

# WONDERFUL LIFE

디자인 트렌드 2022  
DTP 디자인페어 아카이브

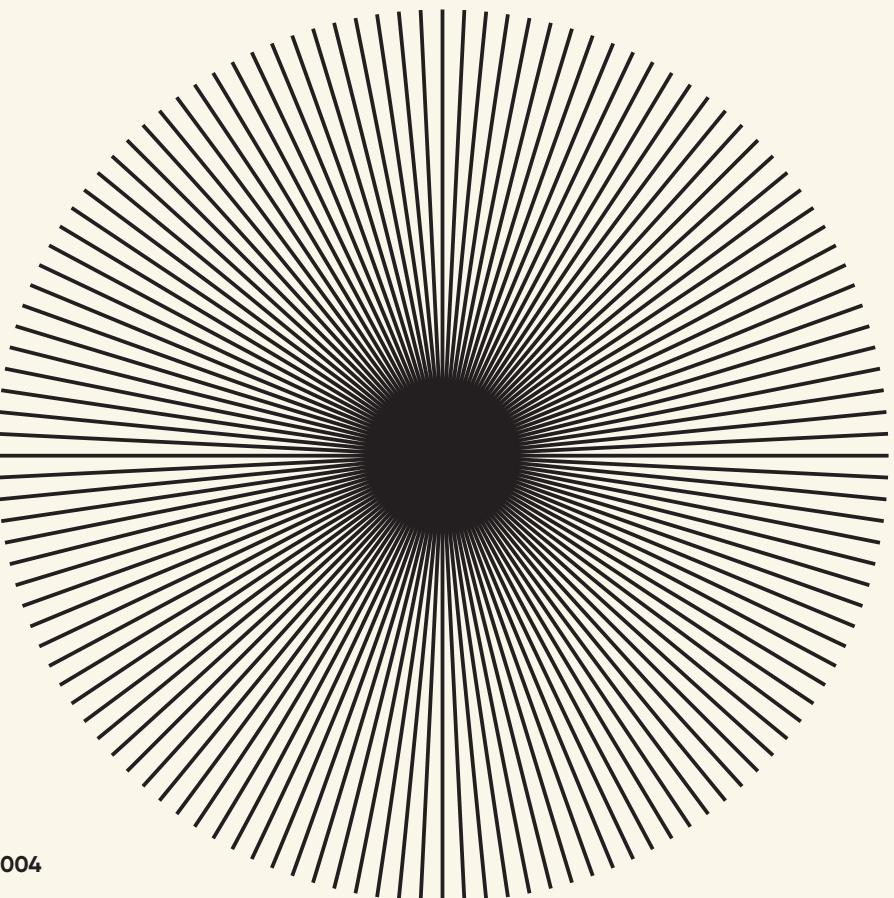
|                  |     |                               |
|------------------|-----|-------------------------------|
| 목차               | 004 |                               |
| Greeting         |     |                               |
| 이경돈 서울디자인재단 대표이사 |     |                               |
|                  | 006 | 014                           |
| Greeting         |     | Design Trend                  |
| 이길형 총감독          |     |                               |
|                  | 008 | 038                           |
| Numbers          |     | 삼화페인트 컬러디자인센터가<br>제안하는 컬러 트렌드 |
|                  | 010 | 042                           |
| History          |     | Section 1                     |
|                  |     | 콜라보레이션 106개 팀                 |
|                  | 012 | 256                           |
| Summary          |     | Section 2                     |
|                  |     | 2021 DDPC 자인페어<br>행사소개        |
|                  | 280 |                               |
| Section 3        |     |                               |
|                  |     | 2021 DDPC 자인페어<br>세미나         |
|                  | 290 |                               |
| Section 4        |     |                               |
|                  |     | PEOPLE                        |

## 아시아 대표 비즈니스 런칭쇼로 거듭나길

이경돈  
서울디자인재단  
대표이사



Design Trend 2022



004

코로나19로 모두가 어려운 가운데에서도 올해 3회째 DDP디자인페어가 열렸습니다. DDP디자인페어는 소상공인과 청년디자이너가 함께 만들어가는 디자인 비즈니스의 장으로 지금같이 어려운 때에 희망을 주는 단비 같은 사업입니다. DDP디자인페어를 통해 소상공인에겐 경쟁력 성장의 발판을, 디자이너에게 디자인 비즈니스와 프로모션 현장의 기회를 드리고자 노력했습니다.

DDP디자인페어를 통해 이루어진 소상공인과 디자이너의 값진 협업이 첫해에는 43팀, 그 다음해는 76팀, 올해는 106팀이라는 놀라운 결실이 있었습니다.

뿐만 아니라 올해는 특히 DDP디자인페어를 통해 많은 디자인스튜디오와 기업이 디자인 신제품과 미래 비전을 제시하고 선도하는 디자인 최신 트렌드의 장으로 계획하여 페어가 한층 더 성장한 해이기도 합니다.

지금까지 DDP디자인페어가 '아시아 최초의 디자인 비즈니스 런칭쇼' 였다면 앞으로는 아시아를 대표하는 '최대 디자인 비즈니스 런칭쇼'로 DDP를 중심으로 모든 국내외 디자이너와 소상공인이 함께하는 국제적 대표 행사로 자리 잡기를 희망합니다. 제3회 DDP디자인페어가 잘 마무리될 수 있도록 힘써주신 참여 큐레이터, 소상공인, 청년디자이너의 노고에 감사드립니다. 이 페어가 끝이 아닌 시작으로 여러분의 무궁무진한 가능성이 막강한 경쟁력으로 펼쳐 보여지길 바라며, 앞으로도 계속 서울디자인재단은 많은 소상공인과 디자이너의 가능성이 현실이 될 수 있도록 응원하며 지원을 아끼지 않을 것입니다.

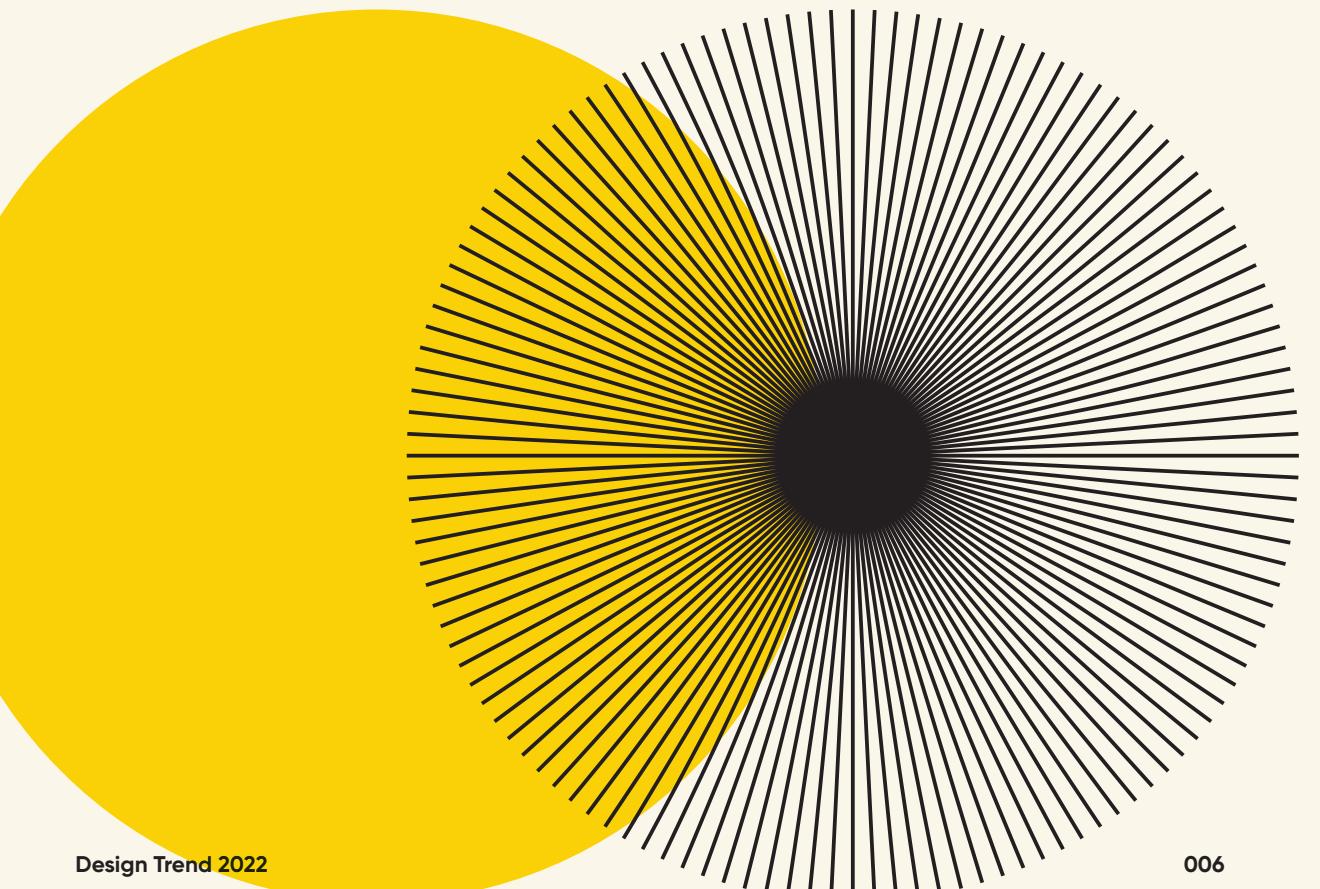
005

## 디자인의 새로운 가치로 삶의 질을 높이는 라이프스타일 제시

이길형

총감독

- 제8회 광주디자인비엔날레 총감독
- 흥익대학교 산업미술대학원 교수
- 한국디자인단체총연합회 회장



006

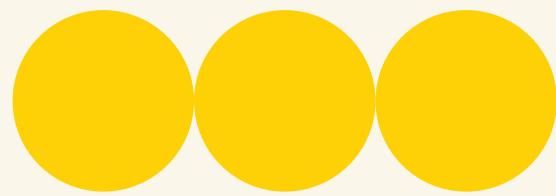
2021 DDP디자인페어는  
소상공인x신진디자이너의  
콜라보레이션 과정과 결과를 담고  
디자인산업을 선도하는 기업의  
브랜드와 스토리를 담는 플랫폼입니다.  
페어에서 만들어진 새로운 콘텐츠는  
우리나라 디자인산업의 가치를 높이고  
미래 비즈니스를 위해 변화하는  
트렌드를 리딩하게 될 것입니다.  
2021 DDP디자인페어는  
사회적 참여로서 디자인을 이해하고  
뉴노멀의 라이프스타일을  
디자인의 새로운 가치와 연계해  
미래비전을 보여주는  
SHOW의 장(場)으로,  
코로나로 위축된 시민들에게  
아름다운 일상을 통해  
삶이 더 행복해지는  
Wonderful Life를  
소개하는 장(場)으로 펼쳐졌습니다.

총감독으로서의 역할  
큐레이터는 주제관(소상공인과 디자이너의 매칭)의  
중요한 역할을 담당했습니다. 저는 각 분야의 제품을  
제대로 보여주는 것뿐만 아니라 분야별로, 시너지를  
낼 수 있는 부분을 조율하는 역할을 담당했습니다.  
그것이 컨셉룸이 될 수도 있고 쇼룸이 될 수도  
있습니다. 주제를 정해서 콜라보한 제품이 녹아 있는  
공간 연출, 스타일, 컬러, 기능 등으로 갈무리를  
해보았습니다. 기업 제품도 그 안에서 자연스럽게  
어우러지게 했습니다. DDP디자인페어가 유니크한  
라이프 스타일을 드러내는 시간, 공간이 되기를  
바랐고 구획을 나누지 않고 주제관, 컨셉룸, 런칭관,  
트렌드관 등이 서로 섞이며 시너지를 낼 수 있도록  
했습니다. 전시장 출구에는 ddp스토어 마켓을  
운영하고, 야외에는 업사이클링 체험부스를 만들어  
환경 문제를 해결하기 위한 디자이너들의 노력을  
보여주었습니다.

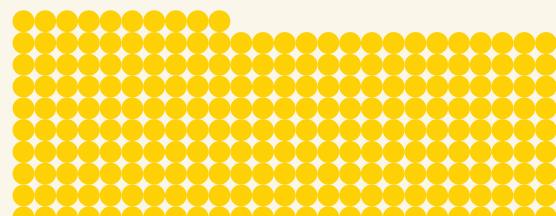
### 2021 DDP디자인페어 목표

개인적으로는 디자이너로서 이런 페어를 진행하는  
데 그 동안의 연륜, 경험이 발휘되어 재미와 즐거움을  
주는 전시가 되기를 바랐습니다. 관객은 굉장히  
보편적인 것을 추구하기도 하고 또 최고를  
추구하기도 하지만 나만의 디자이너로서의 재능을  
사회에 펼쳐보이고 싶었습니다. 단순히 내 개인의  
스타일만이 아니라 이 시대가 요구하고 있는 내용의  
트렌드를 읽고 반영해 보고 싶은 것을 말합니다. 이번  
페어를 통해 DDP디자인페어가 시민들의 입장에서  
더욱 공감이 되었다고 평가합니다. 우리가 쓰고 있는  
모든 일상의 물건들이 이미 나름대로 디자인이  
반영된 것입니다. 이젠 어떤 문제를 해결하는 쪽으로  
디자인 솔루션이 나와야 합니다. 저는 이번 페어를  
통해 디자인이 사용자의 어떤 입장에서 반영되고  
문제를 해결하는 쪽으로 방향전환이 되도록  
조율했습니다.

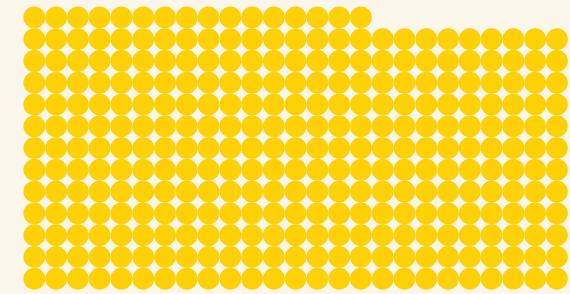
3  
Years



235  
Creators

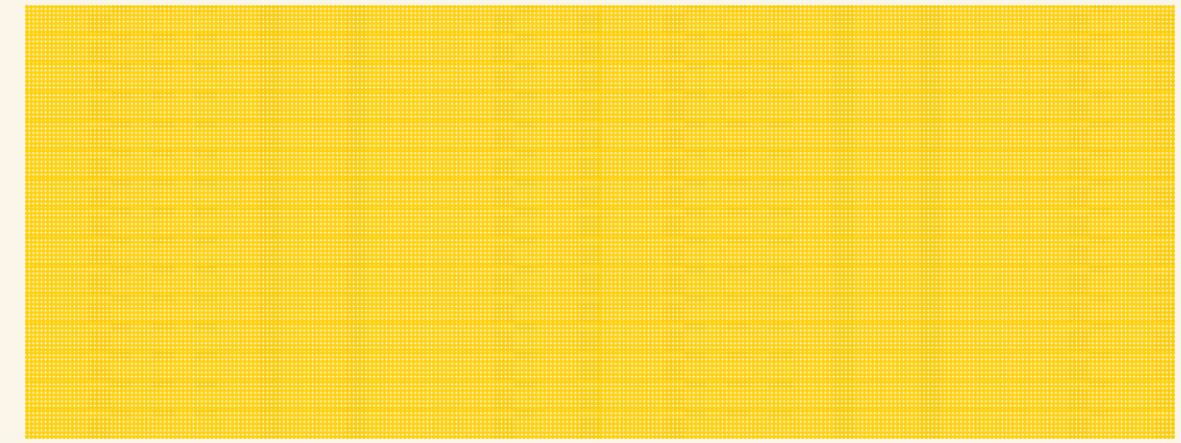


316  
Designs  
Launching

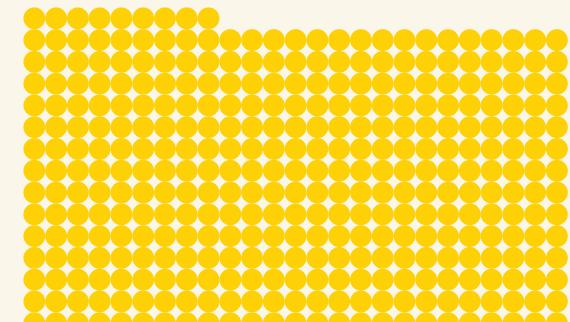


53,508\*  
Visitors

\*전시 방문객

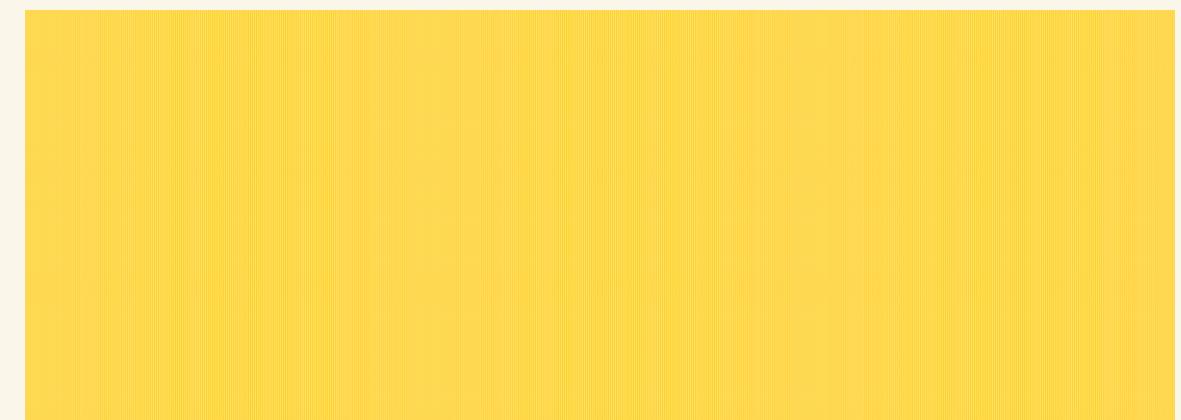


359  
Designers



804,778\*  
Visitors

\*온라인 플랫폼 국내외 누적방문객



# 뉴노멀의 라이프스타일을 디자인의 가치와 연계한 Show의 장

## 2015 - 2016

- 2015년 낙후되고 소외된 을지로를 소상공인과 디자이너가 함께 힘을 모아 환한 빛으로 바꾸고자 하는 '을지로 라이트웨이(Light Way)'를 을지로 일대와 DDP에서 개최

Design Trend 2022

## 2017

- '을지로, 라이트웨이' 프로젝트의 일환인 <By을지로>를 통해 디자이너와 소상공인의 협업 콜라보 제품 개발 시도
- 유통에 의존하던 을지로 조명 제조산업 생태계의 발전과 재활성화 가능성 확인

## 2018

- 동대문 제조소상공인×디자이너와 협업제품 개발  
<By동대문>프로젝트 진행
- '동대문 DDP디자인마켓'을 DDP에서 개최
- DDP주변 지역상인과 디자이너의 콜라보 프로세스 마련
- 소상공인×디자이너 협력과 비즈니스 담론의 장 마련

## 2019

- 세상에 없던 런칭 제품만으로 구성된 '국내 최초 디자인 산업 비즈니스 런칭쇼' 1회 개최
- 소상공인×디자이너 상시 매칭 무료 온라인 플랫폼 구축 매칭, 제품개발, 계약의 자발적, 독립적인 프로세스 확산
- 민관협력체계 기반마련을 통한 전문성 확보
- 조명 외 타 제조 산업군 활성화 및 유입 시도

## 2020

- 제 2회 DDP디자인페어 코로나19대응 국제 온라인페어로 개최
- 총감독 및 분야별 전문큐레이터 영입 및 제품개발 멘토링을 통한 페어의 품질 강화
- 제품의 브랜딩, 마케팅, 양산, 활로 지원까지 확대
- 소상공인×디자이너 매칭 디자인 제품개발 수직적 상승
- DDP베스트디자인어워드 7선을 통한 스타 디자이너 양성

서울디자인재단은 DDP디자인페어의 매칭 플랫폼을 통해 소상공인과 디자이너가 만나 아이디어로부터 제품을 런칭하기까지 함께하는 작업을 도출하고 있다. 뿐만 아니라 전문 큐레이터 영입을 통해 한발 앞선 디자인 트렌드를 제시한 매칭 컨설팅팀을 운영한다.

제1회 DDP디자인페어에서는 소상공인과 디자이너가 협업하여 개발한 세상에 없던 오리지널 제품 43종과 청년 디자이너들이 소상공인에 제안하는 44종의 신제품 프로토타입이 전시되었고 10개 분야 트렌드를 반영한 대표 개발제품 10종을 선정했다. 제2회 DDP디자인페어에서는 조명뿐 아니라 가구와 소품으로 제품을 더욱 다양하게 확대해 소상공인과 디자이너 콜라보제품 76종, 오리지널 디자이너 신제품 27종을

코로나 대응 국제 온라인 전시 플랫폼으로 진행해 35만 이상의 국내와 관람객을 유치했다.

올해 2021년 제3회 DDP디자인페어에는 총감독제를 도입하고, 가구, 조명, 생활리빙, 공간, 마케팅, 취·창업분야의 7인의 전문 큐레이터를 두어 전문성을 확보했으며 멘토링을 실시해 제품의 퀄리티를 높이고, 활발한 마케팅 지원을 통해 전문 비즈니스 페어로 기반을 확장했다. 또한 기존 콜라보레이션관에 새로운 라이프스타일을 제시하는 디자인 스튜디오들의 런칭관, 브랜드 고유의 디자인적 가치와 트렌드를 제시하는 중대 디자인기업들의 트렌드관을 더해 더욱 다채롭고 유기적으로 개최되어 명실공히 '국내 대표 디자인 산업 비즈니스 런칭쇼'로 자리 잡았다.

# 일상을 아름답게 삶을 더 행복하게 Wonderful Life

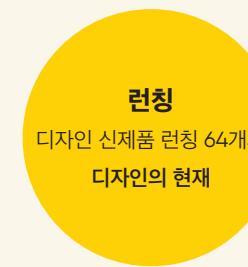
## 2021 DDP디자인페어

2021 DDP디자인페어는  
지난 5월부터 디자이너와 소상공인이  
협업해 만든 즐거운 여정을  
'Wonderful Life'라는 그릇에 담았다.

|      |  |
|------|--|
| 행사명  | 2021 DDP디자인페어  |
| 개최기간 | 2021. 10. 19(화) ~ 10. 25(월)<br>온라인 연중상시 운영   |
| 개최장소 | DDP 알림1관 & 온라인 동시 개최<br><a href="http://www.ddpdesignfair-ex.or.kr">www.ddpdesignfair-ex.or.kr</a><br><a href="http://www.ddpdesignfair.or.kr">www.ddpdesignfair.or.kr</a> |
| 규모   | 약 170팀 이상 브랜드 런칭   |



**콜라보레이션**  
소상공인×디자이너 106팀  
디자인의 가능성



**런칭**  
디자인 신제품 런칭 64개사  
디자인의 현재



**트렌드**  
디자인 트렌드 기업 9개사  
디자인의 미래



**마켓**  
**ddp** Design Store  
디자인 마켓

제조소상공인과 디자이너의  
콜라보레이션으로 세상에  
없던 디자인 신제품 런칭

다양한 디자인  
신제품 런칭으로  
새로운 라이프스타일 소개

브랜드 고유의  
디자인적 가치를 담은  
Design Thinking 체험공간

서울의 라이프 스타일을  
선도하는 DDP디자인스토어  
큐레이션 특별 마켓

### DDP디자인페어 공식 큐레이터



**총감독**  
2021 ddp Design Fair  
이길형 총감독



**조명**  
이온에스엘디(주)  
정미 대표



**가구**  
계원예술대학교  
하지훈 교수



**공간**  
홍익대학교  
이강현 교수



**생활리빙**  
(주)우퍼디자인  
한경하 대표



**생활리빙**  
Atelier Sohn  
손동훈 대표



**취·창업**  
종근당 건강  
김나영 실장



**마케팅**  
명지대학교  
박정호 교수

# DESIGN TREND

DDP디자인페어 트렌드 10

## TREND #1 지속가능한 모던

코로나19는 경제와 라이프스타일의 지속가능성sustainability을 디자인 업계가 더 이상 미루지 않고 실천해야 한다는 실존적 절박함을 깨닫게 해준 촉매제 역할을 했다. 디자인 업계는 천연자원의 재활용으로 유한한 자원의 보존 및 생명 연장이라는 개념에 기초한 원형경제circular economy 원리에 입각해 다양하고 창조적인 솔루션을 제안하고 있다.

그 같은 새 디자인계 테두리 속에서 디자이너들은 1) 신소재 바이오플라스틱, 재활용 소재, 환경유해성이 낮은 원료를 활용하고, 2) 색다른 성질과 외형을 지난 서로 이질적인 요소들을 한데 결합한 믹스매치 스타일과 독특한 절충주의를 개척한다.

서스테이너블한 자원 활용, 자원재활용, 고급중고 가구(특히 미드센츄리 양식)를 수선, 업사이클링한 빈티지룩은 공간의 크기와 상관없이 고급스러운 편안함을 선사한다.



아래:

디자인:Godspeed, "로코코 의자 - 디자이너로 출세하는 법"

"우려와 혼란의 2021년은 새 시대 지속가능한 디자인의 원년이 될 것이다."

밀란 디자인 어젠다

"이번 DDP디자인페어는 자연스럽게 트렌드와 최근 이슈가 어우러짐을 알 수 있었고, 이를 통해 새로운 트렌드의 기준을 마련하고자 하였습니다. 디자인을 통한 지속가능한 개발, 지속가능한 농업, 지속가능한 의류, 지속가능한 디자인, 지속가능한 폐기물 관리... 유행어에 압도되어 개념의 실제 의미를 잊어버리기 쉽습니다.

그렇다면 지속가능성이란 우리의 생존과 생활에 필요한 모든 것은 직간접적으로 자연 환경에 달려 있습니다. 지속가능성을 추구한다는 것은 현재와 미래 세대를 지원하기 위해 인간과 자연이 생산적으로 조화롭게 존재할 수 있는 조건을 만들고 유지하는 것입니다."

김나영 큐레이터

출처: Maison et Objet Paris

**윤리적이고 착한 디자인 제품에 대한 디자인 업체들의 생각**

설문에 응답한 업체들중 62%는 소비자들의 윤리적인 제품에 대한 관심이 증가하고 있다고 답했고, 62%는 이미 그런 제품을 마케팅 및 판매하고 있으며, 실제로 총매출의 37%가 윤리적 제품이 차지하고 있다고 답했다.

**소비자들이 디자인 제품을 구매할 때 고려하는 사항들**



**어디서 생산된 제품인가**

제품의 생산지, 생산국, 특산품 등 (예컨대, "메이드 인..."): 38%는 매우 중요하다, 45%는 중요하다고 응답

**제품이 천연 소재로 만들어졌는가**

제품의 소재와 원료: 41%는 매우 중요하다, 51%는 중요하다고 응답

**재활용된 원료 또는 재활용된 제품인가**

소재의 재활용 및 업사이클링 여부: 22%는 매우 중요하다, 49%는 중요하다고 응답

**사회적 책임을 준수해 제조됐는가**

34%는 매우 중요하다, 44%는 중요하다고 응답

**제품은 견고한가**

45%는 매우 중요하다, 45%는 중요하다고 응답

## TREND #2 스타일리시한 푸근함

자연을 가정 실내로 들여온 듯, 각박한 도회 환경에서 벗어나 녹색 자연을 연상시키는 재료, 촉감, 색상으로 연출된 스타일리시한 편안함이 선호되는 추세다.

자연과 유기적 자연을 연상시키는 색채톤—토양색earthtone, 바다를 연상시키는 블루 계열, 녹림을 떠올리는 깊은 녹색 톤 등—은 미관적 신선함과 창의력을 고취시킨다. 천연 소재와 유기적 공정으로 생산된 소재를 다양하게 믹스매치하는 기법은 자연을 가까이 하고픈 욕망과 푸근하고 안정적인 고급스러움을 동시에 충족시킨다.

좌: Jab Anstoetz Fabrics, 백합꽃 티마의 작품 디자인 컬렉션. Photo: Jab Anstoetz  
우: Natural Luxury\_ImmCologne

“2021년에는 전통장인이 만든듯 한 수공적 요소, 부드러운 선이 가미된 심플함, 고급 소재와 자연을 연상시키는 요소로 연출된 편안함이 ‘럭셔리’로 여겨질 것이다.”

쾰른 가구 박람회

“코로나로 인해 사회와 격리되어 자신만의 공간에서 보내는 시간이 많아지고 있습니다. 이 과정에서 자신만의 공간을 자신의 색깔과 개성이 돋보이는 형태로 표현하고자 하는 욕구도 높아지고 있습니다. 스타일리시한 푸근함은 이러한 사회적 흐름을 가장 잘 대변하는 표현입니다.”

박정호 큐레이터



## TREND #3 과거의 영광을 현대적으로

밀레니얼 세대의 미적 취향과 욕구를 반영한 이 트렌드는 일명 '그랜드 밀레니얼 트렌드'로도 불린다. 특히 2021년도의 레트로 트렌드는 1990년대 유행했던 포스트모더니즘의 차용, 유희적 감성에서 영감받아 21세기 방식으로 재해석한 룩(look)이 특징적이다.

2020년을 고비로 전세계 글로벌 인구의 절반 이상이 밀레니얼 세대와 Z세대 인구가 차지하기 시작하면서 일명 '할머니 세대풍' 시크Grandma+Chic'로도 불리는 2021년 뉴트로 트렌드는 MZ세대들의 과거에 대한 향수와 푸근함을 향한 욕구를 반영한다. New York Boca de Lobo 엄마의 따뜻한 품 속 살결을 연상시키는 다양한 톤의 핑크Pink 계열 색상이 밀레니얼 세대 소비자들 사이에서 높은 호흡을 얻고 있는 추세다.



좌: 레아 링(Leah Ring)이 디자인한 LA 아파트 지택 인테리어. Courtesy: Leah Ring  
우: 세바스티안 헤르크네(Sebastian Herkner)가 디자인한 독일 프랑크푸르트 One Forty West 아파트 / 호텔 인테리어, 2020년. © Commerz Real.  
Photo: Commerz Real

"패션계에서 가격을 제외한  
모든 것은 레트로로 돌아간다."

Criss Jami



## TREND #4 회색 인테리어

2020~2021년 전세계 인테리어 트렌드를 크게 아우르는 가장 기초적인 보편 트렌드는 회색톤 색상이 하이라이트로 지목된다. 회색은 백색과 흑색을 조합한 중립적인 색상으로 21세기 하이테크로 대변되는 쿨cool함과 차분한 모던 감성을 동시에 표출하는 색상이며 우아한 실내 공간을 연출해준다.

좌: ADA 프리미엄 침대 'Levia'  
우: 자연에서 영감받은 Hollis+Morris's BLOOM Collection



"2020–2021 디자인을 아우르는  
하이라이트 색상은 회색이다.  
회색은 테크놀러지와 현대적 감성을  
우아하게 연결해주는 색이다."

밀란 디자인 어젠다



## TREND #5 거친듯 세련된 인더스트리얼 스타일

옛 창고, 폐기된 공장을 연상시키는 인더스트리얼 스타일은 근대식 고물 건축물에서 흔히 발견되는 높은 천정, 회색 콘크리트 구조, 벽돌, 야외자연광이 풍부하게 들어오는 커다란 금속제 창틀이 매력적으로 강렬하고 극적인 공간 연출에 적합하다. 1990년대 구미권에서 주거용 아파트로 재건되며 유행한 로프트Loft 공간에서 영감받았다.

이후 세련화를 거치며 2000년대 후반부터 유행한 인더스트리얼 스타일인테리는 세월과 함께 나이 든 목재 인테리어 소품, 미드센츄리풍 빈티지 가구, 산업시대풍 조명, 흑백 사진 또는 근현대 미술품 등으로 액센트를 가해 연출할 수 있다.



좌: 레아 링(Leah Ring)이 디자인한 LA 아파트 지택 인테리어.  
Courtesy: Leah Ring  
우: 세바스티안 헤르크너(Sebastian Herkner)가 디자인한 독일 프랑크푸르트 One Forty West 오피트/호텔 인테리어, 2020년.  
© Commerz Real. Photo: Commerz Real

“탁자용, 벽걸이용, 천정 매달이용 등 혁신적이고 기발한 조형의 조명등과 높은 천정과 벽 없이 탁트인 산업창고풍 공간은 세련되고 극적인 분위기 연출에 가장 효과적인 두 요소다.”

박진아 디자인 칼럼니스트

“생활리빙, 가구, 조명 제품 모두 팬데믹 시대를 맞이하면서 새롭게 생겨난 라이프스타일에 따라 많은 영향을 받았습니다. 택배와 배달과 같은 비대면 서비스의 수요가 늘어나면서 지속가능성에 대한 이슈가 우리의 삶에 더욱 가깝게 다가왔습니다. 오래 전부터 논의가 되어왔던 Recycle에서 지금의 Sustainable, 앞으로는 재활용에 대한 키워드가 중요해질 것으로 생각됩니다.

“제작자는 버려진 자원을 재활용하는 것도 중요하지만 디자이너가 처음부터 자원순환이 가능하도록 디자인하는 시대를 말합니다. 어쩌면 디자인을 하는데 책임감과 제약이 많아졌다고 느낄 수도 있지만 우리의 창의성은 바로 이러한 상황에서 더욱 빛을 발하게 될 것이고 DDP디자인페어가 그 길을 함께하게 될 것입니다.”

손동훈 큐레이터



## TREND #6 뉴트럴 색채 트렌드

뉴트럴 색조는 시대와 환경을 막론하고 가장 널리 선호되고 보편적인 선택이다. 최근 저변화된 미니멀풍 인테리어 트렌드를 타고 무채계열 중성색(neutral colors)에 대한 선호 추세는 계속적인 강세에 있으며 그 인기는 당분간 지속될 전망이다.

특히 다양하고 미묘한 톤과 스펙트럼의 미색과 회색 계열 색들을 한 공간 내 바닥재, 벽면, 커튼, 가구, 직물 액세서리, 조명 예술품 등에 믹스매치하면 세련되고 확장되어 보이는 공간을 연출할 수 있다.



좌: Colin King Living Space with Sofa and Art Photo.  
Photo © Adrian Gaut  
우: Cor-Jaisi21 인테리어 컬렉션의 리빙룸 가구 디자인은 바닥 좌식생활을 하는 동양식 공간을 재해석했다. Photo © Cor

“시공의 변화를 뛰어넘어 가장 보편적으로 사랑받는 무채색은 동양적 라이프스타일과 명상적 분위기 연출에 효과적이다.”

박진아 디자인 칼럼니스트



## TREND #7 스칸디나비아에서 영감받은 목재로 만든 다목적 공간

정제된 형태와 기능성을 최우선하는 스칸디나비아 풍 디자인에 대한 선호 트렌드가 식을 줄 모르는 가운데, 특히 코로나 이후로 가정 내에서의 활동 시간이 길어지고 건강 및 위생에 대한 전반적인 경각심이 높아지면서 정리정돈, 청결, 효율적인 공간 활용성을 추구하는 1인 이상 거주 '다목적 공간' 대한 소비자들의 욕구가 '스칸디 스타일 Scandi Style' 선호로 표출된다.

색상이 밝고 촉감이 부드럽고 가벼운 경목재 lightwood 인테리어 요소(벽면, 바닥재, 천정 디테일 등)는 실내의 분위기를 밝고 긍정적으로 연출해 줄 뿐만 아니라 경목재 특유의 인공적 가공을 최소화한 있는 그대로의 자연스러움과 천연미는 2021년도 현대인들이 깊이 갈구하는 자연회귀 욕구에 잘 부응한다.



좌: 건축가 Jeffrey McGrew가 창업한 스티트업 Model No.가 제작한 목재로의 짜투리 목재를 분밀가공하여 3D 프린터로 인쇄한 자원재활용 친환경 목가구 시리즈 주방, 식당, 거실, 사무실로 사용되는 가정 다목적 공간

"Less is More... 도시 인구 밀집화, 부동산 가격 인상, 작아지는 거주 공간에서도 편안하고 혁신적인 공간 솔루션 – 스칸디나비아 풍 디자인 인기는 당분간 지속될 전망."

쾰른 국제가구박람회

"사무용 가구의 트렌드는 점차 휴식의 개념이 많이 적용되고 이에 다양한 컬러가 채택되고 있습니다. 반면 리빙 가구들은 침대에서 컴퓨터를 사용할 수 있다거나 재택근무에 적합한 가구들이 많이 보입니다. 기술의 발달로 인해 이러한 트렌드는 앞으로도 당분간 이어질 듯 합니다."

하지훈 큐레이터



## TREND #8 유동적 공간-소형 공간을 위한 솔루션

코로나를 계기로 현대인들은 일터(사무실, 작업실 등)와 가정공간에 대한 깊은 재고를 할 수 있는 기회를 맞았다.

사무실 근로자, 학생, 일시하고 및 무기휴가로 인한 재택 근무와 원격 수업 환경에 적응중인 현대인들은 사무실 같은 가정, 가정처럼 편안한 사무 공간, 다양한 기능을 한정된 공간에서 다양한 기능을 수행할 수 있는 융통성있고 유동적인 다기능 인테리어와 가구 아이디어를 요구하고 있다.



제작: HEY DESIGN의 다용도 세렉근무공간 디자인  
제작: COR가 디자인한 Floater 공동 라운지 내 개인용 책상 시스템 컨셉  
제작: Boxetti 디자인한 Boxetti 모듈적 가구 시스템. 필요한 가구를 흰색 직사각형 박스 속으로 접어 넣었다. 뺏다 하며 사용할 수 있는 모듈식 가구 시스템

**"야외와 실내, 공공과 사적공간, 거실과 주방, 생활과 일, 욕실과 침실... 용도와 목적에 따라 분리됐던 공간들 사이의 경계와 구분이 모호해지는 유동적 공간은 자유를 뜻한다."**

쾰른 국제가구박람회



"1인 가구가 확대되면서 좁은 공간을 효율적으로 사용하기 위한 디자인 솔루션이 다양한 분야에서 시도되고 있습니다. 이종 모듈형 제품 및 가구는 공간적 제약을 극복하는 확장성 뿐만 아니라 유닛을 사용자의 의도와 취향에 따라 원하는 대로 조합하고 배치하여 개인화된 홈퍼니싱을 가능케 합니다. 모듈형은 제작의 관점에서도 경제적일 뿐 아니라 사용기간을 늘리고 제작공정을 단순화하는 친환경적 요소까지 갖추고 있어 제품, 가구, 의복 등의 다양한 분야에서 시도되고 지속가능한 솔루션이라고 할 수 있습니다."

이강현 큐레이터



## TREND #9 액센트 피스

넉넉한 저택 공간 혹은 한정된 도심 아파트 거주 및 오피스 공간에서 공히 시각적인 임팩트를 주는데 효과적인 실내용품은 '스테이트먼트 피스(statement piece)'다.

빈 공간의 미학과 정신을 선호하는 미니멀 인테리어 트렌드의 유행이 당분간 지속될 것으로 전망되는 가운데 소수의 강력한 아이템으로 포인트를 주는 독자적인 싱글 피스 및 액세서리는 공간을 고급스럽고 럭셔리하게 격상시켜주는 효과가 있다. 특히 반 귀 금속(구리, 아연, 크롬 등), 고급 목재, 수공 장식 등 고급 원자재와 장인 공예적 감성이 돋보이는 유니크한 디자인 요소가 고급스러움을 창출한다.



좌: 치아키 요시하리가 디자인한 Seam of Skin, 2021년 밀라노 페어.  
Photo: Yunosuke Ishibashi  
우: 제조: Boca do Lobo, 픽셀 캐비넷(Pixel cabinet)

**"고급스럽고 특별해 보이는 인테리어 팁:  
튀는 아이템 하나, 열 아이템 안부럽다."**

밀란 디자인 어젠다



## TREND #10 커넥티드 리빙 - 스마트홈

“디지털 세상은 어느새 제2의 피부처럼  
일상 속으로 스며들었다.  
디지털 기술이 응용된 스마트홈과  
스마트 리빙 트렌드는 2025년까지  
1757억 달러 규모로 성장할 것.”

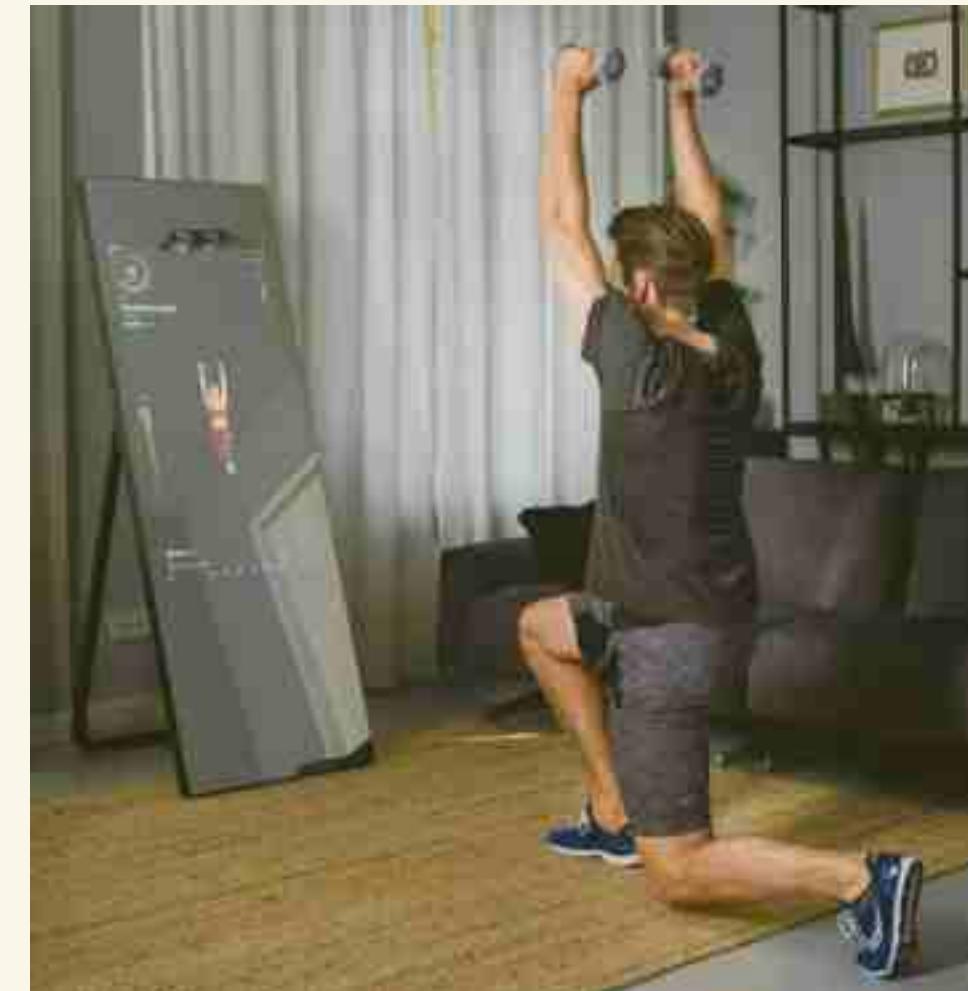
쾰른 국제가구박람회



좌: Mues-Tec – 스마트 거울. Courtesy: IMM Cologne, 2021  
우상: Miele – CookAssist 기장용 스마트 요리 앱. Courtesy: IMM Cologne, 2021  
우하: VAHA – Virtueller Home-Trainer 피트니스 거울.  
Courtesy: IMM Cologne, 2021

“스마트홈의 대중화를 위한 유비쿼터스 커넥티비티와 이들의 구현을 보여줄 새로운 제품, 애플리케이션, 비즈니스 모델, 기술, 플랫폼, 서비스들이 등장하고 있습니다. 또한 전세계의 문제로 대두된 고령화 문제에 스마트홈 기술은 이를 유연하게 대체할 수 있는 솔루션 중 하나로 떠오르고 있습니다. 미래 커넥티드 리빙의 중심이 되는 가정을 허브로 하는 스마트홈은 인간과 인간, 제품과 제품, 인간과 제품을 연결하여 우리의 생활을, 사회를 편리하고 풍요롭게 할 것임은 분명해 보입니다.”

한경하 큐레이터



TREND #10  
커넥티드 리빙-스마트홈

쾰른 국제 가구 페어 주최  
신진디자이너 공모전 라이프스타일 트렌드



Johannes Valentin, Breuer\_imm\_  
Paco Chair.

한 편의 스케치처럼 심플하고 직선적이나 앉으면 편안하고 가볍고 무한하게 쓸어올려 수납할 수 있는 참나무 CNC 공정과 알루미늄 소재의 실용주의 디자인이 특징.



1위 수상작 | Erik Mantz-Hansen,  
Living Kitchen.  
도시 스트리트 푸드 유행에서 영감받아 이동 및 설치 수거 편의성을 고려한 게릴라 주방 시스템. 사용자 편의성, 형태와 사용 용통성, 안전한 이동성을 고려해 야외는 물론 한정된 공간 내 가정용 간이 주방 시스템으로 활용 가능하다.

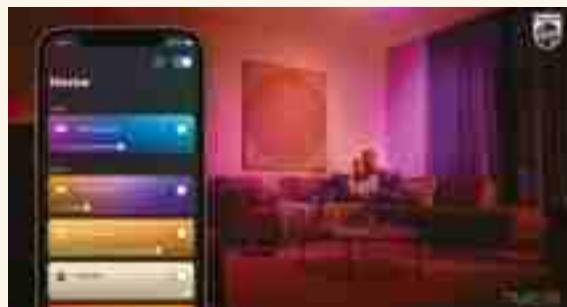


스칸디나비아풍 심플함, 크림을 가한 듯한  
파스텔조 색상, 공간활용성을 최적화한  
라이프스타일 디자인.  
Courtesy: IMM Cologne

"앞으로는 주거공간뿐 아니라 모든 공간의 조명이 연결되어 인터랙티브하게 움직이리라 생각됩니다. 전자 기기나 제품들이 커넥티드되어 사용자 입장에서 사용하기 편하게 움직이게 되리라 생각되는데 조명부분은 사용자에 따라 컬러나 밝기, 색온도를 조정하여 공간을 빛으로 분리 시키기도 하고, 공간의 용도를 바꾸기도 하고, 사용자가 어디에 있던지 본인의 편리성에 따라 제어가 가능하리라 생각합니다. 또한 코로나로 인해 실내에 살균 가능한 조명기구의 개발 또한 새로운 분야로 의료시설만이 아닌 다양한 공간에서 사용되리라 생각됩니다."

공원이나 도시의 가로등들 또한 스마트하게 제어 하여 관리 하는 시스템들이 점점 더 늘어나리라 생각됩니다. 조명 부분은 전기를 넘어 전자제품으로 더욱 변화가 가속화 되리라 생각되고, 디자이너들은 이런 전자제품을 더욱 소프트하게 더욱 매력적으로 보이게 디자인 하는 것이 숙제가 되리라 생각됩니다."

정미 큐레이터



스마트 리빙조명



스마트 조명

트렌드 키워드:

#지속가능성 #순환경제 #빈티지 #자연 #안락 #안전 #레트로 #다목적 #뉴모던 #뉴트럴톤 #회색 #뉴럭셔리  
#Covid-19 #International #design #decor #lifestyle #consumer #statement piece #connected  
living #smart home #실용주의 #mudular #millennials #Gen Z

참고 자료: IMM Köln, Milan Design Agenda, Maison & Objet Paris, ICFF New York

## 삼화페인트 컬러디자인센터가 제안하는 컬러 트렌드

2022–23년 우리 생활 전반에 중요하게 영향을 미칠 글로벌 산업의 전반적인 변화로 메타버스Metaverse, 공간Space, 유연한 변화Flex-pivot, 초개인화Hyper-personalization, 윤리적 가치Ethics를 들 수 있다. 팬데믹으로 디지털화가 급격히 진행되면서 메타버스 시대로 본격적으로 진입하고 있다. 10년 전만해도 먼 미래로만 여겨졌던 메타버스는 이미 우리의 생활에 적용되기 시작했고, 각 산업에서는 메타버스 관련 기술과 시장을 선점하기 위해 적극 노력 중이다.

