 수 있었다.

# 7 HOLIWAY

박지선, 유지현, 이수연

지하철역 10분 거리, 당신의 취향을 저격한다



<https://youtu.be/anVjPyAnmfl>

홀리웨이<sup>Holiway</sup>는 지하철로 출퇴근하는 시간이 지루한 직장인들을 위해 매일 다니던 길에서 새로운 경험을 도전할 수 있도록 도움을 주는 앱이다. 홀리웨이는 지하철 플랫폼에 비콘<sup>Beacon</sup>을 설치하여 사용자가 움직이는 동선에 맞게 알람을 제공하는데, 이 알람은 사용자의 취향을 고려하여 하루 3~5개의 장소 및 새로운 경험을 추천하는 것이 핵심 기능이다. 지하철역에서 도보 10분 내외의 장소를 소개하기 때문에 직장인들이 출퇴근길에 잠시 들러 기분전환을 할 수 있도록 접근성을 높인 것이 장점이다.

# 8 STADIUM MATE

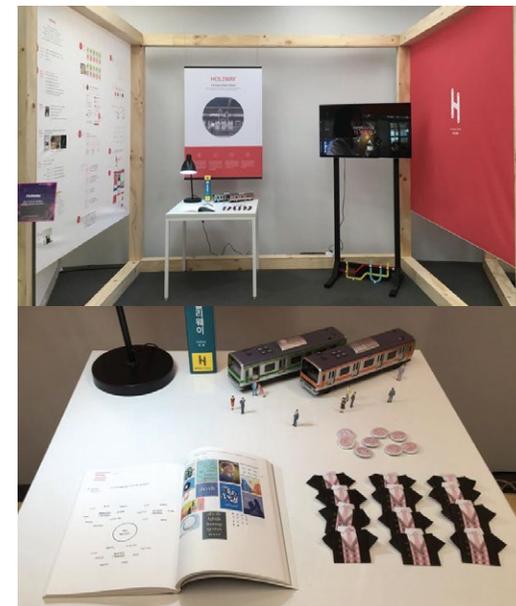
노윤희, 박청미, 범하영, 이준호

K리그 경기 관람을 실시간으로 함께 즐기는 스마트한 친구



<https://youtu.be/Cn5vEjOmRfM>

K리그는 다른 세계 유명 나라들의 축구 리그보다 자국민의 관심도가 적다. 경기 관람의 불편함을 개선하면 관심도를 늘릴 수 있을까? 우리는 경기장을 찾는 사람들을 대상으로 인터뷰를 진행했다. 먼저 입장이 편리해야 하고 길 찾기가 수월해야 한다. 경기 관람을 할 때 경기정보를 실시간으로 받으며 그 정보가 구단마다 특별화되어 있다면 어떨지 생각해 봤다. 그래서 우리 '스타디움 메이트<sup>Stadium Mate</sup>'는 입장이 편리한 'Smart Ticket', 좌석·게이트뿐만 아니라 친구까지 찾을 수 있는 'Stadium Map', 실시간으로 정보를 받는 'Match Cast', 구단별로 테마를 바꿀 수 있는 '테마변경'을 핵심기능으로 넣었다. 이러한 핵심기능에 비콘<sup>Beacon</sup> 기술을 접목해 K리그를 더욱 스마트하게 즐길 수 있는 스타디움 메이트라는 앱을 디자인하게 되었다.



# 9 PLAY EVER

구름, 김다슬, 박지혜, 한솔

기다림도 놀이처럼 -  
기다림의 경험을 바꾸는 스마트한 생각



<https://youtu.be/BtLlOKxHDRo>

비싼 입장료를 내고 한없이 기다리는 것은 억울하다!  
플레이 에버<sup>Play Ever</sup>는 에버랜드를 이용하는 사용자에게 대기시간 해소에 도움이 되는 콘텐츠를 제공하여, 체감 대기시간을 줄여 주는 핵심 기술을 바탕으로 한 서비스다. 사용자 맞춤형으로 만들어진 각각의 캐릭터가 함께하면서 흥미와 정보를 제공하는 역할을 한다. 비콘<sup>Beacon</sup> 기술을 이용한 서비스로서, 넓은 테마파크 안에서 각 위치에 따라 필터 된 정보들이 팝업창으로 뜨기 때문에 테마파크 안에서의 불필요한 방해를 최소화한다. 이 외에도 자유 이용권, 미아 방지, 주차장 위치 찾기 등의 서비스를 앱에 넣어 에버랜드 이용을 더 즐겁고, 편하게 할 수 있도록 도와준다.

# 10 SMART MEMORY

김지상, 신나연, 이소담, 이혜인, 최린아, 황윤주

서울에서의 스마트한 기억을  
함께 만들어 간다



<https://youtu.be/EiHd7mJJ4D8>

서울에서의 경험이 지루해졌다면? 서울의 오래된 공간들이 사라지는 게 안타깝다면? 스마트 메모리<sup>Smart Memory</sup>는 서울을 보다 활기찬 경험으로 가득 채우기 위한 새로운 아이디어를 제시한다. 서울을 방문한 국내외 여행객, 익선동 주민과 방문객, 약수 시장 상인과 손님을 대상으로 한 각각 다른 네 가지 프로젝트를 통해 서울이 마주한 다양한 문제점을 재치있게 해결하게 된다.



# 설문\_y\_SMART, 스마트하게 돌아보기

총 5차에 걸친 워크숍과 10일 간의 전시를 마치면서 워크숍 참가자들에게 그간의 소감을 물었다. 프로그램의 참여 동기는 무엇인가? 이 프로그램에 참여하면서 무엇을 기대했나? 프로그램 전반적으로 좋았던 점은? 프로그램 전반적으로 아쉬웠던 점은? y\_SMART는 OOO이다. 왜냐하면 OOO하니까. 자유롭게 한마디! 설문에 대한 다양한 내용의 응답들은 google 문서의 알고리즘에 의거, 다수의 응답자들에 의해 사용된 단어들은 큰 글씨로, 소수의 응답은 작은 글씨로 표현되는 방식의 결과물로 제시되었다. 파란색은 긍정적 응답, 빨간색은 부정적 응답을 의미한다.





# 서울디자인마켓 34개의 스마트한 발견

서울디자인위크2016을 통해 개최한 서울디자인마켓은 주제인 ‘스마트 디자인, 스마트 라이프’와 연계할 수 있는 제품들을 대상으로 사전 심사를 거쳐 선발, 총 34개의 제품을 중심으로 마켓을 구성하였다.

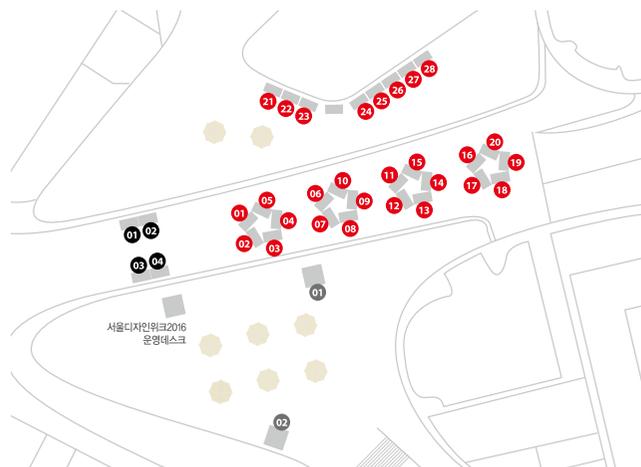
효율, 편리, 균형, 건강, 참여, 안전, 행복, 살핌, 살림, 공생 등 10개의 키워드 속에 서울디자인위크2016의 철학과 컨셉을 담은 ‘스마트 디자인 템플릿<sup>Smart Design Template</sup>’을 부스마다 부착, 각 제품이 추구하고 실현하고자 하는 ‘스마트 디자인’의 방향성을 명시하도록 하였다.

기존의 판매 위주의 마켓 개념을 전환하여 판매·프로모션·이벤트형 마켓으로 구성, 시민이 함께 참여하여 즐기는 신개념의 ‘Smart’한 디자인마켓을 추구하였다.

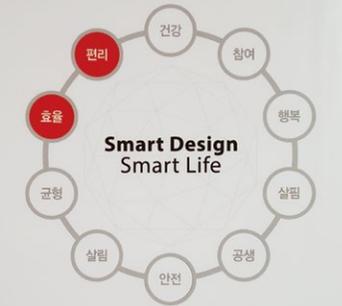
일시 2016. 9. 22 ~ 9. 28

장소 DDP 어울림광장

참여업체 이벤트 4개/프로모션 2개/판매 28개



13 250디자인



2016년 '세움' 행사들이 이어 오면서 계획을 가지고 2016년 새로운 한 해를 위한 디자인을 고민하고, 새로운 신종 도시 있는 방향을 디자인 할수 있도록 서울디자인위크2016이 다양한 컨셉을 가지고, 다양한 분야를 소개할 수 있도록 합니다. 또한, 세움의 의미를 보다 구체화 시키는 디자인을 담은 기획을 통해 디자인으로 사용할 수 있는 제품을 소개합니다.  
www.ddp.or.kr | 02-4722-2500



## 스튜디오 덩동



'덩동'하고 울리는 즐거운 아이디어! 스튜디오 덩동은 생활 속의 작고 재미있는 아이디어를 활용하여 문구 소품을 제작하고 있는 디자인 스튜디오이다. 우리 주변에 쉽게 지나쳤던 것들에서 신선한 재미를 발견 할 때의 기쁨, 스튜디오 덩동은 이런 즐거움을 제품을 통해 전하고 있다.

[www.studiodongdong.com](http://www.studiodongdong.com)

## 쥘리뉴어스



'리뉴어스'는 자투리 가죽에 고유한 스토리와 새로운 가치를 담아 새롭게 활용될 수 있도록 재탄생 시키는 업사이클링 브랜드이다. '리뉴어스'의 에코 가죽제품은 가죽 원단을 만드는 과정에서 인위적인 염색이나 가공을 하지 않아 가죽 천연의 컬러와 무늬를 느낄 수 있는 친환경 가죽제품이다. 그리고 더욱 다양한 자원의 가치를 재발견하고 나눔을 통하여 또 다른 새로운 이야기를 지속할 것이다.

[www.renuers.com](http://www.renuers.com)

## 아틀리에 소원



아틀리에 소원은 실용적인 제품을 디자인한다. 한 가지 방법과 카테고리만 으로 사용함에 국한되어있지 않고 다양한 방법으로 사용할 수 있는 실용적인 트렌드를 제안한다. 그리고 그 실용적인 요소 안에 아틀리에 소원만의 Unique하고 fun한, 유행 있는 디테일과 이야기가 있는 감성 스토리를 담아 "One small embellishment makes fun of life." "작은 소품 하나가 삶에 즐거움을 더한다."는 브랜드 모토를 표현한다. [www.atelierso1.co.kr](http://www.atelierso1.co.kr)

## 제이케이엠 디자인하우스



New, Old - "10년 전 오늘, 나는 어떤 꿈을 꾸고 있었을까?" New - 자신의 인생은 스스로 만들어 가는 것이다. 내가 생각했던 작은 일들부터, 소소한 기쁨과 슬픈 일들을 이 노트에 적어 시작해본다. Old - 이는 나의 여행의 시작이 되어 내 인생을 디자인한다. New, Old - 이 여행은 나의 인생이 어떤 모습으로 디자인되는지 큰 힘이 되어 줄 것이다. [www.jkmdesign.net](http://www.jkmdesign.net)

## 폴딩 스튜디오



폴딩 스튜디오는 디자인을 기반으로 모든 제품을 기획·제작하고 있다. 깊이 있는 디자인과 간단한 원리를 결합, 쉽게 접근하는 디자인을 모토로 삼고 있으며, 저희의 제품 또한 같은 컨셉으로 기획·제작 중이다. 폴딩 스튜디오는 마니아를 위한 것일 뿐 아니라 양질의 사진을 원하는 모든 이에게 유용한 제품이 될 수 있다. 복잡하지 않은 원리와 친숙한 소재를 활용하여 접근성을 높였으며, 보관과 설치 두 가지 모두 '간편함'을 고려해 제작하였다.

[www.foldinstudio.com](http://www.foldinstudio.com)

## 제리백



제리백은 한국과 우간다에 기반을 두고 있는 지역의 문제를 지역과 함께 해결하고자 하는 브랜드이다. 아프리카에는 식수를 얻기 위해 오랜 시간 걸어야 하는 지역이 있다. 물을 나르는 일은 주로 여성과 아이들의 몫으로 보통 10~20L의 물통을 맨손으로 운반한다. 제리백은 하나의 가방이 판매될 때마다 아이들이 물통을 가방에 넣어 운반할 수 있도록 현지 여성들과 함께 만든 ONE+ 가방을 아이들에게 전달한다. [www.jkmdesign.net](http://www.jkmdesign.net)

## 스트레스 컴퍼니



스트레스 컴퍼니는 당신과 나의 스트레스를 해소하기 위해 태어났다. 당신이 스트레스에 굴복하지 않고, 즐겁게 극복할 수 있도록 세상에 없던 스트레스 해소 상품을 제작하고 교육 프로그램을 진행한다. 당신이 당연하게 느끼는 불편한 감정들을 스트레스라는 이름 안에 쌓아두지 않고, 힘들면 힘들다고 말하고, 아프면 아프다고 말할 수 있는 감정을 있는 사회를 만들기 위해 노력하겠다.

[www.stresscompany.net](http://www.stresscompany.net)

## 쿨 이너프 스튜디오



일상 속에서 사용 되는 평범한 물건들 안에서 새로운 디자인의 가능성을 발견하고자 한다. 생활 속에서 자연스럽게 쓰이는 평범한 물건들에는 사용자의 감성과 삶의 깊이를 담고 있다고 생각한다. 쿨 이너프 스튜디오는 이러한 신념을 바탕으로 우리 삶을 대변할 수 있는 깊이 있는 디자인을 한다.

[www.coolenoughstudio.kr/](http://www.coolenoughstudio.kr/)

## 램바



램바는 작가의 아름답고 유행 있는 일러스트작품을 제품에 심어 대중에게 다가가는 디자이너 브랜드이다. 자연에서 얻은 모티브에 작가가 좋아하는 것들을 더하여 그려내는 램바의 일러스트는 작가의 유행 있는 상상력이 더해져 우리들의 삶에 스마트한 삶에 아닐로그적 감성과 생기와 기쁨을 전달해준다. 작가의 마음이 담긴 램바를 통해 따뜻한 감성을 느껴보시길 바란다.

[www.instagram.com/lambbaba](http://www.instagram.com/lambbaba)

## 드림스카이



여행스케치만 테마로 전 세계의 도시와 여행지, 아울러 대한민국 곳곳을 여행하며 그린 스케치로 다양한 관광문화 상품을 만들고 디자인하는 꿈의 스토리텔링 회사를 세웠다. 우리는 단순히 예쁜 지도와 엽서를 파는 것이 아니다. 세계를 향한 사람들의 꿈을 전하고 지구별을 향한 이웃들의 사랑을 나누는 것이다. 스케치 안에 그들의 꿈을 담아 전하고, 지구별 한 가족으로서 그들과 손을 잡고 더불어 사는 삶이 행복이 되는 것! 그것이다. [www.dreamsky33.com](http://www.dreamsky33.com)

## 베이모드



베이모드는 심플한 디자인에, 실용적인 아이디어를 결합한 핸드메이드 디자인상품 브랜드이다. 좋은 소재가 좋은 물건을 만든다는 이념을 바탕으로 변형이 거의 없는 낙하산줄, 스테인리스 스틸, 가죽 등의 소재들을 사용해 제품을 만들고 있다. 액세서리를 유행에 따라 변하는 소모품이 아닌, 오래 지닐수록 꼭 필요한 동반자처럼 만들어가고자 노력할 것이다. [www.veimode.com](http://www.veimode.com)

## 자이브스토리



자이브스토리는 '차별화된 감수성과 편의성으로 고객을 행복하게 해주는 세계적 기업'이라는 비전을 갖고, 고객을 위해 새로운 문화를 창조하고 있다. 작은 것 하나라도 항상 관찰하고 상상하며, 생활에서 불편한 점을 아름답고 실용적으로 개선하고자 노력하고 있다. [www.xivestory.com](http://www.xivestory.com)

### 250디자인



250디자인은 '제품 장이'들이 모여 50년의 계획을 세우고 250개의 제대로 된 제품만 디자인하는 회사이다. 남들이 신경 쓰지 않는 부분을 디자인함으로써 사람들에게 디자인의 가치가 무엇인지를 알리고, 디자인을 즐길 수 있도록 한다. 또한, 제품의 순수성을 높여 기본에 충실한 디자인과 단순한 기능을 통해 지속적으로 사용할 수 있는 제품을 제공한다. [www.250.or.kr](http://www.250.or.kr)

### 디퍼런트, 서울



디퍼런트, 서울은 'Seoul'을 컨셉으로 다양한 제품들을 통해 서울의 문화와 철학을 담아내려고 하고 있다. 본연의 목적을 제외한 불필요한 요소는 모두 배제하고 한 가지 '서울'이라는 로고타입 하나로 간결하고 현대적으로 제품을 재해석하고 있다. 또한 서울의 과거와 현재가 공존하고 있는 종로 창덕궁 근처에 위치하고 있는 디자인 스토어이기도 하다. [www.different-seoul.kr](http://www.different-seoul.kr)

### (주)에코준컴퍼니



에코준컴퍼니는 환경생태적 윤리를 기본으로 그린 디자인 제품을 개발 및 생산하는 디자인 회사이다. 친환경 제품에 대한 인지도 상승효과로 소비자에게 다가가 다음 세대가 살아갈 지구환경에 작은 보탬이 되는 것이 목표이다. 에코준컴퍼니에서 생산되는 제품은 친환경 소재로 대체하는 단계에서 벗어나 LCA(전과정) 측면을 고려한 그린 디자인과 사용자가 제품을 사용할 때의 편리성까지 염두에 둔 유니버설디자인으로 최고의 디자인과 퀄리티를 자랑한다. [www.ecojun.com](http://www.ecojun.com)

### 호름



한글의 자음으로 구성된 한글 귀걸이, 목걸이, 팔찌, 브로치와 같은 제품을 만들고 있다. 웃음이 연상되는 ㅎㅎ, ㅋㅋ 와 ㄹㄹ, ㄴㄴ, ㅁㅁ 등의 자음 간의 조합으로 또 하나의 단어를 만들어내며 한글의 도형적인 형태가 주는 시각적인 균형과 조화를 느낄 수 있으며 더불어 익숙한 한글을 색다르게 접하게 되는 작은 즐거움으로 행복감을 주는 일상을 만들어 내고자 한다. [www.instagram.com/hosu.lee.5](http://www.instagram.com/hosu.lee.5)

### 글래스투미츄



HELLO, I AM GLASS TO MEET YOU. 우리는 버려지거나 못 쓰는 유리를 쓰임새 있는 아름다운 작업으로 다시 만들어낸다. 자원으로서 재활용이 불가능한 폐유리들을 직접 수집하고 공예가의 수작업을 통해 세상에 하나밖에 없는 아름다운 물건을 다시 만들어낸다. 가치를 다시 보고, 오래 보고, 함께한다. [meet0dot0.com](http://meet0dot0.com)

### 디아트



문화상품공방 디아트는 2011년 서울시립대학교 학교기업으로 출발한 기업으로 2015년 초부터 김영희 대표가 직접 운영하는 문화상품의 개발, 유통의 전문 공방이다. 그림작가, 일러스트레이터, 연관 분야 교수, 타이포그래퍼, 그래픽디자이너 등이 직간접적으로 공동 참여하여 상품을 만들고 있으며 문화상품의 질적 향상을 통해 한국의 전통과 문화를 제대로 알리는데 중점을 두고 있다. [gbchun.com](http://gbchun.com)

### 김유림



본 디자이너의 제품은 이러한 소통에 대한 욕구와 다양한 식문화의 변화를 반영한 디자인 제품으로 사람, 음식, 공간에 대한 상호소통을 기반으로 사용자에게 새로운 경험을 유도하고 함께 공유하며 즐길 수 있는 도자 식기이다. 특히, 무형의 가치를 경험을 통해 전달하는 데 목적을 둔 경험 디자인을 디자인 개발 과정에 응용하여 식기의 새로운 사용방법과 규칙을 제시하여 식기를 통해 상호소통과 공유라는 소통의 체험을 제공한다. [www.instagram.com/kimyurimee](http://www.instagram.com/kimyurimee)

### 디자인콜론디



'숨(SOOM)'은 사용자 행동에 기반을 둔 휴대용 봉투 조명이다. 기존의 전원 스위치를 대신 봉투를 펼치기 위해 숨을 불어넣고 휴대하기 쉽게 봉투를 접는 행동이 ON/OFF 스위치로 작용하는 독특한 디자인 제품이다. 제품사용을 위한 의도적인 행동이 아니라 사용자의 일상적인 행동이 곧 스위치가 되기 때문에 누구나 쉽게 사용할 수 있는 편리성과 발상의 전환이 돋보이는 사용법으로 기존에 느낄 수 없었던 흥미를 불러일으키고 새로운 경험을 가져다줄 것이다. [storefarm.naver.com/colon-d](http://storefarm.naver.com/colon-d)

### 스몰굿띵스



스몰굿띵스는 얇고 납작한 '작은' 재료들로 만들 수 있는 형태를 디자인한다. 납작한 한 장의 종이만 다면체가 되고, 얇은 실과 와이어는 모빌의 축이 된다. 이렇게 만들어진 모빌은 당신의 방 어느 곳에서 '좋은' 오브제가 된다. 스몰굿띵스는 작지만 좋은, 별것 아니지만 도움이 되는 것을 만들어내는 브랜드이다. [smallgoodthings.co.kr](http://smallgoodthings.co.kr)

### 우지희



손맛이 느껴지는 핸드페인팅 패턴디자인 브랜드 - 형식 보편화한 패턴 디자인에서 탈피, 예술과의 접목을 통해 창조적 디자인을 연구하고, 흔히 볼 수 있는 화려한 기교의 디지털 프린트 대신 손으로 직접 그린 아티스틱한 핸드페인팅 기반의 제품이다. 세상에 존재하는 뻘한 재료가 아닌, 살아있는 붓 터치와 자연스러움을 맛볼 수 있는 독특한 패턴브랜드이다. [www.instagram.com/woozzy\\_official](http://www.instagram.com/woozzy_official)

### 넛츠하우스



넛츠하우스는 고품격 수제 견과류 바 '넛츠바 (Nuts Bar)'를 생산·판매하고 있다. '넛츠바'는 전통과 현대의 조화를 기반으로, 한국의 전통적인 감정과 세계적으로 사랑받는 현대의 슈퍼푸드를 결합하여, 건강한 먹거리를 재해석해 만들어진 제품이다. '넛츠바'의 대중화를 위해 오프라인 넛츠바카페 '넛츠하우스'와 온라인 유통을 위한 '넛츠하우스 팩토리'를 운영하고 있으며, 견과류 및 곡물, 베리류 등 다양한 슈퍼푸드를 활용한 건강한 먹거리를 연구개발을 하고 있다. [www.nutthouse.co.kr](http://www.nutthouse.co.kr)

### (주)디랩코리아



아름다운 한국, 그리고 서울. 그곳에서의 내 느낌, 나의 흔적들을 담아갈 수 있는 작은 내 기억들. 한국의 아름다움이, 서울에서의 추억이 나의 일상에서도 연결되고 느껴지길 바라는 마음을 일상생활용품에 담았다. LMA 지도시리즈와 LMA 한복시리즈 제품들은 한국의 현재의 모습과 전통적 모습이 아름답고 세련되게 표현된 제품들이다. 특히 아름다운 한복을 입은 여인들, 선비 그리고 사임당의 모습이 새겨진 제품들은 한국 고유의 심미적 특징과 예술적 감성을 한눈에 담아내고 있다. [www.dlabkorea.com](http://www.dlabkorea.com)

### 오리엔타입스



오리엔타입스는 온디맨드 디자인을 지향하는 회사로, 자체 앱과 웹서비스를 개발하여, 세계인을 대상으로 하여 제품과 디자인 편집을 결합한 주문형 서비스를 제공하고 있습니다. 한국 문화와 한글 타이포를 핵심 주제로 하여, 모바일케이스, 손거울, 타투, 스티커 등을 제작하고 있습니다.

[storefarm.naver.com/orientypes](http://storefarm.naver.com/orientypes)

### 핑킹박스



"나만의 생각을 담은 공간, Thinking Box" - Thinking Box는 'Thinking'이라는 주제로, 다양한 아이디어 제품을 디자인한다. 핑킹박스는 최고급 원목으로 만든 벽선반 'ThinkingBox'를 시작으로 말풍선 모양의 도어사인 'ThinkingSign', 스토리가 있는 학습 벽보 'ThinkingPoster' 등을 만들어내는 브랜드이다.

[www.thinkingbox.co.kr](http://www.thinkingbox.co.kr)

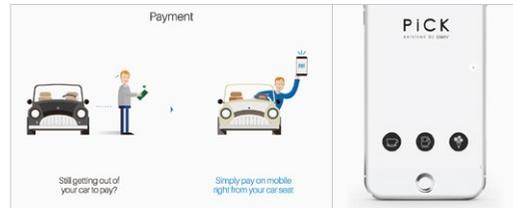
### 라운드바웃



라운드바웃은 삶의 속도를 조금 늦추고, 우리가 서있는 자리에서 주변의 풍경을 바라보며 그 계절의 색과 바람을 기억하는 여유로운 삶의 태도를 지향하는 디자인 그룹이다. Slow Down, Look Around라는 슬로건을 가지고 유행을 따르기 보다 오래도록 곁에두고 편리하게 사용할 수 있는 롱 라이프 디자인제품을 만든다. 디자인이 우리 생활에 미치는 영향에 대해 고민하고, 제품을 만드는 사람과 사용하는 사람 그리고 환경을 사랑하는 마음을 담고자 한다.

[www.in-roundabout.com](http://www.in-roundabout.com)

### (주) 오윈



(주)오윈은 2015년 설립, 독자적인 특허와 IoT 기술 그리고 서비스를 통해 새로운 글로벌 플랫폼을 만들어 나가는 스타트업 기업이다. 자동차라는 특화된 환경 내에서 네트워크와 사람 그리고 offline 서비스가 연결되는 스마트 환경에서 사용자 중심의 사물 제어와 O2O(online to offline) 서비스를 제공한다.

[www.owin.kr](http://www.owin.kr)

### 밀키프로젝트



밀키프로젝트는 시민들의 「일상예코」활동을 통해 주민센터 등에 수집된 우유 팩에 새로운 가치를 불어넣어, 일상용품으로 재탄생시키는 활동을 하고 있다. 「일상, 실용, 튼튼, 맨시」등을 기준으로 100% 핸드메이드로 만들어지는 밀키프로젝트의 제품은 깨끗하고 공정한 제조 과정을 통해 지구환경과 지역사회 그리고 사람에게 친화적인 제품으로 만들어지고 있다.

[www.milkyproject.com](http://www.milkyproject.com)

### 봄날커뮤니케이션즈



광고장인들이 모여 있는 봄날커뮤니케이션즈는 '왜 청첩장은 점잖고, 예의 바르게 제작되어야 할까'라는 의문에서 모두가 행복하게 결혼을 알려보자는 취지로 "반반청첩장"을 만들었다. 반반청첩장의 제품 컨셉은 청첩장 디자인을 반으로 나누어 혼례의 또 다른 주인공, 혼주의 입장을 나타낸 엄마야반반 청첩장과 진짜 주인공 신랑신부의 입장을 나타낸 신랑신부용청첩장으로 디자인·제작한다. [www.ban-ban.net](http://www.ban-ban.net)

### 플랫폼



'이럴 땐 어떤 이모티콘을 보내야 할까?' 고민할 필요 없이, 알아서 센스있는 이모티콘을 보내주는 신기한 앱! 당신의 취향을 저격하러 왔다. 버튼 하나만 누르면 mojitok의 인공지능이 당신의 메시지에 담긴 감정까지 담아 전해줄 것이다. 말로만 해서는 못맞춰지는 지루한 채팅, 메신저 필수아이템 mojitok 앱으로 살아있는 대화를 이어가보시길 바란다. [www.mojitok.com](http://www.mojitok.com)

### (주)그레이프이펙트



(주)그레이프이펙트는 2012년 청년창업사관학교 입교를 시작으로 다양한 아이디어 디자인제품을 디자인·제조·유통판매 하고 있습니다. 창의적인 아이디어와 디자인을 중심으로 소비자들에게 보다 나은 제품을 제공한다는 사업비전을 중심으로 점진적인 발전을 하는 스타트업 업체이다.

[www.grapeeffect.com](http://www.grapeeffect.com)

### 오스모



오스모는 아이들의 교육과 놀이에 도움이 되는 어플리케이션이다. 디지털 게임과 실제세계의 사물을 결합한 이 제품은 증강현실을 이용하여 아이들이 더욱 현실감 있게 컴퓨터와 마주할 수 있게 흥미를 유발한다. 게임을 작동 시키고, 함께 들어있는 게임 도구를 손으로 직접 움직이며 게임을 진행한다. 블루투스를 비롯한 어떠한 전자적 연결 방식도 사용하지 않는다. 카메라에서부터 수집된 정보를 이용하여 플레이어의 동작을 실시간으로 감지한다.

[www.osmoplay.com](http://www.osmoplay.com)

### 에그페이지



윤디자인 그룹과 에이아트는 25년간의 디자인 연구결과를 바탕으로 예술가들을 위해 포트폴리오 관리에 최적화된, 홈페이지 에디터 서비스를 만들었다. 웹디자인과 코딩이 필요 없고, 정말 쉽다. 에그페이지에서 자신이 원하는 레이아웃, 폰트, 컬러를 쉽고, 빠르게 적용하며, PC, 태블릿, 모바일 등 어느 환경에서도 알맞 반응형 웹으로 제작된다. 아름다움을 담은 DIY 홈페이지, 에그 페이지. [www.eggpage.net](http://www.eggpage.net)





AGI OPEN  
2016  
9.24-25  
SEOUL

동대문역사관  
Dongdaemun History & Culture Center

디자인센터  
디자인센터



도시의 대중교통 시스템은 도시의 혈관과도 같은 역할을 한다.

잘 디자인된 대중교통 시스템이 도시의 건강과 활력을 위해

기여하는 바가 그만큼 크다는 의미이다.

이에 더하여 '스마트 모빌리티(Smart Mobility)'는 '모두를 위한 디자인'을

통해 다양한 형편의 사용자들이 보다 더 편리하고 안전하게 사용할 수

있도록 함은 물론, 효율성, 환경성, 지속가능성 등을 고려,

도시가 지닌 많은 문제를 함께 해결하기 위한 다양한 방안을 모색한다.

스마트 모빌리티는 스마트 시티를 위한 필수 스마트 솔루션이다.

# 2016

## 서울 스마트 모빌리티

### Seoul Smart Mobility

- 국제 컨퍼런스

- 전시

주제전 : 서울 스마트 모빌리티, 글로벌 협력연구

체험전 : 서울 스마트 모빌리티, 미래를 경험하다

주제전 : 서울 스마트 모빌리티, 미래를 그려보다

- 워크숍

스마트 모빌리티 디자인 워크숍 : 자동차 디자인, 미래를 상상하다

스마트 모빌리티 글로벌 대학(원)생 워크숍 : Smart City, Smart Mobility

어린이 디자인 워크숍 : Hej Smart Stad!



Seoul Smart Mobility

# 국제 컨퍼런스

서울디자인재단은, 2013년 '디자인이 서울을 위해 무엇을 할 것인가?' 페이스북 커뮤니티를 통해, '디자인이 미래의 서울택시를 위해 무엇을 할 수 있을까?'라는 이슈를 가지고 택시 디자인에 대한 논의를 시작한 것이 계기가 되어, 2014년부터 현재까지 서울시의 스마트 대중교통, 모빌리티에 대한 연구와 사업을 진행하였다.

본 국제 컨퍼런스에서 서울 대중교통의 발전과 모빌리티의 미래 비전, 트렌드 및 연구 방향에 대한 글로벌 전문가들과 시민들이 함께 논하고 공감할 수 있는 자리를 마련하였다.

특히 이번 행사는 서울디자인위크 기간 동안 서울디자인위크 포럼의 일환으로 추진되어 국제 컨퍼런스로서의 위상을 더욱 높였다. 이번 계기를 통해 서울의 발전 방향으로서 스마트 시티, 스마트 모빌리티에 대한 논의가 더욱 활발해져서 미래 서울 스마트 모빌리티의 발전을 위한 실행 사업 제시가 확대되기를 기대한다.

일시 2016. 9. 22 ~ 9. 23

장소 DDP 알림 2관

## [개막식]

- 개회사
- 환영사
- 서울 스마트 모빌리티 디자인 비전 선언

## [기조연설]

### 스마트 시티에서 스마트 모빌리티와 대중교통의 미래상과 발전 방향

- 글로벌 경험과 통찰을 통해 보는 지속가능 교통체계 및 도시화
- 미래의 스튜디오 프랙티스 모델, 기존의 디자인 틀을 파괴하다

## [세션]

### 01 스마트 모빌리티 관련 최신 글로벌 트렌드와 미래 비전 공유

- 모빌리티 통합서비스 - 교통시스템의 새로운 도전
- 대중교통을 통한 스마트 모빌리티 실현 - 일본의 사례를 중심으로
- 유연성 있는 미래 - 운전사 없는 새로운 세상

### 02 ICT, SMART Connectivity

- 모바일의 진화와 연결 경제
- 교통사고 감소 및 대중교통 편의성 향상을 위한 스마트 교통 기술
- 대중 교통 전반에 걸친 스마트 커넥티비티

### 03 스마트 시티에서의 건축, 공간 - 똑똑한 보행도시 서울

- 똑똑한 보행도시
- 공공도로(Highway)에서 공유도로(Shareway)로

### 04 미래 자동차 변화와 디자인 트렌드 발표

- 사회와 이동수단을 변화시킬 큰 시프트
- Design Mobility Freedom
- 닛산의 지능형 모빌리티 비전

### 05 기술기반 연구 주요내용 및 성과 발표

- 2030 버스 여행 경험을 향하여
- 서울시를 위한 커넥티드(Connected) 택시
- 산학 협업을 통해 개발된 퍼스널모빌리티 기술 및 디자인 비전

### 06 디자인 기반 연구 주요내용 및 발표

- 디지털 시대에서의 변화 - 일반 대중의 디자인 프로세스 참여를 통해 형성된 미래 도시 모빌리티 솔루션
- 더블 스트리트(Double Street) - 모빌리티에 대한 총체적 접근
- 디자인 & 모빌리티 - 도시 교통 솔루션 개선
- 미래 서울의 대중 교통 수단 - 택시, 버스, 지하철 - 어떻게 변할까?

## 개회사

## 스마트 시티를 향한 큰 발걸음을 내딛으며



박 원 순  
서울특별시장

반갑습니다. 여러분, 서울특별시장 박원순입니다. 날씨가 참 좋죠? 이렇게 좋은 날 여러분과 함께 만나게 되어 매우 기쁩니다. 먼저 기조연설을 맡아주신 로버트 서베로 교수님, 데일 헤로우 교수님을 비롯한 각 세션의 연사 여러분, 그리고 참석해주신 모든 분들께 감사드립니다.

우리는 최근 부쩍 ‘스마트’해지고 있습니다. 우리 손에는 ‘스마트폰’이 쥐어져 있고, 집에서는 ‘스마트 그리드’가 설치되고 있는 추세입니다. 심지어 학생들은 스마트를 입고 다니기도 합니다. (스마트는 학생 교복의 대표적 브랜드입니다 - 조크) 그리고 이제, 스마트 시티의 핵심이라고 할 수 있는 교통을 스마트하게 바꿔 가려고 합니다. 대중교통에 첨단기술과 디자인을 더 해 스마트한 교통도시로 바뀌려고 합니다. 서울과 같은 천만 인구의 대도시에 대중교통이 스마트해지는 것은 스마트폰에 버금가는 큰 변화라고 할 수 있습니다. 오늘 이 자리는 그 미래상을 공유하고 생각을 나누고자 마련하였습니다.

이미 서울의 교통은 스마트해지고 있습니다. 서울의 심야버스인 올빼미 버스는 빅데이터 분석을 통해 스마트하게 노선이 만들어졌습니다. 거리에서 세그웨이와 같은 퍼스널 모빌리티를 이용하는 분들을 어렵지 않게 볼 수 있습니다. 스마트폰 앱을 이용해 가까운 곳에서 공용 자동차나 공공 자전거를 찾아 이용할 수 있습니다. 유사한 목적지로 이동하는 승객들을 한데 모아 유동적인 노선을 경유하는 새로운 이동방식도 자리 잡고 있습니다. 더 나아가 서울시는 세계적인 교통환경변화를 주도하고자 합니다. 서울의 대중교통 시스템에 스마트 기술, 친환경 기술을 도입하고 퍼스널 모빌리티, 유니버설 디자인 등 개념을 접목시켜 서울의 풍경을 바꾸나갈 계획입니다.

오늘 서울시는 ‘스마트 모빌리티 디자인 비전’을 선포하는 것을 계기로, ‘스마트 시티, 서울’을 향한 큰 발걸음을 내딛고자 합니다. 오늘 스마트 교통, 스마트 시티에 대한 제안과 생각이 활발하게 이루어지길 기대합니다. 오늘 논의되는 모든 발표 내용과 제안에 대해 소중히 검토하고 정책에 반영하겠습니다. 다시 한번 오늘 그 도전과 변화의 자리에 함께 해주신 모든 분들께 감사드립니다.

## 환영사

서울을 넘어 세계의 미래 교통환경을 예측하는  
의미 깊은 기회가 되길 기원하며

이 근  
서울디자인재단 대표이사

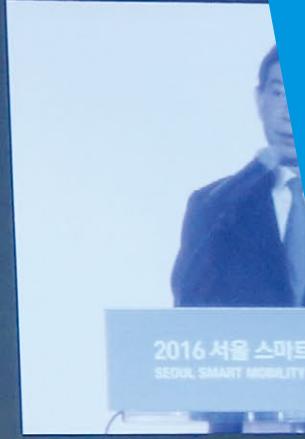
안녕하십니까. 서울디자인재단 대표이사 이근입니다. 서울 스마트 모빌리티 국제 컨퍼런스·전시에 오신 걸 환영합니다. 우선 서울의 스마트 모빌리티 발전 방향을 함께 고민하고 격려하기 위해 이곳을 찾아주신 여러분들께 감사 인사드립니다.

서울은 1천만 명이 거주하는 메가시티입니다. 서울의 인구밀도는 세계 6위로, 복잡하기로 유명한 뉴욕의 2배라고 합니다. 그럼에도 불구하고 서울은 복잡하거나 불편한 느낌이 없는 도시입니다. 서울의 스마트한 교통 디자인 때문입니다. 서울은 20여 년 전부터 IC칩을 내장한 교통카드를 도입하고, 버스와 지하철 무료 환승 제도를 시행한 교통 선진 도시입니다. 서울의 교통 관련 스마트폰 앱은 그 정확성이 혀를 내두를 정도입니다. 서울시민과 서울을 방문하는 외국인들은 이동의 편리함이 서울의 큰 장점이라고 이야기합니다. 이제 교통 디자인은 편리함을 넘어 도시의 지속 가능성을 고민해야 합니다. 환경과 건강을 생각하고, 약자를 배려하는 모두의 교통 디자인이 필요합니다. 세계적 IT 기술과 앞선 교통 환경, 많은 인구를 자랑하는 서울은 스마트 교통 디자인의 테스트베드로 최적의 장소입니다. 그런 의미에서 올해 처음으로 열린 ‘스마트 모빌리티 국제 컨퍼런스·전시’는 서울을 넘어 세계의 미래 교통 환경을 예측하는 의미 있는 자리가 될 것입니다. 스마트 모빌리티 국제 컨퍼런스·전시는 단순히 이동수단에 대한 논의에 머무는 것이 아니라, 도시의 환경, 복지, 나아가 커뮤니케이션 문제까지 폭넓게 고민하는 시간이 될 것입니다.

서울은 이미 스마트 모빌리티 시티로 나아가고 있습니다. 이번 행사를 통해 서울의 스마트 모빌리티 계획을 다시 한번 점검하고, 구체적 실행 계획을 사전 공론화하고자 합니다. 서울에 대한 사랑과 스마트 모빌리티에 대한 관심으로 이곳을 찾아주신 여러분, 다시 한번 감사드립니다. 이번 행사의 성공적인 개최로 서울시 스마트 모빌리티 분야의 선진 도시로 거듭나기를 기대합니다. 감사합니다.



**2016**  
**SEOUL SMART MOBILITY**  
 INTERNATIONAL CONFERENCE  
**서울 스마트 모빌리티**  
 국제 컨퍼런스



I·SEOUL·U

I·SEOUL·U



## 서울 스마트 모빌리티 디자인 비전 선언

### 서울 스마트 모빌리티 디자인 비전

서울의 스마트 모빌리티 디자인은 첨단 기술과 디자인의 융복합을 통해서 교통약자를 배려한 모두를 위한 디자인, 친환경적이고 안전한 교통 디자인을 추구한다. 이는 시민의 삶을 더욱 편리하게 하고 지속 가능한 교통환경을 조성함으로써 글로벌 리더도시로 서울 교통의 위상을 이어간다.

- 첫째, 서울은 스마트 모빌리티 환경을 통해 대중교통의 지속 가능한 미래를 추구한다.
- 둘째, 서울은 교통약자를 포용하기 위해 첨단 기술과 인체공학을 적용한 '모두를 위한 디자인 Design for All'을 실현한다.
- 셋째, 서울은 친환경차 확산 등 관련 인프라를 확대함으로써 글로벌 기후변화에 대응하고 서울의 대기질 향상에 기여할 수 있는 디자인을 개발한다.
- 넷째, 서울은 새로운 공유 서비스 디자인을 통해 나눔카, 공공자전거 등 공유교통의 확산을 지향한다.
- 다섯째, 서울은 시민이 더 안전하고 편안하게 이용할 수 있는 교통시스템과 사고 예방 환경을 디자인한다.
- 여섯째, 서울은 디자인 혁신을 통해 시민들의 생활에 편리와 즐거움을 더하고 개인 간의 연결성을 증대함으로써 대중교통의 패러다임을 전환한다.



기조연설

# 스마트 시티에서 스마트 모빌리티와 대중교통의 미래상과 발전방향

## 1 글로벌 경험과 통찰을 통해 보는 지속가능 교통체계 및 도시화

로버트 서베로  
UC 버클리 대학교  
도시지역계획학과 교수, 학과장



### 지속 가능한 교통체계

- 지속 가능한 교통체계를 보다 큰 그림 내에서 접근법을 통합하고 이를 통해 지속 가능한 도시체계와 세계의 경험을 공유
- 지속 가능한 교통이란 지금까지 개발한 모델을 넘어 그 이후를 추구하는 것

### 자가용 의존도에 의한 사회적 비용 낭비

- 자가용은 이동성 증가, 시간 단축, 반응성의 증가로 현대 경제 발전의 주동력 50년 이상 자가용에 의존하며 대기 오염과 탄소 오염 등의 환경오염이 일어남
- 매년 칠레 산티아고에서는 6,000여 건의 차량 관련 조기 사망이 일어남
- 교통 혼잡은 경제적인 이유뿐만 아니라 많은 요소로 하여금 삶의 질을 떨어뜨리고 있음. 도로에 갇혀있는 것 자체를 오염의 한 종류, 시간 오염이라고 함

### ASI Model : Avoid, Shift, Innovate(교통억제, 교통전환, 교통혁신)

- 이 패턴을 통해 자가용에 대한 의존을 넘어서, 교통을 억제하고자 함
- 단거리 이동을 할 때 자전거나 도보를 이용하여 친환경적으로 이동할 것을 장려

### 교통억제(Avoid)

- 걷기 좋은 촘촘한 도시에 관해 많은 연구가 이루어짐. 이 연구의 목표는 탄소 발자국(Carbon Footprint), 에너지 발자국을 줄여가는 것
- 바르셀로나는 시민들이 자전거를 이용하고, 더 많이 걷거나 대중교통을 이용함. 탄소 배출량이 적으면서 인구밀도가 높은 촘촘한 도시임
- 대중교통 지향형 모델 Green TOD. 많은 사람이 전철역에 접근성이 뛰어나며 대중교통과 연결설이 좋은 촘촘한 걷기 좋은 도시. 최고의 TOD를 실행하는 런던의 소호지역은 주거지역, 상업지역, 교통의 연결성이 좋아 시민들에게 많은 혜택을 주고 있음
- 스톡홀름은 스칸디나비아 도시에서 처음 제시된 진주 목걸이형(Necklace of Pearls) 패턴은 도시철도를 잘 활용하고 있는 사례. 공장 지역이었던 곳을 트램과 바이크셰어링을 도입, 자가용 사용을 제한. 이를 통해 주행거리를 크게 줄임
- 자가용을 많이 사용하면 주차공간에 토지 낭비. 이를 지역사회의 정원으로 이용 시 친환경적이고 규모의 경제가 가능. 시애틀의 토지 사용 사례는 주차장과 산업단지를 효율적으로 사용함으로써 Green TOD 지역으로서의 성공적 사례.

고용센터가 주거공간을 건설하고 대중교통 인프라를 확립해줌으로써 고용률 증가. 이것을 주거 공간 밸런스 접근법이라고 함

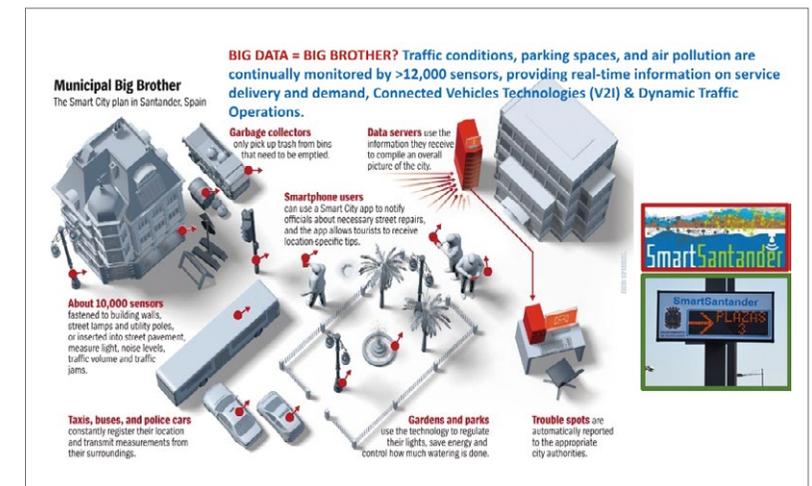
### 교통전환(Shift)

- 자동차 사용을 줄이는 도시건설을 목표로 지속 가능한 형태를 촉진. 덴마크 코펜하겐은 자전거 보행 도로를 건설, 간척함으로써 문화 친화적인 도시 분위기를 생성
- 코펜하겐은 교통억제 및 제한뿐만 아니라 혁신도 이루었음

### 교통혁신(Innovate)

- 스페인의 산탄데르는 1,200여 개의 차량 인프라 통신(Vehicle to Infrastructure) 센서를 설치하여 도심을 실시간으로 모니터링
- 도심 지역에 사는 소비자의 온라인 구매는 교통 문제를 일으켜 대형트럭을 이용한 물자 전달이 힘들
- 기술을 활용하면서 전자상거래를 포용할 수 있도록 효율적인 방법을 고려해야 함
- 서울은 이미 대중교통 실시간 정보 공유와 같은 스마트 기술 통합 및 활용 면에서 전 세계적 선도적임

### 새로운 기술과 이동수단의 지속 가능성



<Sustainable Mobility and Urbanism: Global Experience and Insights>

### 모빌리티

- 자율주행차량은 기술 면에서 안정성과 이동성을 보장하는 장점이 있음. 이 기술에 대한 대안이 필요함
- 자가용은 가장 낭비가 심한 비효율적 교통수단  
카 셰어링(Car-Sharing Subscription) 서비스는 기존의 이동수단을 대체하는 지속 가능형 모빌리티가 가능. 콜롬비아 보고타는 도심 맵핑을 이용하여 시민들은 상호보완적으로 활용. 교통 혼잡이 심했던 싱가포르의 자율주행 및 스테이션 카 기술을 도입하고 혼잡 통행료를 부과. 주차를 위한 주행거리를 줄이기 위해 가까운 주차공간을 알려주고 있음

### ASI 모델의 지속가능 교통체계 및 도시화

- ASI 모델은 지속 가능한 모델로 가기 위한 관문
- 스마트 시티는 느린 속도의 교통수단을 많이 활용하는 것. 지속 가능한 도시,

2 스마트 청정기술, 이동 거리를 줄이는 도시가 되어야 함

데일 헤로우  
영국 왕립예술학교(RCA)  
디자인 대학 학장

### 미래의 스튜디오 프랙티스 모델, 기존의 디자인 틀을 파괴하다



### 자동차 산업의 현재

- 공공교통과 사유교통이 합쳐서 새로운 모드 개발을 해야 하는 시점
- 자동차 산업은 계속해서 기술 발전해 갈 것

### 자동차의 사회적 요소

- 자동차는 사회적 요소를 많이 포함
- 노령화로 인해 모빌리티 부분에서는 포용성이 중요해지고 있음. 소외계층에 대한 사회적인 모빌리티를 강화, 일자리 및 보건 의료에 접근할 수 있도록 해야 함
- 사람들의 소비와 소유와 패턴이 달라질 것

- 현대에는 지속가능성 및 대기 질이 상당히 중요  
해 짐
- 변혁의 시기에 상당히 많은 도전과제, 디자이너와 기획자의 입장에서 상당히 많은 기회가 있음

### 자동차의 역사적 배경

- 헨리 포드는 처음 자동차를 대량 생산한 인물
- 슬론은 이미지를 통해 수요를 창출하여, 소비자들이 자동차를 더욱 가지고 싶어하도록 함
- 자동차에 대해 많은 디자인과 솔루션이 나왔으나 일반화되었으므로 다른 접근 방식이 필요
- 제이 메이의 디자인처럼 감성적인 디자인을 넣어 소비자를 끌어들여야 함. 조건없는 소비가 아니라 고객이 새로운 경험을 쌓게 하는 것이 중요함
- 닷산은 고객에게 감성적으로 접근하여 고객의 욕망을 분석하고 실질적인 솔루션을 제시함

### 과거 자동차 디자인

- 많은 자동차의 요소와 디자인이 과거의 경험에서 도출됨
- 상당히 많은 양의 요소들이 산업의 발달과 기술로

함께 진화

### 미래 디자인의 새로운 방식과 과제

- 개인에게 자동차는 중요하지만 관련된 기억과 생활이 더욱 중요. 소비자의 소비 패턴이 바뀌고 있음. 소비자의 조건 없는 구매는 사라지고 다양한 방식과 유연성을 원함
- 젊은 세대는 자기중심 세대로, 미미(meme)세대 모두는 개인이라는 공통점을 갖고 있으면서 소유하고자 하는 욕구가 있음. 미래세대는 기성세대와 다른 생각을 함. 소유의 욕구는 있지만 물건에 대한 감정과 가치에 대해 먼저 생각
- 인구가 계속해서 증가하면서, 자동차 사용도 증가 이에 따른 교통체증 등의 문제가 발생하고 있으며 우리는 새로운 방식이 필요함

### 미래 수요에 맞는 새로운 교통 솔루션 - 자율주행, 전기화, 연결성

- 자율주행 : 런던의 자동주행 프로젝트. 4~5년간 무인주행에 문제가 없었지만 소비자들이 어떻게 반응하는지가 중요. 새로운 교통수단과 공유



<Developing disruptive design:  
Models for future studio practice>

자동차 모델이 나오면서 시장이 반응하고 수요가 증가. 새로운 자동차 디자인 요소에 따라 새로운 비즈니스, 교통편 수, 교통 경로가 나오고 있음. 새로운 기술에 대해 자동차도 새로운 형태가 필요해짐. 미래에 교통수단이 어떻게 나아질 수 있는가에 대한 근본적인 생각이 바뀌고 새로운 기술을 활용할 수 있어야 함

- 전기화 : 다양한 업계의 디자이너들과 팀워크가 이루어지면 아이디어가 상호 연결되고 공유되면서 새로운 결과가 나옴. 전기화하여 카탈로그를 사용하면 스마트 기술을 상호 호환적으로 사용 가능. 영국은 이미 전문성을 구축. 벤틀리, 애스턴 마틴 레이싱 팀 등 고급자동차 레이싱 팀이 있음
- 연결성 : 전통적인 브랜드는 천천히 움직임. 이것은 발전의 문제를 만들 수 있음. 애플은 빨리 움직이고, 실패하고 넘어가자는 마인드로 움직임. 빠른 회사는 발전 가능성이 큼. 과거의 디자이너는 혁신을 원했지만, 지금은 디자인이 모든 것의 중앙에 있음. 따라서 디자인의 맥락을 위해 사용자를 이해할 필요가 있음. 런던 앰블런스는 대중과의 소통과 참여를 통해 훌륭한 결과물이 나옴. 런던 택시는 과거의 전통 및 새로운 기술의 연계성을 부여하기 위해 노력. 우리는 영국 택시에서 특별한 경험을 사용자에게 주기 위해 노력. 소비자뿐만이 아니라 다양한 사람들이 참여하고, 궁극적인 디자인에는 노인, 장애인 등 소외계층을 포함하는 포괄성이 중요. 킹스크로스를 통해 과거와 현재의 결합이 중요한 것을 알 수 있음

### 스마트한 미래

- 런던의 발전을 위해 미래지향적인 마음으로 대중과 소통하는 디자이너가 되어야 함. 피드백은 결과적으로 도움이 됨
- 스마트 차량을 만들기 위해 실제 교통량이 얼마나 되는지 트위팅하여 정보의 이동을 살핌
- 사람들은 이동하지만 도시는 한자리에 있으므로 잘 개발하는 것이 중요
- 빠르게 니즈를 파악하고, 다양하게 접근해야 함. 사용자에게 기쁨을 주는 디자이너로서 가장 큰 도전과제는 지속적인 협업. 우리는 스마트하게 디자인해야 함



세션 1  
스마트 모빌리티 관련  
최신 글로벌 트렌드와  
미래비전

# 1-1 모빌리티 통합서비스 - 교통시스템의 새로운 도전

문영준  
한국교통연구원 교통기술연구소장



- 지속 가능한 교통수단의 필요성
- 지속 가능성을 위해 친환경적이고 안전에 대한 문제를 고려해야 함
- 불필요한 자가용 사용을 줄이고 대중교통을 포함한 지속 가능한 교통을 제시하여야 함
- 아시아 개발은행의 투자계획은 개발도상국의 교통 이동성과 안정성을 개발하고자 함 더불어 지속 가능한 기후변화에 대해서 대응하고자 함
- AOB는 도로 안전성을 높이기 위한 ITS 지능형 교통시스템을 지원

- 기존 교통시스템과 지능형 교통체제(ITS)
- 한국에서는 정보기술이 교통 분야에 잘 활용됨. ITS로써 도로에서 양질의 정보를 수집, 도로 상황, 교통량, 정보전달 등을 정보화, 고속도로, 도심과 외곽에도 적용하여 제공
- 한국은 모바일을 통한 연결성을 보장하는 인프라를 구축

- 모빌리티통합서비스 방향
- 전통적인 방법은 효율성과 안정성, 현재는 지속 가능한 친환경적 시스템과 연결성, 통신성을 원함. 전통적인 ITS는 좋은 영향을 주었지만 비싸고, 복잡하고, 구현하기 어려움
- ICT를 통해 저렴하고, 단순하고, 스마트하게 이용하기 쉽도록 변화시켜야 함
- 클라우드 교통 시스템을 통해 다양한 교통 수단을 이용하고 지속 가능한 수단을 통해 부가 가치 서비스를 발전시켜야 함
- 기후변화나 지속 가능한 교통수단, 효율적인 교통수단, 이런 것들이 통합적으로 글로벌한 노력의 조율이 되어야 한다고 생각함. 이것을 모빌리티 통합이라고 함

- 자가용을 사용하는 것을 경제적으로 지속 가능하게, 환경친화적으로 운전하고 관리 하는 것에 대해 생각해야 함. 모바일 기기를 포함한 대중교통, 카 셰어링, 개인 모빌리티, 혼용된 대중교통의 형태도 볼 수 있음. 소비자들이 통합된 정보를 가지고 스스로 대중교통을 이용

### 정책지원 및 국제 표준화 방안

- 제주도 GEMO 사업. 2030년까지 탄소 없는 마을 만들기 선언. 전기자동차 사용, 스마트 그리드 구축, 에너지 수요를 청정에너지로 변환, 사용자가 통합된 시스템을 사용할 수 있도록 구축
- ICT를 통해 정보통신 기술과 모바일 기술로 교통을 변화시키고 라이프 스타일을 바꾸고 있음. 저렴하면서도 단순하고 쉽고, 사용하기 좋은 시스템을 사람들에게 제공해 주어야 함. 스마트 모빌리티로 가는 장벽 때문에 민간이나 공공 부분에서 어려움이 있을 때는 정부 측이 해결해 주어야 함. ISO, TCF 분야에서 지속 가능한 모빌리티 GITS를 국제 표준으로 만들 활동 진행



김원호 | 좌장  
한국교통연구원  
교통시스템연구실 실장

# 1-2 대중교통을 통한 스마트 모빌리티 실현 - 일본의 사례를 중심으로

가시마 시게루  
주오대학 토목 환경공학과 교수



- 일본의 장기비전(2030~2100년까지)
- 사회자본의 정비, 인구문제, 온난화 등의 환경문제가 있음
- 사회적, 경제적, 환경적 면에서 일본은 전환기를 맞이하고 있음. 정부뿐 아니라 일반 시민도 같은 생각 공유하고 있음
- 지금 현재의 교통 수준을 유지하면 자동차 의존 사회에서 벗어날 수 없음. 교통혼잡, 정체 등 문제 계속 발생. 보행자 중심의 공간, 자전거 자립 환경 건설 등의 해결책을 내세워 문제 해결을 위해서 대중교통 내실화해야 함

- 현재까지 일본이 해온 방법과 미래에 할 일
- 과거 도시 내에 근무공간과 거주 공간이 분리되지 않아 거주환경 좋지 않음. 분리된 후 근로자의 대량 이동 발생함
- 레일, 전철, 지하철 등 생겨남
- 자동차가 있는 사람은 집의 위치를 자유롭게 선택할 수 있게 됨(모탈리제이션)
- 적절하게 자동차 사용하기 위해 도로정비가 필요. 하지만 모든 사람이 자동차를 쾌적하게 이용할 수 있는 환경 만드는 것은 어려움

### 일본의 대중교통 정책

- ITS, IOT 등 여러 가지 기술 제안되었음
- 대중교통을 네트워크화하는 움직임이 있었음
- 대중교통을 편리하게 이용할 수 있도록 각종 정보시스템 제공
- 자동차 운행 줄이기 위해 버스의 맞춤형 운행 등 소규모 서비스 대응, 버스 현황 제공

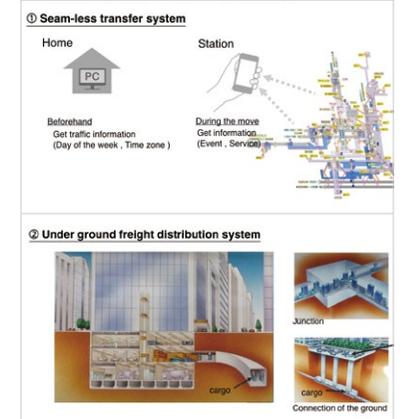
### 자동차 운행감소를 위해 필요한 것

- 대도시, 교외 베드타운, 독립된 작은 마을이나 도시 등 세 개의 지역으로 나누어서

- 생각함
- 도시 중심부 : 대중교통 환승 시스템 이용, 환승 수단의 빈틈없도록 개발, 이동 중에 정보 확인 가능하도록 정보 제공
- 도시 지하를 이용한 지하화물운송 시스템 도입
- 교외 주거타운. 차 없는 거리, 자가용 소유 불인정 등으로 생활의 질 향상
- 독립적인 지방 자치단체, 도시 : 고령자 등 이동이 불편한 사람을 위한 이동수단 제공
- 자전거. 안전성 문제는 기술로 보완할 수 있음. 자전거 전용도로 건설, 새로운 면허증 개발

### 대중교통에 대한 인식 변화 필요

- 대중교통의 효율적인 개발을 위해 모든 사람이 대중교통에 대한 같은 의미를 지녀야 함
- 인간의 이동에 대한 심도 있는 이해 필요함
- 최근 모바일, 컴퓨터 등 기술 발전으로 이동 중 다른 활동이 가능해짐
- 복지, 의료분야 등 다수 부문의 협력 필요함



# 1-3 유연성 있는 미래 - 운전자 없는 새로운 세상

**매튜 커크웰**  
시모어파월(Seymourpowell) 크리에이티브 디렉터



### 과거로부터 얻는 교훈

- 미래의 자율주행차 : 과거 마차에서 객차로 변화한 것을 생각해 보면 됨
- 실제로 플랫폼은 비스듬, 변화를 꾀해야 함. 기술과 비전이 결합할 때 변화가 일어남. 익숙한 것을 가져가며 불필요한 것을 버리는 용기가 필요함. 낡았다고 무조건 나쁜 것은 아님(지게는 현재도 계속 사용되고 있음)

### 자율주행차량과 차량 플랫폼

- 기술(맵핑, 소프트웨어) 및 인식에 대한 새로운 논의가 계속되고 있음
- 문제 해결은 단시간에 되기 어려움
- 해결책 : 자가용 활용 등 대중교통의 근본적 변화 필요함
- 하드웨어 제공업체보다 서비스 제공업체의 중요성이 커지고 있음
- 소비자 중심으로 바뀌는 것으로 소비자의 역할이 강조됨

### 플랫폼 설계에 따른 변화 발생

- 관객, 탑승객 등 이용자의 입장에서 생각하여 설정 변화
- 디자이너뿐만 아니라 새로운 시각을 가진 사람의 아이디어 도출
- 차 공간 조절, 손을 대지 않고 트렁크 열기 등 사용자의 편의 고려
- 플랫폼 활용으로 서비스 이용하는 사람들 사이의 연결성 만들

### 플랫폼 구축의 중요성

- 현재 자동차 자원 10%만 활용하고 있음
- 공간과 도시에 유연성 제공하고자 자원의 99% 활용을 목표로 시스템 디자인
- 플랫폼이 30~50년 장기간 사용될 수 있도록

### 업그레이드가 가능한 플랫폼 구축해야 함

- 공공서비스가 현대적, 업데이트된 상태 유지할 수 있도록 디자인
- 롤스로이스 : 이동뿐만 아니라 여정에서의 경험에 초점을 맞춤
- 스코틀랜드 기차와 작업 : 모든 사람이 바깥 풍경을 볼 수 있도록 디자인 함

### 인프라의 형태 변화

- 도로의 간척, 형태 변화하는 것
- 70년대 개발된 지역(홍대, 강남 등)은 요즘 개발되는 지역과 다르며 교통수단 복잡함
- 뉴욕 같은 경우 전봇대 등 불필요한 인프라 지하로 옮겨 쾌적한 도시 전경 만들
- 런던은 GPS를 활용, 건물 내부를 추적하여 도시경관을 깔끔하게 함
- 자율주행차량이 도입되어 필요 주차공간이 줄어들면 도시경관이 나아질 수 있음
- 자동차가 사용한 공간 활용 가능, 차고가 공원으로 전용
- 더 많은 공간 활용으로 사람들에게 혜택을 주는 런던 브리지 사례 벤치마킹할 수 있음



# 세션 2 ICT, SMART Connectivity

# 2-1 모바일의 진화와 연결 경제

**정주환**  
카카오 O2O사업부총괄부사장



### 모바일 서비스의 확산

- 한국의 압도적인 스마트폰 보급률(83%). 그중 96% 사용자가 카카오를 사용
- 이러한 환경의 변화에서 기회를 찾아 카카오만이 할 수 있는 것이 무엇인지 고민
- 모바일로 오면서 시니어들까지도 인터넷에 연결
- 카카오의 경쟁력은 전 세계에서 가장 자주 사용되는 앱
- 모든 사람이 깨어있는 동안 매 15분 동안 카카오톡을 실행

### 모바일 연결의 진화

- 더 많은 오프라인 종사자들과 비즈니스를 연결할 방법을 모색, 사용자의 불필요한 시간을 사용해나가는 것이 서비스의 시작점
- 하루 24시간을 세 가지로 분류함 : 필수/의무/여가 생활시간으로 나눌 수 있음
- 필수 생활시간은 생존을 위해서 써야 하는 시간으로 평균적으로 8시간
- 인터넷과 연결된 여가 : 사용자에게 편의를 제공하는 데 노력
- 의무 생활시간 : 사회적 존재로서 사회를 유지하기 위한 활동시간

### O2O와 관련된 서비스 : 이동

- 사회적 신분에 따라 니즈가 다른 서비스. 한국 사람이라면 평균적으로 이동에 2시간 소요
- 사람들은 편리한 이동을 위한 수단으로 가장 많은 관련 앱을 사용. 자동차뿐만 아니라 이동에 대한 서비스 프로젝트를 작년년부터 시작
- 카카오택시, 버스 알리미, 카카오 지하철, 카카오 내비게이션, 대리운전 서비스를 런칭