디지털화와 함께 가장 큰 변화 중 하나가 바로 공간의 변화다. 백화점은 단순 판매 공간을 넘어 외식, 휴식, 문화 등 대규모 복합문화공간이 되는 추세이며, 주거공간은 모든 활동의 중심이 되었다. 비즈니스 환경, 라이프스타일이 점점 더 유연하고 빠르게 변화하는 양상을 보인다. 꿈의 직장이었던 대기업보다 IT 플랫폼 기업에 입사하고 싶은 이들도 많아졌고, 가상 인플루언서가 등장했다.

1인 가구 증가, 개인화의 가속화는 이미 진행되고 있는 현상이었으나, 이 역시 팬데믹으로 더 가속화되었다. 초개인화에 따라, 기업들은 더 정밀한 개인맞춤 마케팅이 필요하게 되고, 데이터와 알고리즘의 중요성이 더 커진 이유이기도 하다. 모든 산업에서 필수로 여겨야 할 키워드가 바로 ESG다. 가치소비 실천, 모두를 위한 디자인, 순환 디자인 등 윤리적 가치가 그 어떤 것보다 중요해졌다.

이러한 글로벌 산업의 변화를 기반으로 2022–23년 주목해야 할 컬러 트렌드를 5개 방향으로 제안한다.



조 : <https://thehyundaiblog.com/entry/thehyundai-seoul-spot>

### 첫째, 디지털 현실이다. Real-worldly Digital

메타버스, 가상현실, 증강현실, 블록체인 등 혁신적인 기술의 발전이 급속도로 전개되고 있고, 현실세계의 디지털화, 현실과 디지털 세계가 혼재되는 모습을 볼 수 있다. 이러한 영향으로 실제 공간에도 초현실적 디지털 컬러를 활용하여 더욱더 모던하고 혁신적인 느낌을 전달하기도 한다. 미래지향적 테크놀로지를 향한 긍정적인 기대감을 내포하고, 디지털 세계로의 몰입적, 감각적, 인터랙티브 경험을 추구한다. 가상경험, 하이테크, 판타지 무드의 디지털 요소를 표현하는 빛이 믹스된 컬러, 조명과 메탈릭 소재의 활용으로 더 부각되는 디지털 컬러로 구성된다.



### 둘째, 상쾌한 일상이다. Feeling Well

편안하고 밝은 느낌, 기분 좋은 쾌적함이 주는 안정감을 키워드로 한다. 화이티시한 느낌의 공간과 제품은, 늘 밝은 분위기를 만들어주고, 위생과 면역을 강화해주는 느낌도 준다. 맑고 투명한 파스텔 컬러, 친근하고 은은하게 스며드는 듯한 그라데이션 컬러 배색이 중심이 되고, 투명한 리퀴드 느낌의 소재와 피니싱이 주는 반사효과, 디지털 이펙트 등이 활용된다.



## 셋째, 새로운 시도이다.

### New Way

일상을 더 새롭게, 기존의 디자인에 상상력을 불어넣는 컬러 방향성이다. 개인 주거 공간, 리테일 공간, 공공 공간 등 모든 공간에 새롭게 개성을 표현하고, 간결하면서도 특별한 감성의 스타일링을 가능하게 하는 컬러들이다. 평범하고 일상적인 소재의 공간에 창의적 상상력을 불어넣는 과감한 컬러 베리에이션을 통해 변화를 시도할 수 있다.



## 넷째, 조화와 연결이다.

### Chord Keeping

기술과 자연, 프리미엄과 수공예적 가치 등 상반된 가치의 공존을 지향하는 방향성이다. ESG가 강조되고, 도시와 자연의 공존에 대한 요구에 높아지면서 친환경 건축물에 대한 연구와 실천도 활발하다. 업사이클링에 의해 드러나는 소재 조각들의 패턴이 그대로 드러나도록 하는 것은 몇년간 지속되고 있는 트렌드다. 도시와 자연의 연결과 조화, 자연친화적 디자인이 만들어내는 웰니스, 지속가능성을 내포한다. 비옥한 자연, 견고함, 지속성의 속성을 그대로 담아내는 내츄럴 컬러와 소재로 표현한다.



## 다섯째, 지속적 안정이다.

### Still Placid

평온함, 차분함, 잔잔함의 키워드를 담은 방향성이다. 자연의 힐링 효과는 특히 팬데믹 시대에 가장 필요한 요소이자, 일상에서 중요한 요소가 되었다. 컴포트블하고 코지한 감성의 톤다운 패스텔 컬러는, 부드럽고 포근한 느낌을 전달한다. 기본적인 베이지, 그레이 컬러를 비롯해 그린, 블루빛이 도는 그레이시 컬러들을 적극 활용하고 톤인톤 배색, 포근한 소재와 간결한 디자인이 조화를 이루도록 해준다.



**“삼화페인트 컬러디자인센터에서는 각 산업의 매크로 트렌드와 사회문화적 현상, 라이프스타일의 변화를 리서치하고 분석한 결과를 기반으로 디자인 컨셉, 키워드, 컬러와 소재 트렌드를 도출하고 제안합니다.”**

이상희 삼화페인트 컬러디자인센터장

# SECTION

콜라보레이션 106개 팀

# 김승준 × 피아즈



디자이너

전통을 현대적으로  
해석하는 법, 협업으로 해결

김승준



소상공인

새로운 시선으로  
바라보고 소통하기

피아즈—전보경



## 출품작에 대한 소개

김승준 창호를 보면 선과 면으로 구성되어 있고 평면적인 느낌을 준다. 그러한 창호를 면이 아닌 입체의 형태로 디자인해, 기존의 창호가 주는 느낌과는 다르게 디자인하였고 살도 직선이 아닌 곡선으로 진행하여 입체적이고 역동적으로 느낄 수 있게 했다.

피아즈 새로운 시선으로 디자인하는 디자이너의 모습을 통해 많은 영감을 얻을 수 있었다. 같은 전통적인 디자인을 추구하는 데 서로 아는 것이 다르고 생각하는 게 다르다 보니 그러한 부분들을 조율하고 서로 소통하며 많은 것을 배운 것 같다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

김승준 어릴 적 꿈은 매일매일 바뀌었고 하고 싶은 게 많았던 것 같다. 디자이너로서의 꿈은 역사에 남을 만한 작품을 만들어 내가 디자이너로 활동했다는 흔적을 남기고 싶다.

처음부터 디자이너로 길을 가게 된 것은 아니다. 대학에서 IT를 전공하고 그쪽으로 진로를 잡았는데 내 인생을 너무 생각 없이 선택했던 것 같아서 정작 내가 하고 싶은 것이 무엇일까 고민하게 되었다. 그 고민 끝에 가구 디자이너로 진로를 잡고 활동하고 있다. 그 동안 시간을 허비한 것 같았는데 IT쪽 지식이 디자이너의 길을 걷는데 많은 도움을 주고 있다.

피아즈 어릴 때 가구 디자이너의 꿈을 꾸었다. 디자이너가 되고 나니 내가 생각한 아이디어를 실현시키고자 직접 제작을 해야겠다고 마음먹었다. 단순히 디자인만 해서는 내 아이디어를 표현시키기에 부족하다 생각하여 제작방법을 배우고 직접 만들 수 있게 되어 디자인과 제작의 다양성을 추구하고 있다. 향후 다양한 디자이너분들과 콜라보해 가구 디자이너 및 제작자로서 제작한 작품이 사람들에게 더 많은 사랑을 받을 수 있도록 이 일을 지속하고 싶다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

김승준 이번 DDP디자인페어에 참가하면서 전통적인 요소를 현대적으로 디자인하고자 했다. 이러한 부분이 피아즈가 추구하는 방향과 겹쳤고 협업하게 되었다. 피아즈는 미처 생각하지 못한 여러 부분에서 도움을 주었는데 특히 실무에 대한 피드백에 만족도가 높았다.

피아즈 이번 페어에는 전에 한번 작업한 경험이 있던 디자이너분과 사전 매칭을 통하여 협업하게 되었다.

서로의 니즈를 잘 알아 제작을 진행하는 데 어려움이 없어서 만족한다.

## 협업의 위기 및 해결

김승준 협업을 통해 디자이너의 아이디어를 제품에 녹일 때 생기는 문제에 대한 해답을 업을 수 있었으며 가격적인 부분에도 의견을 얻을 수 있었던 점 디자이너가 쉽게 고려하지 못하는 실무적인 부분에 큰 도움이 되었다. 협업에 위기가 찾아왔을 때 디자인적으로 꼭 가져가야 할 부분은 남기고 단가와 제작의 부분에서는 최대한 제조사의 의견을 수용하려고 했다. 실무 경험이 많은 쪽의 의견을 수용하는 게 유리할 거라는 생각이었다.

피아즈 많은 대화와 제작 시행착오를 통하여 극복했고 앞으로 온라인을 통한 홍보 및 판매 경로를 넓힐 계획이다. 향후 DDP디자인페어에 계속 참여하고 싶다. 더 체계적인 진행이 되었음 한다.



# 다이아거날 써츠 × 이목원



디자이너

다양한 가능성이  
열려있는 오브제

다이아거날 써츠–김사라



소상공인

공존의 가구

이목원–이원규

## 출품작에 대한 소개

다이아거날 써츠 MW(meow, woof woof) 제목의 알파벳처럼 서로 닮은 듯하지만 다른 오리엔테이션을 하고 있는, 그래서 다양한 가능성이 열려 있는 오브제를 만들고자 했다. 사람과 반려동물 가족이 유연하고 상호 보완적으로 사용할 수 있으면 했다.

이목원 공존의 공간, 같은 가구

## 디자이너, 제작자로서의 여정

다이아거날 써츠 건축이 세상의 원리와 이치를 알아가는 일과 맞닿는 부분이 있어서 어느 정도 어릴 때 생각했던 것과 비슷한 일을 하게 된 것 같다. 스스로 세상과 마주하고 싶다는 생각으로 시작했다.

이목원 주문제작뿐만 아니라 수업을 진행하고 있다. 어찌 보면 가구라는 일상의 사물을 만드는 것이 잊고 있던 일상의 소중함과 회복을 줄 수 있다고 생각해 온라인과 오프라인 수업을 병행 할 계획이다. 지구를 지키는 게 어릴 적 꿈이는데 나의 생각을 만듦으로 표현하는 게 지금의 꿈이 되었다. 안정된 직장을 갖기 위해 노력하다가 갑자기 스스로에게 하고 싶은 일이 무엇인가? 라는 질문을 던지며 정해진 길을 걷기 보다는 나만의 길을 걸으려고 했다.

## 협업의 의미

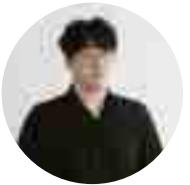
다이아거날 써츠 디자인과 만드는 과정은 불가분의 관계에 있다. 추상적인 아이디어를 현실화하는 데에 반드시 필요한 일이라고 생각한다. 협업이 어렵다는 생각보다 협업을 통해 발전할 수 있다는 생각이 있기에 필요한 일이라 생각한다.

이목원 공동참여, 프로젝트를 진행하다가 만나게 된 인연을 DDP디자인페어 플랫폼에서 재미있게 녹여낼 수 있을 것 같아서 참여했다. 서로의 입장에서 다른 시각을 공유하고 배울 수 있어서 좋았다. 혼자 디자인하고 만들 수 있지만 그러다 보면 간힌 느낌을 받곤 했는데 협업을 통해 다른 시각과 새로운 배움을 가질 수 있었다.

어려움엔 대화로 해결했다. 결국엔 서로의 생각을 온전히 전달하고 각자의 생각을 이해하기 위해 계속해서 얘기를 나눴고 그렇게 어려움을 극복했다.



# TTTT X Give&Take



디자이너

누구나 사용가능한 가구

TTTT-정재훈



소상공인

공간의 효율성을  
최고의 가치로

Give&amp;Take-박정규



## 출품작에 대한 소개

**TTTT** 소수를 위한 작품이 아닌 누구나 상황에 맞게 편리하게 변형해서 사용할 수 있는 디자인을 하고 싶었다. 디자이너이자 커피 전문가로서 다양한 사람들을 마주하게 되어 그런 제품에 대한 욕구가 있었는지도. 개인적인 공간에서도 사용 가능하며 공동을 위한 공간에서도 사용 가능한 제품을 만들고자 했다. 물론 급격하게 변하고 있는 우리시대의 상황(코로나, 거리두기, 1인가구 등)도 반영해서 모듈 가구로 인해서 좀 더 나은 우리의 라이프 스타일이 되길.

**Give&Take** '모듈디자인'이라는 것 자체가 새로운 것은 아니지만, 대체로 공간의 효율성까지 고려하다 보니 직선과 겹치거나, 합쳐지는 것들이 대부분이다. 하지만 곡선을 활용해서 유기적으로 연결되면서 공간의 구성 변화와 곡선으로 인해 입체적으로 형태가 변화하는 '모듈시스템'이라는 것이 포인트라고 생각한다. 여건이 된다면(출품 시 제출했던 참고 렌더링 이미지처럼) 대단히 넓은 곳에 모양을 내며 연결해보고 싶은 바람이 있다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

**TTTT** 어렸을 적 꿈은 파일럿이었다. 하지만 수학을 못해서 포기했다. 책과 미술을 너무 좋아했고 중학생일때 모뎀으로 컴퓨터통신을 하던 시절 취미로 홈페이지 디자인을 하면서 디자인에 흥미를 느껴 지금은 디자이너가 되었다. 아마 다른 디자이너들도 마찬가지일테만 나만의 것을 세상에 내놓고 싶었다. 시각디자인을 전공한 후 브랜드 디자인 등을 의뢰받았고, 모션그래퍼로 활동하며 기업들의 제품과 광고영상상을 기획했다. 이후 디자인의 본질을 알고 싶어 대학원에서 UX를 전공하였으나 내 것에 대한 갈증은 해결할 수 없어서 결국 제품을 만들고 브랜드를 만들게 되었다. 브랜드를 만들며 오랜 취미였던 커피도 포함시켰다. 지금은 디자이너이자 카페와 로스팅 사업도 같이 하고 있다.

**Give&Take** 지금은 이제껏 경험하고 고민했던 것을 토대로 앞으로 어디까지 확장 가능하게 될지가 스스로도 궁금하다. 하루하루 지나며 쌓이는 생각과 경험으로 '그 어디', '그 어떤 것'을 향해 계속 노력할 예정이다. 조금 더 나은 내일, 상황, 환경, 마음, 삶에 대해 시간 날 때마다 생각한다.



## 2021 DDP디자인페어와 그 후

**TTTT** 코로나로 인한 사업적 계획은 충분한 휴식이었다. 이번 DDP디자인페어 이후로 새롭게 브랜딩한 **TTTT**(디즈띵즈테이크타임)으로 열심히 활동해볼 생각이다.

**Give&Take** 코로나를 계기로 4차 산업혁명과 맞물려 생활 양식이 바뀌는 것에 이해하고, 이러한 글로벌한 변화에 어떤 방향으로 나아가야 좋을지 자주 생각한다. 운영 방식, 서비스 범위, 디자인 영역 확대 등 다양한 방법론을 고민하고 있다. 이제껏 그래웠듯, 할 수 있는 것을 찾아 꾸준히 생각하는 방향으로 계속 해 나아갈 예정이다.

## 협업의 의미

**TTTT** DDP디자인페어 플랫폼에서 선택했는데 전부터 함께해보고 싶었던 협업팀이기도 했고, 무엇보다 협업팀의 실력에 대한 신뢰가 바탕이 되었다. 막연히 머릿속을 떠돌던 아이디어를 꺼내주어서 감사했다. "이러면 되지 않을까? 이렇게 하면 좋겠는데..." 라고 생각하던 것들에서 현실적인 조언을 통해 아이디어를 정리할 수 있어서 좋았다. 내 자신이 모든 것을 다 할 수 있으면 좋겠지만, 그럴 순 없기에 어느 정도의 믿음과 신뢰가 있다면 쉽게 극복할 수 있다고 생각한다.

**Give&Take** 매칭부터, 디자인 컨셉, 제작, 출품 등 다양한 경험을 했다. 이전에는 없었던 새로운 경험을 하면서 생각의 범위가 넓어지는 것이 가장 큰 장점이라고 생각한다. 모든 문제가 그렇듯, 문제의 원인을 함께 고민하고, 서로의 해결책을 모색하고, 결정된 해결 방안으로 함께 노력하면 대체로 잘 해결된다고 생각한다.

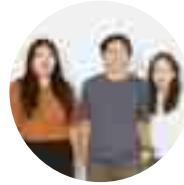


# 라운드 × 르마블



디자이너

같은 소재  
다른 표정의 가구  
라운드–김지선



소상공인

신이 그린 자연의  
예술을 디자인하다  
르마블–김연지



## 출품작에 대한 소개

라운드 버려지는 마블 offcuts를 이용하여 지속가능성을 추구할 수 있는 'building' 라인을 디자인했다. 모듈화 시스템을 도입하여 다양한 색상, 일률적이지 않은 느낌의 대리석을 craft 와 industry의 느낌을 동시에 느낄 수 있는 가구 디자인이다. 모든 테이블이 각기 다른 표정을 가지고 있다.

또한 여러 가지 컬러를 조합했을 때의 흐름과 조화가 뛰어나다. 'building' 시리즈의 모듈화 시스템은 조합 방법에 따라 다이닝 테이블뿐만 아니라 사이드 테이블, 소파 테이블 등으로 활용할 수 있으며 무한한 가능성을 가지고 있다. 또한 마블을 재단할 때 남는 레이저 가공의 흔적을 연마하지 않고 살려 자연스러운 아름다움을 더했다.

르마블 신이 그린 자연의 예술에 디자인을 담았다고 생각한다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

라운드 어릴 적 꿈은 인테리어 디자이너였다. 디자이너 및 메이커로 활동하고 있는 지금은 "Design should be for the future"라는 메시지를 담은 제품을 만드는 것이 꿈이다. 지금의 직업을 찾기 위해서 다양한 경험을 했고, 그 과정을 통해 나는 어떤 사람이고 나에게 맞는 일의 방식이 어떤 것인지 조금은 알게 되었다. 지금도 여러가지 프로젝트 진행하고 관련 있는 분들과의 협업으로 능력 이상의 확장을 하고 있다.

르마블 디자이너, 국내 작가들을 서포트하고 더 다양한 소재로 자유롭게 작품 활동을 돋고 싶고, 대리석이라는 소재가 다양한 사람들에게 친숙한 소재가 되었으면 한다. 우리 눈에 보여지는 모든 것들에 대한 아름다움을 추구하기 위하여 책과 현장을 통해 연구하고 고민한다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

르마블 천연대리석을 최대한 많이 만날 수 있도록 컨택 가능한 루트를 개발하고 있다. 수입이 원활하게 되지 않은 환경에서 최대한의 공급 가능 물량을 국내에 적재적소에 공급할 수 있는 작업도 병행하고 있다.



## 협업의 의미

라운드 협업팀과는 DDP디자인페어 플랫폼에서 만나게 되었으며 200% 만족하고 있다. 디자이너로서 마블이 가진 물성에 대해 이해하게 되었고 다양한 가공방법과 특징을 배웠다. 크게 어려운 점은 없었고 대화를 통해 서로가 가진 의견을 조율해서 좋은 방향으로 제품을 만들었다.

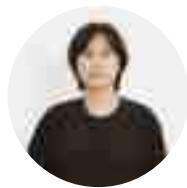
르마블 DDP디자인페어 홈페이지를 통하여 소재에 대한 경계나 편견 없는 작가분을 만났고 아주 만족스러웠다. 우리가 고민하고 있는 지속가능성이라는 키워드에 공감해주고 다양한 시선으로 소재를 연구해 좋았다. 충분한 소통을 통하여 큰 어려움 없이 진행했다.



# 라이크모노 핸드메이드

X

## 감성공업



디자이너

**싱글 라이프의 니즈를 담다**  
**라이크모노 핸드메이드**  
-김유경



소상공인

**제한된 공간**  
**오브제의 역할**  
**감성공업-심재명**

### 출품작에 대한 소개

라이크모노 핸드메이드 최근 들어 주변에 혼자 생활을 하는 사람, 새롭게 회사를 차리게 된 사람, 현재의 공간을 새롭게 만들고 싶은 사람 등 여려가지 공간에 대한 이야기를 들었다. 이들의 니즈를 한번에 만족시킬 만한 아이템이 없을까 고민했는데 이번 결과물로 조금은 해소가 된 것 같다.

감성공업 임의로 구획 또는 물리적으로 제한된 공간도 오브제의 역할로 얼마든지 제한된 영역을 확장 또는 축소할 수 있다. 소품 또는 가구의 위력이라고 생각한다. 난민촌의 텁새 공간에도 화분에 꽂은 누군가에 의해 피어난다. 아무리 힘들고 어려워도 아름다움을 갈구하는 인간의 본성이 바뀌지 않는 한 예술은 불경기를 충분히 극복한다.



### 디자이너, 제작자로서의 여정

라이크모노 핸드메이드 어릴 적 꿈은 화가였다. 다른 것을 할 때보다 그림을 그리거나 만들기를 할 때 가장 즐거웠다. 디자이너가 되고 나서의 꿈은 이 일을 오랫동안 하는 것이다. 좋아하는 일을 찾아 직업이 되는 것이 얼마나 운이 좋은지 모르겠다고 자주 이야기하곤 하는데 이 일을 즐겁게 오래 하는 것이 현재의 꿈이다. 어떤 것을 해도 힘든 부분은 있겠지만 그것을 감당할 만큼 재미가 있으면 되는 것 같다.

감성공업 꿈은 농부였고 메이커가 되고 나서의 꿈은 “IKEA” 회장이 되고 싶다. 창업 전, 설계 및 디자인 관련 직종에서 일을 해왔으며 창업 역시 메이커이자 디자이너로서 해왔던 일과의 직종은 구분되지만 창작을 하는 점에서는 변함없기에 현재까지 나만의 길을 오롯이 걷고 있다.

### 2021 DDP디자인페어와 그 후

라이크모노 핸드메이드 페어에 참여하여 출품을 하는 것도 중요하지만 주변에 이 작품을 실제로 사용하고 싶어하는 이들이 있어 페어가 끝난 후의 시간도 기대가 된다. 현재 온라인 판매를 준비하고 있다. 점점 비대면 시대화로 실내에 머무르는 시간이 늘고 자연스럽게 인테리어에 관심이 더 생길 것으로 이에 맞는 아이템들을 디자인하여 판매할 계획이다.

### 협업의 의미

라이크모노 핸드메이드 작년 매칭을 통해 협업사 대화가 잘 통하고 목표하는 바가 다르지 않음을 경험했다. 올해도 새로운 장르(가구)에 도전해 보려고 했는데 마침 같은 결과물을 떠올려 함께하게 되었다. 잘 모르는 분야에 대해 배우는 것을 좋아하는데 ‘나무’라는 소재에 대해 많이 알게 되었고 앞으로 디자인 및 제작을 할 때 선택할 수 있는 소재의 폭이 넓어진 것 같다. 그래픽 작업을 주로 하다보니 손에 잡히는 결과물을 만들어내는 것이 흔치 않은데 좋은 경험이 되었다.

감성공업 예술은 창작이지만 모든 관계의 조화속에서 조율된 결과물이라고 생각한다. 라이크모노 핸드메이드의 디자이너와의 협업은 조율 그 자체의 작품이었다. 메이커의 단점이라면 제작 위주의 시선으로 주변을 살피지 못하는 경우가 다반사다. 디자이너와의 협업을 통하여 생각과 시선의 폭을 넓고 객관적으로 유지할 수 있었던 점이 가장 큰 장점이었다. 협업의 어려움은 생각의 차이였지만 꾸준한 대화로 극복했다.



# 애프터미니츠 × 아우트로



디자이너

**전통과 함께 살아  
나가는 새로운 방식**  
애프터미니츠-방준현



소상공인

**하나의 목표를 위해  
힘을 합하는 과정에 만족**  
아우트로-전정필



## 출품작에 대한 소개

**애프터미니츠** 전통을 기억하고자 새로운 방식을 제안했다. 우리 생활에 밀접하게 존재하는 가구로 전통을 재탄생시켜 오랜 시간 전통을 가까운 거리에서 기억하고자 하는 것이다. 우리가 전통과 함께 살아나갈 수 있도록.

**아우트로** 이번 프로젝트를 통해 진행한 '익선 체어'는 그 어떤 전통의 요소도 가구가 될 수 있다는 생각에서 출발하였고, 이를 통해 일상 생활에 익숙하지만 신선한 즐길거리가 될 수 있었다. 익선 체어는 '전통가구'의 현대화가 아닌, '전통의 가구화'라는 가치관으로 전통에 대해 접근했다. 일상생활 속에서 누구나 즐길 수 있도록, 전통의 모든 조형적 요소를 재료로 사용한 가치 있는 시도라고 생각한다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

**애프터미니츠** 크고 작은 경험을 통해 노력이란 것을 배웠고 뒤늦게 하고 싶은 것을 찾아 디자이너가 되었다. 디자인을 사랑하는 지금은 의미 있는 디자인을 잘할 수 있는 예술가가 되는 것이 꿈이다. 깊이 있는 것을 만들어 많은 사람들의 기억에 오래 머무르는 영감을 선사하고 싶다.

**아우트로** 어릴 적 꿈은 발명가였다. 무언가를 연구하고 개발하며 새로운 것을 창조하는 일에 아름다움이라는 요소가 더해 져 지금 하고 있는 가구를 디자인하고 만드는 일이 되었고, 현재 진행형인 꿈으로 발전했다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

**애프터미니츠** 향후 가구 브랜드 애프터미니츠의 가치를 지속적으로 높여갈 생각이다. 코로나로 인해 대외적인 불경기가 나타났지만 반대로 리빙 분야는 수혜를 입었다. 앞으로 인테리어 스타일링 브랜드인 란방과 더불어 리빙에서 인지도를 높일 생각이다. 이번 페어에 참여했던 것이 그 시발점이 되었으면 좋겠다.

**아우트로** 아름다움을 만들어 일상에 필요를 채워주고, 즐길 수 있는 가치를 만드는 것이 나의 일이라고 생각한다. 힘든 시기인 만큼 더욱 좋은 디자인과 제품을 통해 여러 사람들이 누릴 수 있는 작업을 계속 해 나가는 것이 계획이다. 작년에 이어 두 번째 참여하면서, 좀 더 적극적인 움직임에 따른 많은 발전을 이루었다.

## 협업의 의미

**애프터미니츠** 매칭을 위해 메이커에 직접 연락했다. 특별한 디자인을 제시했기 때문에 작업에서 특별한 공정이 필수적이었는데 아우트로는 뛰어난 기술로 제작하였다. 이번 페어를 통해 협업에 열의가 있으신 소상공인분들을 보다 수월하게 찾을 수 있고 지원금을 통해 제작비 부담을 크게 줄일 수 있었다. 내가 가지고 있는 특이점(유튜브, 브랜딩, 홍보)을 이용해 상호 조화로운 협업이 이뤄질 수 있도록 했던 것 같다.

**아우트로** 브랜드나 직업으로서의 디자인, 혹은 제작활동을 하다 보면 주로 하는 작업들에 얹매이곤하는데, 협업을 통해 그런 부분의 시원한 돌파구가 되었고, 신선한 자극이 좋았다. 특히 많은 소통을 하였고, 진행 과정을 하나하나 함께 체크하다 보니, 발생되는 문제점들에 기민하게 대응할 수 있었다.

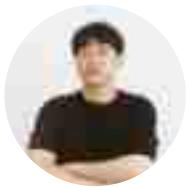


# 애프터미니츠 × 우디스트



디자이너

전통과 함께 살아  
나가는 새로운 방식  
애프터미니츠-방준현



소상공인

일상에 들어온 한옥  
우디스트-곽동철



## 출품작에 대한 소개

애프터미니츠 잊혀져 가는 전통 한옥을 모티브로 제작된 한옥ダイ닝 체어는 한옥이 간직하던 우아하고 절제된 곡선과 묵직한 직선 그리고 지붕 닮은 형태가 의자의 필수 구성요소로 녹아 있다. 일상에 들어온 한옥이 그 품격을 여전히 간직하게 되기를 바라며, 박물관이나 드라마가 아닌 누군가의 집에서 볼 수 있는 한국 전통의 아름다운 모습을 기대한다.

우디스트 전통에서 많은 영감을 얻으며 다양한 전통을 가구로 표현하고 있다. 충분히 아름답지만 일상 속 쓰임이 적어 삶과 멀어진 전통을 가구로 재해석해 일상으로 끌어들여 참신한 영감을 만들어내고 사용자들에게 전통과 함께하는 영감을 선사하고 그 이후의 시간을 선물하고자 한다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

우디스트 어릴적 꿈은 모험가였고 메이커가 되고 난 이후에도 모험가의 꿈은 여전히 간직하며 만들고 싶은 것들을 만들며 즐겁게 살아가고 있다. 사회적이 아닌 내가 진정 원하는 길을 찾게 되었고 꾸준히 그 길을 이어가고 있다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

우디스트 앞으로 제작품들을 전시할 만한 쇼룸 혹은 쇼룸 카페를 열고 싶다.



**협업의 의미**  
애프터미니츠 협업을 위해 우디스트에 직접 연락을 했다. 뛰어난 실력을 갖고 계신 작가님을 찾아서 협업을 제안했는데 내 경력을 어필하여 매칭이 성사될 수 있게 구애 작전을 펼쳤던 기억이 난다. 제작에 들어가서는 작가님이 나의 무리한 요구까지 다 들어주었고 그를 통해 전반적으로 너무 즐겁게 작업할 수 있었다. 디자이너가 겪어야 하는 어려움 중 하나가 제작사를 찾는 것이다. 이번 페어를 통해 제작을 담당할 소상공인분들을 비교적 쉽게 찾을 수 있었고 또 뛰어난 실력을 갖춘 작가님들을 만나 어려운 관문을 비교적 수월하게 통과할 수 있었다. 또 제작에 크게 힘 써주시는 만큼 나도 부담감을 느끼며 만족스러운 디자인을 만들어낼 수 있던 것 같다.

**우디스트** DDP디자인페어 플랫폼에서 애프터미니츠 디자인을 보게 되었고, 포트폴리오가 만족스러워서 선택했다. 디자이너의 제작품과 컨셉 매칭이 너무 잘 되어서 좋았다. 또한 매칭 이후 서류작업들에 있어 적극적으로 나서주어서 감사했다.



# 바이 최민석 × 아우트로



디자이너

언제 어디서든  
누구라도 사용

바이 최민석–최민석



소상공인

하나의 목표를 위해  
힘을 합하는 과정에 만족

아우트로–전정필

## 출품작에 대한 소개

바이 최민석 Unisex or Universal. 사용자의 성별이나 사용패턴에 구애받지 않을 수 있는 유니섹스 혹은 유니버설한 화장대 디자인을 도출해내는 것을 목표로 했다. 서서 쓰는 사람과 앉아서 쓰는 사람을 기준으로 필수적인 기능과 선택을 통한 확장이 공존하도록 구성했다. 간단한 설문을 통해 수집한 데이터를 토대로 설정된 스케일과 기능들은 어느 공간에든 누구와 함께하든 제역할을 해낼 것이다.

아우트로 서서 잠시 머무르는 사용성과, 앉아서 집중할 수 있는 가구, 남 여의 구분 없이 사용이 가능한 시나리오를 구성하였다. 사용자의 필요에 따라 많은 가능성을 열어 두고 확장성을 지니는 가구를 만들어 보았다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

바이 최민석 어린 시절에는 '다르게 하기'를 좋아했다. 부모님이 레고를 사주시면 설명서대로 한 번 만들어 보고는 다시 다분해해 맘대로 조립하곤 했다. 그때는 과학자나 발명가 될 거라고 생각했는데 디자이너와 발명가는 꽤 비슷한 구석이 있으니 어느 정도는 이루고 사는 셈이다. 디자이너로서 꿈이라는 거창한 목표보다 '사람들에게 사랑받는 디자인이란 무엇일까?'를 늘 고민한다. 그 고민이 디자이너의 일을 지속가능하도록 만들어 준다고 생각한다. 다양한 관심사 속에서 마음을 따라 시도했던 것들이 하나둘 쌓여 지금의 내가 된 것이다.

아우트로 어릴 적 꿈은 발명가였다. 무언가를 연구하고 개발하며 새로운 것을 창조하는 일에 아름다움이라는 요소가 더해져 지금 하고 있는 가구를 디자인하고 만드는 일이 되었고, 현재 진행형인 꿈으로 발전했다.



2021 DDP디자인페어와 그 후  
아우트로 힘든 시기인 만큼 더욱 좋은 디자인과 제품을 통해 여러 사람들이 누릴 수 있는 작업을 계속 해 나가는 것이 향후 계획이다.

## 협업의 의미

바이 최민석 아우트로는 나무를 다루고 있는 필드에서 가장 젊은 팀에 속한다. 나도 가구제작자로 활동했던 시기가 있어 행보에 공감되는 부분이 많았다. 각자가 쌓아온 노하우와 방식을 공유하면서 새로운 가능성에 대해 생각해볼 수 있었다. 그동안 사용보지 않았던 소재, 하드웨어, 마감법 등을 테스트하면서 서로에게 유의미한 데이터를 얻을 수 있었다는 부분에서도 긍정적이었다. 디자이너와 메이커 각각의 역할에 종속되기보다 문제해결에 방점을 찍고 각자가 잘 할 수 있는 방향으로 움직였다.

아우트로 협업을 통해 제품 기획 차원에서의 디자인적인 접근에 대하여 배울 수 있는 좋은 기회라는 판단을 하였고, 상품으로써 소비자가 원하는 제품에 대해 심도있게 다가가는 최민석 작가의 또 다른 시각에서 많은 영감을 받았다. 최민석 작가는 제작자의 경력을 보유하고 계신 디자이너이기 때문에, 제품화 과정에서 디자인과 제조에 대한 큰 간극 없는 디자인을 제시했다. 매우 효율적인 작업을 진행할 수 있었다.



# 스튜디오 디오 × 아크플래닛



디자이너

종이접기의 즐거운 기억

스튜디오 디오–이지홍



소상공인

접기의 예술적 접근

아크플래닛–김충일

**출품작에 대한 소개**  
스튜디오 디오 코딱지 시절 했던 종이접기의 즐거운 기억을 작품에 담았다.

아크플래닛 “삼성은 스마트폰을 접었고, 우리는 의자를 접었습니다!”



## 디자이너, 제작자로서의 여정

스튜디오 디오 요즘 가장 많이 생각하는 건 계속해서 디자인을 하고 싶다는 마음이다. 디자인이 내가 더 많이 배우고 나이가 들어서도 흥미로웠으면 좋겠다. 머리가 하얀 할머니가 되서도 재미있는 생각을 구현하고자 흥분하는 모습을 꿈꾼다.

아크플래닛 위인전에서 읽었던 훌륭한 사람이 되는게 꿈이었으나, 현재는 모든 디자이너들이 함께 일하고 싶어하는 회사가 되는게 꿈이다. 공학을 전공하고 여러가지 분야에서 몸담았던 경험을 바탕으로 공학적 사고와 예술적 감각이 어우러진 창조적인 작품을 다루게 되었다.

## 협업의 의미

스튜디오 디오 디오는 머리보다 몸이 먼저 움직이는 저희의 성향을 담아 만든 스튜디오이다. 졸업 후에 디자인을 구체화할 수 있는 아주 좋은 기회들이 많았다. 그 덕에 좋은 사람들을 만나하고 싶었던 것을 실현하며 오늘에 집중하고 있다. 보통은 제작사에게 일을 맡기고 받는 시스템이다 보니 팀으로서 결과물을 만드는 느낌은 들지 않았는데 이번 페어에 공동 목표를 갖게 되니 팀워크를 느꼈다. 최고의 결과물을 내기 위해 서로가 노력한다는 게 느껴지기 때문에 좋은 시너지를 만들었다. 협업에는 잣은 커뮤니케이션이 가장 중요하다. 어디까지 진행이 되는지 이 작업에서 중요한 부분은 어디인지 작업 중간중간의 커뮤니케이션이 오해 없는 결과물을 이끌어내는 것 같다.

아크플래닛 과거에 함께 작업하였던 디자이너의 제안으로 공동 참여했다. 고객과 메이커 관계가 아닌 파트너로서의 협업관계를 이를 수 있었기에 보다 효과적이고 완성도 높은 결과물이 나올 수 있었다. 서로 믿음의 관계를 바탕으로 시작하였기에 상호간에 좀 더 양보하고 위할 수 있었다.



2021 DDP디자인페어와 그 후  
아크플래닛 보다 실용적이고 예술적인 제품개발로 더 많은 고객과 만나고 싶다.



# 스튜디오 오드씬

X

## 프랭클리 디자인 스튜디오



디자이너

버려지는 것에 대한 탐구  
스튜디오 오드씬  
-문준영



소상공인

가치를 현실로 만드는 일  
프랭클리 디자인 스튜디오  
-박형호

### 출품작에 대한 소개

스튜디오 오드씬 미래를 향한 작은 움직임  
프랭클리 디자인 스튜디오 버려진, 상품성이 떨어진 찻잎들을 활용해 만든 바이오 플라스틱이다. 한국적이면서 자연친화적이고 자연스러우면서 손맛을 동시에 느낄 수 있는 첫 실험작이자 작품이다.

### 디자이너, 제작자로서의 여정

스튜디오 오드씬 어릴 적 꿈은 좋아하는 작품들로 채운 집에서 사는 것이었다. 디자이너가 되고 나서는 작품을 만드는데 금전적인 부분이 걱정 없는 삶이다. 아직도 흔들리는 중이라 잘은 모르겠지만 찾아가고 있는 중이다. 남들의 말에 흔들리지 않을 때 드디어 내가 자신만의 길을 걷고 있다고 할 수 있을 것 같다.

### 협업의 의미

스튜디오 오드씬 의견이 잘 맞아서 만족스러웠다. 같이 목표하는 바가 같아서 진행방향을 정하는데 어려움이 없었다. 앞으로의 발전방향성도 기대해 볼 수 있을 것 같다. 아무래도 이번에 만든 작품이 소재적으로도 선례가 많지 않아서 진행하는 데에 어려움이 있었으나 다양한 시도 끝에 방향성을 잡을 수 있었다. 지금도 계속 실험 중이다.

프랭클리 디자인 스튜디오 가치 있는 것을 “매력적으로 현실화하지”라고 시작했다. 기존에 프로젝트를 같이 진행한 경험이 있고, 그렇기에 매우 만족스럽다. 함께 만든 프로젝트가 디디피라는 플랫폼을 통해 많은 이들에게 선보이게 될 수 있게 된 점이 가장 좋다. 협업에 큰 어려움은 없었지만 다른 의견은 회의와 실험을 끊임없이 반복하며 차이를 줄여갔다.



2021 DDP디자인페어와 그 후

프랭클리 디자인 스튜디오 불경기에 숨어있는 기회를 찾고자 하며, 환경 관련 산업을 그 해답으로 보고 있다.



# 스튜디오 페시 × 라익디스



디자이너

기대 이상의 편안함 추구

스튜디오 페시—전병희



소상공인

Mindful Life

라익디스—김주규



## 출품작에 대한 소개

스튜디오 페시 DAILY CHAIR(데일리 체어)는 'Mindful life'라는 likethix(라익디스)의 가치를 STUDIO PESI(스튜디오 페시)의 관점으로 재해석하여, 사용자의 일상 속에 자연스럽게 녹아들 수 있도록 디자인한 의자다.

특정 장소 혹은 사용성에만 국한되지 않고 다양한 장소와 상황에서 사용되는 것을 목표로 하여 '무난하지만 특별한' 의자를 디자인하기 위해 노력했다. DAILY CHAIR(데일리 체어)는 과하지 않은 디자인으로 어디에나 잘 어울리지만, 앉았을 때 기대 이상의 편안함을 제공해 특별한 경험을 선사한다.

라익디스 매일 봐도 좋은 친구 같은ダイ닝 체어다. 편안함과 안정적인 착석감을 만들어주는 등받이는 이 의자의 캐릭터다. 등받이, 좌판에서 프레임으로 이어지는 라인, 벨린스도 많은 프로토타입과 디자이너의 고민으로 균형감 있게 완성되었다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

라익디스 디자인 공부를 시작하면서 많은 사람들이 사랑하는 제품을 만드는 게 목표이자 꿈이었다. 지금은 라익디스 브랜드를 운영하면서, 국내에서 디자이너&작가와 콜라보레이션으로 '라익디스'다운 제품 라인업을 완성하는 게 목표다. '라익디스'는 이런 감동에 공감하는 디자이너&작가와 함께 '라익디스'를 전달하고자 하는 마음에서 시작했다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

스튜디오 페시 스튜디오 페시라는 스튜디오를 2016년부터 시작해서 지금 5년 차로 활동을 하고 있는데 이런 협업 작업이 활발하게 되어 서로 발전할 수 있었으면 좋겠다. 해외 시장에서는 이런 기업과 디자이너 간의 협업 관계가 굉장히 긴밀한데 아직까지 우리나라에서는 살짝 아쉬운 것 같다.

라익디스 이번에 매칭된 디자이너분들은 각 분야에서 이미 경험이 있고 파리 메종오브제, 런던 디자인 페어등 국내 및 해외에서 영역을 넓히고 있는 스튜디오로 '라익디스'가 추구하는 방향과 가장 맞닿아 있었다. 먼저 프로젝트를 제안했고 다행히 모두 수락했다. 제품을 론칭하기 위해서 생산, 검수, 콘텐츠, 마케팅 등 운영적으로 신경 써야 할 일이 많았는데, 디자이너가 적절한 시점에서 디테일에 대한 체크를 잘 했다. 프로젝트의 완성도를 높이는 데 꼭 필요한 역할이었다. 협업으로 어려움을 극복했다. 제조공장을 찾는 것부터 CMF(Color, Material, Finish)까지 서로의 영역에서 더 끈질기게 매달려서 이번 프로젝트를 마무리할 수 있었다.

## 협업의 의미

스튜디오 페시 DDP디자인페어로 인해 좋은 기회로 메이커와 만나 일할 수 있다는 것이 굉장히 좋은 취지인 것 같다. 참여하는 사람들의 역할은 성공적인 좋은 사례를 만들어서 아직 참여하지 않은 사람들의 마음을 독려하면 좋겠다. 디자이너나 제조사들도 참여해보면 좋겠다는 레퍼런스가 된 것 같다.

라익디스 코로나로 인해 집에 있는 시간이 많아졌고 재택근무를 시행하는 회사도 많아지고 있다. '라익디스'는 집 안에서 보는 것만으로 마음이 편안해지는 인테리어 소품과 가구 라인업을 확장할 계획이다. 이번 'DDP디자인페어'는 매칭부터 프로젝트 기획, 컨텐츠까지 빠듯한 스케줄이었는데 내년에는 스케줄이 조금 더 넉넉하면 좋을 것 같다.



# 스튜디오 플라스틱

X

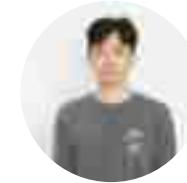
## Jh Studio



디자이너

**실루엣을 해석한 결과물**

**스튜디오 플라스틱  
–김시도, 이태연**



소상공인

**사고의 유연함,  
기술로 구현**

**Jh Studio—황준하**

### 출품작에 대한 소개

**스튜디오 플라스틱** 이번 프로젝트의 the Butterfly는 실루엣을 해석해 나간 결과물이라고 볼 수 있다. the Butterfly 에서도 '신체와 연동되는 낯선 실루엣'에 몰입하며 구색을 갖춰가기 시작했다. 전체적인 쉐입은 나비가 갖는 몽환적인 이미지를 떠올렸고, 어느 방향의 시선에서도 선의 디테일이 우아하게 드러났으면 했다. the Butterfly는 그 자체 독립적으로 완성도 있는 실루엣으로 존재감을 드러낸다.

**Jh Studio** 복잡한 고차곡면을 지닌 새로운 디자인을 현실로 가져오는 과정에서 꼭 필요한 것이 유연한 사고라고 생각한다. 이러한 사고의 유연함은 재료의 잠재적인 가능성, 첨단 테크놀로지와 숙련된 기술의 조화를 통해 이를 수 있다고 생각한다. the Butterfly는 전통적인 방식으로 제작할 경우에 마주할 수밖에 없는 재료적인 한계와 가공 도구의 물리적인 가용 범위에서 오는 한계 등을 극복하기 위해 다방면으로 검토하였고, 3D Print라는 제작 방식을 선택하게 되었다. 출력 과정에서 발생할 수 있는 다양한 물리적인 문제들은 그동안 대형 3D 프린터를 하면서 촉적된 기술적 숙련도를 통해 극복할 수 있었다.



### 디자이너, 제작자로서의 여정

**스튜디오 플라스틱 이태연** 앞으로 공간 디자이너로서 이루고 싶은 꿈이 있다면, 공간연출 전반에 관한 모든 리소스, 가구, 용품, 오브제 등을 포괄적으로 다룰 수 있는 토탈 퍼니싱 브랜드를 출범시키는 것이다. 데이터 친화적이고, 분석 디자인 프로세스를 수립해가며 비즈니스 전략이 확보된 프로젝트를 기획하는 데 노하우를 녹일 수 있었다.

**스튜디오 플라스틱 김시도** 도시적인 것과 자연적인 것 사이에서 삶의 방식에 영향을 주는 공간을 하나씩 확장하고 운영하고 공간에 대한 갈망을 풀어갔으면 하는 희망이 있다. '몰입되는 순간'을 어떻게 만들어 갈 것인지 매번 고민해왔던 것 같다. 지금까지의 커리어를 일관적으로 정리하기가 힘들지만, '동시대와 연관된 주제를 찾고 그것을 공간화할 수 기회를 마련한다'라는 태도는 앞으로도 지속될 것 같다.

**Jh Studio** 어릴 적 꿈은 과학자, 우주비행사, 의사, 발명가 등등 많이 있었지만 자라면서는 건축가라는 꿈을 꾸었다. 건축을 전공한 후에 설계사무실에서 설계와 시공을 경험하고, 그 이후에는 여러 분야의 많은 작가, 디자이너분들과 함께 작업하면서 Technical designer 혹은 설계사라는 이름으로 불리지는 메이커가 된 요즘의 꿈은 '좋은 파트너'가 되는 것이다. 새로운 생각을 현실로 만드는데 있어 단순한 제작이 아닌 프로젝트의 고유한 가치를 찾아 그것을 완성하고 사용자의 감성이 충족되는 혁신적인 디자인 솔루션을 제공할 수 있는 '좋은 파트너'가 되고 싶다.

### 2021 DDP디자인페어와 그 후

**스튜디오 플라스틱** 가속화된 비대면시대에 걸맞는 새로운 방식의 비즈니스 모델들이 등장할 것이다. 그에 맞는 공간 디자인 솔루션 역시 꾸준히 필요해질 것으로 예상하고 있다. 메타버스와 같은 새로운 시장이 열리는 것도 대비하고 있다. 향후로는 디자이너와 소상공인의 콜라보레이션뿐 아니라 디자이너 간 콜라보레이션도 이루어질 수 있도록 만남의 장을 마련하면 좋겠다.

### 협업의 의미

**스튜디오 플라스틱** 처음에는 DDP디자인페어 플랫폼 내에서 메이커 매칭을 고민했으나, 대체적으로 사전에 조사, 제작을 타진해왔던 업체들의 작업방식과 크게 다르지 않은 점이 보였다. 우리가 사전에 알고 있던 프로세스나 기술보다 더 앞선 프로세스와 기술들을 배우고, 눈으로 목격할 수 있었던 점이 좋았다. 제작방법과 소재에 관한 인식의 폭이 매우 넓어진 것을 느꼈고 향후의 추가 작업에 대한 자신감이 생긴 것은 덤이다. 제작 비용에 관한 협의, 적정 비용 등의 접점을 찾아나가는 과정에 고민은 있었지만, 서로 솔직하게 터놓고 허심탄회하게 이야기를 했던 것이 주효했던 것 같다.