**황기연** | 좌장  
홍익대학교 부총장

### 카카오택시/서비스 현황

- 택시는 택시운전사가 있고 그를 이용하고 싶어 하는 승객이 있다는 점에서 기존의 온라인 모바일 서비스와 다름
- 필요한 기능과 기술을 연결해주는 플랫폼이 운전자, 이용자, 이용자의 니즈의 측면에서 필요, 그것을 위해 빅 데이터, 네비게이션 플랫폼 구축
- 지난주 누적 택시 콜 숫자가 2억 건, 백만 건 정도의 택시 호출이 이용 한국에 등록된 25만 명의 택시기사 중 카카오택시에 24만 명이 가입하여 96% 정도가 이용
- 기사들의 평균 운행 횟수가 급격히 증가 사용자 입장에서 택시 이용의 기회가 높아짐. 운전자와 이용자의 시간을 단축하고 소득 증대 및 운행 거리 증대
- 작년 카카오택시 블랙을 런칭. 서울시와 함께 시범 운행 중

### 연결 경제 확산을 위한 제안

- 연쇄효과를 통한 경제적 효과 발생하여 경제효과는 지속 상승할 것으로 예측함



## 2-2 교통사고 감소 및 대중교통 편의성 향상을 위한 스마트 교통 기술

송석일  
한국교통대학교 교수



### 한국교통대학교 주요 연구 내용

- 센터에서는 ICT와 교통이 융합된 연구를 진행 중
- 모든 차량이 연결되어 있고 차량의 위치정보와 이동방향, 속도를 공유한다는 것을 전제로 보행자의 교통안전, 교통 편의성을 증진할 수 있는가에 대한 관련 기술들을 연구하는 것이 주 연구 주제. 차들이 웨이브 기술을 통해 서로 연결, 차량과 차량의 연결뿐 아니라 차량과 다른 사물들과의 연결이 가능

### B2X(Bicycle to Everything)를 이용한 자전거 안전서비스

- 자전거를 중심으로 하는 자전거와 자전거의 연결, 자전거와 차량을 연결하여 자전거 운전자의 안전을 도모하는 서비스를 제안한 연구를 하였음
- 최근 자전거 인구가 많이 증가하며 자전거 교통사고 역시 증가. 교차로가 아닌 단일 차로에서 직각 충돌이 빈번하다는 것을 바탕으로 자전거의 안전 서비스모델을 개발
- 자전거용 웨이브, B2X 전용 단말기 포함 전용 단말기를 제작 20~70대까지 다양한 연령층의 운전자를 확인해본 결과 진동자, 음성안내, 경고음을 통한 알람이면 충분하다는 결론에 도달
- 타겟 디바이스에서 구현하고 바로 필드로 나가는 것이 아니라 타겟 디바이스와 시뮬레이터를 연결해서 시뮬레이션으로 검증. 안전성이 확보되면 개발 비용이나 시간 필드테스트에서 겪는 위험도가 대폭감소

### 웨이브 WEAVING : 소셜 교통 정보 공유 플랫폼

- 원래 목적은 차량이 웨이브로 연결되어 주고 받는 데이터를 웨이브로 서버에 올려 공유

- 하고자 하는 것이었으나 웨이브 기술이 상용화되기까지는 오랜 시간이 걸림
- 워빙 블랙박스의 특징은 블랙박스처럼 사진을 찍고 동영상을 촬영해야 하는 상황이 발생하면 주변 자동차들과 동영상을 공유하는 것
- 사고를 감지하는 확률을 높이기 위해서 노력 중

### 대중교통 이용자 지원시스템

- 충주 시내버스를 관찰하여 패턴을 발견
- 문제점 발견 : 주행 중에 사람들이 하차 벨을 누르고, 접촉식 교통카드를 인식하고, 다시 인지하는 과정에서 승하차가 지연됨. 버스에서 빨리 내리기 위해 주행 중에 교통카드를 인식하는 문제점 발견. 교통약자, 노약자에게는 안전의 문제가 있다는 것을 관찰을 통해서 발견
- 해결책 연구 : 스마트폰 블루투스 기능을 이용해 비접촉방식의 버스 승하차 인식 및 과금 방식, 하차 벨을 원격 컨트롤해서 스마트폰 버튼으로 해결책을 연구
- 기술 연구 : 버스 비콘을 정류장에 설치하여 스마트폰을 인식 승하차 인증을 하는 것. 스마트폰 앱에는 하차 벨 예약, 정류장 정보, 주변 정보를 보여주는 기능이 같이 탑재



## 2-3 대중 교통 전반에 걸친 스마트 커넥티비티

박영욱  
Smart Mobility Develop 대표이사



### 대중교통을 통한 연속성 있는 여행 시스템

- 도어투도어로 힘들지 않게 이동과 여행을 할 수 있고, 무거운 짐을 들어 별로 어렵지 않게 문에서 문으로 옮기고, 교통약자들 아이와 함께 대중교통을 이용해 특정한 장소로 가는 것
- 대중교통은 공유교통이 개별교통에 있어 경쟁적 위치에 있지 않으면 사람들에게 강제적으로 승용차를 가져오지 말라는 것과 다르지 않음

### 서울시 교통카드의 통합적 서비스

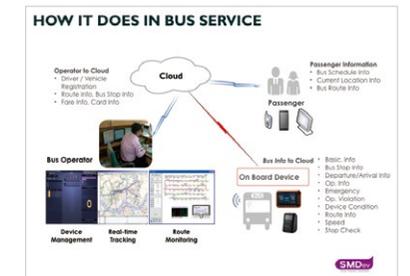
- 어떻게 전체적인 대중교통 시스템이 일반 시민들이 자신들의 차를 사용하지 않게 할 것인가에 고민
- 도시에서 승용차, 오토바이, 자전거를 포함 하는 개별 교통수단이 필요 없는 대중교통 운영방안 검토
- 대중교통 서비스를 하나의 서비스로 만들 수 있는가에 대해 고민해서 대중교통을 하나의 시스템으로 묶는 교통카드, 스마트카드 시스템을 개발
- ICT 서비스를 대중교통에 조금씩 넓혀가면서 택시에서도 교통카드를 사용할 수 있게 되고 모든 버스에 도입

### 서울시 내비게이터 서비스

- 교통카드가 육상교통수단에 설치되면서 GPS가 들어가고 육상교통에 들어가는 위치 추적이 가능해지면서 위치를 파악해서 요금을 정확하게 계산할 수 있게 될 뿐만 아니라 육상 대중교통의 위치 추적이 가능
- 시스템에 있는 데이터들이 API를 공개하면서 많은 상용 업체들이 서울시에서 무료로 제공하여 네이버 등에서 사용 가능

### 심리스 트래블(Seamless Travel)과 도어투도어(Door-to-Door) 서비스와 개발 방안

- 이 서비스가 구현되기 위해서는 계획, 예약, 티켓팅, 실제 여행의 단계에서 정보가 모여서 사용될 수 있어야 함
- 노약자나 장애인들을 위한 정보가 필요
- 예약이나 미리 티켓팅을 하기 위한 큰 정보 이외에는 접근성이 낮고, 여러 정보에 접근하는 것이 중요함
- 항공산업에서 이 같은 경우가 가능한 것은 여행사가 직접적인 대안을 주고 소비자는 대안을 선택하고 돈을 지불하기 때문. 항공사와 여행사가 정보를 공유하는 공간이 있기 때문에 가능
- 일반적인 도어투도어 서비스에서는 다양한 교통수단을 이용해야 함
- 대중교통을 통해 도어투도어가 가능하기 위해선 제대로 된 공유와 컨트롤이 되어야 하며 그 작업을 할 집단이 필요함
- 우리나라 대중교통의 경우 네 가지의 IT 서비스가 가능해야 함. 요금징수, 실시간 차량 추적, 차량관리, 승객정보 서비스가 이루어져야 함
- 자기 스스로만 가지고 있는 정보를 클라우드에 올리고 이 정보를 관리하는 시장 참여자들의 참여로 머지 않은 미래에 대중교통을 이용하여 도어투도어 서비스가 가능하게 될 것



세션 3  
스마트 시티에서의  
건축, 공간 -  
똑똑한 보행도시 서울

3-1 똑똑한  
보행도시

양수인  
살것(건축사사무소) 대표



- 똑똑한 보행도시의 개념과 서울시의 현재**
- 모빌리티의 종류와 연결 개념
  - 똑똑한 보행, 현재 서울시에서 추진하고 있는 보행중심도시로의 이행에 중요한 도시 건축적 개념들
  - 서울시 2030 계획, 보행중심도시 관련 사업 소개
  - 건축가로서 외부인의 시각으로 상황을 공간으로 표현하여 순환의 연결 역할을 함
  - 공공교통이 스마트 커넥션에서 차지하는 개념설명
  - ICT 기술을 활용하는 등의 지하철, 버스, 택시와 공공교통 체계, 서울시의 공공교통 마스터플랜 소개
  - 공유 교통수단, 공유경제와 함께 대두된 다양한 형태의 공유 교통수단
  - 콜 버스와 공유 택시 또는 버스
  - 기술발달에 따른 스카, 따릉이, 나눔카, 그 외 공유교통수단 소개
  - 개인 이동수단, 승용차 이용감소
  - 미래의 교통수단과 교통약자를 위한 개인 이동수단의 공공적 이용

- 교통 환경의 변화와 그에 따른 도시
- 서울의 증가한 인터넷 보급률
- 전기차 증가 예상

2017 서울 도시건축 비엔날레  
파일럿 프로젝트

- 웹 사이트 소개
- 스마트 워킹 시티를 예상함
- 물리적 환경과 그에 대한 개인의 반응에 대한 매핑, 지도제작
- 미래의 새로운 개인 이동, 물류이동 수단
- 미래 교통상황의 변화에 따른 주유소의 진화 : Energy Farmacy, 주유소를 활용하여 물도 모으고 농사도 짓고 아쿠아 컬쳐, 전기차를 충전할 수 있는 교환체계를 사회 시스템 내에서 제안할 수 있음

**똑똑한 교통연결(Smart Connection)로 보는 근 미래의 보행, 교통 환경과 도시, 건축의 변화**

- 모바일 기기로 연결되는 통합보행, 교통관리체계
- 거리의 센서들이 데이터를 주고받아 빅 데이터를 통합하고 다양한 데이터를 활용함으로 통행목적에 따른 다양한 루트를 제공
- 퍼스널모빌리티와 스마트 커넥션, 공유경제 형성
- 전기차 보급 등으로 도시 교통 환경의 변화



배형민 | 좌장  
서울 도시건축비엔날레 총감독  
서울시립대 교수

3-2 공공도로 Highway에서  
공유도로 Shareway로

에릭 하울러  
하버드대학교 건축학과 조교수  
Höweler+Yoon 아키텍처 설립자

윤미진  
MIT 건축학과 학과장 및 교수  
Höweler+Yoon 아키텍처 공동설립자



**미래의 모빌리티 및 프로젝트 진행상황**

- 공공도로(Highway)에서 공유도로(Shareway)로의 변화
- 1960년대 미국에는 하이웨이가 많이 있었음. 이 하이웨이를 현대적으로 적용하고자 함
- 대형도시는 20세기의 야망이 들어있는 장소. 도시화가 진행되며 상품의 이동과 투자가 증가함
- 메가폴리스와 모빌리티는 상호불가분의 관계임

**도시의 특징**

- 도시 내의 사람, 상품, 자본의 흐름은 많으나 불평등성이 존재함 (예 : 판자촌)
- 교통량의 비대칭성 존재 (교통량이 많은 곳과 적은 곳이 존재함)

**인프라스트럭처의 중요성**

- 보스턴을 통해 인프라의 도시환경 고려에 대해서 생각해볼 수 있음. 과거 보스턴은 1960년대 건설된 고속도로를 사용하여 교통체증이 심했음
- Boswash : 보스턴부터 워싱턴까지 도시화가 진행되어 메가폴리스 형성됨
- 프로젝트를 시작하여 고속도로의 실패 사례 및 도시계획 사례 리서치 진행했음
- 에너지자원 배분이 중요함
- 뉴욕의 하이라인 프로젝트 : 공원을 시스템적으로 건설

**아우디 어반 이니셔티브**

- 자동차회사와 토론을 통해 소비자, 도시정책의 변화 및 대응방법 알게 됨
- 사용자 경험, 자동차 인터페이스 조사 후

**다른 팀과 경쟁**

- 상파울로 : 엘레베이트드 프로젝트

**Boswash 2030 프로젝트**

- 도시가 자동차에 끼치는 영향을 살펴봄
- Boswash의 재건설을 고민하며 미국의 이동성 및 정책 검토함
- 건설, 영화, 잡지를 통한 아메리칸 드림의 유행 및 전 세계적 수출
- 2008년 금융위기 이후 아메리칸 드림은 주춤해짐
- 아메리칸 드림의 회복, 교통, 인프라 투자, 전개를 늘리기 위해 새로운 정책 고려함

**하이웨이에서 셰어웨이 개념으로의 변화**

- 하이웨이는 단일 모드 교통수단, 셰어웨이는 멀티 모드 교통수단임
- 셰어웨이의 이동성과 커넥션이 더 좋음
- 철도를 고속도로와 연결, 환승 가능하도록 하고 공유 자동차를 만들



**연구 및 프로젝트**

- 도시와의 관계 재설정에 대해 연구, 프로젝트 진행함
- 교통네트워크에서 이동뿐만 아니라 경험을 제공하고자 함
- 소셜 네트워크를 활용 모빌리티 네트워크 제작
- 2030년에는 여러 철도와 항만 존재하며 멀티모드 경계가 있을 것으로 예상함
- 뉴워크 : 현재 운송망의 허브임, 미래 물류 허브로 도약할 것을 알 수 있음

**공급망과 인프라**

- 교통수단을 통해 물자와 사람이 끊임없이 이동 가능함(전체 공급망)
- 공급망의 상호작용은 도시 크기로 매우 큼, 물자교환의 역량도 큼
- 미국의 인프라는 낙후되어 있음
- 새로운 교통수단 전환이 필요함

**아우디와의 프로젝트 : 도로 개편**

- 아스팔트가 도로 대부분을 이루고 있음 (180억 톤)
- 도로를 공유함으로써 새로운 공간 창출 가능
- 트라이패널시스템 사용, 태양광을 통한 에너지 생산 가능
- 정원을 가꾸고 여러 가지 교통수단을 이용 가능한 공간으로 변화됨
- 보스턴 : 여러 물자 운송도시로 다운타운 오피스, 철도역이 있어 모빌리티의 허브가 됨
- 그린웨이 공원을 만들고 아래에 고속도로를 만들어 공원 네트워크 형성함

**서울의 변화**

- 청계천은 공원 수로로 바뀜
- 자전거 공유프로그램, 버스 환승 시스템 사용되고 있음

**트렌드의 변화**

- 젊은이들이 자동차를 사는 것 대신 대중 교통 이용하려 함
- 서머빌 프로젝트 : 교통연결이 되어 있지

**않은 지역**

- 아우디와 파트너십을 맺어 모빌리티를 제공하고자 함
- 모빌리티 시스템의 강화 : 새로운 교통 중심의 계획 준비
- 산업 지역이었던 곳 재개발하기 위해 노력함

**진행한 프로젝트**

- 헤드 하우스 건설 : 공공장소로 활용, 도로의 경관 개선함. 공유를 극대화하여 공간을 더 넓게 사용, 보행자 차 모두 사용 가능
- 눈 내리는 경우 차선을 줄이는 실험 : 차의 순환 줄임, 많은 보행자 활용 가능, 도시 경관을 좋게 하며 공공장소로 사용할 수 있는 방안
- 피닉스 : 더 많은 사람이 걸을 수 있는 도시 만들고자 함
- 웨이드라는 공공 공유공간이 있어 도시의 길거리에서 사회적, 사교적 활동 가능해짐
- 미국과 멕시코 차선 추가 프로젝트 : 설치물을 통해 차량의 움직임, 이동 패턴 확인
- 보스턴 정부건물 근처에서 조각 설치 재현 : 데이터의 흐름, 시민과의 소통을 보여줌
- 다리 파일럿프로젝트 : 이동 도로, 사람들이 만나는 목적으로 만들고자 함
- 진행한 프로젝트들은 관광시설 될 수 있으며 이산화탄소를 줄여 환경에 도움이 됨



세션 4  
미래 자동차 변화와  
디자인 트렌드 발표

4-1 사회와 이동수단을 변화시킬  
큰 시프트



리처드 정 | 좌장  
YFAI 글로벌 디자인 부사장

모빌리티의 변화

- 과거에는 말, 낙타. 근대와 현대는 130년 전부터 자동차 산업이 발전하여 기계 중심의 모빌리티가 구현
- 미래는 IT기술이 발전하여 화상회의도 할 수 있는 세상이지만 사람들은 계속 여행 할 것, 여행과 새로운 경험을 희망하기 때문

세상의 변화

- 기술의 발달로 세상이 작아지고 있음
- 2050년이 되면 전 세계 70%의 인구가 서울, 도쿄, 상하이, 로스앤젤레스 등의 메가시티에서 살게 될 것
- 도시화가 계속 진행되면 공간이 귀해질 것이고, 인구밀도가 더 촘촘해지며 부동산 가격이 상승할 것
- 대중교통을 타고 통근하면서 원하지 않는 곳에 시간을 쓰고 있어 일상이 즐겁지 않음
- 프라이버시가 없기에, 프라이버시의 보장 및 제공은 새로운 럭셔리가 되어가고 있음
- 자동차를 살 경우 교통체증 및 주차 문제가 걸림. 도시에서 살면서 지불해야 하는 대가가 너무 큼

자동차 디자이너로서의 지향점

- 호주 자전거 협회의 연구에 따르면 버스, 자전거, 자동차 중 자동차의 공간 효율성이 제일 낮음
- 디자이너로서 자동차의 공간 효율성을 높이고 탄소 배출을 낮출 수 있는 방법을 찾아야 함

경제의 변화

- 과거 : 소유의 경제. 현재 : 공유의 경제. Air B&B, 우버, 옴피코 등 공유경제 기반

회사들은 모든 것을 빌려줌

- 공유경제는 모든 것을 빌려줄 뿐만 아니라, 상호교류를 부추기고 있음

패러다임 전환의 필요성

- 우리에게 자율주행차가 필요함. 미국의 교통안전국(NHTS)에 따르면 안전성과 편리성 제공해줌, 따라서 스트레스도 덜어줌

자율주행 시스템의 장점

- 안전성 : 매년 120만 명이 교통 관련 사고로 사망, 대인, 대물 포함 약 1조 2천억 달러의 손실, 교통사고의 93%는 사람의 과오로 인해 발생
- 자율주행을 통해 사고를 줄이면 사망사고가 약 10배가 줄어들, 따라서 약 100만 명의 목숨을 살릴 수 있음. 이젠 모든 자동차 회사들의 비전이 되어가고 있음
- 에너지 효율성 : 지금 쓰고 있는 연료의 90% 이상을 사용할 필요가 없어짐, 길을 잃는 경우도 줄어들 것, 따라서 비효율성 줄어들고 탄소배출도 줄어들
- 편리성 : 길에서 교통체증으로 인해 소비하는 시간 1/2로 줄어들 것, 트럭이나 버스 같은 대형 자율주행차를 도입하면 현재 소모하는 비용이 1/3으로 줄어들고, 인프라 활용률이 5배 이상 늘어남, 주차할 공간이 많이 생김, 주차 혜택
- 사람들의 교통 접근성 2배 늘어남
- 자율주행차는 스스로 거리 조절을 할 수 있어서 도로에 더 많은 자동차가 나타날 수 있음
- 기회 : 많은 기회가 있으므로 스타트업 창업이 열 배 정도 증가할 것

자율주행차의 단계별 진화

- 자율주행차는 레벨 1 ~ 레벨 4까지 있음. 레벨 0를 포함하면 레벨 5까지 등장
- 레벨 2 : 인간 운전자의 개입이 필요함 운전 집중하는 시간이 20%로 줄어들
- 레벨 3 : 인간 운전자의 개입이 전혀 필요하지 않고 기계가 알아서 운전, 닷산 ITS
- 2020년부터 레벨 2 등장, 2025년부터 레벨 3 등장할 것
- 레벨 4 : 완전 자동화 상태, 핸들 자체가 필요 없음. 인테리어의 가능성 대두
- 공간을 실용적으로 활용 가능, 일, 취미, 통화, 명상 등 의미 있는 생활을 할 수 있음

자율주행차의 두 가지 접근방식

- 첫 번째, 기존 자동차 업계. 닷산, 볼보, 아우디 등 기존 시장의 강자, 편의성을 강조함
- 두 번째, 구글, 도미노피자 등 새로운 기업들이 자율주행 시장에 뛰어듦
- 포용성 강조. 시각장애인처럼 교통약자들에게 도움을 줄 수 있음

자율주행차의 현실화

- 2014년 미시간 대학교를 포함한 13개 대학은 컨소시엄을 구성해 M-city라는 모델도시를 만들어 자율주행 테스트베드 조성
- 우버의 경우 볼보와 파트너십을 맺고 피츠버그에서 운전자 없는 자율주행 택시를 운영 중

현재 기술의 적용

- 자이로스코프 기술, 움직일 때마다 방향성이 새로 설정됨, 꿈의 기술
- 현재 세그웨이 등 수 많은 퍼스널 모빌리티 차량에 이용되고 있음
- 드론, 스타워즈에 나왔던 하늘을 나는 꿈의

기계로 생각되었으나 실현되었음

- 자율주행보다 더 빨리 발전할 것이고, 연결성 (Connectivity) 강화하여 교통수단의 발전 및 통학과 통근에도 도움을 줄 것
- 페덱스, DHL, 도미노 피자 등은 드론 이용하여 배달 가능

새로운 기업들이 자동차 시장에 뛰어드는 이유

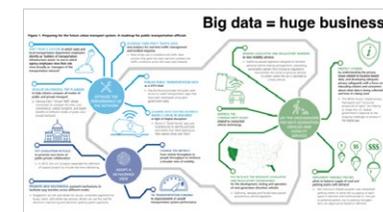
- 구글, 애플 등은 자동차 산업을 무빙 모빌리티 (Moving Mobility)의 미래로 보고 있음
- IT산업의 마진은 25%, 자동차 산업의 마진은 5~7%밖에 되지 않지만 새로운 기업들은 자동차 시장의 미래에 많은 가능성을 보고 있음
- 시장크기의 확대, 자동차 시장은 현재 2조 3천억 달러 시장, 하지만 새로운 기술 및 디바이스가 합쳐지면 시장 크기가 2배로 성장할 것

미래의 트렌드

- IoT, 자율주행, 자동화 등이 모두 결합하면 엄청난 변화가 촉발, 일자리의 이동 일어날 것
- 예전 기술만을 고집하면 도태, 예전 핸드폰 시장의 강자였던 노키아처럼 사라지게 될 것
- 딥 러닝(Deep-learning) 소프트웨어의 도래, 빅데이터의 분석에 기반을 둠. 인간의 의사 결정보다 더 정확할 것임

결론

- 자동차 디자이너들은 새로운 흐름에 대해 배우고, 변화를 이끌어내야 함
- 사회가 바뀌는 속도에 적응하지 못하고 뒤처진다면 디자이너의 책임은 다하지 못하는 것



# 4-2 Design Mobility Freedom

루크 동커볼케  
현대자동차 현대디자인센터장



**새로운 비전 전달**  
- 인텔렉추얼 시스템(Intellectual System)

**과거의 중요성 및 상상**  
- 과거를 보며 영감을 얻을 수 있음  
- 1940~1950년대 벌써 자동차를 전기로 구동하는 꿈을 꿈  
- 과거의 혁신을 이루어볼 때, 자동차 산업은 자동차를 넘어 혁신적인 운송수단이 될 수 있음, 오토 셀프(Auto-self) 등

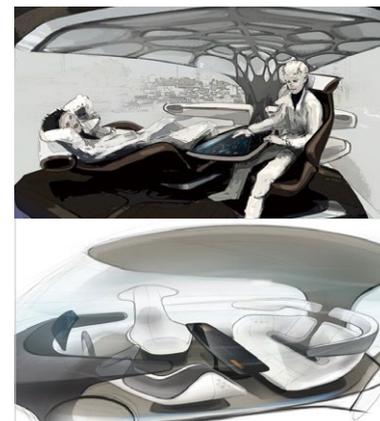
**기술의 잠재성 및 모빌리티의 자유**  
- 로봇 드라이버의 대두, 레이싱 드라이버가 필요할까?  
- 기술은 우리를 돕고, 상상력의 실현을 도와줌  
- 드론 : 더욱더 대중화되고 있고, 다양한 활동할 수 있음  
- 기술의 변모 : 핸들 → 스틱, 채찍 → 운전대, 텔레파시도 사용 가능 할 수 있음

**자동차 산업의 변화**  
- 사실은 단 한 가지만 변했음. 기계에게 명령만 내리는 방식

**앞으로의 방향**  
- 자율주행차가 구현 가능하다는 사실은 차가 운전만 하는 공간이 아니라, 다른 여러 가지 행동을 할 수 있는 공간으로 변한다는 점, 독서, 가족들과 얘기, 일, 회의 등 거의 모든 것

**디자이너로서의 패러다임 변환**  
- 소유 개념보다는 감성에 집중할 것  
- 지능, 즉 인텔리전스에 집중  
- 인테리어, 즉 내부에 집중하라

- 외형보다는 경제적, 문화적 요소, 연비를 고려하여 소프트웨어도 바꾸어야 한다
- 사용자들의 자동차 경험을 극대화할 수 있는 내부 디자인
- 다양한 디자인이 가능. 예전에는 고치형(Cocoon) 형태만 가능했으나 기계가 운전하므로, 사람들의 니즈에 맞춘 디자인이 가능해짐
- 기능과 디자인을 모두 고려하는 디자인. 예전에는 기능과 디자인을 구분했지만, 이제는 경제성을 고려하여 기능과 디자인을 모두 추구해야 함



# 4-3 닛산의 지능형 모빌리티 비전

나카무라 시로  
닛산 디자인 총괄 수석 부사장



**지능형 모빌리티 → 닛산의 미래 비전**

**자동차 산업의 책임**  
- 지구온난화, 지속가능한 에너지, 교통 혼잡 등 많은 문제 존재함. 자동차 산업은 이런 문제들과 밀접한 관련이 있음. 디자이너가 책임의식을 가져야 함

**미래의 전 세계 트렌드 및 자동차 업계의 도전**  
- 도시화. 현재 도시인구 50% 미만, 하지만 10년 뒤엔 약 60%가량이 도시에 거주할 것으로 예상함  
- 비전통화와 자동차 구매 인식 변화  
- 도시에 살면 대중교통을 이용할 수 있어서 도시인구의 40%는 차 소유할 필요 없음  
- 차를 꼭 소유해야 한다는 인식이 변하고, 우버 등 카 셰어링 서비스 의존함

**일본의 자동차 이용**  
- 일본의 자동차 평균 속력은 유럽 및 미국의 국가들보다 속력이 낮음, 체감 자동차 속력은 더 낮은 편  
- 현재 인구의 20%만이 자가용 소유 나머지 인구는 대중교통 이용

**일본의 문제**  
- 과거에는 1950년대에 이미 인구의 50%

이상이 도시에 살고 있었음. 도쿄의 대기 오염이 심각한 수준이었고, 1970년대 질정에 달함. 지금은 도시통제를 통해 해소됨

- 현재는 인구의 70%가 도시 거주. 도쿄의 인구는 천만이 넘음
- 고령사회. 인구의 26%가 65세 이상
- 젊은 세대의 비전통화 움직임의 이유
- 자동차 구매 비용이 저렴한 편은 아님. 그 외 자동차 연료, 보험료, 비용이 많이 듦. 재구매율도 높음
- 스트레스, 교통 혼잡, 사고 가능성으로 운전이 더 이상 즐겁다고 생각하지 않게 됨
- 아직 개발도상국에는 비전통화 움직임이 없지만, 유럽 및 미국 등 선진국 시장은 이런 트렌드를 보이고 있으므로, 해당 시장 공략을 생각하면 꼭 해결해야 할 문제
- 젊은 층과 반대로 노년층 운전 사고의 문제. 젊은 층은 차를 포기하는 추세지만, 고령층은 모빌리티(이동성)를 보장받기 위해 차량을 소유하려 함
- 노년층의 교통사고 사망률이 높은 것이 급히 해결해야 할 심각한 문제

**현대의 젊은이**  
- 셰어 네이티브(Share Native)라 불리는 공유가 익숙하고 인터넷을 활용하는 세대  
- 차를 소유하는 것이 비용면으로 불합리적이며 멋지지 않다고 생각



- 일본의 경우 젊은 층의 차량 구매가 30% 감소. 젊은 층이 차에 관심 없음을 보여주는 단적인 예
- 과거에는 차가 기술의 정점이었으나 지금은 점점 더 하이테크(Hi-Tech) 기술이 등장하고 있음
- 젊은 세대에게는 모빌리티, 이동성이라는 장점 말고 새로운 가치를 부여하여 자동차를 어필해야 함
- 자동차를 이용하여 삶을 풍요롭게 하자는 마인드가 중요함

**자동차의 진정한 가치**

- 자동차를 이용하여 삶을 풍요롭게 하자, 이 사고방식을 어필해야 함

**닛산의 목표**

- 탄소배출 감축
- 교통 관련 사고 및 사망 건수 감소. 닛산 차량 사망사고는 과거 몇 년간 60% 이상 감소, 1/2로 줄어듦
- 닛산은 현재 전기차 및 인텔리전스 기술에 집중하고 있음. 기술을 사용하여 이 같은 목표 달성
- 궁극적으로는 닛산 인텔리전스(지능형) 모빌리티를 추구

**닛산의 움직임**

- 닛산의 파트너인 르노. 전 세계에서 최대 전기차 생산회사, 전기차 판매량 35만대에 이름
- 미니벤 세레나. 자율주행 레벨 2(Level2) 차량으로, 한 달 전에 판매 시작했는데, 예약 판매율이 70%에 이르러 자율주행차에 대한 사람들의 관심이 뜨겁다는 것을 보여줌
- 2020년에는 모든 도시에서 자율주행차의 주행을 보는 것이 꿈
- 요코하마 시에 얼라이언스 카(Alliance Car)를 볼 수 있음. 여기에 이용되는 기술은 자동차뿐만 아니라 도시와 차량도 연결해줌

**궁극적 목표**

- 안전한 주행 경험 제공
- 자율주행차는 주행 환경(가속, 제동, 회전, 발진)을 제어 가능, 따라서 안전하고 스트레스 없는 운전이 가능
- 2018년 고속도로 자율주행 차량을 실제로 구현 및 실험, 2020년에는 실제로 주행 시키는 것이 목표로 점차 프로 파일럿 운전이 구현되고 있음
- 주변 환경도 이에 따라 발전. 충전 인프라 및 자동차 인텔리전스 발전하고 있음

**자동차의 인테리어**

- 새롭게 추구해야 할 목표. 미래의 자동차는 즐거움의 공간, 즉 거실과 같은 공간이 되어야 함
- 인사이드 아웃(Inside Out). 겉과 속을 바꾸는 디자인에 많은 혁신이 필요
- 사용자 경험을 극대화해야 함
- 인테리어는 자동차 디자이너에게 가장 큰 기회가 될 수 있음
- '인간'에 초점을 맞추는 디자인이 필요, 감성에 초점을 맞추어야 함
- 새로운 가치 창출해야 하고, 가치를 창출하고 있는지, 누구를 위한 가치인지 끊임 없이 질문해야 함



**세션 5**  
기술기반 연구  
주요내용 및 성과 발표

**5-1 2030 버스 여행**  
경험을 향하여



에나 바우테  
델프트 공과대학교 산업디자인대학장

**문제 발생의 원인**

- 습관으로 인해 많은 문제가 발생. 유럽의 경우 사람들이 너무 많이 먹어서 비만이 됨

**고려해야 할 점**

- 앞서 말한 습관을 어떻게 바꿀 것인가. 기술과 디자인의 조화가 중요
- 궁극적으로는 사람, 인류를 위해 기술을 활용하고 디자인해야 함

**포지티브 디자인(Positive Design) 집중**  
사람들에게 긍정적 감성을 주는 것

- 항공기, 편안한 의자 등의 디자인 고안, IoT(사물디자인) 접목

**접근 방식**

- Zooming Out, 한 걸음 물러나서 바라보는 방식
- 물건에 문제가 있다고 해서 물건만 바라보면 문제를 제대로 해결할 수 없고, 솔루션이 안 나옴, 그렇기에 Zooming Out 방식을 사용하여 미래까지 고려하여 디자인하는 것

**연구방식**

- 세 명의 학생들이 3주간 서울의 대중교통을 이용하면서 집중적으로 연구함
- 일반 대중교통 이용자와도 이야기 많이 하여 포괄적(Extensive)으로도 집중적(Intensive)으로도 연구하여 몰입도가 높았음

**서울의 특수성**

- 서울은 글로벌한 도시로, 인프라의 질도 좋고, 대중교통 시스템도 좋은 편
- 서울시민들의 행동방식은 전통문화와 관련이 많고, 과거에 영향을 많이 받았음

**개선해야 할 점**

- 빠른 이동성 강화. 시간 낭비 줄이기. 하루에 두 시간씩을 통근에 소비하면 스트레스 지수 높아짐
- 대중교통 안의 공간감. 서구와 비교하면 아시아의 개인 공간은 너무 좁음 엘리베이터에서도 더욱 밀착되어 있음

**미래의 변화**

- 기술에 더욱 의존하게 될 것. 기술은 연결성 강화, 우리는 연결성 강화된 사회에 살게 됨
- 사회적으로 개인주의 더 강해지고, 개인은 자신만의 삶을 추구하려고 할 것
- 평생교육의 중요성, 세상이 더 빨리 변하기에 평생교육은 정말 중요해질 것

**서울의 버스 개선**

- 창문을 모두 인터페이스화하여 자신의 마음대로 투명도 및 밝기 조절
- Adaptive Lighting(적응형 조명)도 도입 가능
- Focused Bus : 해야 할 일에 집중할 수 있는 디자인을 적용한 버스
- Relaxing Bus : 내부를 어둡게 하거나 편안하게 하여 쉴 수 있는 버스
- 포지티브 디자인의 요소, 긍정적인 바이러스를 모두에게 퍼뜨리는 것

**운전사의 역할 변화**

- 이제는 운전사가 아니라 호텔이나 레스토랑에서 찾아볼 수 있는 호스트나 코치 역할을 해야 함
- 호스트나 코치는 멀티태스킹을 해야 하므로, 복장 디자인을 다르게 하여 웃으로 구분할 수 있게 해야 함
- 호스트는 사람들을 편안하게 함



Mr. Gary Huh

## 5-2 서울시를 위한 커넥티드 Connected 택시

마누엘 로베  
아헨 공과대학교 공학 디자인 연구소 소장



- 서울의 택시 시스템 개선점 고려**
- 서울의 택시 시스템에 만족하고 있었기에 아주 혁신적인 변화를 주기보다는 유럽의 상황을 고려하여, 국지적인 부분에 집중하기로 함
  - 택시 시스템의 다양한 이해 당사자들 고려. 승객, 서울시 당국, 지역사회 및 환경, 택시 운전원 가능하게 하는 운전사와 고객 고려

- 서울의 택시 이용 현황**
- 2013년 서울시 통계자료에 의하면 현재 하루 운행되는 택시는 5만 5천 대, 평균 탑승 건수는 263건
  - 서울은 단거리 택시 사용도 잦은 편. 독일의 경우 기사들은 장거리를 선호함
  - 서울의 택시 이용가격은 저렴한 편으로 장거리라도 세 명이 타면 저렴, 1킬로당 66센트 저렴한 가격이 택시 기사들에게 부담으로 작용, 사납금을 채우기 위해 많은 승객을 태워야 하기 때문

- 택시의 용도**
- 차를 소유하지 않아도 자유로운 이동 가능. 대중교통과 달리 탑승하기 위해 오래 기다릴 필요도 없음
  - 미래 자율주행이 도입되면 택시 사용이 더 증가할 것임

- 개선해야 할 점**
- 장애인 및 고령 인구 고려해야 함. 서울 택시 7만 대 중 400대만이 휠체어를 태울 수 있는 택시
  - 젊은이처럼 빨리 움직일 수 없는 고령 인구를 고려해야 함
  - 소나타가 택시 차종 비율 중 가장 높음 :

- 차량이 납작하고 입구가 좁아서 키 큰 사람, 노인, 장애인에게 불편
  - 택시의 종류가 너무 많음. 검은 택시, 오렌지 색 택시, 은색 택시와 휠체어 택시, 브랜드 택시, 정보 택시, 리무진 택시, 따로 있음 : 기능적으로는 별 차이가 없으나 종류가 많음. 승객을 태우고 있는지를 확인하기가 쉽지 않음. 기사는 알림 등 활용을 잘 안 함
  - 택시의 불균형 : 어떤 시간엔 택시가 많지만, 어떤 시간에는 운행중인 택시가 너무 적음
  - 운전의 안전성 : 택시 내 운전기사를 산만하게 하는 기구가 너무 많음. 카카오 택시 장비, 서울시 시스템, 결제 시스템, 내비게이션 등 여러 디스플레이. 기사 입장으로는 교통상황에 집중할 수 없어 위험하고, 안전상 아주 위험
  - 기사의 봉급이 적고 기사들의 만족도가 낮음. 개인택시, 회사택시의 여부를 떠나 일주일 동안 70시간을 일해 한 달 170만 원을 손에 쥌
  - 오염 문제 : 택시가 5만 대가 운행되어 LPG 차량이더라도 오염도가 큼. 대기오염 줄이고, 교통량을 줄이기로 목표를 잡음
  - 승객과 기사의 안전 도모하고 거리의 보행자와 자전거 이용자의 안전을 고려하여 이를 개선할 수 있는 택시를 디자인하기로 함
- 개선방향**
- 자전거 이용의 증가, 자전거 이용자가 증가하면 도로 사용의 유연성 증가할 것. 하지만 자전거 이용자의 움직임은 예측하기 어려움
  - 움직임을 관찰하여 사람들의 안전성을

- 높여야 함**
- 기능이나 공학적 측면에서 별 차이가 없는 6가지 택시를 한 가지로 디자인하면 좋겠다는 생각에서 착안, 영국의 유명한 블랙캡을 모티브로 설정함

- 해결책**
- 전기자동차 증강
  - 택시 내부 공기의 질 상승, 차량 내에 공기를 정화해주는 시스템을 장착
  - 차량 디자인, 택시에 플랫폼을 만들어서 배터리를 운전석에 놓고, 이를 사용하면 휠체어를 탄 사람도 편하게 탑승 가능, 범퍼를 공학적으로 설계하고 바이크 랙을 꺼내 자전거를 쉽게 꺼낼 수 있도록 설계
  - 슬라이딩 도어 설치 : 차량 뒤에 슬라이딩 도어를 설치하여 휠체어 모드로 바꾸면 휠체어를 탈 수 있는 보드가 나와서 주변 도움 없이 휠체어 이용자도 쉽게 타고 내릴 수 있음
  - 점보 모드 : 차량 뒤의 두 번째, 세 번째 접을 수 있는 간이좌석 설치하여 최대 7명까지 탈 수 있도록 설계함으로써 사람들이 늦게까지 어울려도 같이 이용할 수 있음
  - 럭셔리 : 차량 내부를 넓게 디자인하여 다리를 뻗을 수도 있고, 짐이 많을 때도 사용 가능. 필요한 공간은 짐을 놓고 사용할 수 있음

- 기술 활용**
- 패널 장착, 배터리 상태나 경로, 잠재고객 정보를 여러 장치가 아닌 한 장치에서 볼 수 있게 함으로써 택시기사의 편의성 도모, 패널을 통해 관광정보 및 서울에 대한 정보, 환경 정보를 들을 수도 있고, 반대로 필요한 정보를 패널에 띄울 수도 있음
  - 문화적인 패널 개발하여 한국적인 디자인 강조, 한옥에서 영감을 얻어 디자인
  - 외국인들에게 한국에 더 머물고 싶다는 느낌과 환대받고 있다는 느낌을 강조, 궁극적으로는 서울의 이미지 개선에도 도움
  - 운전자 또한 가장 가까운 거리의 택시를

- 이용할 수 있고, 루트 셰어링(Route Sharing)을 하여 목적지가 같다면 돈도 아낄 수 있음
- 택시 신호등 장착, 탑승객이 있다면 색깔을 바꾸어 명확하게 택시 내부에 승객이 있는지 없는지 알 수 있음, 개인택시와 회사택시 구별, 기호 및 배터리가 모두 다름, 신호등에 배치되는 정보를 활용해 효율적인 운행이 가능

**Key Challenges for the Seoul Connected Taxi**

- Eco-Friendliness: Emission free - reduce empty drives
- Taxi for Seoul: Accessibility for elderly and challenged, Transport of bikes & wheelchair, Enhanced seat space
- Advanced Safety: Reduce total accident rate, Enhance safety and reliability
- Bridging Connectivity: Reduce waiting and transfer times, Reduce navigation time, Better transportation information
- Iconic Design: Stylish, friendly and comfortable feeling, Unique character

**Taxi for Seoul**

- Integration of stakeholders
- One taxi for different modes
- Address demographic challenges
- Address of handicapped persons
- One city - one taxi

**Operation Scenarios**

- Company - Multi-Driver-Setup
- Private - Single-Driver-Setup
- Range and break optimized charging plan

# 5-3 산학 협업을 통해 개발된 퍼스널모빌리티 기술 및 디자인 비전

임현준 | 좌장  
홍익대학교 퍼스널모빌리티연구센터(PMRC) 소장



## 1인용 마이크로 모빌리티

- 오픈 스트럭처 마이크로 모빌리티는 공용의 플랫폼을 가지고 그 위에 바디를 원하는 대로 개인적인 취향에 맞게 디자인할 수 있는 개념
- 미래형 퍼스널 디자인의 3D 프린팅 차체는 속도와 크기에 문제가 있으나 새로운 산업 분야가 생길 수 있음
- 전동 구동의 공통 플랫폼 언더바디
- 차체 및 언더바디의 모듈 설계

## 미래형 자전거 디자인 및 설계

- 스템핑 프레임은 기존의 파이프 형태의 프레임에서 탄소섬유로 만들면서 디자인 자유도가 생김
- 디자인 디렉티드 옴티말 폼은 위상 최적화 기법을 이용하여 디자이너가 인텐션을 줘서 최적화된 프레임 설계
- 엔지니어와의 협업을 통하여 경량화는 시키되 외형은 변형하지 않는 디자인 필요
- 3D 프린팅을 이용한 프레임 제작하고 있음

## 디자인과 공학 협업 프로젝트

- 디자인과 공학의 융합 프로젝트를 통한 창의성 제고
- 독일 아헨공대와 홍익대와의 국제적 협업 프로젝트
- 창의적인 퍼스널모빌리티 개발 사례는 컨셉만이 아닌 엔지니어 설계까지 완료한 프로젝트임

**Concept development**  
• Hand & digital sketches

**Light-weight frame with interior structure (2/2)**  
• 3D-printed Voronoi interior structure

**Selected Projects**

# 세션 6 디자인 기반 연구 주요내용 및 발표

# 6-1 디지털 시대에서의 변화 - 일반 대중의 디자인 프로세스 참여를 통해 형성된 미래 도시 모빌리티 솔루션

마테오 콘티  
영국 왕립예술학교(RCA) 자동차 디자인학과 교수



## 스마트시티에서의 모빌리티 현장

- 청정기술뿐만 아니라 사람들이 디지털 세계와 함께 살아가며 물질세계와 연결됨
- 다양한 출퇴근 방식이 존재함
- 서울같은 도시에서 1,200만 명이 이동하는 것은 큰 문제임
- 런던에서는 공유가 잘 되나 밀라노는 잘 되지 않음
- 하나의 솔루션이 모두 통하는 것이 아님, 로컬 기반 솔루션을 찾아야 함
- 도시의 모빌리티는 연결되어 있어 바꾸기 쉽지 않음
- 사람이 디자인의 중심이 되어야 함

## 대중교통 이용의 만족도 향상방법

- 정부 자금, 경험을 통해 변화를 이끌어 낼 수 있음
- 대중의 참여로 주변 환경 변화가 가능함. 앱 사용
- 앱 사용 자체보다 좋은 정보를 어떻게 공유할 수 있는지가 더 중요함

## 디자인 방식의 변화

- 과거에는 빅데이터가 없었으며 방향성이 불확실했음
- 현재는 사람들을 마케팅에 참여시키는 등 코디자인, 집단지성에 의존함
- 유럽, 디자인을 넘어 모든 장소, 산업에서 적용 가능함
- 협업이 중요함

## 무인자동차 인터리어에 대한 연구

- 사람들을 이해하는 것이 가장 중요했기

## 때문에 설문조사 진행함, 다양한 니즈가 존재함

- 도시계획자, 예코 디자이너, 건축가 등이 참여. 정량적, 정성적 데이터 생성함. 자동차 사용방식은 과거와 크게 변하지 않음
- 공유의 중요성이 증가하는 와중에도 프라이버시는 꾸준히 중요함
- 럭셔리 개념이 변하고 있음
- 무인 자율주행차의 인터리어는 완전히 바뀔 수 있음

## 서울 2030 플랜과 또 다른 이슈

- 사용자, 행동, 라이프스타일이 모두 다른 상황에서 이해도 높이기 위해 초 학계적 팀 구성
- 구글의 카 팀. 큰 그림을 볼 수 있는 사람을 채용하고 있음
- 자동차 인터리어의 경우 사이즈, 수용 인원이 아니라 목적, 사용량으로 구분해야 함



리처드 정 | 좌장  
YFAI 글로벌 디자인 부사장



## 6-2 더블 스트리트 Double Street - 모빌리티에 대한 총체적 접근

폴 스나이더  
College for Creative Studies(CCS) 운송기기 디자인학과 학과장



### 서울에 사는 시민 퍼소나 연구

- 삼성 화학 중역 : 기사가 운전하며 차로 출퇴근, 출퇴근 소요시간 오래 걸림, 시간 낭비 큼, 추가비용 발생(세차, 주유, 주차 등)
- 10대 학생의 엄마이자 직장인인 전 씨 : 직장을 다니며 집안일도 도맡아 함(쇼핑 등), 자연을 즐기고 싶어 함. 교통 혼잡과 체중 문제로 차량 대신 대중교통인 지하철 이용, 식료품을 들고 대중교통 이용하는 것은 힘들기 때문 스트레스를 많이 받음
- 은퇴 노인인 박 씨 : 병원 갈 때만 외부 이동, 장애가 있어 휠체어 타고 이동, 단거리 이동도 많은 시간 소요됨, 자녀와 손자 도시 반대쪽에 살아서 보러 가는 것이 힘들, 거의 불가능함
- 대학생 이 씨 : 돈을 아끼기 위해 대학교에서 멀리 떨어져 삶, 지하철 이용 시 사람이 많음

### CCS의 제안 및 아이디어 제시 : 더블스트리트

- 정부뿐만 아니라 모든 사람의 니즈 고려, 통합한 결과임
- 더블스트리트는 여러 층으로 교통시스템을 마련하는 것. 한쪽은 차량이 다니고 다른 쪽은 산책로 등을 만들(교통과 인프라 디자인 동시 고려). 자동화, 연결된 새로운 교통 수단이 존재. 보다 많은 녹지 조성 및 산책로나 자전거 도로 건설
- 보스턴의 빅딜 프로젝트와 비슷함
- 모든 차량이 GPS로 연결되어 있어 행사 등 상황이 있을 때 조정하여 운영
- 자가용 역시 대중교통과 연결되어 차질 없이 운행 가능한 환경 조성

### 퍼소나에 따른 서울 시민의 생활 환경

- 삼성 화학 중역 : 비서나 동료가 픽업할 수

있음, 2인용 차량 이용으로 시간 절약 가능

- 10대 학생의 엄마이자 직장인인 전 씨 : 더블 스트리트 꼭대기에서 요가나 산책 가능, 쇼핑을 즐기고 1인승 차량을 타고 집으로 돌아갈 수 있음, 1인승 차량 저장 공간 충분함
- 은퇴 노인인 박 씨 : 6인승 차량 타고 이동, 휠체어 옵션 장착 가능함

### 새로운 교통수단의 디자인 및 특징

- 1인승 차량 : 비즈니스 클래스 차량과 비슷함
- 2인승 차량 : 핫스팟이 있어 연결성 제공, 개인화된 경험 가능, 영상통화 시스템 구축
- 6인승 차량 : OLED 필름으로 레이어하여 프라이버시 보장 및 바깥 디스플레이를 통해 광고

### 더블스트리트의 효과

- 자동차 최대 시속 120km까지 가능함
- 카페, 녹지, 상점 등 편의시설 조성 가능성 높음
- 현재 낭비되는 통근시간 등 시간 절약으로 인구의 생산성 증가할 것
- 걸거나 자전거를 타기 때문에 건강해질 수 있음
- 주차 공간, 주차 구조물이 전용되어 공간 확보 가능함



## 6-3 디자인 & 모빌리티 - 도시 교통 솔루션 개선

고성준  
프리스트먼구드(PriestmanGoode) 운송기기 디자이너



### 공공 대중교통 디자인

- 미학적인 요소가 있지만 더 중요한 것은 제대로 작동하고, 대중에게 편의를 제공하고, 지속적으로 구동해야 함
- 오늘날의 열차는 첨단 공학용법을 쓰고 있지만 철도 네트워크는 오래된 철도에서 운영되고 있음
- 선진국이란 가난한 사람들이 자동차를 갖고 있는 게 아니라 부자가 대중교통을 사용하는 것

위해 어떻게 이용해야 하는지를 보여주는 사례

### 솔루션 컨셉 소개

- 호라이즌컨셉 : 좌석의 수용용량을 높이는 디자인
- 아일랜드 베이 : 사람이 많을 때 수용용량을 늘리는 유연좌석



### New Tube for London 프로젝트 소개

- 런던의 지하철 전체 네트워크를 개선하는 디자인 프로젝트
- 지하철 시스템 디자인의 장소성의 반영을

## 6-4 미래 서울의 대중 교통 수단 - 택시, 버스, 지하철 - 어떻게 변할까?

임범석  
TRANS LAB 대표



### 자동차의 역사와 문제

- 20세기 자동차가 들어온 지 불과 10~20년 만에 마차가 사라지고 대량생산을 하게 됨
- 대기오염의 발생, 주차로 인한 공간의 낭비, 생활환경 문제

### 미래의 모빌리티의 과제

- 애플의 CEO 팀 쿡은 '거대한 변화'로 지칭하였고 자동차를 만들지 않는 많은 회사들이 관심을 두고 새로운 디자인을 시도하고 있음
- 궁극적으로자기가 운전하지않아도되는시대가 올 것이므로 자율주행에 관심과 주의가 필요함
- 이미 자동차의 시대는 끝났고 다음 시대에는 지구를 구할 수 있는 디자인이 요구됨

### 전기차의 등장

- 1899년쯤 뉴욕시에선 택시의 90%가 이미 전기차였고, 한때 전기차 회사가 100개가 넘었음
- 한정된 주행거리, 충전소의 부족함, 무겁고 비싼 배터리 등으로 인해 실패





ITION

# SEOUL SMART MOBILITY

서울 스마트 모빌리티

2020 이후 서울 스마트 모빌리티 4대 시연과 3대 정책

SMART CITY



서울 스마트 모빌리티, 미래에 접속하다  
SMART MOBILITY, CONNECT TO THE FUTURE

VISION

# 전시

## [주제영상]

서울 스마트 모빌리티, 미래에 접속하다

## [주제전]

서울 스마트 모빌리티, 글로벌 협력 연구

- 미국 CCS - 서울을 위한 거시적 접근
- 한국 UNIST - 미래도시, 재건이 아닌 혁신으로
- 영국 RCA - 메트로 서울 2030을 위한 스마트 택시 컨셉 디자인
- 독일 RWTH Aachen - 서울형 커넥티드 택시 컨셉
- 네덜란드 TU Delft Univ. - 2030 서울 스마트 시내버스 인테리어 및 승객 사용성
- 한국교통대학교 - 차세대 지능형 교통시스템
- 한국 홍익대학교 PMRC - 서울형 스마트 퍼스널 모빌리티

## [체험전]

서울 스마트 모빌리티, 미래를 경험하다

- 이동 중에 만나는 서울 스마트 모빌리티
- 퍼스널 모빌리티 체험
- 모두를 위한 차세대 교통 시스템

## [특별전]

서울 스마트 모빌리티, 미래를 그리다

- 해외 우수 디자인 프로젝트 사례
- 서울 대중교통의 통합 브랜드 아이덴티티 & 서울 대중교통을 위한 국제 디자인 아이디어 지명 공모

전시는 스마트 모빌리티가 구현된 미래 서울에서 경험하게 되는 안전, 배려, 친환경, 공유의 가치를 지닌 서울 스마트 모빌리티 사업의 정책 비전과 방향을 소개하였다. 2016 서울 스마트 모빌리티 전시는 서울 스마트 모빌리티 비전과 방향성을 소개하는 주제 동영상을 시작으로 주제전, 체험전, 특별전으로 구성되었으며 주제전에서는 서울디자인재단에서 그간 연구해온 국내외 기관과의 협력연구 성과로 제시하기 위해 주제전시에서 서울의 대중교통을 중심으로 연구 유형을 인프라, 택시, 버스, 지하철, 퍼스널 모빌리티, 솔루션 및 서비스로 세분화하여 미래 서울 스마트 모빌리티 컨셉과 방향성을 제시하였다.

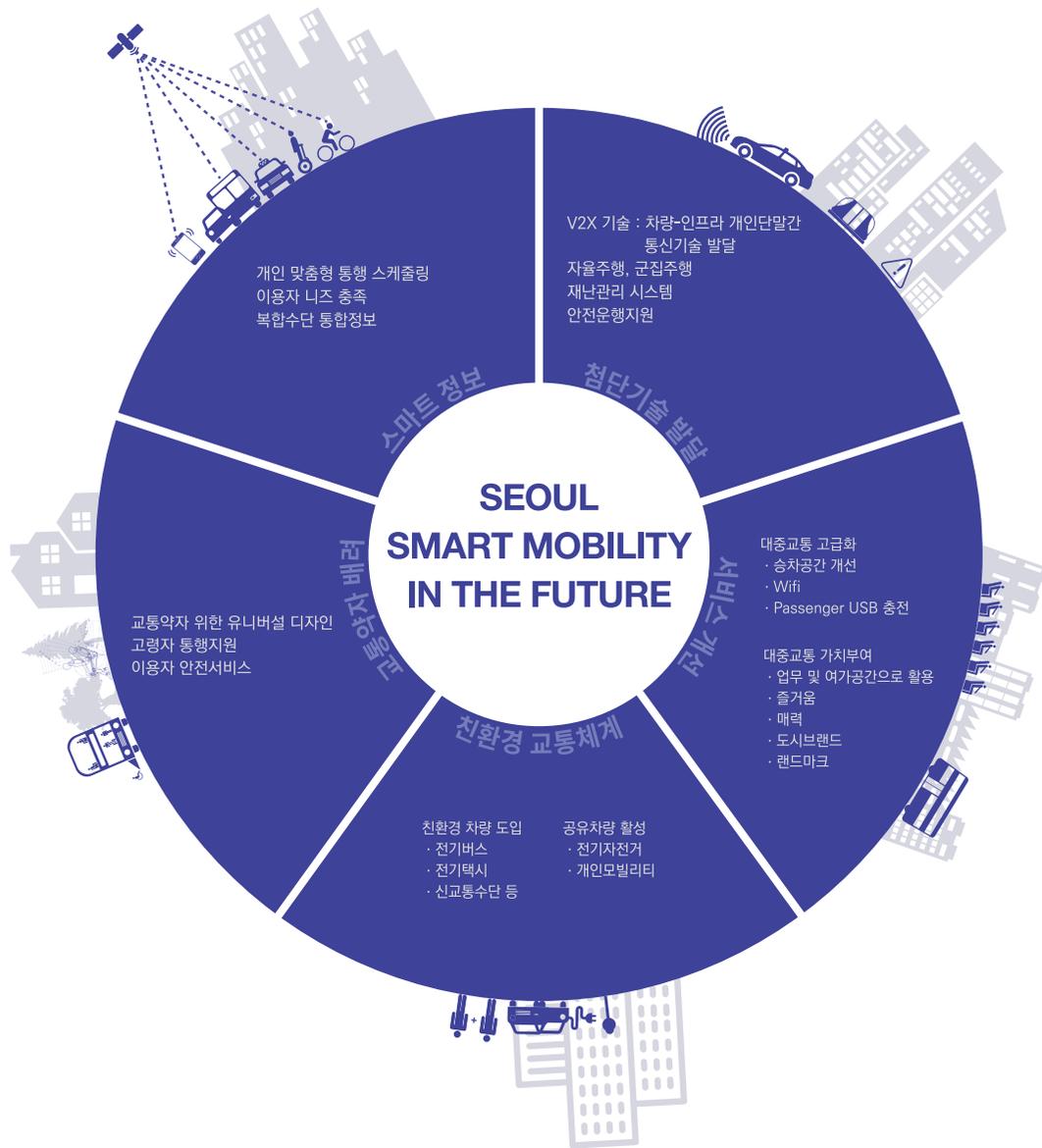
체험전에서는 최근 각광받고 있는 개인형 이동수단인 퍼스널 모빌리티와 현재 서울시 대중교통 정책 사업인 따릉이, 나눔카 등의 사업을 체험해볼 수 있도록 구성하였다. 특별전에서는 영국 런던의 Preistmangoode와 Seymourpowell의 스마트 모빌리티 관련 프로젝트를 소개하였으며, 미래 서울 대중교통 시각정보디자인을 위한 국제 지명 아이디어 공모의 지명 공모디자이너들의 택시 외관, 버스 외관, 지하철 노선도의 그래픽 디자인 컨셉이 소개되었다.

일시 2016. 9. 22 ~ 10. 2

장소 DDP 알림 1관

주제영상

# 서울 스마트 모빌리티, 미래에 접속하다

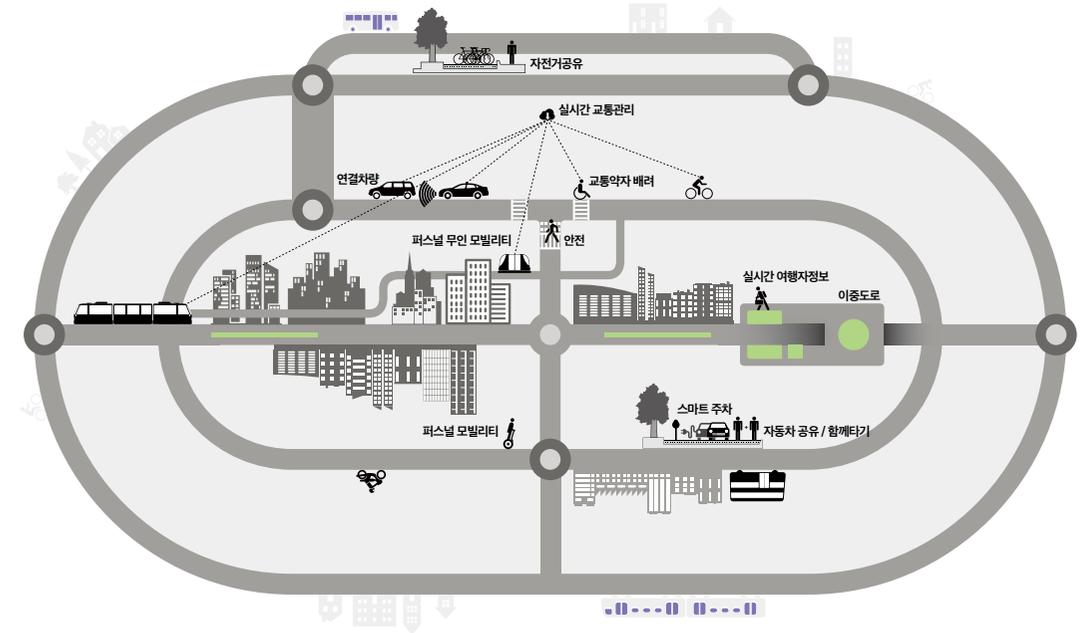


전 세계적으로 도시 교통 환경은 기존의 교통시스템에 최첨단 스마트 교통시스템이 더해져 점점 지능화되고 있다. 서울 도시 교통 환경도 ICT 스마트 시스템 구축과 유니버설 디자인, 친환경 디자인 개념을 도입해 미래 교통의 질적 향상을 지향하고 있다. 대중교통인 Taxi, Bus, Subway와 대안 교통수단인 Personal Mobility에 ICT 기반의 첨단 정보 시스템을 적용하여 사람을 우선하는 서울, 안전한 서울, 양방향 소통이 활발한 서울, 단절 없는 서울, 친환경을 추구하는 서울로 변화하고 시민들의 이동 편의성을 높여 삶의 질 향상을 추구한다.



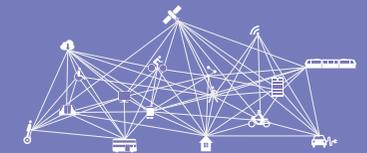
# 서울 스마트 모빌리티, 글로벌 협력 연구

서울디자인재단은 미래 스마트 시티 서울을 구성하게 될 대중교통의 스마트 모빌리티 연구를 위해 미래 서울 대중교통을 중심으로 연구 유형을 택시Taxi, 버스Bus, 지하철Subway, 퍼스널 모빌리티Personal Mobility, 인프라Infra Structure, 솔루션 및 서비스Solution & Service로 세분화하여 기술 기반의 공학 분야와 디자인 기반의 디자인 분야의 전문성을 보유한 국내외 대학교와 협력연구를 진행하였다. 국내외 대학교와의 협력연구를 통해 글로벌한 시각으로 서울의 미래 대중교통의 비전을 제시하는 노력을 기울였으며, 현장감 있는 연구결과와 결합하여 새로운 환경의 미래를 준비하는데 창의력과 전문성을 가진 연구 결과를 제시하고자 한다. 연구의 결과는 근미래 15년 뒤인 서울 2030년의 대중교통의 모습을 그리고 있으며 스마트 시티를 이루는 교통 시스템 및 환경, 스마트 기술 기반의 새로운 운송수단, 교통약자에 대한 배려, 사용자 중심의 서비스, 그리고 친환경을 위한 지속 가능한 서울의 미래상이 될 것이다.



## 공학 + 디자인 Engineering + Design

- 첨단정보 Advanced Information ITC
  - 교통안전 Traffic Safety
  - 자율주행 Autonomous Driving
  - 교통약자 배려 Consideration on the Mobility Handcapped
- 친환경 Eco-friendly
  - 수소, 전기차 Fuel Cell & Electric Vehicle
  - 퍼스널 모빌리티 Personal Mobility
  - 차량공유 Car & Ride Sharing
- 신 서비스 New Services
  - 레저 Leisure
  - 편의 Convenience
  - 즐거움 Pleasure
  - 계획 Plan
- 유니버설디자인 Universal Design
  - 교통약자 배려 Consideration on the mobility handicapped
  - 안전 Safety
  - 편의 Convenience
- 이용자 맞춤 Personalized Usability



주제전 | 서울 스마트 모빌리티, 글로벌 협력 연구 1

서울을 위한 거시적 접근

미국 CCS

CCS 연구팀은 서울을 방문하여 3주간 교통시스템에 관해 연구하면서 서울이 고가도로를 제거하고 새 도심 공원으로 만든 것으로부터 영감을 받았고, 서울을 좀 더 녹색 공간의 도시로 꾸밀 필요가 있다고 생각하였다. 서울의 지속 가능한 모빌리티 증진을 위해서 기존의 노면 교통기반이 아닌 신개념의 컴퓨터통제시스템 기반 개인 교통수단인 'POD'와, 서울 중심의 큰 도로를 2층 구조의 통로로 만든 'Double Street' 컨셉을 제안한다. 'Double Street'에서 연구팀은 PRT(Personal Rapid Transit)와 같은 운송수단이 서울 내 좁은 골목에 있는 Double Street Tunnel을 통해 움직이게 하고, 운송수단은 1인, 2인, 6인 등 수용성이 다양한 교통수단 POD로 디자인하였다. 이 연구결과의 모빌리티 시스템은 태양열, 풍력, 수력과 소량의 에너지 사용으로 구축되는 무공해 환경을 기대할 수 있다.