**Jh Studio** 감사하게도 스튜디오 플라스틱에서 우리 스튜디오를 방문했다. 디자인도 마음에 들었고 전통적인 제작방식이 아닌 3D Print로 의자 전체를 제작하는 새로운 방식을 제안했다. 새로운 디자인을 마주할 때 설렘 있다. 이번에도 적용할 수 있을 것 같은 재료들을 생각해보고 그에 맞는 제작 방식들을 디자이너와 함께 고민하며 디자인 컨셉을 최대한 온전하게 구현할 수 있는 방법들을 구체화하는 과정 자체가 즐거움이었다. 디자인의 특성상 대부분의 협의는 3D 파일로 진행되었는데, 3D 프로그램을 다루는 숙련도가 높아서 큰 어려움 없이 진행되었던 것 같다.



# 신교명 × 소마르



디자이너

가구에 담은 산수화

신교명



소상공인

가죽으로  
상상력을 깨우다  
소마르–김아라



## 협업의 의미

신교명 DDP디자인페어 플랫폼에서 매칭되었다. 포트폴리오가 조명 작업들이라 조명을 같이하고자 하였지만 소재의 특성을 고려하여 가구로 주제를 변경하였고 만족스럽게 진행하였다. 금속으로는 유기적인 형상을 만드는 것이 쉬운 일이 아닌데 가죽 물성형 기법을 통해 이를 해결하여 원하는 형상을 만들 수 있었다. 차갑고 각진 금속 위에 따뜻하고 유기적인 가죽을 얹어 서로의 물성을 잘 보여주며 실용적인 결과물을 만들 수 있었다.

소마르 금속의 소재와의 결합으로 새로운 제품을 제작하고 싶었고 물성형 기법을 잘 보여줄 수 있는 디자인으로 제작하게 되었다. 제품 결과에 너무 만족하고 뿌듯하다. 가죽의 물성형 기법으로 제품을 제작하여 심도있게 고민하고 연구했다. 오차 범위, 깊이, 가죽의 물성 등을 디자이너와 함께 고민하여 잘 해결할 수 있었다.



## 출품작에 대한 소개

신교명 산수화 시리즈는 산수화를 모티브로 한 가구와 소품이다. 사각의 금속틀 안에 유기적인 산 형태로 가죽이 들어와 있다. 가죽의 경우 3차원 형태를 정해 놓고 성형을 하는 것이 아니고 평면틀만 존재하고 그 외의 형상은 직접 성형하기에 제품마다 다른 모습을 띈다. 비슷해 보이지만 전부 다르게 제작되어 하나뿐인 제품을 소유할 수 있다.

소마르 당신의 예술적 야수를 깨우다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

신교명 만드는 것을 좋아하여 과학자, 전파상 등 손으로 무언가를 하는 것이 꿈이었다. 현재도 직접 손으로 만들거나 제작을 맡기고 손으로 마감하는 작업을 하고 있는데 이를 지속하면서 대량생산이 가능한 제품도 꾸준히 제작하고 싶다. 학부를 자유전 공학부로 입학하여 전공에 대한 고민을 오래 했는데 그 과정에서 많은 것들을 접해보고 금속공예에 공학을 접목한 키네틱 조형을 전공하며 작업을 시작했다. 공예뿐 아니라 디자인, 조소 등 다양한 일을 경험해보고 이를 작업에 녹여내고 있다.

소마르 가죽제품을 쉽게 제작할 수 있게 기획하여 어려운 사람들에게 일자리를 제공해주고, 스스로 자생할 수 있도록 도와주고 싶다. 소마르는 불편함에서 시작되었다. 왜 이런 제품은 없을까 또는 사람들의 불편, 의견 속에서 제품을 하나씩 만들기 시작하였고, 새로운 기법들을 결합하여 더 다양한 제품을 만들고 싶은 상상력과 추진력으로 브랜드를 만들었다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

소마르 현재 가죽 제품을 판매하고, 오프라인 클래스를 운영하고 있다. 코로나 시기로 인해 사람 밭걸음이 드물어, 온라인 클래스 DIY 키드를 제작하고 있고, 모든 분들이 집에서도 공방과 같은 느낌이 들 수 있게 구성할 예정이다.



# 신우철 × 보다.담다



디자이너

공(空)간의 미적 세계

신우철



소상공인

소통 과정을 작품에 담다

보다.담다—박찬호

## 출품작에 대한 소개

신우철 나무가 가진 고유의 물성을 보여줄 수 있는 제품을 만들어 사람들의 감성을 이끌어내고 싶었다. 이와 더불어 공간에 놓였을 때 직관적이고 단순한 제품을 만들고자 하였고 직관성이라는 방향성을 디자인뿐 아니라 제작과정에까지 가져갈 수 있는 디자인을 고심했다. 그 과정에서 단순하지만 개성있는 원을 원형 요소로 사용해 plate shelf를 디자인했다. 크게 뛰지 않고 심플하지만 한 번쯤은 다시 보게 되는 제품을 만들고자 했다. 원형으로 뚫려 너머의 공간이 보이는 것과 대비되어, 막혀 있지만 눈길을 끄는 나무의 따뜻한 물성, 나뭇결이 담긴 평면 속에서 소박하게 올라가 있는 물건들은 작지만 입체감을 더하게 된다. 또한 나뭇결의 배경과 대비되어 원형으로 뚫려 있는 공(空)간은 주위를 활기하며 그 위에 올려진 소박한 물건들로 자연스럽게 시선을 끌게 된다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

신우철 사람들의 마음을 움직일 수 있는 무언가를 만들고자 한다. 현재는 가구 디자이너로서 일상의 공간에 놓여 사람들에게 인상을 남길 수 있는 가구를 만들고 있다. 막연한 관심으로 선택한 진로였기에 작은 관심과 흥미로 시작했지만 점점 익숙해지고 알아가면서 나만의 스타일을 만들고 싶어졌다.

보다.담다 좋아하는 것을 하다 보니 여기까지 왔다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

보다.담다 다양한 디자이너와의 협업을 통해 소비자들이 원하는 제품을 개발하고자 한다.

## 협업의 의미

신우철 DDP디자인페어 플랫폼에서 선택했고 만족스러운 협업이었다. 제작 과정상 도움을 많이 받을 수 있어 좋았다. 원활한 소통을 위해 노력한 것이 도움이 되었다.

보다.담다 공동참여, 아쉬운 점도 많았지만 전체적으로 만족스러웠다. 단순한 디자인만 하다가 여러 디자이너와 새로운 디자인, 제품을 만드는 과정에서 새로운 경험을 했다. 디자이너와의 많은 대화, 소통으로 위기를 극복하였다.



# 아키울로지 × 보리공방



디자이너

사물의 목적과  
재료의 물성에 집중  
아키울로지—장승주



소상공인

나무의 성질을 탐구하다  
보리공방—신성현



## 출품작에 대한 소개

**아키울로지** 형태 구성, 가공 및 접합 방식, 마감 처리 등의 과정에서 생기는 변수와 조건, 상황에 맞도록 계속 계획을 조정하며 원활히 진행했다. ‘사물의 목적과 재료의 물성을 가지고 의도된 개념을 표현합니다’라는 문구는 우리 스튜디오의 작업 방향을 설명하는 문구다. 이에 맞도록 얇게 가공하기 어려운 목재의 한계와 특성을 이용하여 여러 용도로 사용 가능한 작은 상을 만들었다. 곡면의 형태가 주는 부드러움과 얇은 부재가 가지는 날렵함, 들기 쉬운 가벼운 무게, 그와 대조되는 짙은 색상의 묵직함, 자연스런 나뭇결이 만져지는 거칠고도 보들보들한 촉감 등 의도했던 느낌들이 이 상과 마주하는 분들께 잘 전달되길 바랐다.

**보리공방** 어떤 소재를 오래 만지다보면 늘 그 소재가 지닌 본질적 특성이 자신을 다듬을 때가 있다. 나무 또한 그 성질머리가 만만치 않아 늘 살피고 달래며 작업을 한다. 그러다가 나무의 성질을 좀 유연하게 변화를 주며 다뤄보면 어떨까 하는 생각이 났다. 그래서 자료를 찾고 유사한 형태의 작업방식을 공부하며 머리 속에서 그림을 그리고 있었는데 이번에 이러한 생각을 담을 수 있는 좋은 디자인을 만나 구현할 수 있었다. 나무는 늘 변화한다. 온도에 따라 습도에 따라 혹은 예측하기 힘들게 변화한다. 그렇게 변화하는 성질을 좀 유연하게 다듬어 마치 얇은 철판을 다루듯 형태를 만들었다.

## 디자이너, 제작자로서의 여성

**아키울로지** 건축을 공부하니 구조, 기계, 전기, 토목, 소방, 시공 등 관련 분야를 알아야 했고 도시와 역사, 예술과 철학도 접하게 되었다. 인테리어와 가구, 조경에 자연스레 관심을 갖고 직접 할 줄 알게 되었으며 보다 더 잘해보려 노력하고 있다.

**보리공방** 특별한 꿈을 꾸지는 않았던 것 같다. 지금은 나 스스로를 잘 알고 내 안에 담겨있는 것은 자유롭고 세련되게 표현 할 수 있는 작업자가 되고 싶다.

나만의 길을 간다는 것은 그만큼의 노력과 책임이 뒤따르기에 결코 쉽지 않았다. 그때 그때 내 앞에 놓이는 것에 집중하고, 문득 떠오르는 느낌을 소홀히 하지 않고 그것에 집중하며 작업해 왔다. 수입 구조를 다각화하면서 하고 싶은 작업을 이어왔다.



2021 DDP디자인페어와 그 후  
**아키울로지** 페어가 계속 발전하며 진화하고 있는 것 같아 기쁘고 감사한 마음이며 향후 코로나로 인한 제약사항이 풀려 더 적극적으로 크게 열리면 좋겠다. 참여자들이 새로운 작업을 만들고자 하는 의도와 함께 개인의 홍보를 중요한 참여 목적으로 생각하는 바 여러 매체 및 온라인 홍보가 필요할 것 같다.

## 협업의 의미

**아키울로지** 공동 참여로 순조로운 과정과 의미있는 결과가 나와 만족한다. 단순히 디자인과 제작의 영역을 구분하고 분리하여 진행하는 것이 아니라 협업이라는 취지와 의도에 맞게 서로 잘 섞이려 노력했다. 비교적 생각처럼 잘 진행되어 어느 쪽으로도 치우치지 않고 각자의 개성과 노하우가 적절히 녹아 든 새로운 결과를 만든 것 같아 기쁘게 생각한다.

**보리공방** 협업에 만족한다. 서로의 역할에 집중하고 그것을 잘 나눌 수 있어서 좋았다. 그리고 디자인에 대한 새로운 시각을 느낄 수 있어 좋았다.

# 안지희 × 원텍스



디자이너

빛을 자유자재로  
디자인하다  
안지희



소상공인

끊임없는 신제품 개발로  
시장에 도전  
원텍스-김상현



## 출품작에 대한 소개

안지희 빛을 머금기도, 내뿜기도 하는 감성 조명  
원텍스 Fader는 실내 뿐만 아니라 피크닉 등 가벼운 야외활동에서 사용할 수 있는 멀티 스크린으로, 조명과 차양막, 그리고 파티션의 역할을 수행합니다. 끊임없는 신제품 개발로 새로운 시장을 개척하고 있는데 기존 제품군과 더불어 새로운 카테고리에 도전할 계획이다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

안지희 초등학교 3학년 때, 우연한 기회로 한 대학의 출입 작품 패션쇼를 보게 된 후 내 꿈은 패션디자이너였다. 현재는 제품의 경계 없이 다양한 소재를 기반으로 조형성이 있는 제품을 제작하는 디자이너를 꿈꾼다. 나만의 길을 걷기 위해 더 많은 것을 배우고 경험하려고 노력 중이다. 아직 학생 신분이므로 무엇이든 배우려는 자세로 임하고 있다.

원텍스 국내 최초의 서스펜션 메시(Suspension Mesh) 개발자로서 앞으로 WINTEX의 좋은 제품을 사무용 가구뿐만 아니라 다양한 영역에 접목시키기를 원한다. 원텍스는 서스펜션 메시(Suspension Mesh) 개발로 20년 동안 업계에서 한우물을 팠다. 현재 허먼밀러, 나이키, 시디즈 등의 글로벌 기업과 함께 일하고 있다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

원텍스 DDP디자인페어를 통해 우수한 디자이너와 함께 할 수 있어서 좋았다. 제품 개발에 주어지는 일정이 촉박했다. 충분한 시간이 주어진다면 제품의 완성도를 더욱 높일 수 있을 것으로 기대된다.

## 협업의 의미

안지희 DDP디자인페어 플랫폼을 통해서 매칭되었다. 시제품을 제작하는 것이 이번이 처음이라 실제 가공에 대한 정보가 많이 부족했는데, 원텍스 대표님이 알루미늄 파이프 등 가공업체들을 소개했다. 공장에서 직접 제작 과정을 보며 실제 제품이 만들어지는 과정에 대해서 살펴볼 수 있었다. 꾸준히 논의하면서 진행하며 합의점을 도출해낼 수 있었다.

원텍스 디자이너가 직접 전화를 걸어와서 제품 이미지와 함께 보았고 마음에 들어 흥쾌히 협업하기로 했다. 영디자이너지만 제품에 대한 방향성이 뚜렷하고 의견 교환을 자주 하며 발전시켜 나갔다. 제작의 난이도가 높은 편이었는데 업무분담을 통해 서로 잘 할 수 있는 범위에서 협업하며 극복했다.



# 오래도록 작업실

X

## 보다.담다



디자이너

두려움을 안전으로 디자인하다

오래도록 작업실

-김다온, 김종호



소상공인

만드는 과정이

더 의미있는 작업

보다.담다-박찬훈

### 출품작에 대한 소개

오래도록 작업실 Tap-tap은 첫 독립한 시기에 느꼈던 감정을 담고 있는 제품이다. 크게 설렘과 두려움을 느꼈고, 설렘보다 두려움이 컸다. 독립했을 때 설레는 마음은 가구의 포장을 해체하고 조립하는 과정에서 느끼는 설렘을 통해 표현했다. 두려움에 대한 느낌은 보호받아 안전하다는 느낌으로 전달하고 싶었다. 가구를 조립하고 남은 아트워크를 통해 언제든 가구를 보호하여 이동 시켜줄 수 있다는 점을 통해 두려움을 해소하는 경험을 담아냈다.

### 디자이너, 제작자로서의 여정

오래도록 작업실 어릴 땐 막연히 디자이너가 되고 싶었지만, 대학에서 가구를 전공하면서 가구 디자이너가 되었다. 가구 디자이너가 되고나서 실무를 경험하다보니 나만의 브랜드를 론칭하고 싶어졌다. 기존 회사에서 근무하면서 뜻이 맞는 사람들과 함께 '오래도록 작업실'을 만들었다. 실무를 경험하면서 한정된 예산에서 제품을 디자인하는 것과 클라이언트의 요구에 의해서 디자인되는 제품의 한계점, 반복되는 작업에 짙증을 느꼈다. 이후 브랜드 스토리를 공감해주고, 브랜드의 디자인 언어를 이해해주는 팬층을 확보하자는 목표를 가지고 자체 브랜드를 런칭하기로 결심했다.

### 2021 DDP디자인페어와 그 후

오래도록 작업실 브랜딩을 통해 브랜드 스토리에 공감하고 디자인 언어를 이해해줄 수 있는 소비자를 찾고 싶다. 많은 제품을 판매하기보다 확실한 제품을 판매할 계획을 갖고 있다.

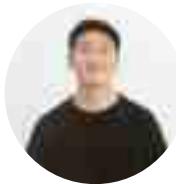


### 협업의 의미

오래도록 작업실 기준에 소통하고 있었던 메이커와 공동 참여하게 되었다. 함께 작업하면서 더 배우는 점도 있었고, 협업해 문제점을 해결했던 모습이 만족스러웠다. 디자이너로서 다양한 디자인을 진행하고 제작했지만, 매번 양산에 대한 욕구를 갖고 있었다. 그러던 중 DDP디자인페어를 통해 좋은 메이커를 만나 제품이 디자인된 후 양산되는 프로세스와 양산의 한계점, 장점 등 다양하게 배웠다. 디자이너와 메이커로서 쌓아온 업무배경이 다르다고 생각했기 때문에 다른을 인정하고 최대한 타협점을 찾아내려고 노력했다. 문제가 발생했을 때는 최대한 효율적인 방법으로 문제점을 해결하고자 대화를 많이 시도했다.

보다.담다 공동참여하면서 아쉬운 점도 많았지만 전체적으로 만족스럽다. 단순한 디자인만 하다가 여러 디자이너와 새로운 디자인, 제품을 만드는 과정에서 새로운 경험을 했다. 디자이너와의 많은 대화, 소통을 하여 극복하였다. 앞으로 다양한 디자이너와의 협업을 통해 소비자들이 원하는 제품을 개발하고자 한다.

# 윤형근 × 아우트로



디자이너

공간 활용을  
목표로 디자인  
**윤형근**



소상공인

하나의 목표를 위해  
힘을 합하는 과정에 만족  
**아우트로-전정필**



## 출품작에 대한 소개

윤형근 공간 활용이라는 키워드에 맞추어 제작했다. 자취 생활 경험이 있었고 주변 친구들에게도 작은 공간에서의 가구 배치가 어렵다는 고민을 많이 들었다. 이러한 문제점을 다용도 사용이 가능한 가구 디자인을 통해 해결하도록 목표했다. 이번 Tair 의자는 교회 의자에서 영감을 받았다. 적층의자이며 두 개의 의자를 맞대면 사이드 테이블로 활용할 수 있다. 병렬로 나열하면 뒷사람이 성경 등 작은 물건을 거치할 수 있다. 기존의 교회 의자는 크기가 커서 이동이 불편하고 공간 활용의 제한이 있지만 Tair의 이동 및 보관이 자유롭다. Tair의 3가지 부품의 조립식 플랫 패킹으로 제작되어 소비자가 간단하게 조립이 가능하다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

윤형근 지금은 디자인하고 나무를 만지고 있지만 어릴 적 꿈인 요리사와 비슷하다고 생각한다. 레시피 개발 대신 디자인으로, 음식재료 대신 나무로, 요리도구 대신 목공구로 바뀔 뿐. <가구와 사람>이라는 책을 보았다. 책의 내용은 일본 젊은 목수들이 어떻게 가구를 만들게 되었는지 그들의 이념과 생각들이 담겨 있었다. 그 책을 읽고 가구에 마음을 뺏겨 버렸고 그 뒤, 일본 유학을 결정하였다. 현재는 디자인 및 제작이 가능한 다능공으로서 활약하고 있다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

윤형근 올해 DDP디자인페어 참가는 도전이었다. 내년의 DDP디자인페어에 디자인 및 제작 실력을 갈고 닦아 참가하도록 노력하겠다.



## 협업의 의미

윤형근 아우트로와 공동참여로 참가했고 협업의 프로세스를 알 수 있는 좋은 경험이었다. DDP디자인페어 큐레이터의 명확한 지도로 편히 따라갈 수 있었다. 가구 디자인 및 제작의 경험이 많은 아우트로와의 협업은 디자인 프로세스 및 시장 전방의 이해력을 높이며 완성도 있는 가구를 제작하는 디자인적 스펙트럼을 넓힐 수 있는 좋은 기회였다. 서로 의견이 다르기 때문에 오히려 재미있는 아이디어가 나와서 제품에 잘 활용했다.

아우트로 윤형근 디자이너가 일본 유수의 가구 브랜드의 인턴십을 거치며 꿈을 키워온 진취적인 도전정신이 내게도 긍정적인 에너지를 불러일으켰고, 제작기술 베이스의 가구 창작 활동 또한 아우트로의 출발점과도 맞아 협업을 결심했다. 윤형근 작가 와의 협업은 제작의 편의성을 염두해 합리적으로 실현 가능한 디자인을 발전시켰기에 제작과 디자인 사이의 간극은 없었다. 도달하고자 하는 목적과 실현 방법에 대한 서로의 견해가 크게 갈리지 않았기에 작업하는 내내 즐거웠다.



# 이지디자인 스튜디오

×

## 플랜트리



디자이너

현재의 공간 변화에 주목  
이지디자인 스튜디오  
—윤일섭



소상공인

공간에 대한  
솔루션으로서의 가구  
플랜트리—박준영



### 출품작에 대한 소개

이지디자인 스튜디오 '노딩체어'는 현재의 공간적 변화에 맞춰진 새로운 라이프 스타일을 제안하는 의자다. 노딩체어는 내부의 스프링을 통해서 앞뒤로 흔들림으로써 사용자에게 물리적인 편안함과 심리적 안정감을 동시에 제공한다. 시트만 움직임이 가능한 구조로 기존의 흔들의자처럼 바닥에 놀림자국이나 스크레치가 없다. 앞뒤로 조금씩 움직이는 동작은 사용자가 시트에 앉을 때 그리고 조금씩 자세를 바꿀 때마다 조금씩 움직이며 더 나은 편의를 제공한다.

플랜트리 움직이지 않는 흔들의자, 노딩체어는 모순된 표 현 같지만 앉아보는 순간 그 의미를 느낄 수 있다.



### 디자이너, 제작자로서의 여정

이지디자인 스튜디오 어릴 때 버려진 전자제품이나 가구들을 분해하는 걸 너무 좋아했다. 제품에 대한 구조나 원리를 이해하는 게 재밌었고 고장난 TV를 고쳐서 부모님을 놀라게 한 기억도 있다. 이런 성향이 지금의 제품을 디자인하는 길로 이어진 것 같다. 버려지지 않고 사람들에게 오래도록 사랑받는 제품을 만들고 싶다.

플랜트리 막연하게 세상을 바꾸는 사람이 되고 싶었다. 가구를 제작하는 메이커가 된 이후로는 내가 만드는 가구로 인해 생기는 작지만 긍정적인 변화들에 의미를 둔다. 시간이 흐르면서 단순히 하나의 제품보다는 인테리어 전체에 대한 이해가 필요하다는 것을 느꼈고, 지금은 고객과 소통하며 공간에 대한 솔루션에 맞춘 가구를 제작하고 있다.

### 2021 DDP디자인페어와 그 후

플랜트리 코로나로 인해 사람들은 안전한 자기만의 공간에 대한 열망이 더욱 커지고 있다. 우리도 그에 맞춰 개인 라이프 스타일에 맞춘 가구를 제작하여 나만의 가구를 제안할 계획이다.



### 협업의 의미

이지디자인 스튜디오 지난해의 매칭 경험을 통해서 다시 한번 협업을 진행하게 되었다. 디자이너의 새로운 제안과 도전에 대한 제조사의 긍정적인 태도가 너무 큰 힘이 되었다. 비록 제조사와 디자이너는 작업하는 환경과 제품을 바라보는 시각이 다르기 때문에 간극이 있는 것은 사실이다. 하지만 커뮤니케이션을 통해 타협점을 만들고 모두가 원-원 할 수 있는 방법을 찾을 수 있었다.

플랜트리 isy design studio 윤일섭 디자이너와 작년 DDP디자인페어에 함께했고 전체적으로 만족스러운 결과물을 만들었다. 올해에는 작년보다 더 나은 결과물을 기대하며 다시 한번 매칭하게 되었다. 디자이너는 제작 공정까지 모두 고려하여 디자인을 해주었기 때문에 메이커로써 편하게 프로젝트를 진행할 수 있었다. 이번 프로젝트에서는 새로운 방식으로 움직이는 의자를 제작하게 되면서 제대로 작동을 하는지에 대한 연구가 많이 필요했다. 디자이너에 모델링으로는 문제가 없어 보이지만 시제품을 제작했을 때는 힘을 받는 위치 등이 달랐기 때문에 여러 번 샘플 제작을 거쳤고 문제를 극복할 수 있었다.

# 정준구 X RKRN



디자이너

하나씩 더하는 가구

정준구



소상공인

조립과 모듈 방식을  
가구에 도입

RKRN-박민수

## 출품작에 대한 소개

정준구 1+1+1+1+1+1+1...

RKRN RKRN이 추구하는 조립과 모듈 방식에 정준구 디자이너의 감각이 더해진 결과물이다. 고장나거나 망가져도 쉽게 수리할 수 있는 조립방식, 확장과 축소 혹은 재료의 대체가 가능한 모듈방식은 더 오래 더 근사하게 살아가는 사물과 사용자의 태도를 이끈다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

정준구 세상에 필요한 제품을 만드는 것이 나의 꿈이다.  
소신에 따라 하나씩 하다보니 내 길을 걸어가게 되었다.

RKRN 어릴 적 꿈은 자주 바뀌었지만 언제나 무언가를 만드는 것은 한결같이 즐거웠다. 지금은 오랫동안 사용할 수 있는 제품을 디자인하고 소개하는 브랜드를 만들어가고 있다. 그리고 이 브랜드를 오래 지속시키는 것이 현재의 꿈이다. 주변에 알고 싶고 배우고 싶은 일들이 상당히 많다. 가능한 범위 안에서 그 일들을 해왔다. 점점 그 범위는 좁아지고 깊어진다. 아주 가끔은 범위를 완전히 벗어난 일에 도전도 하고 싶다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

RKRN SNS, 커뮤니티 등 온라인 활동을 적극적으로 하며 대면하지 않고 사업을 소개하고 고객을 만나는 방법을 찾고 있다. 이동으로 소비되는 시간이 적어진 만큼 제품과 서비스를 개선하는데 그 시간을 사용하려고 한다.

## 협업의 의미

정준구 플랫폼에서 협업팀을 살펴보던 중 RKRN에서 진행한 작업이 마음에 들어 연락했다. 협업을 통해 제작에 대한 깊은 지식을 알 수 있었고 서로가 생각하는 바에 대해 이야기해보며 극복했다.

RKRN DDP디자인페어 플랫폼에서 매칭되었다. 많은 분야의 전문가분들이 참여하셔서 매칭에 따라 다르게 그려지는 과정과 결과를 상상하는 것도 즐거운 일이었다. 디자인안이 두 번 정도 바뀌었다. 소통하며 타협점을 찾으려 했다. 디테일을 꼼꼼히 챙기는 디자이너와 함께했기에 완성도 높은 제품을 만들 수 있었다고 생각한다.



# 최슬기 × 피아즈



디자이너

마음의 위안이 되는 가구

최슬기



소상공인

새로운 시선으로  
바라보고 소통하기

피아즈—전보경

## 출품작에 대한 소개

최슬기 '가구 위의 가구, 공간 안의 또 다른 작은 사적 공간'이라는 의미를 지닌 이번 출품작 프라이빗 라운드(Private Round)는 이 시대를 살아가는 이들에게 마음의 위안이 되고, 삶의 한 부분에서 온전한 만족감으로 자리할 수 있도록 한다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

최슬기 어릴 적 꿈은 목가구 디자이너가 되는 것이었다. 지금은 오브제 겸 가구를 디자인하는 작업자가 되어 재료에 한계를 두지 않고 작업하는 만큼, 많은 사람들의 삶의 한 부분에서 다양하고 자유로운 쓰임이 되는 오브제 또는 가구를 제작하는 사람이 되고 싶다. 재료적 한계를 두지 않고 실험과 실용 사이의 작업을 이어가고 있다.

## 협업의 의미

최슬기 DDP디자인페어 참여 경험이 있고, 같은 분야를 전공해오고 있는 피아즈로부터 올해 DDP디자인페어 참여 제안을 받고 공동으로 참여하게 되었다. 서로의 디자인, 제작에 대한 성향에 대해 어느정도 알고 있었기에 협업과정에서 큰 마찰 없이 진행할 수 있었다. 디자이너로서 작업한지 얼마 되지 않아 다양한 제작과정에 대한 경험이 많은 제작자와 작업을 같이 진행했으면 좋겠다는 생각을 했었다. 협업을 하니 작업할 때 부딪히는 문제를 훨씬 수월하게 풀어갈 수 있었다.

피아즈 작업방향에 대해 서로의 니즈를 잘 알아 제작을 진행하는 데 어려움이 없었다. 기존에 작업해보지 않았던 금속작업을 하게 되었고 재미있었다. 메이커로서 다른 분의 다양한 디자인 전개 방식을 배울 수 있어서 좋았다. 과정상 어려움은 많은 대화와 제작 시행착오를 통하여 극복했다.



## 2021 DDP디자인페어와 그 후

최슬기 작업 속도에 대해 너무 급하거나 빠르지 않게 한 작품 한 작품 해 나가려고 한다. 일차적으로 SNS를 통해 지속적인 홍보와 노출을 시키려고 하고 있고, 점차적으로 아트 스튜디오에 입점시킬 계획이다. 급하게 진행하시는 경우가 종종 있어 개인적인 일정에 차질이 빚어지는 일이 생기기도 했다. 내년에는 조금 더 시간적으로 여유있으면 좋겠다.

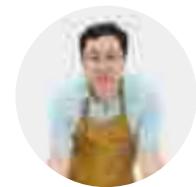


# 테일야드 × 우드공작소빈



디자이너

영감을 주는 소재를 사용



소상공인

'느림의 미학'을  
구현하다

우드공작소빈–김순기

## 출품작에 대한 소개

테일야드 ocean, beach, sand, surf, sun & wave 등 나에게 영감을 주는 것들이다. 서프보드를 모티프로 제작된 서프보드 이지체어에서, 라탄으로 제작된 시트, 컬러풀한 시트백 색상과 함께 'tropical vibe'를 느껴볼 것.

우드공작소빈 느림의 미학, 슬로우시티

## 디자이너, 제작자로서의 여정

테일야드 특별한 꿈은 없었지만, 무언가를 만들고 그리는 것을 좋아했다. 크루즈 인테리어 디자인과 자동차 디자인을 경험하면서, 회사소속 업무가 아닌 내가 디자인한 제품을 처음부터 마지막까지 진행해 보는 것을 목표로 스튜디오에서 열심히 일하고 있다.

우드공작소빈 내 꿈은 현실에 충실하며 한발씩 더디지만 앞으로 나아가는 현재의 모습이 아닐까. 지금 생각하면 우습지만 어릴 적 살던 집 바로 옆이 전통문을 만드는 목공방이었다. 자연스럽게 나무를 만지며 놀던 아련한 추억이 있다. 직장을 다니고 결혼을 하고 애기가 생기며 애기 방은 내가 만들어 볼까, 하며 시작하게 된 것이 지금에 이르게 되었다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

테일야드 테일야드 전시장을 계획 중이다.

우드공작소빈 신제품을 개발하고 A/S 처리방법을 개선하고자 한다.



## 협업의 의미

테일야드 매칭 참여를 늦게 해, 대부분의 팀들이 매칭 완료된 상황이었다. 어쩔 수 없이 기존 거래하던 우드공작소빈 사장님과 의논한 후 참여했다. 대량 생산을 진행하고 있는 경험 있는업체라, 개발 중 발생하는 이슈에 대해 수월하게 진행할 수 있었다. Art furniture 디자인을 하다가 대량생산 디자인을 하려고 하니 관련된 정보나 노하우가 부족했는데, 그런 부분에 대한 보완이 큰 도움이 되었다. UV프린트 작업에서 여러 번 시도에도 불구하고, 초기 디자인 색상을 얻을 수 없었다. 다행히 우드공작소빈의 도움을 받아 원만히 문제를 해결할 수 있었다.

우드공작소빈 거래하던 관계인 터라 알고는 있었지만 테일야드의 모습이 항상 긍정적으로 다가왔다. 우연찮게 논의를 하고 참여하게 되었다. 제품의 디자인 실용성 아이디어를 자연에 매칭해 고정관념을 탈피하고자 다양한 디지털 장비를 보유하고 사용하지만 디자인 및 색감 작업에 아쉬움이 있다.



# 파운드파운디드

X

## 탐킨



디자이너

나를 표현하는 가구

파운드파운디드—유상아



소상공인

Minimal, Simple

탐킨—김솔아

### 출품작에 대한 소개

#### 파운드파운디드 나를 표현하는 가구

탐킨 친환경 소재, 차별화된 탐킨만의 독자기술(자동절곡, 로봇용접 등 자동화 설비라인/커피박 업사이클링 상판 적용)과 파운드파운디드의 디자인이 만나 활용도가 높으면서도 디자인적으로 멋있는 제품을 양산하고자 한다. 이번 제품은 코로나로 인한 재택근무 시대에 적합한 흡오피스, 플랫팩&넉다운 퍼니처이며, 기존의 무거운 오피스 퍼니처의 뒤에서 벗어나 미니멀한 규격과 심플한 디자인의 소형 데스크다.

#### 디자이너, 제작자로서의 여정

파운드파운디드 어릴 적부터 디자이너가 되는 게 꿈이었다. 시간이 많이 지나도 누군가 디자이너 유상아를 떠올렸을 때, 나의 디자인을 떠올릴 수 있음 좋겠다고 생각했다. 어렸을 때부터 디자인을 위해 꾸준히 준비했다. 운 좋게 파운드파운디드에서 다양한 경험을 하면서 다양한 사람들을 만나며 디자인에 대한 생각과 가치관이 더욱 확고해졌다.

탐킨 아직 경력이 많지 않지만, 지금 시점에서 어릴 적 꿈을 탐킨에서 조금씩 실현하기 위해 노력하고 있으며, 앞으로 더욱 열심히 디자이너 겸 메이커로서 발전하는 사람이 되고자 한다. 디자인 분야에서 최고가 되고 싶다는 목표를 항상 가지고 있었고, 그 목표가 있었기 때문에 계속 길을 걸어갈 수 있었다. 그에 맞춰 탐킨 또한 디자인 가구회사로서 최고가 되어 모든 사람들이 스틸 가구 하면 제일 먼저 떠올릴 수 있는 가구 회사가 되는 목표를 가지고 있다.

#### 2021 DDP디자인페어와 그 후

탐킨 최근 인테리어 리모델링 시장이 커짐에 따라 전체적인 관련산업 규모는 확대되었지만, 일부 대기업과 자본력이 막강한 글로벌 기업 등에 편중되어 있다. 따라서, 중소기업으로 차별화 할 수 있는 탐킨만의 기술력, 즉 특허, 디자인 등 산업체재산권을 지속적으로 개발하고 등록할 예정이며, 디자인 분야도 직접개발 및 DDP디자인페어와 같은 콜라보레이션 사업을 추진할 계획이다.



### 협업의 의미

파운드파운디드 1인 가구를 위한 가구에 관심이 많았는데, 적합한 협업 브랜드를 찾아 매칭했다. 제조 베이스의 가구 브랜드다 보니 디자인한 형태가 양산 가능한 형태인지 단가는 어떨지 바로바로 협의하면서 디자인했다.

탐킨 DDP디자인페어 플랫폼에서 파운드파운디드의 포트폴리오를 보게 되었고, 디자인 업계에서 인지도가 높은 디자인 스튜디오기에 보자마자 협업을 하면 어떤 멋있는 가구를 개발할 수 있을지 궁금해졌다. 시제품도 마음에 들고 만족도가 굉장히 높았다. DDP디자인페어를 통해 전문 디자이너와 협업하며 평소 제작하고 싶었던 미니 데스크를 개발할 수 있어서 좋았다. 빠른 피드백과 소통 덕분에 제작이 불가능한 부분도 바로바로 수정해주었고, 디자인 시안도 선택지를 많이 주어서 여러가지 제품을 제작해볼 수 있었다.

# 호우디자인 × 금시당



디자이너

**Open Source**

호우디자인–박서웅



소상공인

**Re:make**

금시당–김수현

## 출품작에 대한 소개

호우디자인 Open Source / Ready made

금시당 너무도 발전된 세상에서 더 이상 새로운 디자인은 없지 않나 종종 생각한다. 완전히 새로운 디자인보다는 이미 나온 것을 재조합하고 재생산하는 오픈소스, 리메이크한 작품이다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

호우디자인 학생때는 자동차 디자이너가 꿈이었다. 디자이너가 되고 나서는 내가 만든 가구들로 하나의 방을 온전히 채우는 것이 꿈이다. 나와 함께 호우디자인을 이끄는 김성규 대표와 함께 작업을 진행하고 있다.

금시당 어릴 때는 직접 쓰는 물건을 디자인하는 것에 큰 매력을 느껴서 산업디자이너가 되고 싶었다. 지금은 직접 디자인하고 만들게 되었으니 어릴 적 꿈을 이룬 셈이다. 회사를 다니면서 퇴근 후나 주말에 작업을 하고 차근차근 준비해왔고 금시당이라는 브랜드를 시작하게 되었다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

금시당 온라인 판매를 주력으로 운영할 예정이다.

## 협업의 의미

호우디자인 공동참여로 시작했고 작업 계획부터 완료까지 무척 만족스러웠다. 새로운 작업 환경 덕분에 조금씩 느끼던 매너리즘을 벗어날 수 있었다. 백 마디 말보다 시제품 하나 만들어보는 것이 제일 확실했다.

금시당 공동으로 참여하게 되었고 합이 잘 맞아 즐겁게 프로젝트에 임할 수 있었다. 혼자서는 생각하지 못했던 새로운 발상과 디자인에 대한 아이디어를 공유할 수 있어서 좋았다. 어려웠을 때는 충분한 대화로 극복할 수 있었다.



X

(주)쎄누



디자이너

형태는 단순하게  
기능은 다양하게

f square studio—고든술



소상공인

공간 활용과  
편리성에 중점

(주)쎄누—박유성

## 출품작에 대한 소개

f square studio Maximal in function, Minimal in form

(주)쎄누 공간 활용과 편리성에 중점을 둔 베니들은 닫았을 때는 책상으로 사용이 가능하며, 열었을 때는 거울이 달린 화장대로 사용이 가능하여 하나의 가구로 서로 다른 디자인을 느낄 수 있다. 또한, 하부에 달린 바퀴를 활용해 쉽게 이동을 할 수 있어 집안 곳곳 원하는 곳에서 활용할 수 있다.



## 디자이너, 제작자로서의 여정

f square studio 사물을 연구를 하고 관찰하는 걸 좋아했다. 과학수업이나 물리학 수업을 좋아하여 논리적인 시각에서 만들어 내는 것에 흥미를 느끼고 나중에 무엇인가 만들어내고 창조하는 직업을 가지고 싶었다. 자연스럽게 건축 엔지니어와 디자인을 공부하게 되었고 현재 작업을 통해서 디자인의 형태와 기능의 요소를 연구하고 간결한 형태와 다목적 기능성을 목표로 공간, 제품, 그래픽 분야 속 사용자의 삶의 질을 향상시키는 게 목표다. 뉴욕의 대학에서 건축학을 전공 후 현지 회사에서 몇 년 동안 건축 디자이너로 근무했고 나만의 디자인을 펼치고자 2018년 f square studio를 창업했다.

(주)쎄누 공간에 대한 호기심이 많았다. 그때부터 온 집안의 구조를 바꿔보고 가구를 배치하는 것에 흥미를 느꼈다. 지금은 가구를 제작, 납품하면서 더욱 새롭고 실용적인 제품들을 통해 공간에 가치를 부여하는 것에 큰 의의를 두고 있다. ‘불가능한 의뢰는 없다.’라는 신념으로 의뢰인의 생각을 현실로 만들고 더 나아가 업그레이드될 수 있도록 노력하고 있다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

f square studio 2022년 4월에 열리는 밀라노 디자인위크 전시 준비를 하면서 건축 디자인, 인테리어 디자인 등 꾸준한 디자인 활동을 할 계획이다.

(주)쎄누 코로나로 인해 집에 있는 시간이 많아지고 개인의 공간이 어느 때보다 중요해진 상황에서 개인 맞춤 제작 가구의 확대를 계획하고 있다.

## 협업의 의미

f square studio DDP디자인페어 플랫폼에서 소상공인의 포트폴리오를 세심하게 검토한 후 매칭하였다. 무엇보다 디자인의 철학과 방향이 서로 일치하는가를 중심으로 진행하였다. 우리 디자인은 움직이고 변형되는 가구여서 하드웨어나 디테일 부분이 굉장히 중요한데, 프로토타입을 제작하는 과정에서 간접조명이나 전선 배열 부분을 소상공인의 기술력으로 센스 있게 풀어내셔서 인상이 깊었다.

(주)쎄누 디자이너의 제안으로 매칭되었고 디자인 제안을 보니 ‘새롭고 실용적인’ 쟤누의 가치관과 맞는 제품이었기 때문에, 망설임 없이 함께했고 합이 잘 맞아 좋은 결과물이 나올 수 있었다. 제품을 다양한 시각에서 바라보는 디자이너의 젊은 감각으로 편의성과 디자인을 모두 충족하는 제품을 함께 만들 수 있었다는 것이 가장 큰 수확이었다. 지속적으로 연락을 하며 상황을 공유해 왔기 때문에 어려움 없이 제작을 완료할 수 있었다.



**hmd\_seoul**

**X**

**한성교구**



디자이너

아이들의 미래까지  
담은 책상과 의자

hmd\_seoul-한주환



소상공인

숲속에서 공부할 수 있는  
환경을 지향

한성교구-김석준

#### 출품작에 대한 소개

**hmd\_seoul** 답답한 시멘트로 둘러싸인 학교보다는 숲속에서 공부할 수 있는 환경이면 좋겠다는 바람도 담았다. 가구가 바뀌면 공간이 바뀌고 공간이 바뀌면 또 가구가 바뀐다. 가구와 공간이 바뀌면 삶이 변화한다. 조금 더 자유롭고 조금 더 편안하며 창의적인 교육 환경으로 변화되길 바란다.

**한성교구** [미래의 교육에 대한 한성교구의 첫 번째 대답 - 아이들이 머무는 교실이 숲이 될 수 있다면] “교실에서 아이들의 꿈은 싹을 틔우기 시작합니다. 온갖 것들을 펼쳐 놓은 와중에도 조금씩 꾸준히 자라가고 있어요. 때로는 혼자 집중하고 때로는 친구들과 함께하면서 추억을 만들어가죠. 머무르는 공간도, 바라보는 방향도 다르지만 ‘내 자리’라고 부르는 바로 그 책상과 의자에서 아이들의 미래는 시작되고 숲을 이룹니다.”

#### 디자이너, 제작자로서의 여정

**hmd\_seoul** 월드와이드로 수출이 가능한 가구 브랜드를 만드는 것이 꿈이다. 쉽 없이 도전하는 삶을 살아왔는데 제품디자인 전공자로서 공간디자이너가 되기, 공간디자이너로서 가구 디자이너가 되기 모두다 쉽지 않았다. 도전하면서 현실에서 부딪히며 알게 된 현실적인 경험들을 바탕으로 성장해왔다.

**한성교구** 한성교구가 좋은 인재들이 오고 싶어하는 회사가 되었으면 하는 소망을 갖고 있다. 지금까지 가구를 만들고 판매하는 일을 해오는데 많은 변화와 위기의 순간들이 있었다. 그 때마다 좋은 사람들을 만나 인연이 되었고 덕분에 잘 알고 잘 할 수 있는 것을 계속 할 수 있는 기회를 얻었다.



#### 협업의 의미

**hmd\_seoul** 한성교구 담당자가 **hmd\_seoul** 인스타그램 팔로워였다며 먼저 연락했다. 최근에 육아를 경험하면서 유아용 교구에 대한 관심이 많았는데 딱 맞는 제조사를 만났다. 실제 유통되는 가구들에 대한 정보도 알게 되었다. 한성교구와 함께 현실 가능한 디자인, 출시 가능한 디자인을 선호하는 편이어서 협업에 크게 어려움은 없었으나 대량 생산의 기준에 맞는 스펙 조정이 어려웠다. 그러나 출시 가능한 제품개발이라는 목표로 의견을 조정했다.

**한성교구** 이번 협업을 통해 디자이너가 우리가 사용하지 않던 형태, 컬러, 재료와 생산 방식들을 제안해서 적용하면서 새롭게 가능성을 찾는 기회가 되었다. 디자인 초안을 실제로 구현하기까지 많은 수정이 있었다. 예상치 못한 돌발상황이나 급하게 결정해야 하는 경우에도 적극적으로 협의해 해결책을 찾았다.



# Leemok Studio

X

## 뉴대도가구



디자이너

**기능과 형태를 모두 살리다**

**Leemok Studio**  
–이하영, 목승수



소상공인

**지속적인 제품력 제고로**

**시장에 뛰어들다**

**뉴대도가구–이판석**

### 출품작에 대한 소개

Leemok Studio 굉장히 굴곡지고 신기하게 생긴 인체공학적 시팅 몰드 형태를 보았다. 이 형태를 어떻게 감추며 집안에 두고 싶은 라운지체어를 디자인할 수 있을지 고민을 하다, 차라리 이 형태를 비주얼 캐릭터로 살려서 디자인해보는게 어떨까 생각했다. 강한 굴곡과 커브들을 최대한 살려서 전체적으로 백조와 같이 부드러운 언어를 담고자 하였고, 업체에서 현실적으로 구현 가능한 부분을 최대한 살렸다.

### 디자이너, 제작자로서의 여정

Leemok Studio 디자이너가 되고 한국의 디자인 수준을 올릴 수 있는 디자인들을 하고 싶었다.

뉴대도가구 나이 70이 되어 생각하니 꿈이 있었는지도 모르겠다. 지금은 DDP디자인페어에 출품한 기능성 안락 의자와 기능성 사무용 책상의자를 활성화시켜 많은 사람의 건강에 도움이 되고 매출도 많이 올려 디자이너에게 경제적 도움이 되기를 꿈꾼다. 기아자동차를 다니다 우연히 1979년 12월 친구와 가구공장을 했고 1986년 2월 대도가구에 영업직원으로 일을 시작하다 1998년 6월에 가게를 인수했다. 이제 생각해보니 전혀 모르는 가구에 입문하여 많은 고생을 하였지만 많은 거래처 사장과 인테리어 디자이너들과의 거래로 즐거웠고 납품 후 우리 제품의 제품력을 칭찬받는 것으로 보람을 느꼈다.

### 2021 DDP디자인페어와 그 후

뉴대도가구 기능성 의자가 곧 양산이 될 텐데 대중에게 인기를 많이 끌었으면 좋겠다.



### 협업의 의미

Leemok Studio DDP디자인페어 플랫폼에서 좋은 작업을 보고 함께 작업하게 되었다. 공법에 따라 현실적으로 제작가능한 부분이 제한되어 디자인의 디테일을 구현해낼 수 없어서 아쉬웠지만 많은 경험을 하며 배우는 시간이었고 작업도 마무리가 잘되어 만족스럽다. 한국에서의 가구제조 공장을 환경과 기술을 볼 수 있었고, 기술자와의 대화를 통해 값진 경험을 얻었다. 극복할 수 없는 현실적인 부분들이 많긴 했다.

뉴대도가구 DDP디자인페어 플랫폼에서 디자이너 3팀이 찾아왔는데 이목 스튜디오와 말이 가장 잘 통하고 실력도 느껴져 함께했다. 디자인이나 색상 선택에 어려운 점을 해결해 너무 좋았다. 협업의 어려움은 거의 없었고 짧은 디자이너들의 의견과 우리의 기능성 특허를 서로 존중하며 조율했다.





디자이너

개인의 취향과 니즈를 담다  
Leemok Studio  
–이하영, 목승수



소상공인

사용자중심의  
기능성 제고  
탐킨–김솔아

#### 출품작에 대한 소개

Leemok Studio 1인용 책상이라는 주제와 생산에 관련된 다양한 제한점을 생각하면서 고민이 많았지만 우선순위를 나눠서 최대한 하나하나 풀어나가고자 했다. 최종적으로 기준의 무거운 오피스파니처록에서 벗어나 라이트할 뿐 아니라 개개인의 취향 및 니즈를 악세사리 및 여러 컬러를 통해 충족시켜주는 1인 책상 디자인을 선택했다.

탐킨 늘어나는 1인가구 세대와 코로나로 인한 재택근무의 활성화로 인해 홈 오피스가 증가하는데 그에 맞춰 1인용 미니 데스크를 개발했다. 이번 데스크 디자인은 파티션을 이용해 업무 향상을 위한 독립적인 공간을 제공하고 넉다운 퍼니처라는 점에서 상황에 따라 사용자가 원하는 방향으로 조립, 해체할 수 있는 디자인 제품이다.