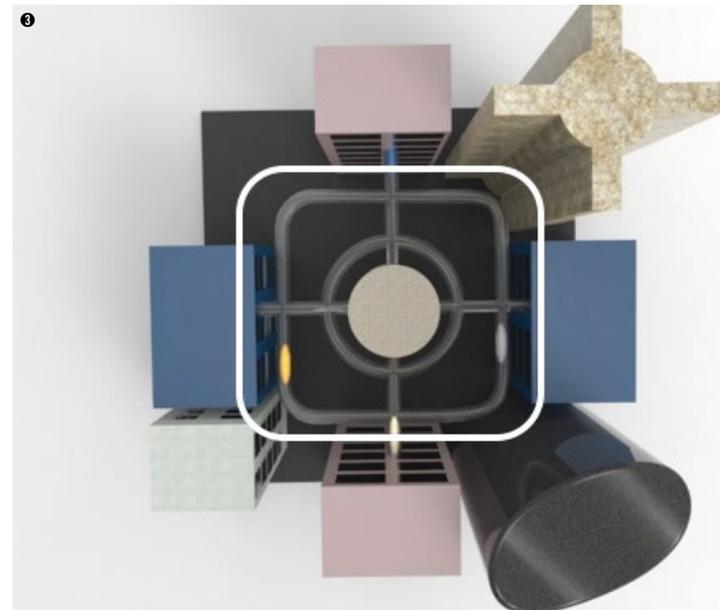


주제전 | 서울 스마트 모빌리티, 글로벌 협력 연구 2  
**미래도시, 재건이 아닌 혁신으로**  
 한국 UNIST



**Double Decker Bus**  
 2층으로 구성된 전기버스는 세그웨이 같이 급증하는 초소형 개인 이동수단 및 노인보조이동수단을 수용할 수 있도록 디자인되었다. 1층은 다양한 모빌리티와 사람이 함께 이용할 수 있으며, 2층은 안전을 위해 사람만 탑승할 수 있다. 이 버스 내에는 이동 중에도, 수용한 모빌리티(소형 전기차 등)가 전기 충전을 할 수 있는 이동식 충전 기능이 있으며, 여러 교통수단을 연결하고 통합하는 역할을 수행한다.

UNIST는 근미래의 우리 삶의 모습을 반영한 새로운 형식의 미래 이동수단을 제안하고자 한다. 2030년 미래도시는 도심 녹지화(Greenery), 중심의 재분배(Dispersed Centralization), 보행자 및 대중교통 중심 전용도로가 확산되는 융복합적 공간(Conversion of Space)의 3가지 주요 키워드로 설명할 수 있다. 이를 바탕으로, UNIST는 미래 모빌리티의 4가지 컨셉으로 Double Decker Bus, E-Urban Mobility, Doorstep Delivery, Delivery Loop로 아이디어를 제시한다.



**1 E-Urban Mobility**

이 퍼스널 모빌리티 컨셉은 남녀 노소 누구나 편안하게 탈 수 있는 마이크로 모빌리티이다. 탑승자가 원하는 자세로 의자의 구조가 바뀌는 차체는 효율적인 공간 사용이 가능하다는 장점이 있다. 이 모빌리티를 활용한 카 셰어링 서비스는 자유로운 구조변형, 전기제어가 조화를 이루어 탑승자는 퍼스널 모빌리티를 타고 보행도로를 다닐 수 있으며, 좁은 공간에서도 주차를 할 수 있다.

**2 Doorstep Delivery**

이 전기자동차는 각 가정의 문 앞까지 자율주행으로 이동 및 배달이 가능한 신개념 택배 물류 시스템이다. 사용자가 특정 목적지만 설정하면, 이 차량은 여러 개의 모듈로 구성되어 있으므로 목적지에 도착 후 모듈이 해제되어 이동할 수 있다. 이 컨셉을 통해 택배 차량이 순차적으로 방문하지 않고, 중간지점에서 모듈들이 해제 또는 통합되면서 동시에 각각 배송하거나 중간 합송할 수 있다. 또한 배송 차량의 증가로 인한 교통 혼잡을 줄여주고 배송시간 역시 절약할 수 있다.

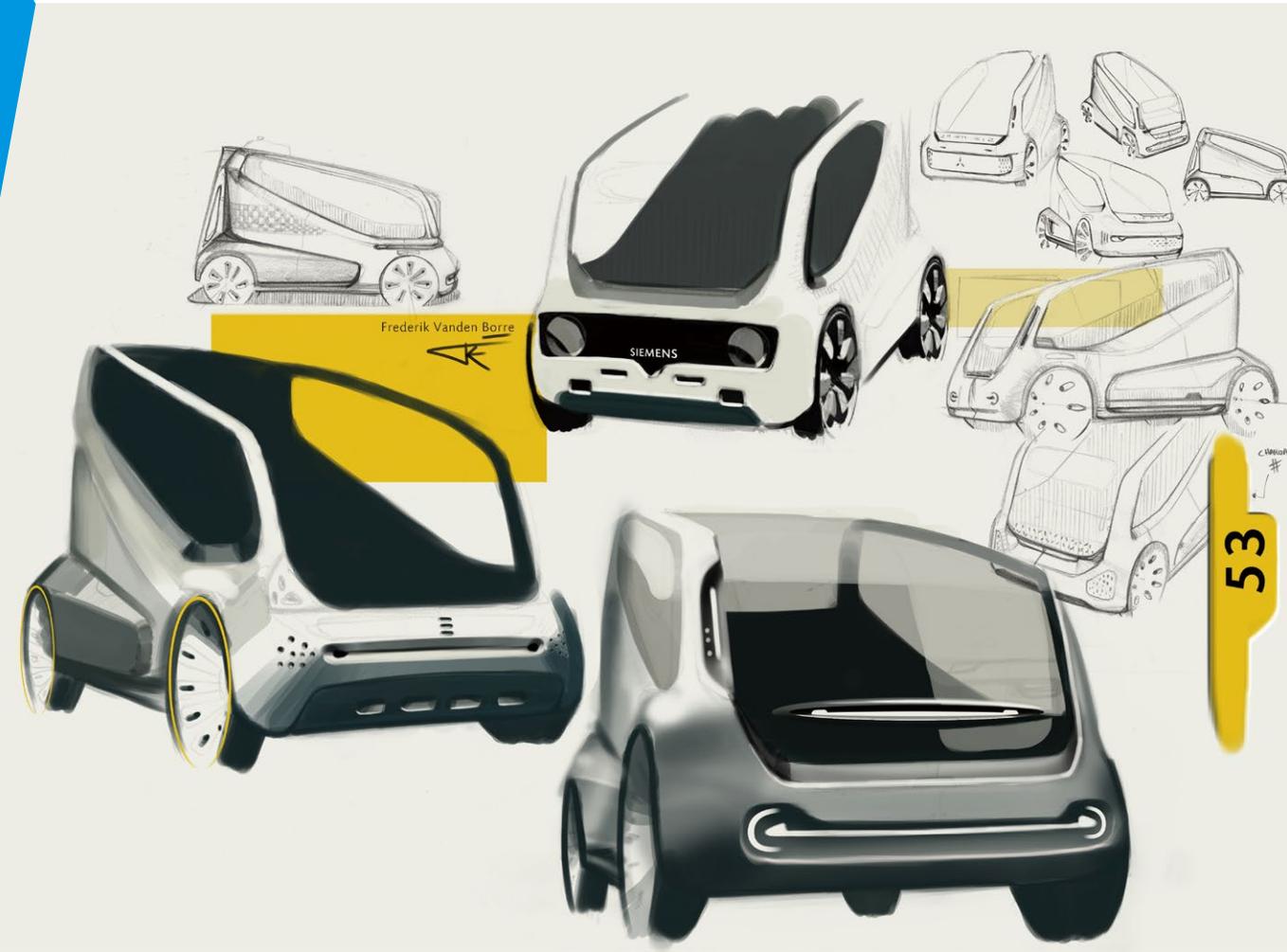
**3 Delivery Loop**

딜리버리 루프는 도시에서의 배송 시간을 단축하기 위해 빌딩들 사이로 튜브들이 연결되어 있어서 딜리버리 팻이 빠르게 지정된 층으로 물건을 배달할 수 있는 소형 물류 전용라인이다. 예를 들면 주문한 음식을 받을 때, 우편물을 어떤 빌딩으로 보낼지 우체국에서 분류한 뒤 각 빌딩 방향으로 연결된 딜리버리 루프관에 한 번에 배송할 수도 있다. 빌딩 사이로 물건을 주고받을 때 딜리버리 루프를 이용한다면 도로 위로 배송을 위한 차량을 줄여 도시의 혼잡함과 오염, 사고를 예방할 수 있다.

주제전 | 서울 스마트 모빌리티, 글로벌 협력 연구 3

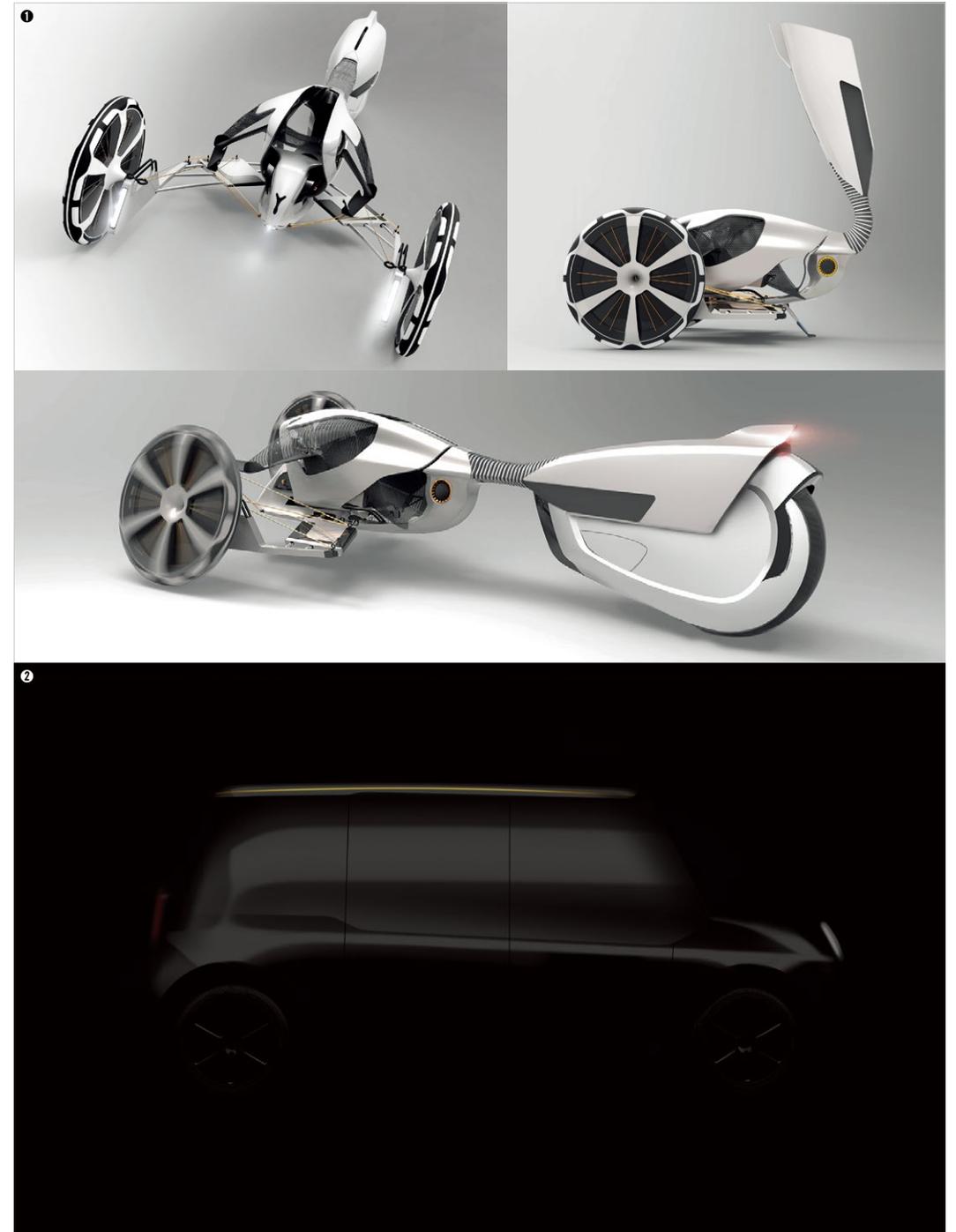
메트로 서울 2030을 위한 스마트 택시 컨셉 디자인

영국 RCA



**LOOP**  
 'LOOP'는 대중교통 모빌리티 서비스 제안을 통해 도시 설계 및 모빌리티 계획에서 주된 문제인 공공 주차문제, 교통약자 문제를 해결하고 쾌적한 교통흐름으로 효율성을 높이는 해결방안을 제시한다.

전 세계적으로 유래없는 메가시티의 확산 현상은 사람들의 삶과 이동을 잘 반영하고 있다. 본 연구에서는 메가시티 서울을 위하여 포괄적이고 스마트한 대중교통 디자인을 3가지로 제안한다.



**1 autonoMe** 미래에는 대중교통이 개인의 공간이 될 수 있다는 생각을 한다. autonoMe는 무인운행 기술을 통하여 대중교통이 매력적인 서비스로 다가올 수 있도록 제안한다. 'One size fits all' 전략으로 공공 및 사적인 공간으로써의 미래 모빌리티의 모습을 보여주려 한다. **2 저공해 스마트 택시** 저공해 스마트 택시연구에서 RCA Helen Hamlin Centre for Design Research, 'Future of London Taxi' 프로젝트의 일부를 참고하여 진행하였으며 차세대 서울 택시를 위해 탄소배출이 적고 택시기사와 승객들의 요구가 반영되어 있는 컨셉디자인을 제안한다.

주제전 | 서울 스마트 모빌리티, 글로벌 협력 연구 4

## 서울형 커넥티드 택시 컨셉

독일 RWTH Aachen



본 연구는 지속가능성과 무장애의 스마트 메가시티 창조를 위해 서울의 상징적 디자인을 개발하여 혁신적으로 연결된 스마트 택시를 제안하는 것이다. 가장 유망한 컨셉을 제안하고 평가하여 체계적인 개선 작업을 통해 기능적이고 혁신적인 자동차 디자인을 제안한다. 연결 및 효율 측면에서의 핵심 사항은 통신 시스템 '카카오톡', 라디오, 내비게이션 등과 같이 현재 시스템의 기능을 통합하고, 향후 나머지 대중교통을 연결하는 작업이다. 본 연구에서 제안하는 내용은 전기구동(장단점 분석), 직관적인 신호 시스템을 사용한 상징적 디자인, 무장애 택시 인테리어이다.



택시와 관련된 다양한 이해관계자들이 관여하여, 연구팀은 모두가 수용할 수 있는 중요한 기준들을 도출하였다. 택시를 이용하는 대상인 승객이 가장 중요하지만, 운전자 관점에서 디자인을 바라보는 것 또한 핵심 요소이다. 서울시 역시 끊임 없고 현대적인 통근 시스템을 도시 이미지에 통합하여 시민복지 향상에 긍정적인 영향을 줄 수 있는 핵심 이해관계자 중 하나이다. 연구팀이 제안하는 기본 컨셉은 교통량, 탄소배출을 줄이고 더 나은 업무 환경을 제공하는 것이다. 승객의 요구에 부응하기 위해서 기존의 네다섯 가지 종류의 각기 다른 용도의 택시를 대체할 수 있는 효율적이고 융통성 있는 새로운 개념의 스마트 택시가 필요하다. 소비자 만족 및 쾌적한 사용에 대한 수요 증가에 대해 중심을 두어 연구한 서울형 스마트 택시의 디자인 컨셉은 전기로 구동되며 지속 가능하고 무장애의 스마트 메가시티를 위한 혁신적이고 연결 가능한 도시형 택시이다.



### 주제전 | 서울 스마트 모빌리티, 글로벌 협력 연구 5

## 2030 서울 스마트 시내버스 인테리어 및 승객 사용성

네덜란드 TU Delft Univ.



### 휴식을 위한 버스

'휴식'을 위한 버스는 이동 중인 승객들의 심리적인 불안과 육체적인 피로를 덜어주는 것이 주 목적이다. 이 공간의 실내에는 편안한 좌석과 자연의 소리, 차분한 분위기의 조명으로, 승객들의 이동 중 수면이나 명상을 지원하는 분위기를 제공한다.



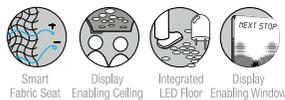
### 달리는 사무실

'달리는 사무실'은 승객들이 이동 중 중요한 개인의 업무를 진행하는데 집중할 수 있도록 마련된 공간이다. 사용자가 소통할 수 있는 투명한 창문과 천정, 테이블 위의 스크린, 인터넷으로 연결된 고요한 업무 공간을 제공함으로써, 승객들이 생산적인 시간을 가질 수 있도록 도와준다.



### 사회적 공간으로서의 버스

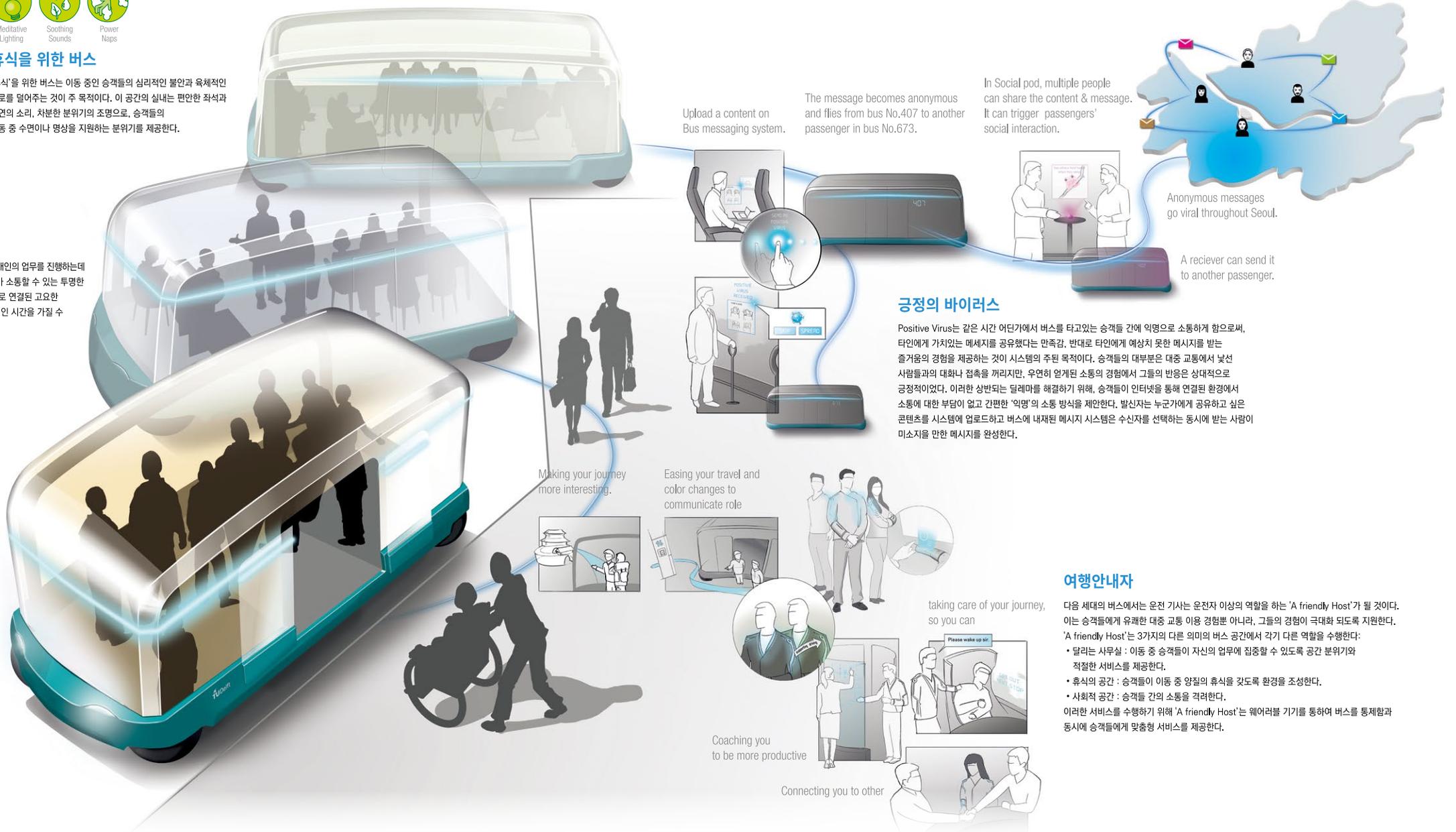
'휴식을 위한', '달리는 사무실'로서의 버스와는 대조적으로 유사한 공통 관심사를 갖고 있는 승객들끼리 서로 유용한 정보를 공유하고 '사회적 네트워크'를 형성하는데 기여한다. 또한, 사용자가 소통 가능한 인터랙티브 투명 유리패널과, 다른 승객과의 유연한 소통을 위한 회전 의자는 어울림의 공간이 추구하려는 사용자 경험을 충족시킨다.



### 일반적인 특징

천정과 실내를 감싸고 있는 투명한 유리패널은 승객들에게 도시 경관을 즐길 수 있는 개방감을 제공한다. 또한 승객들은 이 공간에서 유리패널을 통해 자유로운 정보 공유와 소통이 가능하다. 기본적으로 스마트 버스는 무선 체크-인으로 효율적인 탑승과 하차 경험을 제공하며, 센서와 LED 조명이 내장된 승객용 의자는 승객들의 착석 패턴을 인식하고, 색상의 변화로 각 승객들의 좌석 배정을 도와준다.

2030년 서울 시내버스는 승객의 목적에 따라 버스 공간의 다양화, 운전자에게 의해 제공되는 맞춤형 서비스, 승객 간 소통을 돕는 인포테인먼트 시스템을 제공함으로써 점점 높아지는 승객의 요구를 수용할 것이다. 모든 승객에게 편안하고 유쾌한 대중교통 경험을 위해 우리가 상상하는 미래 시내버스에는 인터랙티브 스크린 윈도우, 자체발광 좌석 등의 기술이 적용되어있다. 앞으로 다가올 2030년 서울 시내버스는 쾌적할 뿐만 아니라, 안정적이며 승객들이 이동 중 의미 있는 시간을 갖도록 도울 것이다.



Upload a content on Bus messaging system. The message becomes anonymous and flies from bus No.407 to another passenger in bus No.673.

In Social pod, multiple people can share the content & message. It can trigger 'passengers' social interaction.

Anonymous messages go viral throughout Seoul.

A receiver can send it to another passenger.

### 긍정의 바이러스

Positive Virus는 같은 시간 어딘가에서 버스를 타고있는 승객들 간에 익명으로 소통하게 함으로써, 타인에게 가치있는 메시지를 공유했다는 만족감, 반대로 타인에게 예상치 못한 메시지를 받는 즐거움의 경험을 제공하는 것이 시스템의 주된 목적이다. 승객들의 대부분은 대중 교통에서 낯선 사람들과의 대화나 접촉을 꺼리지만, 우연히 일어난 소통의 경험에서 그들의 반응은 상대적으로 긍정적이었다. 이러한 상반되는 딜레마를 해결하기 위해, 승객들이 인터넷을 통해 연결된 환경에서 소통에 대한 부담이 없고 간편한 '익명'의 소통 방식을 제안한다. 발신자는 누군가에게 공유하고 싶은 콘텐츠를 시스템에 업로드하고 버스에 내재된 메시지 시스템은 수신자를 선택하는 동시에 받는 사람에게 미소지을 만한 메시지를 완성한다.

Making your journey more interesting.

Easing your travel and color changes to communicate role

taking care of your journey, so you can

Coaching you to be more productive

Connecting you to other

### 여행안내자

다음 세대의 버스에서는 운전 기사는 운전자 이상의 역할을 하는 'A friendly Host'가 될 것이다. 이는 승객들에게 유쾌한 대중 교통 이용 경험뿐 아니라, 그들의 경험이 극대화 되도록 지원한다. 'A friendly Host'는 3가지의 다른 의미의 버스 공간에서 각기 다른 역할을 수행한다:  
• 달리는 사무실 : 이동 중 승객들이 자신의 업무에 집중할 수 있도록 분위기와 적절한 서비스를 제공한다.  
• 휴식의 공간 : 승객들이 이동 중 양질의 휴식을 갖도록 환경을 조성한다.  
• 사회적 공간 : 승객들 간의 소통을 격려한다.  
이러한 서비스를 수행하기 위해 'A friendly Host'는 웨어러블 기기를 통하여 버스를 통제함과 동시에 승객들에게 맞춤형 서비스를 제공한다.

주제전 | 서울 스마트 모빌리티, 글로벌 협력 연구 6

차세대 지능형 교통시스템

한국교통대학교



**지능형 교통안전 서비스**  
 테스트 베드: 차량 간 충돌 방지 서비스  
 사람이 직접 시뮬레이션에 참가하여 교통 상황에 대한 사람의 행동 양태를 직접 반영할 수 있다. 또한 Connected Car 통신 기능을 수행하는 WAVE 단말기를 통해 실제로 데이터를 송수신함으로써, WAVE 단말기의 성능이 직접적으로 고려된 교통안전 서비스 성능을 검증할 수 있다. 개발된 교통안전서비스 성능 검증을 위한 실내 테스트를 세계 최초로 구축되었다.

한국교통대학교 차세대 지능형 교통시스템 ICT 융합연구센터는 Connected 기술과 다중센서 기술을 융복합하여 교통안전 및 편의를 향상하는 새로운 고부가가치 서비스 개발에 주력하고 있다. 개발된 C-ITS 기반 교통안전 시스템을 실내 환경에서 효과적으로 실험하고 검증하기 위해 교통 시뮬레이터 'PreScan'에서 작성된 가상의 도로 환경에서, 실제 WAVE 송수신기를 동작시켜 교차로 차량 충돌 방지 서비스와 같은 교통안전 서비스의 성능을 실험하고, 검증할 수 있는 실내 테스트 베드를 구축하였다. 본 전시회에서는 가상체험 및 성능 검증을 할 수 있는 Connected Car 기술을 활용한 교통안전 서비스와 Beacon 실내 측위 기법 기반의 스마트 버스 과금 시스템을 선보였다.

**1 버스 과금 시스템**

**sbis + 사용과정의 흐름**

**버스 탑승**

**지하철 환승**

**지하철 환승**

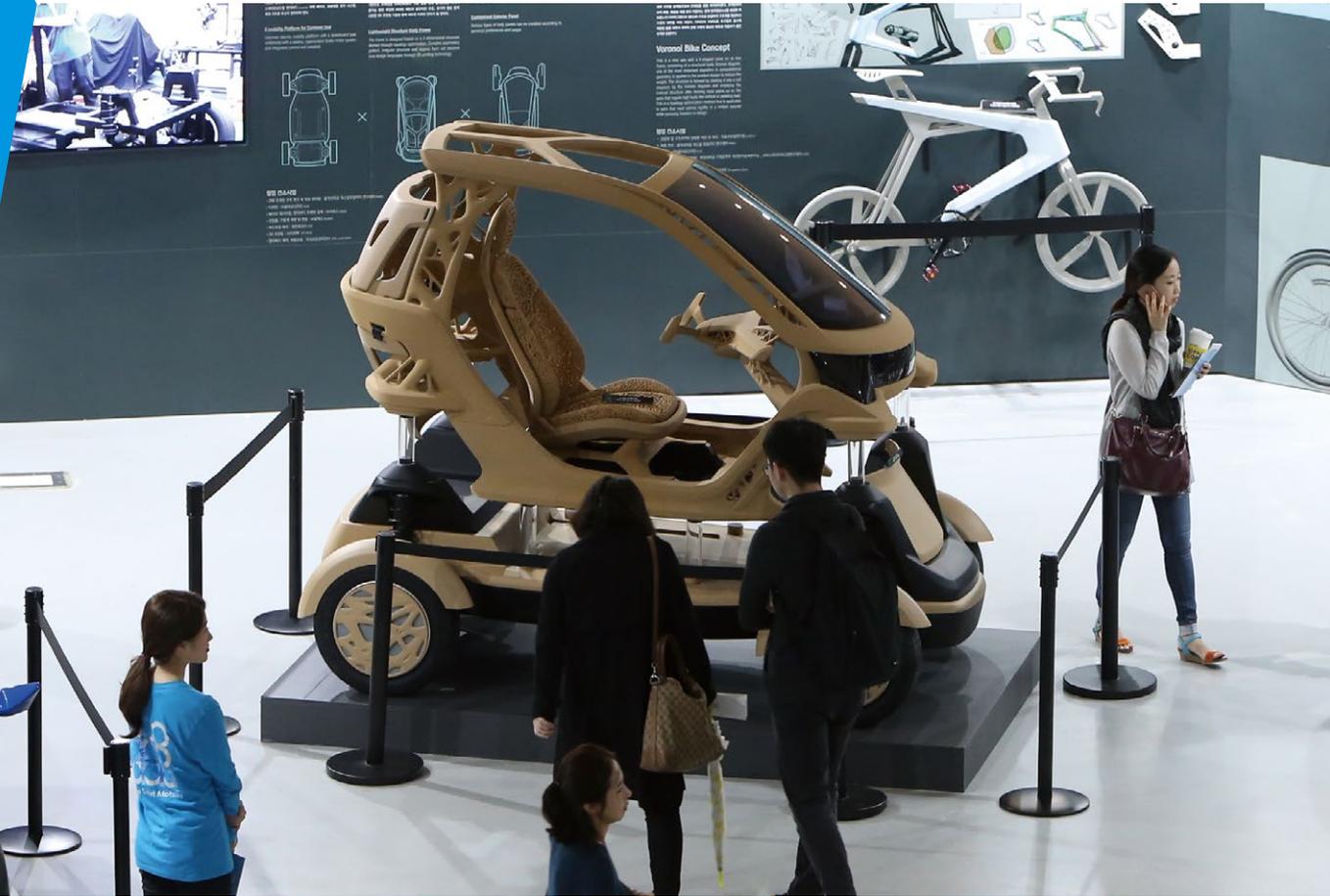
**2 Traffic Simulation**

- Connected Car 기술을 활용한 교통안전서비스 가상 체험
- Connected Car 기술에 기반한 교통안전시스템의 성능을 실내에서 효과적으로 실험하고 검증할 수 있는 고부가가치 연구장비

**1 Beacon 기반 스마트 버스 과금 시스템 sbis**  
 승차 : sbis 앱 실행 후 버스에 승차하면 비콘을 통해 승차를 인지하고 자동으로 기본 요금 결제가 진행된다.  
 하차 : 버스에서 하차하면 비콘을 통해 하차 인지 후 추가 요금이 자동으로 sbis 메인 단말기를 통해 결제된다.  
 승-하차판단 알고리즘 : 버스 안에서 각 꼭지점에 비콘을 설치하고 삼각 측위를 이용하여 사용자의 위치가 네모 영역 내에 들어오면 승차로 판단하고, 네모 영역 내에 들어오지 않으면 하차로 판단한다.

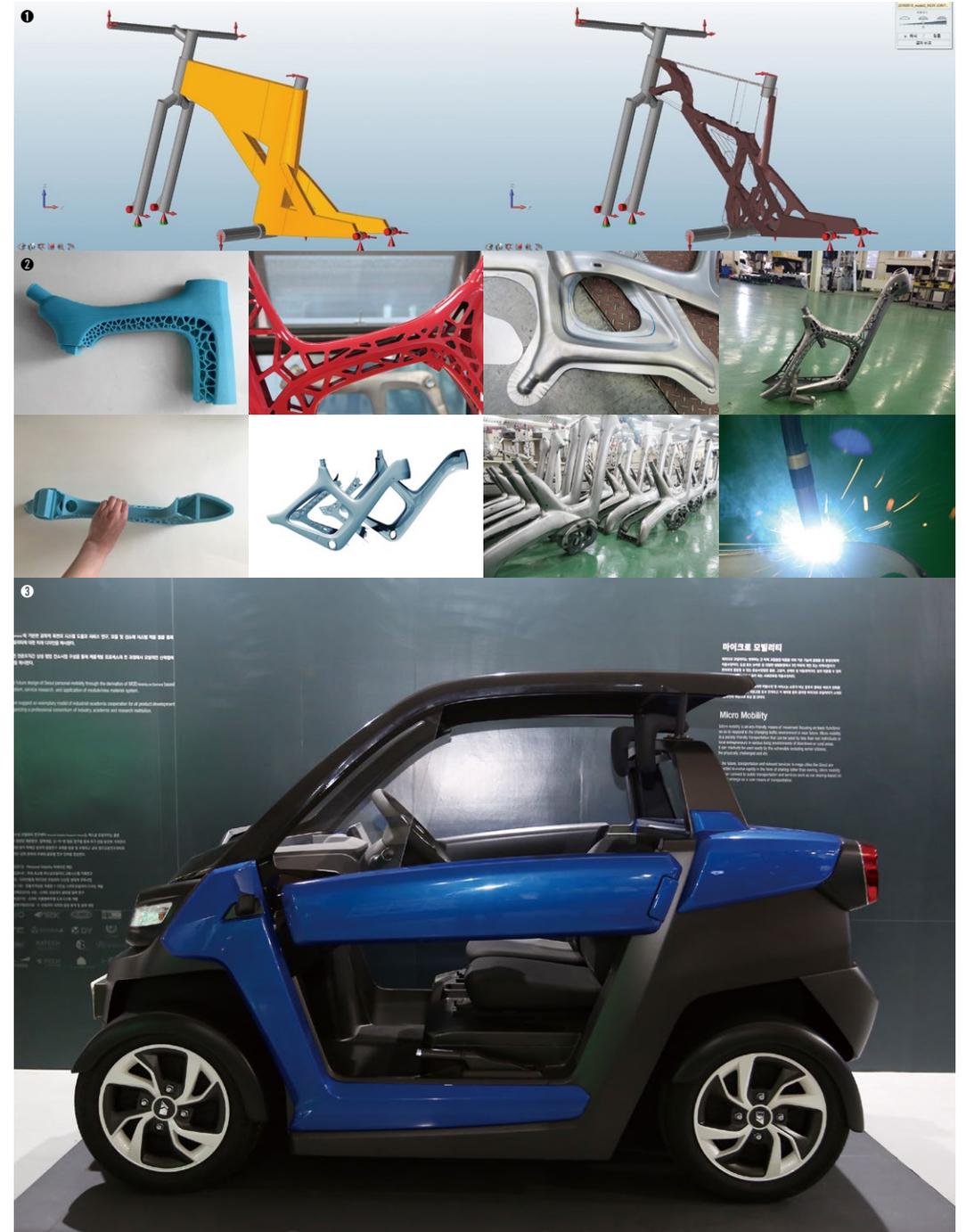
**2 Connected Car 기술을 활용한 교통안전 서비스 가상체험 및 성능 검증을 위한 테스트 베드**  
 Connected Car 기술을 활용한 교통안전 서비스를 시뮬레이터 시연을 통해 가상 체험할 수 있고, Connected Car 기술을 기반으로 개발된 교통안전 서비스를 실내에서 안전하고 효율적으로 성능을 평가하고 검증할 수 있다.

주제전 | 서울 스마트 모빌리티, 글로벌 협력 연구 7  
**서울형 스마트 퍼스널 모빌리티**  
 한국 흥익대학교 PMRC



개방형 구조 모빌리티 컨셉 표준화된 플랫폼 위에 탑승인원수, 사용 목적, 사용 환경에 따라 여러 형태의 디자인의 차체를 결합하여 다양화할 수 있는 소형 전기 모빌리티 컨셉이다.

MOD(Mobility on Demand)에 기반을 둔 공학적 측면의 시스템 도출과 서비스 연구, 모듈 및 신소재 시스템 적용 등을 통해 서울형 퍼스널 모빌리티에 대한 미래 디자인을 제시한다. 또한 산·학·연 전문조직 간 상생 협업 컨소시엄 구성을 통해 제품개발 프로세스의 전 과정에서 모범적인 산·학협력 모델에 대한 비전을 제시한다.



1 최적화 산악바이크 컨셉은 자전거 운행 중의 상황 (페달링, 브레이크 작동 등)에서 작용하는 힘을 임의의 형상에 적용하여 얻은 위상 최적화 결과를 바탕으로 자전거 프레임이 요구하는 강성을 유지하면서도 전통적인 다이아몬드 구조를 탈피한 새로운 지오메트리 구조를 도출했다. 2 스템핑 프레임 바이크 좌우 양쪽 형상을 프레스 공법으로 제작하고 로봇으로 용접함으로써, 대량 생산을 구현할 뿐 아니라 EN 규격을 만족하는 균일한 품질을 확보할 수 있다. 더불어 자전거의 중요한 속성인 디자인에 있어 자유도와 정교함을 확보함으로써 제품의 상품성을 높일 수 있다. 3 마이크로 모빌리티 변화하는 근 미래 교통환경 대응을 위해 기본 기능에 중점을 둔 환경 친화적 이동수단이다. 도심 또는 농어촌 등 다양한 생활환경에서 2인 이하의 개인 또는 지역사업가가 편리하게 활용할 수 있는 운송수단임은 물론 고령자, 장애인 등 이동 취약자도 쉽게 이용할 수 있어 교통 복지의 실현에도 도움이 되는 사회 친화적 이동수단이다.



체험전

# 서울 스마트 모빌리티, 미래를 경험하다

체험전에서는 사람을 우선하는 안전하고 편리한 서울 대중교통을 위해 현재 서울시에서 도입하고 실행하고 있는 대중교통 서울 스마트 모빌리티 정책과 사업을 소개하였으며 현재 서울시 대중교통 정책 사업인 따릉이, 나눔카 등의 사업을 체험해볼 수 있도록 구성하였다. 또한 최근 각광받고 있는 개인형 이동수단인 퍼스널 모빌리티를 다양하게 구성하여 시민들의 호응을 얻었다.



**| 사람 |**  
**사람이 중심인 교통**  
·보행, 자전거 활성화  
·교통 사망사고 감소  
·교통약자의 보편적 이동권 보장

**| 공유 |**  
**함께 이용하는 교통**  
·철도 중심 대중교통체제 구축  
·더 빠른 대중교통 구현  
·함께 공유하는 교통환경 조성

**| 환경 |**  
**환경을 배려하는 교통**  
·이동저감사회 구현  
·친환경 효율적 교통 환경 조성  
·시민과 함께 교통문화 선진화

사람을 우선하는  
안전하고 편리한 서울 대중교통

2015년 서울 대중교통 이용객 수 **39억 명**  
일 평균 **1,072만 명**

사람을 우선으로 생각하는 서울 대중교통이  
안전한 대중교통 서비스로 자가용 없이도 살기 편한 도시를 만든다.

\*출처 : 서울시 홈페이지 '내 손안에 서울' 2015

### 체험전 | 서울 스마트 모빌리티, 미래를 경험하다 1

## 이동 중에 만나는 서울 스마트 모빌리티



1 사지 않고 빌려 타는 차량 공유 서비스, 서울시 나눔카 체험현장  
2 대중교통 연계 공공자전거, 서울자전거 따릉이 체험현장

미래 대중교통을 중심으로 한 스마트 모빌리티는 기술의 발달, 인프라구축, 기기의 지능화 등으로 새로운 교통수단이 생겨날 것으로 예측한다. 현재 구현된 서울시 대중교통 스마트 모빌리티 사업의 핵심은 보행도시 서울, 공유도시, 친환경, 교통약자, 공유경제이다. 단순히 목표적 이동이 아닌 이동 과정 중에 얻을 수 있는 과정적 이동의 가치에 의미를 부여한다. 앞으로 개인의 일정에 맞는 노선도 설정 예약 서비스 등이 생겨나거나 관광객에게는 관광 정보를 제공하는 등 시민 편의 향상을 위한 다양한 큐레이션 스마트 모빌리티 서비스가 창출될 것으로 예측한다.

걷는 도시, 서울	함께 걷고 함께 만드는 걷는 도시, 서울
서울자전거, 따릉이	대중교통연계 공공자전거, 서울자전거 따릉이
공유서울, 나눔카	차량 공유 서비스, 서울시 나눔카
친환경 전기택시	대기질 개선, 친환경 전기택시
스마트 버스 헬터	교통약자 배려, 스마트 버스 헬터

### 체험전 | 서울 스마트 모빌리티, 미래를 경험하다 2

## 퍼스널 모빌리티 체험



1 아이휠 나인봇(전동휠) 체험현장  
2 만도풋루스 체험현장  
3 자이로드론(드리프팅보트) 체험현장

전 세계적으로 환경문제와 교통정체 문제를 동시에 해결할 수 있는 친환경 이동수단의 미래 대안으로써 전동휠, 전기 자전거, 전기 스쿠터, 초소형 전기차 등의 퍼스널 모빌리티가 주목받고 있다. 2015 차세대 이동수단 관련 시장 조사 보고서에 따르면, 전기동력을 이용한 친환경 이동수단의 시장이 점차 성장할 것이라 기대하고 있고, 특히 운전면허가 필요하지 않거나 쉽게 취득할 수 있는 전동휠 시장이 폭발적으로 성장할 것으로 예측된다. 향후 수요가 대폭 늘어날 것으로 예상되므로 대중교통수단과 통합하여 단거리 교통 시 대중교통과의 연계 취약점을 보완할 수 있는 통합 교통관리 시스템이 중요한 요소로 대두되고 있다.

나인봇	레저와 이동수단이 결합된 새로운 문화 나인봇
만도풋루스	전 세계 최초의 체인 없는 친환경 전기자전거 만도풋루스
자이로드론	동적 평형 원리에 기반한 첨단 이동기기 자이로드론



### 체험전 | 서울 스마트 모빌리티, 미래를 경험하다 3

## 모두를 위한 차세대 교통 시스템



- 1 바이모달트램 체험현장
- 2 미래자율주행차인테리어 체험현장
- 3 무인운전 미니트램 PRT 체험현장
- 4 스마트 스쿠터 체험현장

교통 혼잡, 환경오염 및 온실가스 증가, 비효율성 증대, 빈번한 교통사고 등 도시화로 인한 과부하 상태의 현대 도시교통은 복잡한 도시에 어울리는 새로운 교통방식이 필요하다. 트램, PRT, 전기 버스 등 새로운 도심형 이동수단, 도보와 자전거 등의 비 동력 이동수단, 이동수단 간 상호연계성을 강화하는 다양한 정보 서비스, 자동차와 소통하는 지능형 도로와 새로운 연료·유지·보수 인프라 등 차세대 교통시스템은 단순한 이동수단이 아니라 움직이는 네트워크로써 기능하게 될 것이다. 보다 깨끗하고, 안전하고, 효율적이며, 즐거운 인간 중심의 모빌리티가 도시 교통 문제의 새로운 해결 가능성을 보여줄 것이다.

스마트 스쿠터	중국 E-Bike 최초 인터넷+APP과 연동된 스마트 스쿠터
스마트 블라드	태양광 IoT 스마트 블라드
PRT(Personal Rapid Transit)	수요응답형 순환교통시스템 무인운전 미니트램 PRT
바이모달트램	교통약자를 위한 초저상 바이모달트램
미래 자율주행차 인터리어제안 ID16	미래 자율주행차 인터리어제안 ID16
트위지	도심형 초소형 전기차, 트위지

특별전

# 서울 스마트 모빌리티, 미래를 그려보다

서울디자인재단은 미래 스마트 시티 서울을 그리기 위한 발판으로써 해외 우수사례를 소개하고, 디자인 분야 혹은 대중교통 디자인의 전문성을 보유한 국내의 디자이너들과 디자인 개발을 진행하였다. 국내외 글로벌한 시각과 서울의 지역적 특수성 및 사용성을 고민할 수 있는 시각이 더해져 택시<sup>Taxi</sup>, 버스<sup>Bus</sup>, 지하철노선도<sup>Subway Map</sup>의 디자인 방향성을 논의하는 다양한 아이디어 제안 과정이 이루어졌다. 이를 통해 시민들도 함께 공감하고 디자인 안을 생각해 보는 시간을 나눴다.

이번 [2016년 서울 TBS 시각 정보 디자인 개발 국제 디자인 아이디어 지명 공모]에서는 서울의 고유성과 대표성을 나타내는 상징성<sup>Symbolic Idea</sup>, 창의성과 심미성이 요구되는 조형성<sup>Aesthetic Quality</sup>, 그리고 안전성, 정보인지성, 기능성이 포함된 사용성<sup>Functionality & Usefulness</sup>을 추구하고자 하였다.

서울디자인재단은 결과물을 통해 미래 서울을 고유하게 상징하고 대표할 수 있는 대중교통의 모습, 창의적이고 심미적으로 우수한 시각정보 디자인 아이디어, 안전하고 정보 인지성 및 전달력을 고려한 실용적인 디자인 방향성을 제안한다.

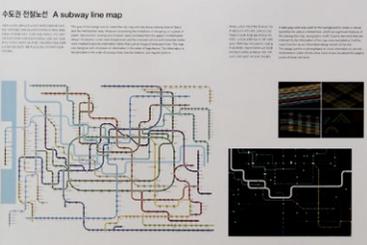
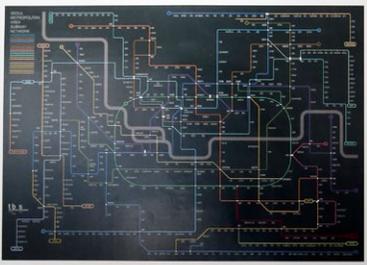
해외 우수사례를 포함한 아이디어 지명 공모, 유니버설 디자인 연구와 버스 노선 정보 이용을 위한 시각정보가 적용된 실제 래핑 버스, ICT 기술과 승객의 이동 맥락을 고려한 래핑 택시 결과물들은 근미래의 스마트 모빌리티와 스마트 시티를 실현하는 데에 서울시 정책 실현을 위한 중대한 단초가 될 것이다.



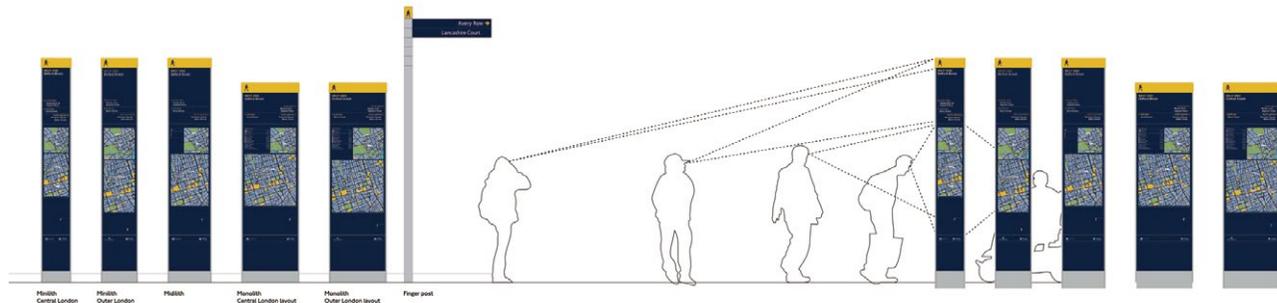
전시 — [특별전] 서울 스마트 모빌리티, 미래를 그려보다



The new Seoul subway map by Jin Dallae & Park Woohyuk



### 특별전 | 서울 스마트 모빌리티, 미래를 그려보다 1 해외 프로젝트 사례



어플라이드의 레저를 런던 영국의 길 찾기 정보 디자인 스튜디오 어플라이드(Applied Wayfinding)사가 최초로 고안하고 구축한 도시 통합형 보행자 길 찾기 시스템

교통혼잡, 환경오염, 교통사고 등 현대 도시교통의 문제를 해결할 수 있는 새로운 교통환경이 필요하다. 사용자의 편의를 극대화한 보행자용 정보시스템 디자인을 통한 대도시 통합형 보행환경 개선, 근미래의 시민들이 살아가고 이동하는 방식의 정의를 통한 혁신적인 트램-PRT·전기버스 등 새로운 도심형 이동수단 디자인 개발, 승객의 니즈와 효율적 유지보수를 위한 첨단기술과 지역적 특색을 담아내면서도 대중교통의 브랜드를 통합화할 수 있는 디자인의 역할이 점점 더 중요해질 것이다.



1 시모어파월의 미래설계 2 프리스트먼구드의 뉴 튜브 포 런던

**특별전 | 서울 스마트 모빌리티, 미래를 그려보다 2**  
**서울 대중교통의 통합 브랜드 아이덴티티 & 서울 대중교통을 위한 국제 디자인 아이디어 지명 공모**

서울의 대중교통은 매일 이용하는 '시민의 발'로 불리기도 한다. 그만큼 사람들의 일상에 깊이 자리잡은 대중교통인 택시, 버스, 지하철은 도심 내 삶의 질을 만드는 바탕이라 할 수 있겠다. 서울의 택시, 버스, 지하철노선도는 어떤 모습이 되어야 할까? 대중교통의 통합 브랜드 아이덴티티를 시작으로 시각정보에 대한 새로운 시각을 보여주고자 한다. 또, 국내외 디자이너들은 택시 외관 디자인, 버스 외관 디자인, 지하철 노선도 디자인을 통해 서울 교통이 담고 있는, 앞으로 담아야 할 서울의 상징적 의미를 고민했으며 이동성과 사용성을 기반으로 한 교통 정보체계 디자인 아이디어를 제시했다. 이러한 아이디어 제시는 앞으로 좀 더 나아진 택시, 버스, 지하철 노선도 이용을 통한 도심 인구의 질적 이동성 향상에 기여할 것이다.



## 워크숍

## [스마트 모빌리티 디자인 워크숍]

자동차 디자인, 미래를 상상하다

## [스마트 모빌리티 글로벌 대학(원)생 워크숍]

Smart City, Smart Mobility

## [어린이 워크숍]

Hej Smart Stad! 어린이 디자인 워크숍

스마트 모빌리티  
디자인 워크숍

## 자동차 디자인, 미래를 상상하다

세계적인 브랜드에서 활약하고 있는 한국인 자동차 디자이너 300여 명이 참여하고 있는 비영리 자동차디자인 단체 (사)한국자동차디자인협회의 주관으로 진행된 국내 청소년 및 대학(원)생을 대상의 자동차 디자인 관련 교육 목적의 워크숍이다.

프로그램은 두 가지 파트로 진행되었다. 첫째, 디자인 세미나로 현업 프로디자이너가 말하는 스마트 모빌리티의 미래와 디자이너의 비전을 소개한다. 주제는 '자동차 융합 디자인 기술의 미래'이다. 고등학생 대상으로 진행하였다. 둘째, 디자인 그랑프리로 모두가 참여하는 스마트 모빌리티 디자인 배틀이다. 이는 카 디자이너를 꿈꾸는 대학생·일반인을 대상으로 진행되는 디자인 컴페티션으로 성황리에 마치게 되었다.

일시 2016.9.24(토) - 9.25(일)

장소 DDP 살림터 3층 디자인나눔관

참가대상 고등학생/ 대학(원)생



**리처드 정**  
YFAI 글로벌  
부사장



**이상엽**  
Hyundai & Genesis  
Vice President 상무

## 강연 및 심사위원



**임범석**  
Trans Lab Shanghai  
대표



**주병철**  
Hyundai Prestige Design Group  
Design Director



**크리스토퍼 듀퐁**  
Renault Design Asia  
Executive Managing Director



**나카소네 유**  
일본 Car Design Academy  
총장



**정주현**  
홍익대학교 산업디자인학과  
교수



**권판수**  
토요타  
디자인 어시스턴트 매니저



**박정삼**  
닛산  
크리에이티브 박스 디자이너



**정우성**  
포르쉐  
디자이너



# Smart City, Smart Mobility

서울디자인연구소 TBS 연구센터에서 2016년 동안 진행한 ‘글로벌 협력 연구’의 주제를 기초로 스마트 모빌리티를 상상하기 위한 국내외의 대학(원)생들의 워크숍을 진행하였다. 총 31명의 디자인 분야 외 공학, 건축 등 집단 지성이 모여 서울의 대중교통을 논의하고 고민하는 워크숍을 통하여 총 6가지 솔루션을 제안하였다. 국내외의 시각 그리고 해외의 시각을 통하여 앞으로 서울 대중교통의 방향성을 엿볼 수 있는 계기가 되었다.

일시 2016.9.27(화) - 9.29(목), 총 3일간, 10:00-17:00  
 장소 DDP 알림 2관(알림터)  
 참가대상 대학(원) 재학생 (디자인, 자동차, 공학, 건축 관련 전공 우대이나 제한 없음)  
 총기획 이지혜\_서울과학기술대학교 교수

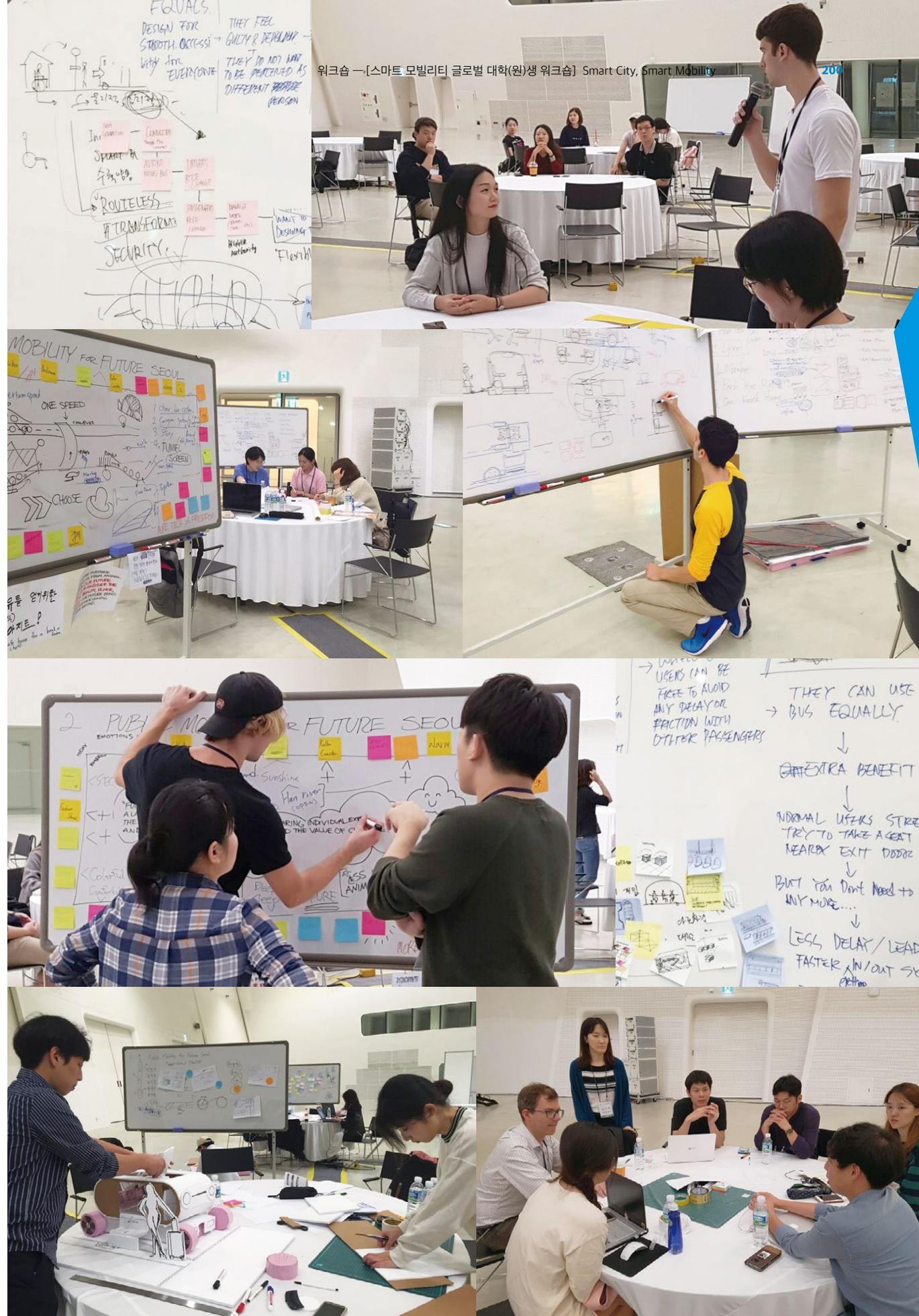
멘토



석 다니엘  
KAIST 산업디자인학과 교수



임 현준  
홍익대학교 기계시스템공학과 교수



## Hej Smart Stad! 어린이 디자인 워크숍

“도시에 더 이상의 여유 공간이 남지 않는다면 어린이의 자유로운 놀이는 어떻게 될까?” 도시에 사는 사람들은 점점 더 많아지고 도시의 차들도 점점 더 많아진다. 차들이 많아질수록 도시에서 어린이를 위한 놀이 공간은 점점 줄어들어 든다. 스마트 시티는 단지 도시를 똑똑하게 만드는 것만이 아니라 그 도시 안에 사는 사람들에 관한 고려가 필요하다. 더 똑똑한 새로운 서울과 똑똑한 대중교통을 디자인할 때 우리는 어린이가 도시에서 어떻게 이동하는지, 어디에서 어떻게 노는 지, 어린이들이 버스 정류장, 보행로 등과 같은 공공의 서비스를 어떻게 이용하는지 어린이 관점<sup>Child Perspective</sup>에서 대중교통과 이동성을 고려해야 한다.

일시	2016.10.1(토) - 10.2(일), 10:30-17:00
장소	DDP 알림 2관(알림터)
참가대상	초등학생
후원	주한스웨덴대사관, 아트라스콥코 코리아

### 멘토 및 진행



**엠마 외스터만**  
프리랜서 그래픽 디자이너  
일러스트레이터

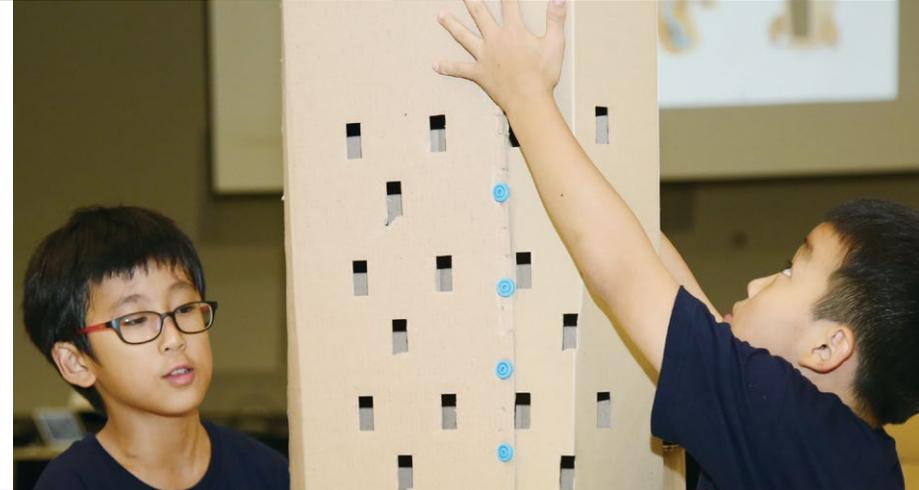


**아니카 닐슨**  
스튜디오 Unik Fabrik  
운영자



**임효정**  
플레이 31  
운영자







유니버설 디자인은 한 마디로 '차별 없는디자인'이라 설명할 수 있다.

노약자와 장애인 등 남과 다른 신체적 조건은 물론,

각 사용자가 지닌 성적·언어적·문화적·경제적·교육적 차이를 존중하여

그 어떤 입장과 형편에 있는 사람이든 삶을 살아감에 있어서

차별 없는 기회를 누릴 수 있게 하기 위한 모든 배려와 노력을 담고 있다.

유니버설 디자인은 스마트한 철학에서 탄생한

스마트한 디자인 솔루션이다.

# 2016

# 유니버설디자인 서울

## Universal Design Seoul

- 전시

체험전 : 어느 가족의 하루 이야기

단편 영상 : 이야기 3개

- 국제 세미나

## 전시

## [체험전]

## 어느 가족의 하루 이야기

- 첫 번째 이야기 : 창신동\_아침준비
- 두 번째 이야기 : 역삼동\_착한 일터
- 세 번째 이야기 : 명동\_서울답사
- 네 번째 이야기 : 삼성동\_병원에서 만난 사람들
- 다섯 번째 이야기 : 월계동\_아이들과 함께

## [단편 영상]

## 이야기 3개

일시 2016. 9. 22 ~ 10. 2

장소 DDP 국제회의장

## 체험전

## 어느 가족의 하루 이야기

이 전시는 평범한 서울시민과 그 가족이 일상에서 경험하는 착한 서울 디자인 이야기다. 가족의 구성원은 할머니, 아버지, 어머니 그리고 딸, 이렇게 네 명이다. 유니버설디자인<sup>Universal Design</sup> 적용 생활환경을 체험할 수 있는 5가지 일상 생활공간 이야기를 통해 유니버설디자인이란 무엇이고 어떻게 일상에 반영되어 있는지를 보여준다.

유니버설디자인은 20세기 동안 노약자와 장애인을 중심으로 인본주의적, 사회적 기반을 토대로 발전해 왔다. 20세기 간과되었던 사회적 약자의 입장을 고려한 ‘무장애 디자인’으로부터 시작해 현재, 다양성의 시대에 모든 개인의 특성을 존중하고 포용하는 유니버설디자인으로 도약하고 있다. DDP에서 열린 [2016 유니버설디자인 서울 : 어느 가족의 하루 이야기] 전시는 문화, 산업, 복지 및 환경 등 다양한 분야 속 유니버설디자인의 가치를 재인식하고 현재 우리가 살고 있는 사회를 이해하며, 나아가 서울의 미래사회의 방향을 예측하고 준비하게 하는 계기가 될 것이다.

## 전시 협찬

네오팩트, 만드로, 발뮤다 주식회사, 서울대학교 차세대융합기술연구원, 센티미터스튜디오 스마트사운드(주)  
에스엠엘디자인, 에이피오협동조합, 일룸, 전지영, 한현진, 강연주, 이소영, 유한나, (주)RNC, (주)대진씨티엔티, (주)두레섬  
(주)원차일드, (주)원드엘프, (주)한중엔시에스, 타카바이크 코리아

## 체험전 | 어느 가족의 하루 이야기 1 첫 번째 이야기 : 창신동\_아침준비

어느 때와 다른 평범하고 평화로운 아침입니다. 아침준비는 할머니와 어머니 그리고 아버지가 조금씩 서로 도와 함께 준비합니다. 그리고 가족 모두가 한자리에 모여 아침을 먹습니다.

이 집에서 볼 수 있는 조리도구들은 나이 드신 할머니, 어머니, 그리고 약간 불편하신 아버지가 함께 사용할 수 있도록 디자인된 것들입니다. 유니버설디자인이 적용된 주방 도구들입니다. 모두를 위해 디자인된 착한 도구들입니다.



**컬러네스트 보울 9종**  
Joseph Joseph

계량컵, 채, 다양한 크기의 그릇을 차곡차곡 겹쳐 놓아 공간절약이 목적이지만 그 자체의 외형 역시 아름답다. [www.josephjoseph.com](http://www.josephjoseph.com)



**인덱스 어드밴스 도마**  
Joseph Joseph

써는 재료에 따라 도마의 색을 선택할 수 있는 주방용품이다. [www.josephjoseph.com](http://www.josephjoseph.com)



**굽은형식사도구**  
sammons preston

팔의 움직임에 제약을 받는 사람들을 위한 식사 도구로 손목을 사용하지 않고도 쉽게 음식을 먹을 수 있도록 배려했다. [pattersonmedical.com](http://pattersonmedical.com)



**폼튜빙**  
sammons preston

쉽게 잡기 힘든 가정용품에 끼워 누구나 쉽게 사용할 수 있도록 하는 제품이다. 미끄럼방지 코팅이 되어 있는 말랑말랑한 재질로 물이 흡수되지 않으며 82°C에도 녹지 않아 주방에서도 안전하게 사용할 수 있다. [pattersonmedical.com](http://pattersonmedical.com)



**옥소의 주방용품들**  
옥소

남녀노소, 장애와 비장애 등의 기준으로 사용자를 구분하지 않고 오른손잡이와 왼손잡이는 물론 힘 있는 사람 혹은 힘없는 사람 모두가 편안하게 사용할 수 있다. [www.oxoshop.co.kr](http://www.oxoshop.co.kr)



**유니버설트레이**  
에이피오피협동조합

다양한 사람들을 고려하고 배려하는 디자인 이면서 미적 취향을 충족시킨다. 공간의 효율적 사용을 위해 모듈러 방식으로 디자인되었으며 사용자의 목적에 맞게 다양한 형태로 조합할 수 있다. [www.apopcoop.com](http://www.apopcoop.com)



**슬리드 의자**  
센티미터스튜디오

수평으로 포개지기 때문에 사용한 뒤 최소공간으로 보관이 가능하다. 사용자의 안전과 편안함을 고려해 가볍고 둥글게 디자인되었다. [centimeterstudio.com](http://centimeterstudio.com)



**드링크립**  
드링크립

책상이나 선반 등을 집어서 고정하는 커다란 클립이 컵홀더로 변한다. 누구나 즉각적으로 이해하고 사용할 수 있을 만큼 직관적인 디자인이다. [drinklip.com](http://drinklip.com)



**타볼리노 쿠션**  
주디자인

뒤집어서 쿠션, 테이블로 용용성 있게 사용할 수 있다. 다양한 환경과 조건 속에서도 자유롭게 사용 가능하고 다양한 사용방법의 선택권 제공하는 디자인이다. [www.joohongkyu.com](http://www.joohongkyu.com)



**자연제습기**  
250디자인

햇빛에 말려 반영구적으로 재사용할 수 있는 제습기로 환경친화적이고 지속 가능한 디자인 이며 인테리어 소품으로 활용할 수 있게 미학적인 측면이 고려되었다. [250.or.kr](http://250.or.kr)



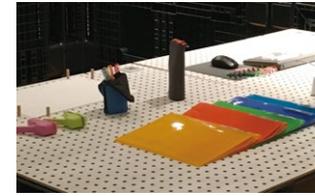
**레인**  
발뮤다코리아

무거운 가슴기 물통에 물을 채우는 일이 결코 쉽지 않은 노약자들을 배려했다. 아름다운 백자 항아리를 닮은 가슴기에 작은 주전자나 병으로 조금씩 물을 붓듯 채울 수 있다. [www.balmuda.com](http://www.balmuda.com)

# 체험전 I 어느 가족의 하루 이야기 2

## 두 번째 이야기 : 역삼동\_착한 일터

아버지의 사무실은 역삼동에 있습니다. 창신동에서 역삼동까지 장애인 콜택시를 이용해 출근합니다. 아버지는 유니버설디자인과 접목된 IT제품들을 연구하는 작은 회사를 운영하고 있습니다.회사에는 아버지와 같이 장애가 있는 사람들이 함께 근무합니다. 이곳의 첫인상은 어느 회사와 특별히 차별되는 것이 없습니다. 그러나 자세히 보면 장애인을 위해 디자인된 사무용품들이 여기 저기 눈에 띕니다. 유니버설디자인이 반영된 착한 사무용품입니다.