#### 협업의 의미

Leemok Studio 브랜드 운영과 생산기반이 탄탄한 탐킨과 함께하고 싶었다. DDP디자인페어 플랫폼에서 선택하였고, 만족도도 높다. 탐킨의 제작환경과 프로세스를 통해 많은 경험을 얻었다. 메탈 특유의 무거움과 플랫패킹에 관한 시스템을 고려할 뿐 아니라, 비주얼적으로도 컨셉적이고 아름다운 제품을 만드는 어려움을 극복하려고 노력했다.

탐킨 매칭이 시작되고 가장 먼저 탐킨과 매칭을 희망하는 디자인 스튜디오에서 관심이 갖고 해외 유명 가구 브랜드와의 디자인 경험이 있다는 점에 있어서 이목스튜디오를 선택했다. 그 외에도 이목 스튜디오가 추구하는 디자인 스타일이 인상이 깊었는데 우리가 평소 해보지 못한 스타일의 디자인 데스크라서 더 흥미롭고 만족도도 높았다. 이번 페어를 통해 전문 디자이너와 협업하며 평소 제작하고 싶었던 미니 데스크를 개발할 수 있어서 좋았다.



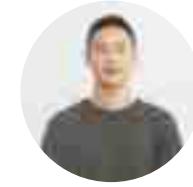
# niceworkshop X 로우리트 콜렉티브



디자이너

버려지는 것들을  
다시 삶으로

niceworkshop—오현석



소상공인

세상에 단 하나 밖에  
없는 의자

로우리트 콜렉티브—최재식



## 출품작에 대한 소개

niceworkshop 삶에서 끊임없이 생산되고 버려지는 부산 물들을 조합하여 의자를 만들었으며, 버려진 조각들을 다시 삶으로 되돌려 놓는 체험을 제품에 그리고자 했다.

로우리트 콜렉티브 우리는 태어난 순간부터 끊임없이 소비하고 폐기한다. 주거와 생활에서 나오는 대표적인 폐기물인 '전산 볼트'와 '티끌 플라스틱'을 재료로 한 'Rest in Pieces(이하 RIP)'는 평온 속(in peace)에서 끝을 맞이할 수 없는 잔재 폐기물을 조각으로(in pieces) 치환하여 구성한 작업이다. 로우리트는 점점 짙아지는 제품의 라이프사이클 주기가 기존 공산품이 가진 균질성(homogeneity), 즉 사용자 개개인의 고유한 정체성을 담지 못하는 오리지널리티의 한계에서 비롯됐다고 생각한다. RIP는 고유의 색상, 패턴을 지닌 각 플라스틱 피스의 조립 순서를 달리 함으로써 사용자로 하여금 세상에 하나뿐인 의자를 소유할 수 있게 한다. 세 가지 타입의 플라스틱 피스를 배열하여 의자를 구성하는 방법은 약 8백 가지에 달한다. 각 부속은 나이스워크샵의 전산볼트와 너트로 화학 접착제 없이 체결되어 사용자로 하여금 분해, 폐기 단계에서도 손쉽게 자원 순환을 할 수 있도록 설계되었다. RIP의 플라스틱 피스는 이미 재활용된 재생 펠렛이 아닌 지역으로부터 기부 받은 '티끌 플라스틱'을 수집, 분쇄하여 제작한다. 티끌 플라스틱 역시 지역 내 시니어 인력과 연계하여 분류 작업을 거치며, 이를 통해 노인 일자리 창출은 물론 지속가능한 생산 체계를 구축하는데 일조한다.

## 디자이너, 제작자로서의 여성

niceworkshop 실무를 경험한 이후로 나만의 언어로 다양한 것들을 만들고 표현하기 위해 노력하는 중이다. 꾸준히 나의 생각을 담은 공간과 가구 작업을 하는 것이 당장의 목표이자 꿈이다. 공간디자인 스튜디오에서 일을 하며, 쉬는 날에 개인적으로 가구를 만들며 독립을 준비했다.

로우리트 콜렉티브 막연히 사업을 하거나 내 브랜드를 갖고 싶다는 꿈이 있었다. 경영학과(Management)로 진학했던 것이 오히려 자양분이 된 것 같다. 삶에서 치밀한 계획이 얼마나 무의미한지 깨달은 이후부터는 영감이 오는 곳으로 움직인다. 분야를 가리지 않는 호기심으로 알고 넓은 경험들을 얻었다. 내 일은 생각치 못한 조합에서 만들어지는 오리지널리티의 매력을 제품과 경험으로 전하는 것이라고 생각한다. '로우리트 LOW-LIT'라는 브랜드에는 말은 주목받지 않지만 가치 있는 것들을 발견하고, 비추고자 하는 마음이 담겨 있다.

## 협업의 의미

niceworkshop 기준에 제작하였던 작품과 서로 다른 재료를 결합하고자 했다. DDPC디자인페어 플랫폼을 통해 소상공인팀으로 참여한 '로우리트 콜렉티브'와 협업을 진행하게 되었다. 서로의 의견을 존중하며 진행할 수 있어서 좋았다. 빠르게 문제점을 찾아, 시행착오를 겪으며 극복했다.

로우리트 콜렉티브 나이스워크샵으로부터 연락을 받았고 플라스틱과 반대되는 물성의 재료로 작업하는 부분과 작업의 결이 우리와 맞다고 생각해 매칭으로 이어졌다. 로우리트 콜렉티브에서 컨셉과 기획을 준비하였고, 이를 바탕으로 나이스워크샵에서 디자인 작업을 진행했다. 특히 전산볼트나 티끌 플라스틱이 가지고 있던 단일한 재료의 한계를 넘어설 수 있어 흡족했다.



# penson design × 와이즈뷰티



디자이너

동대문성벽에서  
느껴지는 안정감

penson design—류상연



소상공인

한국의 미를 소파에 구현

와이즈뷰티—김형석

## 출품작에 대한 소개

**penson design** 우리나라 디자이너들이 한국의 아이덴티티를 아름다움으로 승화시켜 세계에 많이 알렸으면 한다. 동대문 소파, 동대문 스틀 디자인도 그런 의미를 담아 만들어냈다.

**와이즈뷰티** 동대문의 아름다운 아치, 지붕의 기와, 성벽의 돌담 등을 디자인 요소로 반영해 우리의 소중하고 아름다운 문화 유산을 현대적 디자인 제품으로 만들고자 시도했다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

**penson design** 어릴 적 꿈은 자동차 디자이너였는데 지금은 더 다양한 분야의 프로덕트 디자이너로 만족하며 디자인 활동을 하고 있다. 최근에는 가구와 라이프스타일 디자인에 관심을 갖고 프로덕트를 만들고 싶다. 주변의 다양한 상품들에 관심을 갖고 좋아하고 내가 디자인해보고 그렇게 내가 잘 표현해낼 수 있는 디자인을 생각하며 디자인해왔다. 매일 생각하고 스케치하는 것이 나의 디자인이 되어가고 있다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

**penson design** 어려움보다 긍정적인 면을 생각하면서 우리의 제품을 만들어 소비자들에게 어떻게 잘 선보일 수 있을지 구체적인 방법들을 생각하고 실행해 나갈 것이다.

**와이즈뷰티** 가구 메이커 창업을 계획하고 있다.



## 협업의 의미

**penson design** 공동참여했고 만족도는 높다. 여러 공장을 찾아다니면서 새로운 이야기들을 들을 수 있던 것이 참 좋았다. 몰랐던 이야기들을 들으면서 또 새롭고 넓은 시각을 갖게 된 것 같다.

**와이즈뷰티** 함께 참여한 디자이너와 어떤 날은 밤을 지새우며 서로의 꿈을 공유하기도 했으며, 어느 날은 의견 충돌로 다투기도 했지만, 서로 많은 영감을 주고 받았다. 예전 근무했던 회사에서 디자이너와 상품기획자의 관계로 처음 만나서, 지금껏 관계를 유지하고 있다. 한국의 미를 현대적으로 재해석한 제품을 만들어 보자는 뜻을 서로 공유하고 있으며, 문제가 생길 때는 직접 업체를 찾아가 해결하는 뛰어난 문제해결 능력을 갖고 있다. 디자이너가 문제를 해결하고자 업체를 직접 조사하여 찾아가 많은 문제들을 극복할 수 있었다.

# RKRN X 스튜디오 미콘



디자이너

생각의 전환

RKRN—박민수



소상공인

콘크리트가  
아트퍼니처로 변신  
스튜디오 미콘—황하영



## 출품작에 대한 소개

**RKRN** 디자인 시작의 전제는 Miicon의 초고성능 콘크리트를 사용하는 것이었다. 주로 건축의 구조제로 사용되는 콘크리트를 제품에 사용한다는 것이 익숙하지는 않았다. 같은 생각을 가지신 분들의 생각을 자연스러운 방법으로 전환해보자고 했고 건축과 제품의 경계에 있는 것을 작업하고자 쌓아서 벽을 만들 수 있는 콘크리트 블록을 모티브로 수납장이랑 세면대를 디자인했다. 파우더룸이나 화장실에 놓여 있거나 벽의 일부가 될 수도 있고, 독립적으로 사용될 수도 있다.

**스튜디오 미콘** 내가 미래에 집을 짓고 그 속에 이런 제품을 놓게 된다면 만족스럽겠다고 생각했다. 이번 선보이는 제품들은 일반적인 가구의 형태를 탈피하고 아트퍼니처로서 콘크리트가 가진 무게감과 형태적 가능성을 다양하게 풀어낸 제품이다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

**RKRN** 오랫동안 사용할 수 있는 제품을 디자인하고 소개하는 브랜드를 만들고 이 브랜드를 오래 지속시키는 것이 현재의 꿈이다. 주변에 알고 싶고 배우고 싶은 일들이 상당히 많다.

**스튜디오 미콘** 하고 싶은 일을 원하는 때에 할 수 있는 사람을 꿈꿨고 지금은 디자인을 삶의 수단으로 살고 싶다. 건축 전공 수업을 듣다가 문득 “콘크리트로 멋진 걸 만들어봐야겠어”라고 생각했다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

**RKRN** SNS, 커뮤니티 등 온라인 활동을 적극적으로 하며 대면하지 않고 사업을 소개하고 고객을 만나는 방법을 찾고 있다. 이동으로 소비되는 시간이 적어진 만큼 제품과 서비스를 개선하는데 그 시간을 사용하려고 한다.



## 협업의 의미

**RKRN** DDP디자인페어 플랫폼에서 매칭되었는데 많은 분야의 전문가분들이 참여하여서 매칭에 따라 다르게 그려지는 과정과 결과를 상상하는 것이 즐거웠다. 모듈 가구와 조립 방식을 연구하는 RKRN에게 Miicon의 UHPC 기술력은 그간 고민이었던 하중 이슈, 그에 따른 소재의 한계 등을 뛰어넘어 해준 든든한 발판이었다. 이에 더욱 콘셉추얼한 디자인과 더 향상된 사용성을 바라보는 시야를 가질 수 있었다. 협업에 대한 각자의 목표를 하나로 일치시킨 후 이야기하는 방향과 생각을 신뢰할 수 있었다.

**스튜디오 미콘** 디자이너가 먼저 컨택했고 폐어 사무국에서도 매칭을 해주어 멋진 팀과 일할 수 있었다. 콘크리트란 소재에 각 스튜디오에서 가져가고 싶은 요소를 공유하고, 그 장단을 형태로 풀어내는 새로운 접근 방식을 들어다볼 수 있어 신선한 경험이었다.



# Studio EFO

X

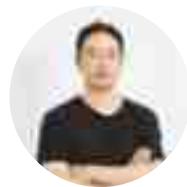
## 우드 스튜디오 웜



디자이너

Multi-function  
Furniture

Studio EFO—김현정



소상공인

사랑스러운 가구

우드 스튜디오 웜—이봉주

### 출품작에 대한 소개

Studio EFO 제품이나 가구 등을 디자인할 때 그것을 사용하게 될 개인의 선호나 취향뿐 아니라 그 사람이 가진 상황이나 조건 등을 고려한다. 이러한 접근태도는 사용자 개개인에 따라 커스텀화되고 지속적으로 변용되는 결과로 이어진다고 생각한다. 이번 출품작은 Multi-function의 주제로 사용자에 맞게 다양하게 활용가능한 제품을 디자인했다.

우드 스튜디오 웜 자신만의 공간에서도 아름다움을 추구할 수 있다. 누군가 보는 사람이 없다고 대충, 적당히 지낸다면 행복하지 않을 것이다. 작고 초라한 공간도 아름다운 가구로 채운다면 행복의 감정을 일으키는 공간이 될 것이다. 아름다움에 세월이 더 해져 잘 길들은, 사랑스러운 가구가 되길 바란다.

### 디자이너, 제작자로서의 여정

Studio EFO 한국에서 건축을 전공하고 건설사에서 근무했다. 하지만 제품디자인과 가구디자인 등 직접 만지고 가깝게 경험할 수 있는 것에 더 매력을 느꼈다. 독일에서 전공을 바꿔 제품 디자인을 공부하고 한국에 돌아와 디자이너로서 작업을 시작했다.

우드 스튜디오 웜 건축가가 꿈이었는데 방향을 전환하여 목가구 작가로 활동하고 있다. 꿈은 어느 정도 이루었고, 많은 사람과 목가구를 함께 만들기를 희망한다.

### 2021 DDP디자인페어와 그 후

Studio EFO 판매 가능한 제품들을 다양하게 디자인하여 다양한 온, 오프라인 스토어에서 작품판매 할 수 있도록 판로 개척을 할 계획이다. 올해 두번째로 페어에 참여했는데, 작년에 비해 교육 및 여러가지 지원항목들이 늘어 발전된 모습을 볼 수 있어서 좋았다.

우드 스튜디오 웜 온라인 판매가 가능한 목가구, 또는 소품을 개발해 볼 계획이다.



### 협업의 의미

Studio EFO 협업을 하면서 합이 잘 맞았고, 매우 만났기 때문에 지속적으로 디자인 디벨롭을 할 수 있었다. 전문적인 지식과 축적된 경험을 가진 우드 스튜디오 웜과의 협업으로 다양한 시도를 해볼 수 있었고, 덕분에 재료와 구조에 대한 이해도가 높아졌다.

우드 스튜디오 웜 디자이너의 권유로 참여하게 되었고 디자인과 제작을 모두 하는 작가 생활을 하는 사람인데 디자이너와 협업을 하게 되어 새로운 경험을 할 수 있었다. 작업 진행과정이 매우 흥미로웠고, 즐거운 시간이었다. 작업을 할 때면 디자인, 제작 요소요소에 고민의 지점이 많다. 협업으로 새로운 방식과 사고의 전환을 할 수 있어서 장점이 많았다.



# SUSVENEER

×

## (주)피카소퍼니처



디자이너

**SECOND  
PLYWOOD STOOL**

SUSVENEER—고경국, 조태호



소상공인

디자인의 가치,  
함께 만드는 즐거움

(주)피카소퍼니처—박영택

### 출품작에 대한 소개

**SUSVENEER** 가구 제작에는 주로 합판을 사용하는데 그 합판의 모습은 오래 동안 정형화되어 사용되고 있다. 때문에 합판의 변화는 곧 새로운 가구를 뜻하고 이에 우리는 스테인리스 금속과 고강도 컬러 MDF를 겹침으로서 새로운 개념의 합판인 **SECOND PLYWOOD**를 제안했다. **SECOND PLYWOOD**는 각 자재의 장단점을 상호보완하여 최종적으로 슬림한 형태와 세공된 재질로서 소비자에게 색다른 경험을 제공할 것이다. **SECOND PLYWOOD**로 만든 2가지 타입의 스툴(traditional span, classic span)을 프로토 타입을 제작하였으며 앞으로도 이를 발전시켜 다양한 가구에 적용해 갈 예정이다.

### 디자이너, 제작자로서의 여정

**SUSVENEER** 어릴 적은 그저 무언가를 만들고 싶었던 거 같다. 현재도 본연의 그것은 동일하나 이제는 누군가에는 필요한 것을 만들고자 하고 있다. 그리고 그것들이 어느 날 들이켜 보았을 때 의미 있는 가치로서 귀결되길 바란다. 우리는 순수했고 주체적인 활동이 우리의 가치를 증명해줄 것이라고 믿고 있다. 지금도 그 일련의 과정 중에 있으며 실제적인 결과물을 통해 계속해서 파편들을 쌓아가고 있다.

### 2021 DDP디자인페어와 그 후

**SUSVENEER** 다방면으로 활동영역을 넓히고 있으며 코로나가 종식되었을 때 다시 도모될 수 있는 사업들을 사전에 준비하고 있다. 내년 DDP디자인페어에 다양한 분야의 소상공인과 실제 제품개발이 필요한 업체들의 참여가 이루어지길 바란다.



### 협업의 의미

**SUSVENEER** DDP디자인페어에서 제공하는 매칭 플랫폼을 통해 협업을 할 수 있게 되었다. 매칭이 쉽지 않았지만 주최측의 적극적인 도움으로 이렇게 참여할 수 있게 되어 감사하게 생각하고 있다. 항상 새로운 작품을 제작하는 것은 많은 저항 따르고 그것을 관철시키는 것은 부단한 노력이 따른다. 하지만 이번 협업에서는 우리의 생각을 적극적으로 동조해주고 해결을 위해 같이 고민해 준다는 것이 좋았다. 구상대로 구현하는 것은 일반적인 작업 방식이 아니었기에 제작이 쉽지 않았다. 이에 우리도 적극적으로 제작에 참여함으로써 작품을 무사히 완성할 수 있었다.

(주)피카소퍼니처 디자이너의 노력과 열정이 대단하여 디자인 및 작품이 잘 이루어졌고 높은 참여의식에 감동받았다. 우리의 활동에 더 관심과 지원이 필요하다 생각한다.



# 로우리트 콜렉티브

X

## 아이쿱생협

디자이너

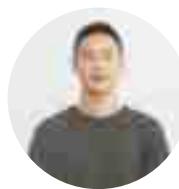
폐플라스틱을  
디자인 재료로

로우리트 콜렉티브—최재식

소상공인

기후환경  
솔루션을 제시

아이쿱생협



### 출품작에 대한 소개

로우리트와 아이쿱생협은 자연드림 씨앗재단에서 주관하는 '기후행동 파트너스' 사업을 통해 사탕수수 HDPE와 혼합 플라스틱을 재료로 제품화 하는 연구들을 이어가고 있다. 이번 콜라보 전시는 업사이클링 디자인 사례를 소개하는 데서 나아가, 책임 있는 생산자의 시선으로 자원순환 과정을 경험할 수 있도록 구성하였다. 100% 자원 순환이 가능한 생수, 아이쿱생협의 '기픈물'은 사탕수수 HDPE 플라스틱 뚜껑과 테트라 종이팩으로 구성되어 있다. 로우리트 콜렉티브는 바이오 플라스틱 뚜껑을 활용해 11월 출시된 티슈 케이스를 비롯하여, 다양한 오브제와 소품들로 리퍼포징할 계획이다.

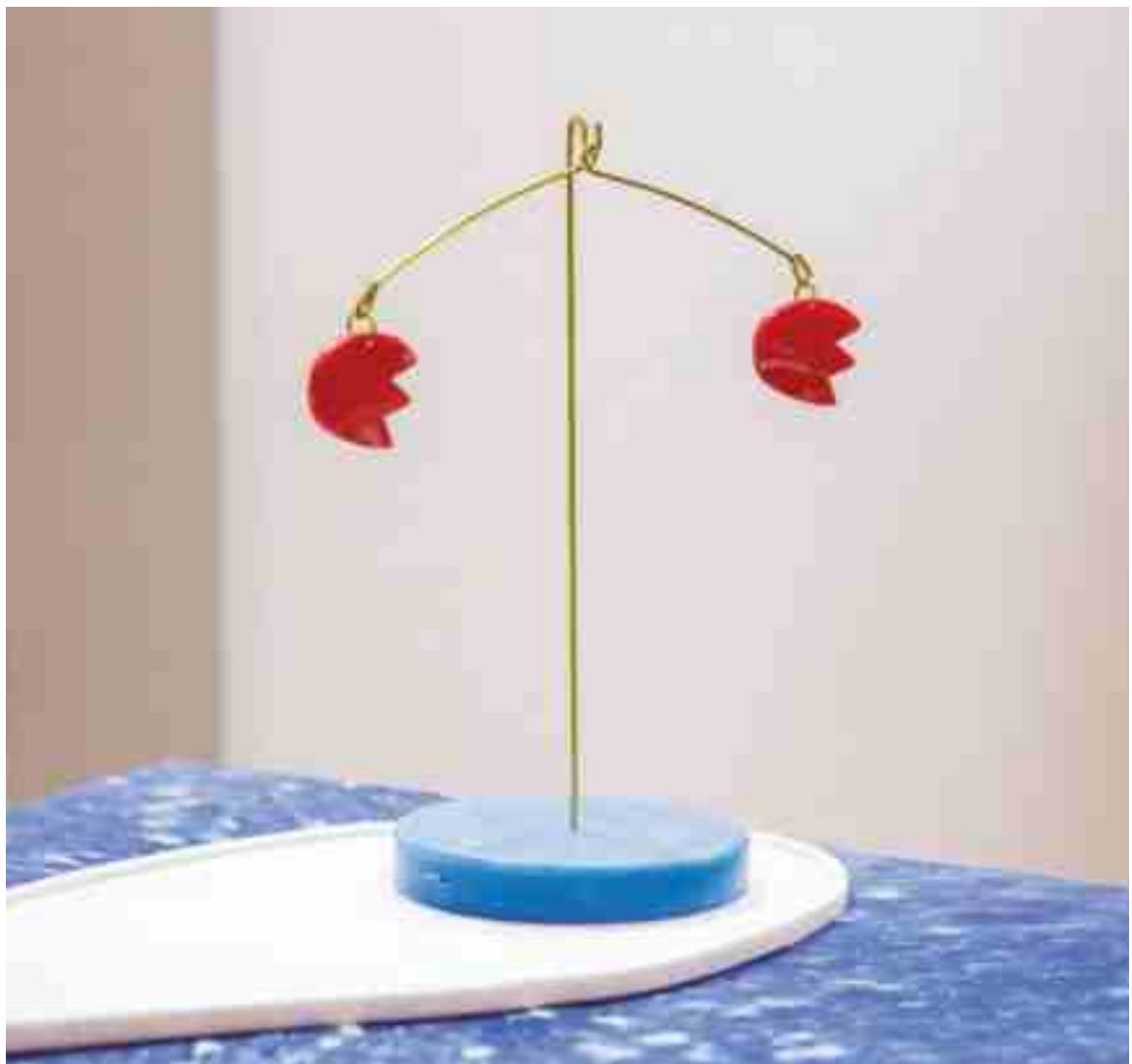
### 디자이너, 제작자로서의 여정

로우리트 콜렉티브 로우리트 콜렉티브는 현대미술 작가, 디자이너, 아트디렉터가 모인 리퍼포징 스튜디오다. 버려지는 것들로부터 곁에 두고 싶은 가치를 발견하는 일을 한다. 로우리트 콜렉티브는 선별장에서 재활용되기 어려운 플라스틱을 재료로 자원순환 접점을 그리는 제품을 디자인한다. 이번 전시에서 함께 하는 아이쿱생협은 '치유와 힐링'의 가치를 중심으로, '나와 이웃과 지구를 살리는' 책임 있는 생산과 소비를 실천하는 협동조합이다. 미세 플라스틱 제로 소금, 트레이를 뺀 김 등 플라스틱 문제를 해결하기 위한 실천적인 노력들을 기울이고 있다. 이번 콜라보 전시는 업사이클링 디자인 사례를 소개하는 데서 나아가, 책임있는 생산자의 시선으로 자원순환 과정을 경험할 수 있도록 구성했다. 로우리트 콜렉티브와 아이쿱생협의 DDP 콜라보 전시는 자원순환을 통해 만들어진 제품 사례들에 대한 소개보다, 그 과정이 더욱 드러나야 한다는 생각에서 '작업실' 또는 '라이브러리' 형태로 구성하였다. 소비자로만 머물러 있던 관객에게 재료 수급, 수거 과정부터 가공까지 순차적으로 전달함으로써 자원순환의 접점을 만드는 것이 목표였다. 부스 공간은 재가공된 PCR (Post-Consumer Recycled) 플라스틱의 다양한 패턴과 샘플을 진열하여 시민들로 하여금 직접 소재를 만져볼 수 있게 꾸며졌다. 시민은 티끌 플라스틱과 혼합플라스틱을 하나의 재료로 인식하는 생산자적 체험을 할 수 있었다.



### 협업의 의미

**아이쿱생협** 아이쿱생협의 비전은 건강한 먹거리를 누구나 누리면서 사는 것이다. 아이쿱생협은 먹거리를 넘어 우리의 생활을 위협하는 기후환경 문제에도 큰 관심을 가지고 환경문제를 해결하는데도 많은 힘을 기울이고 있다. 플라스틱 문제를 해결하기 위한 실천 속에서 로우리트콜렉티브를 만났다. 아이쿱생협이 출시한 종이팩 물의 종이팩과 뚜껑을 회수하여 어떤 제품을 만들까 고민하면서 로우리트 콜렉티브의 디자인 능력과 아이쿱생협의 혼합플라스틱 재활용 기술이 만났다. 재활용 디자인에 높은 능력을 가진 팀을 만나게 되어 좋았고 청년들이 환경에 관심을 가지고 자신의 능력을 활용해 사회의 대안을 마련해 가려는 모습이 좋았다. 논의 과정에서 의견을 조율해 가는 모습 속에서 좋은 시너지를 냈다. 두 팀은 서로의 강점을 파악하고 이해하고 대화를 통해 조율하면서 결정했다.



# 하이오 장 × 스튜디오 올앤올

디자이너



일상의 소중함을  
가구에 그리다  
하이오 장

소상공인



가구에 컬러로  
새로움을 더하다  
스튜디오 올앤올

## 출품작에 대한 소개

하이오 장 평범한 일상의 소중함을 절실히 깨닫는 요즘이다. 아이와 자유롭게 거닐고 사랑하는 이와 마음껏 안을 수 있는 그날을 기다리며 작업했다.

### 디자이너, 제작자로서의 여정

하이오 장 하고 싶은 일을 찾아가는 과정이라고 생각한다. 여러 시행착오가 있었고 지금도 그렇다.

스튜디오 올앤올 스튜디오 올앤올의 첫음 "올"이 실의 최소 단위를, 두 번째음 "올"이 모든 것, 최고를 뜻한다. 하나하나 최선을 다했다.

### 협업의 의미

하이오 장 가구에 그림을 더하는 작업이었다. 개인적으로는 다른 분야의 분들과 작업할 수 있어서 확실히 차별화된 결과물이 나온 듯 하여 만족하였고, 또 다른 협업의 가능성을 볼 수 있었던 좋은 기회였다.

스튜디오 올앤올 이번 협업을 통해 천연원목의 가구와 소품에 멋스러운 옷을 입혔다. 올앤올의 대표 암체어에 하이오 장 디자이너의 터치가 새로웠다.



# 몽냥 X 스튜디오 올앤올



디자이너

편안한 일상을 그리다

몽냥–이수경



소상공인

친환경 우드스피커

스튜디오 올앤올

## 출품작에 대한 소개

몽냥 평소 튜거나 화려한 디자인의 물건을 집에 두는 것 을 극도로 싫어하기 때문에 작은 소품에 들어가는 일러스트지만 최대한 간결하고 편안한 느낌을 내고 싶었다. 그래서 쉼을 표현하고 식물이나 꽃의 이미지를 주로 사용했다. 별 좋은 날 피크닉 매트를 깔고 포근한 담요를 덮은 채 누워 하늘을 보는 이미지를 상상했다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

몽냥 그림으로 생계를 꾸려가며 사는 것, 모든 것에 구애 받지 않고 그림 그리는 삶을 사는 것이 꿈이다. 모든 것은 '내 것', '내 일'을 하고 싶다는 마음에서 출발했다. 그리고 내 생각, 내 경험, 내 일상, 나의 말을 컨텐츠로 전하다보니 많은 공감을 얻었을 뿐이다.

**스튜디오 올앤올** 스튜디오 올앤올의 첫음 "올"이 실의 최소 단위를, 두번째음 "올"이 모든 것, 최고를 뜻한다. 하나하나 최선 을 다했다.

## 협업의 의미

몽냥 공동참여했으며 늘 비슷한 주제로 화면으로만 작업하는 편이라 인쇄물이나 일러스트에 관심이 있었는데 이번 기회로 접해볼 수 있어 좋았다.



# 김하늘 X 이니스프리



디자이너

마스크와 공병의 변신

김하늘



소상공인

지속가능한 아름다움

이니스프리

## 출품작에 대한 소개

김하늘 버려지는 마스크를 재활용한 소재로 가구 시리즈를 선보였다. 디자이너 김하늘은 버려지는 마스크를 가구 형태의 거푸집에 넣어 뜨거운 열풍으로 녹이고, 굳혀 단단한 가구로 만들었다. 이번 협업은 기존 작업 방식에 이니스프리의 공병수거 캠페인을 통해 수거된 공병들을 함께 녹여 가공하는 작업이었고, 파쇄된 공병 조각들은 마스크와 함께 녹아내리며 조형적인 요소가 되고, 테라조 티일을 연상케 하는 질감이 탄생했다.



## 디자이너, 제작자로서의 여정

김하늘 영향력이 있는 사람이 되고 싶었다. 그것이 어떠한 분야의 직업이든, 세상에 영향력을 줄 수 있는 그런 사람. 가구 기반 디자인을 전공한 후로는, 사람들에게 저의 작품을 알리고, 그 안에 담긴 메시지를 던질 수 있는 영향력 있는 디자이너가 되려고 열심히 공부한다. 처음 세상에 선보인 작품이 긍정적인 리액션을 받았을 때 확신을 얻을 수 있었다. 내가 만들고, 이야기하는 메시지를 많은 분들이 공감해주었을 때, 책임감과 열정이 저를 더 공부하게 만들었다.

이니스프리 이니스프리는 고효능 클린 제품으로 건강한 아름다움을 추구하고 환경에 미치는 영향력을 줄이기 위해 행동하는 에코컨서스 뷰티 브랜드이다. 이니스프리가 아름다움을 위해 하는 모든 일들이 지구에 불필요한 영향을 끼치지 않도록 지속 가능한 아름다움을 위해 노력한다.

## 협업의 의미

김하늘 이니스프리와 11월 협업 전시를 기획하던 중 다소 협소한 전시 공간 때문에 많이 추려야 했는데, 그 시점에 더 넓고 대중적인 공간에서 결과물을 보여줄 기회가 찾아왔다. 협업으로 탄생할 작품에 담긴 메시지는 강하고 이니스프리와도 서로 공감하며 만족하고 있다.

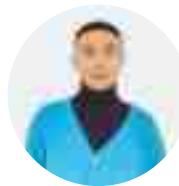
작업적으로는 새로운 소재를 결합하여 새로운 텍스처를 개발할 수 있다는 사실에 흥미로웠다. 그 이외에도 기업의 아낌없는 지원, 전시를 관련하여 체계적으로 진행되는 미팅이나 업데이트 등이 좋았다. 서로 다른 소재를 조화롭게 결합하여 녹이는 작업이 어려웠고 기존에 다루던 단일 소재의 대안 매뉴얼과는 또 다른 연구가 필요했기 때문에, 실험을 반복하며 극복해야 했다.

서로 다른 소재가 만나 결합되는 것과, 손바닥을 서로 마주하며 부딪치는 행위가 짙은 것 같다. 협업 작업은 하이파이브처럼 기분이 좋고, 재미있는 일이었다.

이니스프리 2003년 시작한 '공병수거 캠페인'은 화장품 용기가 환경에 미치는 영향을 줄이기 위해 다 쓴 화장품 용기를 수거해 재활용하고, 동참해 준 고객에게 베네핏으로 돌려주는 이니스프리의 대표 친환경 캠페인이다. 수거된 공병은 제품 용기, 인테리어 마감재, 생활용품 등으로 재탄생한다. 이번 김하늘 디자이너와의 협업을 통해 폐마스크 소재와 공병 플라스틱이 만나 새로운 작품으로 탄생되면서 플라스틱의 선순환 과정을 또 한 번 경험할 수 있었다. 협업 과정에서 큰 어려움은 없었다. 폐마스크를 공병 분쇄물을 믹스하여 새로운 질감을 만들어 내는 첫 시도였는데, 김하늘 디자이너가 적극적인 마음으로 동참해주어 좋은 작품이 탄생된 것 같다.



# 연진영 × 코오롱



디자이너

재고로 버려지는 패딩을  
가구로 되살리다  
연진영



소상공인  
지속가능한 지구를  
위한 작은 노력  
코오롱

## 출품작에 대한 소개

재고가 된 패딩을 활용하여 모듈 소파를 제작했다. 패딩을 가구 오브제로 새롭게 디자인하고 재조합해서 또다른 기능과 가치를 부여해 지속가능성에 대해서 이야기하는 작업이다. 패딩 체어 시리즈를 만들면서 패딩이 가구가 되었을 때 어색하지 않고 자연스럽게 받아들일 수 있으면서도 중간중간 포켓과 일정하지 않은 패턴들을 통해 낯선 느낌을 동시에 느낄 수 있는 재미있는 포인트가 된다. 나아가 전면에 드러나는 것 외에 재고로 남게 되는 것들에 대해 우리는 주목하고 책임지는 모습이 필요한 때다.



# 스튜디오 페시 × 페이퍼팝



디자이너

종이에 대한 새로운 시각

스튜디오 페시—전병희



소상공인

모든 것은 종이로

다시 태어난다

페이퍼팝—박대희

## 출품작에 대한 소개

페이퍼팝 MDF 합판, 플라스틱 등의 소재는 폐기시 재활용되지 못하고 매립 및 소각되어 처리된다. 지속 가능한 소재 종이로 디자이너와 협력하여 새로운 작품을 만들어보았다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

페이퍼팝 어렸을 때부터 만드는 것을 좋아했다. 인쇄 박스 만드는 회사에 근무하던 중 종이로 책장을 만들어 본 제품을 판매하기 위해 페이퍼팝을 시작했다.

## 협업의 의미

스튜디오 페시 한정적인 소재와 가공방식을 활용하여 완성도 높은 제품을 디자인하는 것은 어려웠지만, 페이퍼팝과의 밀접한 협업관계 덕분에 기준에 시도되지 않았던 부분에 대해 과감하게 도전해볼 수 있는 기회가 되었다.

페이퍼팝 스튜디오 페시와는 다양한 프로젝트를 진행했으며 진행할 때마다 새로운 아이디어와 영감을 얻을 수 있어 매우 만족스럽다. 새로운 시각에서의 제품과 디자인을 바라보는 관점을 배울 수 있는 기회가 되었다. 화상회의 및 많은 대화로 제작과 디자인에 대해 이야기하며 어려움을 극복했다.



생활공간 혹은 공공장소에서 인테리어 요소로 돋보일 수 있는 골판지 가구  
인 가구 중대에 따른 찾은 이사와 흙인테리어에 대한 관심이 증가함에 따라 가구 폐기물이 증가하고 있다. 이에 대한 대안 중 하나인 골판지 가구는 인테리어에 대한 관심과 안목이 높아가는 소비자들을 만족시키기에는 다소 아쉬운 부분이 있다. 이런 점을 해소하기 위해 스튜디오 페시와 페이퍼팝은 기존의 골판지 가구의 이미지에서 벗어나, 생활공간 혹은 공공장소에서 인테리어 요소로 돋보일 수 있는 제품을 개발하기 위해 힘을 모았다.

이번 DDP디자인페어에 출품한 'WORKSHOP 스타틀'은 소비자들이 쉽게 조립할 수 있고, 크기가 작고 가벼워서 다양한 공간에서 다양핚 용도로 활용이 가능하다. 사용자의 의도에 따라 의자로 활용되고, 경우에 따라 작은 소품을 올려놓을 수 있는 협탁으로 활용되거나, 때로는 존재 자체로 인테리어 오브제로 활용이 가능한 이점이 있다.

스튜디오 페시 전병희 디자이너는 한정적인 소재와 가공방식을 활용하여 완성도 높은 제품을 디자인하는 것은 어려웠지만, 페이퍼팝과의 밀접한 협업관계 덕분에 기준에 시도되지 않았던 부분에 대해 과감하게 도전해볼 수 있는 기회가 되었다고 말했다. 페이퍼팝의 박대희 대표는 높은 가격의 접근하기 어려운 디자인 제품이 아닌, 합리적인 가격에 부담 없이 구입할 수 있는 실용적인 종이 가구제품을 만드는 새로운 경험을 할 수 있는 의미 있는 시간이 되었고 앞으로 더욱 다양한 제품들을 만들 것을 약속했다. 페이퍼팝은 일상의 물건들을 종이로 만드는 회사로 침대, 책장, 책상 등의 소품을 종이로 만들고 있다. 쉽게 버려지는 가구를 재활용 높은 종이로 제품을 만들어 재활용 생태계를 선순환하는 데 큰 역할을 하고 있다. 스튜디오 페시는 가구, 제품, 인테리어, 소품 등 사람이 실제로 만질 수 있는 유형의 모든 것을 디자인하고 있는 산업 디자인 스튜디오다.



# 널스튜디오 × 감성공업



디자이너

DIY의 흥미로움

널스튜디오–이정민



소상공인

오브제의 힘

감성공업–심재명

## 출품작에 대한 소개

널스튜디오 “나무가 주는 자연의 감성을, 여러분의 취향을, 그리고 하우스 무드에 따라 걸고/놓고/붙이며 자유롭게 활용 가능한 DIY 생활소품”

1인 가구로 협소한 공간에 살아가는 개인의 스토리지만 모두의 라이프 스타일이 될 수 있는 지점에서 컨셉을 착안하였다. 코로나 블루로 무너진 감정 밸런스를 우드가 가진 따뜻함과 나의 취향으로 채우는 계기가 되었으면 한다. 향후에도 각 개인이 가진 라이프 스타일에서 영감을 얻어 사람들에게 오브젝트의 가치를 제시하는 길을 걸어가고자 한다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

널스튜디오 살아가는데 있어 사람과 물건 또는 물건과 물건 사이에 빈 공간(null space)은 생길 수밖에 없고, 그 빈 공간을 오브젝트가 가진 감성으로 채워 더 멋진 삶(wonderful life)이 되었으면 한다. 이에 새로운 또는 이미 있던 오브젝트에 가치를 부여하고 정의하는 창작 그룹인 '널스튜디오(null studio)' 브랜드를 런칭하게 되었다. 문화예술 프로젝트이든, 제품 컨셉이든 제 개인의 삶에서 스토리를 가져오는 편이다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

널스튜디오 장기적으로 함께 갈 협업팀을 만나고 시제품 개발비까지, 브랜드를 런칭하고 제품을 개발하는데 있어 좋은 기회가 되었다.

## 협업의 의미

널스튜디오 가시적인 형태에만 집중하기 보다는 제품이 가진 본질, 가치를 이해하고 제작하는 감성공업의 색과 결이 제품을 개발/제작하는 협업 과정에 있어 좋은 시너지를 낼 수 있었다. 진행을 하다가 고민이 되는 부분은 바로 전화하거나 공방으로 찾아가서 해답을 얻었다. 수학과를 전공하였다 보니 컨셉이나 기획을 설명할 때 수식관계를 그림으로 표현하는 편이다.

감성공업 협업의 어려움은 생각의 차이였지만 꾸준한 대화로 극복했다. 임의에 구획 또는 물리적으로 제한된 공간도 구성되는 오브제의 역할로 얼마든지 제한된 영역을 확장 또는 축소할 수 있다. 소품 또는 가구의 위력이라고 생각한다.



# 올리브린 × 감성공업



디자이너

휴대성을 강조한 화구

올리브린-정효린



소상공인

색다른 사고의 확장

감성공업-심재명

## 출품작에 대한 소개

올리브린 그림으로 힐링하고 싶은 분들을 위한 감성 그림 화구를 제작하였다. 메인은 물감을 담는 팔레트인데 자석과 철제를 사용하여 사용이 편리하며, 팔레트의 기능은 모두 담되 휴대가 간편하도록 제작되었다. 이와 어울리는 봇 거치대, 물감통을 세트로 구성하였다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

올리브린 어릴 적에는 선생님이 꿈이었던 거 같습니다. 지금은 직장을 그만두고 프리랜서 작가로 활동하며 디자인 및 클래스 운영도 하게 되었는데 나만의 브랜드를 만들어 확장시키고 싶은 꿈이 있다. 좋아하는 그림을 꾸준히 그리다보니 같은 관심사를 가진 분들을 SNS로 많이 알게 되어 그분들에게 영감과 힘을 얻게 된거 같다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

올리브린 난민촌의 틈새 공간에도 화분의 꽃은 피어난다. 아무리 힘들고 어려워도 아름다움을 갈구하는 인간의 본성이 바뀌지 않는 한 예술은 불경기를 충분히 극복할 수 있다. 페어에 지속적으로 참가할 예정이다. DDP디자인페어가 디자이너들의 판로를 제시하는 플랫폼이 되기를 바란다.

## 협업의 의미

올리브린 생활예술인페어에서 알게 된 목공방 감성공업과의 인연으로 디자인페어에도 참여하게 되었다. 구상만 해오던 것을 실제 제품으로 제작하게 되어 굉장히 만족도가 크다. 디자인만 하고 실물로는 만들지 못하는 경우가 많았는데 메이커의 피드백으로 더 멋진 제작물이 완성되어 앞으로도 만들고 싶은 게 많아졌다. 메이커 공방을 찾아가 직접 아이디어를 전달하고 피드백 받는 과정을 거쳤다.

감성공업 그림을 그리는 입장에서 미술도구 제작과 메이커로서의 미술도구 제작에 혁연한 차이가 있음을 경험했다. 미술 도구를 어떻게 사용할 것인가 보다 어떤 과정에서 사용되고 만들어 질 것인가에 대한 색다른 사고의 확장을 경험했다.



# 까사도페라

X

## 일상사물



디자이너

**K-culture! K-design!**

까사도페라—신동임



소상공인

**조각보 디자인의  
가치를 재조명**

일상사물—김현경

### 출품작에 대한 소개

까사도페라 친환경 천연소재인 실크, 모시로 만든 조각보와 나무죽자를 만들었고 전통공예의 정체성을 지닌 아름다움은 친환경적이고 한옥과 잘 어울릴 뿐만 아니라 서양식 의식주 속에서 더욱 돋보인다. 특히 외국인과 해외에서 더 주목받고 있다. 가장 한국적인 것이 가장 세계적인 아이템이다! K-CULTURE! K-DESIGN!

일상사물 패브릭 포스터를 거치하는 많은 행잉프레임이 있으나, 네모 반듯한 형태의 제품뿐이라 조금 더 한국적인 미를 나타내는 방법을 고민했다. 한옥 처마의 둥근 선, 위로 솟은 우아한 매력, 정렬되어 있는 날렵한 사선 등의 요소를 이용하여 행잉프레임을 제작했다.

### 디자이너, 제작자로서의 여정

까사도페라 무대의상 디자이너가 되고 나서 시대적 복식 위주인 오페라 의상에 나만의 독창적인 디자인을 고민하다가 전통조각보 문양을 많이 사용하였고 이번 DDP디자인페어를 통해 조각보문양의 대중화를 위해 디지털 프린트작업과 조각보의 가치를 돋보이게 해주는 목공예회사 일상사물과의 협업을 진행했다. 에르메스, 샤플, 구찌 등 해외명품 브랜드 조각보 디자인을 차용하는 것을 보면서 내가 붙잡고 왔던 조각보의 가치가 옳았고 일상생활 속에 조각보의 아름다운 디자인을 널리 보급하는 데 일조하고자 마음을 먹었다.

일상사물 메이커가 된 지금의 꿈은 자생하는 법을 아는 것을 원한다. 우연한 기회에 목공을 접하게 되어 나무를 다루는 일을 업으로 삼고 있다. 감사한 주변의 인연들과 나의 선택들의 합이 현재의 길을 걷게 만들었다. 확고한 나만의 길을 가고 있는지는 매 순간마다 의문이 들지만, 나름의 방향으로 가고 있다는 생각이다.



2021 DDP디자인페어와 그 후  
까사도페라 와디즈, 스마트스토어, SNS 등을 통해서 판로  
를 확보할 예정이다. 페어에는 올해 처음 참여했는데 다양한 분야  
의 디자이너와 소상공인들의 작업을 볼 수 있어서 좋았다.

### 협업의 의미

까사도페라 일상사물 대표와의 첫만남에서 서로의 가치를  
알아보았고 직물과 나무라는 천연소재의 공통점이 서로를 돋보  
이게 해주리라는 믿음으로 협업을 진행하였고 매우 만족한다. 조  
각보전시를 할 때마다 봉이나 낚시줄을 이용하고 했었고 그 부분  
이 늘 아쉬웠었는데 족자의 아름답고 단아한 자태가 조각보의 가  
벼움을 잡아주고 돋보이게 해주었고 다른 작품으로 갈아 끼울 수  
있다는 간편함이 좋았다.



# Kim Ran X 니들앤코(에코프리즘)



디자이너

아늑한 위로

Kim Ran-김란



소상공인

일상의 예술

니들앤코(에코프리즘)  
—임정아

## 출품작에 대한 소개

Kim Ran “포근하고 아늑한 위로를 덦는다고 생각해주세요.” ‘Flower in vase’의 이름을 가진 니트 블랭킷은 드로잉 노트에서 출발했다. 아름다운 영감이 되어주는 일상의 예술, 이를 통해 따뜻하고 편안하게 마음에 작은 위로가 되었으면 하는 마음에서.

니들앤코 일상에서 따뜻하고 서정적인 작가의 예술 작품을 느낄 수 있는 니트 블랭킷이다. 고급스러운 면소재의 편안함과 니트가 주는 따뜻한 위로가 담긴 블랭킷 하나로 일상은 아뜰리에로, 정원이 된다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

Kim Ran 작가로서, 디자이너로서, 사람들에게 따뜻함과 온전한 안락을 주는 그런 작업을 선보이고 싶다. 내게 주어진 재능과 내가 정말 좋아하는 것, 즐거워하는 것은 무엇일까 끊임없이 고민했다. 즐거움을 찾아 집중하니 자연스럽게 내 길을 걷게 되었다.

니들앤코 디자이너이자 메이커로서의 꿈은 지속 가능한 일상을 지키는 우리나라 대표 라이프스타일 브랜드로 성장하는 것이다. 현재 친환경, 업사이클링 소재를 가지고 니트 제품과 라이프스타일 브랜드를 운영하고 있다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

Kim Ran 온라인 사업을 기반으로 ‘Atelier Grenier’라는 분명한 정체성을 가진 라이프 스타일 브랜드를 기획하고 있다. 세계를 무대로 일상의 예술을 전할 수 있는 홈 스타일링 브랜드를 전개하고자 한다.

니들앤코 이번 페어를 계기로 예술적 감성이 담긴 니트 소재의 라이프스타일링 제품을 확대해 나갈 예정이다.



## 협업의 의미

Kim Ran 모두가 생각하는 방향과 시점이 다르기 때문에 협업은 참 어려운 일인것 같다. 하지만 원활한 소통을 위해 자주 만나 회의를 하며 작업에 대한 어려움을 토로하고, 해결해 나가려는 노력을 통해 극복할 수 있었다고 생각한다.

니들앤코 디자이너가 요구하는 부분을 제품상으로 구현이 어려운 부분들이 있었다. 그럴 때는 의견 조율을 통해 가능한 디자이너가 꼭 표현하고 싶은 부분을 지키도록 했고, 디자이너도 생산적인 부분을 고려해 디자인을 조정해 좋은 제품을 만들 수 있었다.

# 크레카 × 달팽이



디자이너

유니버설 디자인

크레카-임선화



소상공인

다양한 새로운 시도로

라이프 스타일링

달팽이-최원혁



## 출품작에 대한 소개

달팽이 유니버설 디자인으로 목디스크 환자에게도 좋지  
만 캠핑, 사무실 등 다양하게 활용하여 어디서든 편안한 휴식할  
수 있는 베개 겸 매트다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

크레카 태어난 이상, 모두 각자 자신만의 길을 걸어가게  
됩니다. 좋은 삶은 다 자기가 만들어가는 세상이라고 생각한다.

달팽이 어릴 적 꿈은 다른 아이들과 마찬가지로 과학자,  
수학자.. 좀 커서는 댄서..^^ 목 디스크가 심해서 목에 맞는 베개를  
찾다가 직접 개발하여 메이커가 되었다. 현재 꿈은 디자이너 사업  
가로 많은 사람들에게 인정받는 유니버설 디자인 회사를 키우는  
게 꿈이다.

아버지가 화가셔서 자연스럽게 미술을 전공했고 20년  
넘게 디자이너로 생활하였다. 디자이너 생활을 하다 보니 조직보  
다는 내 일, 내 아이디어에 집중하게 되고 불편한 것을 그냥 받아  
들이지 못하는 성격이어서 그런 걸 고쳐나면서 일과 접목시키는  
거 같다.

## 협업의 의미

크레카 달팽이베개는 이전부터 알고 지냈는데 협업 제의  
를 받고 함께하게 되었다. 새로운 경험을 하게 되었고 소소하게  
작업해 오던 일을 제품화할 수 있어서 좋았다. 다양한 레퍼런스를  
많이 찾아보고 시도해보면서 해결했다. 유니버설 디자인을 강조  
하고 싶고 많은 사람들이 사용해보고 편안함을 느꼈으면 좋겠다.

달팽이 베개 제작은 처음이라 DDP디자인페어 플랫폼에  
서 디자이너를 찾았다. 우여곡절 끝에 전부터 알고 지내던 디자이  
너와 협업하게 되었다. 달팽이 베개를 처음 개발할 때부터 아이디  
어를 냈던 분이었고 자수, 봉제쪽으로도 경험이 있어서 함께하게  
되었다. 둘 다 전공이 섬유쪽이 아니었지만 오히려 다양한 아이디  
어를 많이 시도해볼 수 있고 과정에서 많은 것을 경험할 수 있었  
다. 아이디어가 막히면 동대문을 돌아다니거나 봉제공장에 찾아  
가며 해결했던 기억이 남는다.



## 도예공방 이충그륵



디자이너

개인의 취향과 관심을  
머무르게 하다

도예공방 이충그륵–조영희



소상공인

개인의 취향과 관심을  
머무르게 하다

도예공방 이충그륵–조영희

### 출품작에 대한 소개

도예공방 이충그륵 공간 어디에라도 좋다. 좋아하는 와인 한 잔 마시며, 읽고 있거나 읽고 싶은 책을 읽어도 좋다. 꽃 한 송이로도 만족스러운 화병, 때로는 아로마 향을 담은 디퓨저로, 인센스 홀더로, 촛불 밝혀줄 캔들 홀더로 내가 담고 싶은 취향을 담아 두면 된다. 어쩌다 시선이 머무르면 행복한 시공간을 만들어 줄 수 있는 개인의 취향과 관심을 머무르게 하는 소품이다.

### 디자이너, 제작자로서의 여정

도예공방 이충그륵 막연하게 손으로 만들고 구성하는 것을 즐겼다. 지금은 공예가가 되어 스스로 디자인하고 만들고 사용하고 있음에 만족한다. 더불어 많은 분들이 공감하고 즐겨 사용하는 제품을 만들고 싶다. 대학에서 도예를 전공하며 자연스럽게 도예 가의 길을 가고 있으며 시간이 부여하는 사회, 문화적 경험과 환경의 다양함을 받아들이고 그 안에서 나의 길을 찾아가고 있다.

### 2021 DDP디자인페어와 그 후

도예공방 이충그륵 코로나 이전에 대한 기대보다는 현 상황을 받아들이고 변하는 시대에 맞게 개인의 삶의 가치를 높이는 소비상품과 환경친화적 관심을 담은 제품을 기획하고 있다.



# 어그리드 스튜디오 × 도피



디자이너

꽃이 이루는 향기로운 세상  
어그리드 스튜디오  
—김태인, 오지현, 이윤지



소상공인

식물이 뿐어내는  
좋은 기운을 담다  
도피—박은정, 이가영



**출품작에 대한 소개**  
어그리드 스튜디오 꽃누리한\_아름다운 꽃들이 이룬 세상은  
참으로 크고도 넓다.  
도피 귀여운 꽃 컵케익, 식물이 뿐어내는 좋은 기운을 하  
나의 공간에서.

**디자이너, 제작자로서의 여정**  
어그리드 스튜디오 새로운 소재로 재미있는 일을 해보고 싶  
고 도전해보고 싶은 디자인이 많아서 차근차근 해보고자 스튜디  
오를 시작했다.

도피 소상공인으로 제품을 판매하는 입장이지만 이러한  
경험을 바탕으로 여러 프로젝트를 함께 만들어갈 브랜딩 디자이  
너로 활동하고 싶고 나이가 들어 소소한 매장을 운영하고 싶다.  
항상 위축된 모습으로 살아오면서 스스로 활발하게 움직이게 해  
준 것이 그림을 그리거나 디자인을 하는 것이었다.

## 협업의 의미

어그리드 스튜디오 서로 추구하는 방향성이 같아 자연스레  
매칭되었다. 캔들 제작에 있어서 시행착오를 함께 겪으며 최선의  
해결책을 도출할 수 있는 기회여서 좋았다. 서로 적극적인 피드백  
을 주고받았다.

도피 DDP디자인페어 매칭 플랫폼에서 3D프로그램 사  
용 가능과, 하나의 오브제로 센스있게 디자인을 잘 하는지를 중점  
으로 보고 먼저 연락했다. 제품의 방향성에 대해 욕심이 많았는데  
이번 기회로 조금 자리잡을 수 있어 좋았다. 빠른 기간내에 급하  
게 만들어서 아쉬웠지만 소상공인 입장으로 디자이너를 믿고 따  
랐다.



# 괄호프로젝트

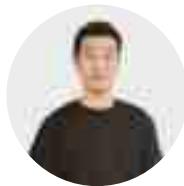
X

## 동경금속



디자이너

멀티 요리기구 & 난로  
괄호프로젝트  
-최은정, 구본규



소상공인

영구적 사용 가능한  
캠핑 용품  
동경금속-천수열



### 출품작에 대한 소개

괄호프로젝트 틴맨스토브는 지금까지 없었던 디자인과 기능성으로 멀티 요리와 스토브의 기능을 선보이는 캠핑, 일상 생활 제품이다. 숯불 장작 요리만의 강점을 최대화해주는 스모커의 기능과 캠핑에서는 잘 할 수 없었던 오븐 요리까지 구현이 가능하며, 집에서도 가스 버너를 통해 오븐요리, 그릴요리, 로스팅 요리를 할 수 있는 유니크한 장점이 있다. 틴맨스토브만의 레시피로 일전에는 해보지 못했던 요리를 손쉽게 야외에서 실내에서 즐기는 진정한 멀티 요리기구이자 난로다!

동경금속 틴맨스토브는 100% 시보리 수작업으로 만들어진 공예품이다. 올해 6월에 시작한 프로젝트로 다수의 실험과 시행착오를 거쳐오며 4차 파일럿 제품까지 만들어 보며 고객의 편의성을 최대화했다. 단순한 디자인인 것 같으면서도 다양한 기능을 갖춘 멋진 제품이라 생각한다. 잘 관리하면 영구적으로 사용할 수 있는, 여태까지 볼 수 없었던 감성 캠핑용품이 될 것이다.

### 디자이너, 제작자로서의 여정

괄호프로젝트 최은정 괄호프로젝트를 시작하고 나서는 좋은 물건을 좋은 가격에 출시하는 게 현실적인 목표다.

괄호프로젝트 구본규 괄호프로젝트를 세계적인 기업으로 키워보는 것이 꿈이다.

동경금속 어렸을때부터 현 동경해라시보리의 사장님인 아버지가 하는 일을 보며 컸다. 동경해라시보리(동경금속)는 여러 아티스트와의 협업으로 그들이 금속으로 표현하고자 하는 비전을 실현해주는 것을 보람으로 여기고 있으며 이 일을 계속 해나갈 계획이다. 동경해라시보리는 을지로에서 2대째 내려오고 있는 금속 가공 업체다. '시보리'라는 다소 생소한 작업을 하고 있는데 금속을 도자기 빗듯이 쥐어짜서 원형의 모양을 만들어 내는 힘든 작업이다. 100% 수작업이고 기계로 했을 때와는 다른 디테일을 작업자가 연출할 수 있기에 특별하다.

### 2021 DDP디자인페어와 그 후

괄호프로젝트 위기는 기회! 코로나 시대에 맞는 상품이 있다고 생각한다. 우리의 제품을 통해 고객이 더 행복하기를 바란다.



### 협업의 의미

괄호프로젝트 동경금속과 공동참여했고 앞으로도 좋은 시너지를 이어가며 굉장한 상품을 선보일 예정이다. 우리가 구현하고자 하는 디자인을 같이 잘 표현했다. 동경금속은 사용자의 입장에서 생각하고 고객을 위해 편의성을 높여주는 아이디어도 듬뿍 주어서 파트너 이상의 존재다. 서로 자주 만나고 마찰이 있었다면 바로 사과하고 서로를 이해해주는 패턴이 이어지면서 눈빛만 봐도 무슨 말을 하려는지 짐작까지 가능한 단계가 되었다.

동경금속 소울소반 때부터 같이 작업해왔던 괄호프로젝트의 제안으로 참여하게 되었다. 이번 협업은 괄호프로젝트가 제시해준 틴맨스토브라는 컨셉을 세부화하고 다음은 과정 전체를 처음부터 같이 해왔으며 저희 측 아이디어와 기술적 해결 방식 또한 많이 녹아들어갔다. 괄호프로젝트는 아이디에이션 과정부터 쭉 같이해온 우리 업체명을 같이 넣어 출시하기로 했다.

# DSLSM X 라익디스



디자이너

비움과 집중

DSLSM-임성목



소상공인

휴식과 위로가  
되는 오브제

라익디스-김주규

## 출품작에 대한 소개

**DSLSM** 출품작 Bincense는 인센스스틱(향)을 태울 때 사용하는 인센스홀더(향받이)이다. 라익디스 브랜드의 철학인 '비움과 집중'에서 '명상'이라는 키워드를 얻을 수 있었다. '잔잔한 물결과 하나의 파도'라는 이미지를 상상했다. 이것을 표현하기 위해, 기본적인 기능이 충족되는 선에서 DSLSM이 잘 만들 수 있는 구조적인 형태로 차별화를 줄 수 있는 포인트를 만들었다.

라익디스 빈센스 홀더는 요가, 명상, 휴식에 어울리는 인센스 홀더로 우아한 실루엣으로 마음의 휴식과 위로를 위한 오브제로서도 손색이 없는 아이템이다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

**DSLSM** 어릴 때 장영실 같은 과학자가 되고 싶었다. 문제를 해결하기 위해 필요한 것을 만드는 장영실의 모습이 오늘날 디자이너와 많이 닮은 것 같다. 디자인을 업으로 삼으며, 물론 멋진 디자인을 만들고 사회적으로 성공하고 싶지만, 나아가 더 나은 세상을 만드는 데 기여하고 싶다. 일을 하며 무언가 결핍된 것을 느끼던 시점에, 좋은 아이디어와 기획이 떠올랐다. 이것을 계기로 브랜드 겸 디자인 스튜디오의 역할을 하는 산업디자인 전문회사를 설립했다.



## 협업의 의미

**DSLSM** 공동참여를 통해 협업팀이 매칭되었다. 페어를 통해 공식적으로 협업을 알리고 지원까지 받을 수 있어서, 집중해 프로젝트를 진행할 수 있었다. 마케팅 관점으로 고객을 잘 이해하는 제작사와 함께 일하는 것은 무엇보다 좋은 점이었다. 좋은 디자인과 제품도 중요하지만, 이것을 고객에게 잘 보여주고 설명하는 것 또한 매우 중요하다. 제품을 디자인하고 만들면 제작자 관점으로 시야가 좁아지는데, 협업으로 조율하고 균형을 맞출 수 있어서 좋았다. 시작할 때 업무 분담과 진행 방식을 최대한 맞추고 진행했다. 메인으로 하는 업무와 보조로 돋는 업무를 나눠, 전체적인 업무를 함께 진행하면서도 특정 업무는 책임지는 식이었다. 의견 충돌은 있었지만, 기본적으로 신뢰와 믿음으로 이것들을 극복했다. 제작사에서도 디자이너를 믿고 형태, 컬러, 소재 등을 맡겨주었다.

라익디스 DSLSM은 파리 메종오브제, 런던 디자인페어 등에 진출, 국내 및 해외에서 영역을 넓히고 있는 스튜디오로 '라익디스'가 추구하는 방향과 맞는 팀이었다. 제품을 런칭하기 위해 생산, 검수, 콘텐츠, 마케팅 등 운영적으로 신경 써야 할 일이 많았는데, DSLSM이 적절한 시점에서 디테일에 대한 체크를 잘 했고 프로젝트의 완성도를 높이는데 꼭 필요한 역할이었다고 생각한다. 제조공장을 찾는 것부터 CMF(Color, Material, Finish)까지 막힐 때가 참 많았는데, 서로의 영역에서 더 끈질기게 매달려서 이번 프로젝트를 마무리할 수 있었다.

# 비 포머티브 × 라익디스



디자이너

기호형식을 벗어나 새로운 추구  
비 포머티브  
–김예진, 이기용



소상공인

고밀도의 극세사  
원단으로 차밭 구현  
라익디스–김주규



## 출품작에 대한 소개

비 포머티브 직접 경험을 통해 디자인을 풀어내려고 노력했다. 단순한 리서치가 아닌 모티프가 되는 배경을 직접 방문하고 거기서 느껴지는 진정성을 디자인에 담고자 했다. 기존의 형식에서 벗어나 새로운 관점으로 디자인을 풀어내고자 했다.

라익디스 차밭(Tea Garden)에서 영감을 받은 패턴은 보기만 해도 마음이 평화롭다. 고밀도의 짧은 극세사 원단으로 부드러운 촉감에 사계절 관리를 위한 물세탁도 가능한 패턴 라익디스의 첫 번째 콜라보레이션 러그다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

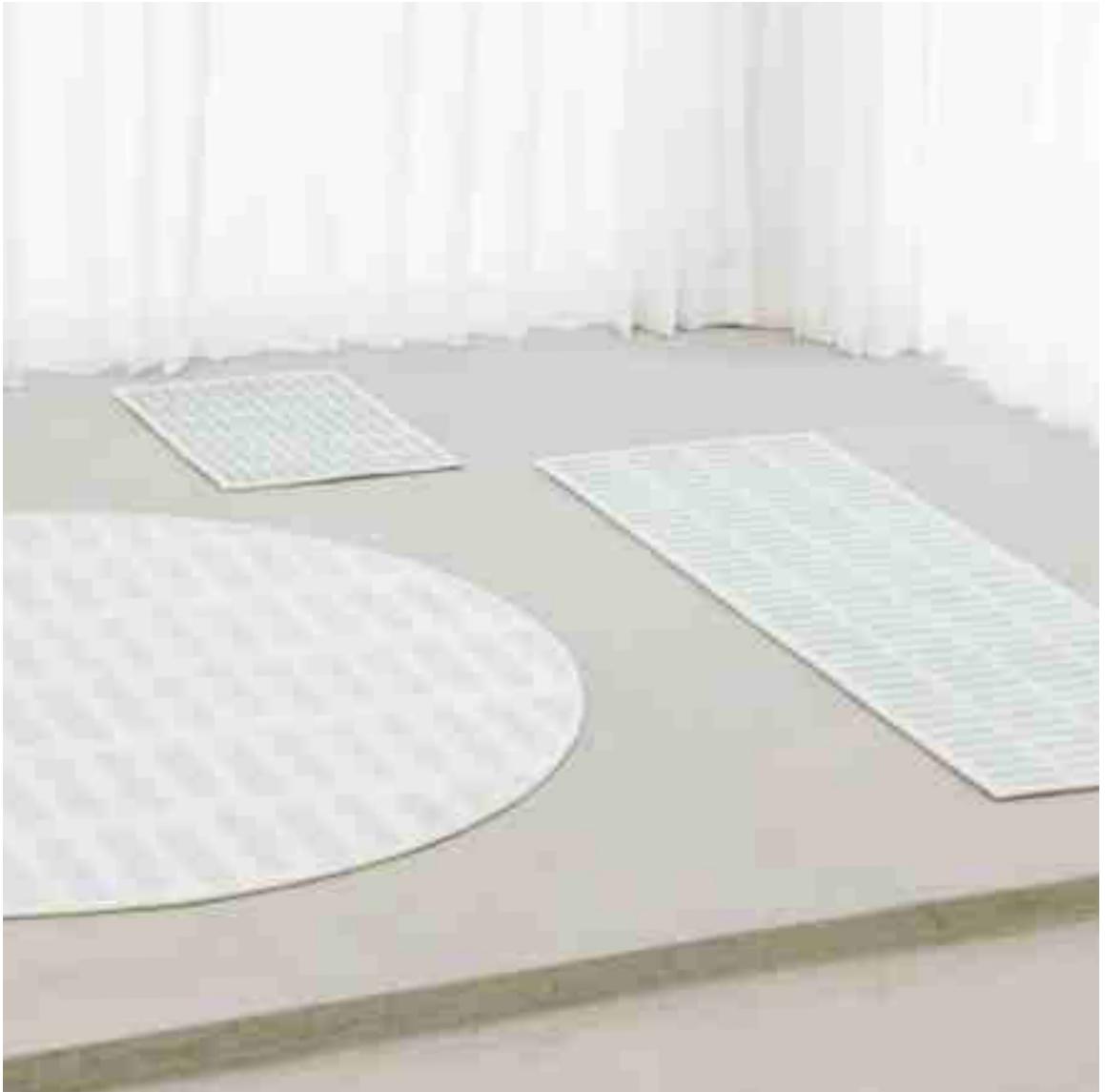
비 포머티브 아직 자신만의 길을 찾아가는 단계이며, 디자인을 하면서 좋은 팀원과 멘토들을 만나 방향성을 찾을 수 있었다. 디자인 스튜디오로 독립하면서 진행한 다양한 시도와 경험들이 지금의 길을 갈수 있게 한 원동력이라 생각한다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

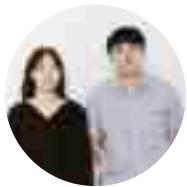
비 포머티브 코로나로 인해 우리들의 라이프 스타일이 급변하게 되었는데 이와 관련된 변화 속에서 다양한 시도를 진행할 계획이다. 페어에 바라는 점은 타이트한 일정에 너무 많은 팀을 선정해서 프로젝트를 이어나가는 것보다는 조금 더 집중할 수 있는 방법을 제시했으면 한다.

## 협업의 의미

비 포머티브 평소 섬유 텍스타일 분야에 관심이 많았고, 직물을 이용한 패턴 디자인을 접하고 싶었는데 마침 이와 관련된 제조기술과 유통 인프라를 구축하고 있는 라익디스가 있어 콜라보를 결심했다. 라익디스는 디자인에 집중할 수 있도록 제작 부분에 많은 서포트를 해 주었다. 다양한 샘플 테스트를 진행할 수 있고 디테일에 신경 썼다. 제품 개발 이후 양산 및 홍보까지 라익디스가 진행해 주었기에 프로젝트가 순조롭게 잘 마무리되었던 것 같다.



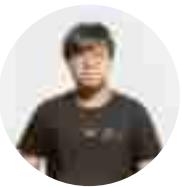
# 워크어라운드웍스 × 메탈라이브러리



디자이너

튀지않고 부담없는  
생활 속 디자인

워크어라운드웍스—김현아, 이우석



소상공인

누구나, 어디에서도  
편리하게 사용

메탈라이브러리—김가람

## 출품작에 대한 소개

워크어라운드웍스 플립은 무난하게 방에서 사용될 수 있는 것을 목표로 디자인했다. 특별히 아름답거나 튀지 않고, 부담 없이 사용할 수 있는 디자인이다. 작품이라기 보다 편하게 사용할 수 있는 소품을 디자인한다는 생각으로 진행했다.

메탈라이브러리 “가장 심플하며 생산적이고, 값싸게 만들면서 큰 힘 안 들이고 양산이 가능하며, 누구나 만들어보기 만만하면서, 적어도 걸벗부리지 않고 하세부리지 않고, 합리적인 가격으로 판매할 수 있는, 누구나 어느 집에 가도 흔히 볼 것 같은 디자인”

## 디자이너, 제작자로서의 여정

워크어라운드웍스 계속 성장하면서 할 수 있는 일을 하면서 사는 것을 꿈꾼다. 상황이나 현실에 맞게 지금 할 일에 집중하면서 살고 있다.

## 협업의 의미

워크어라운드웍스 DDP디자인페어 플랫폼에서 매칭되었다. 매칭에 시간이 지체되어서 조금 힘들었지만, 결과물을 만들어내서 다행이라고 생각한다. 생산을 할 수 있는 구체적인 디자인을 할 수 있었던 기회였던 것 같다. 앞으로 더 원활한 협업을 위한 경험이었다고 생각하고, 이번 페어를 통해 많은 것을 배울 수 있었다. 스케줄이 계속 변동되어서 변하는 스케줄에 대응하면서 작업을 해야 하는 부분이 어려웠다. 이에 소통을 더 많이 하면서 극복했다.

메탈라이브러리 제작에 대한 갈등이 있었지만 싸우면서 서로의 입장차이를 알게 되었고 극복할 수 있었다.



# 옻태 X 보다.담다



디자이너

한국 전통가옥을 담다

옻태–윤유빈



소상공인

건강한 소재,  
마감에 집중

보다.담다–박찬호

## 출품작에 대한 소개

옻태 옻담은 다과상 및 트레이로 사용이 가능한 제품이며 한국 전통가옥을 모티브로 디자인하여 형태를 제작했다. 제품의 디테일을 살리기 위해 애지 부분에 금박지를 붙여 마감했다. 최대한 절제된 미를 담고 싶었고 옻칠로 제품을 만든 것은 그만큼 건강한 다과상, 트레이를 만들고 싶었기 때문이다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

옻태 어릴 적, 손으로 무언가를 만들어 결과물을 보는 것을 좋아했다. 전공은 가구를 했고 졸업하고 나서는 나전칠기를 공부했다. 처음엔 가구가 좋아서 공부를 했지만 나전칠기를 접하고 나서 정말 내가 하고 싶은 공예를 찾은 느낌이었다. 제작과 마감을 다 이해한다면 좋은 작품이 나올 거라고 생각이 들었다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

옻태 이번 페어를 준비하면서 여러모로 얻은 게 많아서 지속적으로 참여하고 싶다.

## 협업의 의미

옻태 대학교 전공 동아리 활동을 같이 했던 선배와 함께 신청했다. 소상공인이 내가 만들고자 했던 방향으로 믿고 제작해주었다. 제작 공정을 보면서 CNC제작은 어떻게 해야 하는지 알 수 있어서 좋았다. 협업은 소통이 가장 중요하다. 다행스럽게도 옻태와 보다.담다는 소통이 원활하게 이루어 졌고 서로 맙은 역할에 최선을 다했다.



# 트레드앤그루브

X

# 서강테크



디자이너

One Pair,  
Half the Planet

트레드앤그루브–이온



소상공인

지구를 지키는 활동

서강테크–진유정

## 출품작에 대한 소개

트레드앤그루브 트레드앤그루브는 폐자재의 업사이클링을 수행하고, 이는 환경과 지구를 생각하는 우리 브랜드의 정체성이다. 타이어는 그 자체로 지구 곳곳을 누비고 신발로 재활용되면 다시 한번 지구 곳곳을 누비게 된다. 동시에 지구를 지키는 활동으로 승화된다. 트레드앤그루브는 한 컬래의 신발이 지구 반바퀴에 영향력을 줄 수 있다는 점에서 'One Pair, Half the Planet'의 슬로건을 만들었다.

서강테크 타이어가 사막을 지나오면서 남긴 자국을 상상하며 디자인한 제품이다. 사막을 떠올리면 바로 생각나는 '사구'의 모습에서 영감을 받아 디자인하였으며, TPR밴드를 통해 해당 컨셉을 구현했다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

트레드앤그루브 트레드앤그루브의 팀원들은 모두 멋진 기업가를 꿈꿨다. 이번 기회를 통해 훌륭한 청년 창업가에 한발 더 다가갈 수 있게 되었다. 작고 소소하더라도 나만의 일을 해보고 싶어서 뜻 맞는 친구들과 함께 팀을 꾸렸다.

서강테크 어릴 적부터 신발을 좋아하고, 신발의 메카 부산 신발공단에서 자랐다. 앞으로도 다양한 신발을 시도해보고, 사람들에게 소개해주고 싶다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

트레드앤그루브 코로나 등 전지구적 재난에 대해 관심이 커지고, 더 나아가서 환경적인 영향력에 대해서도 글로벌적인 트렌드가 형성되고 있기 때문에, 비즈니스는 위기와 함께 기회를 맞고 있다고 생각한다. 보다 많은 사람들에게 이런 친환경적 실천의 기회를 제공함으로써 사업적으로도, 취지적으로도 성과를 보이고자 한다. DDP디자인페어처럼 디자이너와 생산이라는 두 축을 이렇게 본격적으로 매칭해주면서, 사진촬영, 페어, 강연 등 이렇게 전방위적으로 도움을 주는 기회는 흔치 않다.



## 협업의 의미

트레드앤그루브 폐자재를 사용하는 것이 쉽지 않아 대부분의 공장에서 거절했고, 비용이나 수량 등에서 협업이 어려웠다. 페어가 시작하기 직전, 우리 취지와 열정에 공감해주신 부산지역 신발공장 서강테크 대표님을 만나며 공동으로 참여했다. 짧지 않은 준비기간 동안 꾸준히 함께 제품을 개발하고, 시행착오를 겪으며 출품작을 만들었다. 시행착오도 많았고, 기술적인 어려움도 많았다. 서강테크는 우리가 추구하는 방향성과 이미지를 실제로 반영하기 위해 기술 개발과 시제품 제작에 적극적으로 임했다.



# 스튜디오민들레 × 선의美 도자기



디자이너

이질적인 소재의 어울림

스튜디오민들레—박지현



소상공인

사용자의 감성을  
풍요롭게 하다

선의美 도자기—선의미



**출품작에 대한 소개**  
**스튜디오민들레** 삭막하고 거친 테라코타와 정제되고 단아한 백자의 균형  
**선의美 도자기** 자연의 멋을 실내에서 가까이 접할 수 있는 가드닝 생활도자기를 주력 상품으로 하고 있다. 이번 작업도 그 연장선에서 설명이 될 것 같다. Porcotta는 사용자의 감성을 풍요롭게 하는 감성도자기이다.

**디자이너, 제작자로서의 여정**

**스튜디오민들레** 어릴 때는 뭔가 멋있는 것을 만드는 디자이너가 꿈이었다. 지금은 어릴 적 꿈꾸던 디자이너가 되는 것이 꿈이다. 많은 것을 알게 될수록 과거에 알던 디자이너와 거리감이 생기고 있지만, 방법을 찾을 수 있지 않을까 싶다. 제품디자인이 하고 싶어서 관련 대학교에 입학을 했고, 세리프 티비를 보고 가구 같은 제품디자인에 흥미가 생겼으며, 교환학생과 졸업전시를 거치면서 자연적이고 공간에 잘 녹아 드는 제품을 하고자 마음먹었다. 하고 싶은 게 있다면 뛰든 할 거다.

**선의美 도자기** 어릴 적 꿈은 그림 그리는 사람이 되고 싶었지만 여의치 않았다. 꿈과 직업을 선택하고 진행할 수 있는 늦은 나이가 되어서야 공예가의 길을 갈 수 있었다. 삶의 공간에서 오래도록 남는 공예품을 만들고자 한다. 스스로 행복하고 즐거운 일이 무엇인지에 대한 질문을 끌임없이 했다. 어떤 일이 나를 만족시키는지에 대한 고민을 했고 그 질문에 대한 답을 찾은 후엔 계속 '진행형'의 마음으로 작업하고 있다.

**2021 DDP디자인페어와 그 후**

**스튜디오민들레** 매칭된 지 1달 반만에 디자인을 완료해야 했는데, 도자기의 경우엔 만드는 데 2주가량 소비되기 때문에 사실상 한달 안에 디자인을 완료해야 한다. 그래서 초기 컨셉잡는 데 시간을 많이 쓸 수 없었다. 실물평가 시간이 늦춰지긴 했지만 처음부터 시간을 넉넉하게 주었으면 한다.

**협업의 의미**

**스튜디오민들레** DDP디자인페어 플랫폼에서 원하는 소상공인을 선택했다. 도자기에 관한 지식이 전무했지만, 매칭된 선의 미 대표님이 도자기 제작지식이 많아 디자인하는 데 큰 어려움이 없었다. 디자인을 하려면 소프트 목업을 만들면서 비율감을 잡고 재질감을 생각해야하지만, 선의미 대표님이 많은 도자기 샘플을 만들어 주셔서 빠른 시간에 좋은 디자인을 만들었다.

물론 도자기를 만드시는 선의미 대표님에겐 도면과 렌더링 이미지들은 의미가 없었다. 기준에 했던 방식을 쓸 수가 없어 어떻게 나올지 감이 잡히지 않아 애를 먹었다. 하지만 선의미 대표의 노하우로 빠르게 프로토타입들을 볼 수 있어 어려움을 극복했다.

**선의美 도자기** 작년 열린 한 페어 전시 중 박지현 디자이너가 부스로 찾아와서 처음 만났다. 젊은 디자이너에 대한 기대감으로 시작했고 결과물에 대해서도 만족한다. 오랜 시간 혼자 작업하면서 생긴 매너리즘과 편견에서 좀 벗어나고 싶었다. 흙에 대한 경험이 전혀 없는 젊은 감각과 시선이 필요했는데 박지현 디자이너는 아주 적합했다. 열린 시선을 갖고 있어서 새로운 작업을 할 수 있었다. 작업을 함께 하면서 혼자 작업할 때와는 다른 여러 변수가 있었다. 결정도 함께 해야 하고, 바라보는 시선도 조율이 필요해 다소 시간이 필요했지만 큰 어려움 없이 재밌게 작업했다.

# 피에뜨라 프레지오자

×

## 성광어패럴



디자이너

고급스러운 '단순함'  
피에뜨라 프레지오자  
–이예림



소상공인

디자이너의 감성을  
담은 레인코트  
성광어패럴–이청용



### 출품작에 대한 소개

피에뜨라 프레지오자 '단순함'이라는 단어로 표현할 수 있는 이번 제품은 좀 특별하다. 플뤼 레인코트는 프랑스어로 '비'(Pluie)라는 의미를 가진 단어다. 일상에서 느끼던 불편함을 개선하기 위해 만들어진 레인코트는 사용자 입장에서 만든 제품으로 삶을 단순하게 만들자, 라는 방향성을 가지고 있다. 언제나 입기 좋은 실용적인 면까지 고려해 만든 것으로 적절한 소재와 미니멀한 디자인이 특별하다. 비로부터 자유로운 매일 착용할 수 있는 데일리 코트를 통해 '단순함'을 전한다.

성광어패럴 너무 과하지 않고 또한 심플하지 않으며 디자이너의 감성을 더한 실용적인 레인 코트

### 디자이너, 제작자로서의 여정

피에뜨라 프레지오자 어렸을 때부터 패션디자이너가 꿈이었고 지금도 그 꿈을 향해 달려 나가고 있다. 정체성을 가진 브랜드를 만들어 나가는 디자이너로서 성장하는 것이 목표다. 내 옷을 사랑해주는 사람들이 생긴다는 것은 행복이자 가장 의미 있는 것이다.

성광어패럴 무역회사 설립 후 목표를 생각하면서 그때그 때 주어진 일에 최선을 다했다.

### 2021 DDP디자인페어와 그 후

성광어패럴 성광어패럴은 자체 M.CYL(엠씨엘)이라는 브랜드를 론칭하여 온라인에서 B2C 환경을 구축하기 위해서 노력하고 있다. 내년에 페어가 더욱 활성화되어 더 많은 디자이너와 소공인이 참가하면 좋겠다.



### 협업의 의미

피에뜨라 프레지오자 기준에 함께 일하던 소상공인과 공동으로 참여하게 되었고 덕분에 좋은 작업물을 만들 수 있었다. 협업을 통해 디자이너의 입장에서 어려웠던 기술적인 부분에 있어 많은 도움을 받았고 제작과정에서 충분한 대화를 통해 어려운 부분들을 해결했다. 디자이너로서 좋은 품질을 양산하는 공장을 찾는 것이 중요한데 우수한 봉제실력과 장인정신으로 완성도 있는 제품을 만들어 낼 수 있었다.

성광어패럴 공동참여로 대체로 만족스럽다. 계속 해오던 일만 하게 되면 다른 일을 하기 힘들다. 이번 페어를 통해서 디자이너의 신선한 감성과 협업에 대해서 많이 배우게 되어서 유익했다. 많은 대화를 통해서 의견을 교환했다.



# 권영규 × 세라미꼬 스튜디오



디자이너

화병과 램프가 하나로

권영규



소상공인

식물, 빛까지 담는 화병

세라미꼬 스튜디오—활동환

## 출품작에 대한 소개

권영규 '혼합'으로 소개하고 싶다. 두가지 색이 겹쳐서 새로운 색이 탄생하는 것처럼 디자이너+소상공인이나 화병+테이블 램프와 같이 서로 다른 두개가 혼합되어 새로운 작품이나 기능성을 창출해냈다는 의미다.

세라미꼬 스튜디오 Light Vase는 실존하는 물체인 식물뿐 만 아니라 빛까지 담도록 만들었다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

권영규 어릴 적 꿈은 만화가였다. 우리가 머무는 세상과는 다른 수많은 세계관들을 볼 수 있기 때문이다. 이러한 성향 때문에 인지는 모르겠지만 디자이너로서 꿈은, 미래에서 현대의 삶을 돌아볼 때 대표하는 제품의 디자이너가 되는 것이다. 아직 나만의 확실한 캐릭터를 만들지는 못했지만 신념을 가지고 본질에서 벗어나게 된다면, 마지막 순간까지 고집스럽게 그 본질에 머물러 있다면 그것이 될 수도 있겠다.

세라미꼬 스튜디오 어릴 적 바라왔던 대로 공예가가 되었고 저의 작품이 누군가의 공간에 자연스레 스며들어 아름답게 채우기를 희망하며, 작품에 내재된 이야기들이 많은 사람들에게 전해지기를 바란다. 나의 작품들이 누군가의 공간을 아름답게 꾸며주고 좋은 시간과 추억을 만들어 줄 수 있다는 점이 굉장한 즐거움이 되었고 앞으로도 많은 작품들을 선보이고 싶다.



## 협업의 의미

권영규 필요한 것을 구매하기 보다는 직접 만들어서 사용하는 비효율적인 취미를 가지고 있었다. 이러한 모습을 재미있게 지켜보던 세라미꼬 활동환 작가와 공동참여했다. 친분이 있으니 언제든 방문해서 작업 과정을 구경하고 의견을 나누며 접점을 찾아갔다. 도자라는 기준에 전혀 알지 못했던 새로운 재료와 기법을 통해 제품을 만들어내는 과정 자체가 재밌었다. 흙의 종류와 각각의 물성, 제작 방식을 이해하고 그에 적합한 형상을 찾아내는 일련의 과정을 해당 전문가와 함께할 수 있다는 점이 좋은 경험이었다. 도자의 수축에 따른 휘어짐이나 바닥의 굽 높이를 조절하는 등의 도자 특성에 의한 자잘한 문제점들이 발생했는데 그때마다 활동환 작가와 머리를 맞대고 고민을 했고, 결과적으로는 서로 양보하며 디자인을 수정하거나 흙 종류를 교체하는 식으로 문제점을 해결했다.

세라미꼬 스튜디오 제작자로서 새로운 디자인을 할 때 항상 제작의 어려움을 먼저 고려했기에 새로운 디자인에 대한 두려움이 있었다. 하지만 디자이너와의 협업을 통해 조금 더 넓은 시각으로 디자인을 하는 법을 보았고 조금 더 창의적인 디자인을 할 수 있게 되었다.



# Leemok Studio

X

## 세라미꼬 스튜디오



디자이너

물병, 그 이상의 존재감  
Leemok Studio  
–이하영, 목승수



소상공인

따로 또 같이  
세라미꼬 스튜디오—활동환

### 출품작에 대한 소개

Leemok Studio 첫 영감은 식탁 위에 놓인 물병을 바라보다 시작되었다. 물병 자체가 식탁과 굉장히 어울리는 제품과 요소이지만, 저기서 한발 더 나아가려면 어떻게 해야될까 고민했다. 식탁위에 굉장히 자연스럽고 잘 어울릴 뿐 아니라, 아티스틱한 감성을 갖고 있는, 사용자로 하여금 단순한 물병 그 이상의 감정을 느끼게 하도록 고민하면서 디자인하게 되었다.

세라미꼬 스튜디오 Ceramic bottle은 그 자체로 실용성을 갖추지만 사용하지 않을 때에는 오브제로 역할을 하도록 제작했다.

### 디자이너, 제작자로서의 여정

Leemok Studio 어릴 때 다양한 꿈이 있었다. 디자이너가 되고 나니 한국의 디자인 수준을 올릴 수 있는 디자인들을 하고 싶다.

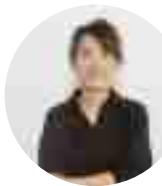
### 협업의 의미

Leemok Studio DDP디자인페어 플랫폼에서 나온 소상공인들을 보다, 작업이 흥미로워서 처음 연락했고 만족스럽게 프로젝트를 진행했다. 세라믹이라는 전혀 몰랐던 소재에 대해 알게 되었고 세라믹 아티스트분과의 소통을 통해서 많이 배웠다.

세라미꼬 스튜디오 디자이너와의 협업을 통해 조금 더 넓은 시각으로 디자인을 하는 법을 보았고 조금 더 창의적인 디자인을 할 수 있게 되었다.



# 마음의 집 × 세마직물



디자이너

집은 사람과 닮아있다

마음의 집—양정아



소상공인

새로운 디자인 개발  
끝없는 연구

세마직물—박승권

## 출품작에 대한 소개

마음의 집 출품된 그림은 원작의 부분 혹은 전체의 이미지를 실크라는 재료에 담은 작업이다. 새로운 매체를 통해서 그림의 이미지를 새롭게 경험하는 기회가 되었다. “집은 사람과 닮아 있다.” 그림의 메시지를 경험하고 싶었다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

마음의 집 예술적 재능을 키워내고 싶었다. 예술가로서 다양한 사람들과 소통하며 살아가고 싶고 예술의 자유로움과 창조적 에너지를 통해 밝은 세상을 만들고 싶다. 부산비엔날레 전시 프로젝트의 팀원이 되어서 작가들과 소통하는 법을 배웠고 설계사무소에 입사해서 건축가들의 사고를 배웠고, 그림책 선생님이 되어 어린이들과 소통하는 법을 배웠다. 지금은 나만의 이야기를 만들면서 그림을 그리는 예술가가 되었다.

세마직물 메이커가 되니 업계 최고의 실크 전문가가 되고 싶다. 어느 환경이든 그곳에 남이 인정하는 최고가 되어야 한다는 신념과 노력으로 그 길을 즐기면서 최선을 다하고 있다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

마음의 집 처음으로 펀딩을 통해서 협업 작품들을 선보일 예정으로 소상공인과 잘 협업하여서 좋은 메이커 산업으로 발전시키고 싶다.

세마직물 새로운 디자인 개발과 끝없는 연구로 클라이언트와 상생하고 싶다.

## 협업의 의미

마음의 집 광장시장이라는 새로운 공간에서 작품 활동을 하게 되어서 좋았다. 세마직물의 작업 공간에서 새로운 경험을 했다. 모르는 것들은 바로바로 소통해서 극복했다.

세마직물 디자이너의 작품을 보면서 짜릿한 전율을 느꼈고 환상적인 컬러가 마음에 들었다.



# 더블랙 × 소마르



디자이너

대한민국을 소품에 연결



소상공인

가죽과 한복을 결합

더블랙-배재열

소마르-김아라

## 출품작에 대한 소개

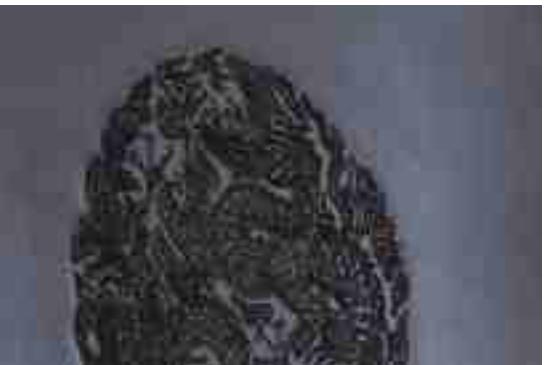
더블랙 컨셉은 'K'로 대한민국을 상징하는 다양한 오브제를 패션 소품에 스며들도록 디자인 한 소품이다. 생각보다 더 큰 만족도와 감동이 있었다. 앞으로 어떻게 판매할지 비주얼 컨셉은 어떻게 잡고 어떤 플랜으로 브랜드를 론칭할지 갈 길은 멀지만 기대가 된다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

더블랙 나는 세상을 조금 더 이롭게 하고 편리하게 아름답게 살아갈 수 있도록 곁에서 도움을 주는 사람이 되고 싶어했다. 2021년을 살고 있는 나의 꿈은 새롭게 도약할 수 있는 도전과 용기를 갖는 것이다. 학창시절부터 스스로 진로를 설계하고 인생 플랜을 실천했다. 모두가 아니라고 말할 때 나의 고집과 작은 용기의 실천이 지금의 나의 자리를 만들고 <배재열>이라는 브랜드를 만들어 준 것 같다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

더블랙 역시 대한민국은 위대하다. 지속적으로 함께 성장할 수 있는 플랫폼을 개발 중이다. 소상공인 대표님들과 함께 성장할 수 있는 다양한 프로젝트를 기획하려고 한다.



## 협업의 의미

더블랙 3년째 참여하고 있지만 항상 매칭은 힘들다. 전혀 다른 상황과 비즈니스 환경과 인생을 살아온 두 사람이 만나서 짧은 시간에 새로운 제품을 기획하고 디자인해서 시제품을 론칭한다는 것은 대단히 경의로운 일이다. 매칭에 어려움이 있었지만 꾸준한 설명과 시장성과 가능성을 화상회의를 통해 설득하며 지금의 협업팀을 만나게 되었다. 처음으로 짧고 새로운 시야를 볼 수 있는 메이커를 만나 최고의 협업을 경험한 것 같다. 분야별로 피칭을 하고 관심있는 분야와 소그룹으로 대화를 해서 매칭 전 서로를 이해할 수 있는 프로그램이 있었으면 좋겠다.

소마르 더블랙 디자이너가 먼저 제안했다. 디자인 컨셉을 보자마자 제가 하고 싶었던 방향과 비슷하였고, 가죽에 UV인쇄, 자수 작업을 해보고 싶어 함께하게 되었다. 가죽과 한복을 결합하는 점이 재미있었다. 하지만 한복 안감의 한계성으로 제품을 제작하는데 버거웠지만, 디자이너 분과 해결방법을 찾아 잘 해결했다. 특히 자수공장, UV인쇄 공장을 찾는데 힘들었다. 직접 찾아가 비교해보고, 테스트한 결과 좋은 공장을 선택하여 대표님들과 토론하며 문제를 해결했다.



# 손시시바이지애



디자이너

환경에 의미있는 작업

손시시바이지애—권지애



소상공인

환경에 의미있는 작업

손시시바이지애—권지애

## 출품작에 대한 소개

손시시바이지애 '예쁘다'라는 외형적인 형용사보다 '의미 있다'는 한층 더 깊고 능동적인 동사를 작품에 반영하고자 했다. 쓸모 있음에도 마구 버려지는 자투리 가죽을 하나씩 잊고 붙이고 바느질하며 생명을 불어넣는 일은 대단한 환경 운동가는 아니지만 환경을 위해 작게나마 도움을 줄 수 있다 생각했다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

손시시바이지애 어릴 적에는 특별히 '무언가'가 되겠다 생각하지 않았지만 손으로 만드는 것을 좋아했다. 현재는 작업하면서 '행복한 사람'이 되고 싶다. 가죽 작업에 컬러 매치를 했고 주변 많은 사람들에게 호응 받으며 입지를 굳혔다. '어차피 또 다른 쓰레기가 될 텐데'라는 말을 들은 적이 있다. 언젠가는 쓰레기가 되겠지만 쓸 수 있음에도 그냥 버려지는 것이 아니라 지속가능한 상품으로 만들어 쓰레기의 양을 줄이고자 하는데 더 큰 의의가 있다고 생각한다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

손시시바이지애 수공예 상품이기에 가격이 비쌀 거라는 틀을 깨, 저렴하면서도 원가 사람들에게 웃음을 줄 수 있는 작은 오브제를 구상 중이다.

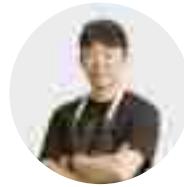


# 스튜디오 팔 × 손쓰세라믹



디자이너

사용자가 취향에 맞게 완성  
스튜디오 팔  
–이소윤, 박지언



소상공인

흙과 함께 재미있는  
확장성 발견  
손쓰세라믹–손용관



## 출품작에 대한 소개

스튜디오 팔 'Pool'은 답답한 실내공간의 무드를 전환해 줄 새로운 리빙 오브제이다. 수영장을 모티브로 한 인센스/캔들 허더로 여름에서 느껴지는 다양한 감각을 형상화하여 소비자가 자신의 공간으로 여름의 향기를 불러올 수 있도록 하였다. 세 가지 종류의 인센스/캔들 허더는 수영장의 다양한 모습들을 모티브로 제작되었다. 베이스 트레이이는 수영장의 물이 퍼져가는 모습, 위에 얹는 모듈러 허더들은 각각 물이 뛰는 모습, 튜브, 비치볼이 수영장 물 위에 떠 있는 이미지를 연상시킨다. 소재와 제작 방식은 여름의 무드를 극대화하는데, 세라믹 캔들 허더와 트레이이가 서로 반사된 모습은 마치 물 위의 오브제가 떠다니는 듯한 느낌을 선사한다. 'Pool'은 기존의 단일 인센스/캔들 허더 제품을 하나로 모아 다양하게 조합 가능한 키트로 확장시켜, 사용자가 취향에 맞게 여름의 무드를 완성할 수 있도록 하였다.

손쓰세라믹 컬러, 유닛, 콜라보, 플렉시블

## 디자이너, 제작자로서의 여정

스튜디오 팔 다양한 제작 프로세스를 경험하면서 제품 하나를 완성하기까지 사용자에 대해 끊임없이 고민해야 좋은 디자인을 할 수 있다는 것을 알게 되었다. 디자인을 통해 사람들에게 주는 감동과 즐거움을 경험하게 되면서 디자인의 사회적 영향력에 대해서도 함께 생각하고 있다. 스튜디오 '팔'은 친구 두 명이 만든 제품 디자인 스튜디오다. 친구같이 편안한 제품을 디자인하고자 하며, 제품을 보는 사람들에게 우리가 디자인하면서 느꼈던 감정과 경험이 연장되기를 바란다.

손쓰세라믹 어린 시절 막연하게 공예에 대한 꿈을 가지고 있었다. 현재는 도예가로 활발히 활동하면서 작은 꿈을 이루었고 큰 꿈은 개인 브랜드의 확장이다. 흙의 물성을 다루면서 이 소재와 함께한다면 재미있는 확장성을 펼칠 수 있을 것 같았고 제 자신에 대한 의지가 확고했다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

스튜디오 팔 변화하는 환경에 맞는 제품 제작 및 홍보 방식을 제안하고자 한다. 웹사이트와 SNS 등의 온라인 플랫폼을 적극적으로 활용해 제품과 스튜디오를 홍보하고, 사람들이 가볍게 기분을 전환할 수 있는 제품군을 새롭게 선보여 작업 스펙트럼을 넓혀 가고자 한다. 매칭된 팀 이외에 다른 디자이너, 창작자들과의 교류가 더욱 활발해질 수 있는 장이 마련되었으면 좋겠다.