### 고쿠요 사무용품

고쿠요  
유니버설디자인을 기업의 전략으로 삼아 사용자를 고려한 사무용품을 만들고 있다. 철심이 필요 없이 반영구적인 스테이플러, 많은 내용물을 형태변화 없이 수납할 수 있는 파일 홀더, 그리고 내용을 보면서 선을 그을 수 있는 형광펜 등 다양한 문구용품이 있다. 쓰는 사람을 생각하면서도 재미있는 형태와 디자인을 놓치지 않았다. [www.kokuyo.com](http://www.kokuyo.com)



### 파이로 소화기

주식회사 두레섬  
기존의 소화기는 투박한 외형과 무거운 무게 때문에 사무실과 가정에서는 구석에 두는 경우가 많아 정작 필요할 때 사용하지 못하는 일이 생길 수 있다. 그러한 점을 고려하여 쉽게 벽에 걸어두고 쓸 수 있도록 한 간편하고 직관적인 디자인의 소화기이다. 가벼운 중량과 적은 힘으로도 조절이 가능한 버튼으로 남녀노소 누구나 쉽고 편리하게 사용할 수 있다. [www.firo.co.kr](http://www.firo.co.kr)



### 파이브어버

젬백스엔카멜  
화재를 마주하면 대부분 경황이 없어 대처가 늦어져 피해를 입는 경우가 많다. 파이브어버는 화재 대피용 마스크와 휴대용 비상조명등을 결합했다. 한 손 크기로 얼굴에 쓰지 않고 마우스 피스처럼 5초내 착용 가능하다. 일반전구 대비 3배 밝은 LED 비상조명등을 장착하여 연기로 인해 시야가 방해받는 상황에서 안전한 대피가 가능하도록 간단하고 직관적으로 사용될 수 있도록 디자인되었다. [www.Saver.com](http://www.Saver.com)



### 피봇파워

퀵키  
사용자가 원하는 대로 혹은 공간에 맞게 형태를 변형할 수 있는 콘센트. 각각의 콘센트를 구부릴 수 있는 재미있는 형태로 테이블 구성이나 책상다리 등 좁은 공간을 효율적으로 사용할 수 있다. 또한 전원 버튼이 있어 모든 전원공급을 일시에 차단할 수 있다. [quirkykorea.com](http://quirkykorea.com)



### 홀버

아이엔디그룹  
현장에서 많이 사용되는 T타입 스크루 드라이버와 새로운 회전방식을 융합하여 누구나 손쉽게 사용할 수 있으며, 사용자의 피로를 감소시키고 작업 효율을 향상한다. 상대적으로 힘이 약한 노약자, 혹은 여성사용자도 편리하게 작업이 가능하여 남녀노소 모두가 안전하게 사용할 수 있다. [www.holver.co.kr](http://www.holver.co.kr)



### 큐브젠

(주)한중엔시에스  
재난과 응급 시 사용할 수 있는 파워 스테이션. 고속 충전 및 자가발전 기능까지 갖추어 정전 등에 효율적으로 대비할 수 있다. 충전방식 및 출력이 다양하여 대부분의 전자기기에 활용이 가능하고, 리튬이온 배터리를 적용하여 수명이 길고, 무게가 가볍다. 다양한 위기상황과 조건에서도 누구나 쉽게 사용할 수 있도록 만들어진 제품이다. [www.hjncs.com](http://www.hjncs.com)



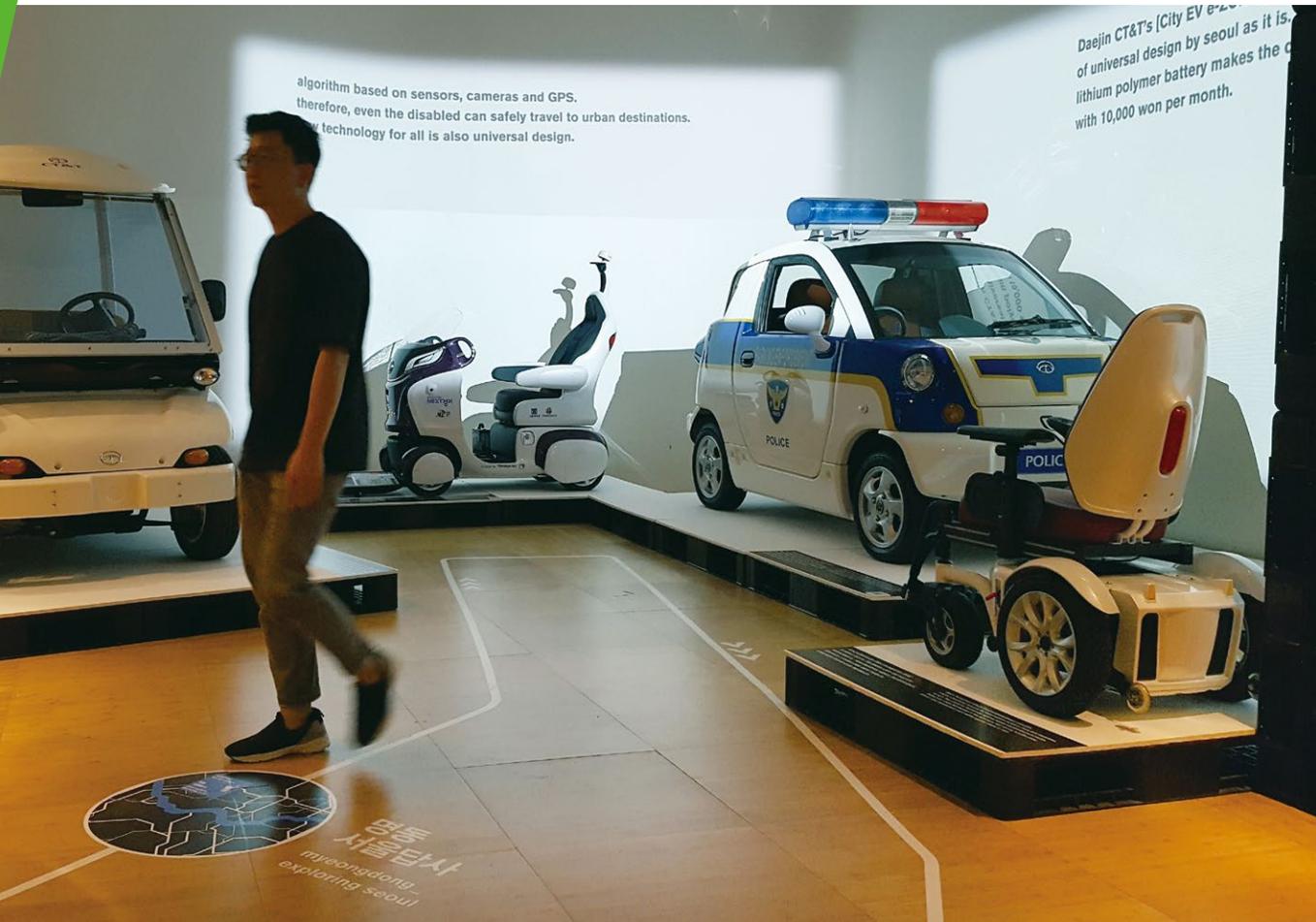
### AF 02 에어팬

(주)윈드앰프  
어린이와 반려동물이 있는 곳에서도 안심하고 사용할 수 있는 선풍기. 상하좌우에 숨겨진 날개가 안전한 사용을 돕는다. 쉽게 넘어지지 않는 목이 낮은 디자인으로 기술기의 조절도 가능하며 청소가 쉬워 위생적으로 사용할 수 있다. 또한, 일반 선풍기의 절반에 해당하는 전력으로 동일한 바람을 만들어내어 효율적이다. [windamp.co.kr](http://windamp.co.kr)



# 체험전 I 어느 가족의 하루 이야기 3 세 번째 이야기 : 명동\_서울답사

아버지의 회사는 강남의 다른 회사처럼 일이 많습니다. 사무실 일도 많지만 회사 밖의 일도 많습니다. 여기저기 다닐 곳도 많습니다.  
특히 오늘은 중국에서 온 바이어가 서울을 구경하고 싶어 합니다. 유니버설디자인 전문가인 중국의 바이어는 서울에 구현되고 있는 유니버설디자인을 알고 싶어 합니다. 이들은 서울답사를 시작합니다. 서울 이곳저곳에 유니버설디자인이 숨어 있습니다.



**C ZONE 유틸리티카**  
(주)대진씨티엔티  
작지만 튼튼함과 안전함이 강조된 일하는 전기 자동차. 6인 승차가 가능하며 공장, 놀이동산, 시장 등 다양한 곳에서 일 할 수 있다. 특히 환경 친화적이고 지속 가능한 디자인으로 유니버설 디자인의 전형을 보여주는 착하고 씩씩한 자동차다.  
[www.ctnt.co.kr](http://www.ctnt.co.kr)



**City EV e-ZONE**  
(주)대진씨티엔티  
리튬폴리머 배터리를 이용하여 한 달 1,500km를 주행해도 월 전기료 10,000원인 경제성을 자랑하는 전기자동차다. [www.ctnt.co.kr](http://www.ctnt.co.kr)



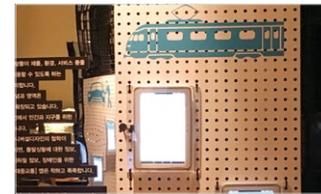
**서울시 공공 자전거 따릉이**  
서울시  
공유경제는 차량과 주택 등 생활에 필요한 재화와 서비스를 대여하는 방식으로 공유해서 사용하는 경제시스템이다. 따릉이는 확장된 유니버설디자인의 실천이다.  
[www.bikeseoul.com](http://www.bikeseoul.com)



**헬리우스**  
(주)RNC  
전동 휠체어는 나이가 많은 어르신이나 장애인의 발이다. 기능에 충실하면서도 세련되고 멋이 있어야 한다. 헬리우스는 그 자리에서 360도 회전이 가능하고 GPS를 활용한 무인주행 방식도 개발하여 적용할 예정이다.



**홍익인간**  
서울시  
장애인을 위한 전용 콜택시 앱으로 쉽고 간편하게 내 위치에서 가장 가까운 복지기관을 찾을 수 있으며, 저시력자를 위한 그래픽 인터페이스를 통해 사용이 간편하다. 또한, 청각 장애인 전용 문자예약 시스템을 간편화하였다. 혼자 스스로 어디든 갈 수 있도록 지원한다.  
[play.google.com/store/apps/details?id=com.windsoft.disablepersonmap](https://play.google.com/store/apps/details?id=com.windsoft.disablepersonmap)



**서울대중교통 앱**  
서울시  
배차지연, 출발상황에 대한 정보, 10초마다 업데이트되는 지하철 정보, 장애인을 위한 음성안내 시스템 등을 제공한다.  
[www.onestore.co.kr/userpoc/apps/view?pid=0000666696](http://www.onestore.co.kr/userpoc/apps/view?pid=0000666696)



**자율주행 가능한 개인용 이동수단**  
서울대학교 차세대융합기술연구원  
서울대학교 차세대융합기술연구원이 실내외 자율주행이 가능하도록 만든 도심형 퍼스널 모빌리티다. 센서, 카메라, GPS 장치를 기반으로 하는 인공지능 주행 알고리즘을 통해 자동차가 스스로 목적지까지 주행할 수 있다. 따라서 몸이 불편한 장애인도 목적지까지 안전하게 이동할 수 있다. [aict.snu.ac.kr](http://aict.snu.ac.kr)



**서울시 교통 홍보영상**  
서울시  
24시간 움직이는 도시에 더욱 활력을 주는 서울의 교통은 세계에서 인정받은 대중교통 시스템을 자랑한다. 빠른 속도를 보장하는 중앙버스전용차로제, 간편한 교통카드, 버스타 지하철의 이동을 분 단위로 알려주는 정보시스템 등을 제공한다. 제도와 기술이 결합한 교통 시스템을 통해 자가용 차 없이도 편리하게 살 수 있는 도시, 깨끗하고 쾌적한 서울을 만들어 간다.  
[youtu.be/zG4KpHKo\\_no](https://youtu.be/zG4KpHKo_no)



### 체험전 | 어느 가족의 하루 이야기 4

## 네 번째 이야기 : 삼성동\_병원에서 만난 사람들

**1 배리어프리 영화**  
 기존 영화에 화면을 음성으로 설명해 주는 화면해설을 넣고, 대사, 음악, 효과음 등 모든 소리를 한글자막으로 넣은 영화를 말한다. 시/청각 장애인을 포함하여 어린이, 어르신, 한국어가 서툰 외국인 등 누구라도 함께 즐길 수 있는 영화를 목표로 한다.

오전을 바이어와 함께한 아버지는 할머니 그리고 어머니를 삼성동 병원에서 만납니다. 오늘은 치매 초기증상을 보이는 할머니의 정기검진일입니다.

병원에 먼저 도착한 아버지는 병원 로비에 상영되는 배리어프리 영화1 를 보면서 병원과 유니버설디자인에 대해 생각해 봅니다. 의사, 진료보조원, 그리고 병원을 찾은 다양한 사람들이 병원로비에 서 있거나, 바쁘게 움직이고 있습니다. 이 사람들을 위해 유니버설디자인이 병원 공간에 녹아 있습니다.



#### 라파엘 스마트 글로브 네오펙트

신경계 및 근골격계 환자들의 재활을 돕기 위해 개발되었다. 가벼우면서도 스스로 쉽게 착용이 가능한 장비와 클라우드를 통해 가정에서도 지속적인 훈련이 가능하도록 만들어졌다. 또한 스마트 재활 기기와 연동된 게임화된 훈련을 통해 환자들은 재활훈련을 즐기게 되며, 개개인의 상태에 맞추어 임상적 근거를 가진 재활훈련 프로그램을 제공한다. [www.neofect.com](http://www.neofect.com)



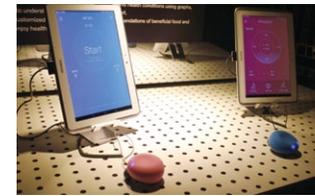
#### 전자의수 - Mark 5 만드로

최신 프로토타입으로 3D 프린터를 이용하여 저비용으로 만들 수 있는 개인별 맞춤형 전자의수이다. 만드로 주식회사는 돈이 없어서 전자의수를 쓰지 못하는 사람이 없어야 한다는 목표로 전자의수를 개발해왔다. [storyfunding.daum.net/episode/9583](http://storyfunding.daum.net/episode/9583)



#### 365안심약병 스마트메디캡

매일 약을 드시는 분들은 오늘 약을 먹었는지 안 먹었는지 까먹기 일쑤다. 고령 환자와 일반 환자 모두 사용이 가능하고 쉽게 열 수 없는 안전기능으로 아이를 보호하며, 뚜껑을 열면 요일이 변하는 자동요일표시기능으로 약의 복용 여부를 알 수 있다. 이를 통해, 중복 복용 및 미복용 등으로 인한 오투약의 위험성을 줄인다. [smart-cap.net](http://smart-cap.net)



#### 스키퍼 스마트사운드

심장 소리부터 심장 박동의 규칙, 진동 강도, 심장에서 나는 잡음까지 정확하게 잡아내는 스마트청진기. 모바일 앱과 연동되어 심장 소리와 건강상태의 변화를 그래프로 보여주기 때문에 심장의 건강상태를 쉽게 이해할 수 있다. 또한, 이에 따른 맞춤형 건강정보와 추천 음식, 추천 운동 등을 제공한다. [www.ismartsound.com](http://www.ismartsound.com)



#### 손잡이 등받이 목욕 의자 에이블웨어

혼자 씻지 못하는 노인과 장애인, 그리고 환자를 위해 디자인되었다. 어디나 쉽게 설치할 수 있으며, 높이가 자유롭게 조절되고, 약 140kg 까지 하중을 견딜 수 있도록 만들어져 비교적 몸이 불편한 분들은 혼자서도 사용이 가능하다.



#### 파워휠 운동기구 CanDo

손은 인체에서 매우 많이 사용되고, 자유롭게 쓰지 못하면 아주 답답한 신체기관이다. 갑작스러운 사고와 노년에 찾아온 마비로 인해 손 재활치료가 필요할 때 재활 도구들이 사용된다. 작은 사이즈와 가벼운 무게, 직관적인 외관을 통해 언제 어디서나 누구나 쉽게 사용 가능하도록 디자인되었다. [www.pwrwebintl.com](http://www.pwrwebintl.com)



#### 플렉시풋 플렉시풋

노인, 장애 혹은 부상을 입은 사람, 거동이 어렵고 부자연스러운 사람을 위한 보행보조수단이다. 어떠한 지형에서도 안정적인 보행을 유지하게 해주고 특히 수영장 등 바닥이 젖은 곳에서도 미끄럼방지가 되도록 디자인되어 사용자를 안전하게 보호한다. 또한 불규칙한 지형지물을 디딜 때 충격을 효과적으로 흡수해 근육과 관절 통증을 줄였다. [www.flexyfoot.co.kr](http://www.flexyfoot.co.kr)



#### 반짝반짝 두근두근

(2014년작, 김태균 감독, 15분) 영화 속에서 시각 장애를 가진 온유와 청각장애를 가진 은수는 배리어프리 영화를 통해 장애와 상관없이 사랑하는 사람과 함께 영화를 보고 소통의 즐거움을 느낀다. [youtu.be/k4cGjH0wKPA](http://youtu.be/k4cGjH0wKPA)



배리어프리 영화  
 <반짝반짝 두근두근>  
<https://youtu.be/k4cGjH0wKPA>

# 체험전 I 어느 가족의 하루 이야기 5 다섯 번째 이야기 : 월계동\_ 아이들과 함께

### 펜슬그립 sammons preston

펜을 쥐기 힘들거나 손에 마비나 장애가 있는 사람들을 위해 펜에 끼워서 글씨를 쓸 수 있게 해주며, 왼손과 오른손의 구분 없이 사용할 수 있다. 또한 펜과 같은 막대 형태의 물건에는 어디든 쓸 수 있어 다양한 환경과 조건에도 사용이 용이하다.

할머니, 아버지 그리고 어머니는 월계동에 있는 초등학교로 딸을 만나러 갑니다. 딸은 장애 학생과 비장애 학생의 통합교육을 실시하는 월계동의 초등학교에 다니고 있습니다. 딸이 다니는 초등학교에는 장애와 비장애의 구분이 없습니다. 아이들은 한 교실에서 함께 웃고 떠듭니다. 유니버설디자인은 장애와 비장애 어린이를 위한 통합적 환경 만들기의 역할을 넘어 교육과 사회적 통합을 목표로 합니다.



### 원차일드 키즈볼 원차일드

처음 스스로 먹기 시작하는 아이들에게 손가락질은 어려울 수밖에 없다. 아이들이 손가락질이 서툰 점을 생각하여 안전한 소재와 높은 한쪽 턱과 기울어진 바닥을 통해 힘들이지 않고 손가락을 사용할 수 있다.  
[www.onechild.co.kr](http://www.onechild.co.kr)



### 어린이용 촉각 도서 및 점자도서 도서출판 점자

모든 아이들이 공평하게 읽을 수 있는 책이다. 시각 장애아동들의 책은 점자뿐만 아니라 촉각이 있어 비장애, 혹은 다른 장애를 가진 아이들은 읽을 수 없고, 반대의 경우는 시각장애 아동이 읽기 어렵다. 재미있는 이야기가 그림과 함께하고 글씨와 점자가 같이 적혀있다.  
[www.kbraille.net](http://www.kbraille.net)



### 타가바이크 타가바이크 코리아

부모와 아이가 함께 자전거처럼 이용할 수 있는 하이브리드형 유아모차. 0~6세까지 오랜 기간 동안 폭넓게 사용할 수 있으며 무엇보다 아이의 안전을 위해 다양한 안전장치를 사용하였다. 사용자의 안전도 고려해 삼륜 구조로 디자인되어 자전거를 타지 못해도 누구나 운전이 가능하다. 20초 안에 변형할 수 있는 모듈방식으로 간단하게 접고 펴 언제 어디서나 사용할 수 있다.  
[www.tagabikekorea.com](http://www.tagabikekorea.com)



### 소프트 토이 이케아

이케아에서는 특정 장난감과 책이 판매될 때마다 1유로씩 기부된다. 유니세프, 세이브더칠드런과 서툰 점을 생각하여 안전한 소재와 높은 한쪽 턱과 기울어진 바닥을 통해 힘들이지 않고 손가락을 사용할 수 있다.  
[www.ikea.com](http://www.ikea.com)



### 코지 하우스, 롤롤, 카트체어 에스엠엘디자인

코지 하우스는 아이들 성장에 맞추어 책상 혹은 선반으로 사용이 가능하다. 롤롤 카트체어는 아이들 성장에 맞는 학습 놀이공간을 조성해주는 미술용 책상과 의자. 바퀴를 달아 움직일 수 있도록 하였고, 책상 상판에 다양한 사이즈의 홈을 두어 미술 도구들이 책상에서 굴러떨어지지 않도록 디자인했다. [www.smldesign.co.kr](http://www.smldesign.co.kr)



### 야미파미 증강현실 농사게임 전지영(삼성디자인멤버십 디자이너)

도시에서 자라는 아이들은 농사를 직접 체험하기 어렵다. 아이들에게 농사의 중요성을 깨닫게 해주는 이 게임은 아이들이 45가지 농작물을 간단한 조작과 직관적인 사용이 가능한 프로그램을 통해 직접 길러 보고 요리하며 농작물을 기우는 즐거움을 알아간다.  
[www.behance.net/gallery/34952971/Yummy-Farmy-game](http://www.behance.net/gallery/34952971/Yummy-Farmy-game)



### 베이비 크레용 OMMO

유아기 아이들이 쥐기 쉬운 조약돌 모양으로 되어 있어 적은 물리적 노력으로도 색칠 놀이를 할 수 있다. 또한, 전 세계 모든 아이들이 언어와 문자를 몰라도 알 수 있도록 친숙한 주변 사물의 모양과 고유의 색을 정형화하였다.  
[myommo.com](http://myommo.com)



### 모돌조립블럭 에드토프렌즈

블록 놀이는 아이들의 집중력 향상과 창의력을 풍부하게 만든다. 손을 사용하여 만드는 블록은 근력발달에도 도움이 되어 재활치료로도 많이 사용된다. 자석을 이용하여 만들어진 목재 블록으로 아이들이 적은 힘으로도 쉽게 조립할 수 있다. 또한 정해진 틀이 없어 다양한 방향으로 확장이 가능하여 자유롭게 사용할 수 있다.  
[edtoyfriends.kr](http://edtoyfriends.kr)



### 그로잉책상 일룸

아이의 성장에 따라 높이를 간편하게 조절이 가능하며 부드러운 소재로 모서리를 감싸 안전하게 이용하도록 디자인되었다.  
[www.iloom.com](http://www.iloom.com)

단편 영상

# 이야기 3개



**엄마의 소파**  
 서울시의 유니버설디자인은 사랑하는 이들을 위해  
 지금도 한발씩 다가가고 있는 긴 여정이다.  
 서울시 제작 | 2분 15초

**10개의 유니버설디자인 이야기**  
 평범한 일상에서 만날 수 있는 10개의 유니버설  
 디자인 사례를 코믹하게 풀어냈다.  
 싱가포르 건물 건설부 제작 | 5분 32초

**모두를 위한 유니버설디자인**  
 유니버설디자인의 7가지 원칙을 누구나 이해하기  
 쉽게 애니메이션으로 제작한 교육용 영상이다.  
 UNDP 우크라이나 제작 | 2분 41초

 **엄마의 소파 영상**  
<https://youtu.be/9Vt5WIEid2k>

 **10개의 유니버설디자인 이야기 영상**  
<https://youtu.be/07ol17Ev8-s>

 **모두를 위한 유니버설디자인 영상**  
<https://youtu.be/u7tw-b58xy4>



# 국제 세미나

## [기조강연]

모두를 위한 배려하는 디자인

## [주제발표]

- 01 유니버설디자인 도시의 길 찾기 시스템
- 02 사람들의 다양성을 포용하는 공간 디자인
- 03 사용자를 위한 정보 접근성 디자인, 체험을 통한 사회적 배려

## [토론]

미래 사회변화에 대응하는 유니버설디자인 도시 구현 방안

일시 2016. 9. 28(수) 13:00 ~ 17:00

장소 DDP 디자인나눔관(살림터 3층)

## 기조강연

# 모두를 위한 배려하는 디자인



휴버트 프로이언  
벨기에 하셀트 대학 교수

벨기에 하셀트 대학교의 휴버트 프로이언 교수는 하셀트 대학교와 루뱅 대학교에서 각각 건축과 인류학을 전공하고, 미국 UC 버클리에 건축공학박사 학위를 취득했다. 1971년부터 대학에서 건축을 가르쳤으며, 1993년 벨기에 '접근성 사무국' 설립위원을, 2006년부터 2015년까지 벨기에 '접근성 전문가 정부센터'(ENTER, Governmental Center of Expertise for Accessibility) 부회장을 역임하며 정부 차원에서의 유니버설디자인을 확산하기 위한 노력에 참여한 바 있다.

- '21세기를 위한 디자인 어워드', 론 메이스 상 수상(2004)
- 유니버설디자인 국제 컨퍼런스 기조연설(2014, 2015)
- 유니버설디자인 툴킷(Universal Design Tool Kit) 저술

1 접근 불가능한 군사 요새에서 모두가 접근할 수 있는 상징적인 박물관이 되기까지 이 군사 요새는 200년의 역사 동안 접근이 불가능했던 역사를 가지고 있었다. 하지만 역사적인 건축물을 보존하는 것에 중점을 두는 동시에 모든 사용자와 방문자가 접할 수 있게 하는 건축 요소를 추가하여 보편적인 설계의 상징적 사례로 바뀌었다. 2 유니버설디자인 주택 적용을 위한 시범 주택 주택을 위한 UD의 원리를 보여주기 위한 공공장소로 사용되었다. 우아하면서도 특이하지 않은 디자인과 사용자의 다양성을 위한 기능이 특히 강조되어 있다.

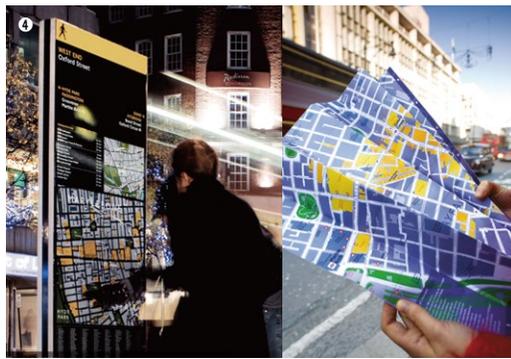


기조강연 영상

<https://youtu.be/CMD09IXGmzQ?t=13m55s>

주제발표 1

# 유니버설디자인 도시의 길 찾기 시스템



**에이드리언 벨**  
영국 어플라이드 웨이파인딩 이사

에이드리언 벨은 어플라이드 웨이파인딩의 캐나다 지사 이사로 재직 중이다. 어플라이드 웨이파인딩은 런던을 비롯, 뉴욕, 글래스고, 브라이언트 등 주요 도시의 길 찾기 시스템을 디자인했는데, 그 중 레지블 런던(Legible London)은 현재 가장 이해하기 쉬운 도시 통합형 보행자 길 찾기 시스템으로 평가받고 있다.

이 레지블 런던 프로젝트는 미국 SEGD, 영국 DBA 등 7개에 달하는 각종 권위 있는 디자인상을 받았으며, 어플라이드 웨이파인딩은 2016년 4월, 영국 왕실로부터 왕실 기업상(Queen's Award for Enterprise)을 수상했다.

에이드리언 벨 이사는 레지블 런던 프로젝트가 진행될 당시 런던 교통국에 근무하였으며, 캐나다 밴쿠버 교통국에서도 2년여 정도 일한 경험이 있어 공공행정과 디자인 프로젝트를 접목할 수 있는 강연을 들려주었다.

1 런던의 복합단지 '크로스레이 플레이스'의 길 찾기 시스템 휠체어 사용자들을 위해 항상 휠체어 이동 가능 동선을 안내한다. 2 영국 국경 아이덴티티 및 정보 디자인 다양한 언어를 사용하는 입국자들을 위해 상세 정보는 각국 해당언어로 표현했다. 3 영국 대형쇼핑몰 '블루워터' 길 찾기 시스템 휠체어 이용자들의 심층 인터뷰 결과를 제품 디자인과 정보 디자인에 반영했다. 4 읽기 쉬운 런던 프로젝트(Legible London) 도시 전체가 포괄적이고 통합적으로 읽기 쉬운 정보를 제공하는 것을 목표로 한다. 5 미국 오하이오주 클리블랜드시를 위한 길 찾기 시스템 디자인 읽기 쉬운 런던 프로젝트 성공 이후, 캐나다 밴쿠버, 미국 뉴욕 등 세계 주요 도시에 도시 통합형 길 찾기 시스템이 구축되었다.



주제발표 1 영상  
<https://youtu.be/CMDO9IXGmzQ?t=49m38s>

주제발표 2

# 사람들의 다양성을 포용하는 공간 디자인



**박인택**  
일본 탄세이샤 부장

박인택은 일본 종합디자인기업 탄세이샤의 부장으로, 일본 주요 상업 공간에 유니버설디자인을 성공적으로 적용하는 데 탁월한 경험과 능력을 보유하고 있는 디자이너이다.

탄세이샤는 백화점·레스토랑과 같은 '상업공간', 병원·양로시설 등의 '서비스공간', 전시장·쇼룸 등의 '프로모션 공간', 박물관·미술관 등의 '문화시설' 및 철도역사·공항 등 '공공시설'까지 매우 폭넓고 다양한 공간을 디자인함에 있어서 사람들의 삶에 윤택과 풍요를 가져다 사회 교류 공간 창조라는 기업 이념을 바탕으로 자사 디자인에 누구에게나 공평하고 편안한 공간을 만드는 유니버설디자인을 적용하고 있다.

박인택 부장은 이 탄세이샤에서 20년 이상의 디자인 실무 경험을 보유하고 있으며 탄세이샤 직원을 대상으로 한 유니버설디자인 교육도 담당하고 있다.

- JCD 일본상환경설계사협회 국제위원장(2009-2011)
- 인천연수구SC[SQUARE-1]프로젝트(2012)

1 인천 연수구에 위치한 쇼핑몰 스퀘어 원 쇼핑몰 전체가 '사람들을 감싸 안는 편안한 공간'으로 디자인되었으며, 모든 디자인 요소에는 시인성과 동선의 연속성을 고려했다. 2 스퀘어 원의 어린이 화장실, 수유실 3 일본 시부야의 쇼핑시설 공간 디자인 아이들과 함께 가고 싶어지는 편안하면서도 기능적인 공간으로 디자인했다.



주제발표 2 영상  
[https://youtu.be/FS\\_P1qdB2as](https://youtu.be/FS_P1qdB2as)

주제발표 3

# 사용자를 위한 정보 접근성 디자인, 체험을 통한 사회적 배려



**김정현**  
한국 NHN 테크놀로지 서비스 팀장

김정현 NTS(NHN Technology Service)  
웹 접근성 팀장은 네이버 웹 접근성 가이드(Naver Accessibility Guide)

를 개발하고, 이를 확산하기 위한 네이버 웹 접근성 브랜드인 '넬리' 사이트를 운영하고 있다. NTS는 저시력, 전맹, 지체 장애인 등 다양한 사람이 사용 가능한 웹 환경에 대한 인식확산을 목표로 성남에 위치한 네이버 사옥 그린팩토리 내에 웹 접근성 체험 부스를 설치하여 운영하는 한편, 이제 4회차까지 개최된 '넬리 세미나'를 진행하여 차별 없는 웹 환경을 만들기 위한 노력을 지속적으로 펼쳐 왔다. 특히 2016 넬리 세미나는 미래 창조과학부&한국정보화진흥원과 공동으로 개최되어 공공성이 한층 강화, 다양한 사용자 계층과 함께 정보 접근성과 보편적인 웹 환경에 대한 논의의 장을 이루었다.

웹 접근성 인식확산 체험 기획단계에서부터 실 서비스에 접근성을 적용하고 일반 사용자가 장애에 대해 공감대를 형성할 수 있도록 온·오프라인, 모바일 장애 체험을 기획했다.



주제발표 3 영상  
[https://youtu.be/FS\\_P1qdB2as?t=30m](https://youtu.be/FS_P1qdB2as?t=30m)

# 미래 사회변화에 대응하는 유니버설디자인 도시 구현 방안

토론



- 진행** 전미자\_사)한국복지환경디자인연구소 이사장
- 주제**
1. 고령화에 따른 지역 문제 해결을 위한 유니버설디자인 연구 - 윤혜경
  2. 다양한 사용자의 도심 이동성 확보와 지역 활성화 - 신윤재
  3. 시민이 체감·공감하는 유니버설디자인 - 김선이
  4. 유니버설디자인 도시, 서울 - 정미경



**전미자**  
사)한국복지환경디자인연구소 이사장

연세대학교 사회복지학 석사, 국민대학교 주택학 석사, 국민대학교 건축학 박사 수료, 관동대학교 건축공학박사 학위를 받고, 복지와 디자인을 융합적으로 연결하는 새로운 영역을 개척하여 디자인 혜택의 사각지대였던 다양한 사회복지시설에 유니버설디자인을 선도적으로 적용하고 있는 전문가이다. 성공회대학교 시민사회복지대학원 겸임 교수로서 사회통합의 도구로서, 마땅히 누려야 할 인권으로서 디자인 복지를 실천하고 있다. 2010년 서울시 행복한 디자인 나눔 프로젝트 기획 총감독, 서울시 복지시설 유니버설디자인 개발 총괄책임 수행을 비롯하여 행정자치부 국민 행복민원실 표준모델개발 등 정부·지자체·민간 영역의 유니버설디자인 연구에 활발히 참여하고 있다.



**윤혜경**  
연세대학교 연구교수

연세대학교에서 환경생태심리에 관한 연구로 박사학위를 받았고 「서울시 장애인 직접 재활시설 경영지원센터 생산 제품 포장을 위한 유니버설디자인」 연구, 「Active Senior를 위한 그린 치유환경 계획」 연구, 싱가포르 「Aging in Pace」를 위한 HDB 노인주거 리모델링 연구-유니버설디자인 중심」 등 다양한 유니버설디자인 관련 연구를 하였으며 다기능보행보조기, 휠체어의 방향 전환장치, 이동식 샤워부스 등 유니버설디자인 제품개발(특허출원)에 참여하기도 하였다. 주요저서로는 「산림치유개론(소화출판사)」, 「실내환경(교문사)」가 있으며 SCIE급 국제학술지 「Journal of Indoor and Built Environment」 논문 심사위원을 맡고 있다. 이외에도 UN-HABITAT Korea(AC) 사무총장, (전)아시아 실내 디자인 학회연맹(AIDIA) 사무총장으로 활동하는 등 주거·실내환경을 비롯한 환경디자인 분야에서 활발하게 활동하고 있다.



**신윤재**  
서울디자인재단 시민디자인연구소장

「유니버설디자인 산업 생태계 기반 조성 연구(2012)」, 「공공공간 유니버설디자인 실태조사(2015)」, 「100세대, 실버세대 디자인정책 실행과제 연구」 등 다수의 서울시 디자인 정책 관련 연구를 수행했다.



**김선이**  
송파솔루션장애인자립생활센터 사무국장

성균관대학교 사회복지대학원, 서울기독교대학교 일반대학원에서 각각 사회복지로 석·박사 학위를 받았으며 주요 연구로는 「지체 및 뇌병변장애인의 생활체육 참여에 관한 연구(2012)」가 있다. 사회복지사, 요양보호사 겸 미술치료사로서 현장에서 복지환경 개선 노력을 지속해 오고 있는 복지 전문가이다.



**정미경**  
서울시 디자인정책과 유니버설디자인팀장

서울시 유니버설디자인 종합 프로젝트 총괄



패널 토론 영상  
[https://youtu.be/ti15\\_945T7o](https://youtu.be/ti15_945T7o)





디자인의 역할이 문제해결을 통해

보다 나은 삶을 위해 기여하는 것이라면

공예는 문화적 정서와 미적 감각을 통해

보다 아름다운 삶을 위해 기여하는 역할을 담당한다.

그러나 우리 삶 안에는 우리의 문화 정서와도 거리가 있고

결코 아름답다고 할 수 없음에도 오랜 세월 습관처럼 함께 해온 것들이 있다.

'밥 그릇'을 통해 우리 일상의 공예제품을 재조명하는

2016 서울공예박람회의 전시 기획은 우리 삶을 보다 아름답게

바꾸기 위한 스마트한 시도가 아닐 수 없다.

# 2016

# 서울공예박람회· 프리마켓

## Seoul Crafts Exhibition · Free Market

- 2016서울공예박람회 : 생활의 발견

- 2016서울공예프리마켓

# 2016서울공예박람회 : 생활의 발견

## [감독의 글]

우리 밥그릇부터 챙기지요

## [전시]

- 01 '스텝' 공기 - 국가가 밥그릇을 통제하다
- 02 식판 - 끼니와 여물 사이
- 03 도시락- 움직이는 밥그릇
- 04 밥그릇의 이중생활 - 호화와 '대충'
- 05 밥그릇의 '전통'과 왜사기
- 06 숟가락 젓가락- 숟가락을 고집하다
- 07 조선의 밥그릇 - 밥상 위의 유교 질서
- 08 발우\_ 이 안에 담긴 것은 다 먹으라
- 09 밥상의 재구성 - 어울리지 않은 듯 어울리게
- 10 새롭게, 일상을 아름답게
  - 현대의 테이블 웨어
  - 공예가의 밥그릇, 요리사의 밥그릇
  - 서울무형문화재
- 11 반려동물의 밥그릇 - 또 하나의 식구를 위하여
- 12 오브제·회화
- 13 학생 작품

공예의 존재가치는 일상에 아름다움을 부여하는 데에 있다.

한국인의 주식은 밥이다. 끼니마다 밥그릇과 마주한다.

그러니 한국인의 일상이 아름다워지려면 밥그릇이 아름다워야 한다.

2016년 현재 한국인의 밥그릇은 아름다움과 멀다. 처참하다.

식당에서는 '스텝 공기', 집에서는 외국 회사의 '깨지지 않는 그릇'으로 받는다.

이들 기물의 형태가 어떤 계통 안에 있는 것인지, 먹고 살기에 바빠,  
더듬을 여유가 없었다.

고려청자와 조선백자의 영광은 한국인의 일상이 아니다.

박물관에서, 역사책에서, 텔레비전 다큐멘터리에서 가끔 접하는,

이제는 너무 낡아 민족적 자존심을 덧붙이기에도 진부한 유물일 뿐이다.

현재의 일상에서 이어받지 못하였으면 전통도 아니다.

밥그릇으로 한국인의 일상을 들여다보았다. 기괴하고 불편할 것이다.

아름답지 못한 우리의 일상에 우울하기도 할 것이다.

그래서, 그러므로, 미래는 창의적이고 밝을 것이다.

바닥이라는 인식이 있어야 도리어 튀어 오르는 힘도 강해지는 법이다.

일시 2016. 9. 22 ~ 10. 2

장소 DDP 돌레길, 갤러리문

## 감독의 글

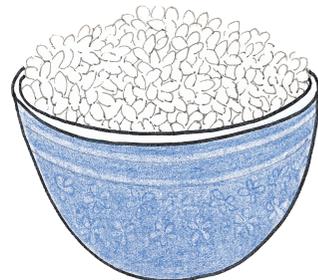
## 우리 밥그릇부터 챙기지요



황 교 익  
2016 서울공예박람회 감독

이 밥이 맛있니 저 반찬이 맛있니 평가를 하는 것은 맛 칼럼니스트가 직업인인 나만의 일이 아닐 것입니다. 누구에게든 하루 세 번의 끼니가 주어지고, 그러니 누구든 자기 앞에 놓인 음식에 대해 그 정도 분별의 말을 던집니다. 그런데, 그 분별이 오직 음식을 통해서만 얻어지는 것은 아닙니다. 식당 주인 혹은 종업원의 표정과 말투가 맛에 영향을 주며, 공간의 꾸밈과 그 공간에 흐르는 음악에 의해서도 맛이 달라집니다.

무엇보다 그 음식이 담긴 그릇에 의해 맛은 확연히 달라집니다. 한식을 세계화한다며 많은 일을 진행하였습니다. 그 성과가 어떤지 나로서는 알 길이 없습니다만, 내 눈에 보이는 것으로만 판단하자면 참 부질없다 싶었습니다. 한 문화권의 일상 음식이 다른 문화권의 일상 음식으로 이동하는 일은 단시간에 역지로 되지 않습니다. 당장에 성과를 얻겠다는 욕심에 외국인의 입맛에 맞추



어 한식의 맛을 바꾸어야 한다는 등, 그게 아니라며, 고유의 맛을 유지해야 한다는 등 음식물 그 자체에 대한 논란이 크게 일었었지요. 이미 세계화한 외국 음식을 상상해보세요. 스시가 적당하네요. 세계 각국의 사람들이 스시의 모양과 맛을 보고 그것이 일본 고유의 것인지 '국적 불명의 퓨전'인지 구별할 수 있는 능력을 갖추고 있을까요. 여러분은 한국에서 팔리는 여러 스시에서 '일본 고유'와 '한국 현지 적응의 퓨전'을 분별할 수 있는지요.

지구 상에 존재하는 모든 음식의 맛은 지역과 사람에 따라 제각각으로 친숙하고 또 유별합니다. 친숙하다고 보편적으로 맛있는 것이 아니며, 유별나다고 보편적으로 맛있는 것도 아닙니다. 한 문화권의 음식이 세계화한다는 것은 유별난 음식에서 친숙한 음식으로 변화한다는 뜻입니다. '보편적으로 세계 인류가 모두 맛있어하는 음식'을 상상하는 것만큼 바보스러운 일은 없습니다.

지구 상의 모든 음식이 제각각으로 친숙하고 유별나듯 한식도 세계인 앞에서 제각각으로 친숙하고 또 유별합니다. 그러니 한식 그 자체로 어느 외국의 음식에 비해 맛이 떨어진다고는 볼 수 없습니다. 그런데도 한식이 덜 세계화하였다고 보이는 지점이 분명 있습니다. 글로벌 스탠다드에 미치지 못하는 음식이라는 느낌이 한눈에 확 들어옵니다. 여러분의 눈에도 그럴 것입니다. 가장 큰 원인은, 그릇입니다. '스텝'과 멜라민 그릇입니다. 집안의 그릇이라 하여도 별다르지 않습니다. 다국적기업의 '깨지지 않는 그릇'을 씁니다. 도저히 그 계통을 더듬을 수 없는 디자인을 하고 있습니다. 제 밥그릇 하나 챙기지 못하는 주제에 우리 음식 맛있다고 자랑하고 있는 것입니다.

고려청자와 조선백자가 나는 전혀 자랑스럽지 않습니다. 이들 도자기가 자랑스러우려면 현재 대한민국의 도자기가, 일상에서 쓰는 여러 그릇이, 그만큼 아름다워야 할 터인데, 과연 그런가요. 아름다운 유물이 존재한다는 것 자체로 우리의 현실이 아름다워지는 것은 아닙니다. 외려 우리의 현실을 더 비참하게 만들 뿐이지요.

한때 '도자기의 나라'였던 그때의 영광을 되돌리자는 거창한 구호를 앞세울 것 없습니다. 한식문화를 자랑스러워하고 또 이를 세계화하자는 거품을 뒤집어쓸 것도 없습니다. 우리의 일상이 조금 아름다워졌으면 하는 뜻으로 '생활의 발견 - 밥그릇'을 기획하였습니다. 아름다운 밥그릇 하나가 우리의 일상을 아름답게 할 수 있습니다.

전시 1

# ‘스텝’ 공기 - 국가가 밥그릇을 통제하다

지름 11.5cm×높이 6cm. 국가가 국민의 밥그릇 규격을 정하였다. 식당이 이를 지키지 않으면 행정적 처벌을 받아야 했다. 쌀이 부족하니 밥을 덜 먹게 하자는 국가의 기획이었다. 마침 ‘스텝의 시대’였다. 녹나지 않고 가벼우며 깨지지 않는 스테인리스 스틸 식기는 첨단 기술이었다. 뚜껑 달린 ‘합’ 모양의 스텝 공기는 순식간에 식당에 번졌다. 식당 입장에서는 밥을 덜 내어 이득인 데다 밥을 미리 담아 보관할 수 있으니 인건비도 줄일 수 있었다. 이제 한국에는 쌀이 남아돈다. 덜 먹어 문제이다. 국가에서 밥을 더 먹자고 캠페인을 벌인다. 스텝 공기의 시대는 일찌감치 마감하여야 했다. 가난 때문에 유보하여야 했던 일상의 아름다움을 되찾을 때가 되었다.

이미지 출처 : 서울사진아카이브  
 동아일보 1990. 12. 26 기사(뉴스)  
 경향신문 1971. 07. 13 기사  
 경향신문 1979. 01. 12 기사(뉴스)  
 동아일보 1979. 05. 22 기사  
 동아일보 1973. 01. 10 기사(뉴스)



전시 2

# 식판\_ 끼니와 여물사이

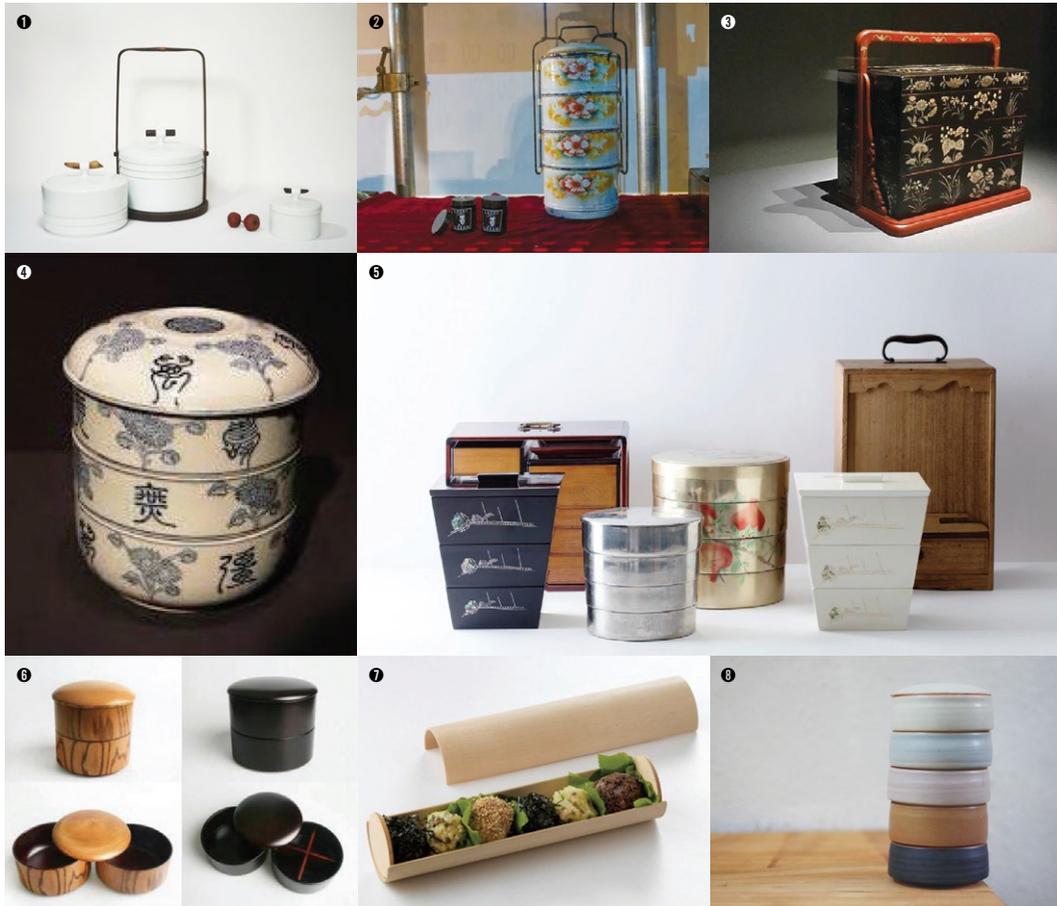


전통농업사회에서의 끼니는 집밥이다. 논밭이 집 곁에 있기 때문이다. 산업사회의 끼니는 매식이다. 노동자의 일터는 집에서 멀기 때문이다. 자본이 매식의 효율성을 위해 단체급식 시스템을 도입하였다. 산업사회의 공적 교육기관인 학교에서도 이 시스템을 받아들였다. 단체급식의 식기로 식판이 주어졌다. 식판의 밥그릇은 네모의 칸으로 존재한다. 밥그릇 없이 판 위에 밥이 올려진다. 국그릇도 찬그릇도 칸으로 존재한다. 판 위에 국이 부어지고 찬이 나뉜다. 식판은 그릇이 아니다. 영어로 Tray(트레이)이다. 쟁반의 한 종류이다. 쟁반에 밥과 국, 찬을 올려 먹는다는 것은, 인간의 존엄에 흠집을 내는 일일 수도 있다. 끼니가 여물일 수는 없는 일이다. 일상의 아름다움을 위해 적어도 식판에 밥그릇은 따로 올라야 한다.

전시 3

# 도시락 - 움직이는 밥그릇

집밥을 먹었던 전통농업사회에서도 도시락은 있다. 야유를 위한 도시락이었다. 찬합이라 불렀다. 여유로웠던 양반 계급이 주로 쓰는 물건이었다. 근대화 초기에는 일본의 찬합이 크게 번졌다. 왜찬합이라 하였다. 일제강점기부터 꽃놀이와 단풍놀이는 봄가을에 마땅히 해야 하는 행사가 되었고, 더불어 도시락 싸는 일도 많아졌다. 한국전쟁 이후에는 도시락 싸 들고 피크닉을 가야 현대인이라 여겼다. 야유와 꽃놀이, 단풍놀이, 피크닉의 도시락은 별식의 것이었고, 일상의 도시락은 따로 있었다. 학교의 단체급식이 일반화되기 이전에 학생은 매일 도시락을 챙겨서 다녀야 했다. 별식의 도시락과는 달리 간편성과 기능을 중시한 것이었다.



1 백합(百合)시리즈 강설자 | 백자, 나무, 대나무 | 20×20×35 외 2 법랑 찬합 3 나전 찬합 4 도자기 찬합  
5 개인 소장품, 오래된 찬합 김정은 6 옷칠목기 원형찬합 이바들 7 한 줄 김밥통 아를지기 | 김선태 | 단풍나무 베니어 | 24.5×5 8 준-찬합 박준수 도예공작실 | 박준수 | 도자기 | 10.5×10.5×20.5



전시 4

# 밥그릇의 이중생활 - 호화와 '대충'



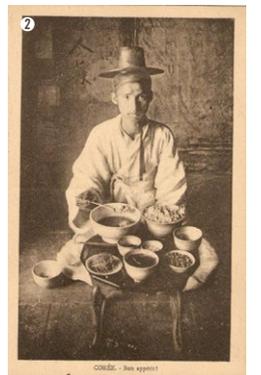
1 PROUNA\_지오메트리카  
한국 도자기 | 다기세트  
2 청송백자 팔각다반,  
선문접시 24, 선문접시 20,  
천문의연접시 19, 청채낮은볼 26  
무문커피잔세트, 무문황파형다관  
3 낮이 와인쿨러, 찬그릇(17cm),  
찬그릇(15cm), 찬그릇(9cm), 달포크  
4 목부용문 광주요 | 예단 2인세트

1970년대를 지나며 한국인의 그릇이 느닷없이 호화로워졌다. 결혼 예물로 홈 세트가 제작되었고 외국의 유명 도자기 세트가 수입되었다. 세트의 그릇 중에 애초 밥그릇으로 디자인된 것은 아니었으나 밥그릇으로 쓸 만한 모양의 것을 밥그릇으로 삼았다. 콘플레이크나 샐러드 등을 담는 볼이 밥그릇이 되었다. 예물의 그릇은 손님용으로나 쓰였고 일상으로 쓰는 그릇은 따로 마련하였다. 깨지지 않고 가벼운 강화유리의 외국 그릇이 한국인의 밥그릇으로 자리를 잡았다. 외국의 한 강화유리 그릇 업체는 한국에서 가장 많은 매출을 기록하였다. 이 업체는 근래에 한식 세계화 열풍에 맞추어 한식 식기 세트도 내놓았다.

전시 5

# 밥그릇의 '전통'과 왜사기

조선의 '고급' 도자기를 만들었던 사옹원 분원은 근대화 과정에서 무너졌다. 분원은 조선왕가와 양반계급 등의 후원 세력을 대체할 자본을 확보하는 데에 실패하였다. 민간의 지방 요들이 존재하였으나 기술 진보를 이루지 못하여 주류 도자기 시장에 진입하지 못하였다. 일제강점기에 일본 도자기 회사들이 한반도에 그릇을 대규모로 수출하였고, 또 한반도에 아예 대규모 공장을 세웠다. 이 그릇들을 왜 사기라 하였다. 한국인이 보편적으로 인식하고 있는 밥그릇의 전통은 일제 강점기의 이 왜사기 밥그릇에서 비롯한 것이다. 태평양 전쟁기에 이르러 일제는 전쟁물자 확보를 위해 유기를 공출하였고, 유기그릇을 대체하는 왜사기가 더욱 급속히 우리의 일상에 파고들었다.



1 조일통상장정기념연회도 1883년 조선 고종 20년, 조일통상장정 체결 과정에서 열린 공식 연회를 그린 그림이다.

안중식(安中植, 1866~1919)이 그린 것으로 알려져 있다. 송실대학교 한국기독교박물관에 소장되어 있다. 서양식 테이블 매너와 서양 식기의 모습이 잘 나타나 있다.

2 근대 사진과 그림 속 그릇 19세기 말 프랑스에서 유통되었던 사진엽서. 백성현 명지대학교수가 수집한 것이다. 국내에 소개된 뒤, 한국학중앙연구원 주영하 교수가 이 사진 속 인류학에 대한 자세한 해제를 부친 바 있다. 밥그릇, 국그릇, 찬그릇, 숟가락, 젓가락의 모습이 선명하다. COREE. Bon appetit! 라고 적혀 있다. 한국어로 옮기면 '맛있게 많이 드십시오!' 이다.



3 유기그릇 공출 일제 말기 태평양전쟁이 발발하자 일제들은 우리의 조상 대대로 물려받은 가보 제1호로 여기던 유기그릇 공출이라는 명목하에 마구잡이로 탈취하여 갔다. 일상생활에 필요로 하는 밥그릇, 수저, 대접은 닦치는 대로 가정별로 할당량을 정하여 탈취하였다. 이것도 모자라 전통적으로 내려오는 풍물(징, 팽과리)과 동민들의 대소사를 알리는 종 교량의 난간대 등을 빼앗겼다. 이에 격분한 민원들은 땅을 깊이 파고 매몰하였으나 제아무리 뒤져보아도 있을 리 만무하다. 광복과 불어 기쁜 마음으로 출토코자 하였으나 매몰하였던 장소를 분별치도 못할 뿐 아니라 발굴을 하여보니 한심하기 짝이 없다. 형질이 퇴색하여 아무리 뒤아 보아도 원형의 색깔을 찾을 길 없다.

전시 6

# 숟가락 젓가락 - 숟가락을 고집하다



- 1 숟가락숟가락 김연임 | 골동방짜  
유기수저, 면사/가죽 | 3.5×7×0.5
- 2 Spoon series 2016 류연희 | 은 |  
5×15×3.5 / 5.5×20×1 / 4×13×3
- 3 긴강한 숟가락 안대훈 925 은 |  
2.5×19×1.2
- 4 어우러짐 VIII 최기 |  
금강송 한옥 고재, 느티나무, 옷철,  
천연오일 도장 | 28×28×5
- 5 기와수저 코스틱 | 이병식 |  
스테인리스 18-10 | 4.5×2×25
- 6 옷칠목기 칼라수저세트 안대훈 |  
이바둑

숟가락과 젓가락이 나란히 놓인 밥상의 모습은 한국인의 밥상을 단박에 드러내는 인상이다. 그 인상은 밥과 국이 나란히 놓인 모습과 맞먹는다. 수저 없는 한국인의 밥상이란, 밥과 국이 빠진 밥상만큼이나 허전하고 어색하다. 한국은 중국, 일본, 베트남 등과 함께 오랫동안 젓가락 문화를 공유해 왔으면서도 유독 숟가락을 끈질기게, 집중적으로 써왔다. 한국인의 이웃은 국물은 숟가락 없이 그릇을 들고 훌훌 마신다. 한국, 중국, 일본, 베트남은 예부터 서로를 ‘한문화권’으로 일컬었지만, 숟가락에서만은 문화가 같았다. 조선 사람에게 중국인의 사기 숟가락은 국자와 비슷한 알쏭달쏭한 도구였다. 중국인에게 조선 사람의 숟가락이란 웃음이 터질 만큼 어색한 도구였다. 언제부터, 어떤 경로로 갈렸을까? 밥과 국을 번갈아 먹는, 밥을 국에 마는 한국인의 식습관에 그 단서가 있을지도 모른다. 분명한 것은 숟가락 하나에도 나의 일상을 되돌아보게 하는 문화요소가 있으며, 이를 통해 내 이웃 민족의 일상을 살피게도 된다는 것이다.

전시 7

# 밥상 위의 유교 질서

조선은 유교를 국교로 삼았다. 신분에 따른 절제와 예의, 금욕과 검소를 강조하였다. 왕의 일상에서부터 백성의 일상에까지 이 유교의 생활 질서가 관철되었다. 일상의 물건에서도 절제와 예의를 드러내고자 하였다. 밥그릇도 그랬다. 왕의 밥그릇과 세자의 밥그릇이 달랐으며, 신하의 그릇이 또 달랐다. 왕가의 그릇은 사옹원 분원에서 만들었다. 양반들도 이 그릇을 썼다. 금욕과 검소의 유교 질서를 따라야 하니 그릇의 형태는 단출하고 문양은 소박하거나 아예 없었다. 백성의 밥그릇도 크게 다르지 않았다. 조선 후기에 들어 이 절제와 금욕의 밥그릇을 한탄하는 이들이 등장한다. 중국과 일본에서 ‘아름다움 기물’을 보고 왜 우리 그릇은 아름답지 않은지 한탄한다. 한탄만 있었지 이를 바꿀 수 있는 구체적 방안은 기획되지 못하였다. 조선에서는 밥그릇보다 밥이 더 긴박하게 해결되어야 할 과제였고, 결국 이를 해결하지 못한 조선왕가는 일본왕가에 복속되었다.



1 아연野宴 작자 미상의 그림. 조선 후기, 야외에서 고기를 구워 먹는 풍속이 널리 퍼졌다. 아연을 묘사한 그림도 많이 남아 전한다. 소반에 오른 그릇이 화려하다. 국립중앙박물관 소장 2 주막 1745~1806의 <김홍도필풍속도화첩金弘道筆風俗圖畫帖> 가운데 하나다. 주막은 변화가의 술집과는 다른 공간이다. 주막은 별식을 준비하는 공간이 아니다. 하룻밤 목기가 중심이 되는 공간이다. 제공되는 할 수 있는 음식은 다 늦어서의 저녁 한 끼나, 자고 일어나 길 떠나기 전의 한 끼가 전부다. 곁들이는 술 또한 유료로서 거친 술이 있으면 그만이다. 여기 보이는 식기야말로 18세기 조선의 서민 대중이 흔히 쓴 식기일 것이다. 국립중앙박물관 소장



전시 8

# 발우 이 안에 담긴 것은 다 먹으라



불교 수행자는 탁발로 먹을거리를 해결하는 것이 원칙이었다. 먹을거리 생산 활동은 하지 않고 중생이 공양하는 음식을 먹는 것이 탁발이다. 수행자는 중생의 음식을 얻어 먹고 그에 대한 보답으로 득도하여 중생의 해탈까지 책임져야 한다. 탁발의 그릇이 발우이다. 탁발이란 '발우에 목숨을 기탁한다'라는 뜻이다. 발우란 곧 수행자의 생명이다. 그래서 열반할 때에 자신의 법맥을 이을 수행자에게 발우를 넘긴다. 불교의 오랜 법통이 발우 안에 있는 것이다. 발우는 수행자의 목숨이니 자신의 것을 늘 지녀야 하고, 그래서 가벼운 목기 발우가 일반화하였다. 특히 만행을 할 때 바람에 넣고 다니기에 목기가 적합하다. 공양할 때에 음식물을 넣는 입이 다른 사람에게 보여서는 안 되니 가벼운 목기가 또 적합하다. 발우에 든 것은, 밥알 하나 고춧가루 한 톨 남김없이 다 먹어야 한다. 이는 불교 수행자만의 규범으로 볼 것이 아니다. 음식 만든 자의 수고로움을 생각하면 음식을 만들지 않은 자가 이를 먹으며 지켜야 하는 최소한의 예의이다.



1 한국불교문화사업단 템플스테이 사진자료  
2 발우세트 이재준 | 백자소지 | 70×70×3.2



전시 10

# 새롭게, 일상을 아름답게

고려청자와 조선백자에서 찾을 수 있는 전통은 그 시대의 정치적, 사회적, 경제적 한계 안에서 또 그 시대가 요구하는 삶의 질서 안에서 아름다움을 얻으려고 하였던 의지와 노력일 것이다. 대한민국에서는 대한민국의 정치적, 사회적, 경제적 한계가 있을 것이고 또 이 시대가 요구하는 삶의 질서가 있을 것이다. 그 안에서 새롭게 또 아름답게 우리의 밥그릇을 창출하고자 하였다. 어떤 밥그릇이 현재 대한민국 서울시민의 밥그릇으로 적합하다는 구체적 제안은 할 수가 없고, 또 할 수도 없는 노릇이다. 민주 공화정의 시민의식은 시대에 따라 스스로 제각각 발현되며 이들의 미적 감각도 통합되고 규정될 수 있는 것은 아니다. 풀고 느끼고 즐길 수 있을 뿐이다. 일상의 아름다움은, 자유에서 비롯한다.