## 협업의 의미

스튜디오 팔 작년 DDP디자인페어 전시 결과물과 SNS를 보고 세라믹 소재에 매력을 느끼게 되어 도자 캐스팅 기법을 통해 소품을 제작해보고 싶어서 먼저 손쓰세라믹에게 참여를 제안했다. 온라인 미팅을 통해 올해 전시 방향성에 관해 이야기를 주고 받고, 오프라인 미팅으로 시안을 공유하면서 매칭이 확정되었다. 디자이너의 의견을 전적으로 존중해 주시는 소상공인 덕분에 매칭에 대한 만족도 매우 높았다. 전문성 있는 제작 과정을 가까이서 보고 경험할 수 있다는 점이 가장 좋았다.

손쓰세라믹 도예가의 시각이 아닌 제품디자이너 분들의 시각으로 제품을 개발하니 새로운 흥미로움을 느꼈다.

# 이성현 × 아리아워크룸



디자이너

흙을 재사용, 유연성 있는  
업사이클링 디자인

이성현



소상공인

여러 가지 경험을 통해  
완성도 제고

아리아워크룸-신경욱

## 출품작에 대한 소개

이성현 한 개의 제품이 기능적, 환경적, 예술적 가치 등 다수 기능을 제공하는 유통적 특성이 담긴 제품으로 전개했다. 재활용품을 이용하여 다양한 재질과 범위로 구성된 섬유, 도자기 작업에서 버려지는 흙을 재사용하여 유연성 있는 업사이클링 디자인 제품이다. 지속 가능성이 강조되는 현대인의 생활방식과 효율적 공간 활용에 중점을 두는 주거 공간 변화에 따라 생활용품임과 동시에 공간을 연결해 주는 매개체 역할을 부여해 희소성과 가치가 부여된 제품으로 전개했다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

이성현 대학 졸업 시기이다 보니 큰 세상으로 나아가 여러 사람들과 만나고 타인에게 영감을 줄 수 있는 경험을 갖는 것이 꿈이 되었다. 나만의 색과 이야기를 타인과 공유할 수 있는 작가가 되고 싶다. 걷다 보니 다양한 풍경을 볼 수 있었다. 더 보고 싶은 풍경 쪽으로 가다 보니 원하는 길을 걷고 있었다.

아리아워크룸 행복을 꿈꾸는 사람이 되고 싶다. 경험하고 부딪치는 방법이 가장 나다워진다는 방법이라고 생각한다. 두려워하지 않고 몸소 실천해 여러가지 경험이 쌓여서 지금의 나를 살아가고 있다.



2021 DDP디자인페어와 그 후  
이성현 소소하게 차근차근 타인과 공유하며 저만의 색이  
담긴 공예품이나 문구를 판매하는 브랜드 창업을 하고 싶다.

## 협업의 의미

이성현 텍스타일 디자인은 적용시킬 수 있는 분야가 다양 했기에 같이 협업하고 싶은 여러 분야의 소상공인이 많았다. 부드러운 섬유와 반대되는 도자의 성질을 콜라보하는 것이 흥미로울 것 같아 아리아워크룸에 연락했고 매칭이 되었다. 다른 성질을 다루는 분과 만나서 현대인의 가치, 지속가능성을 내포한 하나의 제품을 만들 수 있었던 것이 좋은 경험이었다. 디자이너로서 원하는 조형적 느낌을 리빙 제품으로 맞추기 위해 서로 타협하고 수정 했다.

아리아워크룸 플랫폼에서 선택했다. 디자인에 대한 고민을 같이 할 수 있어서 좋았고 서로의 생각들을 욕심내기보다 배려하는 마음으로 극복했다.



# 에이치씨랩



디자이너

에이치씨랩—이유진



소상공인

편견을 깨는 사용자

친화적인 제품

에이치씨랩—김율

## 출품작에 대한 소개

에이치씨랩 이유진 사물인터넷이라고 하면 보통 테크 중심적인 제품을 떠올리기 쉽다. 키퍼 또한 사물인터넷 제품이지만 그려한 편견을 깰 수 있는 사용자 친화적인 제품을 디자인하고자 했다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

에이치씨랩 이유진 사용자조차 파악하지 못한 당연했던 니즈를 발견하는 디자이너가 되고 싶다. 대학교 산업디자인학과에 입학하고 여러 기업에서 제품 디자이너로 인턴십을 경험했고 LG 전자 H&A 사업 본부와 산학 연계를 진행하기도 했다.

에이치씨랩 김율 고등학교 졸업 후 대학에 바로 가지 않고 내가 하고 싶은 것을 찾기 위해 여러 일을 경험했다. IT 분야에 관심을 갖게 되었고 이를 나이지만 서비스를 개발하고 창업을 시도했다. 20대 초반의 이러한 경험이 내 삶에 전반적으로 큰 영향을 미쳤고 지금도 사회보건학적인 문제를 해결하기 위해 제품 개발과 사업을 하고 있다.

## 협업의 의미

에이치씨랩 이유진 공동참여했고 졸업을 앞두고 있어 제품 출시 일정에 맞춰서 공동으로 작업을 했고 일정에 추진력을 얻기 위해 이번 퍼어에 참여했다. Keeper는 가구 디자이너를 꿈꿔왔던 저에게 최신 기술에 대한 이해와 미래 지향적인 디자인을 시도 할 기회를 제공했던 고마운 브랜드다.



# 아일랜두 × 오다



디자이너

“언제나 고마워”

아일랜두-유원일



소상공인

EASY & BACK

오다-정미영

## 출품작에 대한 소개

### 아일랜두 “언제나 고마워”

오다 자살하는 사람에게 그의 말을 들어줄 한 사람만 있어도 그는 살 힘을 얻었을 것이다, 라는 말에 공감한다. 욕구를 채워줄 많은 소비자와 컨텐츠가 있지만, 소통하는 사람이 결여 필요하다. EASY & BACK이 나란히 앉아서 서로에게 위로가 되어주는 그 장면이 인상깊다. 서로의 마음을 읽어주고 위로하는 것, 이 시대에 꼭 필요한 메시지가 아닐까.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

아일랜두 화가가 꿈이었고 이제는 디자이너가 되어 자신의 브랜드로 보다 많은 분들에게 이야기와 그림을 알리고 싶다. 회사생활의 커리어를 살린 패브릭 제품과 저희의 이야기를 담은 캐릭터를 개발해 운영하고 있다.

오다 사람들에게 지지배배 이야기하는 걸 좋아하고 지금은 굿즈 메이커가 되어서 디자이너들과 소통하고 있다. 디자인에 담긴 의미, 세계관을 들으며 감탄하고 힐링한다. 아기자기한 피규어, 키링, 에어팟케이스 등 아기자기한 굿즈를 보면 가슴이 두근거렸다. 좋아하는 분야에서 일한다는건 행운이라 생각한다.

## 협업의 의미

아일랜두 우리의 그래픽과 어울리는 제품 기획을 내부적으로 먼저 선정한 후 협업하게 된 소상공인 오다 대표께 제안서를 전달했다. 우리의 이야기를 좋아했고 공감해 주셨다. 생각지 못했던 소재와 형태를 미팅을 통해 알게 되었고, 해외생산과 디자인 사이의 핸들링 역할을 잘 잡아 웰리티를 살릴 수 있었다. 제품 특성상 팬톤으로 지정된 컬러가 동일하게 제품으로 실현하는 점이 중요했는데 현장에서 여러 번 테스트를 통해 원하는 색감을 얻을 수 있었다.

오다 DDPC디자인페어 플랫폼에 소상공인으로 참여했다. 아일랜두 유원일 디자이너의 캐릭터 탄생배경, 지금까지 걸어온 길, 텀블벅 홈페이지를 자세히 살펴보고 캐릭터에 매료되었다. 이번 페어에 등장한 아일랜두 캐릭터는 도시인의 외로움을 위로하는 힐링 캐릭터 EASY & BACK이었다. 이번 키링과 스마트톡을 제작하면서 랜더링을 3-4차례 진행하며 협업했다.



# 마레글라스스튜디오

×

## 오브제디



디자이너

백자와 유리의 조합  
마레글라스스튜디오  
–이지은



소상공인

일상의 새로움,  
가치있는 쓰임  
오브제디–김지연

### 출품작에 대한 소개

마레글라스스튜디오 순수하고 담백한 백자와 은은한 컬러감이 돋보이는 유리와의 조합을 통해 전통적인 형태를 현대적인 디자인으로 구현해낸 작품이다.

오브제디 불이라는 속성에서 이루어지는 서로 다른 재료의 융합을 통한 하나의 형태에서의 조화로움이 제품의 특징이라고 생각합니다.

### 디자이너, 제작자로서의 여정

마레글라스스튜디오 어릴 적 꿈은 막연히 예술가였고 지금은 꾸준히 지치지 않고 좋은 작품을 제작하는 유리 작가가 되고 싶다.

오브제디 디자이너이자 메이커로서 일상에 새로움과 가치 있는 쓰임을 위한 제품을 개발하여 제시하고자 한다. 일상적인 소재를 일상적이지 않고 특별하게 디자인하여 제작하는 과정과 그것을 통해 소통하는 과정에 매료되어 계속 작업할 수 있었다.

### 협업의 의미

마레글라스스튜디오 도자 작가인 오브제디에서 연락이 와서 매칭하게 되었다. 나의 디자인을 충분히 완성도 있게 제작해주어 만족도가 높다. 늘 도자를 이용한 작업을 해보고 싶었는데 이번 기회를 통해 갈증도 해소되고 너무 좋은 결과물이 나온 것 같다. 협업에는 기간과 거리의 문제가 있었다. 가마를 이용한 작업이기 때문에 언제 어떤 변수가 나올지 모르는 상황이었고, 화성에서 대구까지의 거리도 너무 멀어 제출 기간이 다가올 수록 조마조마 했지만 늘 긍정적인 마음가짐으로 극복했다.

오브제디 마레글라스스튜디오와 DDP디자인페어 플랫폼에서 제안해 작업을 진행하게 되었다. 각자의 디자인으로 제작 분담해 진행하였고 마레글라스의 디자인으로 선정되었지만, 나도 디자인에 대한 새로운 시도를 해 볼 수 있어 좋은 기회였다. 이번 기회에 재료의 협업을 통해 새로운 디자인과 제작에 대한 가능성 을 생각해 볼 수 있었다.



## 오프오브

X

## 원텍스



디자이너

심리적인 안정감 강조

오프오브-박현진



소상공인

홈 오피스에서  
활용도가 높은 제품

원텍스-김상현

### 출품작에 대한 소개

**오프오브** '심리적인 안정감' 원텍스의 강점이자 아이템인 패브릭을 활용한 가구가 미션이었다. 한정적인 공간에서 효율적인 공간 구성을 제시하며, 심리적인 안정감을 줄 수 있는 제품을 디자인하는데 많은 중점을 두었다.

**원텍스** COVID-19으로 재택근무가 늘어간 지금, 홈 오피스에서 활용 가능한 스크린 파티션으로 생활 공간과 업무 공간을 따로 또 같이 사용할 수 있게 해주는 제품이다.

### 디자이너, 제작자로서의 여정

**오프오브** 막연하게 화가가 될 것이라 생각했지만 디자이너로서의 삶을 살고 있다. 앞으로 다양한 디자이너와 새로운 프로젝트 새로운 아이템을 활용해 디자인을 즐기는 삶을 사는 것이 꿈이다.

**원텍스** 국내 최초의 서스펜션 메쉬(Suspension Mesh) 개발자로서 앞으로 WINTEX의 좋은 제품을 사무용 가구뿐만 아니라 다양한 영역에 접목시키고 싶다. 20년 동안 업계에서 한 우물을 팠다. 현재 허먼밀러, 나이키, 시디즈 등의 글로벌 기업과 함께 일하고 있다.

### 2021 DDP디자인페어와 그 후

원텍스 끊임없는 신제품 개발로 새로운 시장을 개척하고 있다. 기존 제품군과 더불어 새로운 카테고리에도 도전할 계획이다. DDP디자인페어는 우수한 디자이너와 함께할 수 있는 좋은 경험이었다. 앞으로도 기회가 주어진다면 참여하여 새로운 제품들을 만들고 싶다. 제품 개발에 주어지는 일정이 촉박했고 충분한 시간이 주어진다면 제품의 완성도를 더욱 높일 수 있을 것으로 기대된다.



### 협업의 의미

**오프오브** DDP디자인페어 플랫폼에서 선택했으며 평소에 할 수 없었던 다양한 분야의 전문가와 기업을 만나면서, 새로운 시도를 할 수 있는 좋은 기회였다. 협업의 진행 과정은 매우 진지하며, 유쾌하게 진행되었다.

**원텍스** 2020년 DDP디자인페어에 처음으로 참관했고 올해는 참여했다. WINTEX의 새로운 도전을 훌륭한 디자이너와 함께 할 수 있어 만족한다. 소상공인으로서 기존 시장의 제품들과는 차별되는 신선한 디자인을 원했는데, 이번 협업이 좋은 시도가 되었다. 제품에 대한 다양하고 과감한 시도를 거듭하며 협업했다.



# 250디자인 × 이크



디자이너

3D 질감을  
효과적으로 표현

250디자인–이호영



소상공인

페밀리 브랜드 도약을  
위한 첫 걸음

이크–이광택

## 출품작에 대한 소개

250디자인 일반적인 테이블 매트의 정형적인 느낌에서 벗어나서 3D 질감을 표현을 하는 것이 가장 어렵고 재미났다. 페인트를 칠하고 남은 흔적과 자연스러운 봇터치 느낌을 살리기 위해서 3D적으로 표현한 것이 이번 작품에 가장 중요한 부분이다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

250디자인 제품을 디자인하는 것이 인생에 가장 멋진 일이라는 생각이 들어서 제품디자인을 전공하게 되었다. 제품 디자이너가 되고 나서는 디자이너 브랜드를 만들고 싶다는 생각에 다니던 회사를 그만두고 창업을 하게 되었고 디자이너 제품을 만들고 싶다는 막연한 꿈을 쫓아서 메이커로서 삶을 살았다. 현재는 제조를 했던 경험을 살려서 디자인 스튜디오 일을 하며 많은 고객분들에게 250디자인만의 제조 경험을 살린 디자인 서비스를 제공하고 있다. 지금의 꿈은 250디자인만의 색깔을 사람들에게 널리 알리는 것이다.

이크 나만의 브랜드를 만들어 알리고 싶다는 생각으로 메이커가 되었다. 변하지 않는 제품으로 10년 이상 꾸준히 사랑받는 제품을 만들고 싶다. 좋아하는 것보다는 잘하는 것을 찾아 나만의 길을 찾았다. 좋아하는 것과 잘하는 것을 분리하는 과정을 통해 디자이너로서 좀 더 객관적으로 바라보는 방향이 된 것 같다.

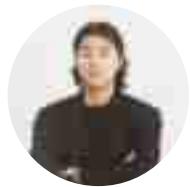
## 협업의 의미

250디자인 오래전부터 협업하던 브랜드와 재미난 일을 해보고 싶어서 공동참여했다. 생각보다 더 흥미롭게 프로젝트를 진행할 수 있어서 즐거웠다. 각자 하던 영역에서 벗어난 일을 하면서 리프레시할 수 있었다. 충분한 대화로 소통의 어려움을 쉽게 풀 수 있었다.

이크 공동 참여로 진행하였으며 만족도는 높았다. 250디자인은 학생 때부터 같이 공부를 한 친구로 공모전 진행하듯 즐겁게 작업했다. 협업의 어려움보다는 제품의 방향을 잡아가는 과정이 즐거웠다.



# 신영진 디자인 × 커먼플래닛



디자이너

Land Object Series

신영진 디자인—신영진



소상공인

재료를 즐기면  
최고의 제품이 된다

커먼플래닛—김지원

## 출품작에 대한 소개

신영진 디자인 주거 공간에는 필요로 하는 물건과 필요로 하지 않는 물건들이 마구잡이로 섞여 있다. 어떤 물건은 매일같이 사용되고, 또 어떤 물건은 1년 내내 같은 자리에 있다. 인테리어 소품, 주거 용품, 가전 기기 등 주거 공간을 채우는 일상적인 물건들이 좀 더 보기 좋게 진열되어 있다면 좋겠다고 생각했다. Land Objet Series는 인센스 스틱 홀더와 합 세트다. 사용성이 있지만 항상 같은 장소에 놓이고 사용되는 물건으로, 고정적인 위치에서 오브제, 인형, 작품, 장난감 등과 같이 인테리어 소품처럼 진열되도록 디자인했다. 사용하지 않을 때에도 제 역할을 할 수 있으며, 사용될 때도 하나의 쓴을 연출할 수 있다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

신영진 디자인 만화가를 꿈꾸었다. 상상력을 바탕으로 새로운 세계관을 구축하고 싶었다. 디자이너가 된 후, 나아가는 방향은 조금 다르지만 상상력과 창의력을 바탕으로 좀 더 좋은 세상을 만드는 것이 목표다. 회사와 학교, 클라이언트 등과의 작업은 순수하게 제가 표현하고자 하는 것에 많은 제약이 따른다. 좀 더 순수한 마음으로 디자인과 창작에 임하고 싶어 제 것을 만들기 시작했다.

커먼플래닛 우연히 흙을 매체로 작업하게 되었고 사업 규모를 키우는 것이 현재 꿈이다. 흙이라는 재료의 변화되어가는 물성과 촉감의 자극들이 매력적으로 느껴졌다. 재료를 즐기면서 알아가다보니 지금이 길을 가게 되었다.



## 협업의 의미

신영진 디자인 2020 DDP디자인페어에서의 인연으로 꾸준히 서로의 방향과 비전을 공유하고 의견을 나누었다. 그 결과 좋은 작품이 나올 수 있었고, 서로 새로운 시너지를 얻기 위하여 다시 한번 참가했다. 2021 DDP디자인페어에서도 수월하게 작업할 수 있었다. 소재의 특성과 제작, 구조 등 부족한 부분은 커먼플래닛에서 조언을 얻었고, 클라이언트와 디자이너가 아닌 협업의 관계로 편하게 의견을 나눌 수 있어 좋은 결과물을 만들어 낼 수 있었다. 서로 머리를 맞대어 문제점을 고민하면서 여러가지 방법과 방향을 제시한 후 바로 샘플 제작을 해보았다. 이러한 과정이 반복되며 서로 소통과 작업 능력에 있어서도 발전한 것 같다.

커먼플래닛 메이커의 입장에서 점차 제작의 효율성을 우선시하게 되었고 협업을 통한 새로운 시도들이 신선한 자극이 되었다. 끝없이 테스트했던 것이 기억에 난다.



# 안소영 × 케어블라썸



디자이너

옷장 속 똑똑한 친구

안소영



소상공인

의류의 효율적 관리

케어블라썸–이선교

## 출품작에 대한 소개

안소영 사람도 단순히 예쁜 사람보다는 매력이 있는 사람이 끌린다고 한다. 오래 보아도 꾸준히 사랑받을 수 있는 편안하고 부드러운 조형을 만들어내고자 했다. 옷장 속에서 제 역할을 하는 기능적으로 조형적으로 소비자를 만족시키는 제품이다.

케어블라썸 클로젯메이트는 옷장 행거에 거치하여 옷과 옷장 냄새 및 습기 등의 문제를 해결 해주는 제품이다. 이번 컨셉은 이 브랜드의 기존 제품의 새로운 디자인 아이덴티티를 모색하는 것이다. 첫째, 제품을 만졌을 때 느낄 수 있는 형태의 부드러움을 보여주며 기존 제품의 딱딱한 느낌을 탈피하고자 하였고. 둘째, 제품에 탈착 가능한 향기 카트리지가 자연스럽게 제품 속에 녹아 들어 하나가 되듯 했다. 그릴 부분은 발향을 쉽게 도와 옷 속 사이에 파묻히지 않고 옷장 내 넓은 면적에 골고루 향이 퍼지도록 하였다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

안소영 디자이너가 되어서 느낀 것이지만 경험은 정말 값지다고 뻐저리게 느낀다. 실패도 하나의 경험이다. 좌절하지 않고 조급하지 않고 학생들을 가르치는 꿈을 향해 꾸준히 걸어갈 것이다. 영국에서 유학하면서 한국으로 돌아와 다시 디자인 공부를 했다. 여러 경력도 쌓았다. 준비가 되어 있고 도전하고자 하는 것이 있으면 실행하고자 한다.

케어블라썸 무언가 창의적인 것을 만드는 것을 즐겨하는 사람이다. 디자인을 전공하고 컨텐츠를 만드는 일을 직업으로 삽니다. 되어 기쁘다.

## 협업의 의미

안소영 매칭이 너무 어려웠다. 매칭 후보로 선택한 곳, 케어블라썸에서 메일이 왔다. 마침 가전제품 쪽으로 관심이 많았는데 관심사와 공통되는 점이 있어 회신을 했다. 협업의 결과가 생각보다 너무 잘 나와서 매우 만족한다. 나의 브랜드 아이덴티티의 가능성을 확인할 수 있어서 너무 좋았다. 프로세스 중에서 현실적인 고충이 많았지만 이해와 타협으로 극복했다.

케어블라썸 디자이너가 제품이 가지고 있는 특성을 잘 이해하고, 다양한 디자인적 의견을 제시해주어 원활한 소통이 가능했다.



# Hyeok Roh&Jonggun Kim

×

## 케어블라썸



디자이너

패브릭 사용으로 고급스러움 연출  
Hyeok Roh&Jonggun Kim  
–노혁, 김종건



소상공인

간편하게 의류를  
케어하는 법  
케어블라썸–이선교

### 출품작에 대한 소개

Hyeok Roh&Jonggun Kim 심플한 조형과 의류 케어 제품의 사용환경에 어울리는 패브릭 소재를 사용하여 클로젯메이트 Ver.2.0를 디자인했다. 클로젯메이트 기존 Ver.1.0에서 큰 변화 요소로 조형과 소재에 차이를 두어 Ver.2.0에서는 단순한 조형이지만 곡선으로 이루어져 있어 제품 자체에서 빛 먹음이 자연스럽게 이어지게 함과 동시에 양 사이드에 섹션을 잡아 디테일을 완성하여 조형의 밀도를 높였고, 바디 소재는 일반 플라스틱으로 끝내는 것이 아닌 패브릭을 사용하여 고급스러움을 연출했다.

**케어블라썸** 사람이 가장 많이 가지고 있는 것이 바로 옷이다. 제2의 피부이자 자신의 개성을 나타내는 의류는 이제 어떻게 입느냐 만큼 어떻게 관리하는 것인가 중요하다. 클로젯메이트는 간편하게 의류를 케어하는 새로운 제안이 될 것이다. 삶을 좀 더 안전하고 풍요롭게 만드는 것, 클로젯메이트가 꿈꾸는 세상이다.

### 디자이너, 제작자로서의 여정

Hyeok Roh&Jonggun Kim 노혁 디자이너가 되고나서 노혁이라는 이름을 떠올렸을 때 '미친 디자인을 하는 사람'이라는 타이틀을 갖는 것이 꿈이다. '같은 제품을 디자인해도 노혁이라는 사람이 디자인하면 다르더라'라는 말을 들을 수 있게 최선을 다해 현재에 임하고 있다. 매해마다 작년의 '나'보다 발전한다라는 마음가짐과 목표로 살다보니 자연스럽게 현재까지 왔다.

Hyeok Roh&Jonggun Kim 김종건 어렸을 때부터 하드웨어에 관심이 많았고 스마트폰을 처음 접하였을 때 산업디자이너가 되겠다는 열망을 갖게 되었다. 현재 디자이너로서 단기적인 목표는 좀 더 넓은 영역에서 다양한 제품을 디자인하고 싶고 장기적으로는 저의 디자인으로 사람들에게 영감을 주는 것이다. 더 많은 소비자와의 접점을 만들기 위해 앞으로도 한계를 두지 않고 다양하게 도전하며 저 자신만의 길을 걸어 나가고 싶다.

### 2021 DDP디자인페어와 그 후

Hyeok Roh&Jonggun Kim 팀으로써 꾸준히 작업을 해 나갈 계획이다. 다양한 작업들로 발전하고 성장하는 디자이너(들)가 되고자 한다.



### 협업의 의미

Hyeok Roh&Jonggun Kim DDP디자인페어 매칭 플랫폼에서 소상공인을 접하게 되었고, 매칭을 하게 되었다. 디자이너를 믿어주고 존중해준 소상공인께 감사한다. 협업에서의 중요한 의견 조율과 서로 간의 신뢰를 이끌어내기 위한 과정 등을 배울 수 있는 좋은 경험이었다. 의류 케어 제품을 디자인할 수 있는 기회가 흔하지 않은데 좋은 협업으로 시너지 효과를 보게 되었다.



# 최보윤 × 테이데이



디자이너

금속과 도자의 물성 탐구

최보윤



소상공인

심미적 감성에  
실용성을 더하다

테이데이-엄태의



## 출품작에 대한 소개

테이데이 'TTEBU'는 금속과 도자의 물성 탐구를 바탕으로 디자인된 인테리어 소품으로 데스크 오브제 제품이다. 주 몸체는 도자이며 얇은 두께로 자석이 내장되어 있어, 사용자가 원하는 위치에 데스크용품을 부착할 수 있다. 메모지, 클립 부착 등 다양도로 사용할 수 있으며 작은 도자 자석들로 본인만의 개성을 표현 가능하다. 슬립 캐스팅 기법으로 만들어진 도자의 독특한 텍스처와 금속의 질감이 감각적으로 어우러짐으로써 제품이 가진 공예적 감수성을 느낄 수 있다. 심미적 감성과 실용성을 더한 인테리어 소품 'TTEBU'로 단조로운 공간을 감각적으로 꾸밀 수 있다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

최보윤 어릴 때는 화가, 도예가, 패션 디자이너 등 매년 꿈이 바뀌었다. 디자이너가 된 후의 꿈은 어떤 분야든 다양하게, 꾸준히 작업하고 싶다. 도예와 산업디자인을 전공하고 졸업 후 산업디자인 쪽으로 회사 취직을 했고 퇴사하며 자연스럽게 산업디자인 경험을 활용한 도예작업을 시작하게 되었다.

테이데이 어린시절 모든 사람들에게 도움이 되는 발명품을 만들고 싶었다. 메이커가 되고나서 꿈은 브랜드 성장이다. 브랜드를 어떻게 좋은 방향으로 성장시킬 수 있는 가에 대한 고민이 많다. 금속조형디자인을 전공했으며, 외주작업들을 많이 해오면서 나만의 길을 걸어가게 되었다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

최보윤 코로나로 오프라인 구매가 힘든 상황 때문에 오히려 온라인 쇼핑 쪽은 활발하다고 생각한다. 따라서 온라인 쪽 제품 입점과 SNS 홍보를 통해 사업을 지속할 예정이다.



## 협업의 의미

최보윤 DDP디자인페어 매칭 프로그램을 통해 함께 작업을 결심하게 되었다. 결과적으로 금속과 도예라는 각자의 전공을 합친 시너지효과를 경험하며 만족스러운 작업을 완성할 수 있었으며, 이후에도 다른 작업을 또 협업을 할 수 있길 바라고 있다. 다른 물성을 다루는 만큼, 서로의 분야에 무지하기에 각자 맡은 부분에서 최선을 다하고 신뢰하고자 했다. 금속에 대해서는 잘 알지 못하다 보니 약간의 피드백 외에는 소상공인의 판단을 전적으로 따랐다. 반대로 소상공인 또한 도예 부분에서 저의 생각을 따라주었고 각자의 개성을 살린 작업이 가능했다.

테이데이 디자이너님의 제안으로 공동참여하게 되었고 만족도는 높다. 메이커로서 디자인에 대한 갈증이 있었고 금속 외 타 소재에 대한 재료탐구를 해보고 싶었다. 이번 페어 참여를 통해 세라믹재질에 대한 탐구를 잘 할 수 있었다. 대화와 소통을 통해 디자인의 합의점을 찾아가며 협업의 어려움을 극복하였다. 현재 제품 연구 개발에 집중하고 있다.

# 모멘텀스튜디오

X

# 펄스스튜디오

디자이너



LAPUTA를 현실로

모멘텀스튜디오—유재곤

소상공인



실험과 발견의 기호

펄스스튜디오—최현준

## 출품작에 대한 소개

모멘텀스튜디오 LAPUTA는 하늘위에 떠있는 환상속의 섬 라퓨타에서 모티브를 얻어 자기부상 모듈을 탑재한 공중부양 블루투스 스피커다. 자기부상 기술은 일상 속 소규모 제품군에 있어 충분히 범용적인 활용도를 보여주고 있으나, 현실은 꽤 낯설고 기술 지향적 이미지를 지니는 경향이 있다. 기존 자기부상 블루투스 스피커 제품군들에 나타나는 이러한 양상을 현재의 라이프스타일 트렌드에 적합하도록 공간속에 자연스럽게 녹아들 수 있는 언어들을 적용하고자 했다. 단순이 공중에 뜨기에 신기한 현상이 아닌 본 제품이 공중에 떠야만 하는 이유를 이야기를 통해 부여하고자 했다. 소재 역시 섬(island)이라는 자연적 이미지를 전달함으로써 기계적이고 딱딱한 이미지를 지우고 보다 편안하게 디자인을 즐길 수 있도록 텍스처를 살리는 데에도 심혈을 기울였다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

모멘텀스튜디오 디자이너로서의 활동을 이어나가는 지금 구체적으로 사람들에게 소소하게나마 삶의 질에 있어서 긍정적인 변화를 불러올 수 있는 영향력을 지닌 디자이너로 거듭나고 싶다. 모든 상황들에 있어서 주체적인 믿음 외에도 함께 디자인을 고민하는 주변인들의 조언이 항상 큰 힘이 되어 왔다.

펄스스튜디오 어릴 때부터 호기심이 많았고, 실험하고 발견하는 것을 즐겼다. 지금은 영상제작자로서, 영상을 실험하고 새로운 기법을 찾는 것을 즐기고 있다. 엄청난 계기가 있었던 건 아니지만, 대학교 학과 자체를 영상디자인과로 가면서 자연스럽게 디자인의 길을 가게 되었다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

모멘텀스튜디오 진행 중인 프로젝트들과 더불어 환경문제에 대한 민감한 사회적 이슈에 대한 지속적인 고찰을 해왔다. 디자인 에이전시의 역할로 취할 수 있는 태도와 접근방법에 있어서 긍정적인 변화를 마련할 수 있는 발판으로 한 해를 마무리하고자 한다. 앞으로도 디자이너와 소상공인들의 최대치 역량을 끌어낼 수 있을 시간적 여유가 조금은 더 있었으면 좋겠다.



## 협업의 의미

모멘텀스튜디오 사진에 활발한 교류가 있던 업체들과 협업을 진행하게 되었다. 작년 DDP디자인페어 플랫폼 베이스로 시작한 팀도 있으며, 본래 꾸준한 협업을 진행하던 에이전시도 있다. 이번 협업 역시도 신뢰도가 높은 팀들과 함께 진행하다보니 만족스러운 결과물이 나왔다. 다양한 시도와 더불어 질적으로 높은 수준의 시도들이 많았다고 생각한다. 함께 문제상황에 대한 고민을 하고 해결해 나가는 과정속에서 실패에 대한 두려움 없이 부딪혀보고, 이를 통해 피드백을 얻어 결과를 재정비할 수 있었다. 기술적인 어려움을 극복하는 과정속에서 다소 힘든 시기가 있었으나, 실패를 통해 얻어진 데이터를 기반으로 결국은 해답을 찾을 수 있었다.

펄스스튜디오 모멘텀스튜디오와 공동참여했고 이전에도 여러 번 협업했던 경험이 있었기 때문에, 고민없이 이번에도 함께 했다. 일을 하게 되면서, 클라이언트의 요구에만 맞춰 영상을 제작하다 보니 하고 싶은 작품을 못했던 아쉬움이 있다. 이번에 모멘텀 스튜디오와 협업하면서 서로의 방향을 존중해주고, 서로 하고 싶은 대로 작품을 할 수 있었던 계기였다.



# 비포레스트 × 푼푼



디자이너

꼭 필요한 제품,  
오랫동안 사용하는 법  
비포레스트-심미소



소상공인

지구를 지키자  
푼푼-유병석



**출품작에 대한 소개**  
비포레스트 작지만 알찬! 실용성 만점~ 매일매일 함께하고  
싶은 가방!

푼푼 꼭 필요한 제품을 오랫동안 사용할 수 있는 세상을  
그리며 데일리 트립 파우치를 제작했다. 푸른 트립 파우치는  
Pre-consumer waste를 재활용한 리사이클 나일론 원사로 제  
작했다. 또한 비닐을 과감히 제거한 패키지로 크라프트 종이에  
'지구를 지키자'라는 문구의 스티커와 자연을 나타내는 산을 모티  
브로 한 바코드를 넣었다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

비포레스트 그림 그리는 걸 좋아했다. 디자이너가 된 후 사  
용자에게 오랫동안 사용하고 싶은 제품을 디자인하는 게 꿈이다.  
회사에 다니면서 한정된 업무만 진행하는 것에 대한 아쉬움이 많  
아 자신만의 길을 걷게 되었다. 오랫동안 고민한 생각이 담긴 제  
품을 만들고 다양한 작업을 하고 싶었고 작지만 하나씩 실천하고  
있는 중이다.

푼푼 많은 사람이 함께 누릴 수 있는 제품, 오랫동안 사용  
할 수 있는 개발하고 싶었다. 오랫동안 소비자에게 사용할 수 있  
는 제품을 제공하는 브랜드를 만들고 싶었다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

비포레스트 이모티콘, 일러스트 등 온라인에서 수익을 창  
출할 수 있는 구조로 영역을 확대하고 싶다.

## 협업의 의미

비포레스트 DDP디자인페어 플랫폼에서 선택했다. 디자이  
너로서 좋은 제작사를 만나서 상품 제작에 대한 좋은 조언과 도움  
을 지속적으로 받을 수 있을 것 같아서 행운이었다. 앞으로도 꾸  
준하게 좋은 파트너로 협업하고 싶다.

푼푼 비포레스트와 공동으로 참여해 만족스러운 결과물  
이 나왔다. 항상 푸른 가치를 표현해줄 업체를 찾고 있었는데  
비포레스트를 통해 실현했다. 시간 조율이 어려웠지만 그 외의 어  
려움은 없었다. 최소한의 디자인으로 환경에 최대한 이로운 소재  
로 아주 오랫동안 사용할 수 있는 제품을 개발하려고 노력하고  
있다.



# AZIC × 피아즈



디자이너

한국적 감성과 아름다움

AZIC-신예원



소상공인

사람과 반려동물  
모두가 만족

피아즈-전보경

## 출품작에 대한 소개

AZIC '묘반'은 한국 전통의 감성과 아름다움을 지향한다. 형태는 한국 전통가구인 소반과 제기의 형태를 착안, 고양이의 성향과 높이에 맞추었다. 식기는 세균번식 걱정 없고 세척이 편리하고 식기세척기, 전자레인지에도 사용할 수 있는 도자기를 사용하였다. 도자기는 사선 반구 볼 형태로 사료가 자연스럽게 가운데로 몰려 식사가 쉬워진다. 바디는 호두나무와 단풍나무, 그 위에 자개를 올려 전통적인 느낌과 고급스러움을 주면서도 상판의 방수 효과를 준다. '묘반'은 반려동물의 가장 밀접한 용품으로서 편안함을 주고, 공간에서는 오브제로서 시각적인 아름다움을 선사할 것이다.

피아즈 이번 제품은 반려동물을 위한 용품일 수도 있지만 반려동물을 키우는 사람들에게도 시각적인 아름다움을 줄 수 있다는 것이 좋았다. 이번 협업을 통한 제품이 사람들에게 좋은 영향을 미치고 누군가에게 영감을 줄 수 있는 작품이었으면 좋겠다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

AZIC 어릴 때부터 창조하는 직업을 가지는 것이 꿈이었다. 앞으로 색깔이 뚜렷한 디자인 스튜디오를 일구어 나가고 싶다. 디자인을 도구로 세상을 이롭게 하는 방법을 찾고자 하며 조금씩 걸어나가고 있다.

피아즈 단순히 디자인만 해서는 내 아이디어를 표현하기에 부족하다 생각해 제작방법을 배우고 직접 만들 수 있게 되어 디자이너로도, 소상공인으로도 디자인과 제작의 다양성을 추구하고 있다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

AZIC 홈퍼니싱, 데코 제품을 개발하여 비대면 판매에 집중할 예정이다.

피아즈 '법고창신法古創新', 온라인을 통한 홍보 및 판매 경로를 넓힐 계획이다.



## 협업의 의미

AZIC 공동 참여로 협업하게 되었고 디자인 능력이 있는 소상공인과 협업하게 되어 굉장히 만족스럽다. 용도가 확실한 고급스러운 제품을 만들 수 있어서 좋았다. 소상공인과 지속적인 커뮤니케이션을 하며 진행하였다.

피아즈 이전에 한번 작업해봤던 디자이너와 사전 매칭을 통하여 협업하게 되었다. 메이커로서 다른 분의 다양한 디자인 전개 방식을 배울 수 있어서 좋았다. 디자이너와 협업과정을 통하여 사람들의 라이프스타일과 트렌드 동향을 보고 제품의 방향을 정하는 것이 제작으로 이어지는 과정에서 도움이 많이 되었다.



# ooarchive X AZIC



디자이너

**Cycle and Flow**  
**ooarchive**  
–서진형, 흥지훈



소상공인

**실용적인 디자인으로**  
**세상을 이렇게**  
**AZIC–신예원**

## 출품작에 대한 소개

**ooarchive** 오플로우(ooflow)는 오아카이브(ooarchive)의 첫번째 프로젝트인 만큼 브랜드를 상징하는 다양한 의미를 내포하고 있다. 제품은 단순하고 간결한 미니멀 디자인을 추구하며 지속 가능한 디자인과 가치를 지향한다는 브랜드의 정체성을 나타내고 있으며, '순환과 흐름(Cycle and Flow)'이라는 상징적 테마를 담고 있다. 인센스 스틱의 향이 피어오르는 '상승'의 이미지와 캔들의 촛농이 흐르는 '하강'의 이미지 대비를 양방향 사용이 가능하다는 구조적 특징을 통해 반영하였으며, 형태의 변형과 분리, 결합을 통해 디자인적 재미요소를 선사하였다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

**ooarchive** 흥지훈 궁극적으로 나만의 정체성을 찾고 다양한 경험을 통해 지속적으로 성장해 나아가는 것이 목표이며 점진적으로 발전하는 모습을 보이고 싶다. 산업디자인을 기반으로 다양한 가구 및 제품을 접하며 여러 경험을 통해 과연 본인이 가장 잘 할 수 있고 즐기며 할 수 있는 것이 무엇인지 고민하며 찾아 나가기 시작했고 다양한 경험을 통해 본인만의 스타일을 찾을 수 있었다.

**AZIC** 어렸을 때부터 창조하는 직업을 가지는 것이 꿈이었다. 앞으로 색깔이 뚜렷한 디자인 스튜디오를 일구어 나가고 싶다. 디자인을 도구로 세상을 이롭게 하는 방법을 찾고자 하며 조금씩 걸어가고 있다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

**ooarchive** 최근 감염의 우려와 비대면 활동으로 인해 집은 가장 안전한 휴식 공간이자 취미생활의 연장선으로 인식하게 되었고 자연스럽게 주거 공간에 대한 관심이 증가하여 홈 인테리어에 대한 관심과 관련 시장이 성장하게 되었다. 이러한 사회적 배경과 소비자 라이프스타일의 변화에 따라 집이라는 실내 공간을 중심으로 개개인의 취향과 감성을 자극할 수 있는 리빙 오브제 및 생활 용품을 디자인할 계획이다.

**AZIC** 홈퍼니싱, 홈데코 제품을 개발하여 비대면 판매에 집중할 예정이다.



## 협업의 의미

**ooarchive** 공동 참여하였으며, 원활한 커뮤니케이션을 통해 디자인 및 제작 과정이 순탄하였고 좋은 결과물을 낼 수 있었기에 만족하며, 아직 소상공인과의 꾸준한 협업과 교류를 지속하고 싶다. 디자이너로서 평소 아이템을 구상하고 디자인하는 과정에 대한 경험은 많았지만 실제 제작 및 생산 과정에 대해 본인이 직접 관여하는 경우는 극히 드물었다. 협업을 통해 제품의 디자인뿐만 아니라 제작 및 생산 과정에 직접 참여하며 함께 진행할 수 있어 좋은 경험이 되었다. 경험해보고 싶었지만 다소 생소하고 낯설어 어려웠던 목공에 제품을 제작해 볼 수 있어 좋았고 평소 접하지 못했던 분야에 대해 알 수 있었던 유익한 시간이었다. 다양한 커뮤니케이션을 통해 서로의 생각과 의도를 명확하게 전달할 수 있었고 의견을 조율해 나가면서 어려움을 극복할 수 있었다.

**AZIC** 공동 참여로 협업하게 되었다. 좋은 제품 디자이너와 협업하게 되어 만족스럽고 트렌디한 디자인의 실용성있는 제품을 만들 수 있어서 좋았다. 디자이너와 지속적인 커뮤니케이션을 하며 진행하였다.

# 네이크스 × LK(김스굿즈)



디자이너

살아있는 푸프



소상공인

'꾸안꾸' 표현하기

LK(김스굿즈)-김호수

## 출품작에 대한 소개

네이크스 생각보다 가죽이 잘 늘어나는 성질이 있어 통통하게 부풀어 오른 모양인데 의외로 귀엽고 정이 가서 '살아있는 푸프'라는 별명을 붙여주었다. 핸드백 핸들을 잡고 푸프를 움직이면 마치 어린 야기를 데리고 걸어가는 느낌이 든다. 조금은 특이한 모양새지만 웬지 눈이 가고, 편안하고, 함께하면 즐거운 거실의 반려 푸프가 되지 않을까.

LK(김스굿즈) 가구 및 리빙 제품을 가장 미니멀하게, 하지만 가장 포인트 되게 하는 것이 가장 큰 목표였다. 디자인적으로도 참여를 했을 만큼, 이 제품이 완벽하게 나오기를 바랐다. 패션에서 말하는 "꾸안꾸" 륙을 리빙 제품에서도 가능할 수 있게끔 하는 것이 가장 큰 목표였다. 아울러, 푸프에서 시도해보지 않은 디자인적 요소를 핸드백 핸들을 통하여 접목시켰다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

네이크스 어릴 적부터 패션 디자이너를 꿈꿨다. 옷이 좋기도 했지만, 패션 디자이너들이 옷을 통해 자신만의 세계를 만들고, 내 옷을 사람들이 입었을 때 느껴지는 달라지는 분위기에 매료되었다. 지금은 조금 더 책임감 있는 제품을 디자인하고 싶다는 목표를 가지고 있다. 환경과 사회에 가치가 있는 제품을 만들고, 알리고 싶다. 지속가능한 삶에 대한 가치에 공감했던 동업자 서인아 대표를 만나 네이크스라는 브랜드를 공동 창업하며 환경과 사회를 생각하는 패션 산업에 대한 우리만의 그림을 그려나가고 있다.

LK(김스굿즈) 메이커는 브랜드의 뒤에서 활동하는, 숨겨진 일인자라고 제작자로서 생각한다. 디테일과 손으로 직접 만지는 것에 관심이 있어 지금의 길을 선택하게 되었다. 소재와 부자재에 대한 심도있는 공부와 실무를 할 수 있게 도와주었다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

네이크스 실제 제품을 출시하는 것도 중요하지만 컨텐츠를 통해 지속가능한 제품과 소비에 대해 알리는 것이 중요하다. 더 많은 이미지, 영상 자료를 만들고 소비자들과 소통하며 제품을 소개하고자 한다.



## 협업의 의미

네이크스 김스굿즈와는 지난해 함께 생산 작업을 하며 지속가능한 패션 제품에 대한 가치에 공감한 일이 있다. 이번 페어에는 함께 참가, 리빙 제품으로 새로운 도전을 해보게 되었다. 환경친화적인 재료를 찾고, 디자인하는 것은 익숙하지만 실제 제작과 생산에 있어 어떤 어려움이 따를지 예측이 쉽지 않았는데, 제작자와 함께 시작부터 함께해 바로바로 실질적인 사항들을 알려주었다.

LK(김스굿즈) 네이크스는 기존에 제작을 함께 하던 디자이너 브랜드 업체였고, 네이크스가 공동참여를 요청했다. 새로운 제품을 진행할 때 브랜드와 소상공인 모두 긴장을 많이 하는데, 본 작업은 그것보다 훨씬 편안했으며 수월하게 진행되었다. 친환경이라는 키워드로 아직 다뤄보지 못한 소재를 샘플에 사용했다는 점이 가장 매력적이었다. 원부자재에 대한 이해도 및 실제 제작을 하였을 때 도안과의 괴리감이 어려웠다. 가봉하는 방식으로 선제작을 하여 모양과 느낌을 보고 최종 제품을 제작하여 해결하였다.

# 파운드파운디드

X

## 오프그레이드



디자이너

보이지 않는 향기를 디자인  
파운드파운디드  
-송규호, 장문정



소상공인

동양적이고 몽환적인  
향기 브랜드  
오프그레이드-송미강



### 출품작에 대한 소개

파운드파운디드 눈에 보이지 않는 향기의 느낌, 오프그레이드의 느낌을 CMF로 표현하려고 노력했다. 오프그레이드의 동양적이면서도 현대적인 무드를 용기 디자인에 담았다.

오프그레이드 향료에도 색이 존재하기 때문에 용기의 컬러와 합쳐져 다른 색으로 표현되는 등 고민되는 부분은 있었지만, 여러 테스트를 통해 컬러를 맞출 수 있었다. 향기브랜드인 오프그레이드를 후각적인 요소뿐만 아니라 시각적인 요소로도 기억될 수 있도록, 오프그레이드만의 동양적이면서도 몽환적인 브랜드 느낌을 담은 오프그레이드 무드다.

### 디자이너, 제작자로서의 여정

파운드파운디드 송규호 어릴 적 나의 꿈은 수시로 바뀌었다. 미술학원 전단지에서 디자이너라는 직업을 알게 되어 친구와 함께 상담이나 받아볼까 하고 학원에 들렀다가 지금까지도 디자이너라는 직업으로 살게 되었다. 지금은 지속 가능한 디자인을 하는 것이 꿈이다. 좋은 디자인은 오랜 시간이 흘러도 그 가치가 지속된다고 생각한다.

파운드파운디드 장문정 파운드파운디드 합류 전에는 삼성전자에서 산업디자이너로 8년간 일했다. 기업에서 많은 것을 배웠지만, 이제 새로운 도전을 하면 좋겠다고 생각했다. 그래서 내가 할 수 있는 것이 많고, 즐겁게 일할 수 있는 파운드파운디드로 이직했다.

오프그레이드 하고 싶은 것도 많고 배우고 싶은 것도 많아 그 만큼 다양한 꿈을 꾸었다. 건강과 의학이라는 같은 키워드를 항상 생각하고 있지만, 생활속에서 천연 향기를 보다 가치있고 의미있게 접할 수 있도록 노력하는 것을 목표로 천연향기 브랜드인 오프그레이드를 운영하고 있다.



### 협업의 의미

파운드파운디드 이전부터 오프그레이드의 브랜딩 및 제품개발을 함께해 오프그레이드에 대한 이해도가 높아졌다. 오프그레이드는 직접 향기를 개발하는 향기브랜드어서 특별한 용기를 디자인하고 싶었다. 향기 개발에 진심인 브랜드와 특별한 디자인 프로젝트를 진행하게 되어서 즐거웠다. 양산을 염두에 둔 프로젝트였기 때문에 양산 단기를 낮추기 위해 다양한 디자인 변화가 있었다.