전시 9

# 밥상의 재구성 - 어울리지 않은 듯 어울리게

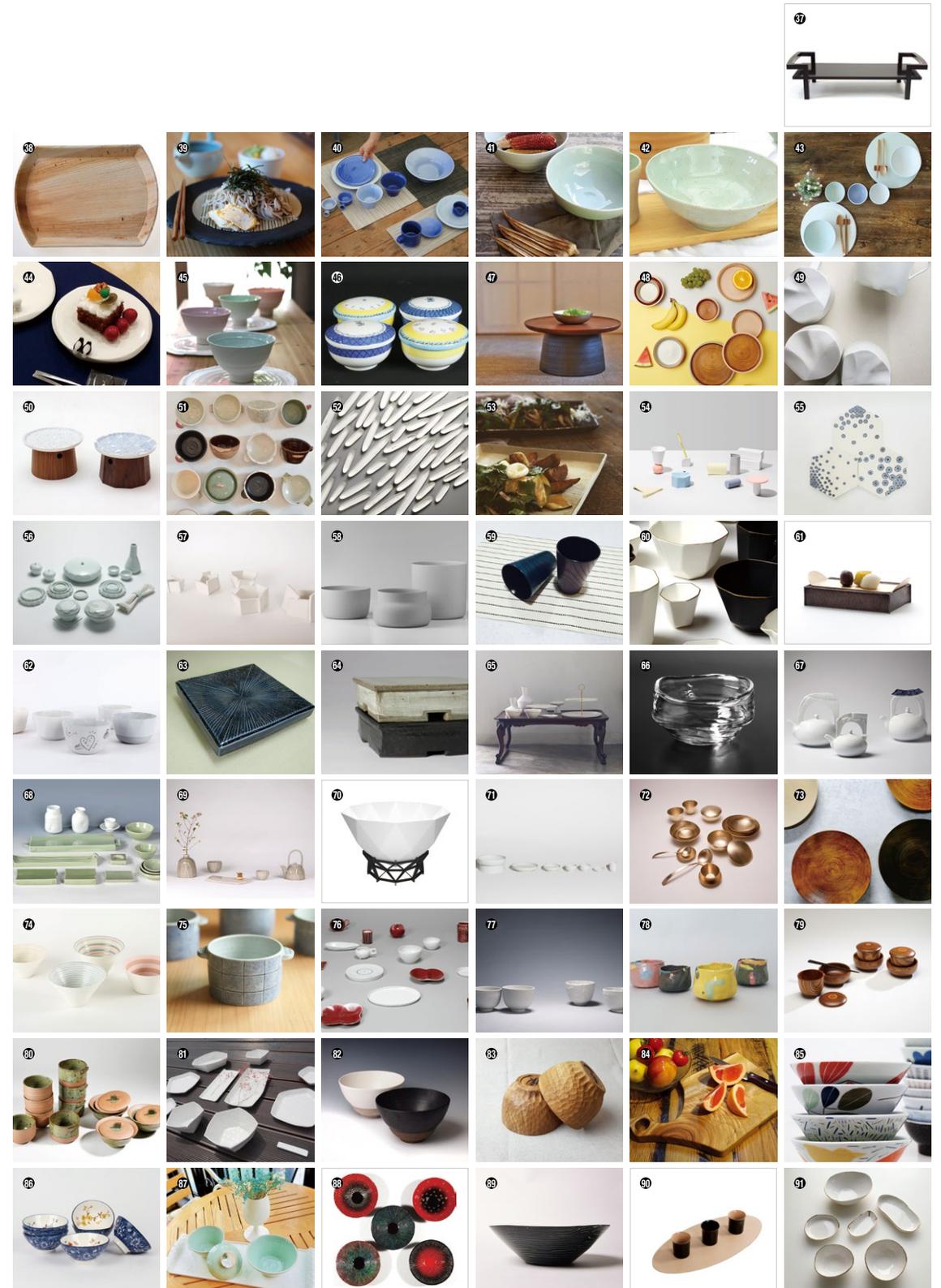
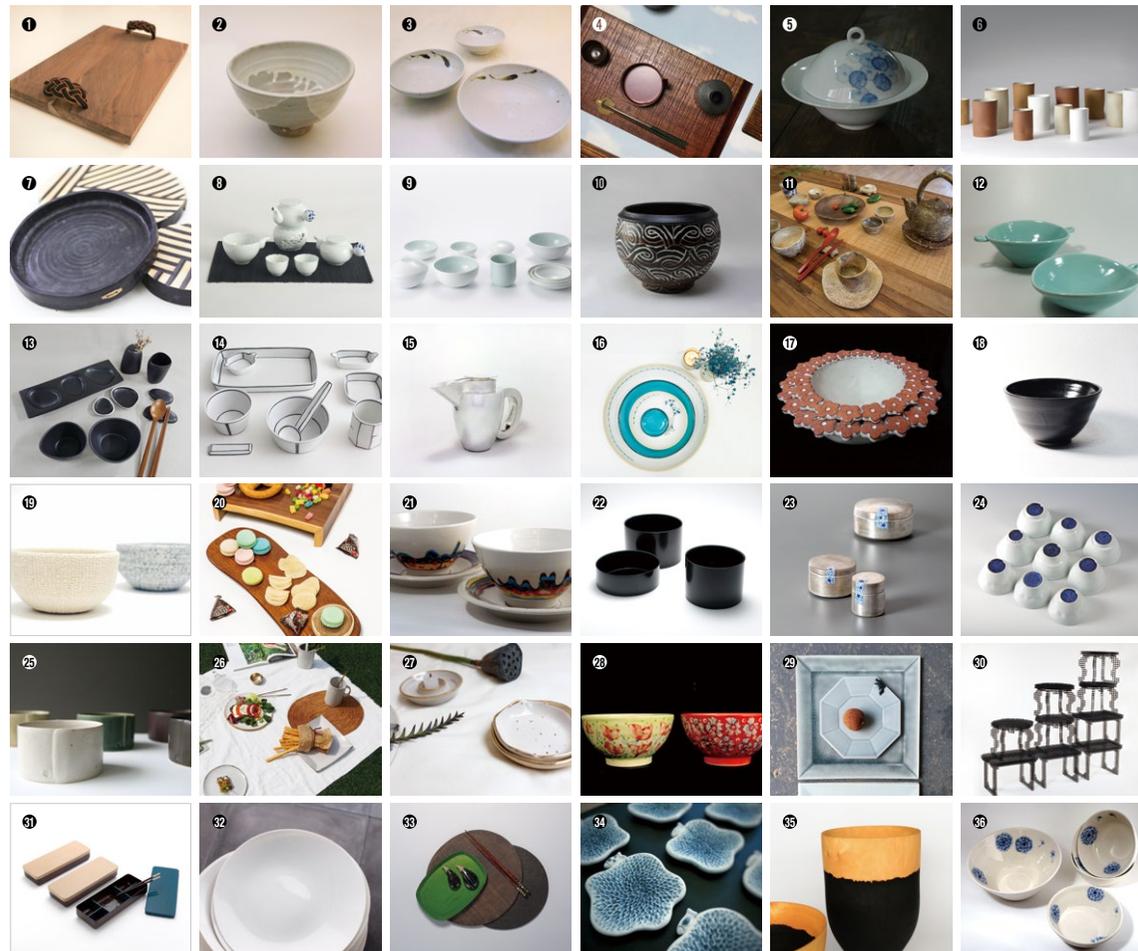
한국인의 밥상은 밥, 반찬, 국으로 구성되어 있다. 이들 음식물을 담는 그릇은, 대체로 세트이다. 도자기이면 도자기, 유리이면 유기로 깔리며, 한 제품 라인의 그릇으로 '통일감' 있게 연출된다. 좋은 말로는 '통일감'이나, 다른 눈으로 보면 획일적이고 단조로우며 변화와 조화로움이 없으며 답답하다. 무엇보다, 음식에 담겼을 요리사의 개성은 이 세트의 그릇 안에서 질식한다. 도자기, 유리, 목기, 유리 가리지 않고 한 상에서 연출되는 밥상을 구성하였다. 음식물 제각각에 적합한 그릇을 찾고, 그 제각각의 그릇이 또 음식물과 함께 조화로울 수 있게 꾸몄다. '통일감'은 서로 어울리지 않는 것인 듯 어울려야만 얻을 수 있는 미적 체험이다. 똑같은 것의 나열은 유치하며 비문화적이다.



### 전시 10 | 어느 가족의 하루 이야기 1

## 현대의 테이블 웨어

1 강선형 2 김윤재(곰아저씨공방) 3 함윤정(곰아저씨공방) 4 구은경 5 권기우 6 권나리 7 김혁영(그아저씨공방)  
 8 하태훈(길상도예) 9 김경수 10 김경한 11 김대웅 12 김민형 13 김삼현 14 김석빈(김석빈도자기) 15 김성수  
 16 김수연 17 김양숙 18 김예현 19 김은혜 20 김지명 21 김형준 22 김혜령 23 김희종 24 남정택 25 김가진(농담도예)  
 26 도선미 27 정혜신(도요세세라믹) 28 문신혜 29 박문희 30 박보미 31 박성철 32 박소영 33 박수이 34 박은화  
 35 박홍구 36 방향란 37 본플라 38 서석만 39 서정옥 40 선의美도자기 41 천영옥(세라믹가든) 42 송태석  
 43 전상근(식탐쟁이그릇) 44 신수연 45 심사영 46 심수정 47 아름지기 48 안혜현 49 김승원(앤드바움) 50 양용걸  
 51 여우자기 52 오성기 53 오종보 54 왕고은 55 윤고은 56 윤상요 57 윤성호 58 이가진 59 이바들 60 이상호  
 61 이승현 62 전현지(이악크래프트) 63 이유리 64 이재원 65 이정은 66 이찬우 67 이창화 68 이춘택 69 이혜원  
 70 이호기 71 이흥기 72 임문걸 73 장이 74 전예슬 75 정원배(정담은도자기) 76 정세욱 77 정용현 78 정찬혜  
 79 최기 80 최대규 81 최은진 82 최재일 83 이도윤(카유아티산) 84 윤웅(테즈보) 85 한수우 86 박종명(한여요)  
 87 한연희 88 해송공예 89 홍지은 90 황혜정 91 이승엽, 차명승(희고희고)



## 전시 10 | 어느 가족의 하루 이야기 2

## 공예가의 밥그릇, 요리사의 밥그릇

## 공예가

심진태(1250°C), 구은경, 김가진, 김경한, 김삼현, 김운재, 김학영, 김혜령, 박성철, 박수이, 본플라 세븐비, 송태석, 전상근(식탁쟁이그릇), 심사영, 박소연(쏘믹), 김한나(여우자기), 조윤진(여우자기), 오종보 윤고은, 이재원, 이지찬, 이창화, 이춘택, 이호기, 정용현, 최대규, 이도윤(카유아티산), 한수우, 함윤정, 홍지은

## 요리사

강민구, 강성규, 권우중, 김낙영, 김남성, 김민지 푸드스타일리스트, 김봉수, 김성운, 김순태, 김태운 노진성, 최은이, 메이킵 요리연구가, 김태원, 문동택, 박상현, 박성배, 박종혁, 김현우, 손영철, 신승환, 심주석 안진석, 여경래, 여경록, 왕육성, 은형기, 이방원, 이병용, 이보은 요리연구가, 이영라, 이재훈, 이충후, 장명식 정운기, 정찬재, 정호균, 조명훈, 조성주, 주종국, 진경수, 진생용, 최석규, 최소영, 최우혁, 최일범, 김경숙 한충희, 허진우, 황규선



전시 10 | 어느 가족의 하루 이야기 3  
서울무형문화재



1 동양 외공후 김복근(서울시 무형문화재 제 28호 약가장) | 느티나무, 명주실 | 90×15×75 2 대삼작 김은영(서울시 무형문화재 제 13호 매듭장) | 산호 가지, 백옥나비한쌍, 밀화불수, 실크 | 42 3 좌등 김창식(서울시 무형문화재 제 26호 소목가구장) | 가래나무 | 23×23×7 4 싸리구절판 김환경(서울시 무형문화재 제 1호 칠화장) | 옷칠, 건칠분, 홍송 | 34×34×8 5 귀갑문구절판 손대현(서울시 무형문화재 제 1호 옷칠장) | 오통나무, 옷칠, 삼베, 토분, 전복패, 소리패, 흑진주패 | 36×36×11

전시 11

반려동물의 밥그릇 -  
또 하나의 식구를 위하여

반려, '짝이 되는 동무'라는 뜻이다. 인간은 늘 인간이 반려였다. 근래에 개, 고양이 등등의 동물이 반려로 들어왔다. 산업사회의 '고독한 군중'에게 생활의 벗이 되어주고 있다. 동물은 스스로 밥그릇을 만들지 못한다. 반려이니 사람과 한 공간에서 살고, 그러니 자연스럽게 사람의 밥그릇으로 밥을 먹이게 된다. 예전엔 깨지고 쭈그러지고 못쓰게 된 밥그릇이 반려의 밥그릇이었다가, 요즘은 반려를 위한 밥그릇이 만들어지고 있다. 때때로 사람 밥그릇보다 아름답고 비싸다.



1 HOWL BOWL 허울팟 | 임동률, 안중근 | 도자기 | 18×18×5 / 18×18×10 2 퍼즐 식탁 가또블랑코 | 박기훈 | 자작나무 합판 | 22×20×15 3 Gold Star 표지혜 | 자기 소지, Gold | 12×12×6 4 다이아식기 류채용 | 김형우도자기 | 20.5×20.5×7.5

전시 12

# 오브제 · 회화

참여업체 및 작가

오브제

강혜림, 소동호, 유경옥  
최홍선, 한경화

회화

강지혜, 이강



전시 13

# 학생작품

학생작품

1 권하늘 2 김진영 3 박민숙  
4 박현영 5 이지선  
6 송한나, 김다혜 (다송) 7 김효정  
8 박수미 9 조성은  
10 이은선 11 황다경



EVENT

# 국수 맛의 절반은 사발

하얗게 또아리 튼 면발에 색색의 고명, 그리고 차분한 국물.  
국수는 음식 그 자체로 시각적 아름다움을 준다.  
더 아름다우면 각각의 국수에 마땅한 그릇이 있어야 한다.  
국수 맛의 완성을 위해 도예가들이 사발을 제작하였고  
여기에 어울리는 국수를 담았다.



작가 전상근, 정용현, 이지현(로자비), 오종보, 김희중, 최재일, 모던도자기, 김삼현, 여우자기, 서정욱, 정담은  
요리사 배화여자대학교 김정은 교수 및 학생40명 일동, 이상림, 방소윤, 이상림, 문정혜

# 2016 서울공예프리마켓

2016 서울공예프리마켓은 11개의 서울지역에서 열리며, 10개 프리마켓 운영단체를 지원한다. DDP에서 열리는 2016 서울공예프리마켓은 개성이 중시되는 소비 트렌드 변화로 공예품의 잠재적 시장이 확대 됨에 따라 생활공예를 주변에서 쉽게 만날 기회로서 공예가, 디자이너, 청년 및 여성 창업가, 일반 시민들이 직접 제작한 공예품 전시 및 판매, 체험, 시연 등 적극적 참여를 통해 공예품의 우수성을 알리고 자생력을 키울 수 있는 공예프리마켓이다.

일시 2016. 9. 22 ~ 10. 2

장소 DDP 미래로

## 서울 11개지역 프리마켓 연계

<b>2016서울공예프리마켓</b> 9.22~9.26 / 9.28~10.2 DDP 미래로 주최 : 서울디자인재단 <a href="https://facebook.com/seoulcraftsfair">facebook.com/seoulcraftsfair</a>	<b>건대프리마켓</b> 6.18 / 6.25 / 7.2 / 7.9 / 7.23 건대입구역~건대예술대거리, 공원 주최 : 건대프리마켓운영위원회 <a href="https://facebook.com/kufreemarket">facebook.com/kufreemarket</a>	<b>맹명거리마켓</b> 6.25 / 7.30 / 8.27 / 9.24 / 10.29 홍대 맹명거리 주최 : 문화활력생산기지 <a href="http://blog.naver.com/vitalmarket">blog.naver.com/vitalmarket</a>
<b>아트로드브릿지</b> 6.26 / 7.31 / 10.30 / 8.27~28 홍대건고삼은거리, 광장 주최 : 문화활력생산기지 <a href="http://blog.naver.com/vitalmarket">blog.naver.com/vitalmarket</a>	<b>연희견다, 공예있다</b> 4.23 / 5.7 연희동 주최 : 어반플레이 <a href="http://www.yeonhuidong.com">www.yeonhuidong.com</a>	<b>연희동네프리마켓</b> 10.1 연희동 보스토크 주최 : 무소속연구소 <a href="https://facebook.com/cafe-vostok">facebook.com/cafe-vostok</a>
<b>열정도공장</b> 6.11 / 7.9 / 8.13 / 9.10 / 10.8 원효로 1가 주최 : 청년장사꾼 <a href="https://facebook.com/sellourpassion">facebook.com/sellourpassion</a>	<b>이태원 계단장</b> 9.24 우사단로 10길 주최 : 우사단단 <a href="https://facebook.com/wosadan">facebook.com/wosadan</a>	<b>홍대앞희망시장</b> 6.19 / 7.3 / 8.7 / 9.4 홍익어린이공원 주최 : 환경예술센터 <a href="http://www.rainbowmarket.kr">www.rainbowmarket.kr</a>
<b>프랑꼬아트마켓</b> 9.2~3 / 9.9~10 / 10.7~8 / 10.28~29 코엑스 동문 앞 야외광장 주최 : 프랑꼬 아트 랩 <a href="https://facebook.com/francoartmarket">facebook.com/francoartmarket</a>	<b>청춘마켓</b> 7.14~15 / 8.18~19 / 9.8~9 / 10.13~14 / 11.17~18 청계천(광교사거리~장통교) 주최 : 마이크임팩트 <a href="http://storefarm.naver.com/micfactory">storefarm.naver.com/micfactory</a>	<b>피버프리마켓</b> 9.3~4 / 9.28~30 / 10.8~9 / 10.29~31 서울혁신파크 주최 : 복합문화협동조합 이음 <a href="http://www.feverfleamarket.com">www.feverfleamarket.com</a>



2016  
서울공예프리마켓

서울공예프리마켓 아티스트

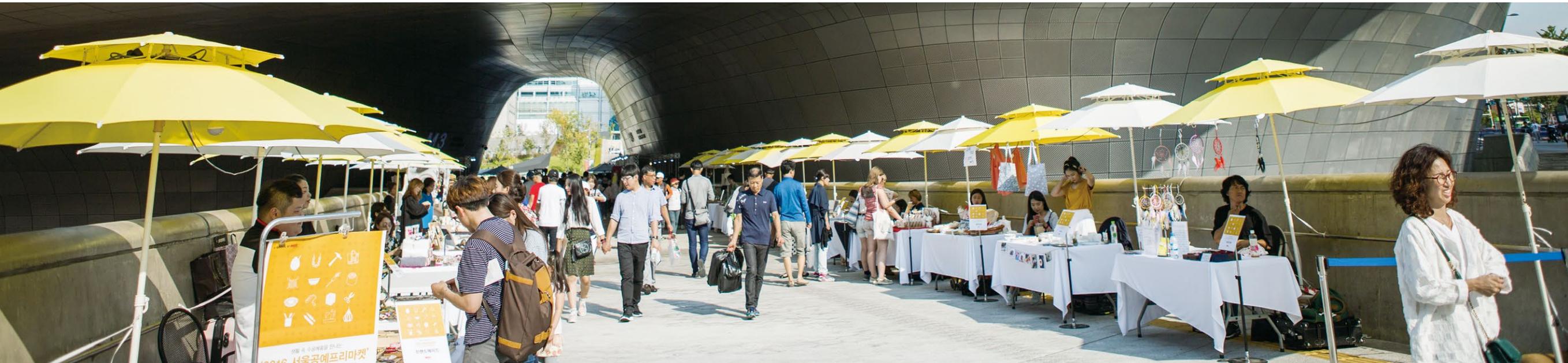
(주)아트웍스그룹	www.artworksgroup.net
25공방	instagram.com/sje2406
AG studio(김영선)	instagram.com/ag_studio
ATM	subrilove@daum.net
Dreamy - Lights	cherish_ya.blog.me
JK MANUEL	www.jkmanuel.com
KEAMS	kea917@naver.com
My Dearest Jewellery	www.mydearestjewellery.com
studio hani(한민정)	studiohani.modoo.at
갈레아트	galetart.modoo.at
공방홍야	hongya.modoo.at
김민형	warab@hanmail.net
김복영	boyung0522@naver.com
김상희	instagram.com/sanghilit
달의공전	www.bonocu.com
나비실꽃	www.nasquiat.com
나스키아	instagram.com/nenenadllee
너나들이	jhmjay@naver.com
노노	hello_nyonyo@naver.com
누루	
다송	instagram.com/dasong_made
다정한손뜨개	chocore.blog.me
더고유	www.thekoyou.com
더쓰임	facebook.com/thessueim
도예공방가림토	facebook.com/galimtoclay
돌공방	sunylc@naver.com
드벨리끄	www.dbelique.com
다바인유니콘	instagram.com/divine_unicorn
라바디에나	www.labadiena.co.kr
라엘	blog.naver.com/candle_ral
레브에이치	instagram.com/REVEH7979
레더써전	instagram.com/eather_surgeon
렌티고앤슨	www.lentigoandson.com
로울	
루제나	rujenajewelry@naver.com
루피쉬스튜디오	www.lufish.com
르아르페	storefarm.naver.com/le-arte
리엔트리(최희송)	story.kakao.com/ch/viki0331
마인드 디자인	www.baatchyn.com

마젠타베리	blog.naver.com/fabulous72
매듭공방 연	blog.naver.com/lotustea7
멍멍모아	pmk24.blog.me
모로모로	gurqhdqk@naver.com
묘현	blog.naver.com/myohyeon_myomi
미라쥬플라워	blog.naver.com/mirageflower
민소공방	instagram.com/minso_caremic
바나나살롱	www.kyouzu.com
바오아티	www.baoatti.com
박솔지	instagram.com/feat_monster
박영미(ENE)	storefarm.naver.com/eneplus
배아뜨리체	blog.naver.com/hjp0810
보에아	blog.naver.com/boea2015
복은	instagram.com/yunny_0806
보람	www.byoryang.com
브라이트세라믹스	brighten_k@naver.com
블루코커스	wonnnna.blog.me/
서프스톤	instagram.com/surf_stone
선도예공방	blog.naver.com/jiny2
성신여대 공예과(진유민)	leafree@nate.com
손작업인생	blog.naver.com/ga_ryun
송숙영	www.gracedoll.co.kr
수쟁아틀리에	Baby1381.blog.me
스튜디오뉴아주	blog.naver.com/studionuage
시월은	Poiuy_007.blog.me
아르티스트뷰	www.artistview.com
아이유베베 협동조합	www.iubebe.com
애리씨세라믹스튜디오	instagram.com/aelee_01
앤켓	blog.naver.com/bbo74
앨리스의 하루	blog.naver.com/hiharu79
양다솜	dydy7942@naver.com
여누씨공방	blog.naver.com/yeonwoart
온느씨	instagram.com/onne.c
윈더우먼	boku7756@naver.com
유리공예하는집	www.glasszip.co.kr
유유진	instagram.com/anndorothy_acc
윤미경	blog.naver.com/milend
이덕진	instagram.com/bluepatina1010
이미션	instagram.com/MI_SUN_LEE

이서	www.yisuh.com
이수희(오프팩토리)	instagram.com/ott_factory
이연주	youn-julee@naver.com
이은	blume2431.blog.me
이지베틀	www.easybettle.com
이현지	ppppppppll@hanmail.net
자기색	aaa_a@naver.com
자매정원	instagram.com/sistergarden2
장민정	Zigimby.modoo.at
장소임	instagram.com/soimchang
장인소인(장은지)	instagram.com/janginsoin
인컴큐(정상길)	incomq@hanmail.net
제페토	instagram.com/geppetoshop/
주성희	blog.naver.com/arkhe7080
지수칠보	blog.naver.com/vlwkt
창사랑	storefarm.naver.com/vortac
채운	www.chaun.co.kr
최미미	yujds@naver.com
최은혜	instagram.com/eunhyenara_felt
최희옥	
강강플라워	blog.naver.com/eungilflower
캘리공작소	calligongzakso.com
커먼디어	www.commondeer.kr
타이니글로우	www.tinyglow.co.kr
터틀힐	instagram.com/kameeunyoung
토리하나의 작업실	blog.naver.com/sewing_haja
파라파라팜	instagram.com/parapara_parm
프로젝트 21	instagram.com/: project_21
프로젝트 #204	project_204.blog.me
프롬케이	www.fromkay.co.kr
프리플라워	hodong071@naver.com
피앤씨	gcchoi@pnctrade.com
피치피치	instagram.com/studiozzo
하늘해	instagram.com/skysun45
한지공예송림	blog.naver.com/soonie999
해쉬블랙	www.hashblack.co.kr
협동조합 진핸드메이드	www.jinhandmade.com

함께하는 프리마켓 아티스트

건대프리마켓	건대프리마켓 운영위원회	facebook.com/kufreemarket
	Everything Funny Shin's	facebook.com/funtinlion
	두리두한지격정인형	instagram.com/duri_du
	티티야	blog.naver.com/i_titiya
	고고졸담	instagram.com/gogojodam
	무모머	facebook.com/pinupmoo
문화활력생산기지	소소돌방	blog.naver.com/sosodolbang
	신스(길성신)	
	에브리데이365	www.everyday365.co.kr
	오자크라프트	www.ojcraft.com
	오키키오	instagram.com/okko_yk.kim
	월앤드라이	studiomorun.modoo.at
	키라키라나나	blog.naver.com/lloza72
	올라	blog.naver.com/hola0722
	메리샵	www.merrishop.co.kr
	세르	instagram.com/lovely_cher
청춘마켓	시월가족	instagram.com/siwolleather
	윤꽃사진관(윤정희)	instagram.com/yoon_0331_yoon
	이고바	www.egoba.co.kr
	화이트썸머	instagram.com/whitesummer1004
	그랑아로마	www.graroma.com
	리브리브	www.livlive.co.kr
프랑꼬아트랩	마르디	facebook.com/mardiflowers
	버닝랩	facebook.com/burninglap
	베이지버드	instagram.com/beige_bud
	블랑주	instagram.com/minjoo1025
	프랑꼬	instagram.com/franco_seoul
	홍주표	facebook.com/zoomarketpage
홍대앞희망시장	by 고선(고선영)	www.kosun.co.kr
	나일론비(김성훈)	www.nylonb.com
	칼의노래(박유정)	www.burin.co.kr



Special Project

서울시 대표 푸드트럭

# 신나고 맛나는, '서울맛차'

기획  
서울디자인재단  
서울디자인연구소  
시민디자인연구소

서울디자인재단은 서울디자인워크2016 기간인 9월 22일(목)부터 10월 2일까지 DDP에서 새롭게 디자인한 푸드트럭을 시범 운영했다. 바른 먹거리 문화와 청년 창업 창출을 위한 새로운 소통 창구로 만들어진 달리는 레스토랑 '서울맛차'는 '반합' 모양의 콘셉트로 1톤 트럭 2대와 트레일러 2대를 개발하여 좁은 주방의 공간 활용도를 높일 수 있도록 디자인되었다.

전문가와 청년 창업이 만난 시범형 푸드트럭 '서울맛차'는 총 4대로 각 분야 전문가에 의해 제안, 운영된다. 수경재배 IT-농업기업이 운영하는 초록빛깔 '샐러딩(Salading)', 행복에프앤씨재단의 유명 셰프들과 공동 개발한 '행복도시락', 레스토랑 '오늘'의 다실 개념의 '일상다반사'. 그리고 디자인 크리에이티브 그룹이 만든 쌀들의 변신, '베리라이스(Very Rice)'이다.

푸드트럭 디자인 및 개발.  
김성룡, 한국예술종합학교  
나훈영, 아웃랩  
권지애, 권텐츠컴퍼니  
방문수, 도트스튜디오

푸드트럭 메뉴 개발.  
수경재배 IT-농업기업  
행복에프앤씨재단  
레스토랑 오늘  
디자인 크리에이티브 그룹

그리고 '서울맛차'는 철저한 관리를 통한 바른 위생과 바른 먹거리로 문화를 만들고자 개발되었다. 첫째, 기능과 위생을 고려한 트럭 내부의 구조적 개선을 통해 건강하고 바른 먹거리 문화를 전파하고 둘째, 푸드트럭 창업을 통한 청년 일자리 창출로 다양하고 발전적인 미래의 비전을 제시한다. 셋째, '서울맛차'의 로고가 붙어 있는 푸드트럭은 모두 서울에서 인증하였기에 믿고 먹을 수 있다는 것, 이는 바로 시민들에게 길거리 음식에 대한 강한 신뢰도를 구축시켜 줄 것이다.

전문가 및 기업과의 협업을 통해 제안되는 시범형 푸드트럭은 향후 서울 청년 창업이 정착될 수 있는 실제 체험과 경험 공유의 장으로도 제공될 예정이다. 이번 시범운영은 서울디자인재단에서 디자인하고, 서울시와 동대문미래창조재단과의 공동 협업으로 진행되었으며, 앞으로 청년창업 인큐베이팅 프로그램으로 활용될 예정이다.



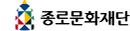
협력 프로그램

서울디자인위크2016과 함께 하는

# 디자인 메이트 Design Mate

'서울디자인위크'는 2015년부터 민·관 협력 공동 추진 방식으로 전환하여 시민이 주인공이 되어 이끌어 나가는 축제로 자리매김하였다. 서울디자인위크 기간에 서울 전역에 열리고 있는 각종 디자인 전시와 행사 등을 '디자인메이트'로 서울디자인위크와 연계하여 홍보하고 지원하여 서울 전역을 다양하고 재미있는 디자인 축제의 현장으로 만든다. 다양한 디자인 분야의 1인 기업, 스타트업, 동호회 뿐 아니라 디자이너, 디자인 관계종사자들이 균형 있는 상생을 도모함과 동시에 디자인산업의 발전과 도시 경쟁력 강화를 도모한다. 서울디자인위크2016은 미술관, 박물관, 카페, 공정무역숍 등 전시와 체험, 마켓을 이용할 수 있는 서울 전역의 각종 디자인 프로그램이 함께했다.

## 중로문화재단



중로 한복축제 '한복자락 날리는 날' 한복의 모든 것을 보고 체험할 수 있는 중로 한복 축제 '한복자락 날리는 날' 이 2016년 9월 23일(금) ~ 25(일) 3일간 종로구 일대에서 열린다. 올해 첫해를 맞는 중로 한복 축제는 9월 23일 오전 10시에 무계원에서 열리는 '한복포럼'을 시작으로 축제의 주 무대인 광화문광장에서 펼쳐지는 '신명대강강술래'와 풍문여고 재학생들의 재현으로 진행되는 '순종·순정효황후가래' 재현 퍼포먼스 등이 펼쳐지며 또한 줄타기, 풍물놀이, 판소리 등 우리 민족 고유의 흥을 돋우는 축하공연도 펼쳐진다. 그 뿐만 아니라 한복을 직접 체험할 수 있는 다양한 행사와 아름다운 나의 한복을 뽐낼 수 있는 '한복 뽐내기 대회'도 진행된다. 아름다운 가을날, 가족·연인·친구와 함께 '중로 한복 축제'를 방문해 소중한 추억 만드시길 바란다. [www.jfac.or.kr](http://www.jfac.or.kr)

## 라잇루트



디자이너 프로젝트 3 포트폴리오 및 실전 경험이 필요한 디자이너 지방생들과 함께 의류를 제작한다. 의류 제작 과정을 통해 포트폴리오를 제작할 수 있는 기회를 주고 실전 경험을 쌓고 프로그램을 통해 교육을 받는다. 또한 그들이 꿈꾸던 아이디어를 세상 밖으로 내 놓을 수 있는 기회를 제공함으로써 그들에게 자신감을 부여한다. (의류를 제작하기 위해 발생 하는 모든 비용은 회사에서 담당함) [www.rightroute.co.kr](http://www.rightroute.co.kr)

## 디퍼런트,서울



그래픽레이저 디퍼런트,서울은 익선동 한옥마을내 '서울'을 컨셉으로한 제품을 제작 판매하는 디자인 스토어이다. 매장 맞은편 좁은 골목길 벽면에 서울디자인위크 홍보 마크 및 그래픽 디자인 레이저 빔 프로젝터를 상영한다. 또한 기간내 저희 디퍼런트, 서울 제품 할인 행사도 함께한다. [www.different-seoul.kr](http://www.different-seoul.kr)

## 쿨이너프스튜디오



생활 용품에 대한 새로운 해석 일상 속에서 사용되어지는 평범한 물건들 안에서 새로운 디자인의 가능성을 발견하고자 한다. 생활 속에서 자연스럽게 쓰여지는 평범한 물건들에는 사용자의 감성과 삶의 깊이를 담고 있다고 생각한다. 쿨 이너프 스튜디오는 이러한 신념을 바탕으로 우리 삶을 대변할 수 있는 깊이 있는 디자인을 한다. [www.rightroute.co.kr](http://www.rightroute.co.kr)

## 내찬기



멋진 그릇으로 식사대접! 직접 디자인하고 판매하는 내찬기 그릇에 소박하지만 아름다운 한식을 담아 '서울디자인위크2016'을 즐기시는 분들께 대접한다. [www.nechanki.co.kr](http://www.nechanki.co.kr)



# AGI SEOUL 2016

1952년 창립 이래 전 세계 38개국에서 다양한 내용의  
디자인 활동을 하고 있는 AGI 회원들이 서울을 방문, 전시회와  
공개 강연회를 통해 서울의 디자이너들과 소통과 교류를 나눈다.

디자이너의 관심은 우리가 살고 있는 사회로부터 출발하고  
이 사회를 보다 나은 것으로 만들기 위한 디자이너의 노력은

국경을 초월하여 하나가 된다.

- AGI OPEN

- AGI Special Project : I Love Seoul





#### AGI(국제그래픽연맹, Alliance Graphique Internationale)

AGI는 동시대 가장 영향력있는 전세계 우수한 그래픽 디자이너의 모임이다.

1951년 스위스와 프랑스 디자이너 5명이 발의하고, 1952년 65명의 유럽 디자이너들이 함께 런던에서 정식 창립하였다. 이들은 매년 회원 소속국에서 총회와 전시회 및 공개 강연회 AGI OPEN을 열어 디자인 분야의 직업윤리를 되새기고, 해당 지역의 시각문화 발전에 이바지하며, 그래픽 디자인계의 발전 방향을 모색, 제시하고자 한다. 전세계 유력기관 및 단체, 기업 디자인부터 수많은 패키지, 출판물, 일러스트레이션, 포스터 등을 만든 디자이너들이 바로 AGI의 회원들이다.

현재 AGI에는 38개국 440여 명의 회원들이 있다. 이들 가운데는 그래픽 디자인 역사에 이름을 남긴 카상드르 A. M. Cassandre, 헨리온 F.H.K. Henrion, 요셉 뮐러-브록만 Josef Müller-Brockmann, 아민 호프만 Armin Hofmann, 폴 랜드 Paul Rand, 솔 바스 Saul Bass, 마씨모 비넬리 Massimo Vignelli, 빔 크로우웰 Wim Crowwel 뿐 아니라 오늘날 주목받는 디자이너들도 많이 포함되어 있다. 한국에 잘 알려진 'I LOVE NY' 캠페인으로 유명한 미국의 밀튼 글레이저, IBM 로고를 디자인한 폴 랜드, 일본의 무인양품(MUJI) 아트디렉터 하라 켄야, 한국의 안상수 등이 활동하고 있으며, 한국에는 안상수, 김도형, 박우혁, 진달래, 크리스로, 조규형, 김영나, 김경선, 이재민 9명이 회원으로 있다.

AGI는 2016년 9월 아시아에서 베이징, 도쿄, 홍콩에 이어 4번째로 서울총회를 DDJ, 리움 등에서 일주일간 성공리에 열고, 서울의 청년 디자이너 및 창의 작업자들에게 커다란 영감을 주었다.

## 국제 그래픽 디자인 컨퍼런스

AGI OPEN은 전문가와 학생 및 디자인에 관심 있는 대중을 대상으로 디자이너들의 철학과 생각을 나누는 공개강연회이다. 개최지의 교육, 산업, 문화, 예술 등 다양한 분야와 소통하기 위한 AGI 회원들의 노력은 각 나라의 사회 문화를 바탕으로 디자인의 새로운 비전을 찾는 뜻깊은 계기로 자리매김 되어왔다. 국내에서 처음으로 개최된 AGI OPEN SEOUL은 32명의 AGI 연사와 국내의 약 1,000여 명의 청중이 함께 호흡한 국제적인 디자인 축제의 장이다.

이번 AGI OPEN을 위해 뉴욕타임즈의 표지 일러스트레이터 크리스토프 니먼<sup>Christoph Niemann</sup>, Window8 아이덴티티를 디자인한 폴라 셰어<sup>Paula Scher</sup>, 스테판 사그마이스터<sup>Stefan Sagmeister</sup>, 토니 브룩<sup>Tony Brook</sup>, 폴 콕스<sup>Paul Cox</sup>, 영화 '중경삼림'의 포스터 디자이너 스탠리 웡<sup>Stanley Wong</sup>, 쿠파휴잇디자인뮤지엄 MI 디자인의 에디 오파리<sup>Eddie Opara</sup>, 영국 테이트미술관 MI 디자인의 마리나 윌러<sup>Marina Willer</sup>, 루브르미술관 MI 디자인의 에블린 앤 더크<sup>Evelyn & Dirk</sup> 등의 강연이 DDP 무대에 준비되었다.

한국 디자이너 안상수의 전체 사회로, 진달래 & 박우혁, 조규형의 발표와 코리안 영디자이너 강구룡, 오디너리 피플, 김홍성 등 신예 디자이너 10명/팀의 작업 발표도 함께 하였다.



## AGI OPEN | 국제 그래 디자인 컨퍼런스 일정 및 연사 소개

### DAY 1 2016. 9. 24 토 9:30 — 17:40

SESSION 1	
9:30 — 10:00	Introduction: 니키 고니센 Nikki Gonnissen, 안상수
10:00 — 10:20	마리안 반체스 Marian Bantjes
10:20 — 10:40	샤샤 로베 Sascha Lobe
10:40 — 11:00	조규형 Cho.Kyu-Hyung
11:00 — 11:20	휴식
11:20 — 11:40	진달래 · 박우혁 Dallae.&Woohyuk Park
11:40 — 12:00	폴 콕스 Paul Cox
12:00 — 12:20	토니 브룩 Tony Brook
점심시간	Korean young designer : 오디너리피플 / 강구룡 / 박신우 / 박하얀 / 채병록

SESSION 2	
13:50 — 14:10	Creativity Anywhere
14:10 — 14:30	헨릭 쿠벨 Henrik Kubel
14:30 — 14:50	키스 고다드 Keith Godard
14:50 — 15:10	럼 흥 hung lam
15:10 — 15:30	마르쿠스 베이스벡 Markus Weisbeck
15:30 — 15:55	휴식

SESSION 3	
15:55 — 16:15	니콜라스 블레이크만 Nicholas Blechman
16:15 — 16:35	마리나 윌러 Marina Willer
16:35 — 16:55	마르쿠스 드레센 Markus Dressen
16:55 — 17:15	웅첸 니에 Aaron Yung-Chen Nieh
17:15 — 17:35	스테판 사그마이스터 Stefan Sagmeister

### DAY 2 2016. 9. 25 일 9:00 — 18:00

SESSION 4	
9:30 — 9:50	폴라 셰어 Paula Scher
9:50 — 10:10	피델 푸조 Fidel Peugeot
10:10 — 10:30	르네 크립 Rene Knip
10:30 — 10:50	스탠리 웡 Stanley Wong
10:50 — 11:10	휴식
11:10 — 11:30	소부에 신 Sobue Shin
11:30 — 11:50	이스트반 오로스 István Orosz
11:50 — 12:10	파넬트 밀리에 Falette Mellier
점심시간	Korean young designer : 김홍성 / 그린씨 / 석재원 / 코우너스 / 햇빛스튜디오

SESSION 5	
13:40 — 14:05	Design Culture & Practice in Seoul
14:05 — 14:25	크리스토프 니먼 Christoph Niemann
14:25 — 14:45	폴라 트록슬러 Paula Troxler
14:45 — 15:05	알레한드로 폴 Alejandro Paul
15:05 — 15:25	아네트 렌츠 Anette Lenz
15:25 — 15:50	휴식

SESSION 6	
15:50 — 16:10	더크 베하주 · 에블린 베케 Dirk Behage & Evelyn ter Bekke
16:10 — 16:30	시아모 마거 Ximao mage(Ma Huimin)
16:30 — 16:50	노리오 나카무라 Norio Nakamura
16:50 — 17:10	에디 오파라 Eddie Opara



마리안 반체스  
Marian Bantjes

마리안 반체스는 1983년부터 10년간 Hartley & Marks, Publisher의 식자공으로 견습하였고 이후 1994년부터 2003년까지 밴쿠버에 있는 Digitopolis Media Corporation을 공동 운영하였다. 2004년부터는 그녀의 타이포그래픽 일러스트레이션, 패턴, 오너먼트, 디자인 등으로 알려지기 시작하였다. 그녀의 주요 클라이언트로는 Pentagram (Michael Bierut), Stefan Sagmeister, Saks Fifth Avenue, Winterhouse (Bill Drenntel & Jessica Helfand), Bruce Mau Design, Young & Rubicam Chicago, Houghton Mifflin, Print Magazine, Wallpaper, wired, The Guardian, The New York Times 등이 있다. 마리안의 작업은 전 세계의 디자인 잡지와 서적에서 다루어졌는데, 2008년 7월 총 120페이지에 2개 국어로 그녀의 작업을 다룬 책이 Pyramyd에서 출판되었다. 그리고 5개의 작업이 Cooper Hewitt National Design Museum에 영구 소장 되었다. 2010년 10월에는 직접 집필한 책 'Wonder'가 Thames & Hudson과 Monacelli에 의해 출판되었다. 그녀는 2010년 2월 TED 강연을 포함, 세계의 많은 컨퍼런스와 여러 대학 및 디자인 기관에서 자신의 작업에 대해 이야기를 나눴다. 그녀는 디자인 글쓰기로도 유명한데, 2004년부터 2007년까지 웹 블로그 Speak Up에 정기적으로 글을 기고했을 뿐 아니라 Eye Magazine, Craft Magazine, the Vancouver Review, AGIA 등에 글을 쓰기도 하였다. 2009년까지 The Society of Graphic Designers of Canada (GDC)의 멤버였으며 2003~2006년에는 이사직을 역임하였다.



샤샤 로베  
Sascha Lobe

샤샤 로베는 1967년 독일 Siegen에서 출생, 1970년부터 독일 남부에서 거주하였다. HfG Pforzheim에서 1990년부터 1995년까지 그래픽 디자인을 전공하고, 졸업 후 1999년부터 Stuttgart에서 비주얼커뮤니케이션 에이전시 L2M3 Kommunikationsdesign을 설립해 운영해오고 있다. 그는 공간 특정적 디자인(뮤지엄 그래픽, 사이니지 시스템)을 중심으로 비주얼 커뮤니케이션의 모든 분야에서 프로젝트를 진행해왔다. 주요 클라이언트로는 Adidas, Kunstmuseum Stuttgart, Mercedes-Benz Museum, Württembergischer Kunstverein, Staatsbibliothek Berlin, cfa(contemporary fashion archive)등이 있다. 1998년부터는 독일의 여러 대학 및 교육기관에서 강연과 워크숍을 진행해왔다. 샤샤 로베는 TDC Ny, ADC Germany, 100 Beste Plakate, DDC, European Design Award, Society of Publication Designers NY 및 다른 기관에서 수상한 바 있으며, 현재 TDC NY, ADC Germany, German Designers Club의 멤버이다. L2M3의 작업은 Museum für Gestaltung Zürich, Neue Sammlung, Pinakothek der Moderne Munich, Kunstbibliothek Berlin, Staatliche Museen zu Berlin에 소장 되어있다.



소부에 신  
Shin Sobue

소부에 신은 1959년 Aichi 현 출생으로, 아이치 현 아사히가오카 고등학교 예술부에서 흥미 없이 공부하였다. 타마 미술대학에서 그래픽 디자인학부 재학 중 Kosakusha Publishing House에서 일하기 시작하면서 학교를 그만두었다. 그는 Kosakusha와 For Sale에서 아트디렉터를 역임 후, 1988년 프리랜서로 전향하였다. 이름도 없이 스튜디오를 운영하다가 1990년에 스튜디오 이름을 'cozfish'로 지은 후 1,000권 이상의 책을 디자인해왔다. 지금은 거의 모든 종류의 인쇄물을 다루는 "extraordinary power to enchant"로 명성을 얻으며, 다양한 프로젝트들을 맡고 있다.



폴 콕스  
Paul Cox

1959년 파리에서 태어난 폴 콕스는 십 대에 음악가가 되려고 바이올린을 배우다가 피에르 알친스키(Pierre Alechinsky)와 만난 이후 그림으로 진로를 바꿨다. 예술을 독학한 그는 미술사와 영어를 공부하며 생활을 유지했다. 그는 2004년 'Coxcodex I'라는 책을 처음 발행했고, 2005년에는 풍피두 센터에서 설치 작품을 전시했으며, 오페라 호두까기 인형(The Nutcracker, 2005)과 병사의 이야기(L'Histoire du soldat, 1997)의 무대디자인을 했다.

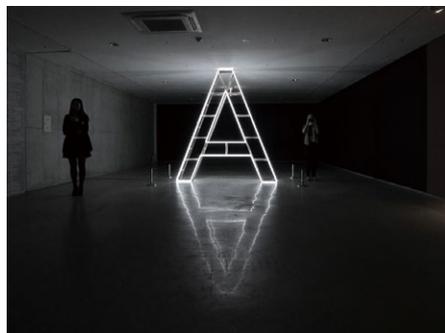
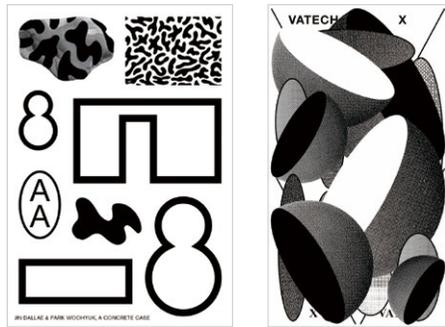




진달래 & 박우혁  
Jin Dallae & Park Woo Hyuk

예술공동체 진달래&박우혁은 사물과 현상의 질서, 규칙, 규범, 관습, 패턴에 대한 의문을 다양한 태도로 기록하는 가상 겸 실제의 플랫폼을 운영하며 아트 프로젝트 '아카이브 안녕'을 전개하고 있다. 진달래는 홍익대학교에서 조소와 디자인을 공부했다. 패션 브랜드의 광고와 브랜드 디자인을 아트디렉팅 했으며 디자인 전문 잡지의 아트 디렉터였다. 현재는 디자인 스튜디오 타입페이지의 대표로서 신문 '아카이브 안녕'과 자사의 출판 브랜드 '타입페이지'의 발행인이다. 박우혁은 홍익대학교와 스위스 Hochschule für Gestaltung und Kunst Basel에서 디자인과 타이포그래피를 공부했다. 이후 홍익대학교에서 박사학위를 받았고, 현재 서울과학기술대학교 디자인 학과의 조교수로 재직 중이다. 진달래&박우혁은 주로 전시, 콘서트, 예술 프로젝트, 갤러리, 출판 등 사회 문화 행사 및 관련 단체를 대상으로 작업하며, 디자인 스튜디오 타입페이지와 아트 프로젝트 '아카이브 안녕'을 통해 예술 서적 및 신문 등의 간행물을 출판하고 있다. 개인전 '사자, 마녀 그리고 옷장(2015),' 'Signal(2014),' 단체전 'APMAP(2015),' 'Color Study(2015)' 등의 전시에 참여했다.

예술공동체 진달래&박우혁은 사물과 현상의 질서, 규칙, 규범, 관습, 패턴에 대한 의문을 다양한 태도로 기록하는 가상 겸 실제의 플랫폼을 운영하며 아트 프로젝트 '아카이브 안녕'을 전개하고 있다. 진달래는 홍익대학교에서 조소와 디자인을 공부했다. 패션 브랜드의 광고와 브랜드 디자인을 아트디렉팅 했으며 디자인 전문 잡지의 아트 디렉터였다. 현재는 디자인 스튜디오 타입페이지의 대표로서 신문 '아카이브 안녕'과 자사의 출판 브랜드 '타입페이지'의 발행인이다. 박우혁은 홍익대학교와 스위스 Hochschule für Gestaltung und Kunst Basel에서 디자인과 타이포그래피를 공부했다. 이후 홍익대학교에서 박사학위를 받았고, 현재 서울과학기술대학교 디자인 학과의 조교수로 재직 중이다. 진달래&박우혁은 주로 전시, 콘서트, 예술 프로젝트, 갤러리, 출판 등 사회 문화 행사 및 관련 단체를 대상으로 작업하며, 디자인 스튜디오 타입페이지와 아트 프로젝트 '아카이브 안녕'을 통해 예술 서적 및 신문 등의 간행물을 출판하고 있다. 개인전 '사자, 마녀 그리고 옷장(2015),' 'Signal(2014),' 단체전 'APMAP(2015),' 'Color Study(2015)' 등의 전시에 참여했다.



헨릭 쿠벨  
Henrik Kubel

헨릭 쿠벨(Henrik Kubel)은 덴마크 디자인 스쿨 졸업, 영국 왕립예술대학(RCA) Communication Art & Design 석사 학위를 받은 후 영국 버킹엄셔 칠턴스 대학교(BCUC)에서 타이포그래피와 디자인을 강의했다. 현재 RCA Communication Art & Design에서 강의와 더불어 스콧 윌리엄스와 함께 독립 스튜디오인 A2 / SW / HK를 운영한다. A2 / SW / HK는 각 프로젝트에서 내용과 문맥에 대한 명확한 이해를 통해 그에 맞는 타입페이스와 디자인 해결책에 관한 방식에 집중한다. Tate Britain, D&AD, V&A Museum, Hayward Gallery, Vogue UK, British Council, Royal Mail, Phaidon Press, Penguin Press New York, Design Museum in London, Faber & Faber, Lisson Gallery, Dallas Museum of Art, Louisiana Museum of Modern Art and Danish Post 등의 프로젝트를 수행했다.



알레한드로 폴  
Alejandro Paul

알레한드로 폴은 1972년 아르헨티나 Buenos Aires에서 태어났다. University of Buenos Aires에서 그래픽 디자인을 전공, 현재 이곳에서 타이포그래피 대학원 과정을 가르치고 있다. 2002년에는 아르헨티나의 첫 활자 주소 프로젝트 Sudtipos를 창설하였다. Sudtipos의 창설 이래 그는 활자 디자인에 노력을 기울이면서, 상업적 기업이나 유명 패키징 에이전시 등의 서체를 디자인하고 있다.



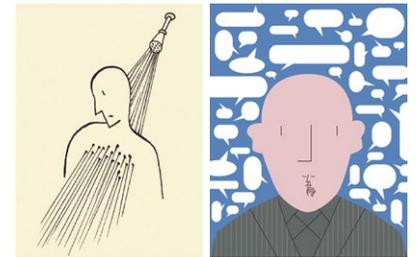
토니 브룩  
Tony Brook

토니 브룩은 1962년 영국 출생으로 1992년 디자인 스튜디오 'Spin'을 설립하였다. 브룩은 'Spin'의 크리에이티브 디렉터로서 아이덴티티, 시네마, 뉴미디어, 포스터, 타이포그래피 디자인 등 여러 분야에서 상을 수상하며 국내, 국제적 명성을 얻었다. 그의 대표적 참여 전시로는 Rick Poyntor가 기획한 'Communicate'이 있으며, 현재 'Spin'의 작업을 총망라한 전시가 영국 전역을 투어 중이다. 또한 2011년 브룩은 런던 디자인 뮤지엄에서 개최한 'Wim Crowwel - A graphic odyssey'의 초청 큐레이터로서 직접 전시를 기획하기도 하였다. 2009년에는 AGI 회원이자 작가, 디자이너인 Adrian Shaughnessy와 함께 'Unit Editions'을 설립한 후 2015년 첫번째 모노그래프 'Spin: 360°'을 출간하였다. 그뿐만 아니라 'Unit Editions'은 AGI의 여러 명예 회원의 모노그래프를 출간한 바 있으며, 올해는 전 AGI 협회장인 폴라 세어의 모노그래프를 출간할 예정이다.



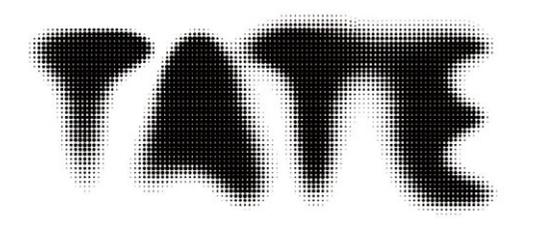
니콜라스 블레이크만  
Nicholas Blechman

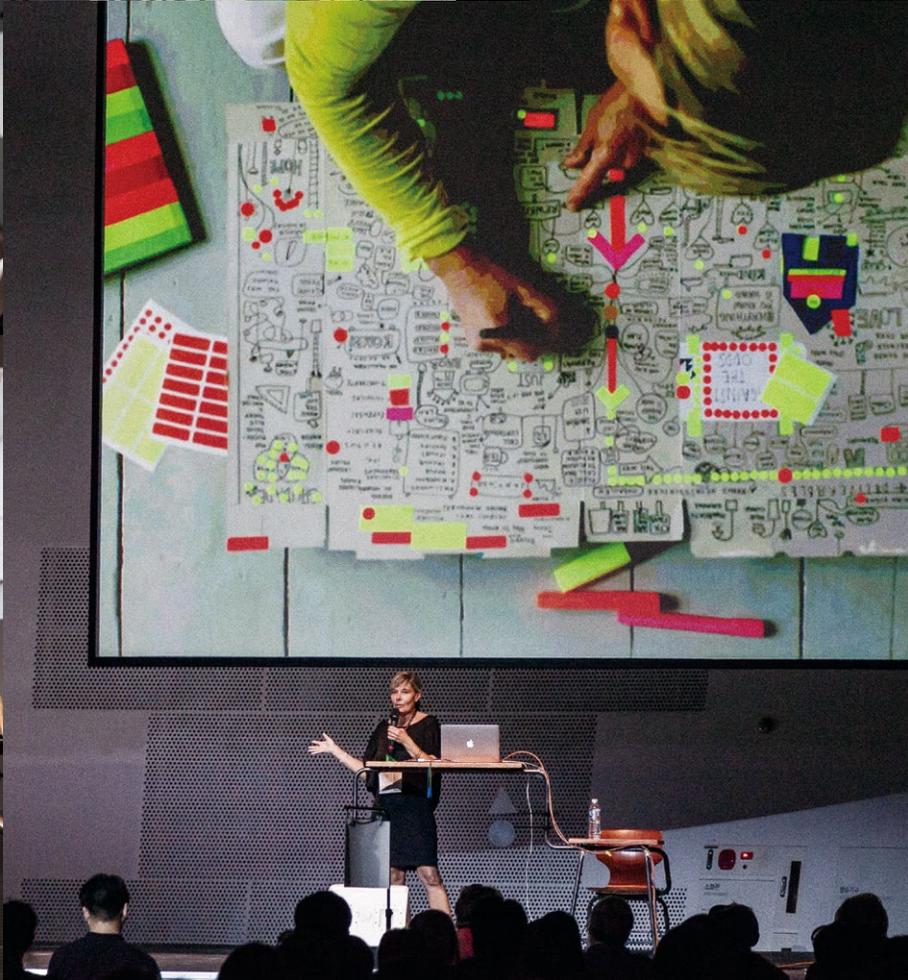
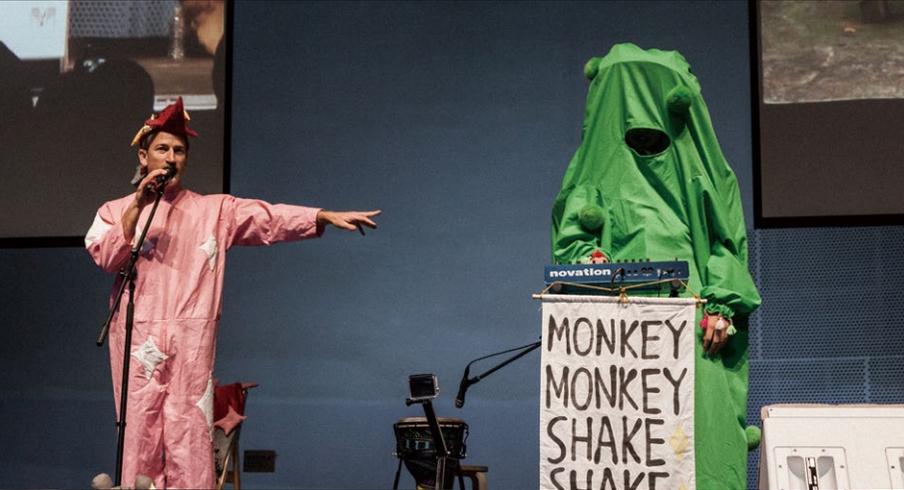
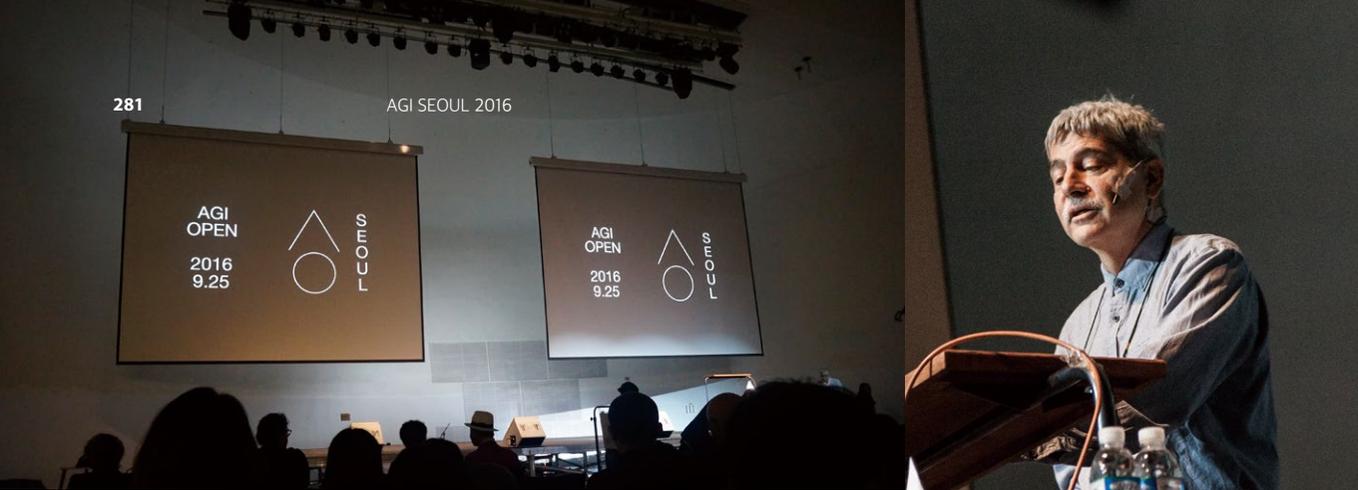
니콜라스 블레이크만은 뛰어난 일러스트레이터로 현재 뉴욕에 거주 중이며 뉴욕타임스의 책 리뷰 섹션 담당 아트디렉터를 맡고 있다. 1997년 미술가들과 만화가들의 독립적인 논평을 실은 Op-Ed 페이지의 아트디렉션과 Op-Art 특집기사 기고를 담당하면서부터 뉴욕타임스에서 일하였다. 블레이크만은 정치적 언더그라운드 잡지 NOZONE의 출판, 편집, 디자인을 하고 있다. NOZONE은 디자이너, 일러스트레이터, 만화가들에게 함께 연합하여 예술을 통해 사회적 비판을 가할 장을 제공한다.



마리나 윌러  
Marina Willer

마리나 윌러는 브라질 출생으로 현재 크리에이티브 디렉터이자 그래픽 디자이너, 영화 제작자로 런던에서 활동하고 있다. Royal College of Art에서 그래픽 디자인과 필름으로 석사 학위를 받았다. 모든 갤러리를 포함하여 Tate 브랜드의 로고 및 브랜드 아이덴티티를 디자인하였고, 최근에는 South Bank Centre, Schaulager, Beeline, Oi 등의 아이덴티티 디자인을 맡았다. 현재 Amnesty International의 아이덴티티 디자인 프로젝트를 진행 중이다.





럼 흥  
Hung Lam

럼 흥은 홍콩 출신의 그래픽 디자이너이다. 럼 흥은 Eddy Yu와 2003년 'Less is More'라는 디자인 철학으로 브랜드 아이덴티티와 시각 소통을 다루는 'CoDesign Ltd'를 설립했다. 몇 년의 협업을 통해 그들은 조금 더 사회적인 디자인 회사를 만들기 하였고, 브랜드 발전과 디자인 분야에서 경험과 기술을 사회에 보태기 위해서 'CoLAB'을 설립했다. 럼 흥은 "디자인은 단지 돈을 벌기 위한 수단이 아니다. 디자인은 사회를 변화시킬 수 있는 도구이다."라는 말을 하면서 사회적 기업들은 브랜딩 요소가 적고, 그래서 성장하기 어렵다고 생각했다. 'CoLAB'을 통해서 젊은 디자이너들이 사회적 기업들과 NGO와 같은 단체들을 이어주는 장을 마련했다. 럼 흥은 여러 문화, 예술, 디자인 프로젝트에서 활발한 활동을 이어나가며 여러 대표적인 국제 디자인상을 받았다. 그의 작업은 일본 오사카, 영국, 홍콩 등에서 상시 전시되고 있다. 2011년에 AGI 멤버가 되었다.



마르쿠스 드레센  
Markus Dressen

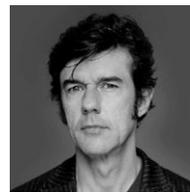
1971년 출생의 마르쿠스 드레센은 1999년 'Leipzig Academy of Visual Arts'를 졸업, 이듬해인 2000년에 협업 프로젝트 'Spector'를 시작했다. 'Spector'는 사무사, 출판사, 잡지사, 혹은 라이프치히 내의 네트워크 수단으로서의 역할을 수행하지만, 주로 현대미술 관련 서적을 출판하는 데 주력하고 있다. 마르쿠스 드레센은 스펙터의 매거진 아웃렛인 'Spector cut+paste'의 공동편집자이자 2004년부터는 Leipzig Academy에서 1학년과 2학년 과정 그래픽디자인을 가르치고 있다.



용첸 니에  
Aaron Yung-Chen Nieh

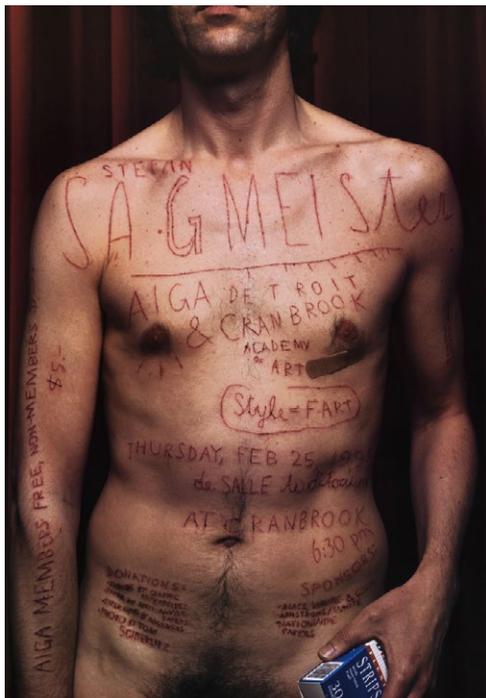
용첸 니에는 National Taiwan University of Science and Technology에서 디자인을 전공하고 National Taiwan University of Arts에서 미디어 아트를 공부했다. 그는 현재 Aaron Nieh Workshop을 운영하고 있다. 그는 지난 십 년 동안 대만이 배출한 가장 뛰어난 디자이너 중 한 명으로 음악 산업, 출판, 미술 관련 프로젝트 등 광범위한 작업을 진행하고 있다. 그의 작업은 중국의 광대한 소비 시장과 대중에게 호소력 있게 다가오는 작업으로, 신중함 서체의 배열과 다양한 언어의 형태, 그리고 그에 상응하는 시각 효과를 특유의 감성으로 표현하고 있다.





**스테인 사그마이스터**  
Stefan Sagmeister

스테인 사그마이스터는 오스트리아 University of Applied Arts in Vienna 그래픽디자인 석사 과정을 거쳐 미국 뉴욕 Pratt Institute에서 풀브라이트 장학생으로 석사학위를 수여 받았다. 그는 1993년 뉴욕에 스튜디오 사그마이스터를 설립한 후 지금까지 Rolling Stones, Talking Heads, Lou Reed와 같은 뮤지션들을 위한 그래픽 및 패키지를 디자인 해왔다. 그는 여러 국제 디자인상을 수상하였고, 다섯 차례 그래픽미상 후보로 지명되기도 하였다. 사그마이스터의 작업은 취리히, 비엔나, 뉴욕, 베를린, 도쿄, 오사마, 프라하, 쾰른, 서울 등의 도시에서 전시된 바 있다.



**마르쿠스 베이스벡**  
Markus Weisbeck

마르쿠스 베이스벡은 1965년 독일 Offenburg 출생으로, 1990년부터 1997년까지 Hochschule für Gestaltung, Offenbach at Friedrich Friedl and Rudi Baur에서 공부했다. 1997년에는 자신의 개인 스튜디오인 Surface를 프랑크푸르트와 베를린에 설립했다. 베이스벡은 작가 겸 그래픽디자이너로 활동해왔으며, 클라이언트로는 Zumtobel AG, The Jewish Museum Frankfurt, Rhizome NYC, Manifesta7, Museum of Modern Art Frankfurt, SternbergPress NYC, StädelschuleArchitectureClass, The German Design Council, The Forsythe Company, The German Pavillon at the Venice Biennale, 그리고 the Deutsche Bank Art가 있다.



**아네트 렌츠**  
Anette Lenz

아네트 렌츠는 포스터 디자인으로 2002년 Brno Biennale 금메달, 2003년 핀란드 Lahti에서 명예상 등을 수상한 바 있다. 또한, 2004년에는 Théâtre d'Angoulême을 위해 Vincent Perrottet과 공동으로 작업한 포스터로 Tehran Biennale 은메달과 중국 Ningbo에서 그랑프리 수상하였다. 렌츠는 국제적인 전시, 컨퍼런스, 워크숍 등에 활발하게 참여하며, 다양한 국적의 학생들과의 교류를 통해 디자인에 대한 자신의 열정을 나누고 있다.



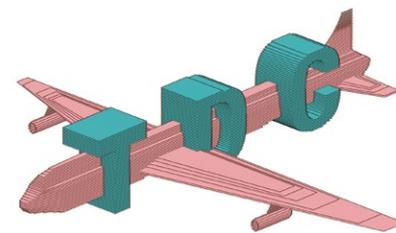
**키스 고다드**  
Keith Godard

키스 고다드는 London College of Printing과 Yale University School of Art and Architecture를 졸업 후 1968년 워크스 디자인 그룹을 설립, 1987년까지 Hans van Dijk과 Stephanie Tevonian과 함께 운영했다. 그 이후로는 스튜디오워크스의 대표로 있으면서 전시, 웨이파인딩(wayfinding), 편집, 인포그래픽 등 다양한 디자인을 해오고 있다. School of Visual Arts, RCA, Dundee University, Yale University 등에서 전임 또는 강사로 학생들을 가르친다. 대표 프로젝트에는 뉴욕 MTA mural, Lincoln Centre 배너 디자인, UNICEF와 UNFPA 전시 등이 있으며, 'Images of an Era(1975)', 'Ephemeral Images(1976)', 'Images for Survival(1985)', 'Modern Poster(1988)', 'this way that way: 30-year retrospective of work (1999)' 등의 전시를 개최하였다. 또한, 1973년과 2000년에 바르샤바 포스터 비엔날레에도 참여한 바 있다.



**노리오 나카무라**  
Norio Nakamura

노리오 나카무라는 일본 가나가와현 출생으로, 니혼대학교 예술학부를 졸업 후 소니 뮤직 엔터테인먼트에서 근무하였다. 1997년 퇴사 후 개인 스튜디오 'Nakamura Norio Studio'를 창립한 이래 포스터 디자인, 광고, 출판, CI, 플레이스테이션 게임과 스마트폰 애플리케이션을 위한 모션 이미지 등 광범위한 창작 활동에 참여해왔다. 그의 최근 작업은 어린이들을 위한 워크숍 기획이나 도서들을 포함하고 있다.



**폴라 셰어**  
Paula Scher

세계의 저명한 디자이너 중 한 명인 폴라 셰어는 1991년부터 지금까지 뉴욕 'Pentagram'의 대표를 지내면서 아이덴티티, 브랜딩, 환경, 패키지 등 넓은 범위의 다양한 디자인 프로젝트를 진행해왔다. 주요 클라이언트로는 'Citibank', 'Microsoft, Bloomberg', 'the Museum of Modern Art', 'Tiffany & Co' 등이 있다. 셰어는 그동안 수많은 상을 받았는데, 그중에는 'National Award for Communication Design', 'AIGA 메달', 그리고 'Chrysler Award for Innovation in Design' 등이 있다. 그뿐만 아니라 그녀의 작업은 뉴욕 'Museum of Modern Art', 'Cooper Hewitt National Design Museum', 'Victoria and Albert Museum' 등 세계 유수의 미술관에 전시, 영구소장되기도 하였다. 셰어는 'Make it Bigger'와 'MAPS'의 저자이기도 하다.





르네 크립  
René Knip

르네 크립은 St Joost Academy of Visual Arts를 졸업했다. 원래는 화가가 되려고 했으나 그의 스승이자 타이포그래핀 Chris Brand의 영향으로 글자와 캘리그래피, 타이포그래피에 매료되어 응용미술로 진로를 바꿨다. 1990년 졸업 후 3년간 Anthon Beeke의 어시스턴트로 일했고, 그 후 직접 스튜디오 Atelier René Knip을 설립했다. 그의 스튜디오는 평면과 입체의 갈림길에 선 그래픽 디자인에 집중하는데, 그는 이를 두고 '2½nd Dimension'이라고 부른다. 그는 이 분야를 휴한지이자 미개척 분야라고 이야기한다. 그의 다른 관심사는 여성과 남성의 기적적인 효과, 응용 그래픽 미술의 자기적 가능성, 재료와 색의 독립성, 그리고 시각적 도구로서의 서체 디자인과 캘리그래피 등이다. 그는 2006년 암스테르담에서 북네덜란드의 Frisian farmhouse로 스튜디오를 이사하면서 새로운 국면에 접어들었다. 모든 것이 바뀌었고, Atelier René Knip은 2~4명의 협업자를 고용하였다. 그는 현재 국내외를 오가며 강연을 하고 있다.



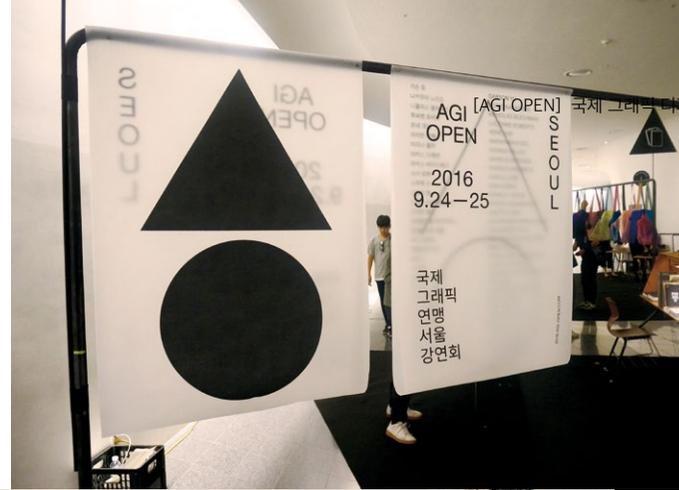
파네트 밀리어  
Fanette Mellier

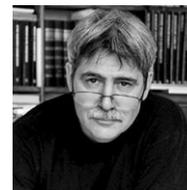
1977년 프랑스 Annonay 출생. 파네트 밀리어는 편집 디자인을 중심으로 문화적으로 다양하면서도 이례적인 작업을 해왔다. 전시, 레지던시 등을 통해 실험적인 프로젝트에 참여하면서 여러 가지 주제를 다루는 동시에 작가, 음악가, 무대 디자이너들과의 협업을 통해 타이포그래피, 컬러, 공공장소와의 관계 및 구성과 같은 그래픽 디자인의 핵심요소들을 가지고 작업하고 있다. 밀리어의 작업에 대한 접근은 산업 인쇄기술의 시적 탐구를 통해 학문적, 문화적, 사회적 맥락을 떠올리게 한다.



조규형  
Cho.Kyu-ahyung

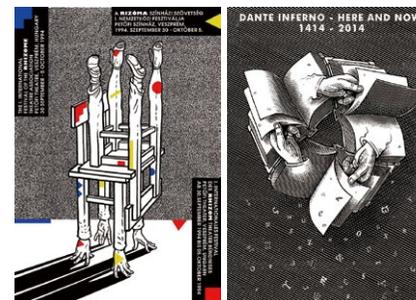
1975년 출생. 조규형은 Konstfack의 University College of Arts, Crafts and Design을 졸업, 현재 서울과 스톡홀름을 오가며 개인 스튜디오를 운영하고 있다. 그는 스토리텔러의 관점을 가지고 일러스트레이션, 타이포그래피, 가구 디자인 등 다양한 작업을 진행해왔다. 2015년에는 Formex Nova Prize을 수상하였고, 가구 브랜드 MENU, littala, ACNE, HARTO, INNERMOST의 가구를 디자인하였다. 또한, 2015년 타이포잔치를 비롯하여 스웨덴, 이탈리아 등지에서 개최된 여러 전시에 참여한 바 있다.





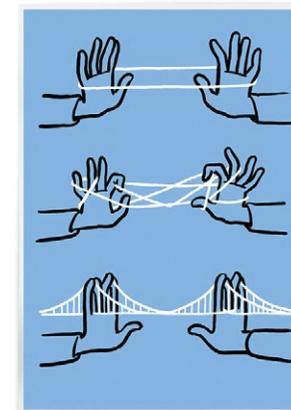
**이스트반 오로스**  
István Orosz

이스트반 오로스(Utisz)는 University of Arts and Design in Budapest에서 그래픽 디자이너로 교육받았다. 졸업 후인 1975년 그는 극장과 영상 애니메이션에 관심을 두게 되었고, 무대 디자이너 겸 영화감독으로 활동하기 시작하였다. 이후 오로스는 극장, 영화, 전시를 위한 포스터를 디자인하기도 하고, 동유럽 민주화 운동 당시에는 정치적 포스터를 그리기도 하였다. 그는 화가이자 판화가로 알려져 있는데, 일러스트레이터로서 그는 독일의 그래픽 아티스트인 M.C. Escher의 영향을 받았다. 오로스는 전통적 인쇄 기술인 목판화와 금속판화를 사용하는 동시에, 시각적 패러독스와 착시현상을 이용한 접근방법을 보여준다.



**크리스토프 니먼**  
Christoph Niemann

크리스토프 니먼은 일러스트레이터이자 예술가, 작가이다. 니먼의 작업은 'New Yorker,' 'Time,' 'Wired,' 'The New York Times Magazine,' 'American Illustration' 등에 커버를 장식했으며 'AIGA,' 'Art Directors Club,' 'The Lead Awards'에서 수상한 바 있다. 그의 주요 클라이언트 중에는 'Google,' 'Amtrak,' 'Herman Miller,' 'The Museum of Modern Art' 등이 있다. 그는 베니스 아트 비엔날레와 런던 올림픽의 현장에서 라이브 드로잉을 했으며 2012년 뉴욕 마라톤에 실제로 참여하면서 현장을 그리기도 하였다. 니먼은 또한 작가로서도 활동하고 있는데, 오는 2016년 9월에는 그의 신간 'Sunday Sketching'과 'WORDS'가 출간될 예정이다. 최근에는 'CHOMP'라는 이름의 인터랙티브 어플리케이션 프로젝트를 진행 중이다. 지난 2010년에는 'Art Directors Club' 명예의 전당에 오른 바 있으며, 현재 함부르크 'Museum of Applied Arts'에서 개인전을 개최 중이다.



**샤오 마거**  
Xiao Mage (Ma Huimin)

샤오 마거(마 휘민)는 1996년부터 2000년까지 중국 Tsinghua 대학교에서 순수예술을 전공했다. 그가 작업한 책은 중국이 뽑은 가장 아름다운 책 8권 중 하나로 2006년부터 2014년까지 선정되었고, 2011년과 2014년에는 독일 Leipzig Book Fair에서 세계에서 가장 아름다운 책으로 선정되었다. ADC Annual Awards, HKDA Design Awards 등에서 다수 수상하였다. 아시아를 중심으로 곳곳에서 전시하였으며, 2011년, 2013년 서울 타이포잔치에 참여하였다.





피델 푸조  
Fidel Peugeot

피델 푸조는 1969년 스위스 바젤에서 태어났다. 그는 Hoschs Schule für Gestaltung Basel에서 커뮤니케이션 디자인을 전공, Armin Hofmann, Wolfgang Weingart, 그리고 René Pulver 에게 사사받았다. 그는 학업을 병행하면서 GKG, Weber Hodel Schmid 같은 유명 에이전시에서 그래픽 디자이너로 일하기도 하였다. 1992년 푸조는 오스트리아 빈으로 가 처음으로 손글씨 폰트를 디지털화 했으며, 픽셀 폰트, Lomofonts, 그리고 Tyler Brûlée와 the Wallpaper Group 을 위한 Spruce와 Line을 디자인하였다. 2002년부터 그는 라이노타이프 서체 디자이너로 활동해왔는데, 그 외에도 일러스트레이션이나 로고 디자인 등 많은 다른 그래픽 디자인 분야에서도 활동 중이다. 1999년 푸조는 엔지니어이자 제품 디자이너인 Karl Emilio Pircher를 만나 2003년 빈에 Walking Chair Design Studio GmbH를 설립하였다.



폴라 트록슬러  
Paula Troxler

폴라 트록슬러는 1981년 스위스 Willisau 출생으로, Lucerne University of Applied Sciences for Art and Design에서 일러스트레이션과 비주얼커뮤니케이션을 공부했다. 2007년에는 Caritas Schweiz 북 프로젝트를 진행하기 위해 에티오피아에 5개월 동안 머물기도 하였다. 트록슬러는 2006년 루체른과 베를린을 오가며 개인 스튜디오를 운영, 프리랜서 일러스트레이터로 일하기 시작했다. 2008년부터 지금까지는 취리히에서 거주 및 작업하고 있다. 트록슬러의 작업은 주로 스위스와 해외의 여러 신문, 잡지 등의 일러스트레이션을 포함, 극장이나 문화 행사를 위한 포스터, CD 커버, 책, 그리고 다른 그래픽디자인 스튜디오와의 협업 등으로 이루어져 있다.



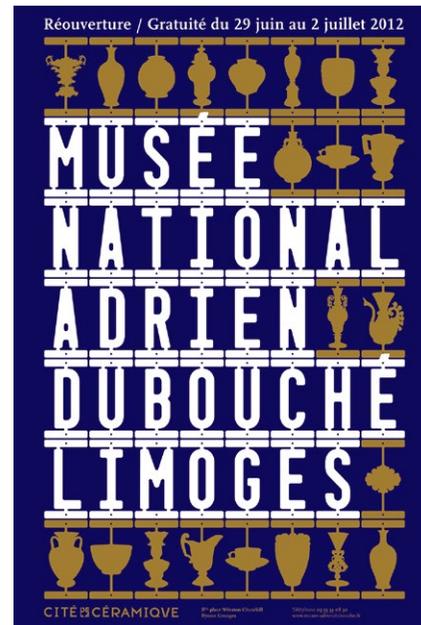
스탠리 왕  
Stanley Wong

'anothermountainman'으로도 알려진 스탠리 왕은 1980년 Hong Kong Technical Teachers' College 를 졸업했다. 그는 15년째 광고업에 몸담고 있으며 그전 5년 동안은 그래픽 디자이너로 활동하였다. 2000년에 크리에이티브 디렉터로 'Centro Digital'에 합류, 이곳에서 처음 디렉팅의 매력에 빠지게 되었고, 2년 뒤에는 파트너와 함께 Threetwoone Film Production Ltd를 공동 설립했다. 최근에는 어디서나 볼 수 있는 삼색 캔버스를 이용해 홍콩의 정신을 그려낸 'Redwhiteblue' 작업으로 국내외적인 호평을 받은 바 있다. 그의 작업은 Hong Kong Museums, Victoria & Albert Museum in London에 영구 소장 되었다. 'Redwhiteblue'는 지난 2005년 제51회 베니스 비엔날레에서 홍콩을 대표하는 두 작품 중 하나로 출품되기도 하였다. 그는 지금까지 국내외에서 400여 개 이상의 그래픽 디자인, 광고 관련 상을 받았다.



에블린 베케 & 더크 베하주  
Evelyn ter Bekke & Dirk Behage

에블린과 더크가 설립한 'Atelier ter Bekke & Behage'는 비주얼 아이덴티티, 인쇄물, 타이포그래피와 서체 디자인, 이미지/기호, 웹출판과 멀티미디어 웹사이트, 전시 디자인 및 사인지 디자인 등 여러 분야의 커뮤니케이션 디자인을 하고 있다. 에블린 베케 Evelyn ter Bekke 네덜란드 출생. 에블린은 브레다에 위치한 성 요스트 아카데미에서 그래픽디자인을 전공하고 로테르담에서 일을 시작하면서 Art Centre of the City of Rotterdam, National Photography Institute 등의 비주얼 아이덴티티, 포스터, 도록, 초대장을 디자인하기도 하였다. 1996년부터 파리에서 거주, 활동하고 있다. 더크 베하주 Dirk Behage 파라과이 출생. 더크는 네덜란드 St Joost Academy of Visual Arts and Design in Breda에서 그래픽디자인을 전공, 헤이그에 위치한 'Dumbar Studio'에서 디자이너로 근무하였다. 1987년에 파리 'Grapus Collective'에 합류하고 Pierre Bernard, Fokke Draaijer와 함께 'l'Atelier de Création Graphique'를 설립하였다. 루브르와 프랑스 국립공원 관리국의 비주얼 아이덴티티를 디자인했으며, 1991년부터는 파리 École Nationale Supérieure des Arts Décoratifs에서 학생들을 가르치고 있다.



에디 오파라  
Eddie Opara

에디 오파라는 런던에서 나이지리아 이민자 가정에서 태어나 London College of Printing에서 그래픽 디자인을 공부하고, 1997년 미국 Yale University에서 그래픽 디자인 석사과정을 이수하였다. 그는 2005년 개인 스튜디오 'The Map Office'를 설립하기 전까지 ATG, Imaginary Forces, 그리고 2x4에서 근무한 바 있다. 2010년 10월에는 Pentagram 뉴욕지사의 파트너로 합류하였다. 오파라의 작업은 전략, 디자인, 기술, 그리고 클라이언트가 직접 자신의 콘텐츠를 관리하고 제작할 수 있도록 하는 시스템인 MiG를 포함한 수많은 소프트웨어 애플리케이션 등을 망라한다. 그는 클라이언트들을 위한 브랜드 아이덴티티, 출판, 패키지, 환경, 전시, 인터랙티브 설치, 웹사이트, 유저 인터페이스 등을 디자인해왔다. 클라이언트로는 Studio Museum in Harlem, The Menial Foundation, Jazz at Lincoln Center, Vitra, Prada, UCLA, Grimshaw Architects, Princeton Architectural Press가 있다.



손지희 Son Jihee

아르디움 ARDIUM  
정병철 Chung Byung-chul  
신동천 Shin Dongchun

안그래픽스 Ahn Graphics  
김옥천 Kim Okchul  
박영훈 Park Young-hoon  
김종연 Kim Jongyeoul

아라리오 뮤지엄 ARARIO MUSEUM

이세 ISAE

베이직하우스 Basic House  
김종원 Kim Jong-won  
김연수 Kim Yeon-soo

오미베리 OMIBERRY  
조현 Cho Hyun  
이지혜 Lee Jihye  
임태수 Lim Taesoo  
임재아 Lim Jaea

손지희 Son Jihee

아르디움 ARDIUM  
정병철 Chung Byung-chul  
신동천 Shin Dongchun

안그래픽스 Ahn Graphics  
김옥천 Kim Okchul  
박영훈 Park Young-hoon  
김종연 Kim Jongyeoul

아라리오 뮤지엄 ARARIO MUSEUM

이세 ISAE

베이직하우스 Basic House  
김종원 Kim Jong-won  
김연수 Kim Yeon-soo

오미베리 OMIBERRY  
조현 Cho Hyun  
이지혜 Lee Jihye  
임태수 Lim Taesoo  
임재아 Lim Jaea





## ‘I LOVE SEOUL’ 포스터전

2016년 AGI 총회 개최도시 서울의 Special Project(포스터 전)에서는 100여 명의 AGI 회원과 30여 명의 국내 유명디자이너가 서울에 대한 관심을 ‘I Love Seoul’이라는 주제로 그래픽 포스터를 디자인했다. 미국 디자이너 밀턴 글레이저의 대표적인 도시 브랜드 디자인 ‘I♥NY’로부터 영감을 받은 이번 주제로 서울에 대한 국내외 디자이너들의 다양한 시각을 통해 서울을 새롭게 바라볼 수 있는 계기를 만들고자 한다. DDP에서 전시되는 130여 점의 포스터 작업의 일부는 서울 시내 버스 정거장 등의 미디어 광고판을 통한 거리 전시로 이어진다.



서울은 600년 동안 한국의 수도였고, 산으로 둘러싸여 있으며, 큰 강이 중심을 지나고, 1,000만 명이 사는 인구밀도가 가장 높은 도시이며, 하루 9,000톤의 생활폐기물이 발생하고, 매년 100여 개의 축제가 벌어지는 곳이다. 사는 사람들이나 지나가는 사람들 모두에게 보려 하지 않으면 보이지 않고, 알려 하지 않으면 알 수 없으며, 잡지 않으면 놓쳐버리는, 역동적이지만 정신없이 복잡한 도시다. 우리는 이곳이 누구에게나 잘 보이는 서울, 잘 아는 서울, 손에 잘 잡히는 서울이 되길 희망한다. 또, 모두가 저마다의 방식으로 사랑하는 도시가 되었으면 한다. 이제 우리는 서울을 바라보는 당신의 애정 어린 시선을 통해 서울을 다시 돌아보고, 도시를 사랑하는 법을 배우고자 한다. I Love Seoul.





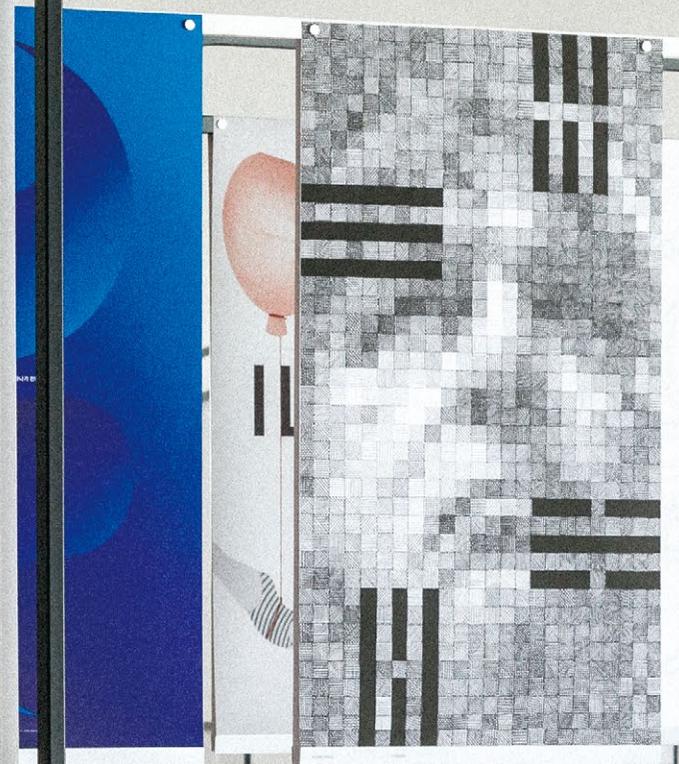
서울 열거 처음 타는 기차놀이  
 차표 사는 아가씨와 승장을 하네  
 이 세상에 예뻐서 없는 장사가 어디 있나  
 꺾어대서고 즐려대니 윈 이런 질색이

하하하하하하하하하하하하  
 하하하하하하하하하하하하  
 하하하하하하하하하하하하  
 하하하하하하하하하하하하

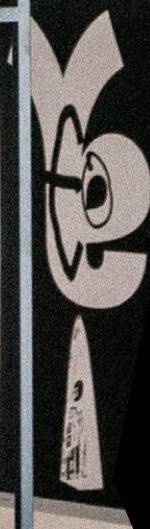
기차는 눈썹하고 떠나갑니다  
 엉겁덩이 겁먹 놀라 뜰 다 내며  
 꺾지 않고 다 뻐니 날 좀 때워다 주  
 저 저 저 볼 들요 돈 다 뻐니

하 하 하 하 하 하 하 하 하 하 하 하  
 하 하 하 하 하 하 하 하 하 하 하 하  
 하 하 하 하 하 하 하 하 하 하 하 하  
 하 하 하 하 하 하 하 하 하 하 하 하

저 저 저 볼 들요 돈 다 뻐니



2016





FONS HICKMANN · FELIKS BÜTTNER · ARIANE SPANIER · SIAM ATTARIYA · HENRIK KUBEL · ALE PAUL

NIKLAUS TROXLER · WANG XU · BEN BOS · ARNOLD SCHWARTZMAN · MARGARET CALVERT · CAO FANG

HELMUT SCHMID · SABINA OBERHOLZER · UWE LOESCH · ISTVÁN OROSZ · JENNIFER MORLA · ALVIN CHAN

KARI PIIPPO · GARTH WALKER · STANLEY WONG(ANOTHERMOUNTAINMAN) · RADOVAN JENKO · KEN MIKI

FINN NYGAARD · MAX KISMAN · MARKUS WEISBECK & SUNAH CHOI · SHIN MATSUNAGA · EDO SMITSHUIJZEN

WOUT DE VRINGER · HONG WEI · HAN JIAYING · JIANG HUA · DAVID TARTAKOVER · MARK GOWING

BOB VAN DIJK · HUDA ABIFARÈS · TAKU SATOH · YASUHIRO SAWADA · QING ZHAO

R2, LIZÁ DEFOSSEZ RAMALHO & ARTUR REBELO · WILLI KUNZ · KAN TAI-KEUNG · MICHAEL RENNER

EVELYN TER BEKKE & DIRK BEHAGE · MARIO ESKENAZI · DIEGO FEIJÓO · ELISABETH KOPF · ERIK ADIGARD

PAUL GARBETT · MITSUO KATSUI · KATSUMI ASABA · NICHOLAS BLECHMAN · R.O. BLECHMAN · LUCILLE TENAZAS

TONY BROOK · ODED EZER · JONAS VOEGELI · KRIS SOWERSBY · ALAIN LE QUERNEC · VAUGHAN OLIVER

B. MARTIN PEDERSEN · LEONARDO SONNOLI · MERVYN KURLANSKY · ANETTE LENZ · JAMES CROSS

JEAN-BENOIT LEVY · ALEX JORDAN · MARTIN VENEZKY · HENRY STEINER · FIDEL PÉUGEOT · ARMANDO MILANI

CHRISTOPH NIEMANN · JIANPING HE · FRITZ GOTTSCHALK · GÁBOR PALOTAI · SHINNOSKE SUGISAKI

BÜLENT ERKMEN · DEAN POOLE · EDUARDO MANSO · TOMMY LI · ERIK BRANDT · DAVID SMITH · PAULA TROXLER

RIK-BAS BACKER · BARUCH GORKIN · GARSON YU · PATRICK THOMAS · NIKKI GONNISSEN · SASCHA LOBE

MICHEL LEPETITDIDIER · JAMES GOGGIN · ALAN CHAN · KIKO FARKAS · ROBERT APPLETON · KEITH GODARD

MILTON GLASER · KYUHA SHIM · CHOONG HO LEE · SULKI AND MIN · KIM DOOSUP

KIMGARDEN(YUNHO LEE & KANGIN KIM) · JU HYUN KANG · JEONG, JAE WAN · PARK YEOUNJOO

SUNGYEOL KIM · LEE KYEONGSOO · KYMM KYUNGSUN · ZERO PER ZERO(KIM JIHWAN, JIN SOL) · YEJOU LEE

ORDINARY PEOPLE · JAEMIN LEE · DAEKI SHIM + HYOJUN SHIM · SERA YONG · HAN, JAE-JOON · HOSEOB YOON

LEE JAEYOUNG · OHEZIN · LEE, SUNGPYO · KELLY MOONKYUNG CHOI

EVERYDAY PRACTICE(KWON JOONHO, KIM KYUNGCHUL, KIM EOJIN) · SHINDOKHO · LEE SANHA

STICKY MONSTER LAB · AHN MANO · YOON MINGOO · CHO HYUN · SANGPIL LEE, JUNGMO NAM, KIHYUN KIM ·

CHANG SIK KIM



베이징디자인위크2016에 초대된 '게스트 시티 서울'전은

서울디자인위크2016과 주제를 공유,

'Smart City, Smart Design. Smart Life'를 테마로

베이징 D-Park 예술지구 내의 3개의 전시장과 1개의 거리에서

입체적 전시를 펼쳐게 된다.

서울과 베이징은 도쿄와 함께 동아시아의 대표하는 도시들로

동아시아적 철학을 바탕으로 한 디자인의 미래방향성을 모색하기 위한

공동의 관심사를 위해 긴밀한 교류를 지속하고자 한다.

# 2016 베이징 디자인위크 게스트 시티 서울

## Beijing Design Week 2016 Guest City Seoul

- 전시 개요
- SMART CITY : 서울시홍보관 L-BUILDING
- SMART LIFE : 기업관 79TANK
- SMART DESIGN : 중소디자인기업관 FASHION ECHO
- SEOUL DESIGN ROAD
- EVENT



게스트 시티 서울 홍보영상  
<https://youtu.be/pOjw3Nv-7Kk>



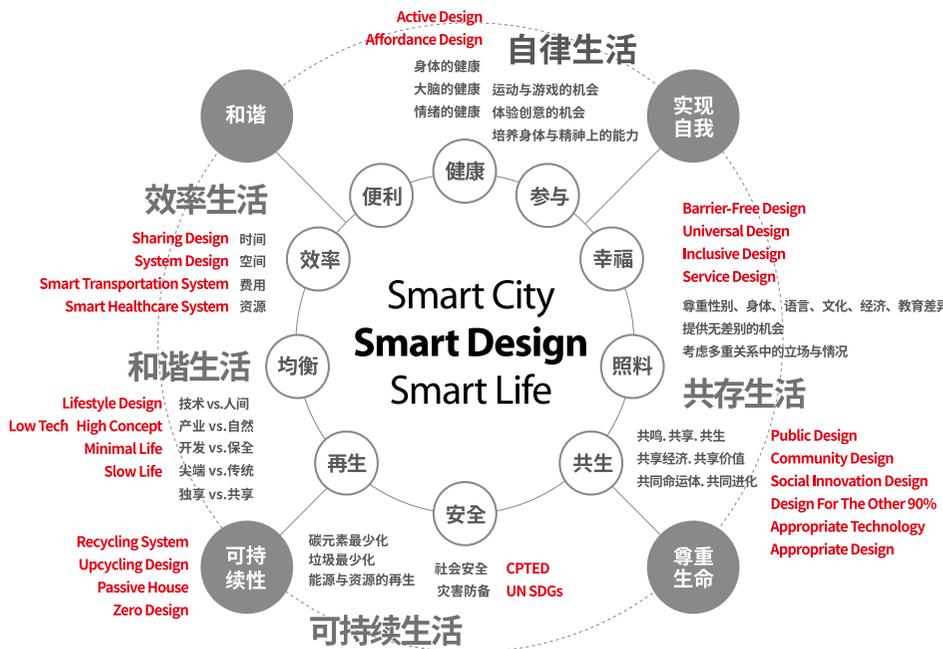
전시 개요

# Smart Design으로 Smart Life를 만들어 가는 Smart City 서울

베이징디자인위크2016 게스트시티서울전에서는 서울디자인위크2016과 주제를 공유, Smart Design을 통해, Smart Life를 추구하는, Smart City로서의 서울의 다양한 면모를 소개하는 것을 목적으로 기획되었다.

전시는 크게 3개의 전시 공간과 1개의 길을 통해 펼쳐졌는데, 총 118명의 디자이너와 기업이 참여하고 400여개의 제품을 선보이며 15개의 디자인 기업이 세미나를 통해 디자인 활동을 공유하는 기회가 되었다.

베이징디자인위크2016 게스트시티서울전은 한국과 중국 공통의 문화적 근간인 동아시아 철학을 바탕으로 '스마트 디자인'의 미래방향성을 모색하기 위한 새로운 담론의 계기가 되었다는 점에 큰 의의를 발견할 수 있을 것이다.



[서울디자인위크2016\_ 전시 설계를 위한 Concept Map v.2.0]

## L Building\_ Smart City



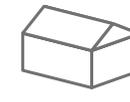
'Smart City'를 주제로, '효율적 삶, 자율적 삶, 조화로운 삶, 더불어 함께 사는 삶, 지속 가능한 삶'을 가능하게 하기 위한 서울시의 다양한 디자인 프로젝트들이 효율·편리·균형·건강·참여·행복·살림·공생·안전·살림 등 10가지 키워드를 중심으로 제시되었다. 이 중 '서울시 지능형 교통 시스템,' '시민청,' '찾아가는 동주민센터,' '서울형 도시 재생 프로젝트 사례,' '염리동 소금길의 범죄 예방 디자인' 등이 주요 프로젝트로 전시되어 Smart City로서 서울의 면모를 소개하고자 하였다.

## 79 TANK\_ Smart Life



스마트한 삶을 구현하는 다양한 스마트 디자인 제품, 한류 스타와 함께하는 서울의 즐기는 삶, 조화로운 삶을 위한 서울 디자인 스포츠를 테마로 전시를 펼쳤다. SM 엔터테인먼트, L G전자, 코오롱, 코웨이 등이 참여하였다. 특히 유노윤호, EXO, 수퍼주니어 등의 셀러브리티를 통해 잘 알려진 SM의 음악을 마음껏 선택하여 멋진 공간 속에서 감상할 수 있도록 하였다.

## FASHION ECHO\_ Smart Design



서비스 디자인, 엔터테인먼트, IT, 리빙, 패션 & 뷰티 디자인, 기프트 & 크래프트(gift & crafts) 등 창조적 발상으로 스마트한 삶을 디자인하는 중소기업들의 제품 전시 및 세미나를 위한 공간으로 기획, 서울 강소 디자인 전문 회사들의 디자인 활동을 비롯해 40개 중소기업과 서울공예상공모전 수상 우수 작품이 전시되었다. 특히 스마트 디자인으로 사회 혁신을 주도하는 서비스 디자인 전문 회사들의 전시를 주목해볼 수 있는데, 9월 28일부터 9월 30일까지 '스마트 디자인 세미나 (Smart Design Seminar)'를 개최, 이 기업들의 디자인 철학과 활동을 자세히 소개하기 위한 기회를 마련하였다. 세미나는 워크인(walk-in) 방식으로 모든 관람객에게 공개되었다.

## BRIDGE\_ 서울디자인로



751 D-Park 내 건물 두 곳을 잇는 철골 브리지에 '서울디자인로'라는 이름을 붙여 베이징시와 서울시 간의 디자인 교류와 유대감을 다지는 행사가 마련되었다. 이 길에서 국내 건축가, 그래픽디자이너, 아티스트 등 35인이 '서울·한글·하트'를 공통 주제로 작업한 그래픽 포스터를 선보였으며 이외에도 한·중 디자인 플라마켓이 열렸다. 9월 28일과 10월 5일에는 '게스트시티서울' 오프닝 웰컴 vip 리셉션과 콜로징 파티인 Designnigh를 열어 베이징디자인위크에 참여한 디자이너, 기업들의 네트워킹 시간을 마련하였다.

# 751 D-PARK MAP

展示馆位置介绍  
전시관위치 소개



**FASHION ECHO**  
SMART DESIGN



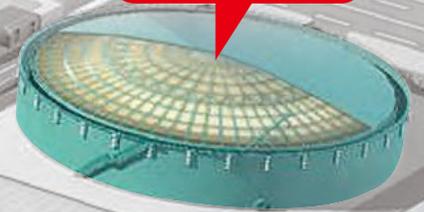
**L-BUILDING**  
SMART CITY



**BRIDGE**  
SEOUL DESIGN ROAD



**79TANK**  
SMART LIFE



# 서울시홍보관

## L-Building

서울시홍보관(L-Building)에서는 서울시의 정책사업 중 시민의 삶과 가치를 높이는 공공서비스 분야의 수준 높은 디자인 정책과 성공적인 실례를 통해 서울 시민의 삶을 공유하고자 기획되었다. 'Smart City'를 주제로 효율적이고, 자율적이며, 더불어 함께하는 지속 가능한 삶인 'Smart Life'를 위해 기여할 'Smart Design'의 요건으로 효율·편리·균형·건강·참여·행복·살림·공생·안전·살림 등 10가지 키워드를 제시하고, 시민과 소통하고 지속 가능한 삶을 추구하는 서울시 주요 시책, 유네스코 디자인 창의도시의 견인차 역할을 하고 있는 서울디자인재단의 사업 중 글로벌 시장에서 자리매김하고 있는 DDP와 서울디자인위크 소개, 마지막으로 6개 테마의 서울 스마트 스팟을 소개하였다.

서울시 홍보관은 '병풍'을 모티브로 연출되었다. 일상의 풍경을 예술과 조화시키는 기능은 물론, 필요에 따라 접거나 펼 수 있는 '이동식 벽'의 기능을 지닌 병풍은 스마트하게 공간을 연출할 수 있는 안성맞춤의 모듈 시스템이 되어 주었다.

일시 2016. 9. 26 ~ 10. 6

장소 베이징 D-Park 예술지구 내 L-Building

### [서울시 스마트 정책]

#### 시민의 보다 나은 삶을 위한 스마트 정책 디자인

- '효율적 삶'을 위한 정책 - TOPIS(서울교통정보센터)
- '자율적 삶'을 위한 정책 - 시민청(시민의 자율적 삶을 위한 시민생활마당)
- '지속 가능한 삶'을 위한 정책 - 서울형 도시 재생 프로젝트
- '더불어 함께 사는 삶'을 위한 정책
  - 찾아가는 동주민 센터(맞춤형 복지 서비스)
  - 범죄예방 디자인

### [서울디자인재단]

#### 꿈꾸고, 만들고, 누리는 DDP

- DDP(동대문 디자인 플라자)
- 서울디자인위크
- 서울패션위크

### [유네스코 디자인 창의도시]

유네스코 디자인 창의도시, 서울

### [서울 스마트 스팟]

서울시 스팟



BEIJING DESIGN WEEK 2016

**GUEST CITY I·SEOUL·U**

SMART CITY SMART DESIGN SMART LIFE

Sep 26 - Oct 6 751 D-Park

**IN**

**GUEST CITY SEOUL**

Sep 26 - Oct 6

SMART CITY  
SMART DESIGN  
SMART LIFE

**OUT**

**GUEST CITY SEOUL**

SMART CITY  
SMART DESIGN  
SMART LIFE

BEIJING DESIGN WEEK 2016

9/26-10/6

751 D-PARK



서울시 스마트 정책

# 시민의 보다 나은 삶을 위한 스마트 정책 디자인

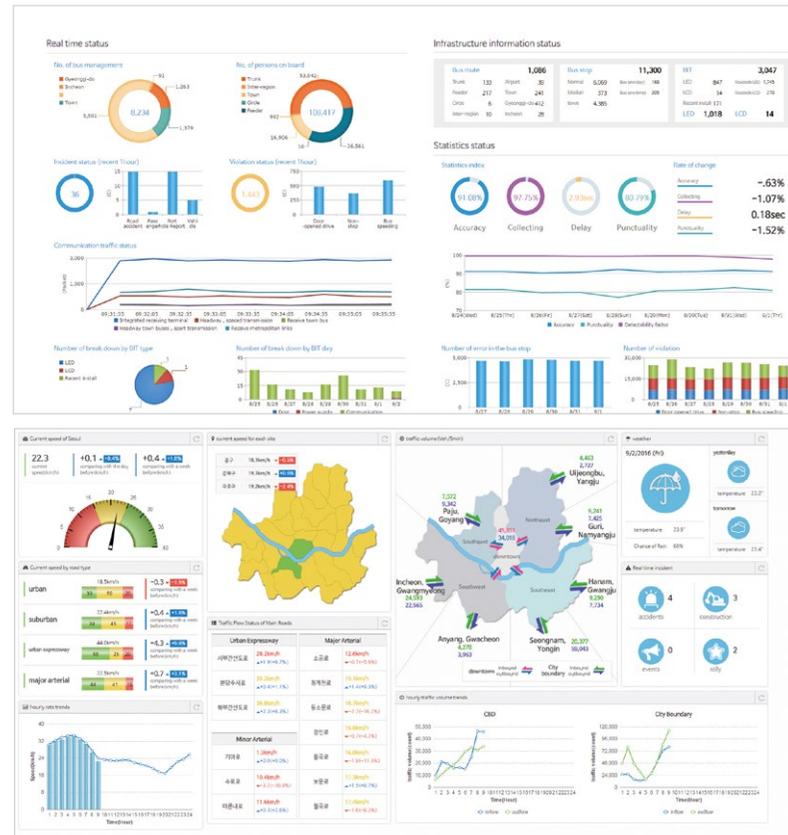
도시의 정책은 도시민의 삶을 보다 나은 것으로 만드는 데 있어서 직접적인 영향을 미치는 것 중의 하나이다. 따라서, 스마트한 정책 디자인은 시민의 삶을 세심히 살펴 문제를 찾는 것으로부터 시작된다.

## 서울시 스마트 정책 1

### TOPIS(서울교통정보센터)

‘효율적 삶’을 위한 정책

서울교통정보센터(TOPIS)는 서울 시내 대중교통 운행정보 및 고속도로 상황, 민간 교통정보 등을 활용·분석하여 서울시 교통 상황을 총괄 운영·관리하는 통합정보센터이며, 시민들에게 다양한 형태의 서비스로 교통 정보를 실시간으로 제공해준다. 서울시의 교통 상황에 대한 데이터가 어떻게 시민들에게 제공되는지 실시간 웹사이트 화면을 통해 볼 수 있도록 하였다.



## 서울시 스마트 정책 2

### 시민청(시민을 위한 시민에 의한 시민생활마당)

‘자율적 삶’을 위한 정책

서울시청 지하 1, 2층에 마련된 시민이 스스로 만들고 누리는 시민생활마당이다. 전시·공연·교육·결혼식 등 다양한 시민활동이 지원되며, 시민청을 체험할 수 있는 영상이 전시된다. 시민청이란 명칭의 ‘청’자를 관청(廳)자가 아닌 들을 청(聽)자로 정하여 선택한 것은 시민의 생각을 시가 경청하고 시민간의 생각과 의견을 서로 공유하는 활동이 이루어지는 경청 마당으로서의 역할을 강조하고 있다.



## 서울시 스마트 정책 3

### 서울형 도시 재생 프로젝트

‘지속 가능한 삶’을 위한 정책

서울의 오래된 주거지역, 개발이 부족한 지역을 대상으로 지역 주민의 터전은 그대로 보전하면서 주민이 주도하여 지역이 다시 살아날 수 있게 바꾸어 가는 재생 사업이며, 서울시 선도지역 중 5 곳에 대한 사례를 선정하였다.



서울시 스마트 정책 4

### 찾아가는 동주민 센터(맞춤형 복지 서비스)

#### ‘더불어 함께 사는 삶’을 위한 정책 1

기존 주민의 신청을 받아 복지를 제공했다면, 이제는 ‘찾아가고 찾아오는 복지’로 방향 전환이 필요하다. 발생에서 시작된 프로젝트. 복지 사각지대를 완전히 해소하기 위해 탄생한 동주민센터의 공간 탈바꿈 사업과 주민 주도 마을생태계 지원 사업 등을 자세히 소개한다.



서울시 스마트 정책 5

### 범죄예방 디자인

#### ‘더불어 함께 사는 삶’을 위한 정책 2

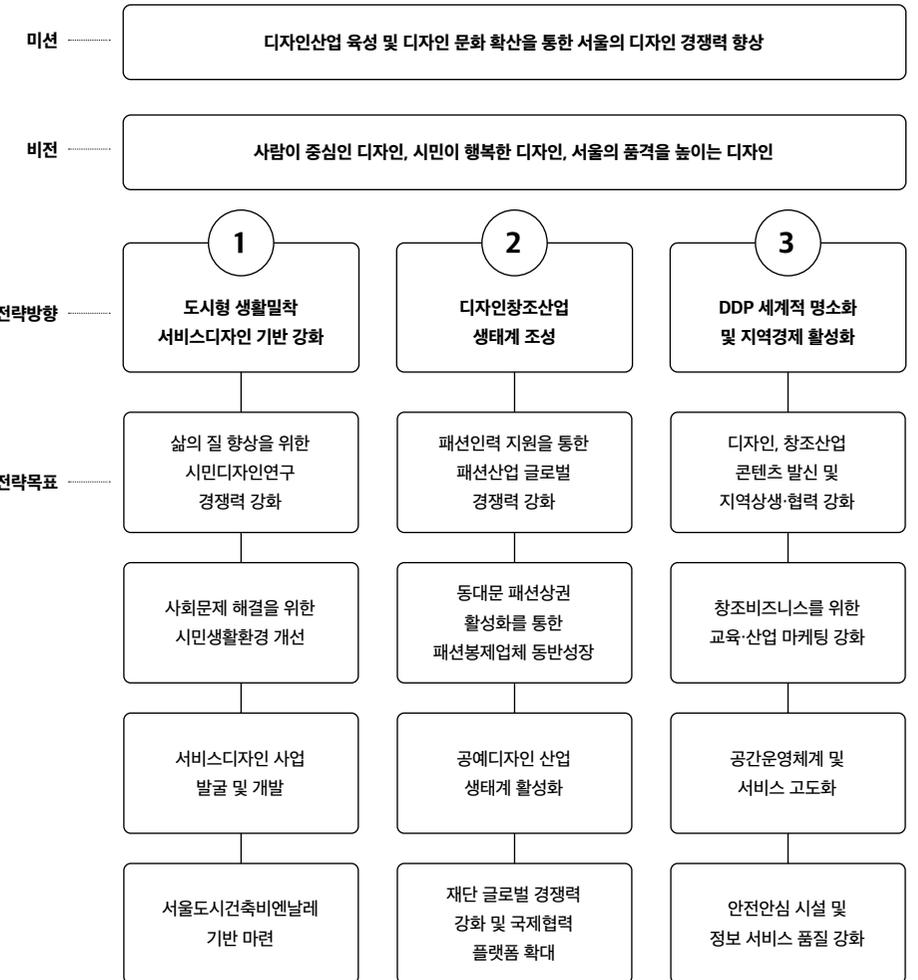
취약지역(시설)을 대상으로 디자인을 통해 범죄 심리를 위축시켜 범죄 발생 가능성을 사전에 차단하고 예방하는 사업으로 마포구 염리동 첫 시행 후 확산 중인 디자인 프로젝트. 스토리텔링 벽화, 지킴이 집 등 실제 디자인 적용 사례를 확인할 수 있다.



서울디자인재단

## 꿈꾸고, 만들고, 누리는 DDP

서울디자인재단은 디자인을 통한 변화와 확산을 꿈꾸며, 서울이 직면한 문제들을 디자인을 통해 해결함으로써 ‘안전한 도시’, ‘따뜻한 도시’, ‘꿈꾸는 도시’, ‘숨 쉬는 도시’를 만들기 위한 다양한 사업을 실행하고 있다. DDP는 서울디자인재단의 새로운 활동 거점으로 사람이 중심인 도시, 시민이 행복한 도시, 서울을 디자인하는 것을 목표로 한다.



## 서울디자인재단 | 꿈꾸고, 만들고, 누리는 DDP 1

### DDP(동대문 디자인 플라자)

DDP(동대문디자인플라자)는 서울의 미래 성장을 견인하는 '창조산업의 전진기지'를 위해 건립된 세계 최대 규모의 3차원 비정형 건축물이다. 세계적 건축가 자하 하디드가 설계하였으며, 신제품 발표, 전시, 공연, 비즈니스, 쇼핑과 휴식을 위한 5개의 시설로 이루어져 있다. 이번 전시에서는 DDP의 역할과 공간에 대한 소개, 건축 히스토리 등을 영상으로 만날 수 있도록 하였다.



## 서울디자인재단 | 꿈꾸고, 만들고, 누리는 DDP 2

### 서울디자인위크

서울디자인위크는 민관이 협력하고 시민이 주도하는 서울시의 대표적 디자인 축제다. 2014년부터 시작된 서울디자인위크는 관 주도에서 2015년부터 민관협력 공동추진방식으로, 시민이 주인공이 되어 이끌어가는 축제로 전환하였다. 디자인의 중심, DDP를 중심으로 서울 전역에서 이뤄지는 서울디자인위크의 다채로운 콘텐츠를 통해 서울은 세계 대표적 DESIGN CITY로 자리매김할 것이다.



## 서울디자인재단 | 꿈꾸고, 만들고, 누리는 DDP 3

### 서울패션위크

서울패션위크는 서울시가 주최하는 글로벌 패션 비즈니스 이벤트로 SS/FW 시즌 연 2회 3월, 10월에 개최되며 뉴욕, 파리, 런던, 밀라노에 이은 세계 5대 패션위크로의 도약을 위하여 매 시즌 전략적인 비즈니스를 진행하고 있다.



## 유네스코 디자인 창의도시, 서울

유네스코는 도시 차원에서 문화산업의 창의적, 사회적, 경제적 가능성을 확대하도록 돕고 이러한 발전 경험을 다른 도시들과 공유하는 것을 장려하기 위해 2004년 10월부터 유네스코 창의도시 네트워크 사업을 시행해오고 있다.

도시의 문화자산과 잠재력을 특화시켜 창의력에 기초한 문화산업 육성을 통해, 경제적 성장은 물론 해당 도시의 고유한 문화를 계승 발전시킴으로써 세계적 차원에서 문화적 다양성 증진 및 지속가능한 성장에 기여하고자 하는데 그 목적이 있다. 유네스코 창의도시로 지정되면, 유네스코 창의도시 명칭과 로고 영구적으로 사용할 수 있으며, 유네스코 203개 정회원국의 유네스코 협력망을 활용한 문화·디자인 자원의 국제마케팅이 가능하다.

현재까지 디자인, 문학, 영화, 음악, 공예와 민속예술, 미디어아트, 음식 등 7개 창의 분야에 걸쳐 전 세계 54개국 총 116개 도시가 지정되어 있으며, 서울시는 풍부한 문화유산과 창의적 잠재력, 다양하고 강력한 서울시의 디자인정책 의지를 인정받아 2010년 7월 디자인 창의도시로 지정되었다.

### 유네스코 디자인 창의도시 지정현황 (총 22개 도시)

서울(한국, 2010), 부에노스아이레스(아르헨티나, 2005), 베를린(독일, 2005), 몬트리올(캐나다, 2006), 나고야(일본, 2008), 고베(일본, 2008), 선전(중국, 2008), 상해(중국, 2010), 생테티엔(프랑스, 2010), 그라츠(오스트리아, 2011), 베이징(중국, 2012), 빌바오(스페인, 2014), 쿠리치바(브라질, 2014), 던디(영국, 2014), 헬싱키(핀란드, 2014), 토리노(이탈리아, 2014), 반둥(인도네시아, 2015), 부다페스트(헝가리, 2015), 디트로이트(미국, 2015), 카우나스(리투아니아, 2015), 푸에블라(멕시코, 2015), 싱가포르(싱가포르, 2015)

## 서울시 스팟

서울시 스팟은 총 6개의 테마에 따라 전시된다. 보존·첨단·생활·상업·도시공원·문화의 테마로 인사동, 서울숲, 한강시민공원, 한옥마을 등 다양한 스팟을 체험할 수 있는 전시가 마련된다.

### 보존도시:

#### 북촌 한옥마을, 남산골 한옥마을

서울의 600년 역사도시의 풍경을 극적으로 보여주는 북촌 한옥마을과 남산골 한옥마을. 여러 채의 한옥이 지붕 처마를 잇대고 벽과 벽을 이웃과 함께 사용하고 있는 풍경을 통해 서울의 따뜻한 정과 살아가는 맛을 느끼게 해준다.

### 첨단도시:

#### 코엑스, 상암DMC

상암DMC(Digital Media City)는 최첨단 디지털 미디어 엔터테인먼트(M&E) 클러스터이며 서울의 방송 콘텐츠와 미디어, IT 분야의 400여 개 기업이 입주해 있다. 코엑스는 한국을 대표하는 MICE 산업의 대표 시설이며, 2010년 G20 정상회의 등이 개최된 장소이다.

### 생활도시:

#### 가로수길, 경리단길

'예술가의 거리'라 불리는 인사동 가로수길 주위로는 아기자기한 커피숍과 맛집, 디자이너들의 옷 매장들이 즐비해 있어 이국적인 분위기를 연출한다. 경리단길은 이태원 로데오 거리와 이어지는 이국적인 향취가 가득한 거리이며, 10평 미만의 작은 가게들이 빽빽하게 들어서 있는 이곳으로 미식가들의 발길이 이어지고 있다.

### 상업도시:

#### 동대문시장, 통인시장

쇼핑 명소로 유명한 동대문시장은 패션의 최첨단 기지로서 역할을 하고 있으며, 건물 약 30여동에 3만여 개의 점포가 있는 대한민국 쇼핑의 메카이다. 통인 시장은 서울의 전형적 전통시장으로 식당과 반찬 가게 등 요식 관련 점포가 많은데, 최근 업전으로 시장 내 음식을 뷔페처럼 이용할 수 있는 서비스를 시작하며, 새롭게 떠오르는 관광 명소가 되고 있다.

### 문화도시:

#### 플랫폼 창동 61, 홍대거리

플랫폼 창동 61은 서울 동북권에 조성된 컨테이너로 만들어진 복합문화공간이며 문화 예술/라이프스타일/커뮤니티 3가지 분야로 공간이 구성되어 있다. 또한 홍대거리는 젊음과 낭만, 예술과 언더그라운드 문화, 개성 넘치는 자유의 거리로 대변된다.

### 도시공원:

#### 한강시민공원 반포지구, 잠원지구

서울을 관통하는 41.5km의 한강 구간은 시민공원으로 조성되어 있다. 서울의 아름다운 야경을 감상할 수 있으며, 야외 공연, 녹지대, 자전거 도로 등 시민들에게 편리한 공원으로 끊임없이 새 단장되고 있다.



04

03

02

01



首尔全景路线(首尔城市观光车)  
SEOUL PANORAMA COURSE (SEOUL CITY TOUR BUS)

- 13 Building
- 南山缆车  
Namsan Cable Car
- 明洞  
Myeongdong



首尔夜景路线(首尔城市观光车)  
SEOUL NIGHT VIEW COURSE (SEOUL CITY TOUR BUS)

- 明洞  
Myeongdong
- 南山缆车  
Namsan Cable Car
- 明洞  
Myeongdong



城市平衡 (CITY OF BALANCE)

城市平衡 (CITY OF BALANCE) 是一个关于城市可持续发展的项目。它旨在通过平衡城市的发展与环境保护，实现城市的可持续发展。该项目将城市的发展与环境保护相结合，实现城市的可持续发展。

共存主义

VISPO  
Tongji  
area in  
Seoul  
project  
expert  
main  
the  
region

## 기업관 79TANK

Smart Life를 키워드로 기획된 79TANK의 기업관은 한류 콘텐츠 브랜드 1개사와 대기업 브랜드 10개사가 참여하여 바빠 돌아가는 서울의 일상 속에서 지속 가능한 삶을 추구하는 스마트디자인 제품을 선보이는 자리이다. 본 전시에는 한국 속 글로벌 기업인 SM 엔터테인먼트의 SUM 브랜드, (주)크레신, (주)호텔롯데 롯데월드, (주)이노디자인, 바이러스 디자인, (주)서울번드, 코오롱인더스트리(주), 엘지전자, 코웨이(주), 퍼시스가 참여한다.

전시가 펼쳐지는 79TANK는 오래된 물탱크를 개조한 공간으로 스마트라는 주제와 동떨어져 보일 수 있다. 하지만 오래된 것에서 미래의 스마트한 라이프를 보여줄 수 있다면 그 대비 효과는 오히려 기대해 볼 만했다. 어둡고 거대한 공간에서 스포트라이트를 받고 있는 스마트 기기들을 위해 '전통'과 현대의 '스마트'를 이어주는 소재로 '갓'을 접목시켜 연출하였다.

일시 2016. 9. 26 ~ 10. 6

장소 베이징 D-Park 예술지구내 79TANK

### 한류 콘텐츠

SUM

### 스마트 디자인 브랜드 및 제품

피아톤

코웨이

롯데월드타워 서울스카이

탱그램

이노

울림디자인

서울번드

래;코드

LG

시디즈







### 한류 콘텐츠



#### 섬 SUM

SUM은 SM 엔터테인먼트그룹의 셀러브리티샵이다. 셀러브리티와 직접 연계된 초상과 로고를 활용한 핵심 굿즈는 물론, 아티스트가 평소 즐기는 아이템이나 방송에서 직접 착용했던 상품, 나아가 글로벌한 감각을 지닌 아티스트 또는 브랜드와의 협업을 통해 일상 속에서 자연스럽게 셀러브리티의 라이프스타일을 접할 수 있도록 제안하는 편집매장이다.

[www.smtownland.com](http://www.smtownland.com)

### 스마트 디자인 브랜드 및 제품



#### 피아톤

피아톤은 깊고 풍부한 소리를 가장 잘 전달할 수 있는 최적의 방법을 연구하는 브랜드로서 음악을 사랑하는 사람들에게 최상의 청음 경험을 제공하는 것을 핵심 가치로 두고 있다. 끊임없는 혁신과 R&D를 통해 새로운 기술력을 도입하고 편안한 인체공학적 디자인을 접목함으로써 사용자가 경험하는 최상의 가치를 선사한다.

[www.phiaton.com](http://www.phiaton.com)



#### 울림독

울림독은 제품디자이너와 도예작가의 협업을 통해 만들어진 아름다움과 함께 편안하게 음악을 즐길 수 있는 기능을 갖춘 사운드웨어 브랜드이다.

[www.ulirimdock.com](http://www.ulirimdock.com)



#### 코웨이

Dual Power 공기청정기는 깨끗하고 건강한 공기를 숨을 쉬게 도와주는 양면흡입형 청정기이다. 듀얼파워 팬으로 오염된 공기를 제품 좌우 양면에서 흡입하여 더욱 빠르고 강력하게 공기를 청정 시켜준다. 동일 성능 청정기 중 가장 콤팩트하고 한국에서 에너지 효율 1등급을 받았다. 외관 출패턴은 공기가 정화되어 상승하는 이미지를 표현하였으며 집안의 인테리어 요소가 될 수 있도록 한 stylish한 청정기이다. 또한 APP으로 조작이 가능한 스마트 청정기이다.

[www.coway.co.kr](http://www.coway.co.kr)



#### 롯데월드타워 서울스카이

SEOUL SKY는 롯데월드타워의 117층부터 123층까지 위치한 전망대이다. 제품은 롯데월드타워의 모티브인 한국 전통의 도자기와 붓의 형상을 현대적으로 풀어냈으며, 하늘로 높이 연장되는 롯데월드타워 외관을 그래픽화하였다. [jihaye@lotte.net](mailto:jihaye@lotte.net)



#### 탱그램

스마트 로프는 고전 체력 운동인 줄넘기를 진화시킨 제품이다. 줄 중앙에 삽입된 23개의 LED로 눈앞에 줄넘기 횟수를 보여주며, 블루투스로 연동되는 스마트 짐 앱을 통해 운동 기록을 저장, 관리할 수 있다. 스마트 짐 앱에서 제공하는 체계적인 트레이닝

프로그램에 맞춰 운동하거나 친구들과 경쟁모드를 즐길 수 있어 줄넘기 운동을 지루하지 않게 즐길 수 있다. 이러한 스마트 로프의 디자인은 기존의 줄넘기를 혁신했다는 평가를 받으며 일본 굿디자인, 독일 IF, Red Dot, 미국 IDEA 등의 세계 디자인 어워드를 석권하였다.

[www.tangramfactory.com](http://www.tangramfactory.com)



#### 이노디자인

이노디자인은 1986년 세계 첨단기술 산업의 중심지인 미국 실리콘밸리에 설립되어 브랜드 전략, 컨셉트 디자인, 제품 기획 및 디자인, 비주얼 디자인 그리고 기업 아이덴티티 프로그램에 이르기까지 디자인 컨설팅을 중심으로 성공적인 활동을 벌이고 있는 디자인 컨설팅 전문회사다. 기업 경영에 중요한 이미지를 위해 상품 디자인을 근간으로 한 토탈 크리에이티비티 컨설팅으로 궁극적으로 파트너사와의 Win-Win 성취를 전략적으로 추구한다.

[www.innodesign.com](http://www.innodesign.com)



#### 서울번드

우리는 동아시아 전통 디자인의 가치를 세계에 알리고 싶었다. 이를 위해서는 동아시아 전통 디자인이 현대인의 삶에 스며들어야 한다는 결론을 내렸고, 그에 걸맞은 제품들을 동아시아 각국에서 찾았다. 이제 서울번드에서 번드들이 보내온 소중한 보물들을 만나보시길!

[www.seoulbund.com](http://www.seoulbund.com)



#### 래:코드

2012년 론칭한 래:코드는 자연을 위한 순환을 만들고 낭비가 아닌 가치 있는 소비를 제안하는 브랜드로 패션 그 이상의 문화를 소비자들과 공유한다.

는 취지의 업사이클링 리디자인(Re-design) 브랜드다. 래:코드는 3년 차 재고 의류를 새롭게 재탄생시킨 '인벤토리 라인'과 군에서 사용되던 텐트, 군복, 낙하산 등을 활용한 '밀리터리 라인', 그리고 자동차 에어백 등의 산업 소재를 활용한 '인더스트리얼 라인'을 전개하고 있다.

[www.re-code.co.kr](http://www.re-code.co.kr)



#### 시디즈

시디즈는 한국에서 탄생한 의자 브랜드로 세계적인 디자이너와 협력하여 최고 수준의 품질과 디자인으로 REDOT, IDEA, IF 등에서 디자인 상을 수상하였습니다. 외관, 기능, 재료 및 공법의 합리적인 사용으로 인체공학적 의자를 생산하여 의자로서의 조건뿐만 아니라 건강과 행복을 고객에게 제공합니다. 완전히 내 몸에 맞는 의자는 SIDIZ와 함께!

[www.sidiz.com](http://www.sidiz.com)



#### LG

LG전자는 혁신적인 기술과 독창적인 제품, 과감한 R&D 투자와 적극적인 글로벌 마케팅 활동을 통해 세계 전자 정보통신 산업의 새로운 미래를 열어가고 있습니다. LG전자는 전자 제품, 모바일 통신기기 및 가전제품 분야의 기술혁신을 선도하는 글로벌 리더로 기술 혁신으로 이룬 압도적 성능과 본질에 충실한 정제된 디자인 및 직관적인 사용성을 지향하는 超프리미엄 가전 통합 브랜드이다.

[www.lg.com](http://www.lg.com)

# 중소디자인기업관

## FASHION ECHO

FASHION ECHO관은 서울의 공공 서비스 디자인 분야에 있어 크게 기여하고 있는 서비스 디자인 기업 소개와 그들의 프로젝트를 전시하며, 디자인 강소기업들의 제품과 서울공예상공모전을 통해 선정된 우수작품 등을 선보임으로써 풍부한 볼거리를 제공한다. 또한 참가기업들의 디자인 세미나가 열리는 곳으로 디자이너들의 생생한 목소리를 들으며 '디자인 캐피탈 서울'의 에너지를 느낄 수 있도록 하였다.

FASHION ECHO관의 공간 컬러인 레드와 화이트의 컨트라스트를 이용, 다이내믹한 서울의 모습과 정적인 서울의 모습을 상징화하였다. 서비스디자인기업들의 프로젝트 그래픽, 강소기업의 제품, 공예품은 전통기법인 '짜 맞춤'의 공법을 접목, 폴딩되는 병풍의 구조를 이용해 다양한 형식으로 디스플레이 될 수 있도록 연출하였다.

일시 2016. 9. 26 ~ 10. 6

장소 베이징 D-Park 예술지구내 FASHION ECHO

### [서비스디자인기업 전시]

시민의 삶의 질을 높이는 디자인

- mysc (Merry Year Social Company)
- 공공미술프리즘
- 사이픽스
- 샘파트너스
- 이움액츠
- (주)팀인터페이스
- (주)퍼셉션

### [강소기업 전시]

서울의 강소디자인기업

### [서울공예상공모전 우수작품 전시]

전통과 현대가 만나는 공예



BEIJING DESIGN WEEK 2016  
GUEST CITY SEOUL  
SMART CITY SMART

SEOUL

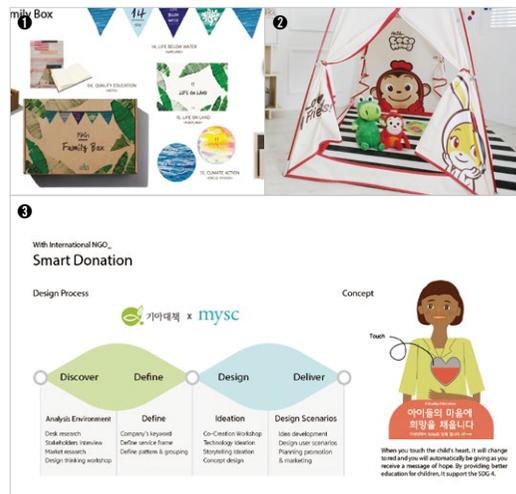
서비스디자인기업 전시

# 시민의 삶의 질을 높이는 디자인

서비스디자인이란, 서비스를 설계하고 전달하는 과정 전반에 디자인 방법을 적용해 사용자의 생각과 행동을 변화시키고 경험의 질을 향상하는 디자인의 한 분야다. 서비스디자인은 민간 서비스산업뿐만 아니라 공공서비스 영역에서 사회 문제를 해결하는데 커다란 역할을 하고 있으며, 유럽 각국에서는 디자인 진흥기관의 주도로 많은 성과를 내고 있다. 서비스디자인사업은 '서울디자인재단'의 주요사업 중 하나로 디자인을 통해 도시의 다양한 문제를 발견하고 해결함으로써 시민의 삶의 질을 향상하는 사업이다. 이를 모델로 한 성공 사례를 지속적으로 확산해 나가고 있다.

## 엠와이소셜컴퍼니

엠와이소셜컴퍼니(MYSC)는 사회혁신 전문 컨설팅 임팩트 투자 기관이다. 사회혁신에 기여하고자 하는 모든 기관의 파트너로서, 비즈니스를 통한 사회혁신을 지향한다. [mysc.co.kr](http://mysc.co.kr)



**1 With International Organization\_ SDG Family Box**  
모든 유엔 회원국은 2016년부터 2030년까지 17개의 지속가능발전목표(Sustainable Development Goals, SDG)를 최우선적인 공명이 발전 목표로 합의했다. MYSC의 SDG Family Box는 '일상 속에서 각각의 SDG가 구현되었을 때의 아름다운 모습'이라는 컨셉으로 구성된 한국 최초의 SDG 디자인제품이다. 우리 주변에서 쉽게 마주칠 수 있는 물병, 달력, 엽서, 책갈피, 컵 받침 등 가족과 친구들이 사용할 수 있는 일상용품으로 구성되어 있고, 디자인 편집숍 등을 통해 사회적으로 의식 있는 소비자를 만날 예정이다.