오프그레이드 파운드파운디드와 이전에도 함께한 적이 있어서 만남에서 매칭까지 순조로웠다. 오프그레이드에 대한 브랜드 이해도 높아 저희가 원하는 것이 무엇인지 잘 알고 있어 만족스러운 결과물이 나온 것 같다. 다른 향기브랜드와의 차별화된 디자인이 필요했었는데, 오프그레이드 향기 이미지와 브랜드 느낌을 살려 용기 컬러나 디자인에 잘 표현해준 것 같다.



## 디자인 808

x

BoB



디자이너

새롭고 부드러운 곡선의 캔들워머  
안전까지 장착

디자인 808-전지수, 박나현, 박예님



소상공인

BoB-강진희

### 출품작에 대한 소개

디자인 808 곡선의 아름다움을 살린 할로겐 전구를 사용하지 않는 캔들 워머다. 단순한 직선과 도형만으로 이루어진 형태가 아닌 새롭고 부드러운 곡선을 사용하여 디자인했다. 할로겐 전구를 발열시켜 화상의 위험과 전구를 교체해야 하는 불편함이 있는 타 제품들과 달리 발열판을 이용하여 화상의 위험을 줄이고, USB충전식을 도입해 전구를 교체해야하는 불편함을 제거했다. 또한 캔들 워머로만 사용되는 것이 아니라 아름다운 조명을 넣은 무드등으로도 사용이 가능하기에 인테리어 효과를 가진 소품으로도 사용이 가능하다.

### 협업의 의미

디자인 808 매칭에 어려움이 있었으나 이것 또한 경험이라고 생각하고 배웠다. 제품이 시중에 어떻게 나오는지 구체적인 프로세스를 직접적으로 경험하였고, 그 과정에는 어려움도 많았지만 소상공인과 함께 소통하며 문제를 해결했다. 협업하는 방식에 대해 배울 수 있는 좋은 경험이었다.

BoB 실용과 안전을 생각하며 디자인 철학도 고수한 제품을 제작했다. 소비자들이 잘 보지 못 하는 부분도 세밀하게 생각하고 제작하다보니 여태껏 생각하지 않았던 부분도 다시 보게 되었다. 협업하는 방식을 배우며 함께 이야기를 나누고 제작하는 성취감을 느꼈다.



# VLND X 스튜디오 미콘



디자이너

FLOWS CAPE

VLND-김승우



소상공인

콘크리트의  
무한한 가능성

스튜디오 미콘-황하영

## 출품작에 대한 소개

VLND 콘크리트로 만들 수 없을 것 같은 얇은 미감과 조형적 긴장감을 가지는 동시에 surface 흐름의 아름다움이 드러나는 디자인이다. 콘크리트를 간이 금형에 부어 굳어가는 과정에서 '흐름의 풍경: FLOWSCAPE'라는 컨셉을 착안했다. 세 가지 디자인은 금형을 따라 흐르고 굳어가는 모습을 아름다운 surface 디자인으로 나타낸다. 동시에 콘크리트로 만들기 힘든 얇은 두께로 불어넣은 조형적 긴장감으로 미콘의 제조 기술력을 보여준다.

스튜디오 미콘 콘크리트의 매스, 두께, 흐르는 형태에 초점이 맞춰져 있는 리빙가구다. 김승우 디자이너의 시각으로 섬세하게 다듬어진 조형을 볼 수 있어 신선한 경험이었다. 내가 미래에 집을 짓고 그 속에 이런 제품을 놓게 된다면 만족스럽겠다고 생각했다. 갖고 싶은 제품을 만드는 일은 너무나 설레는 일이다. 이번 선보이는 제품들은 일반적인 가구의 형태를 탈피하고 아트퍼니처로서 콘크리트가 가진 무게감과 형태적 가능성을 다양하게 풀어낸 제품이다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

스튜디오 미콘 하고 싶은 일을 원하는 때에 할 수 있는 사람이 되고 싶었고, 지금은 디자인을 삶의 수단으로 살고 싶다. 건축 전공 수업을 듣다가 문득 '콘크리트로 멋진 걸 만들어봐야겠어'란 생각에서 시작했다.

## 협업의 의미

VLND 좋은 기회가 달아 미콘과 협업을 하게 되었다. 미콘은 콘크리트로 만들기에 불가능할 것 같은 다양한 조형을 만들 수 있는 제조기술을 가진 회사이기에 디자이너에게 무한한 자유가 있어 즐거운 작업이었다.

스튜디오 미콘 디자이너가 먼저 컨택해 매칭되었고 콘크리트란 소재에 각 스튜디오에서 가져가고 싶은 요소를 공유하고, 그 장단을 형태로 풀어내는 새로운 접근 방식을 들여다볼 수 있어 신선했다. 함께한 모든 스튜디오에서 잘 도와 덕분에 아무 문제도 어려움도 없었다.



# 오프오브 × 스튜디오 미콘



디자이너

유기적 라인을  
제대로 표현  
오프오브-박현진



소상공인

기능과 감성을  
담은 제품  
스튜디오 미콘-황하영



## 디자이너, 제작자로서의 여정

오프오브 내가 원하는 디자이너로서의 삶은 새로운 프로젝트 새로운 아이템을 활용하여 디자인을 즐기는 삶을 말한다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

오프오브 하고 있는 업무에 집중하고 저희보다 어려운 소상공인을 위해 더 많이 활동하며, 같이 어려운 상황을 이겨내려고 노력 중이다.

## 협업의 의미

스튜디오 미콘 오프오브의 관점에서 소재를 다루는 과정을 볼 수 있어 신선한 경험이었다.



# 주의집증POI × 페이퍼팝



디자이너

숲을 가구에 담다

주의집증POI-홍주희



소상공인

페이퍼 속 세상을 꿈꾸다

페이퍼팝-박대희



## 출품작에 대한 소개

주의집증POI 현미경으로 들여다본 페이퍼 속 세상은 '숲의 형태'다. 페이퍼 가구 속 최소화된 단위인 '숲의 형태'를 구현해 보고자 했다. 그 '숲의 형태'를 페이퍼 가구에 담고, 조합하여, 숲속의 페이퍼 가구를 만들었다. 페이퍼 속 세상을 확대하여 들여다보며, 페이퍼와 숲의 경계의 모호함이 더욱 극대화되는 작업을 전시를 통해 경험해볼 수 있었다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

주의집증POI 어릴 적 꿈은 동화작가였고 디자이너가 된 지금은 앞으로도, 지금처럼, 꾸준히, 그래픽 디자인 작업을 하는 것이다. 시각디자인과 졸업 후 실무 경력을 쌓은 뒤 영국에서 공부를 더 했다. 단순히 그래픽 디자인을 공부하기보단 다양한 비주얼 매체를 활용하여 커뮤니케이션할 수 있는 여러 방법을 고민할 수 있었다. 런던 및 베를린의 디자인 스튜디오에서 그래픽 디자이너로 일하다 2019년부터 디자인 스튜디오 주의집증POI를 시작했다.

## 협업의 의미

주의집증POI 큐레이터의 제안으로 그래픽 디자이너로서의 종이의 물질성에 관한 이해도를 고려해 페이퍼 가구업체 페이퍼팝과 협업했다. 페이퍼팝에서 생각하지 못한 종이에 관한 풍경에 대한 아이디어를 제안했는데, 반응이 좋았다. 페이퍼팝에서 적극적으로 아이디어를 반영해주면서도, 풍부한 제작 관련 경험으로 지지구조 등 그래픽 디자이너가 놓치기 쉬운 부분에 대한 피드백을 해서 수월하게 작업을 진행할 수 있었다.

**페이퍼팝** 숲 속 세상을 추상화 한 작가님의 개성 있고 환상적인 색상과 일러스트를 보며 기존 상품에서 상상도 못했던 제품의 변신을 보았으며 프로젝트를 진행하며 새로운 시각과 많은 배움을 얻었다.



# 포프

X

# 페이퍼팝

디자이너

소상공인

ffoff

마음껏 꿈꾸는  
환상적인 공간

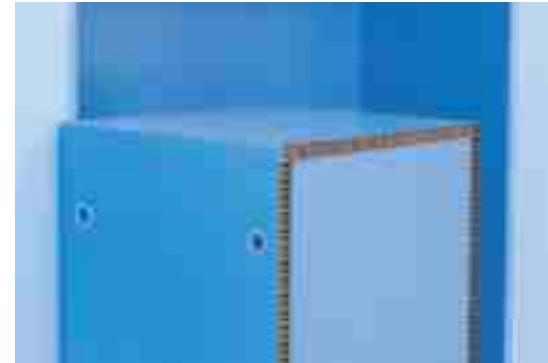
포프-윤지수, 손다희



소상공인

천의 얼굴을 가진 페이퍼

페이퍼팝-박대희



## 출품작에 대한 소개

포프 정형, 획일, 관습을 상징하는 것을 회색도시라고 정의했다. 이런 사회구조는 세상을 유지하는 지혜가 담겨 있다. 회색도시가 '당연한 것'이라면, 통상 속 원더랜드는 다양성이 존중되고, 각자의 개성대로 매력이 넘치는 '마음껏 꿈을 꾸는 환상적인 공간'이라고 정의했다. 솔직한 공간이 되기 위해서는 편안함이 가장 우선이 되어야 한다고 생각한다. 그 과정에서 편안함이 느껴질 수 있도록 아날로그 감성을 극대화했다. 촉감, 종이의 소리와 질감, 그리고 내가 어떤 것을 만들고 지어가는 그 과정을 느끼며 내 방을 꾸미는 순간이 원더랜드로 가는 길의 발판이 되었으면 좋겠다.



## 디자이너, 제작자로서의 여정

포프

[호기심, "엄마 나 이거 하고 싶어요"]

발레리나, 소방관, 피아니스트, 과학자, 아나운서, 방송국 PD, 여행가 등 다양한 것에 대해 궁금증이 많았다. 호기심 어린 시선으로 세상을 바라보는 순수한 마음만큼은 지금도 여전하다.

[긍정의 색감이 묻은 사물]

디자이너의 길을 선택하면서 많은 고민과 생각이 있었다. 디자이너로서 할 수 있는 일이 무엇일까, 어떤 것을 하면 좀 더 좋은 세상이 될 수 있는 것에 보탬이 될 수 있을까 고민한다. 공간, 심리, 환경을 관찰하고 공감하며 조금 더 행복해지기 위해 필요한 재료들을 모아 심리스하게 사람들의 삶에 스며들 수 있는 긍정의 색감을 지닌 사물을 디자인하는 것이 꿈이다.

[빛속에서도 춤추는 나비]

불안, 후회, 우울, 공허함, 걱정, 조급함, 자신감 결여, 번아웃 등 여러 가지 부정적인 감정에 빠져 허우적대는 우리와 주변, 그리고 사람들의 모습을 보면서 '행복함'이라는 감정에 대해 고민을 하게 되었다. 행복하지 않은 디자이너가 행복한 척 디자인을 한 사물이 아닌 피아니스트가 피아노를 치는 것처럼 맥복을 연주하고 그 표현에 몰입해 디자인을 하는 '빛속에서도 춤추는 나비가 되자'가 모토다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

포프 코로나라는 불경기 속에서도 10대, 20대 사이에서 유행하는 다꾸, 폰꾸, 폴꾸, 집꾸 등 꾸미기 시장은 점점 더 확대되고 있다. 그들에게 소품숍 방문은 하나의 놀이로 자리 잡았고, 그들을 타겟으로 한 온라인 쇼핑 플랫폼들도 함께 성장하고 있다. 커져가는 데코레이션 시장 속에서 저희의 한글 차이를 만들어내기 위해 계속해서 고민하고 있으며, 타겟층의 니즈를 충족하는 제품을 디자인하여 가장 합리적인 가격으로 판매하고자 끊임없이 리서치를 진행하며 연구하고 있다. 현재 10대 20대가 활발하게 활동하는 SNS 및 다양한 플랫폼에서 그들의 일상에 작은 즐거움을 주는 콘텐츠 기획, 그들이 흥미 느끼는 아날로그 감성을 제품에 녹이는 일련의 방식과 양방향 소통 방식 구축을 위해 고민하고 있다.

## 협업의 의미

포프 페이퍼팝과 협업했는데 평소 친환경 소재로 작업해보고 싶다는 갈증이 있었는데, 골판지로 가구를 제작하는 페이퍼팝과 매칭이 되어 매우 즐겁게 작업했다. 이번 작업을 통해 DDP라는 오프라인 공간에서 대중들과 만날 수 있다는 것에 책임감을 느끼며 작업에 집중할 수 있는 이 시간에 감사한다. 페이퍼팝 제작 공장에 방문하여 CMF, 샘플, 제작과정 등을 직접 보고, 종이가 구에 대해 디자이너가 이해할 수 있는 충분한 설명을 들으며 많은 것들을 느꼈다. 목업과 전시는 여러 번 했지만, 종이로 가구를 디자인하는 것은 처음이라 설렜다.

페이퍼팝 우연한 기회에 디자이너와 매칭이 되었으며 새로운 아이디어와 영감을 얻을 수 있어 만족한다. 새로운 시각에서의 제품과 디자인을 바라보는 관점을 배울 수 있는 기회가 되었다.



# 스튜디오 박재희

×

## 페이퍼팝



디자이너

종이가 가구가 되는  
신박한 과정

스튜디오 박재희—박재희



소상공인

종이의 무한한 변신

페이퍼팝—박대희

### 출품작에 대한 소개

스튜디오 박재희 <자르다. 붙이다. 찢다. 압축하다.>는 종이를 바라보는 태도를 4가지 관점으로 표현한다. 종이를 자르고 붙이고 찢고 압축하여 유기적인 형태로 만들어지는 과정은 페이퍼팝에서 '종이'가 '단단한 가구'로 되어가는 과정을 의미한다.

### 협업의 의미

스튜디오 박재희 좋은 소상공인팀과 매칭이 되어 좋은 경험을 할 수 있었다. 그래픽 작업이 직접 시제품으로 양산되는 경험은 이후에도 좋은 파트너로 이어질 수 있는 기회였다고 생각한다. 이후에 또 다른 전시에 파트너로 함께하고 싶다.

페이퍼팝 종이를 접고 붙이고 자르는 다양한 과정을 추상적으로 표현한 작가님의 일러스트에서 많은 영감과 새로운 시각을 배울 수 있었다.



# Hyeok Roh&Jonggun Kim × 클레시드라



디자이너

빛의 결을 표현하다

Hyeok Roh&Jonggun Kim  
–노혁, 김종건



소상공인

한지로 만드는 빛 세상

클레시드라–주한진

## 출품작에 대한 소개

Hyeok Roh&Jonggun Kim '빛결' 시리즈는 과거 창호지와 촛불의 연관성을 이용해 만든 조명 시리즈다. 빛이 투사되면서 질감이 드러나는 한지의 물성과 과거 창호지에서 한지의 사용성을 재해석하여 한지의 매력을 더욱 풍부하게 표현하고 싶었다. 사용자의 취향에 따라 한지의 색상과 모양을 구성할 수 있고, 그에 따라 조명의 밝기를 조절할 수 있다. 바닥 형성은 조명의 프레임에서 드리워진 그림자와 연관해 조형을 잡았고, 프레임과 조명을 자연스럽게 연결하는 매개체가 된다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

클레시드라 어렴풋이 기억나는 꿈은 과학자였다. 지금의 꿈은 현재의 일인 메이커이지만 꾸준한 성장을 이루어 글로벌 브랜드가 되는 것이다. 우리나라의 아이덴티티가 담긴 소재로 제품을 제작하고자 고민하다 한지라는 우리나라 전통 종이로 상품을 기획하고 제작 중이다. 현재 한지로 제작한 쥬얼리 '바람결'이 있으며 이번 페어에서는 한지 조명을 만들었다.

## 협업의 의미

Hyeok Roh&Jonggun Kim DDP디자인페어 매칭 플랫폼에서 소상공인과 연결되었다. 협업 과정에서 한지라는 소재의 물성을 파악하며 스터디할 수 있는 계기가 되었다. 디자이너에 대한 존중으로 디자이너 의견을 잘 들어주고 아낌없는 지원으로 매칭되어 감동이었다.

클레시드라 협업을 통해 다양한 컨셉과 접근방법으로 심도있게 고민하는 시간을 가졌다. 디자인에 대한 고민은 항상 가지고 있는 과제인데 이번 협업을 통해 다양한 디자인적 접근을 하며 새로운 시도를 해보는 좋은 경험과 만족스러운 결과물을 얻었다.



# 디글라우 × 디자인코비



디자이너

제품에 생명을 불어넣다

디글라우-류상현



소상공인

제품의 장르와  
한계를 뛰어넘다

디자인코비-이구만



## 출품작에 대한 소개

디글라우 언제나 작품이 아닌 디자인이 중요하다. 소비자에게 다가서고 소비자의 니즈가 적용된 제품을 세상에 내놓고 생명을 불어넣고자 하는 것이 디자이너의 컨셉이었다. 수경재배에 대한 트렌드로 대기업에서 나오는 대용량 형태의 수경재배기는 시장에 있으나 가정에서 스스로 재배해 먹는 수경재배기는 아파트 환경에서 사용하기가 어렵다. 이에 베란다에 놓이는 화분 형태가 아닌 식탁, 테이블, 주방에서 직접 키울 수 있는 재배기를 만들었다. 실내에서 식물을 키우기 위한 가장 최적의 조건인 바람, 물(비), 빛(태양)을 기기 내부에서 조절하여 실내에서도 자연환경과 유사하게 맞추어 채소, 식물류를 직접 재배하여 먹을 수 있는 컨셉으로, 누구나 쉽게 채소나 식물을 재배하고 뿌리의 상태와 성장 모습을 직접 관찰할 수 있으며 오염되지 않은 깨끗한 채소나 작물을 직접 재배할 수 있다. 목업 및 개발 비용의 부담으로 인하여 이번 제출에는 4:1의 스케일 목업으로 제출했다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

디글라우 디자이너로서 행복한 세상을 만드는 것에 조금이라도 도움이 되고 싶었다. 언제나 꿈을 꾸고 노력하는 것, 언제나 일어나려 노력했다. 세상에 하찮은 것은 없다고 생각하고 행동하고자 했다.



## 협업의 의미

디글라우 열정적인 업체와의 만남을 통해서 많은 커뮤니케이션을 하며 업체의 고민과 방향성에 대한 다양한 고민을 했다. 소상공인이 현재의 제품라인업에서 벗어나 새로운 방향을 고민하는 상태에서 약간의 정체되었고 코로나 시대에 새로운 제품의 출시에 많은 신경을 쓰고 있었다. 많은 대화를 나누며 새로운 시장과 소비자의 니즈 및 트렌드 분석을 통하여 업체뿐 아니라 투자자를 구할 수 있는 길을 열게 되었으며 새로운 제품의 출시로 새롭게 회사가 도약할 수 있는 계기가 되었다.

디자인코비 다양한 캐릭터 및 제품을 제조 판매하며, 새로운 제품의 방향성을 찾아 다양한 제품을 시도하고 있던 때 디글라우를 만나 새로운 관점으로 시장을 바라보며 새로운 제품의 컨셉을 얻게 되었다. 만남을 가질 때마다 성실히 시장조사 및 트렌드에 관해 알려주었고 서로가 바라보며 원하는 공통점을 찾아 만족하는 새로운 제품의 디자인으로 좋은 계기를 가지게 되었다. 이를 통하여 다시 한번 캐릭터 제품에서의 한계에서 벗어나 새로운 제품을 출시할 수 있게 되었다.

# 계리 X KKDC



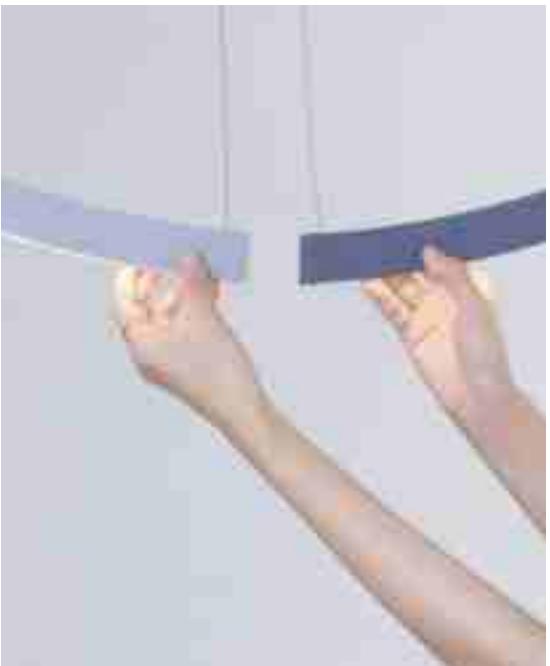
디자이너

다양한 패턴 연출이  
가능한 장식등  
계리–김계리



소상공인

새로운 영감을 얻은  
소중한 기회  
KKDC–박한용



## 출품작에 대한 소개

계리 유기적인 라인을 기반으로 다양한 패턴 연출이 가능한 모듈형 장식등이다. 단일한 곡선 형태의 모듈 2개가 set로 구성이 되어 있고 이를 사용해 공간의 무드, 면적에 맞게 유기적 패턴을 무한 확장, 연출 가능한 조명라인이다. 단순히 멋진 장식등이 아니라 능동적인 유연함을 부여하고자 했고 또한 자연에서 가져온 칼라의 패브릭 마감으로 따뜻한 감성을 함께 담았다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

계리 언제나, 디자이너를 꿈꾸었다. 가장 잘하고 즐길 수 있는 것을 하려 노력하면서 사람들에게 긍정적인 영향력과 이로 움을 전하고 싶다. 자신에 대한 확신과 믿음으로 독립된 디자인 스튜디오를 시작하게 되었으며 현재 많은 것을 경험하고 배우고 있다. 어려운 부분도 있지만 성취감과 즐거움이 더 크기에 이겨내고자 한다.

KKDC 어릴 적부터 제품을 분해하고 다시 조립하는 걸 좋아했다. 상상하던 제품을 실제로 만들어 보고 싶었던 것이다. 그 성취감 때문에 설계자가 되었다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

KKDC 한시적인 제품 전시로 끝나는 것이 아니라 양산으로 진행됨과 동시에 지속적인 마케팅 지원을 해주었으면 좋겠다.

## 협업의 의미

계리 DDP디자인페어 플랫폼에서 매칭되었다. 오래된 경력과 노하우, 기술을 가지고 있는 기업이기에 많이 보고 배울 수 있었다. 전문적인 기술을 가진 국내 제조사와 언제나 협업을 하고 싶었는데 좋은 기회로 양산이라는 목표 아래 디자인을 진행한 원하고 희망했던 경험이었다. 각자의 장점을 조화롭게 접목해 큰 시너지를 내고자 했다.

KKDC 2020년에도 참여했고 올해 두번째다. 자사가 가지고 있는 기술력을 바탕으로 국내 신진디자이너와 콜라보로 제품을 만들었다. 디자이너가 표현하고자 하는 제품의 형태를 제품이나 소재의 한계 때문에 100% 표현해주지 못한 아쉬움이 있다. 하지만 다양한 시행착오를 겪으면서 기준에 생각하지 못했던 표현과 제작방법을 발전할 수 있었던 계기가 되었다. 주변 지인들과 같이 디테일한 부분을 하나씩 풀어가면서 새로운 영감을 얻었다.



# 이예은 × AZIC



디자이너

다양한 원목을 보여주는  
간단한 방법

이예은



소상공인

질 좋은 재료와 마감에 집중

AZIC-신예원

## 출품작에 대한 소개

이예은 각기 다른 매력과 특징을 갖고 있는 다양한 원목들을 보여주고자 퍼즐을 모티브로 하여 디자인한 퍼즐소반이다. 여러 수종을 한 소품에 담고 싶었다. 퍼즐이 모여 아름다운 그림이 되듯 각기 다른 수종의 매력을 한눈에 보여주고자 노력했다. 실용성 또한 매우 중요시하였기에 소비자 개개인의 취향에 맞을 수 있도록 퍼즐과 상판을 유연하게 변형할 수 있는 제품을 디자인했다. 한국의 전통미를 보여주는 팔각 소반과 탈부착이 가능한 퍼즐 형태의 트레이를 합쳐 만들었다. 실용성을 더하고자 원형과 사각형의 퍼즐을 혼합하여 소비자의 기호와 상황에 따라 변형이 가능하게 하였고 자석을 이용하여 간단한 탈부착을 할 수 있게 했다. 아담한 사이즈로 많은 공간을 차지하지 않고 한 제품을 다양한 방법으로 사용할 수 있어 매우 효율적인 가구다.

AZIC 다양한 수종과 실용성을 보여주는 것이 목표였기에 질 좋은 재료 선택과 마감을 중시했다. 여러분의 사포질과 오일칠을 반복하여 마감도를 높였고 메이플의 본연의 색을 잘 나타내기 위해 화이트 오일을 사용했다. 상판과 퍼즐의 쉬운 탈부착을 위해 자석을 사용하였고 상판과 퍼즐이 쉽게 떨어지지 않도록 다양한 크기와 두께를 맞춰보며 가장 알맞은 사이즈를 선택해 제작했다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

이예은 어릴 적 꿈은 건축가로 깃털한 평지에 따듯한 보금자리를 똑딱 만들어내는 것이 매우 멋있었다. 자연을 온전히 느낄 수 있는 곳에서 집을 짓는 것이 꿈이었다. 현재의 꿈은 '이예은'하면 생각나는 가구의 이미지를 만들어 뚜렷한 취향과 색이 담겨 있는 가구를 디자인해 많은 컬렉션을 만들어내는 것이 꿈이다.

AZIC 새로운 것을 창조하고 색을 조합하는 것이 재미인다는 단순한 생각으로 화가를 꿈꾸었고 메이커가 되고 나서의 꿈은 많은 사람들을 감동시킬 수 있는 제품을 만드는 것이다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

이예은 인터넷과 각종 SNS로 홍보를 하고 실물과 최대한 비슷한 많은 양의 사진을 찍어 홍보하는 것이 최우선인 것 같다. 더욱 실용적이고 오래 사용할 수 있는 튼튼한 가구를 만드는 것이 중요하다고 생각한다.



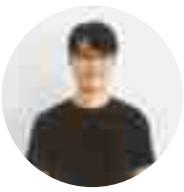
## 협업의 의미

이예은 플랫폼을 통해 매칭되었으며 소상공인의 경험과 실력을 배울 수 있어서 좋았다. 다양한 소재와 가공법을 배우면서 결과물 또한 잘 나온 것 같아 만족스럽다. 자석과 상판 사이에 오차가 생겨 문제가 있었는데 많은 상의와 시도를 통해 시제품을 만들며 극복했다.

AZIC 디자인페어 플랫폼을 통해 매칭되었고 디자이너가 적극적으로 제작과정에 참여하고 많은 의견을 통해 수월하게 진행했다. 그 과정에서 협업심을 기를 수 있어 좋았고 만족스러운 결과물이 나와 뿐만 아니라 서로에게 배운 점이 많았고 서로에게 도움이 되었다. 여러 시도를 해보고 수정하며 최적의 방법을 찾고자 했으며 많은 소통으로 진행과정을 공유했다.



# YURY X AZIC



디자이너

SF 이미지를 조명에 넣다

YURY-변우혁



소상공인

사람들을 감동시키는 제품

AZIC-신예원

## 출품작에 대한 소개

YURY 조명 Zier는 우주에서 일어나는 천문현상이나, SF 영화에서 볼 수 있던 Alien 등의 이미지를 모티브로 삼아 디자인하였고, 영화나 건축 등 관련 디자인에 대한 다양한 출처를 Zier 조명 형태에서 느낄 수 있도록 몰입도를 높여 판타지 감성을 제고했다. 기존 양산되어 유통되는 파이프 바디에 다리를 끼워 고정하는 방식으로 디자인하여 제작 공정이 복잡하지 않고 양산성이 높다고 판단된다. 높이 1,300mm, 3,000K(20w)의 밝은 조명으로 거실, 방, 카페나 음식점 등의 영업장 등 필요한 장소 어디든 배치가 가능하다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

YURY 어릴 적 무언가를 흉내내기에 바빴던 것 같다. 친구들 따라 가족 따라 흉내내다 보니 정체성에 대한 갈망을 가지게 되었고, 독립적인 일을 하고자 했다. 앞으로는 사람을 위한 친환경적이고 쉽게 볼 수 없는 가구들을 만들고 싶다. 건축에 대한 막연한 동경심을 가지고 있었다. 건축가들의 책을 보며 구조적이며 친인간적인 형태를 만드는 일에 대한 매력을 크게 느꼈고, 건축목공 자격증 취득, 가구디자인을 전공하면서 인간에게 직접적으로 심미적, 감성적, 정서적인 좋은 영향을 주는 구조물을 만드는 일을 하고 싶어 가구 스튜디오를 시작하게 되었다.

AZIC 어릴 때는 새로운 것을 창조하고 색을 조합하는 것 이 재미있다는 단순한 생각으로 화가를 꿈꾸었고 메이커가 되고 나서는 많은 사람들을 감동시킬 수 있는 제품을 만드는 것을 꿈꾼다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

YURY 일상에 대한 답을 줄 수 있는 가구를 계획 중이다. 신선한 공간감을 위한 조명이나 현실적인 문제인 데드스페이스 해결, 정리 및 수납을 위한 솔루션을 줄 수 있는 시스템 가구를 준비 중이다.

AZIC 과거에는 기능적인 면에 신경을 많이 썼다면 올해는 감성을 자극하는 제품을 개발하여 코로나로 힘든 상황에 처한 소비자를 위로할 수 있는 제품을 만들고 싶다.

## 협업의 의미

YURY 공동참여로 진행했고 함께하면서 디자인을 더 다듬는 과정이 있어서 좋았다. 협업의 큰 어려움은 없었다.



makemake

X

## 황덕기술단



디자이너

단순한 움직임의 결합으로  
만드는 아름다움

makemake-신봉건



소상공인

황덕기술단  
사용자 취향에 맞춘  
구성 가능  
황덕기술단

## 출품작에 대한 소개

makemake '힌지'는 단순한 움직임을 주는 부품이다. 이 단순한 움직임의 조합을 통해 다양한 사용성과 다양한 형태를 제공한다. 여러 단순한 움직임의 결합은 결코 단순하지 않은 아름다움을 만들어냈다.

황덕기술단 제품을 구성하는 부품은 단순한 가공과 단순한 형태로 제품의 생산성을 용이하게 설계하였다. 기성부품의 사용비율을 크게 늘려 제작 단가를 줄였고 최종 양산 단계에서 모듈화도 고려하여 사용자 취향에 맞도록 구성이 가능한 형태로 만들고자 했다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

makemake 어릴 적 꿈은 파일럿이었다. 움직이는 기계를 좋아했는데 하늘을 나는 비행기가 좋아서 파일럿이 되고 싶었던 것 같다. 디자이너가 되고 난 이후 꿈은 이 일을 통해 행복한 사람이 되고 싶다. 좋아서 선택한 디자이너이기에 끝까지 디자이너로 행복한 삶을 살고 싶다. 특별한 방법으로 여기까지 왔다가 보다는 매순간 집중한다. 내가 어떤 일을 하든 매순간을 즐기려고 했고 노력했다.

황덕기술단 '황덕기술단'은 관동지방에서 내려오는 '황덕불'이라는 말에서 시작한다. 길가는 나그네가 추위를 피하거나 짐승으로부터 보호할 수 있도록 마을주민들이 피워놓았던 장작불을 가리키는 순 우리말로 모두에게 이로운 빛을 만들어 내고자 하는 우리의 의지이며 자세다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

황덕기술단 코로나 시대에 여행이나 외부 활동이 줄어들면서 자연스럽게 머무는 공간에 대한 투자가 실제로 많이 일어났다. 다행히 조명시장도 소비의 위축보다는 활성화가 되고 있다. 황덕기술단은 소비자의 니즈를 정확히 파악하여 퀄리티 좋은 제품으로 시장을 선도하고 싶다.



## 협업의 의미

makemake 2020 디자인페어에서 황덕기술단을 만났다. 2년동안 아니 그 이후에도 함께 협업하기로 약속했다. 너무 잘 맞았다. 서로에 대한 믿음이 있었다. 내 작업을 지지해 주었고 나도 생산과 제작에 대한 고민 없이 자유롭게 작업하였다.

황덕기술단 첫 만남은 사무국에서 맷어준 인연이었다. 조명디자인에 대한 열정이 있는 디자이너에게서 꾸준히 연구하고 고민하며 결과물을 이끌어내려는 모습을 보았다. 군더더기 없고 심플한 조형에 대한 이해도가 높았고 단순히 그림을 그리는 것이 아닌 생산과 유통 관점에서 같이 고민했다. 서로의 시간과 업무협의에 대한 일정조율, 비대면 미팅을 적극적으로 활용하였지만 한계가 있었고 디자인과 제작의 정확한 업무분담과 서로의 믿음으로 작업할 수 있었다.

# when

×

# 코램프



디자이너

보고자 하는 시선대로  
형태가 변화

when—김원영, 배민경



소상공인

새로운 시도,  
완벽한 마무리

코램프—박수현

#### 출품작에 대한 소개

when '하프 램프(Half lamp)'는 보고자 하는 시선에 따라 형태를 달리하는 오브제 조명이다. 총총이 쌓인 반원의 조형들 사이로 새어나오는 빛은 반복되는 음영을 만들어내며, 묵직하게 쌓아올린 매스의 반을 덜어냄으로써 사용자는 전구가 자리한 조명의 중심을 마주하기도 한다. 때로는 작은 소품들을 빛 아래에 둘 수 있는 트레이로도 사용되는 '하프 램프'는 사용자의 일상에 맞춰 기능이 달라진다.

#### 디자이너, 제작자로서의 여정

when 특정 직업을 원했던 어렸을 때와 달리, 현재는 스스로를 타인에 비추어보지 않는 것, 가까운 사람들과 더 나은 삶을 함께하는 꿈을 가꾸고 있다.

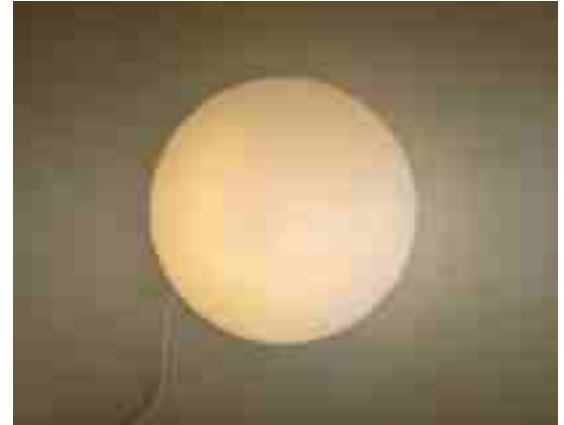
#### 2021 DDP디자인페어와 그 후

when 온라인 전시로도 진행되는 만큼 한국어뿐만 아니라 다양한 언어로 프로젝트의 스토리들이 전달되었으면 한다.

#### 협업의 의미

when 아이디어에 지나지 않았던 생각들이 만남으로 공감대를 형성하여 힘을 얻고, 실질적인 디자인 프로젝트로 발전하는 과정을 겪는 것이 즐거웠다. 공동의 프로젝트를 사업화시키며 자연스럽게 디자인 스튜디오를 시작하게 되었다. 코램프의 포트폴리오를 보자마자 자체 없이 연락했다. when의 디자인과 코램프의 조명 제작 기술이 만나면 좋은 작업이 될 것이라는 확신으로 한 팀이 되었다. 오랜 기간 조명을 제작한 전문 기술자와 함께 디자인과 설계에 대한 견해를 공유하고 디벨롭하는 과정에서 많은 걸 배웠으며 그러한 시간들이 매우 뜻깊었다.

코램프 when과의 만남으로 새로운 시도를 하게 되었다. 아크릴 소재와 오브제 조명은 평소에 하고 싶던 작업이었는데 디자이너 덕분에 도전하게 되었다. when의 아이디어를 전적으로 믿고 디자인을 구현해내고자 노력하는 과정 속에 스터디하며 시행착오를 겪었던 경험이 값지다고 생각한다.



# 인텐시브 × 세전사



디자이너

**조명을 곁에 두는  
다양한 방식**  
**인텐시브-선경수**



소상공인

**천근하고 독특한  
조명 만들기**  
**세전사-정승문**



## 출품작에 대한 소개

인텐시브 'Poly-light'는 다면체를 뜻하는 polyhedron과 light를 더한 단어로, 기하학적 아름다움을 극대화할 수 있는 3D Print 가공기법을 통해 제작했다. 이 기법은 기획단계의 비용을 획기적으로 낮추며, 기존 양산 공정에서는 불가능에 가까운 형태를 구현할 수 있다. 다면체의 중앙에 배치된 광원은 다면체 형태의 특성에 따라 사용자가 원하는 빛의 형태와 양을 제품을 기울이는 직관적인 행위를 통해 조절하며, 테이블 위에 놓이거나 공중에 설치하는 등 사용자가 직접 제품의 용도를 결정할 수 있는 자유도를 가진다. 광원을 포함한 모든 부품은 규격화 되어 기호에 따라 교체가 가능하다. 좀 더 친근하고 독특하며, 가까이 두고 만질 수도 있는 조명을 개발하고자 했다. 그로 인해 조명을 곁에 두는 방식 또한 새로워질 수 있다고 생각한다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

인텐시브 고등학교 입학 후 첫 미술시간에 선생님으로부터 재능이 있으니 미대준비를 해보라고 권유를 받았다. 그때부터 자연스럽게 디자이너의 꿈을 갖게 되었고, 15년 동안 같은 일을 하고 있다. 지금은 좀 더 많은 사람들이 내 이름을 알게 되고 신뢰하게 되는 것이 즐겁다. 매번 새로운 프로젝트를 경험하다보니 다양한 분야에 대해 알게 되고, 그 과정에서 대부분의 분야에 적용 가능한 기본기가 생겼기 때문에 의심없이 오래 할 수 있었던 것 같다.

## 협업의 의미

인텐시브 다양한 분야의 작업을 해왔지만 조명분야는 경험해보지 못했는데, 이번 기회로 새로운 경험을 하게 되어 재미있게 진행했다. 세전사가 워낙 많은 경험을 했던 터라 별다른 문제 없이 순조롭게 진행했다. 우리는 의도한 컨셉을 시각적으로 구현하는 데에만 집중할 수 있어 수월하게 마무리한 것 같다.

세전사 이번 페어를 통해 좋은 디자인 업체를 알게 되고 진행하게 되어서 많은 기대와 비전을 생각하게 되는 계기가 되어 매우 기뻤다. 향후에도 좋은 프로젝트를 통해 서로 발전할 수 있는 기회가 되기를 바란다.



# Studio EFO

X

## 코램프



디자이너

1인 가구,  
Multi-Function

Studio EFO—김현정



소상공인

조명의 용도에 집중

코램프—박수현

### 출품작에 대한 소개

Studio EFO LT 1은 1인 가구를 타겟으로 하여 Multi-Function을 컨셉으로 디자인되었다. LT 1은 가구 위에 올려지는 조명이 아닌 가구 기능을 하는 조명으로 공간을 더욱 넓게 사용할 수 있다. 조명의 하단 부분은 선반 기능을 하며 책, 핸드폰, 컵, 열쇠 등 작은 소품 등을 올려놓을 수 있고, 소파 또는 침대 하단에 깊게 들어갈 수 있는 높이와 방향성으로 사이드 테이블로도 활용 가능하다. 360도 회전 가능한 조명 덕분에 벽에 비출 땐 간접등, 테이블에 비출 땐 스탠드 조명으로 목적에 맞게 사용할 수 있다. 서로 다른 사이즈의 세 개의 원은 하나님의 중심 축안에서 각각 다른 기능을 하며 LT 1을 구성한다. 또한, 일반적으로 조명을 옮길 때 얇은 목을 잡아 이동해야 해서 이동에 어려움이 있지만, LT 1의 구조는 두 줄로 연결되어 이동성과 안전성을 좋게 하였다. 심플한 디자인과 실용적인 기능으로 집안 곳곳에서 다양하게 활용될 것이다. 제품이나 가구 등을 디자인할 때 그것을 사용하게 될 개인의 선호나 취향뿐 아니라 그 사람이 가진 상황이나 조건 등을 고려한다. 이러한 접근태도는 개인의 차이에서 발생하는 다양성을 염두에 둔 것이기에 가구나 제품의 기능 및 형태를 확정하는 것이 아니라 사용자 개개인에 따라 커스텀화되고 지속적으로 변용되는 결과로 이어진다고 생각한다. 이번 출품작은 Multi-function의 주제로 사용자에 맞게 다양하게 활용가능한 제품을 디자인했다.

### 디자이너, 제작자로서의 여정

Studio EFO 건축과 가구디자인을 전공했고, 지금은 가구 디자이너로서 활동하고 있다. 가구를 포함한 전반적인 공간 디자인을 하고 싶다.

### 2021 DDP디자인페어와 그 후

Studio EFO 판매 가능한 제품들을 다양하게 디자인하여 다양한 온, 오프라인숍에서 작품을 판매 할 수 있도록 판로 개척을 할 예정이다. 작년에 비해 교육 및 여러가지 지원항목들이 늘어 발전된 모습을 볼 수 있어서 좋았다. 전체적인 계획에 맞춰 단계적으로 진행되었으면 좋겠다.



### 협업의 의미

Studio EFO 올해는 소상공인 분들이 적어 매칭되는 것이 조금 어려웠다. DDP디자인페어 플랫폼에서 코램프를 찾아 먼저 연락했고, 다행히 포트폴리오를 좋게 봐주셔서 협업할 수 있게 되었다. 코램프는 함께 협업하는 목표가 뚜렷하고 이해도가 높아 좋은 작업을 할 수 있었다. 나는 가구를 디자인했는데 조명디자인은 이번 코램프와의 작업이 처음이었다. 코램프는 축적된 경험과 노하우를 가지고 있기 때문에 다양한 디자인을 시도해 볼 수 있어 좋았고, 디자인을 현실화하는 과정을 통해 많은 것을 배웠다.

코램프 김현정 디자이너님의 의견을 최대한 반영하여 제작해드리고자 노력했다. 컨셉 도출, 아이디어이션, 디자인에 있어 디자이너님의 추진력과 실력을 바탕으로 진행해 코램프에서는 그 동안 해보지 않았던 도전을 할 수 있는 계기가 되어 기쁘고 감사하게 생각한다.

# 비 포머티브 × 일광전구



디자이너

다양한 소재와 광원을 담다  
비 포머티브  
–김예진, 이기용



소상공인

디자인 조명으로 확장 노력  
일광전구–권순만



## 출품작에 대한 소개

비 포머티브 탄소가 타며 만들어내는 에너지로 빛을 밝히는 백열전구는 자연의 원리 그대로를 우리의 일상 공간에 가져온 유일한 전구다. 백열전구의 형태와 소재는 크게 변하지 않고 있다. 비 포머티브는 오랜 기간 변하지 않은 전구 자체에 집중하였으며, 기존과는 다른 구성의 소재와 조형을 통해 새로운 전구를 디자인하고자 하였다. 이에 따라 변화하는 다양한 광원을 조명에 담고자 했다. 획일적인 전구가 아닌 다양한 소재와 조형을 담은 'Formative bulb'를 통해 우리의 공간이 더욱 따뜻해지기를 바란다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

비 포머티브 컴퓨터와 관련된 일을 하는 것을 꿈꾸다 디자이너가 되고 나서는 나만의 디자인 언어가 있는 디자인 스튜디오를 운영하면서 지속적으로 디자인을 이어나가는 것을 꿈꾼다. 아직 자신만의 길을 찾아가는 단계이며, 디자인을 하면서 좋은 팀원과 멘토들을 만나 방향성을 찾을 수 있었다. 디자인 스튜디오로 독립하면서 진행한 다양한 시도와 경험들이 지금의 길을 갈수 있게 한 원동력이라 생각한다.

일광전구 1962년 창립 이래 60여 년 동안 조명용 백열전구만 생산해 온 일광전구는 그동안의 반세기 동안 축적된 기술과 풍부한 경험, 그리고 장인정신을 바탕으로 새로운 조명기구 브랜드 IK 시리즈를 만들고 있다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

일광전구 최근 인테리어 소품에 대한 소비 증가로 조명에 대한 수요도 함께 늘어나고 있는 상황이다. 또한 소비자들의 디자인에 대한 감도도 함께 상승하여 일광전구는 더욱 좋은 품질의 우수한 디자인 상품을 개발하는 데 집중하고 있다.



## 협업의 의미

비 포머티브 일광전구는 2021리빙페어전시에서 인상깊게 본 조명브랜드였고, 조명뿐만 아니라 전구 자체를 다루는 것에 매력을 느껴 이번 매칭에 콜라보를 결심하게 되었다. 조명 개발에서 가장 어려운 광원 부분을 일광전구에서 해결해 주었고, 비 포머티브는 조명을 감싸고 있는 전구를 디자인했다. 서로가 잘 할 수 있는 부분을 나누어 협업을 진행했는데 서로에게 좋은 시너지가되어 디자인에 반영된 것 같다. 직접 경험을 통해 디자인을 풀어내려고 노력했다. 단순한 리서치가 아닌 모티프가 되는 배경을 직접 방문하고 거기서 느껴지는 진정성을 디자인에 담고자 했다.

일광전구 대량생산을 해야 하는 기업의 입장에서 작가의 온기가 가득한 제품을 개발해보고 향후 신제품에 영감을 줄 수 있다는 점에서 협업이 긍정적이었다.



# 스튜디오 학

X

## 일광전구



디자이너

“이것은 램프가 아니다”

스튜디오 학–이학민



소상공인

다양한 용도와 공간에  
맞는 조명

일광전구–권순만

### 출품작에 대한 소개

스튜디오 학 컨셉은 공예적인 감성을 지닌 예술적인 오브제로서의 조명이다. ‘이것은 램프가 아니다’라는 이 조명의 이름은 마그리트의 작품 ‘이것은 파이프가 아니다’에서 차용했다. 관습에 따르면 파이프를 재현한 그림속의 파이프는 파이프가 맞지만, 마그리트는 관습적 사고방식을 깨기 위해 의도적으로 그림과 문장을 모순적으로 표현했다. 이번 조명 또한 관습적으로 보았을 때 전구와 스위치가 달린 조명이 맞지만 단순한 조명의 기능을 넘어서 기능적인 조각(Functional Sculpture)으로서, 하나의 예술적인 오브제로서 기능하고 사용되는 것을 목표로 했다.

### 디자이너, 제작자로서의 여정

스튜디오 학 나만의 아이덴티티를 가진 디자이너가 되고 싶다. 계속해서 다양한 실험과 도전을 통해서 늘 새롭고 창의적인 작업을 하는 것이 목표이자 꿈이다. 국민대에서 금속공예를 전공하고 해외에서 공부하고 디자인 회사에 근무한 경험이 있다. 미지의 세계에 대한 호기심이 많아 다양한 분야의 경험해보고 싶었고 현재는 제가 하고 싶었던 독립 디자인 스튜디오를 열었다.

일광전구 일광전구는 Pendant, Wall lamp, Floor stand, Table stand 등 다양한 공간과 용도에 맞는 조명기구가 있으며 일광전구의 모든 전구와 조합하여 다양한 분위기를 연출한다.



### 협업의 의미

스튜디오 학 브랜드와 디자이너를 연결해주어 새로운 콜라보레이션 작업을 할 수 있게끔 해주는 DDP디자인페어 플랫폼이 굉장히 인상적이었고 이번 기회에 참여해서 새로운 작업을 선보일 수 있어서 너무 기대되고 좋았다. 예전부터 알고 있던 일광전구와 협업을 할 수 있었다는 점이 무엇보다도 좋았다. 어디에도 볼 수 없었던 일광전구만의 유려한 디자인의 스위치와 전구를 사용해 볼 수 있었던 점이 디자이너로서 굉장히 흥미로운 부분이었다. 시간적 여유가 많지 않은 상황에서 컨셉을 예술적인 오브제로서의 조명으로 결정하여 작가가 직접 제작하는 방식으로 진행했다.

일광전구 제작된 조명은 눈부심을 최소화하기 위해 개발된 일광전구의 SH95 전구와, 광량을 조절하는 디머 스위치를 사용해 빛의 세기를 조절하고 ON/OFF 할 수 있다. 기존의 공산품 조명이 가지고 있는 대량생산이라는 한계를 뛰어넘어 작가의 온기가 전달될 수 있는 작품으로서의 조명이 만들어진 것 같다.