**2 With International NGO\_ Smart Donation**  
기아대책(Korea Food for the Hungry International)은 기존에 일방적으로 강요되고 접근성이 떨어지는 기부형태에서 벗어나 사람들에게 공감되고 쉽게 기부에 참여할 수 있는 새로운 기부문화를 만들어내기 위해 스마트 모금함을 기획하였다. 스마트모금함은 기아대책에서 후원하는 해외아동 교육 후원 및 수자원 후원 등의 모금 활동을 SDG의 4번 및 6번 목표와 연계하고, 기부자에게 감동을 전달할 수 있는 상호교감적 요소를 추가하여 디자인되었다.

**3 With Corporation and Social Enterprise\_ Cocomong Tent**  
이랜드그룹과 소셜벤처 바이맘이 협력하여 출시한 실내 룸 텐트 '코코몽 텐트'는 난방비를 절약하여 이산화탄소 배출을 절감하는 효과뿐 아니라, 현대인의 부족한 수면의 질을 향상시키는 라이프스타일을 제안하는 혁신적 디자인 제품이다. 코코몽 텐트는 아이들이 좋아하는 원숭이 캐릭터를 활용하여, 아이들의 구별된 놀이 공간으로도 활용될 수 있다.

## 공공미술프리즘

공공미술프리즘은 지역과 공간, 환경, 사람 간의 관계에 대해 새로운 제안을 계획, 실행하며 이를 통해 사회적 과제를 해결하고, 사회적 가치를 보다 많은 이들과 함께 추구하고자 하는 사회적 기업이다. 공공미술프리즘은 빛의 파장을 얻는 프리즘(Prism)을 의미하기도 하지만, 사회나 문화에 대한 인간의 자유로운 인식의 확장을 추구하는 프리즘(Free-Zoom), 혹은 프리존(Free-Zone)을 의미한다. [www.free-zoom.com](http://www.free-zoom.com)



**1 발산창조문화마을 프로젝트**  
'청년과 주민이 함께 마을을 디자인하다' 2014년 예술가들의 공공미술프로젝트를 시작으로, 2015년부터 기업(현대자동차 그룹)과 본 사회기업 (공공미술프리즘)이 함께 '발산창조문화마을사업'을 시작하면서, 마을의 활력이 되살아나고 있다. 현재, 청년들이 공폐가 입주를 희망하면서 다양한 활동으로 마을에 새로운 인구가 유입되고 있으며, 마을의 컬러아트프로젝트로 찾아오는 방문객을 위해서 주민들은 집밥과 민박 등 다양한 사업과 더불어 마을 내 공동체 문화가 생기고 있다.

**2 희망빛 법원을 프로젝트**  
'주민 간 관계와 경험을 디자인하다' 90년대 대규모 집창촌 철거 이후, 마을 주민들은 부정적인 지역 이미지 뿐 아니라 지역경제쇠퇴로 인해, 현재 매우 폐쇄적인 공동체로 자리 잡게 되었다. 2016년 파주시와 본 사회기업의 '법원을 희망빛 프로젝트'를 시작으로, 부정적 주민 공동체를 새롭게 형성하기 위해 '주민이 만드는 축제'와 더불어 '주민 주제 문화'를 위한 전통등 공방, 공폐가로 남은 집창촌들을 바꾸고 있다.

## (주)사이픽스

디자인 중심의 혁신(Design Driven Innovation)을 만들어내는 회사인 사이픽스는 사이픽스만의 관점과 방법으로, 고객들이 원하는 것과 고객들이 원하는지조차 알지 못했던 것들을 발견하고, 바른 통찰력으로 문제를 정의하고, 문제 해결 뿐만 아니라 새로운 의미와 가치를 부여하는 Creative한 해결책을 제공한다. 주제들 간에 새로운 가치관계를 만들어 내는 Innovative Design Consultancy이다. [www.cyphics.com](http://www.cyphics.com)



**3 "응급실의 분노를 풀어주세요" 응급실 서비스 디자인**  
응급실 내 발생하는 환자의 불편과 불안 요소를 최소화하여 삼성서울병원 응급실의 효율을 높이는 것을 목적으로 하였다. 그리하여 국내외 사례조사, 관찰조사 등을 통해 환자의 유형과 공간의 기능에 따라 접근성과 동선의 편의를 고려해 공간을 배치했다. 공간별 색상을 적용해 공간마다의 성격을 규정하였고, 환자 유형별 입구를 분리해 빠른 응급처치가 이루어질 수 있도록 했다. 또한 중앙관제 역할을 할 수 있는 상황판을 두어 의료진이 응급실 내 전체 상황을 한눈에 파악하고 대처할 수 있도록 하였다.

**4 심폐소생술 확산을 위한 서비스 디자인**  
1차 목적자에 의해 행해져야 하는 심폐소생술의 부재로 인해 국내 심정지 환자의 사망률은 해외에 비해 높은 수준이다. 이는 일반인들의 응급의료와 CPR에 대한 인식 저하로 인해 발생하는 것으로, 일반인들에게 쉽고 재미있게 CPR의 가치를 각인시키는 것을 목적으로 프로젝트를 진행하였다. CPR 교육의 단점을 보완한 쉽고 재미있는 교육용 토크는 CPR 교육 수료자가 일상생활에서 사용하게 함으로써 배운 내용을 지속적으로 기억하게 해주며 주위 사람들에게 간접적으로 홍보함으로써 국내 심폐소생술 시행률을 높이는데 기여할 것이다.

**5 찾아가는 동 주민센터, 서비스 디자인**  
주민들의 행정 업무를 담당하던 동 주민센터를 지역 주민들이 함께하는 커뮤니티 센터로 개선하는 것을 목적으로 하였다. 주민들이 쉽게 주민센터를 찾을 수 있도록 시간과 공간이 '오픈'된, 가족들이 함께 정감을 나누는 '키친'과 같은 '오픈 키친'을 만들었다. 안락한 분위기의 커뮤니티 공간(카페, 테라스, 책방, 회의실)과 다양한 프로그램을 마련하여 주민들이 주민센터를 더욱 적극적으로 이용할 수 있도록 하였다.

## 샘파트너스

전략적 디자인 솔루션으로 최적의 경험을 만드는 'Creative Consultancy'이다. 우리가 디자인하는 대상은 브랜드를 중심으로 그래픽, 제품, 공간, 서비스뿐만 아니라 조직과 시스템, 비즈니스까지 포함되며, 바로 이런 총체적 디자인 솔루션 제공을 위해 우리는 항상 사람에 대한 깊은 이해와 공감에서 출발한다. 샘파트너스는 지난 13년간 경험 중심적 통합디자인 서비스를 제공해 오고 있다. [sampartners.co.kr](http://sampartners.co.kr)



### 1 교보문고 핫트랙스

공급자 중심의 판매 형식에서 좋은 경험 제공자로서 핫트랙스 : 좀 더 나은 쇼핑 경험을 위해 단순히 구매 고객만을 위한 서비스 제공이 아니라, 고객들이 '교보문고 핫트랙스'라는 브랜드에 애착을 가지도록 만들 수 있는 새로운 경험을 생각하며, 다각도로 고객 접점 및 서비스 디자인 개발이 진행되었다. 우리는 서점에 대한 기존의 틀을 깨고, '책이 아닌' '독서'를 파는 공간에서의 문구점, 팬시점, 음반점, 전자제품 매장의 모습을 구현해가며, 매장 안에서 고객들이 색다른 경험을 하고, 그로 인한 서점에서의 소비문화도 바뀌고자 하였다.

### 2 소금길, 서울시 범죄예방 백신 프로젝트

소금길, 가장 두려운 골목이 가장 걷고 싶은 골목으로 : 우리는 경험 디자인 프로세스를 활용하여 그들의 생활과 문화, 환경적인 문제와 갈등에 대해 깊이 있게 들여다보고, 이곳을 오고가며 믿을 수 있는 이웃을 만나고, 주민들의 다양한 삶의 이야기가 담길 수 있는 골목을 만들어 갔다. 과거 소금 창고였던 지역의 특성을 살려 만든 새로운 골목 이름인 '소금길'은 단순히 예쁘고, 정돈된 길로 만든 것이 아니라 주민 스스로가 자신들의 주거 환경에 관심을 갖게 하고, 어둡고 두려웠던 동네에서도 걷는 것이 즐거워지는 1.7km의 동선이 있는 골목길로 만들었다.

### 3 공차 리브랜딩 프로젝트

더 쉽고, 더 즐거우며, 기억에 남는 서비스와 고객 경험 : 공차 브랜드 리뉴얼 프로젝트는 브랜드를 감싸고 있는 겉모습을 바꾸는 데에 그치지 않고, 고객 관점에서 브랜드의 전체적인 모습을 하나의 이야기로 어우르기 위한 목표를 가진 프로젝트였다. 바뀐 모습의 공차가 고객들에게 거부감이나 괴리를 형성하지 않으면서, 새롭고 더욱 좋은 경험을 주기 위해 공차의 구성구석 가려져 있던 디테일을 고민했다. 만연한 커피 프랜차이즈 속에서 공차는 '편안한 공간'으로서 차(茶) 문화를 가장 친근하게 알리고, 재미있게 들려주는 스토리텔러가 되는 역할을 하게 될 것을 기대한다.

## 이움액츠

'킬링사회, 힐링 갈구하다!' 이움액츠는 사회를 위한 창조적 자유의 예술을 슬로건으로 하며 '무한경쟁체도를 달리고 있는 현대인들이 잃어버린 고유 존재가치와 자아 정체성, 삶의 목적을 일깨워주는 '스토리아트'를 핵심 사업으로 실행하고 있다.

[www.iumacts.com](http://www.iumacts.com)



### 1 연예기획사 청소년 연습생 대상 창의인성 발견 프로그램 <별의 탄생>

<별의 탄생> 스토리아트 프로그램 : '아이돌 공화국' 대한민국, 연예인 직업을 일순위로 선호하는 청소년들이 증가하고 있다. 그러나 설문통계에 따르면 미래의 진로 불안, 스트레스, 불안과 우울증의 어려움을 겪고 있다. <별의 탄생>은 저마다의 별들이 가진 고유한 영향력을 스타십(스타+리더십)에 비유하며 데뷔를 앞둔 청소년 연습생들에게 건강한 자화상을 가지도록 돕고 힐링과 소통, 팀워크 증진을 경험하는 테마 강의와 체험 프로그램으로 구성되어 있다.

### 2 <하트 브랜딩> : 체인지메이커로서의 자화상 발견과 비즈니스 모델 설계

<하트 브랜딩 > 창업 교육과정 한사람의 자기발견이 사회변화의 핵심이다! 이움액츠는 하트브랜딩이라는 주요 사업으로 예술을 통한 자발견 프로그램, 기업가정신 강의와 사례교육, 비즈니스 모델 설계, 팀 빌딩 프로젝트가 융합된 교육솔루션이다. 개인의 '존재적-사회적-경제적 가치'가 담긴 3개의 하트 레이어로 구성된 하트브랜딩 도해를 도출한 후 나의 코어 비전이 담긴 비즈니스 모델을 설계하는 것이 교육의 핵심이다.

### 3 보검행도 : 청년들의 자화상 발견과 심신단련을 위한 VR+AR 무예 스포테인먼트 콘텐츠 개발 프로젝트

첨단 스포테인먼트 콘텐츠 보검행도는 '보검을 들고 행진하는 그림'이라는 뜻으로서, 조선의 역사 속 혁신 군주였던 이 시대의 청년들에게 정조대왕이 가졌던 돌파와 혁신의 정신, 그 King's Spirit을 메시로 던지며 역사문화유산 소재의 스토리아트를 통해 한국인의 자화상을 치유하고 새롭게 회복하고자 한다. 2016년 프로토타입 개발 이후, 풀버전 콘텐츠 제작 및 테마파크식 체험관 건립을 위한 투자 유치 목표 아래, 현재 진행 중인 프로젝트이다.

## (주)팀인터페이스

1996년 첫걸음을 내디딘 국내 UI/UX 산업의 1세대 선도주자다. 고객 만족을 위한 경험 디자인 솔루션을 제공하는 디자인 컨설팅업체로서 사용자 경험(UX)에 대한 통찰을 바탕으로 소비자 및 기업 미래를 위한 핵심가치를 제공하고 상호만족 극대화를 위한 패러다임의 변화를 주도해 왔다. 국내 '최초'의 서비스디자인 컨설팅 기업으로 민간 기업의 서비스디자인 최초 사례인 '파라다이스 호텔 부산'과 공공서비스디자인 최초 사례인 '서울시 범죄 예방 서비스디자인'을 필두로 민간과 공공 서비스디자인의 성공사례를 지속적으로 만들어 나가고 있다.

[www.teaminterface.com](http://www.teaminterface.com)



### 1 병원의 광역 환경에 적용 가능한 물류로봇 서비스디자인

충간 이동이 가능한 자율주행 로봇을 활용한 물품 배송 시스템의 서비스 시나리오를 도출하기 위해, 다양한 형태의 병원들에서 이루어지는 배송 시나리오를 분석하여 적용 가능한 시나리오를 도출하고, 적재물의 형태와 상태를 고려하여 적재함에 대한 디자인컨셉이 진행되었다. 시제품으로 제작된 자율주행 로봇인 '고카트(Go Cart)'는 현재 병원 내 저자중, 고빈도 물류를 대상으로 두가지의 적재 용량을 지원하는 형태의 로봇이 제공된다.

### 2 파라다이스 부산호텔 서비스디자인

프로젝트 진행팀은 호텔의 웹사이트를 리뉴얼 하는 것이 아니라, 부산파라다이스 호텔을 경험하는 온라인 오프라인에서의 총체적인 경험을 디자인하기 위해서 호텔 내의 다양한 서비스제공부서 스태프 및 고객과의 워크숍을 통해 7가지의 온/오프라인 서비스를 통합해서 제안하여 실제 적용까지 실행이 되었다. 다양한 7가지의 서비스가 적용된 이후, 파라다이스 부산호텔의 온라인 패키지 판매는 50% 상승하는 성과를 거두었다.

### 3 서울시 중도 탑골공원 주변 유니버설디자인

서울시와 종로구는 낙후된 거리 풍경의 이미지를 유지하면서 어르신들을 배려하는 유니버설디자인 아이템, 서비스 프로그램들이 개발되기를 원했다. 우리는 어르신이 이용하는 가게들을 대상으로 상냥한 가게의 모델을 거리 전체로 확산하기로 결정했다. 낙후된 파사드(간판, 출입구)의 이미지를 1980년대의 이미지로 정돈하고, 디자인 아이템들을 상냥한 가게와 거리에 적용하였다.

## (주)퍼셉션

Perception은 2002년 한국에서 시작하여, 이후 사업장마다 따라 경험 디자인, 브랜드개발뿐만 아니라 혁신 디자인, 디자인 역량강화를 포괄하는 크리에이티브 컨설팅그룹으로 거듭났다. 오늘날 Perception의 비전은 디자인 관점(The Design Perspective)을 통해 세상에 보다 아름다운 변화를 이끌어 내는 것이다. [www.perception.co.kr](http://www.perception.co.kr)



### 1 서울시 주민센터 시각정보 디자인 가이드라인 연구

공공 커뮤니티 공간에서 보다 나은 공공 서비스를 제공하기 위해, 시각정보 디자인 가이드라인을 개발하고 이를 실제 주민센터에 시범 적용해본 프로젝트이다. 효과적인 정보전달을 위한 시각정보체계를 세워, 방문객의 서비스 만족도 및 직원들의 업무 효율 향상을 목표로 하였다. 이러한 연구결과를 '디자인 가이드 북' 및 '체크리스트'로 정리하여, 본 연구결과가 현장에서 쉽게 활용될 수 있도록 했다.

### 2 CJ 올리브영 명동 플래그십 스토어 2F 리뉴얼

올리브영 명동 본점은 Korean Health & Beauty의 최신 트렌드를 경험할 수 있는 Flagship Store이다. 본 프로젝트를 통해 올리브영의 비전 및 미션에 부합하는 Space Identity 및 Touch Point를 개발함으로써, 올리브영만의 특별한 쇼핑경험을 매장에 구현하였다. 다양한 상품을 '즐거워 체험'하고 '손쉽게 구매'할 수 있는 공간을 구현함으로써, 개별 경험이 실제 매출로 연계될 수 있도록 했다. 한편 동선 계획 및 집기 개선을 통해 적재 효율성을 높여 매장관리 용이성을 제고했다.

### 3 CJ 블로섬 파크 홍보관 'SHOW' 설계

본 프로젝트는 CJ Blossom Park에 위치한 CJ의 역사와 비전을 보여주는 Signature Space를 기획 및 설계하는 것이었다. 60여 년이라는 CJ제일제당의 긴 역사를 한정된 공간에서 효과적으로 전달하기 위해, 공간과 관련된 다양한 이해관계자별 니즈 및 기대가치에 기반하여 콘텐츠를 선별하고 리터치 하였다. 이후 관객의 경험을 중시한 동선계획 및 점점개발을 통해, 관람객과 소통하고 이들의 반응에 인터랙션할 수 있는 공간을 설계하였다.



Motor Company :  
I Car Sharing Service

Design Strategy & Service

With international NGO  
to research global level and regional level

With University  
Seven Hearts

Expected Effectiveness

By Mem	E-Look
Can be used in various ways	Can be used in various ways
Can be used in various ways	Can be used in various ways

一个人的自我发

米开朗基罗在完成他的杰作“  
么用普通的石块雕刻这么好的  
其实这一些雕塑原型(Original  
些没有用的边角打掉了而已。  
原型的过程。  
人在舞台上展开双臂依然能立  
人生舞台上要做主人公，勇于  
如果说，米开朗基罗用锤子和  
IUM ACTS的艺术家们相信，  
通过情节艺术实践寻找真正

A society's transform  
When Michelangelo  
sketch and asked, "The  
Michelangelo replied  
"The Original Design  
out the rest. To me,  
them."  
The top of Ann Ap  
area wide apart, rep  
from form of our imag  
Michelangelo brought  
sketch and having  
self-discovery is a  
"original design" thro

www.iuacts.com  
www.facebook.com/iuacts  
Contact: iuacts@naver.com

IUM ACTS情节艺术对象单位  
Clients of Ium Acts Story Art

- 首尔大学、延世大学、高丽大学、汉阳大学、首尔教育大学、韩东
  - 首尔文化财团、高阳文化财团、京畿文化财团、韩国文化内容振兴
  - 艺术设计振兴院、白血病少儿癌症协会、社会性经济中心、韩国化妆
  - 协会、首尔市政府、仁川教育厅、首尔市教育厅、永隆农贸市场、
  - 性之家、车医院、BREADNCO
- Seoul National University, Yonsei University, Korea University, Hanyang University, Seoul National U  
Education, Hwanghye University, Seoul Foundation for Art and Culture, Gyeongju Cultural Foundation  
Cultural Foundation, Korea Creative Content Agency, Korea Craft & Design Foundation, Korea C  
for Children with Leukemia and Cancer, Social Economy Center, Korea Cosmetics Industry Associa  
Ministerial Government, Incheon Metropolitan City Office of Education, Seoul Metropolitan  
Education, Seou Traditional Market, Korea Women's Home, Che Hospital, Bread & Co.

강소기업 전시

# 서울의 강소디자인기업

뛰어난 국제적 디자인 관련 활동과 국제 디자인 전시, 홍보, 커뮤니케이션, 무역 등의 아시아 최대의 플랫폼으로 알려진 서울의 강소디자인기업과 디자이너를 소개하는 전시이다. 디자인 전문가들의 엄격한 심사를 통해 선별된 글로벌 마켓에서 경쟁력을 보유한 강소기업과 디자이너 제품, 서울공예공모전에서 우수한 작품으로 인정받은 공예품이 리빙(아트퍼니처, 리빙데코), 패션 & 뷰티 디자인(의류, 바디 액세서리), 엔터테인먼트(게임, 콘텐츠, 영상미디어), IT&IOT(전자, 스마트용품), Gift & Crafts 분야에 걸쳐 전시된다.



**몬도미오**  
강희원

'나의 세상' 몬도미오(MondoMio)는 소비자가 몬도미오를 접하는 순간 흥조 띤 미소를 지어낸다는 의미로 감동이 있는 상품, 재미와 라이프스타일 속에 여유 넘치는 가치 그리고 행복한 삶의 방법을 찾아내는 즐거움을 소비자에게 선사하고자 한다.

[www.mondomio.net](http://www.mondomio.net)



**㈜리슨커뮤니케이션**  
김상윤

㈜리슨 커뮤니케이션은 2013년 설립된 디자인 스튜디오이며 건축, 인테리어 디자인기획, 설계 및 감리 제품 디자인 개발 및 컨설팅 서비스 업무를 진행한다. [www.listencom.co.kr](http://www.listencom.co.kr)



**리드아트**  
이일동

우리는 생활 속에서 친숙하게 사용하는 생활용품에 예술적 디자인을 더한 상품을 개발 및 발굴하여 해외 및 국내에 소개하고 있다. 기술과 디자인에서 한 단계 더 나아가 예술적 감성이 더해진 상품을 통해 사용자들에게 예술적 영감을 제공하고자 노력하고 있다. [www.lidart.co.kr](http://www.lidart.co.kr)



**파파컬렉션**  
장외주

PAPA는 누구나 쉽고 재미있게 만들 수 있는 페이퍼 크래프트이다. 평면의 종이를 입체의 아름다운 조각품으로 만드는 과정에서 성취감을 느낄 수 있다. PAPA는 인테리어 공간에 모던하고 세련된 감성을 전해 준다. 본 제품에 사용된 모든 종이는 까다로운 FSC인증을 통과한 친환경 종이다. [www.papacollection.com](http://www.papacollection.com)



**남세라믹웍스**  
윤 남

이야기가 담긴 친절하고 지속가능한 세라믹 제품을 디자인한다. 수공예와 대량생산의 장점을 최대로 끌어올린 도자기. 남세라믹웍스는 스튜디오와 팩토리의 중간 지점을 지향한다. 이것은 다품종 소량생산으로, 합리적이고 독창적인 제품을 연구하는 남세라믹웍스의 비전이다. [www.namceramicworks.com](http://www.namceramicworks.com)



**㈜마인드디자인**  
김민지

리츄얼디자인(Ritual Design) 메디테이션 펜던트는 실용성과 시각적인 아름다움을 넘어 일상에서 특별한 가치를 지닐 수 있는 안식과 치유를 위한 브랜드이다. '마음이 바뀌는 순간' 메디테이션 펜던트는 '깨달음은 한 마음만 돌이키면 이루어진다.'는 슬로건으로 마음이 바뀌는 순간을 안내하기 위한 상품 브랜드이다. [mindd.co.kr](http://mindd.co.kr)





**공드린**  
유주현

공드린의 이야기는 호기심과 즐거움으로 가득 찼던 어린 시절에 느꼈던 경험에서 시작된다. 공드린에게 제품은 어린 시절의 순수함을 경험하게 해주는 통로이자 잠시 일상을 잊게 해주는 탈출구이다. 어른이 되어 버린 지금, 동심을 불러일으키는 제품을 통해 누군가에게 조건 없는 미소와 즐거움, 따뜻한 휴식처를 제공할 수 있다면 더할 나위 없이 행복할 것이다.  
[www.gongdreen.com](http://www.gongdreen.com)



**알리프디자인**  
엄세영

알리프는 여행을 사랑하는 디자이너들이 모여 만든 디자인 여행제품 브랜드이다. 여행을 준비하고, 즐기고, 추억하는 모든 순간을 더 편리하고, 즐겁고, 아름답게 만들 수 있는 방법을 디자인한다.  
[www.alifedesign.com](http://www.alifedesign.com)



**미오인터내셔널**  
김유라

2012년에 설립된 비믹스는 다양한 사물에 가치를 부여하는 감성디자인 디자인 Collection을 통한 라이트 스타일을 선도한다.  
[www.eurahk.com](http://www.eurahk.com)



**스펙트럼**  
왕준호

눈을 끄는 개성 있는 모습으로 인기를 끌거나, 빠른 속도와 많은 물량으로 만들어지는 상품들과는 다르다. 새로운 가치관이나 미의식을 제시하여 즐거움과 현명함을 가진 제품을 만든다. 그러한 개념은 더 자연스럽게 받아 들여지고 생활에 본질을 발견할 수 있도록 하며 현명한 소비를 할 수 있도록 한다. [www.spectrum.net](http://www.spectrum.net)



**250디자인**  
이호영

250디자인은 '제품장이'들이 모여 50년의 계획을 가지고 250개의 제대로 된 제품만 디자인하는 회사이다. 남들이 신경 쓰지 않는 부분을 디자인하여 사람들에게 디자인의 가치가 무엇인지를 알리고, 디자인을 즐길 수 있도록 한다. 또한, 제품의 순수성을 높여 기본에 충실한 디자인과 단순한 기능을 통해 지속적으로 사용할 수 있는 제품을 제공한다. [250.or.kr](http://250.or.kr)



**비믹스**  
김승욱

2012년에 설립된 비믹스는 다양한 사물에 가치를 부여하는 감성디자인 스튜디오이다. 비믹스는 해외 20여 개국에 수출하는, 전 세계인에게 사랑받는 브랜드이다. 비믹스는 'Raw Material' 원재료의 본질에 집중한 담백한 디자인을 추구한다. 비믹스는 클래식과 모던, 아날로그와 디지털 등 다양한 개념과 트렌드의 융합을 지향한다. 비믹스는 대중들의 다양한 탐닉 욕구를 충족시켜 줄 수 있는, 감각적이며 실용적인 제품을 제작한다.  
[www.bmixx.com](http://www.bmixx.com)



**엠에스씨**  
이광택

디지털제품을 편리하게 사용할 수 있도록 아이디어를 접목한 소품 브랜드이다. 복잡하고 다양한 디지털 소품에 아이디어를 더해 쉽고 편리하게 사용할 수 있는 상품으로 만든다.  
[www.meetshiny.com](http://www.meetshiny.com)



**비아케이스튜디오**  
안윤경

공예를 전공한 디자이너들이 함께 모여 운영하고 있다. 국,내외 전시 및 주얼리, 리빙소품 및 b2b상품 기획, 브랜드 이벤트, 디스플레이 활동을 진행하고 있다. 한국적인 아름다움을 접목시킨 제품을 디자인하며, 한국의 규방 문화의 정서를 담은 제품을 널리 알리고 소개하는 것이 via K studio의 목표이다. [www.viakstudio.co.kr](http://www.viakstudio.co.kr)



**비투스**  
김태연

비투스는 차별화된 전문성과 기술력을 바탕으로 한 고감성 핸드메이드 텍스타일 제품 브랜드이다. 비투스는 컴퓨터 인터페이스에 의한 직물 의장 기술로 도비와 자카드직물 그리고 프린트 패턴의 데이터베이스를 구축하고 있으며 국내외 전시를 통해 발표하고 있다. 비투스의 모든 제품에는 정성이 들어간 인간의 감성이 담겨 있다. [casais.co.kr](http://casais.co.kr)



**비.메이커**  
박대우

SOXKIN은 'Graphic Sox'라는 새로운 분야를 개척하고 있다. 스트리트 패션, 서브컬처를 기반으로 하며 'Graphic Sox'를 매개체로 스케이트보드, 백패킹, BMX, 힙합, 비즈니스룩, 데일리룩 등 다양한 문화, 패션과 접목을 시도하고 있다. 단순한 양말을 넘어서 문화의 메신저로서의 역할을 하기 위해 노력하고 있다.  
[www.soxkin.com](http://www.soxkin.com)



**아이투엠(주)**  
조동연

아이투엠은 엄선된 디자인을 기반으로 고품질의 상품을 제작하는 디자인상품 제조전문업체이다. '소비자 감성을 깨우는 디자인 제품으로, 꽃을 가꾸듯 삶을 가꾸다'라는 슬로건으로, 부직포의 흡수력을 이용하여, 다양한 무전원식 자연 가습기와 빛을 확산시키는 부직포를 활용한 LED 조명을 주로 제작하고 있다. 현재 KAIST ID+IM의 월드 비전 도네이션을 위한 '나눔프로젝트 (www.nanumproject.com)'의 나눔 상품 대부분을 제작 공급하고 있다.  
[www.i2m.kr](http://www.i2m.kr)



**스파이시워크숍**  
이동훈, 송준호

한국만의 로컬문화를 이용한 디자인 콘텐츠를 제작하는 회사이다. 2014년부터 'We Love Local'이라는 슬로건 아래 떡볶이, 김밥, 튀김 등 '한국의 길거리음식'을 테마로한 캐릭터 '암암타운 : 국내명 맛테리얼'을 런칭하여 국내 우수 업체와의 콜라보레이션, 상품판매, 전시참여, 이모티콘 제작 등을 진행해오고 있다.  
[www.maaterial.com](http://www.maaterial.com)



**바이미**  
추유미

스타일리쉬 비즈니스 캐주얼, 비즈니스 캐주얼 캐주얼 바이미(미유미). 현대적인 비즈니스 라인으로 때때로는 아티스트와의 콜라보를 통해 유니크함을 제시한다. ME : 자신만의 스타일, 개인적인 미와 보편적 미의 추구, 추유미 디자이너가 제안하는 스타일 [www.meyoomi.com](http://www.meyoomi.com)



**탄젠트**  
손희곤, 신동진

탄젠트는 일상적 제품과 소비자 사이의 접점을 현대적 감성으로 새롭게 제시하는 브랜드이다. 작지만 놀라운 순간들의 영감을 일상적 제품에 담아내는 것이 탄젠트의 정신이다.  
[www.tangent-lab.com](http://www.tangent-lab.com)



**스튜디오딩동**  
장이현

스튜디오 딩동은 생활 속의 작고 재미있는 아이디어를 활용하여 문구 소품을 제작하고 있는 디자인 스튜디오이다. 우리 주변에서 쉽게 지나쳤던 것들을 새로운 시각으로 바라볼 수 있는 즐거움을 제품 통해 전달하고자 한다. [www.studiodingdong.com](http://www.studiodingdong.com)



**이즈디자인**  
김선경

ikskdesign은 프랑스 랭스 국립 예술 디자인학교 제품 디자인 마스터 과정을 최우수로 마친 두 자매 디자이너가 주축이 되어 2011년부터 프랑스에서 디자이너, 일러스트 작가로 활동하며 프랑스의 Flurus 출판사 (Mango Edition), Amatera 출판사, Flammarion 출판사, 스페인 마드리드 프라도 미술관, 이탈리아 토이 등과 함께 작업한다.  
[www.ikskdesign.com](http://www.ikskdesign.com)



**메가크리에이트**  
천 안

메가크리에이트는 새로운 것을 꿈꾸고 만드는 디자이너 그룹이다. 대부분의 컨셉이나 아이디어는 자연주의를 기본으로 하며, 기획단계에서부터 소비자가 친화적 생활을 즐겁고 재미있게 실천할 수 있는 '주변을 생각하는 디자인'을 모토로 제품을 만들고 있다. [www.makeeco.co.kr](http://www.makeeco.co.kr)



**모던마켓플레이스**  
최용철

모던마켓플레이스는 웅 갤러리에서 제안하는 made in Korea 살림살이와 공간을 제시하는 곳으로, 동대문 디자인 플라자(DDP) 살림터 1F 공예관에 위치한 아트 앤 크래프트 샵 이다. 백 여 명의 전통공예 장인을 비롯해 젊은 디자이너들의 디자인 상품까지 기획 판매하는 모던마켓플레이스에선 한국 공예의 흐름과 현주소를 확인할 수 있다는 점에서 큰 경쟁력을 가지고 있는 업체이다.  
[woonggallery.co.kr](http://woonggallery.co.kr)



**리,플레이**  
박정화

리,플레이는 평범한 사람들의 조금 덜 지루한 일상을 위해 노력하는 디자인 스튜디오이다. 약간의 상상력으로 그리 거창하지 않은, 하지만 예기치 못한 즐거움을 주는 디자인을 지향한다. 작지만 계속 발전하는 제품을 만들고 디자인으로 더 많은 사람들과 행복하게 커뮤니케이션 하려 한다. [www.replay404.com](http://www.replay404.com)



**포티**  
김민정

포티는 '텍스타일'을 건축한다. 독자적인 '기술'을 바탕으로 원사와 원사 사이의 공간을 자유자재로 건축하여 한국인의 정서를 담은 문양을 현대적으로 담고 있다. 포티를 만들어 가는 '팀'은 텍스타일 가치의 '전통성' 회복을 추구한다. [www.4ourt.co.kr](http://www.4ourt.co.kr)



**마블러스 유니버시스**  
정인성

마블러스 유니버시스의 베이비 비비는 마주하는 것만으로 사람을 행복하게 하는 아기의 사랑스러운 모습을 조각 작품으로 만들어 간직하고 싶다는 생각에서 시작하였다. 초기에는 손으로 직접 흙을 빚고 채색하여 만들었으며, 현재는 3d 복원과 3d 프린팅이라는 혁신적인 기술을 활용하여 작품 제작의 효율성을 높였다. [www.baby-bb.com](http://www.baby-bb.com)



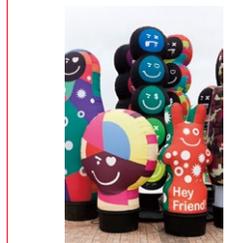
**내추럴라이즈**  
이승현

NATURALISE는 Nature와 Realise의 합성어로, 자연이 주는 생명력과 자연 감성을 의미한다. NATURALISE 디자인은 자연적인 공간 오브제를 통해 도시에서 느껴지는 삭막함, 차가움, 외로움에서 벗어나 자연과의 교감을 표현한다. 자연에서 영감을 받아 전통과 혁신 그리고 유기적인 디자인을 지향한다.  
[www.naturalise.co.kr](http://www.naturalise.co.kr)



**파운틴스튜디오**  
양재원

파운틴스튜디오는 일상의 추억을 모티브로 디자인, 공예 상품 개발과 클라이언트를 위한 디자인 프로젝트 개발을 하고 있다. 파운틴과 양품 브랜드를 통해 다양한 생활소품을 선보이고 있다.  
[www.designfountain.com](http://www.designfountain.com)



**ZD Lab**  
박진우

ZD Lab은 서울을 기반으로 국제적으로도 왕성히 활동하고 있는 박진우 디자이너가 설립한 디자인 스튜디오로 제품, 조명, 가구, 등 다양한 장르에서 실험적인 디자인을 선보이고 있다. ZD Lab의 제품들의 그들만의 유틸리티와 통찰력, 최신 트렌드에 대한 풍자 등 ZD Lab 브랜드와 디자이너들만의 이야기를 담고 있다. [www.zdlab.net](http://www.zdlab.net)



서울공예상공모전  
우수작품 전시

## 전통과 현대가 만나는 공예

서울디자인재단에서는 서울공예산업 활성화를 촉진하고 공예품 개발의욕을 제고하기 위하여 '2016 서울공예상공모전'에 우수한 공예품을 공모하여 수상작을 가졌다. 서울시, 서울디자인재단, 학계, 업계 전문가들로 구성된 심사단의 엄격한 심사를 거쳐 선정되었으며 목·칠·도자·금속·섬유·종이·신기술·재료·기타공예 등 다양한 출품분야의 작가들이 참여하여 수준 높은 작품을 선보였다. 공예 제품이 가지고 있는 전통문화의 향기와 기술이 현대의 쓰임새에 맞게 디자인된 작품들을 감상할 기회가 될 것이다.



**색동**  
강희원

구리(銅)의 붉은색, 구리 아연 합금의 노란색, 구리 니켈 합금의 백색, 재료가 가진 본연의 색과 질감을 이용하여 화기를 제작하였다. 전통 기법인 절상감을 응용하여 적동, 황동, 백동을 서로 은땀으로 이어 우리나라의 전통 패턴인 색동으로 표현하였다.

[hwonk@hanmail.net](mailto:hwonk@hanmail.net)



**용문홍배도**

김근순

섬세함과 정교한 디테일이 돋보이는 한국전통 문양인 홍배도를 오색영롱한 빛깔의 자개로 표현한 작품으로, 삼배의 질감과 옷칠의 은은함, 자개의 화려함을 느낄 수 있다. 테두리에 옷칠하고 목분을 도포하여 텍스처를 표현하고, 무게감이 있어 작품의 안정감을 더해준다.

[ysa0918@hanmail.net](mailto:ysa0918@hanmail.net)



**행복**

김선숙

한지를 겹줄로 꼬아서 단청문양 위에 붙여주고 부부에 금수를 상징하는 나비 문양을 붙여서 한국의 전통적인 멋과 조화를 표현하였다.

[chojee@gmail.com](mailto:chojee@gmail.com)



**위대한 유산**

고훈아

한국의 위대한 공예유산인 전통 은인사를 적용한 반지와 마그넷 부착형 브로치이다.

[gohha0504@naver.com](mailto:gohha0504@naver.com)



**궁중복엔드**

김기남

대한민국의 과거와 현재, 미래의 역사와 문화가 담긴 곳, 광화문. 조선왕조의 법궁이었던 경복궁의 정문, 광화문의 형태를 살려 전통적인 선의 아름다움과 문화의 가치를 담아낸 복엔드, 광화문 스탠다드이다. 옷칠한 나무의 고전미와 간결한 형태의 모던함을 함께 느낄 수 있다.

[sejongart@gmail.com](mailto:sejongart@gmail.com)



**후식 시간**

김아름

종이 판지를 사용하여 만든 주방인테리어용품 세트이다. 각각 캡슐커피 보관함, 각설탕 보관함, 디지털 접시 등으로 사용할 수 있을 뿐만 아니라 주방 어디에 두어도 잘 어울려 인테리어소품으로도 활용할 수 있다.

[ariscraft@naver.com](mailto:ariscraft@naver.com)



**창호지문 화병**  
김영현

점, 선, 면의 요소를 활용해 마치 점과 선이 붙어 있는 도형적인 화병. 색을 담아서 심플하지만 세련된 화병& 디퓨저를 만들어보고자 했다. 페인팅의 시작은 창호지문을 단순화해 포인트만 될 수 있는 부분을 잡아 페인팅 하였다.

gusdl0224@naver.com



**연꽃물 스미다**  
김우기

궁중좌등을 모티브로 짜맞춤 방식의 목재 골격에 전통문양 도안을 투각 및 조각 기법을 이용하였으며 옷칠로 마감하였다. 등은 터치 버튼으로 밝기 조절 가능하며 고급스러움과 실용성을 더하였다.

hogn1@naver.com



**청자등**  
이재훈

우리나라 전통도자기인 고려청자의 대표적인 형태를 현대적 감각으로 재해석하여 금속으로 표현했다. 형태를 이루고 있는 다양한 면에 주변색이 반사되어 보는 이에게 즐거움을 줄 수 있으며 전통적인 도자기의 형태가 주는 편안함을 느낄 수 있을 것이다.

jaelee001@naver.com



**꽃**  
이기자

전 부분(윗부분)은 꽃잎의 유동성을 강조하여 변형하였다. 몸통 부분에 그려진 나무줄기와 가지는 전체적 형태와 조화를 이루며 한 그루의 나무 이미지로 장식적인 효과가 있다. 꽃을 꽃아 놓으면 마치 꽃병에서 꽃이 피어오른 듯한 느낌을 준다.

gizalee@hanmail.net



**백송학**  
이영옥

이영옥 전통 자개 명장의 호이기도 한 백송. 한국의 삶과 자연이 오롯이 담긴 작품으로 웅장하고 입체적으로 표현된 흰 깃은 소나무와 그에 모여든 학의 모습이 어우러져 장관을 이룬다. 깃은 풍파 속에서 변함없는 자태의 소나무와 학의 모습은 보는 이를 세속에서 벗어난 순수와 기쁨으로 인도한다. 천연기념물 백송(재동 백송 천연기념물 제8호/이전 백송 제253호)에서 영감을 받았다.

ceo@jinjooshell.com



**등잔**  
오지은

파라핀 오일을 담아 불을 붙여 사용할 수 있는 등잔이다. 무채색의 바탕에 포인트가 되는 심지 부분의 장식은 램프를 사용하지 않을 때도 아름다운 조형미를 선사하며, 안쪽엔 유약 처리가 되어 사용에 무리가 없으며 외부는 연마되어 특별한 질감을 준다.

ohjiceramics@gmail.com



**여름**  
이정호, 정영우

한복의 '동정과 깃'을 재해석하여 제작된 패턴의 스카프다. 한복의 천연소재인 실크(본건-Korean Silk)와 단아하면서 우아한 색상을 사용하여 '한복의 아름다운 색과 선'을 담았다. 부드러운 실크의 텍스처와 자개의 아름다움이 어우러져 고요한 새벽의 나라로 데려가는 듯하다.

sniperpist@nate.com



**커피 드립 세트**  
이준호

커피를 내려 마실 수 있는 드리퍼와 커피 주전자 세트다. 주전자는 물레 성형, 드리퍼는 슬립 캐스팅 기법으로 제작하여 1280°C 고온에 소성하였다. 소성 후 나무 손잡이를 부착하여 산뜻한 포인트를 준 제품이다.

joonho-lee@naver.com



**두석 장식 차통**  
이효경

목가구의 결합 부분을 보강하거나 여담을 수 있게 하는 경첩, 자물쇠 등의 금속제 장식을 통틀어 두석 또는 장식이라고 한다. 조선시대 두석장식은 가구의 이용새를 견고하게 하는 실용성과 한층 아름답게 보이기 위한 장식성외에 복과 다산 등을 바라는 민간 기복신앙과 연계되어있다. 이러한 두석 장식을 차를 보관하는 차통에 모티브로 차용하여 한국적 장식성을 살려 제작하였다.

ivan50@hanmail.net



**행운머그**  
정은

창을 장식했던 절제되고 단아한 꽃살문은 한국문화 속에서 다양한 스펙트럼으로 본연의 형식과 무수한 상징을 품어왔다. 영원과 안녕을 기원하고 온갖 풍요로운 조화로 삶을 반영하고 전해진다. 소망을 담아 빛고 행복한 이야기로 사람과 세상에 놓여 생명애의 기원과 부귀애의 열망을 담아 삶을 위안한다.

bomnail@naver.com



**밸런스 스푼**  
체지나

유기적인 곡선을 가진 손과 밀착되어 사용 시 안정감을 주는 것뿐만 아니라 양쪽을 쓸 수 있는 기능을 가질 수 있도록 제작되었다. 새로운 시각과 기능적 요소를 재해석한 입체적이고 조형적인 Comfortable Table Ware.

jeweljina86@gmail.com



**한국놀이**  
최형원

한국의 선을 중심으로 한국의 미를 본뜬 서정적 정서의 브로치를 제작했다. 표면의 디자인은 한국화에서 따온 선들을 재해석하였다. 형태적으로는 일률화 되지 않은 선으로 존경과 마음을 전하는 카네이션 등의 형태를 기본으로 만들었다.

chsi1923@naver.com



**절지문다기세트**  
하태훈

나뭇가지의 구불구불한 곡선이 주는 부드럽고 유동적인 생명력의 절지문(折枝文)을 음각하였다.

hun8203@hanmail.net



**디저트 도마접시 세트**  
정유정

아카시아 나무에 생칠과 참쌀풀을 이용해 삼베를 바르고 여러 번 토회를 올린 후 흑칠, 주칠, 자개, 계란껍질을 이용해 제작했다. 디저트 도마 앞면은 계란껍질을 이용해 눈을 형상화 하였고 뒷면 체리 표현은 청패, 칠화 기법으로 디자인했다. 컵, 접시는 도마 뒷면과 같은 기법으로 수박 모양을 넣었다.

bo8000@hanmail.net



**갈피매무새**  
한은숙

밤에도 눈을 감지 않는 물고기는 예로부터 소중한 재료와 정신문화를 지켜 온 상징이다. 사라져가는 한국 토종물고기와 패턴을 조합한 수공예품으로 재료와 문화, 정보를 지켜줄 것이다.

eshan73@naver.com



**항아리 모티브 데코소품**  
한지혜

좁은 공간에서 현대적인 감각으로 한국의 전통적인 분위기를 낼 수 있는 주방용품 겸용 사무용품. 항아리를 모티브로 하여 가족과 자석으로 만든 티코스터는 그림 같은 트레이와 만나 멋스러운 주방용품의 기능을 한다. 벽에 걸어 작품을 걸어 놓은 듯 메모판의 역할로도 사용할 수 있다.

thejihahan@naver.com



**빅뱅**  
홍지

접시와 볼 그리고 술병과 술잔 검은색은 우주의 어두움이며, 붉은색은 폭발의 빛을 표현한 빅뱅이다. 술병과 술잔은 대지를 표현한 황토색이다.

hijks02@naver.com

# SEOUL DESIGN ROAD

서울디자인로 — Smart City 서울시와 베이징시는 Smart City를 추구하고 양도시간 디자인계 교류를 추진하고 있다. 이번 베이징디자인위크 '게스트시티 서울'을 통해 751 D-Park 브리지를 행사 기간 중 '서울디자인로'로 지정하여 의미를 더하고자 하였다. 이 공간에 서울을 볼 수 있는 VR을 설치하고 한국의 디자이너, 예술가 35인의 그래픽 작업 전시 및 국내 주목받는 디자이너 20명을 소개하는 전시를 펼쳤다.

전시공간 브리지는 건축적으로도 높은 수준의 공법이 들어가는 구조물이다. 이 구조물 위에 전시되는 서울의 대표 작가들의 그래픽은 단순한 패널전시가 아닌 '공학과 감성의 만남'과 같은 작품을 더욱 견고히 만드는 스마트한 '무엇'이 필요했다. 한국의 전통가구공법 중 선인들의 삶의 지혜와 멋이 살아있는 '짜 맞춤' 기법을 모듈에 활용하여, 조립, 이동, 보관이 용이한 스마트 모듈을 디자인하고 이를 반복적으로 배치, 79TANK와 L-BUILDING 간의 '연결성'과 '통일성'을 시도하였다.

## [35인의 디자이너 시티 프로젝트 : 서울]

서울, 하트, 한글

## [월간 <디자인>이 주목한 디자이너 20인]

한국 디자인의 미래

## [서울 디자인 스팟]

서울시 스팟

일시 2016. 9. 26 ~ 10. 6

장소 베이징 D-Park 예술지구내 Bridge



35인의 디자이너 시티 프로젝트 : 서울

# 서울, 하트, 한글

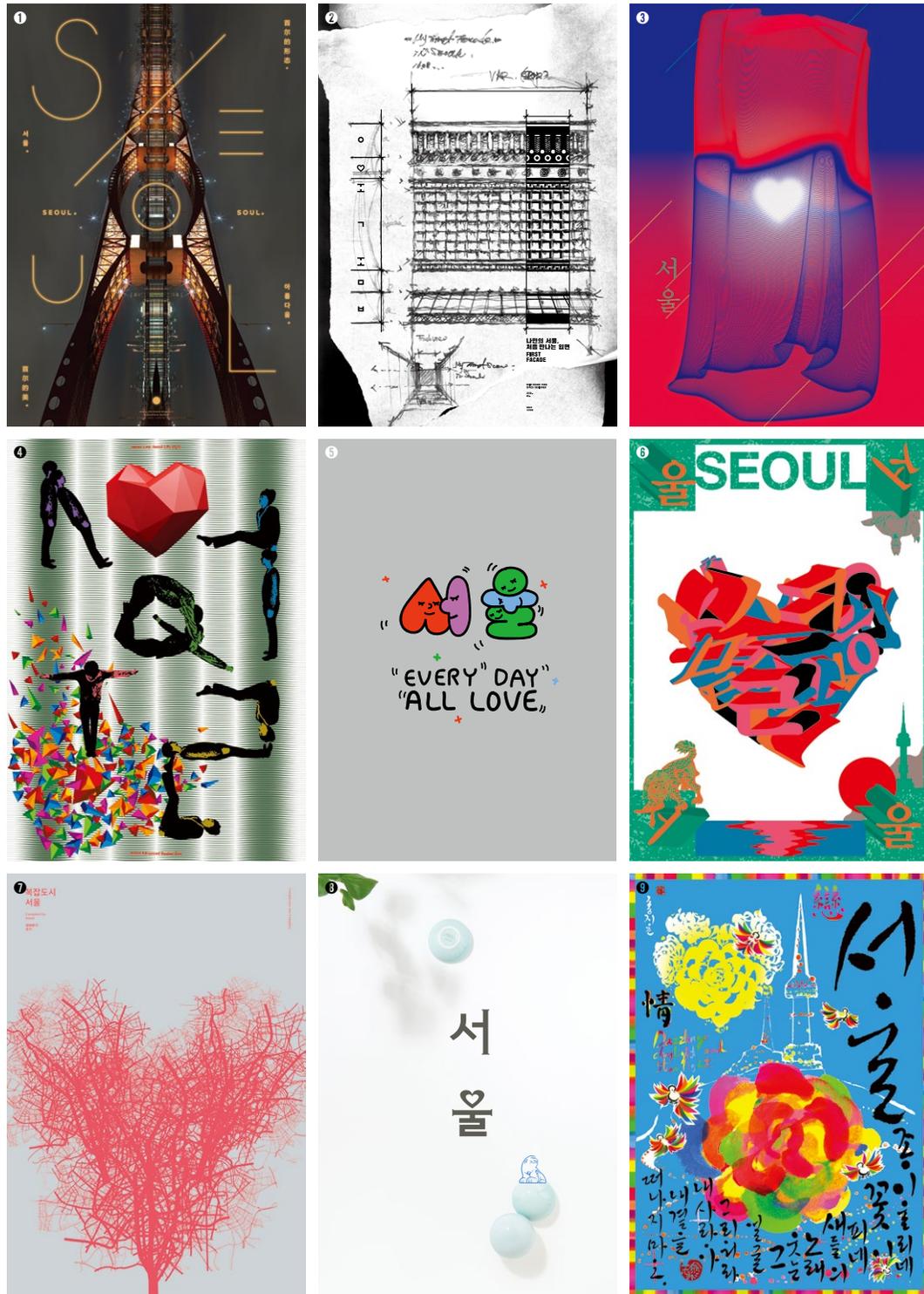
한국의 디자이너, 화가, 건축가, 감독 등 각 분야 최고의 창작자들이 서울과 하트, 그리고 한글을 공통 주제로 한 시각작품들을 선보이는 전시로, 전문가들의 추천 및 릴레이 추천 방식을 통해 유기적으로 구성된 창작 네트워크를 바탕으로 진행되었다.



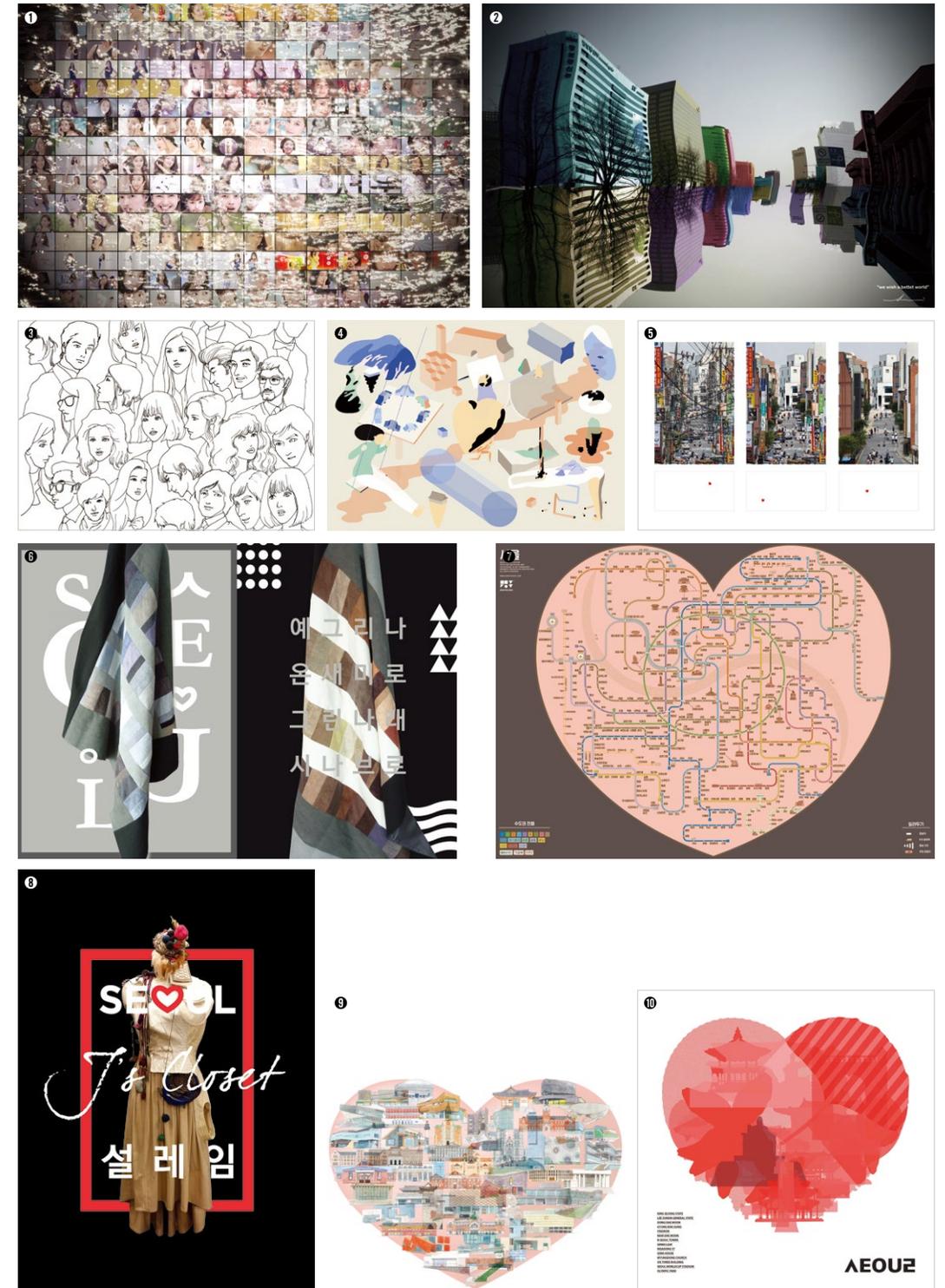
1 소오, 소오, 소오, 김예니 2 서울 서울 서울, 김가람 3 아빠 힘내세요, 김봉진과 우아한 형제들 4 서울, 마이크로코즘, 김세진 5 LOVE SEOUL : 서울을 사랑하는 열한가지 이유, 김지윤 6 Enjoy !!! SEOUL, 김 현



1 서울, 하트심볼 그리고 한글, 김희원 2 서♡울, 박금준 3 나, 하트, 서울, 백종환 4 서울특별시, 석재원 5 서울사랑, 선병일 6 등장, 손동현 7 서울, 숲, 박지선·신수정 8 서울사랑, 스티카몬스터랩 9 메이비, 슬기와 민



1 서울, 그 아름다움의 형상 - 신명섭 2 나만의 서울, 처음 만나는 입면 - 신승용 3 청사초롱 - 양재형 4 디자인 서울 - 이미정  
5 매일 모든 것을 사랑해 - 이달우 6 심장 - 이예스더 7 복잡도시 서울 - 이장섭 8 여름, 하늘, 광화문, 해치, 서울 - 이보경 9 서울연정 - 홍지윤



1 서울. 스타. 빛 - 정한솔 2 세종대로 - 고우석 3 얼굴 - 이동기 4 서울 - 이승은 5 유토피아(당신은 어느 곳에서 살고 싶나요?). - 오영욱  
6 온새미로 - 김유라 7 서울 레일웨이 시스템 하트 - 김지환 8 패션<설레임> - 지은혜 9 숨은한글찾기 - 최경식 10 Hearts in Seoul - 최중호

월간 <디자인>이 주목한 디자이너 20인

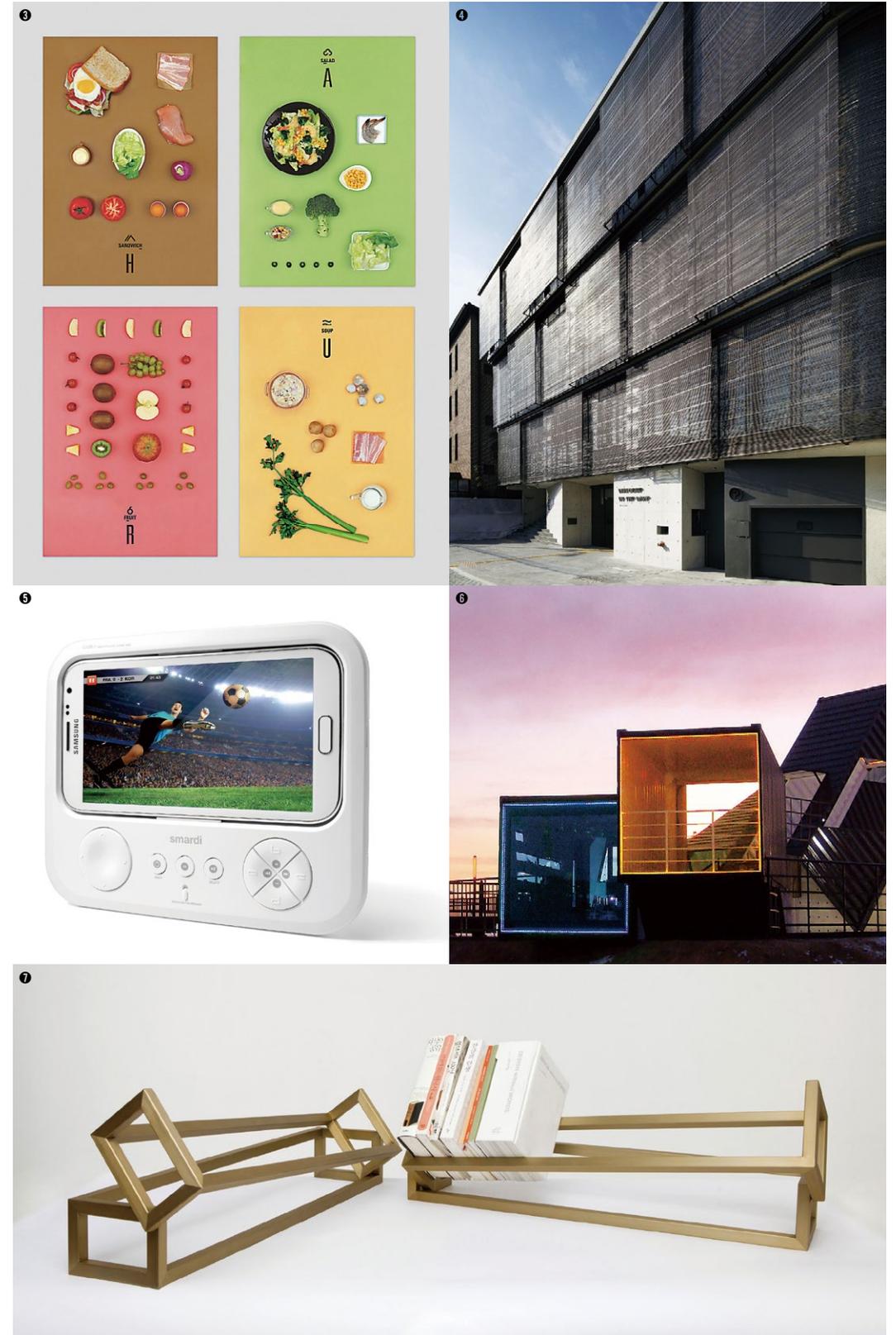
# 한국 디자인의 미래

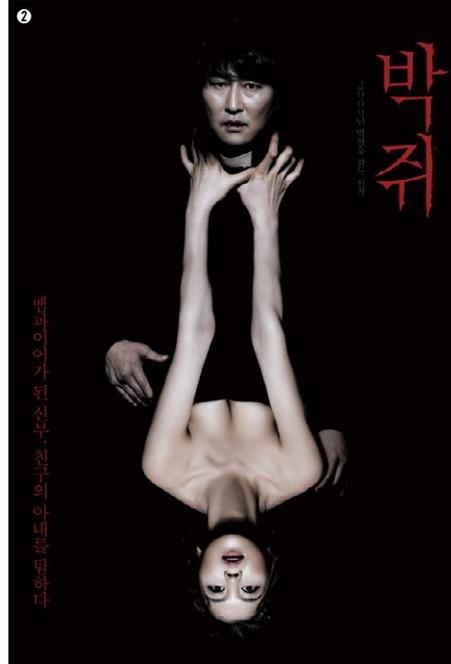
한국의 대표적 디자인 저널의 하나인 월간 <디자인>은 올해로 꼬박 10년째 매년 1월호 특집으로 '월간 <디자인>이 주목한 디자이너'를 소개해오고 있다. 짧게는 1년, 길게는 수년씩 여러 분야의 디자이너들을 유심히 살펴보면서 이들의 성장 가능성을 통해 한국 디자인의 미래를 예측하기 위함이다.

베이징디자인위크2016 게스트시티서울 전에 이들을 소개하기 위한 자리를 마련, 보다 입체적인 시각에서 한국 디자인의 미래에 대한 관심을 불러일으켜 보고자 하였다.



1 하지훈 2 이정섭 3 오디너리 피플 4 와이즈 건축 5 스마디 6 AnL스튜디오 7 양재혁





1 박희성, 홍순기 2 김혜진 3 정수 4 김영진 5 SoA 6 윤정식 7 신덕호 8 노일훈



1 마음스튜디오 2 김찬중 3 성정기 4 계한희 5 더브레드앤버터

서울 디자인 스팟

# 서울의 디자인 스팟

전통과 현대의 매력적인 조화가 돋보이는 서울. 그 중에서도 스마트한 디자인이 돋보이는 '서울의 가볼만한 곳'들을 소개하기 위한 전시이다. 서울의 유명 거리에 위치한 여러 디자인 스팟을 VR 가상 체험을 통해 방문할 수 있도록 하였다.



**동대문-명동길:**  
**DDP 국제 회의장**  
서울시 중구 을지로 281  
02-2153-0000(대표전화)  
www.ddp.or.kr

세계적인 여성 건축가 자하 하디드(Zaha Hadid)가 설계한 동대문디자인플라자(DDP)의 알티어 내부에 자리한 다목적 회의장으로, 국제 포럼과 회의, 기업 회의와 행사, 론칭쇼, 박람회 등 다양한 행사가 개최되고 있다.



**성수동길:**  
**해브빈서울**  
서울시 광진구 동일로 20길 8  
070-4415-1508(해브빈서울),  
02-546-0688(문화공간 이목)  
www.havebeenseoul.com(온라인스토어)

해브빈서울은 전통에 바탕을 두고 이를 현대적으로 재해석한 다양한 제품을 소개하는 문화 선물 상점이다. 전통 장인의 작품부터 다양한 분야의 작가,

디자이너의 작품을 온라인 스토어에서 만날 수 있다. 우리 고유 문화적 정수를 찾아 지키며 구현하는 작가들의 작품을 마치 누군가 서울에서 보낸 하루를 들여다보듯 따라가며 감상할 수 있다.



**연희-연남길:**  
**어반플레이**  
서울시 서대문구 연희로 27길 52  
070-7619-7337  
www.urbanplay.or.kr

아카이브를 기반으로 다양한 도시 문화콘텐츠를 창작하는 곳이다. 이들은 골목을 중심으로 전시, 공연, 파티를 진행하는 도시 해프닝, 공간과 전시에 미디어를 융합한 공간&전시, 웹&디자인, 미디어 교육 등을 벌인다.



**와우산길:**  
**에이에이디자인뮤지엄**  
서울시 마포구 와우산로 17길 19-18  
www.aadesignmuseum.com

디자인 가구 컬렉터인 김명한 대표가 2007년 오픈한 곳. 세계 디자인 가구 역사에서 주목받은 가구를 한곳에서 만나고 싶다면 방문해보기를 권한다. 1층에는 가구의 디자인적 가치를 음미하기 좋은 카페가 자리한다. 영앤드탈렌티드(Young & Talented)라는 이름으로 젊고 재능 있는 아티스트와 디자이너를 위해 전시 기회를 제공하고 있다.



**가로수길:**  
**피프티 피프티 FIFTY FIFTY**  
서울시 강남구 논현로 153길 53  
02-543-5965  
fiftyfifty.kr

피프티 피프티는 국내외 작가의 전시를 볼 수 있는 컨템퍼러리 아트 갤러리다. 갤러리 스토어에서는 피규어와 아트 토이를 포함한 다양한 아트 상품도 판매한다. 전시가 없을 경우 대관 행사를 진행하기도 하고, 'Whole Store'라는 이름으로 전체 공간을 스토어로 운영하기도 한다.



**도산대로길:**  
**아틀리에앤프로젝트 & 센트럴포스트**  
서울시 강남구 도산대로 99길 60  
02-548-3374  
atelierandproject.com

공간과 브랜드 컨설팅을 하는 '아틀리에앤프로젝트'의 아트 디렉터 팀을 주축으로 가치 있는 상품 기획을 하는 '센트럴포스트', 디지털 습 '캔버스케이크', 플로리스트 그룹 '플라블룸'의 작업이 함께 어우러진 라이프 스타일 숍&카페다. 여러 분야 전문가들이 수시로 바뀌며 모이는 공간이라 방문하는 이들에게 늘 새로운 영감을 준다.



**방배사이길:**  
**(주)케이테이블웨어**  
서울시 서초구 방배로 42길 28  
02-535-5671  
www.nechanki.co.kr

'건강한 한식을 하나의 그릇에 아름답게 담을 수 있다면 얼마나 좋을까'라는 생각에서 시작된 테이블웨어 브랜드. 밥그릇과 국그릇처럼 반찬도 한 사람 앞에 하나씩 놓아보자는 1인 1찬기를 제안한다.



**한남동길:**  
**모제인송**  
서울시 용산구 이태원로 257  
02 797 6231  
www.jainsonglite.com  
  
'도시의 일상에 자연의 건강함을 조화롭게 녹여낸다'는 철학을 담아내는 디자이너 송자인의 브랜드'제인송(Jainsong)'의 콘셉트 스토어다. 모제인송은 패션뿐만 아니라, 가드닝을 포함한 다양한 라이프스타일을 공유할 수 있는 공간이기도 하다.



**경리단길:**  
**드로잉 블라인드**  
서울시 용산구 화나무로 13가길 53 1층  
02-790-1230  
www.drawingblind.com

경리단길에 자리한 전시 공간. 드로잉 블라인드란 '종이나 스케치북을 보지 않고, 대상을 직접 보고 그린다'라는 뜻을 지니고 있다. 매월 다양한 작가와 크리에이터의 개성 넘치는 전시를 선보이며 그들의 작품과 함께 다양한 제품을 판매한다.



**우사단길:**  
**워크스**  
서울시 용산구 우산대로 10길 77  
070-7559-0570  
work-s.org

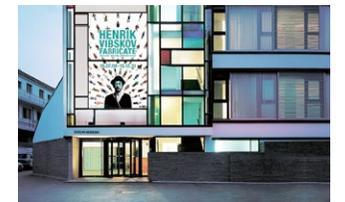
그래픽 디자인 스튜디오 워크스 서비스와 작업물을 판매하는 워크스가 함께 자리한 곳. 이곳에서는 워크스 디자

이너 3명이 만든 톡톡 튀는 그래픽 작업물 외에도 젊은 창작자들의 손길을 통해 완성된 제품도 접할 수 있다. 디지털 플라마켓 '과자전'으로 이름을 날리며 승승장구하고 있는 워크스가 리뉴얼을 하고 새로운 모습으로 사람들의 방문을 기다리고 있다.



**북촌-계동-원사동길:**  
**국립현대미술관 서울관**  
서울시 종로구 삼청로 30  
02-3701-9500  
www.mmca.go.kr

과거 국군기무사령부 자리에 세운 미술관으로 전시실 외에도 자료관, 영화관 등으로 구성되어 있다. 뒤편에 복원된 조선 시대 종친부의 유적도 볼거리 중 하나이다.



**서촌길:**  
**대림미술관**  
서울시 종로구 자하문로 4길 21  
02-720-0667  
www.daelimmuseum.org

다양한 예술 장르의 전시를 통해 '일상이 예술이 되는 미술관'이라는 비전을 실현하고 있는 곳이다. 대림미술관의 또 다른 전시 공간인 한남동의 디뮤지엄(D MUSEUM)과 구슬모아당구장도 함께 방문해 여유 있는 도심 속 문화 산책을 즐겨보는 것도 좋겠다.



## EVENT

### [스마트 디자인 세미나]

#### 한국 디자이너가 추구하는 가치의 공유

- SMART CITY
- SMART DESIGN & SMART LIVING
- SMART LIFE STYLE

### [디자이너 플라마켓]

#### 오매 디자인 마켓

### 스마트 디자인 세미나

## 한국 디자이너가 추구하는 가치의 공유

베이징디자인위크2016 게스트시티 서울은 디자인 비즈니스 기회의 확장을 모색하는 많은 한국 디자인 기업과 베이징의 변화하는 도시 환경 속에서 발생하는 새로운 디자인의 수요를 연결하기 위한 가능성을 모색하고자 스마트 디자인 세미나를 기획하였다.

Smart City, Smart Design & Smart Living, Smart Life style 등 총 3개의 세션으로 구성된 세미나는 ‘Smart Design’을 주제로 사용자의 더 나은 삶을 디자인하는 한국 디자이너들의 활동과 철학을 공유하고 사용자 중심의 디자인을 추구하는 한국 디자이너들의 가치를 홍보하는 뜻깊은 기회가 되어 주었다. 세미나는 9월 28일에서 30일까지 베이징 D-Park 예술지구내 FASHION ECHO관 1층에서 진행되었다.



北京国际设计周  
751国际设计节  
BEIJING DESIGN WEEK  
751 INT'L DESIGN FESTIVAL



2016  
北京国际设计周  
751国际设计节  
BEIJING  
DESIGN WEEK' 2016  
751 INT'L DESIGN  
FESTIVAL

TIME 9.28 / 10.6



## 스마트 디자인 세미나 1 - SMART CITY

### 1 Design for Good Experience

이창호

(주)샘파트너스 (sampartners) 대표  
sampartners.co.kr



디자인 사고와 관점 접근을 통해 공공 영역 또는 상업영역에서 고객의 경험을 어떻게 변화시키고 이를 통해 어떻게 행동을 유도하여 좋은 경험과 결과를 만들어 내는가에 대한 사례 중심의 내용 발표. 엄리동 소금길, 교보하트랙스, 안녕마을 회기동, 공차, 교보하트랙스 등의 다양한 프로젝트 사례 소개와 시사점 공유한다.

### 2 P-WAVE - Experience Design Solution by PERCEPTION

최소현

(주)퍼셉션 (PERCEPTION) 대표  
www.perception.co.kr



서비스디자인은 제품과 서비스를 소비하는 과정에 다양하게 존재하는 고객 경험 접점을 설계하는 데 효과적으로 활용될 수 있다. 본 세미나에서는 디자인 목표를 효과적으로 달성하기 위한 퍼셉션만의 고객 경험 설계 프로세스인 P-WAVE를 소개하고, '콘텐츠 개발'부터 '운영·관리 효율성 제고'까지, P-WAVE로 창출할 수 있는 다양한 디자인 아웃풋을 실제 프로젝트 사례를 통해 살펴보고자 한다.

### 3 From User Experience to Service Design

이성혜

(주)팀인터페이스 (TEAMINTERFACE) 대표  
www.teaminterface.com



1996년 설립된 팀인터페이스는 User-Centered Design 방법론을 도입한 한국 최초의 디자인 컨설팅 기업이다. 여러 형태의 고객의 니즈를 만족시키는 사용자 경험 디자인 컨설팅 프로젝트들부터 서비스제공자를 포함한 더욱 복잡하게 얽힌 이해관계자들의 니즈를 고려해야 하는 서비스디자인 프로젝트들까지 팀인터페이스가 맡아왔던 다양한 사례들을 보여드리므로써 변화해가는 사용자 중심 디자인 트렌드를 소개한다.

### 4 Beneficial Design that Solve Social Issues on Isolated Area with Case Study

유다희

공공미술프리즘 대표  
www.free-zoom.com



공공미술프리즘의 사례를 인용하여 사회, 지역적 차원의 문제들의 해결방법론에 대해 알아보고자 한다. 확장된 디자인의 의미로써 관계와 사회, 지역을 디자인하는 문화적 방법론을 비롯하여 디자인의 향후 사회적 역할에 대한 고민을 함께 모색해볼 수 있다. 한국 역사 속에서 생겨난 다양한 사회와 지역 문제를 새로운 방법론을 통해 해결하고 있는 사례를 소개함과 동시에 현시대에 등장한 도시인들의 소통 부재와 소외현상과 같은 문제들에 대한 방법론 또한 살펴보고자 한다.

### 5 Imagination that Sparks Innovation

김지현

MYSO(merry year social company) 크리에이티브 디렉터  
mysc.co.kr



많은 사람들이 '혁신을 해야 한다'라는 명제 아래 번쩍이는 아이디어를 내려고 하지만 보통은 자신이 가진 경험과 지식의 한계에서 크게 벗어나지 못한다. 프로젝트 진행 과정 중 때로는 실현 불가능해 보이고 그 결과도 예측할 수 없지만 디자인 Thinker의 마인드를 장착하여 단순하고 긍정적으로 상상해 나갈 필요가 있다. 변화를 만들어 내는 것은 복잡하거나 정확한 논리의 결과가 아니라 즐거운 상상이자 의미 있는 도전임을 사례를 통해 조명하고자 한다.

## 스마트 디자인 세미나 2 -

SMART DESIGN &  
SMART LIVING

### 1 Drinking Sufficient Water for Healthy Living

손희곤  
탄젠트(Tangent) 대표  
www.tangent-lab.com



세미나의 주제가 삶을 편리하게 하는 Living 제품인 것과 같이, 제품은 삶의 질을 향상시키는 것에 일조해왔다. 삶의 질을 이루는 것 중에 건강이 핵심적인 이슈인데, 최근에는 건강을 유지하기 위해서 물 마시기 운동이 확산되고 있다. 라이프스타일 브랜드 탄젠트는 LOOP컵을 통해 세계 곳곳의 더 많은 사람들이 물을 충분히 마시고 건강한 삶을 누렸으면 하는 바람이다.

### 2 Art for Living

안윤경  
비아케이 스튜디오(Via K studio) 대표  
www.viakstudio.co.kr



Living & Life, 대중의 큰 관심을 받고 있는 우리 삶에서 실질적으로 사용되는 리빙 소품에 관한 이야기, 진정한 삶 속의 럭셔리 는 무엇인지에 대한 이야기를 나눌 예정이다. 진정한 Luxury는 이야기가 있는 상품이라는 것에 초점을 맞추어 이야기한다. 공예 제품은 일상의 행복한 예술품이자, 스토리가 있는 제품이다.

### 3 Parallel Time

김상윤  
리슨커뮤니케이션 (Listen  
Communication Co., Ltd) 대표  
www.listencom.co.kr



공간디자인 작업으로부터 출발하여 그 안에 녹아있는 사람의 삶과 주변의 소소한 아름다움을 찾아 과거와 현재를 아우르는 다양한 언어 (건축, 인테리어, 공예, 제품)로 풀어내고자 하는 리슨 커뮤니케이션의 철학을 이야기하고자 한다.

### 4 How Do We, Makeeco, Create Eco-Friendly Products? (Look Around)

서지영  
메이크크리에이트 (Makeeco) 마케팅담당  
www.makeeco.co.kr



메이크에코 제품은 주변의 환경 즉 자연의 어떠한 현상이나 자연 그 자체에서 아이디어를 얻어 실생활에 유용하게 쓰이게끔 디자인된다. 우리가 말하는 '어떠한 현상'은 말보다는 시각이나 청각을 비롯하여 직접 관찰하고 경험해보며 알게 되는 과학적인 무엇을 뜻한다. 이번 세미나에서 메이크에코는 이러한 현상들이 도자기라는 청초하고도 고급스런 소재를 만나 어떻게 제품화되는지를 다루며 마지막으로 메이크에코가 생각하는 똑똑한 디자인이 무엇인지로 마무리할 예정이다.

## 스마트 디자인 세미나 3 -

SMART  
LIFE STYLE

### 1 Consumption Value : Combination of the Fine Art and the Fashion

추유미  
바이미(By ME) 대표  
www.meyoumi.com



가치소비의 중심시대, 예술과 패션의 접목을 통해 고객의 니즈를 충족시키는 방안을 제안하고, 아트와 소비에 대해 재조명해 본다.

### 2 New Dress Shoes Style by Automotive Designer

석상호  
레드미터디자인 (REDMETEOR DESIGN) 대표  
www.redmeteor.co



프리미엄 남성 슈즈 브랜드 레드미터 디자인 아이덴티티 개발 과정 자동차 디자이너가 생각하는 남성 구두의 비전과 스타일 서로 다른 분야의 경험과 아이디어가 결합하여 만들어지는 디자인의 새로운 가치를 이야기한다.

### 3 Craft & Design

양재원  
파운틴스튜디오 (Fountain studio) 대표  
www.designfountain.com



Fountain studio는 일상의 추억과 경험을 기반으로 디자인 결과물을 만든다. 현재까지 디자인 컨설팅 회사와 공예가와와의 협업결과물과 아시아 회사(홍콩, 일본)과 디자인 라이선스 계약을 맺고 진행한 결과물을 소개한다.

### 4 Asian Fusion by Hongjiyoon

홍지윤  
작가  
www.hongjiyoon.com



내가 말하는 '아시아 퓨전 Asian Fusion'은 나와 구분된 대상을 동일하게 여기고 음양의 조화를 꾀하는 동양적 정서로 이루어진 나의 '시 언어'로 되어있다. 이를 미술로 구현하려는 시도는 아날로그와 디지털을 다원적으로 융합하고 변용하는 것에서 점차 문화와 인문을 공감각적으로 해석하는 것에 접근하게 되었다. 그것은 현대미술의 담론 위에서, 그리고 때로는 미술의 너머에서 아시아의 정신을 축으로 하는 동서고금의 융합이다.

### 5 Infinity of Imagination, Blank Space

김수경  
스펙트럼(SPECTRUM) 대표  
www.spextrum.net



동양 3국의 도자기를 비교하면 중국 도자기는 형태에 일본 도자기는 색채에 그리고 한국 도자기는 선에서 그 특징을 찾을 수 있다. '선'은 공간을 나누며 또 다른 '여백'을 만들어 낸다. 중국 영토의 100분의 1밖에 되지 않는 한국은 공간 즉 여백에 대한 갈망이 존재한다. 그 갈망 하는 마음은 내면에서 커다란 상상력을 만들어 낸다. 여백은 보이는 것보다 더 깊고 넓은 것을 볼 수 있게 만드는 장치이다. 우리는 여백을 통한 무한한 상상력을 현실로 만들고자 한다.



Teaminterface, founded in 1998, is Korea's first design consulting agency to actively accommodate user-centered design methodology. Under the company philosophy of "Humanism beyond Communication," we have successfully completed numerous and various projects from user experience consulting projects to service design projects.

Service Area

SERVICE EXPERIENCE

- Service Design
- Design Strategy
- Business Canvas
- Service Branding
- Service Strategy
- Co-creation Workshop
- Experience Modeling

USER EXPERIENCE

- Customer Experience Design
- Customer Research
- Product Testing
- Usability Testing
- Multi-device Design
- Digital and Social Platforms

BRAND EXPERIENCE

- Brand Identity and Expression
- Visual Communication Design
- Editorial Design
- Product Design
- Space Branding
- Environmental Design

2016

北京国际设计周  
751国际设计节  
BEIJING  
DESIGN WEEK' 2016  
751INT'L DESIGN  
FESTIVAL

TIME  
9.28 / 10.6



2016

北京国际设计周  
751国际设计节  
BEIJING  
DESIGN WEEK' 2016  
751INT'L DESIGN  
FESTIVAL

TIME  
9.28 / 10.6



Leonardo da Vinci\_Mona Lisa  
1503~1506



디자이너 플라마켓

# 오매 디자인 마켓

디자이너, 작가들의 창조적인 상품들을 효과적으로 유통하고자 하는 오매 (Omae, www.omae.co.kr)는 베이징디자인위크 개최 기간 중 2016년 10월 1일(토) ~ 2일(일) 양일간, 751 D Park 브리지 공간에서 ‘오매 디자인 마켓’을 ‘홍콩 밀크마켓’과 함께 개최했다. 이번 ‘오매 디자인 마켓’에는 한국에서 40명의 작가, 디자이너들이 직접 참여하여 중국의 디자이너들과의 직접 교류 협력을 모색함으로써, 중국 시장과 중국 소비자들을 이해하게 되는 중요한 계기가 되었다.



오매는 2015년 아트, 크래프트, 디자인 분야에 효과적인 유통 플랫폼을 제공하기 위하여 만들어졌다. 이 분야는 소량 생산되는 창조적 상품들의 특질 때문에 기존의 대량 생산 대량 판매를 위주로 시스템에서는 유통되기가 힘들다. 또한 시장에서도 소량 생산되는 아트, 공예적 상품의 가치를 이해해 나가는 시간이 필요하므로 앞으로 소비자를 대상으로 한 교육적 역할도 많이 요청되고 있다. 산업 혁신을 위한 디자인의 역할이 어느 때보다도 절실해진 이 시기에 아트, 디자인, 공예 상품을 위한 유통 시스템 개선을 위한 노력이 중요하다.



**권태원**  
엘리스틀

Alice in wonderland에서 영감을 받아 드로잉으로 표현하고 나아가 엽서와 카드그림, 인형으로 제작했다. 패브릭 인형은 친환경 패브릭의 질감과 감각적인 색감으로 만들어졌고 바라보고 안아주며 미소 지을 때 따뜻한 감정을 고감할 수 있게 한다. 패브릭 인형의 타겟은 어린아이들이 아닌 성인여성이다. 어른을 위한 고민과 즐거움을 들어줄 수 있는 친구같은 인형이다.  
bebemmm@naver.com



**김미경**  
개인작가

30~50대 여성들의 브로치, 목걸이 등을 주로 제작하며 크로셰기법, 스티치기법 등으로 시간을 들여 공들인 컬러풀하고 볼드한 수제 액세서리 작업을 한다.  
with711@naver.com



**김연임**  
스폰스폰

김연임은 공예디자인 작가이자 기획자, 에디터, 교육자로, 스폰스폰이라는 연구, 창작 스튜디오를 운영중이다. 스폰스폰은 대한민국 서울에 베이스 캠프를 두고, 세계를 유목하며 작업한다. 문화와 문화, 전통과 현대, 공예와 디자인, 기술과 손의 관계 그리고 삶과 상상력 그 사이를 탐구한다. 다양한 재료로 쓰임과 아름다움을 담은 물건을 만든다.  
caretaking@gmail.com



**김영은**  
줄리아킴

김영은은 프리랜서 캐릭터 디자이너이자 일러스트레이터이다. 아기자기하고 귀여운 느낌을 좋아하여 귀여운 느낌의 작업을 하고 있다. 대표작은 캐릭터 '아잉(Aying)'이다. 주로 캐릭터 아잉이 들어있는 일러스트를 그리고, 현재 문구, 완구, 모바일 상품 등으로 상품화되어 판매되고 있다. 그림 작업과 캐릭터상품/아트 상품을 개발 및 판매 진행 중이다.  
art0julia@naver.com



**김유미**  
Y&ME 주얼리

핸드메이드의 정교한 디자인을 통해 우수한 주얼리 액세서리로 제작한다. 자개의 아름다움을 Y&ME 주얼리는 원석과 비교해도 부족함이 없는 고급스럽고 아름다운 천연의 빛을 가지고 있으면서 보석으로 인정되지 못하고 있는 자개를 이용하여 주얼리를 디자인하여 여러 나라에 소개하고 있다.  
ynme.kr



**김유정**  
유정아트

유정아트의 작업을 이어 아빠와 함께 작업하면서 세대를 아울러 아름답고 독창적인 액세서리를 만들고 있다. 한국적인 우아함과 아름다움을 목표로 다양한 소재를 접목한 공예제품을 계속해서 연구, 개발하고 있다.  
yuyoungart.modoo.at



**김지원**  
JIWON KIM

JIWON KIM의 살라만드리아 프로젝트는 멸종위기에 처해있는 동물들에 관한 이야기이다. 대중적인 호감도나 인지도가 낮고 피부 표면이 매끄러운 동물들을 핸드드레프트드 카펫으로 제작하여 각 동물 고유의 아름다움을 표현하는 동시에 친근함과 따스함을 부여하고자 했다.  
onecatshow@gmail.com



**김진아**  
a.GINIESH

Be Simple, Be Beautiful. 심플하게 바르고, 심플하게 예뻐지는 a.GINIESH 스틱향수, 아름다운 향기를 선물한다. 고급스러운 향기를 언제 어디서든 손쉽게 바르고 나만의 아름다움을 간직할 수 있게 한다.  
www.aginiesh.com



**김혜림**  
개인작가

한지는 손으로 구기거나 겹쳐질 때 마다 다른 모습으로 태어난다. 한지를 어떻게 만나나에 따라 질감이 드러난 입체감이 살기도 하고 빛과 조합하면 슬며시 실루엣을 드러내기도 한다. 이러한 한지의 물성을 집요하게 추구해 물을 적서 구기는 작업을 여러 차례 반복해 부드럽고 연한 한지를 강하게 변용하고 조형물로 재창조해냈다.



**명가를**  
BY 1030

명가를 작가의 아토티, 돌위에 담담히 서 있는, 자라지 않은 아이들은 무언가 열심히 찾고 맑게 표현하던 어린 날의 우리를 닮았다. 이 아이를 보며 밝은 에너지를 선물 받길, 조금은 유쾌한 나를 찾길 좀 더 따뜻하고 부드러운 개인툰이 모여 결국 세상은 사랑이 아름다운 세상이 될 것이고, 작품들이 그 아름다운 세상에 작은 점이 되길 바란다. 아토티 작품은 1,030°C에서 완성된다는 의미를 담고 있는 그 이름처럼 인형부터 생활 소품까지 우리 생활에 따뜻한 온기와 감성을 불어 넣어주는 작업을 하고자 한다.  
by1030\_@naver.com



**박미림**  
BE PLAYFUL

어릴적 혼자 그림을 그리고 책을 보던 작은 방, 작은 방이 마냥 좋았고 상상하던 모습으로 방을 꾸렸을 때 그 안에서 이루어지는 온갖 상상들이 감성이 되는 소중한 경험을 아이들에게 선사한다. 아이들이 자라면서 꿈을 키워가는 공간. 작지만 아이의 감성이 커져가는 공간을 만든다.  
be@beplayful-shop.com



## 박은화

### HOWOO

작가 본인이 느낀 자연의 아름다움을 가소성(可塑性, Plasticity)이 뛰어난 재미있는 손작업이 가능한 소재인 점토를 통해 표현한다. 작가가 만든 아트오브제들은 감상목적으로 넘어, 몸에 지니는 일상예술품으로써 능동적으로 사용되고 사용자와 보는 이 모두의 일상을 더 특별하고 아름답게 만들어준다.

enhwa84@daum.net



## 손미자

### 개인작가

스카프는 원단으로 제단, 봉제과정을 거치는 자체제작을 기본으로 하고 있다. 실크 스카프와 사카 스카프, 숄 등 다양한 스타일의 스카프이다. 원석이 기본 모티브인 브로치는 자연 원석(진주, 산호, 옥 등) 외에도 비즈를 적절히 사용하여 만드는 고품질의 작품들이다.

01047382889a@gmail.com



## 안광용

### 세븐비

작은 여유시간을 더욱 가치있게 만들기 위한 실용적이고 멋스러운 서도 건강한 티웨어(Tea Ware), 세븐비 세라믹 디자인은 네 명의 도예 작가들이 빚어내는 프리미엄 핸드메이드 도자기이다.

7\_bee@naver.com



## 양미숙

### 개인작가

도자기에 수금을 입혀서 가마에 3차 소성을 했다는 것이 특징이다. 수금의 양에 따라 금속의 느낌이 나기도 하고 유약의 색에 따라 금의 표현이 다양하게 나오기도 한다. 펠트와 도자, 가죽을 이용해 목걸이 메달과 줄을 만들어서 다양함 속에 개성을 표현할 수 있게 했다. 은과 도자, 가죽을 이용해 알려지기가 있는 사람들도 반지나 목걸이를 착용할 수 있게 했다.

clvl8454@naver.com



## 양승현

### 개인작가

손으로 꼬지락거리는 것을 좋아하는 Y의 랜트 양승현이 아가지기한 소품과 화려한 색상을 중심으로 리본, 원석, 비즈, 가죽을 활용해서 만든 헤어핀과 액세서리.

feel9858@hanmail.net



## 양정선

### 개인작가

그림 그리는 작가가 만든 핸드메이드 주얼리. 주로 가죽과 실버 해마타이트 라는 시크한 원석을 이용해 고급 핸드메이드를 지향한다. 합리적이고 믿을수 있는 디자인 제품이다.

hititi1@naver.com



## 오경주

### OBINU

단호박, 브로콜리, 파프리카, 청포, 딸기, 코코아로 색을 내고 호호바 오일과 비타민 E를 넣어 촉촉한 천연 핸드메이드 비누를 만든다. 화학 첨가물이 전혀 들어 있지 않은 것이 특징이다. 파라핀을 전혀 사용하지 않고 천연 팜왁스 100%만을 고집하여 만든 자연을 담은 돌맹이 캔들도 함께 한다. 비누의 염료 착색을 위한 화학첨가물을 사용하지 않았다. 캔들은 인공왁스를 사용하지 않았다.

ogroup@ogroup.co.kr



## 우성은/김조안/김지한

### DOTOMM

결혼 후 사랑하는 아내와 딸을 위해 만들어주던 가방을 '도통'이라는 브랜드로 만들었다. 도통의 모든 제품에 아이를 사랑하는 아빠의 마음을 담아 디자인한다.

dotommypapa@naver.com



## 윤희

### 더 꼬무작

질 좋은 가죽과 잠금장치를 사용해서 더 꼬무작 만의 개성 있는 팔찌. 펠이 가미된 촘촘한 가죽줄로 기존에 소장하고 있는 액세서리나 시계하고도 어울린다.

yh660819@naver.com



## 윤경진

### 니들진

사람들의 삶에 의해서 태어나 그 소임을 다한 사물의 쓰임새에 대해 다시 생각한다. 청바지 업사이클 디자인 가방을 포함한 패브릭 패션 잡화, 생활 소품을 만든다.

blog.naver.com/needlejean



## 이민주

### 개인작가

이민주는 수채화 작가이다. 본격적으로 초상화 작가로 활동한 지는 3년 정도이다. 원데이클래스 강좌를 열거나 일러스트 작업을 하면서 점점 활동 영역을 넓혀가는 중이다. 수채화의 맑고 따뜻한 색감으로 초상화를 그리고 있다. 이민주의 초상화는 그만의 그림체와 색감으로 미화되어 그려지기 때문에 만족도가 높은 편이다. mmin05@naver.com



## 이진희

### 개인작가

인간은 별과 함께 태어난다. 그리고 그 별과 함께 자라며 세계를 만들어 간다. 그림은 별이 가지고 있는 감성을 표현한 사진과 같고, 작가 모습을 자신의 색채로 투영한다.

hititi1.blog.me



## 이예림

### LEEYER

우아함을 상징하는 플라밍고를 주제로 다양한 링홀더를 제작하고 있다.

leeyer92@naver.com



## 장수주

### KINDIGO

킨디고는 한국의 쪽이란 뜻으로 (Korean Indigo) 아름다운 한국의 쪽빛을 세계에 알리는 천연 쪽 전문 브랜드이다. 예로부터 맑고 아름다운 푸른색을 내며 탁월한 약리효과가 있어 귀하게 쓰인 쪽, 킨디고는 직접 쪽을 키우고 색소(니람)를 얻어 자연 활동 영역을 넓혀가는 중이다. 친환경적 의류, 침구, 생활소품 등을 만들어 쪽의 효능을 활용하고자 연구 개발하여 판매하고 있다.

sujujang@hanmail.net



## 정영혜/국도형

### COCONORI

꼬꼬노리는 세 아이의 엄마와 아빠가 자신의 아이들에게 재미 있고 창의적인 장난감을 선물하고 싶다는 사랑이 담긴 마음에서 시작된 브랜드이다. 꼬꼬노리는 부모가 자라면서 느끼던 어린 시절의 순수한 자연을 그대로 느낄 수 있도록 친환경적인 제품을 개발하고 있다. 조그만 노력이 멀리서 보면 작은 점일지라도 조그만 영역 만큼은 친환경으로 만들 수 있다고 믿는다.

icoconory@naver.com



## 조경숙

### 유아요

유아요는 제품 디자인을 전공한 디자이너가 다양한 소재의 아이들을 스토리에 맞게 커스텀 또는 새롭게 재탄생 시키는 Unique, Colourful, Limited 디자인브랜드다. 토이키링, 카메라 캡홀더, 휴대폰핀, 아크릴 실버 액세서리 등을 제작한다.

yuayo.com



## 채수경

### REBLANK

리블랭크는 버려진 가죽, 타폴린, 원단 등을 활용하여 다시 사용할 수 있도록 쓰임새와 디자인을 연구한다. 자연에서 나와 자연으로 돌아감으로써 환경에 해를 끼치지 않는 선순환이 가능한 [ ]를 만드는 것을 목표로 한다.

soo8383@empas.com



## 최석홍

### 약트

다양한 도구와 기술을 통해 빈티지한 느낌과 예술성이 살아있는 액세서리를 만든다는 뜻을 담고 있는 Custom Accessories Brand이다.



## 하수정

### 크림박스 - 컬러투터시리즈

크림박스는 '세련된 감성과 창의적 지성의 활양'을 목표로 세련되고 풍부한 감성과 창의적 지적 능력을 통합적으로 고취시키는 새로운 아동 발달 프로젝트를 실천하고 있다. 크림박스의 CD&C연구소에서는 이화여대 출신의 아동발달 전문가와 디자인 분야의 창의 전문가들이 모여 아동 발달을 위한 전문 콘텐츠를 연구 개발하고 있다. 컬러투터 시리즈는 아주 기본적인 색의 속성에서부터 심화된 색의 속성까지 쉽고 재미있는 방식으로 담아낸 Color Work Book이다.

peko@creembox.com



## 한규익

### Tibag

작가의 감성으로 디자인하고 장인 정신으로 만드는 삶의 여유, 개성, 자유를 만들어가는 Tibag(This is a bag)이다. 개성있고 차별화된 이미지를 원하는 이, 세련된 이미지의 예술적 감성을 표현하고 싶은 이를 위한 가방을 만든다. Tibag의 가방은 이탈리아의 전통적인 무두질로 가공된 최고급 가죽을 사용해 한 땀, 한 땀 장인의 손끝을 거쳐 만들고 수작업으로 이루어지는 입체적인 바느질 선은 부드럽고 안정된 형태와 함께 가방을 튼튼하게 유지하게 한다. Tibag은 시간이 흐를수록 자연스러운 멋과 풍을 더해 가는 가방을 만들기 위해 노력하고 있다. 1912@paran.com



## 허성근

### TRIVIUM

디자인부터 제작까지 직접 완성해 나가는 과정을 지향한다. 좋은 가죽, 전통적인 기법, 최소한의 디자인을 생각한다. 오랜 시간이 지나도 변하지 않는 인공적인 아름다움보다 제품을 사용할수록 손때가 묻어나는 제품을 생각한다.

www.trivium.co.kr



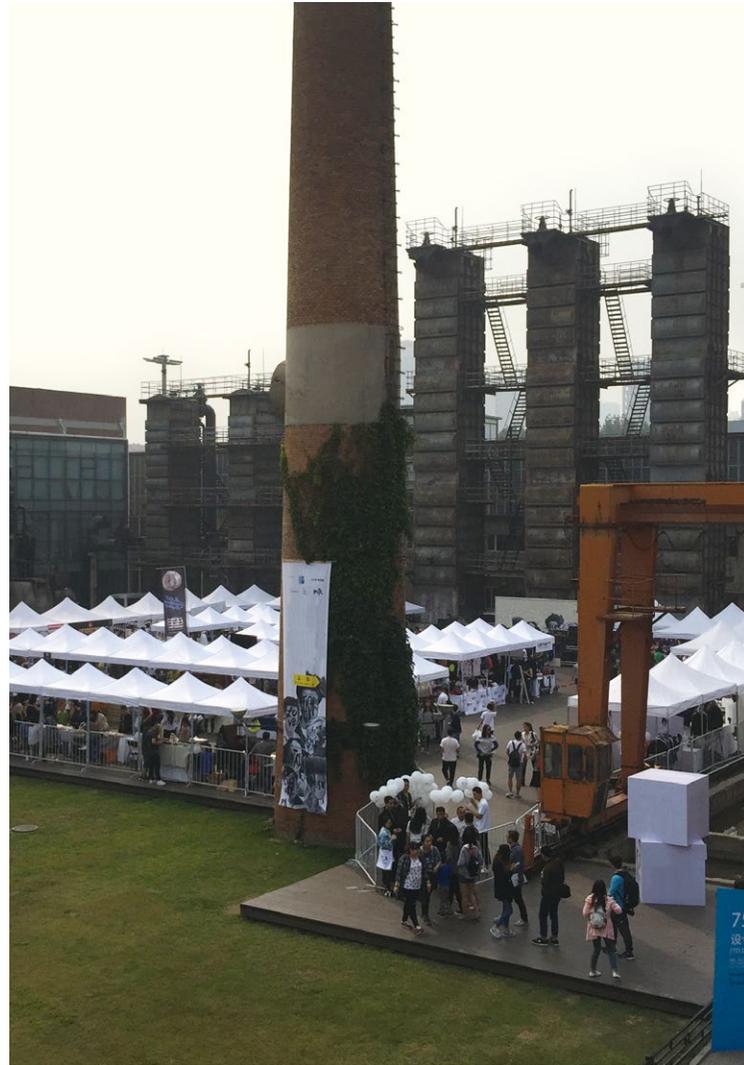
## 홍수한

### JEWEL TREE

투명한 유리 볼 속에 빛나는 크리스탈을 품고 있는 글라스볼 시그니처 목걸이는 섬세한 장인의 손길로 만들어졌다. 유리볼 같은 경우 국내 장인들이 하나하나 블로잉 작업을 통해 만든 화유리로 쉽게 깨지지 않도록 만들어진 것이다. 국내 최고 기술력과 장인정신으로 정성스럽게 만들어진 유리볼 순은 목걸이를 만든다.

jewel-tree@naver.com



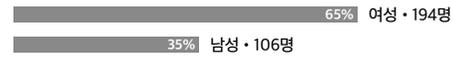


설문조사

## 서울디자인위크2016 이용객 만족도 조사결과

조사기간 : 2016년 9월 23일 ~ 25일  
조사인원 : 300명

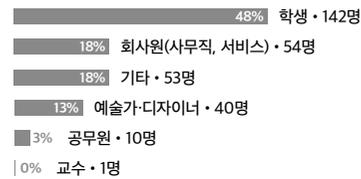
### Q1. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?



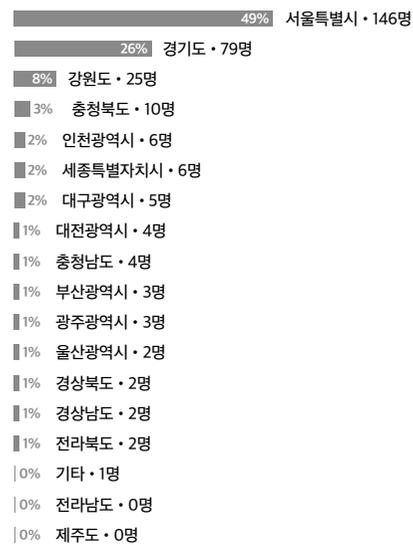
### Q2. 귀하의 연령은 만으로 어떻게 되십니까?



### Q3. 귀하께서는 어느 직업에 종사하고 계십니까?

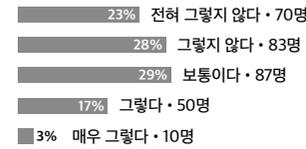


### Q4. 귀하께서 현재 거주하시는 곳은 어디인가요?

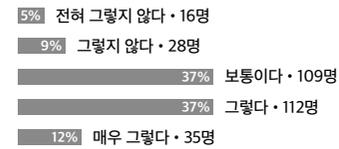


## A. 서울디자인위크 인지도

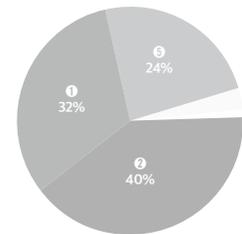
### A1. 방문 전 '서울디자인위크'에 대해 잘 알고 있었다.



### A2. 방문 후 '서울디자인위크'에 대해 잘 알게 되었다.

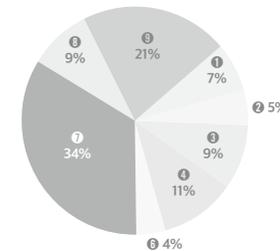


### A3. 귀하께서는 '서울디자인위크'를 어떻게 알게 되셨습니까? 홍보매체를 통해 직접 알고 오셨습니까? 아니면 주변의 권유로 오셨습니까?



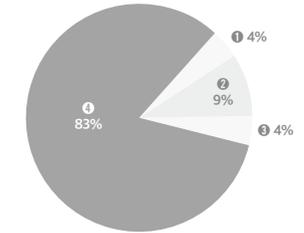
- ① 나 자신이 행사에 관심이 있어 직접 알게 됨 · 96명
- ② 주변 지인의 권유로 · 121명
- ③ 회사의 소개로 · 3명
- ④ 동호회 등 단체의 소개로 · 9명
- ⑤ 기타 · 7명

### A4. 귀하께서는 '서울디자인위크'를 어떤 매체를 통하여 접하게 되셨습니까? (중복 선택 가능)



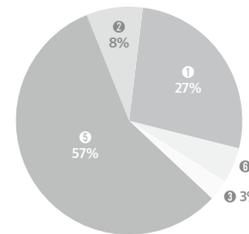
- ① TV, 라디오 · 5명
- ② 신문 및 잡지기사 · 4명
- ③ 네이버, 다음 등 포털사이트 · 7명
- ④ SNS (Facebook, 인스타그램 등), 블로그 등 · 8명
- ⑤ 서울디자인재단 웹사이트 · 0명
- ⑥ DDP 웹사이트 · 3명
- ⑦ 행사 현수막, 배너 등 옥외 홍보물 · 25명
- ⑧ 행사포스터, 팸플릿 등 · 7명
- ⑨ 기타 · 16명

### A5. 귀하께서는 '서울디자인위크'에 방문하신 적이 있으십니까?



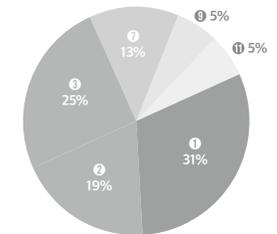
- ① 서울디자인위크2014에 방문했다 · 13명
- ② 서울디자인위크2015에 방문했다 · 25명
- ③ 서울디자인위크2014, 2015 모두 방문했다 · 13명
- ④ 방문한 적 없다 (올해가 처음이다) · 249명

### A6. 귀하께서 '서울디자인위크'를 방문하신 목적은 무엇입니까? (④번을 답하신 경우 (A5)문항에 답해주세요)



- ① 평소 디자인에 대한 관심이 많아서 · 87명
- ② 행사를 통해 여가시간을 즐기고 싶어서 · 59명
- ③ 업무 관련 목적으로 · 11명
- ④ 특정 프로그램에 관심이 많아서 · 7명
- ⑤ 특별한 목적 없이 우연히 방문 · 122명
- ⑥ 기타 · 16명

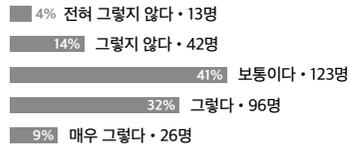
### A7. '서울디자인위크'를 방문하게 된 특정 프로그램은 무엇입니까?



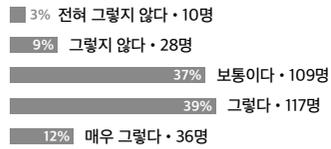
- ① 주제전-Smart Design Smart Life 표
- ② 서울디자인위크2016 청년워크숍&전시\_Y-Smart · 3명
- ③ 서울디자인위크2016 서울디자인마켓 · 4명
- ④ 2016서울 스마트 모빌리티 국제컨퍼런스 · 0명
- ⑤ Hej Smart Stad! 어린이 스마트 디자인 워크숍 · 0명
- ⑥ 2016 서울 스마트 모빌리티 전시 · 0명
- ⑦ 2016 유니버설디자인 서울 전시 · 2명
- ⑧ 2016 유니버설디자인 국제세미나 · 0명
- ⑨ 2016 서울공예박람회 · 1명
- ⑩ 2016 서울공예프리마켓 · 0명
- ⑪ AGI OPEN SEOUL2016 · 1명
- ⑫ AGI: I LOVE SEOUL 포스터전시 · 0명

### B. 행사장 접근성

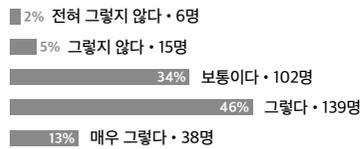
B1. <서울디자인위크2016> 행사장에 대한 안내를 쉽게 찾아볼 수 있다. (블로그, 홈페이지 등)



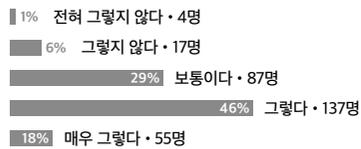
B2. 행사장 주변에는 찾아오기 쉽게 안내가 잘 되어있다.



B3. 현장에 비치된 관람에 필요한 안내물이 관람에 유용하다.

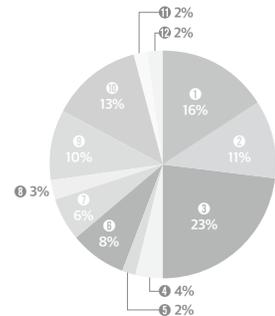


B4. 행사장 접근 및 관람에 필요한 정보 취합에 스텝의 도움을 쉽게 받을 수 있다.



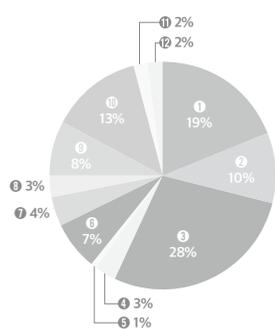
### C. 프로그램별 만족도

C1. 귀하께서 경험하신 프로그램을 모두 선택해 주시기 바랍니다. (중복 선택 가능)



- ① 주제전-Smart Design Smart Life · 98명
- ② 서울디자인위크2016 청년워크숍&전시\_Y-Smart · 67명
- ③ 서울디자인위크2016 서울디자인마켓 · 141명
- ④ 2016서울 스마트 모빌리티 국제컨퍼런스 · 23명
- ⑤ Hej Smart Stad! 어린이 스마트 디자인 워크숍 · 10명
- ⑥ 2016 서울 스마트 모빌리티 전시 · 50명
- ⑦ 2016 유니버설디자인 서울 전시 · 37명
- ⑧ 2016 유니버설디자인 국제세미나 · 16명
- ⑨ 2016 서울공예박람회 · 64명
- ⑩ 2016 서울공예프리마켓 · 81명
- ⑪ AGI OPEN SEOUL2016 · 10명
- ⑫ AGI: I LOVE SEOUL 포스터전시 · 14명

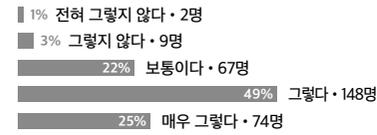
C2. 귀하께서 경험하신 프로그램 중 흥미로웠던 프로그램을 모두 선택해 주시기 바랍니다. (중복 선택 가능)



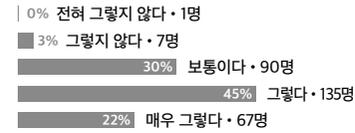
- ① 주제전-Smart Design Smart Life · 73명
- ② 서울디자인위크2016 청년워크숍&전시\_Y-Smart · 39명
- ③ 서울디자인위크2016 서울디자인마켓 · 110명
- ④ 2016서울 스마트 모빌리티 국제컨퍼런스 · 14명
- ⑤ (Hej Smart Stad!)어린이 스마트 디자인 워크숍 · 3명
- ⑥ 2016 서울 스마트 모빌리티 전시 · 28명
- ⑦ 2016 유니버설디자인 서울 전시 · 16명
- ⑧ 2016 유니버설디자인 국제세미나 · 11명
- ⑨ 2016 서울공예박람회 · 32명
- ⑩ 2016 서울공예프리마켓 · 51명
- ⑪ AGI OPEN SEOUL2016 · 7명
- ⑫ AGI: I LOVE SEOUL 포스터전시 · 8명

### D. 근무자의 응대

D1. 안내 및 관람에 필요한 '스텝'의 도움을 받기 쉽다.



D2. 필요한 안내사항 및 프로그램 설명을 정확히 해준다.

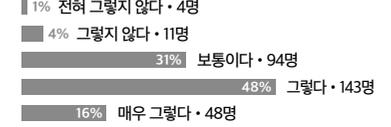


D3. 근무자의 태도가 친절하다.

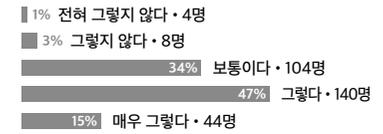


### E. 서울디자인위크(전체) 방문 만족도

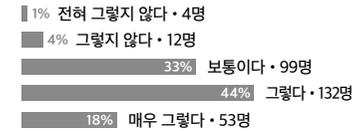
E1. <서울디자인위크2016>에 대해 전반적으로 만족한다.



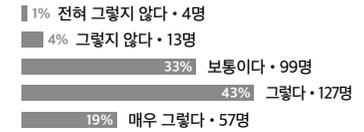
E2. <서울디자인위크2016> 주제 'Smart City Smart Design Smart Life'의 선정이 참신하다.



E3. 전시, 포럼, 컨퍼런스, 마켓, 이벤트 및 부대행사, 체험 등보고 즐길 콘텐츠가 다양하다.



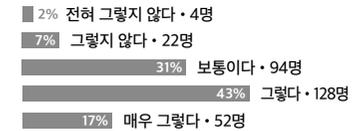
E4. 디자인 지식 획득에 도움이 많이 되는 행사다.



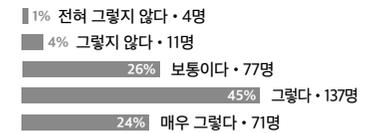
E5. 각 프로그램별 관람 환경이 쾌적하다.



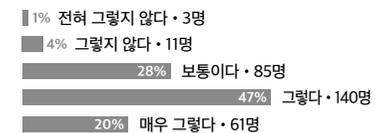
E6. 어린이, 성인, 노인 전 세대가 즐길 수 있는 행사다.



E7. 향후 '서울디자인위크'에 다시 방문 할 의향이 있다.



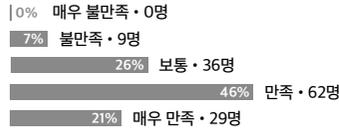
E8. '서울디자인위크' 방문을 가족/지인에게 추천할 의향이 있다.



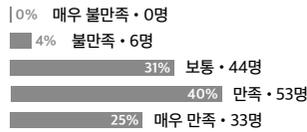
## E-1. 서울 스마트 모빌리티 국제 컨퍼런스 이용 만족도

방문자 136명 대상

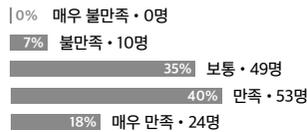
### E1-1. [기조강연] 스마트 시티에서의 스마트 모빌리티와 대중교통의 미래상과 발전방향



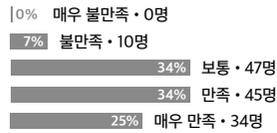
### E1-2. [세션 1] 스마트 모빌리티 관련 최신 글로벌 트렌드와 미래비전 공유



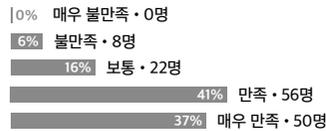
### E1-3. [세션 2] ICT, SMART Connectivity



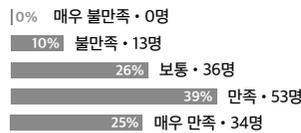
### E1-4. [세션 3] 스마트 시티에서의 건축, 공간 : 똑똑한 보행도시 서울



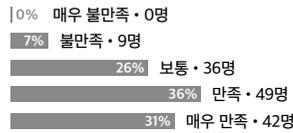
### E1-5. [세션 4] 미래 자동차 변화와 트렌드 발표



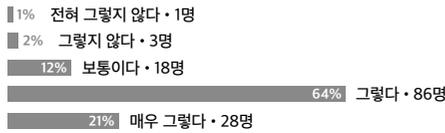
### E1-6. [세션 5] 기술기반 연구 주요내용 및 성과 발표



### E1-7. [세션 6] 디자인 기반 연구 주요내용 및 성과 발표



### E1-8. <2016 서울 스마트 모빌리티 국제 컨퍼런스>에 전반적으로 만족한다.



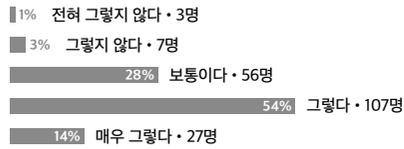
### E1-9. 내년에도 <2016 서울 스마트모빌리티 국제 컨퍼런스>가 진행될 경우, 참가할 의향이 있다.



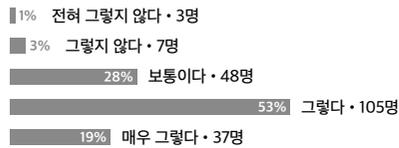
## E-2. 주제전 방문 만족도

방문자 200명 대상

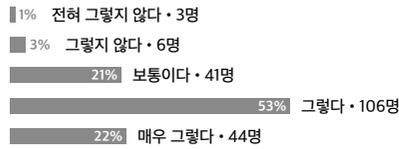
### E2-1. <2016주제전-Smart Design Smart Life>에 대해 전반적으로 만족한다.



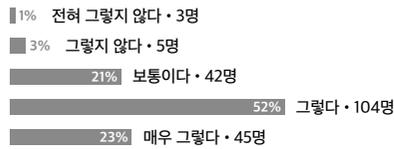
### E2-2. <2016주제전-Smart Design Smart Life>의 전반적인 분위기에 만족한다.



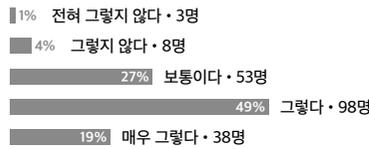
### E2-3. 서울디자인위크2016 주제 'Smart City Smart Design Smart Life'와 연관되어 잘 기획되었다.



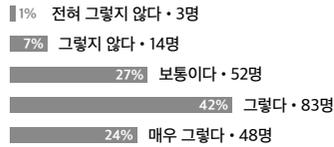
### E2-4. 전시 콘텐츠는 주제와 연관되어 잘 구성되었다.



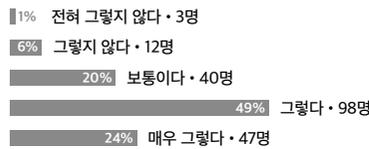
### E2-5. 전시 공간은 전시 콘텐츠에 맞게 잘 연출 되었다.



### E2-6. <2016주제전-Smart Design Smart Life> 방문을 가족/지인에게 추천할 의향이 있다.



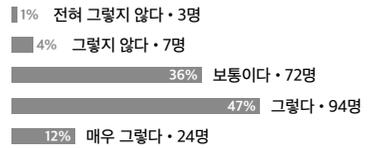
### E2-7. 향후 서울디자인위크 '주제전'에 다시 방문할 의향이 있다.



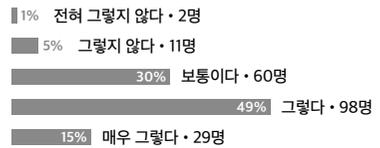
## E-3. 서울디자인마켓 방문 만족도

방문자 200명 대상

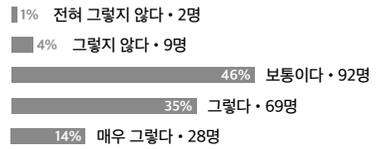
### E3-1. <서울디자인마켓>에 대해 전반적으로 만족한다.



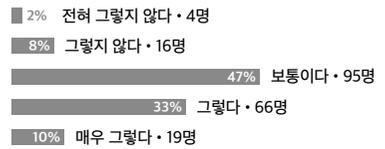
### E3-2. <서울디자인마켓>의 전반적인 분위기에 만족한다.



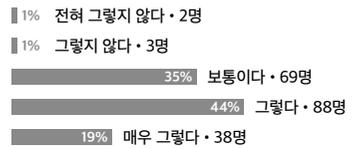
### E3-3. 서울디자인위크2016 주제 'Smart City Smart Design Smart Life'와 연관되어 잘 기획되었다.



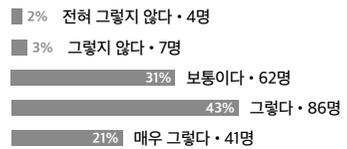
### E3-4. 판매제품의 가격이 적당하다.



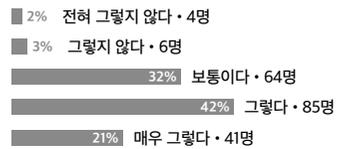
### E3-5. 판매제품의 품질은 좋다.



### E3-6. <서울디자인마켓>에 다시 방문할 의향이 있다.



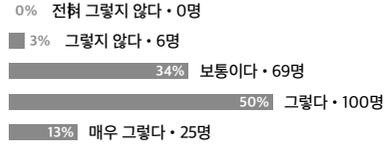
### E3-7. <서울디자인마켓> 방문을 가족/지인에게 추천할 의향이 있다.



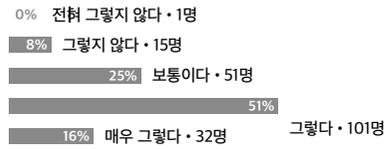
## E-4. y-SMART 이용 만족도

방문자 200명 대상

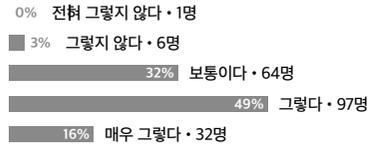
## E4-1. &lt;청년 워크숍&amp;전시\_y-Smart&gt;에 대해 전반적으로 만족한다.



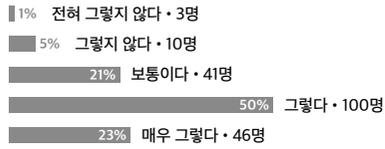
## E4-2. &lt;청년워크숍&amp;전시 y-SMART&gt;의 전반적인 분위기에 만족한다.



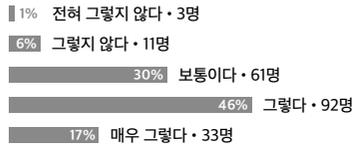
## E4-3. 서울디자인위크2016 주제 'Smart City Smart Design Smart Life'와 연관되어 잘 구성되었다.



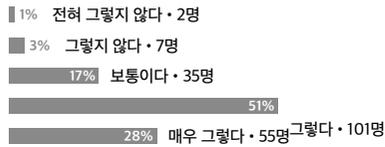
## E4-4. 전시내용이 다양하고 참신하다.



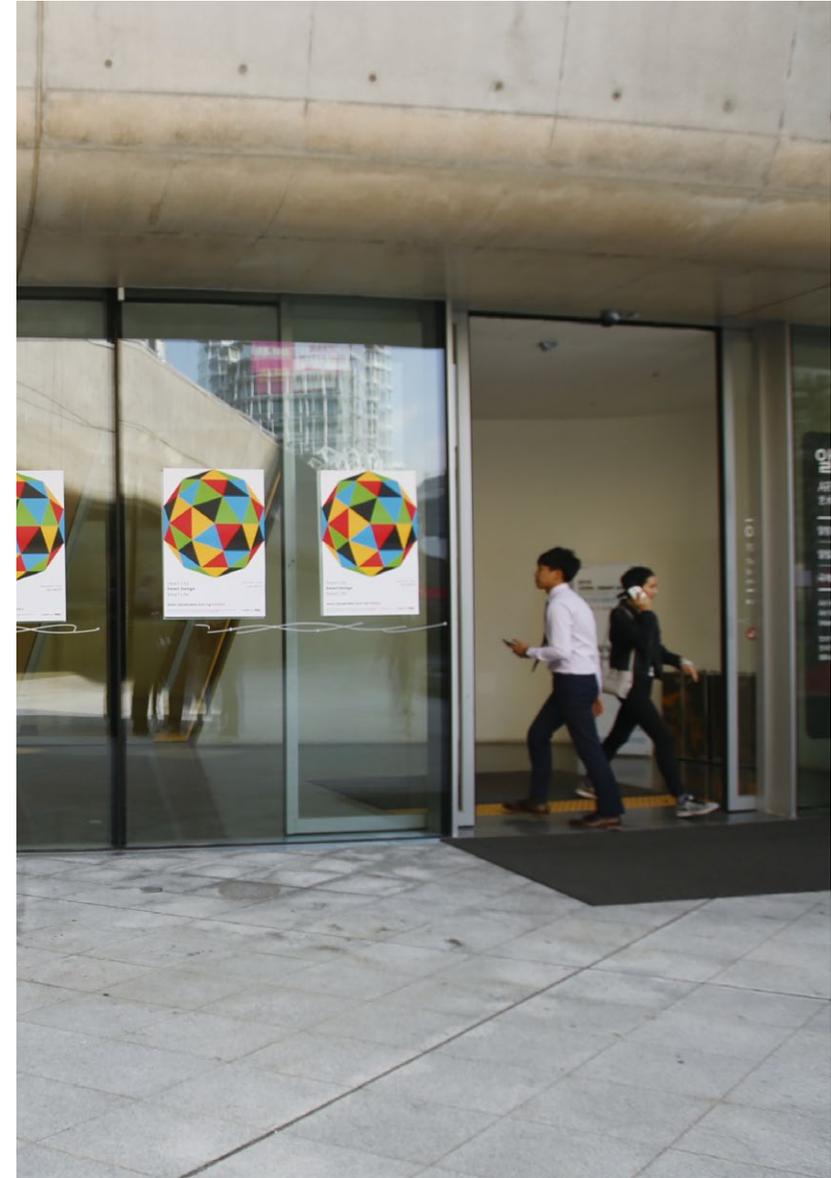
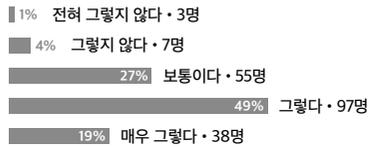
## E4-5. 전시 공간은 콘텐츠에 맞게 잘 연출되었다.



## E4-6. 영디자이너 육성을 위한 좋은 프로그램이다.



## E4-7. 향후 '서울디자인위크' &lt;영디자이너 관련 프로그램&gt;에 다시 방문할 의향이 있다.



크레딧 CREDIT

서울디자인위크2016

서울디자인재단 대표 : 이근

총감독 : 이나미

총괄 기획 : /서울디자인재단 경영본부/ 유석운 이상목 국제협력팀 정효순 국제협력팀 정지수 국제협력팀

총괄 운영 : /헤럴드/ 김용우 윤세미

총괄 홍보 : /인포마스터/ 장서양 김준용 김성민 박소현 이지혜

총괄 아카이빙 북 제작 : /바프로그/ 이여형 한민 이수진

[ 서울디자인위크2016\_주제전 ]

총괄 기획 : /서울디자인재단 경영본부 국제협력팀/ 이상목 정효순 정지수

주제전 전시 설계·설치·운영 : /오감인터랙티브/ 조정식 김재윤

스마트 디자인 마켓 설계·설치·운영 : /헤럴드/ 최현숙 방현진

y\_SMART 청년 워크숍 & 전시 기획·진행 :

멘토 : 이상선\_한경대학교 디자인과 이연준\_홍익대학교 시각디자인과 김성곤\_서울시립대학교 산업디자인과 이지선\_숙명여자대학교 시각디자인과 김경곤\_조현\_한국예술종합학교 미술원 디자인과

전시 지원 : 김현주\_헤럴드

사진 촬영 : 유상혁\_레드애플 이여형\_바프로그

[ 2016 서울 스마트 모빌리티 국제 컨퍼런스·전시 ]

총괄 기획 : /서울디자인재단 서울디자인연구소/ 강병길 신윤재\_시민디자인연구소 송인호\_TBS연구소 이소연\_TBS연구소 최성원\_TBS연구소 김슬기\_TBS연구소 이 램\_TBS연구소

자문 : 김원호\_서울연구원 교통시스템연구소 문영준\_한국교통연구원 교통기술연구소 임현준\_홍익대학교 퍼스널모빌리티연구소(PMRC) 리처드 정\_YFAI 글로벌 디자인 황기연\_홍익대학교

국제 컨퍼런스 행사 운영 :

/헤럴드/ 김용우 윤세미 /이오컨텐츠/ 한진오 유수영 원주현 박한나

전시 설계·설치·운영 : /이즈피엠피/ 정공주 안은정 이상은

전시 주제영상 : 이형수\_에그픽처스

전시 그래픽 : 정영웅\_이응

서울 TBS 시각정보디자인 개발 국제 디자인 아이디어 지명 공모 : 장동련\_추진단, 홍익대학교 국제디자인전문대학원(IDAS) 윤주현

스마트 모빌리티 디자인 워크숍 : 리처드 정\_(사)한국자동차디자인협회 이상엽\_현대자동차 임범석\_Trans Lab Shanghai 주병철\_현대자동차 크리스토퍼 듀퐁\_르노디자인아시아 나카소네 유\_일본 카 디자인 아카데미 정주현\_홍익대학교 산업디자인학과 권판수\_토요타 박정삼\_닛산 정우성\_포르쉐 소재경\_(사)한국자동차디자인협회

스마트 모빌리티 글로벌 대학(원)생 워크숍 : 이지혜\_한국과학기술대학교 석 다니엘\_KAIST 산업디자인학과 임현준\_홍익대학교 기계시스템공학과

Hej Smart Stad! 어린이 디자인 워크숍 : 엄효정\_플레이 31 아니카 닐슨\_스튜디오 Unik Fabrik 엠마 외스터만

워크숍 운영 : /이즈피엠피/ 정공주

안은정  
이상은

**사진 촬영 :**  
하재욱

**후원 :**  
전자신문  
서울도시철도공사

**[ 2016 유니버설디자인 서울 ]**

**총괄 기획 :**  
/서울디자인재단 경영본부 국제협력팀/  
이상목  
유주이

**진행 전시 기획·연출·디자인·영상·시공·운영 :**  
/얼트씨/  
김지연  
진홍왕  
황규성  
김민주  
민지원  
이용희  
김한수  
이재철

**국제세미나 총괄 기획 :**  
/서울시 문화본부/  
고홍석  
변태순, 디자인정책과  
정미경, 디자인정책과 유니버설디자인팀  
한희진, 디자인정책과 유니버설디자인팀  
김훈기, 디자인정책과 유니버설디자인팀  
최성욱, 디자인정책과 유니버설디자인팀  
민병아, 디자인정책과 유니버설디자인팀

**국제세미나 행사 운영 :**  
/엠더블유네트웍스/  
성민욱  
김충수  
추윤희

**[ 2016 서울공예박람회 프리마켓 ]**

**총괄 감독 :**  
황교익

**기획 자문 :**  
고동균  
정희정  
김민지

**총괄 기획 :**  
/서울디자인재단 패션문화본부/  
강문석  
전기현, 공예디자인팀  
전수빈, 공예디자인팀  
정보라, 공예디자인팀

**진행 :**  
/아이엠전시문화/  
서낙원  
이소영  
김송미

**Special Project 푸드트럭 '서울맛차'**

**기획 :**  
/서울디자인재단 서울디자인연구소/  
강병길  
신윤재, 시민디자인연구소  
강지혜, 시민디자인연구소

**디자인 및 개발 :**  
김성룡, 한국예술종합학교 디자인과  
나훈영, 아웃랩  
권지애, 권텐츠컴퍼니  
방문수, 도트스튜디오

**[ AGI Seoul 2016 ]**

**총괄 자휘 :**  
안상수

**기획 :**  
/AGI Korea, PaTI/  
크리스 로  
박현수, AGI Korea 사무국  
신영은, AGI Korea 사무국

**디자인 :**  
조규형

**공간디자인 :**  
김건태, 노네임노샵

**AGI OPEN 행사 운영 :**  
/서울스피커스뷰로/  
김은정  
김영경

**제작물 디자인 :**  
/123콜렉터/  
이은정  
이산하  
변산노을  
최지윤  
김라연

**설치 시공 디자인 :**  
/생활채집/  
김하연  
이은정  
윤재희  
이시내

**팝업 스토어 운영·관리 :**  
/lhas/  
이정은  
박예지  
홍지선  
박향기

**사진 촬영 :**  
김재우  
배정철  
이우재

**오픈 영상 :**  
유광령, ML Films

**티저 영상 :**  
구자욱, 씨드아이드뷰

**한국청년디자이너 쇼케이스 기획·진행 :**  
안마노, Vidak 시각정보디자인학회

**Special Project 'I LOVE SEOUL' 전시**

**전시 기획 :**  
박우혁

**전시 설치 디자인 :**  
장태훈, 제로랩

**전시 사진 촬영 :**  
김재우

**[ Beijing Design Week 2016\_Guest City Seoul ]**

**총괄 기획 :**  
/서울디자인재단 패션문화본부/  
강문석  
전기현, 공예디자인팀  
남상훈, 공예디자인팀

**주제전시 설계·설치·세미나 운영 :**  
/디자인하우스/  
진효승  
박정희  
박주현  
조혜선

**백스디자인플래닝 :**  
홍성완  
허태학  
나승엽  
/브라이트벨크리에이티브그룹/  
김일유  
이윤석

**주제전시 공간연출 :**  
백종환, WGNB  
신승용, Frindle-y



비매품/무료

05600



9 791160 893502

ISBN 979-11-6089-350-2 (PDF)