# 강종원 n 신영진 × 이목원



디자이너

빛이 완성하는 원목의 아름다움  
강종원 n 신영진  
-강종원, 신영진



소상공인

생각대로 나무작업  
이목원–이원규

## 출품작에 대한 소개

강종원 n 신영진 '그루' 조명은 원목의 매력을 보여주는 조명이다. 두 가지 서로 다른 목재가 결합되는 미니멀한 조형으로, 원목의 둘어리감, 색감, 재질감을 보이고자 했다. 조명이 놓이는 자리에서 원목의 아름다움을 빛의 변화와 함께 느낄 수 있다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

강종원 n 신영진 유년기부터 항상 무언가 상상하고 만들어 내는 걸 좋아했다. 앞으로의 꿈은, 사용자의 삶의 질을 개선하는 일과 지치지 않고 만드는 일을 할 수 있도록 하루하루 노력하는 것이다. 지금 딛고 있는 발판에서 노력하면서 스스로가 활동할 수 있는 범위를 조금씩 넓혀가고 있다고 생각한다.

강종원 n 신영진 만화가가 되어 상상력을 바탕으로 새로운 세계관을 구축하고 싶었다. 디자이너가 된 후 상상력과 창의력을 바탕으로 좀 더 좋은 세상을 만드는 것이 목표다. 회사와 학교, 클라이언트 등과의 작업은 순수하게 제가 표현하고자 하는 것에 많은 제약이 따라온다. 순수한 마음으로 디자인과 창작에 임하고 싶어 제 것을 만들기 시작했다.

이목원 지구를 지키는 게 꿈이었는데 지금은 나의 생각을 만들으로 표현하는 게 꿈이 되었다. 안정된 직장을 갖기 위해 노력하다가 갑자기 스스로에게 하고 싶은 일이 무엇인가?라는 질문을 던지며 정해진 길을 걷기 보다는 나만의 길을 걷고자 했다.



## 협업의 의미

강종원 n 신영진 이목원 스튜디오와는 작년 DDP디자인페어를 통해 알게 되었고 협업을 이어오고 있다. 함께 협업하는 과정이 즐거웠고, 의미 있는 결과가 나왔다. 산업디자인의 경우 단순히 상상에 그치지 않고 실제 물건을 만들어내는 일이 굉장히 중요하다. 원목을 다루는 이목원 스튜디오가 쌓은 노하우를 바탕으로, 원목의 매력을 높이는 방향과 효율적으로 목재를 가공하는 방법에 대해 논의하며 프로젝트를 진행했다.

이목원 서로의 입장에서 다른 시각을 공유하고 배울 수 있어서 좋았다. 혼자 디자인하고 만들 수 있지만 그러다 보면 간하게 되는 느낌을 받곤 했는데 협업을 통해 다른 시각과 새로운 배움을 가질 수 있었다.



# NaneoTeam

**X**

## 오룩스



디자이너

“저 빛!”

NaneoTeam-전희원, 허수정



소상공인

시각·촉각이 느껴지는 조명

오룩스-정성오



### 출품작에 대한 소개

NaneoTeam '빛을 풀어 비 it'으로 탄생된 b.it= 빛과 동시에 우리의 조명(그것)을 지칭하다=저 빛! 불완전하고 가변적인 시각 정보가 신경을 통해 감각 기관으로 전달되는 과정, 즉 시각 인지는 움직임, 상태 혹은 신호로 동작하고 정서 작용으로 변화함을 보여주고자 했다. B.it / b.it은 점, 선, 면을 가운데 형태로 반사판인 원형은 LED 라이트가 회전하며 추상적, 환영적 이미지로 공간을 만들어낸다. 이 제품에는 기둥에서 빛이 반사판을 비추어 빛이 반사가 되어 서로 다른 색감으로 보여주는 시각적 간극을 드러낸다. 사람들이 B.it / b.it을 보고 “저 빛!” 외친다면 조명 ON은 반사된 빛으로 서로 다른 색감의 화려함에 흘리는 감정이 되고 조명 OFF는 테이블로서의 존재의 결을 머무르는 감정이 된다.

오룩스 기하학적인 선과 원형의 형태들이 결합하여 실용적인 제품으로 활용되고 빛을 통해 새로운 공간을 연출하면서 공간 속에서는 또 하나의 조형물로 공간을 담아 시각적 촉각적 특성을 담은 모듈조명가구로도 활용되는 Interactive design 제품이다.

### 디자이너, 제작자로서의 여정

NaneoTeam 어릴 적 꿈은 그림이 좋아 화가를 꿈꾸었고 그 꿈을 품고 디자이너가 된 지금의 꿈은 더 많은 경험을 쌓아 NaneoTeam의 제품 브랜드를 론칭하는 것이다. 생활 속에서 불편한 점을 찾아 실용성, 예술성, 다양한 측면으로 제품의 생명 같은 경쟁력을 불어넣는 크리에이터가 되고자 한다. NaneoTeam은 함께 꾸준히 성장하여 소비자까지 모두 만족하고 공감할 수 있는 결과를 만들기 위해 고민하고 있다. 생활 속에서 불편한 점을 찾아 이를 해결 다 보니 지금의 NaneoTeam이 만들어졌고 우리가 추구하고자 하는 방향성으로 첫걸음 시작하게 되었다.

오룩스 존경받는 기업가가 꿈이다. 창의적이고 혁신적인 사고를 바탕으로 기술개발에 전념한 결과물들로 사용자들이 만족하고 행복해하는 모습에 많은 보람을 얻게 되었고 기업가 정신으로 사회적책임을 다하고자 끊임없이 노력하고 정진하고자 한다.



### 협업의 의미

NaneoTeam 페이 플랫폼에서 매칭이 되어 협업을 하게 되었다. 소상공인 연락을 받고 우리가 원하는 방향과 잘 맞을지 고민을 했고 서로 맞아 작업하게 되었다. 이후 여러 차례 미팅을 진행하며 좋은 결과가 나올 것이라는 확신이 들었다. 제품 디자인에 있어 조명을 제작하는 과정은 처음이었기에 빛의 반사판 재질, 파이프의 두께, 조명의 밝기 조절 등이 많이 부족한 상황이었다. 협업으로 인해 소상공인의 오랜 경력과 경험이 현장 속에서 제작 과정을 더 디테일하게 알게 되었다.

오룩스 기존의 사고에서 벗어나 창의적이고 트렌드를 반영한 디자인을 갈망하고 있던 중 열정적인 디자이너와 협업하는 과정에서 디자인 방법론 등 문제접근 방식과 문제해결 기법 등을 배울 수 있는 좋은 경험이 되었다. 서로의 의견들을 온·오프라인으로 지속적으로 공유해나가면서 시간과 공간의 제약을 넘어서 대화하고 소통했다.

# 스튜디오 김희수 × 아타 크래프트



디자이너

새로운 즐거움

스튜디오 김희수–김희수



소상공인

소재의 신선함  
고급스러운 차별화

아타 크래프트–조진범

## 출품작에 대한 소개

스튜디오 김희수 새로움은 즐거움이다. 시각을 바꾸기만 해도 많은 것들이 달라진다. 조명 UPSIDEDOWN의 컨셉은 우리가 알고 있던 것을 서로 뒤바꾸는 것이다. '조명' 하면 가장 먼저 떠오르는 이미지는 '테이블 조명', 그 중에서도 둥그런 혹은 원뿔 형태의 갓과 평평한 바닥이다. 이러한 상식적인 이미지에서 벗어나 새로운 방식으로 빛에 접근하는 것이 UPSIDEDOWN의 가장 큰 재미다. 또한 조명에 자주 사용되지 않는 가죽은 소재의 신선함과 차별화된 고급스러움을 더한다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

스튜디오 김희수 항상 스스로가 무엇을 원하는지 의심한다. 단기적인 결과가 좋지 않은 순간이 많지만 최종적으로는 항상 내가 원하는 길을 걷고 있게 된다. 그만큼 확신도 생긴다.

아타 크래프트 스스로의 작업에 만족할 수 있는 패션 디자이너가 되고자 했다. 다른 사람들에게 긍정적인 영향과 경험을 주는 작업을 하는 것이 목표다. 원하는 바를 이루기 위해서는 자신만의 시간을 갖는 것이 중요하다. 다른 외부 상황에 방해받지 않고 끊임없이 자신이 생각하는 바에 대해 이성적으로 고민하다 보면 내가 생각하는 길이 어떤 길인지 알게 된다.

## 협업의 의미

스튜디오 김희수 꼭 사용해보고 싶은 소재가 가죽이었다. 가죽은 그 자체로 향과 색상, 질감이 느껴지는 매력적인 소재라고 생각했다. 그 중 아타 크래프트의 군더더기 없는 형태를 보고 매력을 느꼈다. 두번의 페어를 경험하면서 느낀 점은 소재를 다루는 능력에 있어서 아주 작은 것 하나하나가 소상공인이 보는 시각과 디자이너가 보는 시각이 본질적으로 다르다는 것이다. 이를 느낄 때마다 다른 소재에 대한 갈증도 커진다.

아타 크래프트 항상 새로운 소재 혹은 분야로 작업범위를 넓혀가고자 하였다. 21년도에도 DDP디자인페어가 열린다는 것을 알고 다른 분야에 도전해보기 위해서 지원하였고, 평소에 관심이 있던 조명 분야에서 같이 작업하고 싶은 디자이너가 생겼다. 생각보다 다른 분야와 맞닿기가 힘든데 이번 협업으로 새로운 디자이너와의 작업과 대화를 통해 보다 많은 생각을 할 수 있는 계기가 되었다.



# 신교명 × 스튜디오 최인선



디자이너

빛을 가두고  
빛을 풀다  
신교명



소상공인

밝기를 조절하는  
참여형 조명  
스튜디오 최인선–최인선



## 출품작에 대한 소개

신교명 "Cup"은 빛을 가두기도 하고 풀려나게 하는 컨셉이다. 앞뒤로 움직일 수 있는 형태의 벽조명으로 조명부가 벽에 맞닿으면 빛이 퍼지질 못해 꺼지게 되고 조명부를 벽으로부터 멀어지게 움직이면 생긴 공간으로 빛이 점점 퍼져나가며 밝기를 조절할 수 있다. 스위치로 빛을 단순히 조절하는 조명이 아닌 직관적으로 밝기를 조절하는 참여형 조명이다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

신교명 어릴 때부터 만드는 것을 좋아하여 현재도 직접 손으로 만들거나 제작을 맡기고 손으로 마감하는 작업을 하고 있다. 이를 지속하면서 대량생산이 가능한 제품도 꾸준히 제작하고 싶다. 금속공예에 공학을 접목한 키네тика 조형을 전공하며 작업을 시작했다. 공예뿐 아니라 디자인, 조소 등 다양한 일을 경험해보고 이를 작업에 녹여내고 있다.

스튜디오 최인선 지금까지 내가 그리는 자신의 모습은 '창조하는 사람'이다. 살아가면서 더욱 솔직한 내·외면의 형태들을 찾고, 물질에 부여하고자 한다. 일상에서 관계 맺고 살아가는 요소들과의 아름다운 조화를 추구한다. 사물을 관찰하고, 매만지고 새롭게 만들어 낼 때 느껴지는 감정들을 즐겼다. 대학교에서 공예를 전공하면서 사물이 태어나는 과정을 처음부터 끝까지 온전히 경험할 수 있었고, 나만의 방법으로 내면화하고자 했다.

## 협업의 의미

신교명 공동참여하며 컨셉을 정해 놓고 지원을 했기 때문에 나아가는 방향에 대한 고민은 적었다. 둘 다 금속을 다루는데 익숙하여 편안한 소재로 수월하게 제작을 진행하였다. 서로가 추구하는 디자인 컨셉이 맞아 주제를 잘 정하고 진행할 수 있었다. 사용자가 참여할 수 있는 조명을 디자인하고자 하였고 제작과정에서 움직임이 있는 조명을 제품화하는 과정을 경험할 수 있었다. 서로 원하는 디자인의 차이가 있었는데 이를 계속된 스케치 및 모델링을 통해 좁혀 나갔다.

스튜디오 최인선 디자이너가 가진 빛에 대한 관심에 좋은 영향을 받아 작업할 수 있었다. 그의 아이디어에 심미적인 물체를 주고자 하였고, 공학적인 부분에서 도움을 많이 받았다. 각자가 생각하는 방향을 충분히 대화하며 이해하고 발전시킬 수 있었다.



# 최보윤 × 소마르



디자이너

천연가죽이  
도자를 대체하다  
최보윤



소상공인

가죽 소재의 한계성을  
새로운 물성과의 결합으로 극복  
소마르-김아라



## 출품작에 대한 소개

최보윤 도자 디자이너와 가죽브랜드가 만나 천연가죽을 도자로 대체하는 조명 'FADE'를 디자인했다. 소득 증대로 인한 생활수준 향상으로 라이프 스타일이 변화되면서 천연 소재에 대한 소비자들의 관심이 많아졌다. 하지만 천연가죽의 비싼 단가와 질긴 물성의 한계로 전통적 가죽공예 기법으로는 패션잡화만 제작 가능하다. 이에 천연가죽을 대체할 방법을 고민하다, 슬립캐스팅 기법으로 가죽을 본떠 가죽의 실제 재질을 구현하며 스텐드 조명을 제작함으로써 조명으로의 기능과 오브제의 미적 결합, 인테리어 소품으로도 활용 가능한 조명을 제작하게 되었다. 손수 개발한 텍스처 및 표면 처리 방법으로 직접 도자 체험을 할 수 있으며, 커스텀 제품으로 세상에 유일한 제품으로 만나볼 수 있다.

## 협업의 의미

최보윤 소마르는 기존에도 가죽의 물성형기법과 3D프린터를 활용하여 작업하고 있어 나와 비슷한 작업 스타일을 지니고 있었다. 그 외에도 평소 가죽의 재질적 한계를 넘어 최초 블루투스케이스를 제작하는 등, 도자의 한계를 넘어 다양한 오브제를 제작하고자 하는 나의 평소 방향성까지 동일하게 느껴 협업을 결심하게 되었다. 비슷한 스타일과 방향성을 지닌 소상공인을 만나 작업을 진행하면서 많이 성장할 수 있었던 것 같다.

소마르 가죽 소재의 한계성을 느껴 새로운 물성과의 결합으로 즐거운 작업을 하고 싶었다. 단단하고 질긴 가죽이 물에 닿으면 부드러워지고 유기적인 형태를 만들 수 있다는 것을 알고 도자 소재와의 콜라보레이션을 기대했다. 가죽으로 만든 숟가락, 그릇, 컵은 식사를 하는 데 사용할 수 없다. 또한 가죽으로 된 조명도 찾아볼 수 없었다. 하지만 이번 도자의 캐스팅 기법을 통해 가죽을 본뜬 도자형태를 만들 수 있다는 것을 알게 되었고, 새로운 소재에 대한 궁금증이 생겼다.



# Kim. X 돼지아저씨의 나무창고



디자이너

틈새에서 새어나오는 빛

Kim.-김재현



소상공인

한옥 고재의 결함을  
고유의 멋으로 승화

돼지아저씨의 나무창고—김동제

## 출품작에 대한 소개

**Kim.** 한옥 고재(古材)가 오랜 시간 수축 팽창하며 생긴 크랙 '틈'에서 영감을 받은 GAP Lamp. 한옥이 주는 아름다움과 한옥 고재가 가지고 있는 틈을 이용한 램프는 무형의 어떤 것들을 물들인다. 고재가 가지고 있는 장점이자 단점을 사람들에게 잘 녹아들고, 고리타분하다고 생각되는 나무, 전통과 같은 것들을 MZ 세대만의 새로운 관점에서 새로운 이미지를 보여주려 했다. GAP Lamp는 세 개의 쉐이드를 통해 한옥 고재의 틈을 표현했다. 쉐이드 사이의 틈새에서 새 나오는 빛을 통해 한옥 고재의 틈을 고재를 잘 모르는 사용자들도 자연스럽게 받아들이게 된다.

**돼지아저씨의 나무창고** 한옥 고재는 실제 생활을 거치면서 나무 각각의 역사를 품고 있다. 주방에서 나온 고재는 그을음이 있고, 기둥으로 쓴 고재에는 뭇자국이 남아 있다. 갈라지거나 부서진 나무도 있다. 이번 출품작은, 소비자들이 이런 결함이라고 할 수 있는 부분을 제품 고유의 멋으로 받아들일 수 있도록 한 특별한 제품이다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

**Kim.** 디자이너가 되고 나니 좋은 뷰가 있는 작업실에서 어떤 큰 걱정 없이 작업하는 것이 꿈이다. 목표치가 있다기보다는 상황이나 순간을 떠올리며 디자인하고 싶다. 디자인 작업은 나의 업이자 취미여서 죽기 전까지 하고 싶다. 여러 경험을 하다 보니 자연스럽게 좋아하는 것과 하고 싶은 것에 대한 구분이 된다. 여러 경험 도중에 프로젝트의 과정 자체를 즐기던 나를 보고 좋아하는 것이 무엇인지 알게 되었고, 좋아하는 게 무엇인지 알다 보니 자연스럽게 하고 싶은 것과 어떤 이상향 같은 것이 생긴 것 같다.

**돼지아저씨의 나무창고** 어릴 적 꿈은 평범했다. 나무창고를 꾸려나가면서 가지게 된 꿈은 가지고 있는 아이템들을 더 많은 분들에게 소개하는 것이다. 독특하고 멋진 디자인과 고재를 결합하여 많은 사람들이 선호하는 제품을 만들어내고 싶다. 나만의 아이템이 바로 고재이다. 나무창고가 가장 다양하고 많은 고재를 가지고 있다고 자부하고, 이것을 발전시켜 좋은 상품으로 만들고자 한다.



## 협업의 의미

**Kim.** DDP디자인페어 플랫폼에서 매칭되었고 소상공인 이 제품 개발에 대한 의지가 매우 커서 생각했던 것보다 디자인에도 힘을 많이 쏟았다. 작업 도중에 성장하고 있다는 게 느껴지고 많이 배웠다. 소상공인이 제품 퀄리티를 우선시하는 게 인상적이었다. 시장에 나가기 위해서는 어쩔 수 없이 타협하고 줄여가는 부분이 많았지만 디테일이 등한시될 때가 많은데, 최대한 퀄리티로도 좋은 것을 만들기 위해 타협하지 않으려 했던 부분이 좋았다.

**돼지아저씨의 나무창고** 페어 플랫폼에서 디자이너의 프로필을 보고 선택했다. 제품을 개발하면서 꾸준한 디자인에 대한 탐색이 필요했다. 지금까지 탐색이 나의 관점에서만 진행되어 왔다면, 이번 협업을 통해 서로 새로운 사람과 새로운 시각을 공유하며 탐색의 방향을 다양화할 수 있었다는 점이 좋았다.





디자이너

안전과 디자인  
모두를 고려

OMANEMO-권태훈



소상공인

우수한 디자인으로  
제품력 제고

다윤디자인-박근희



#### 출품작에 대한 소개

**OMANEMO** 옥외 조명인 블라드는 보행도로, 광장 등 사람들이 자주 이용하는 곳에 설치하는 것으로서 야간 보행환경에 중요한 역할을 가지고 있다. 공공시설물로 기하학적인 조형의 조합을 통해 단순한 조형을 유지하였고, 조합의 이름새, 상부의 헤드, 폴의 하부 등은 곡선의 형태를 유지하여 디자인적 요소와 안전을 고려하여 디자인을 진행했다.

#### 협업의 의미

**OMANEMO** 다윤디자인은 아웃도어 조명의 전문 업체로, 다양한 제품의 라인업을 가지고 있는 회사다. 이러한 경험에서 제안된 디자인 형태를 보고, 제작에 필요한 여러 요소를 검토, 확인 시켜 주며 제작을 진행했다. 디자인적 요소에 대한 많은 부분 등을 이해해 작업 진행에 많은 도움을 받았다.

**다윤디자인** 우수한 디자인을 통해 제품의 경쟁력을 확보하기 위해 이번 페어에 참여하게 되었다. 블라드라는 제품은 아무래도 제한된 형태에서 구성성을 해야 하는 것으로 디자인적 요소를 찾는 게 쉽지 않다. 이번에 외부 디자이너를 통해 시각적으로 다른 접근을 하게 되어서 좋았다.



# Studio Jeong Ho Ko

x

## 다윤디자인



디자이너

문 너머의 세계를 비추다  
Studio Jeong Ho Ko  
-고정호



소상공인

새로운 아이디어를  
제품에 구현하는 즐거움  
다윤디자인-박근희

### 출품작에 대한 소개

Studio Jeong Ho Ko Door lighting은 문이라는 모티브에서 제작되었다. 문은 단순히 방과 방을 분리 시키는 물품일 수 있지만 은유적으로 다양한 의미를 가진다. 소설 나니아 연대기에서 보면 옷장 문 뒤로 새로운 세계가 열린다. 이처럼 '문 너머의 세계'는 소설, 노래 등 흔히 사용되는 소재이다. Door lighting의 문은 단순 조명을 막는 역할을 수행하기도 하지만 동시에 문 그 뒤에 가려진 새로운 가능성, 기대라는 의미도 가진다.

### 디자이너, 제작자로서의 여정

Studio Jeong Ho Ko 어릴 적 꿈은 만화가였다. 하지만 미술을 시작하고 작업하다 보니 지금 위치에 와 있었다. 현재는 내 자신을 브랜드화하고 싶은 꿈이 있다. 남들보다 조금 남다른 삶을 살고 싶었다. 그렇게 한두 개씩 변화를 주면서 자신의 길을 찾고 있다.

### 2021 DDP디자인페어와 그 후

Studio Jeong Ho Ko 올해는 새로운 사업을 펼치기보다 제 자신을 돌아볼 수 있는 시간을 가지려고 한다. 바쁘게 살다 보면 내 자신을 보지 못하고 길을 잃는 경우가 많다. 이러한 특수한 상황을 하나의 가능성으로 만들고 싶다.

### 협업의 의미

Studio Jeong Ho Ko DDP디자인페어 플랫폼을 통해 매칭 되었다. 도전해보지 못했던 새로운 분야를 시도해볼 수 있어서 즐거웠다. 제작할 수 없는 부분이나 기술들을 기업과 함께 현실화시킨 점이 제일 만족스러웠다. 어떻게 최종 결과물 안에 나의 색깔을 넣을 수 있을지 고민했다. 결국 끊임없는 연구와 앞서 진행했던 수많은 작업물들이 현재의 어려움을 극복하게 만들었다.

다윤디자인 기준 인하우스 디자이너가 아닌 작가와 함께 한 덕분에 새로운 아이디어를 많이 얻을 수 있었다. 아쉬 조명에 대한 편견을 가지지 않고 디자인하였기 때문에 기술적인 어려움이 있었지만 신선한 제품이 나온 것 같다.



# OMANEMO

X

## (주)루미앤



디자이너

조형과 빛을 통해  
만드는 실루엣

OMANEMO-권태훈



소상공인

빛에 대한 새로운  
접근 방식

(주)루미앤-김용범

### 출품작에 대한 소개

OMANEMO 일반적으로 알고 있는 조명에 대한 역할에서 좀 더 다른 시각으로 접근하고 싶었다. 빛을 만들고 다듬을 수 있는 역할의 오브제, 그래서 만들어지는 조형과 빛을 통해 전체적인 형태의 실루엣을 보여주고 싶었다. 기능적 공간에서의 빛의 역할은 빛의 양, 밝기가 목적이라고 하면 이번에 진행된 STACK UP은 빛을 통해서 보여주는 조형에 초점을 맞춘 오브제 형태의 간접적인 조명이다. 빛의 성질을 이용하여 하나씩 쌓아 올린 우드(오크)의 느낌을 살리고 상부에 투과되는 빛을 이용하여 공간을 은은하게 빛으로 확산시키는 기능을 표현하고자 했다.

### 디자이너, 제작자로서의 여정

OMANEMO 그림과 관련된 일을 하고 싶었다. 현재 어느 정도 꿈은 이루어진 것 같다. 그동안 실무에서 조명과 관련된 디자인 업무 일을 했는데 이제는 디자이너 겸 메이커로서 조명에 대한 전문 브랜드를 실현하고 싶다. 빛에 대한 관심과 끌림으로 여기까지 왔다. 빛에 대한 다양한 이미지를 만들고 싶다.

(주)루미엔 어릴 적에는 고고학자를 꿈꾸었다. 지금은 잠시 중단된 유럽으로의 수출을 다시 활성화해 대한민국의 우수한 디자이너들의 조명작품을 조명 선진국에 선보이고 싶다. 어려운 사업환경에도 늘 희망을 잃지 않으며 차근차근 목표를 세우고 실천해 나아가고 있다.

### 협업의 의미

OMANEMO 협력회사로 알게 되어 공동참여 형식으로 참여하게 되었다. 아무래도 조명과 관련하여 이해 및 협의가 수월하게 진행되었던 거 같다. 조명은 일부 하드웨어 부분이 필요한데, 관련 지식 전달 및 수급에 많은 도움이 되었다. 디자인 및 제작과정이 수월하게 진행될 수 있어 좋았다. 루미엔은 나무를 이용한 제품을 꾸준히 생산, 판매해온 업체로 상품개발에 대한 많은 노하우를 확보하고 있다.

(주)루미엔 빛에 대한 또다른 접근방식으로 이전 조명에서 볼 수 없었던 제품으로 흥미를 가지고 제품 제작에 참여했다.



# 디글라우 × 주식회사 더 바이오



디자이너

두 가지 이상의 분위기를  
연출하는 조명  
디글라우-류상현



소상공인

조명에 공기 정화  
기능을 더하다  
주식회사 더 바이오-정석순



## 출품작에 대한 소개

디글라우 조명을 통하여 집중된 공간의 볼륨감을 나타내기 위한 컨셉으로 미니멀리즘 조형 컨셉을 통하여 메인 라이트 조명과 천장에 퍼지게 되는 간접조명을 동시에 사용할 수 있는 두가지 조명을 하나의 조명으로 통합했다. 오픈된 공간에서 감성적 분위기와 메인 조명을 통하여 두가지 이상의 분위기를 연출하기 좋게 다채로운 활용방식을 사용할 수 있도록 했다. 미니멀리즘한 직선적 조명의 형태가 모듈타입으로 적용된 컨셉으로, 공간에 맞추어 다양한 넓이에 맞게 끼워 맞추어 결합될 수 있어 확장을 위해 새로운 파트를 조립할 수 있게 모듈타입으로 디자인했다. 사용자가 쉽게 탈착이 가능하게 설계되었다. 또한 조명의 중앙에 살균 및 공기정화를 위한 가시 광선 광촉매를 삽입하여 기존 판매되는 제품의 정화기능을 강화했다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

디글라우 디자이너로서 행복한 세상을 만드는 것에 조금이라도 도움이 되고 싶었다. 세상에 하찮은 것은 없다고 생각하고 행동하고자 했다.

주식회사 더 바이오 조명회사를 운영하시던 아버지의 영향을 받아 조명회사를 운영하는 게 꿈이었다. 하지만 기존의 획일화된 저품질 조명들에 염증을 느껴 기능성 차별화를 통해 시장을 공략하기로 마음먹었다. 더 바이오 제품은 OREX브랜드로 현재 전국 대형마트에서 공기정화 LED분야를 선도하는 기업이다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

주식회사 더 바이오 코로나로 인해 공기정화, 살균에 대한 수요가 높아졌다. 우리 제품은 이러한 공간 살균기능을 부가적으로 수행하기 때문에 오히려 매출의 상승이 기대된다.



## 협업의 의미

디글라우 DDP디자인페어 플랫폼에서 선택했으며 디자이너로서 협업을 통하여 제품을 세상에 내고 디자이너로의 책임감을 가지고 싶다. 디자이너로서 제품의 컨셉도 중요하였지만, 더욱 중요한 건 소비자였고 그 목표에 도달하기 위하여 많은 디자인을 했다. 소상공인이 가진 기술과 아이덴티티를 그대로 유지하고자 노력하였고 디자인에 시대적 상황을 적용하고자 노력했다.

주식회사 더 바이오 디글라우는 기능성 LED 조명에 대한 이해도가 높아 더 바이오와 합이 좋았다. 조명은 그 규격이 한가지가 아니라 공간의 규모에 따라 다른 규격이 필요하고, 디글라우와 함께 모듈화라는 방법을 통해 공간을 끊임없이 확장하는 모듈화된 프리미엄 조명을 완성했다. 빛의 파장을 혁신해 태양광과 가까운 파장을 구현했으며 동시에 이오나이저와 광촉매로 공기 정화가 가능한 조명을 완성했다.

# 박은총 × 아이앰히어



디자이너

쓰임이 있는 오브제

박은총



소상공인

K-가구 플랫폼으로  
훌륭한 디자이너 협업

아이앰히어—정혜원

## 출품작에 대한 소개

**박은총** 오늘날 가구의 의미와 역할은 점차 확장되어 다양한 변주를 만들고 있다. 공간을 꾸미고 개인의 개성을 드러내는 매개체의 역할을 하며, 하나님의 조형 언어로써 표현의 가능성을 넓히고 있다. '쓰임이 있는 오브제'는 가구가 지니는 사물의 목적성과 창작자로서 표현 의지 사이에서 오는 질문들에서 시작되었다. 사물이 그 본연의 기능을 할 때와 기능을 하지 않을 때 어떤 모습을 가지고 있고 어떻게 비춰지는지에 대한 고민이며, 수직과 수평의 교차구조에 의해 나타나는 조형성과 각기 다른 재료의 특성에서 오는 대비감을 이용한 조형 언어로써 균형 속의 비균형 즉, '양면성'에 대한 이야기라고도 할 수 있다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

**박은총** 전공이 공예이다 보니 손으로 직접 쥬얼리나 가구를 만드는 일에 흥미를 느끼게 되어 지금까지 가구나 조명을 만드는 일을 하고 있다. 이렇게 내가 만드는 것들을 많은 사람들에게 소개하고 그것을 사용하는 사람이 단순히 사물을 사용하는 것을 넘어 아름다움을 느끼고 예술적 가치를 인식할 수 있는 작품을 만들고자 한다.

**아이앰히어** 도시 디자이너가 꿈이었고, 신도시를 건설하는 마스터플래너가 되고 싶었다. 지금은 보다 소비자들과 호흡할 수 있는 가구와 조명 등 제품을 통해 실소비시장을 경험하는 일이 재미있다. 대학을 졸업하고 첫 지원회사인 건설회사에 입사, 좋아하는 설계업무를 시작하고 디자인, 해외영업까지 경험하게 되면서 18년이라는 시간이 훌쩍 지났다. 2년 전부터 나만의 사업에 대한 갈망이 있었고, 우리나라 건축·인테리어 시장에서 가구 분야가 매우 시스템이 부족하다는 것을 느끼게 되어 개선점을 고심하다가 K-가구 플랫폼 회사를 설립하게 되었다.

## 2021 DDP디자인페어와 그 후

**아이앰히어** 9월중 K-가구 플랫폼 APP이 출시되어 소비자들이나 브랜드 기업들이 직접 조사하고 만나기 힘들었던 가구 디자이너, 공방작가, 브랜드 가구들을 통합하여 한 APP을 통해서 만나고 있다. 앞으로 전국의 흩어져 있는 가구 디자이너와 중소 브랜드들이 아이앰히어 APP에서 소비자들과 만나고 많이 알려지고, 소비되었으면 한다.



## 협업의 의미

**박은총** 아이앰히어와는 DDP디자인페어 이전부터 여러 가지 프로젝트를 진행해 왔었는데 이런 프로젝트를 함께 진행해 오면서 디자이너가 온전히 작업에 집중할 수 있도록 배려하는 것이 가장 큰 힘이 되었다. 덕분에 작업에 좀 더 집중하고 노력을 쓴 아부어 전보다 더 높은 퀄리티의 작업물을 뽑아낼 수 있었다. 작품을 디자인하고 제작하는 것 이외에도 마케팅 등 고려해야 할 부분이 많은데 아이앰히어와의 협업을 통해 이러한 일들을 수월하게 해 나갈 수 있었다.

**아이앰히어** 박은총 디자이너는 아이앰히어와 이미 가구 디자인 협업, PB상품 개발 등을 하고 있는 좋은 파트너다. 해외 진출과 디자인 어워드 업무를 지원하면서 DDP디자인페어를 생각하게 되었고, 참가하게 되었다. 아이앰히어는 가구뿐 아니라 종합적으로 다루기 힘든 분야를 기술적으로 지원하고 향후 양산도 생각하고 있다. 한국의 유력한 선과 비례미를 중시한 디자인이다. 박은총 디자이너의 Lit은 금속과 골드의 비례미 속에서 가느다란 한줄기 빛이 보이는 마치 자연 풍광의 어느 한 장면 같다.



# 강우림 × 아이앰히어



디자이너

난(Orchid)을 감상하는 재미

강우림



소상공인

자연스러운 한국적 선을  
잘 표현한 작품

아이앰히어—정혜원

## 출품작에 대한 소개

강우림 선비나 사대부들은 자신의 심종과 사상을 표현하기 위해 시나 서예로 자연물을 그렸는데, 현대에 이르러 인간과 자연의 공존은 무너지고, 코로나 시대는 더욱 자연물과 공생하는 세계관이 부족한 현실이다. 이러한 현실을 조명 디자인에 반영하여 '난(Orchid)'를 모티브로 Floor 조명 디자인을 디자인하고 광원은 Sustainable한 LED Chip 기판을 적용하여 모던한 조형미가 탄생하였다. 높이는 다양하게 제작 가능하며, 광원을 표준화하여 양산하는 것에 포커스를 두고자 하였다. 조명에 오브제로서의 가치를 부여하고, 인간과 자연을 친밀하고 유기적으로 연결하고자 했다. 옛 선비들이 난의 아름다움과 향기, 내적 기질을 감상하며 자연과 교감하였듯 제 작업을 사용하는 이들로 하여금 그러한 교감과 사색의 시간을 가졌으면 한다.

## 디자이너, 제작자로서의 여정

강우림 주어지는 환경 안에서 더 좋아하고 흥미를 느끼는 길을 선택하며 걸어가려 했다. 아이앰히어는 국내 가구 디자이너들의 가구를 여러 매체에 소개해 왔다.

## 협업의 의미

강우림 아트퍼니처는 양산할 수 없다는 고정관념을 깨기 위해 아이앰히어와 Ran 조명의 양산을 연구하게 되어 즐겁게 생각한다. 특히 조명은 광원과 조형물의 접합부분에 대한 기술적인 면이 중요하여 그동안 고민이 많았는데, 아이앰히어와 함께 연구하고 다양한 시도를 할 수 있어서 좋았다.

아이앰히어 강우림 디자이너는 가구 디자인 협업, PB상품 개발 등을 하고 있는 좋은 파트너다. 해외 진출과 디자인 어워드 업무를 지원하면서 DDP디자인페어에 참가하게 되었다. 가구를 중심으로 연구하는 분이고, 조명 디자인은 작은 분야였다. 디자이너가 다양한 시도를 서슴지 않아 아이앰히어의 생각을 잘 따라주고 있어서 감사하다. Ran 조명 제품은 한국의 유려한 선과 비례미를 중시한 마치 한국화 속의 붓으로 터치한 느낌이다. 강우림 디자이너는 Organic한 한국적 선을 누구보다도 잘 살리는 디자이너라고 생각한다. 그의 조형적 상상력은 앞으로 국내 시장에서 나아가 세계속에서도 가치를 발현할 수 있다고 판단된다.



# 삼화페인트 × 스튜디오 올앤올



디자이너

**2022 유행 컬러를  
목가구에 적용**

삼화페인트



소상공인

**원목과 수공예를 동시에  
느낄 수 있는 작품**

스튜디오 올앤올

**출품작에 대한 소개**

삼화페인트 최근 트렌드를 반영하면서도 협업 브랜드의 아이덴티티를 함께 부각할 수 있는 컨셉과 컬러를 제안하고자 하였다. 스튜디오 올앤올의 경우, 원목과 수공예라는 전통적 요소와 현대적 디자인이 적용된 제품이라는 점에서 다양한 컨셉을 적용 할 수 있는 가능성이 열려있는 브랜드였다. 컬러 자체를 강조하기보다는, 기본적 요소인 원목이라는 소재를 가장 잘 표현할 수 있는 컬러를 제안하고자 하였다.

**디자이너, 제작자로서의 여정**

삼화페인트 삼화페인트는 국내 대표 도료 전문 제조 기업으로, 컬러뿐 아니라 기술을 통해 페인트의 기능과 가치를 발전시켜 나가고 있다. 올해 창립 75주년을 맞은 삼화페인트는 '삼화니까 안심이다'를 슬로건으로, 페인트를 넘어 우리 생활을 이롭게 하는 편의성, 안전함, 아름다움과 같은 보이지 않는 가치를 제공하기 위해 끊임없이 노력하고 있다. 삼화페인트의 컬러디자인센터는 디자인, 예술 전공을 바탕으로 색채학 석사, 컬러리스트 등 컬러 전문가들로 구성된 컬러디자인 전문 조직으로 건축물 익스테리어, 인테리어, 제품 컬러 개발, 트렌드 컬러 제안 등의 업무를 맡고 있다.

**2021 DDP디자인페어와 그 후**

삼화페인트 이종간의 협업이 매우 활발하고, 또 필요한 시대다. 삼화페인트는 도료 전문 기업인 동시에, 컬러 전문 기업이다. 도료를 적용하는 제품이 아니더라도 컬러로 커뮤니케이션 하는 분야라면 저희 컬러디자인센터의 전문성을 활용할 수 있다. 센터의 컬러 리서치 및 분석 전문성을 바탕으로 다양한 산업 부문의 컬러 협업 프로젝트 기회가 있기를 희망한다. 함께 성장하는 지속 가능한 미래를 위한 실천으로도 볼 수 있으므로, 컬러디자인센터도 지속적으로 관심을 가지고 참여하고자 한다. 공공성이 강한 디자인페어라는 점은 DDP디자인페어의 목적이다 차별화 요소라고 생각한다. 공공성만을 강조하기보다는, 기획 방향과 컨셉, 참여 시 기대효과 등이 더욱 더 명확하게 제시된다면 앞으로도 참여율이 더 높아질 것이라고 생각한다. 페어 전반적으로 컬러로 소통하는 오브제로 주목성을 높일 수 있다면 좋을 것 같다. 참관객들은 트렌드에도 관심이 많은 만큼, 판매 위주의 기존 제품 전시보다는, 트렌디한 컨셉을 보여줌으로써, 참관객들이 새로운 아이디어, 영감을 받을 수 있도록 해주면 좋을 것 같다.

**협업의 의미**

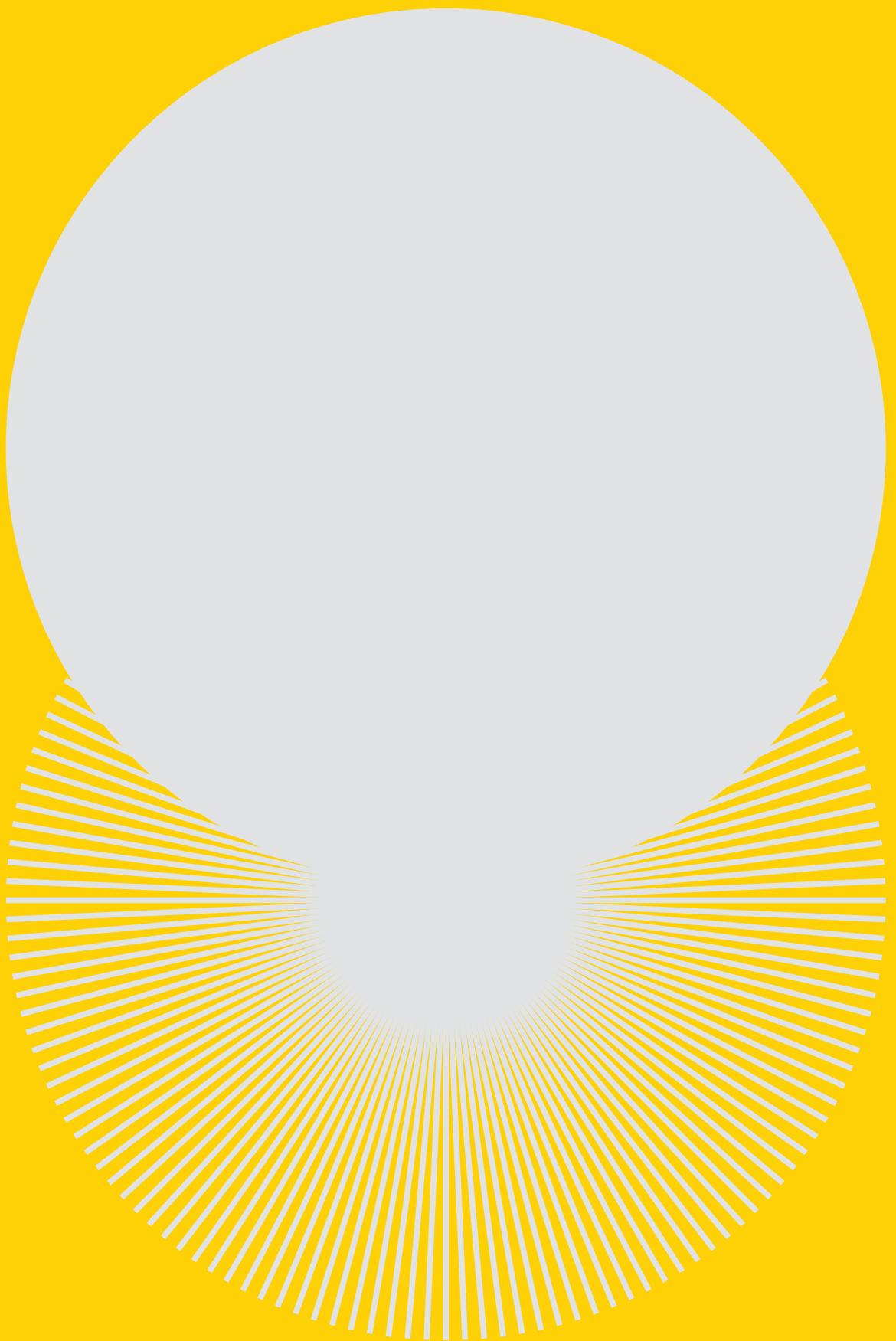
삼화페인트 큐레이터, 디자이너들이 컬러를 전문영역으로 인식하고, 전시와 제품에 최근 컬러 트렌드를 반영하고자 하는 니즈가 크다는 것을 다시 한번 느끼게 되었다. 온라인으로 수많은 트렌드 정보를 실시간 접할 수 있지만, 각 브랜드와 제품의 특성을 고려한 컬러를 제안받거나, 적용해보고 싶어 한다는 것을 알게 되었다. 앞으로도 이러한 형태의 협업의 기회가 더 많아지기를 기대한다. 올해 협업했던 올앤올과는 비교적 짧은 기간에 협업을 진행해야 하는 제약이 크긴 했으나, 최대한 상대 브랜드의 의견을 존중하고, 최적의 결과를 위한 신속한 협의 등 양측의 상황을 이해하고 서로 노력했다는 점에서 만족도가 높은 작업이었다. 스튜디오 올앤올의 브랜드 철학과 아이덴티티가 명확하다는 점도 좋았다.

스튜디오 올앤올 기존 제품을 한단계 발전시키는 계기가 되었다. 타 분야의 전문가 분들과 하는 작업은 언제나 가슴을 두근거리게 한다. 기존에 생각 못한 다양한 시도가 이루어진 좋은 경험이었다.



# SECTION 2

2021  
DDP디자인페어  
행사소개

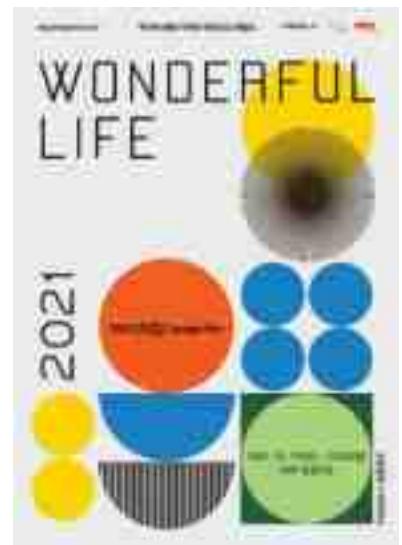


# 2021 DDP디자인페어 Wonderful Life, Wonderful Fair



2021 DDP디자인페어는 디자인과 소상공인의 만남을 주선하는 프로젝트로 올해 3회째 개최되고 있다. 소상공인들에게 디자인이란 좋은 것, 세련된 것, 유행에 뒤지지 않는 것, 비즈нес에 필요한 것으로 알고 있지만 대부분 디자인에 열악하다. 디자이너들은 빛나는 아이디어를 현장에 녹여내 우수한 제품으로 양산하기까지 어려움이 많다. 'DDP디자인페어'는 우리나라 산업생태계의 풀뿌리인 소상공인과 디자이너가 만나 각자 자신의 능력을 적극적으로 발휘해 협업하는 프로젝트로 대표된다. 이러한 디자이너와 소상공인의 협업은 양산까지 이어져 새로운 상품, 디자인 브랜드로 이어지는데 올해 페어는 'Wonderful Life!'를 주제로 어디에서도 볼 수 없었던 유니크한 작품으로 관람객을 만나고 있다. DDP디자인페어는 기성제품의 판로개척을 중점으로 지원하는 기존 디자인박람회와는 차별된 제품 개발단계부터 지원하는 국내 유일한 전문 산업 페어이다.

DDP 알림1관 전시장 터널을 통과하고 2021 DDP디자인페어를 전체적으로 소개하는 패널을 지나면 가장 먼저 디자이너와 소상공인이 함께하는 콜라보레이션존이 나타난다. 전시는 전체적으로 원형 구조인데 동선을 자연스럽게 연결해 놓았으며 협업 공간 바로 뒤에 자연을 그대로 옮겨온 듯한 휴게존을 설치해 지친 다리를 쉴 수 있게 했다. 휴게존 뒤쪽으로 런칭존, 트렌드존, 마켓이 자리잡았다.



이번 전시에 참여한 업체는 디자이너와 소상공인이 함께 참여한 콜라보레이션 106팀, 64개 디자인기업, 9개의 트렌드 리딩 기업이다. 콜라보레이션존은 제조 상인과 디자이너의 콜라보레이션 106팀이 '디자인의 가능성'을 주제로 신제품을 발표했고 런칭존은 다양한 디자인 신제품 런칭으로 새로운 라이프스타일 소개하는 디자인스튜디오 64개 사가 '디자인의 현재'를 구성했다. 트렌드 코너는 브랜드 고유의 디자인적 가치를 담은 Design Thinking 체험 공간으로 디자인 트렌드 기업 9개사가 참여해 '디자인의 미래'를 표현했다. 마켓 코너는 서울의 라이프 스타일을 선도하는 ddp디자인스토어 큐레이션 특별 마켓으로 열려 관람객들의 눈길을 끌었다.

페어는 2021년 10월 19일 바이어상담회로 시작해 21일 협업팀 중 우수팀을 선정, 발표하는 DDP베스트디자인어워드를 진행하고 23일, 24일 양일간 영디자이너 잡페어를 개최하는 등 일주일간 개최되었다. 영디자이너 잡페어는 개인별 성격유형 & 강점 진단을 통한 커리어 로드맵 수립을 통해 자기소개서 및 이력서 작성 코칭, 일대일 취업 컨설팅을 실시했다. 그밖에 세미나도 동시에 개최되었는데 22일에는 '디자인 마케팅'을 주제로 최훈규(아이원디자인) 이사 외 2인이, 23일에는 '디자인 트렌드'를 주제로 삼화페인트 이상희 센터장의 '2022-23 Color Trend' 외 3인이 발표했다.

2021 DDP디자인페어 이길형 총감독은 "그 어느 때보다 힘든 시절을 겪고 있습니다. 많은 사람이 질병으로 고통을 당하고 고립되면서 공동체정신과 문화에 대한 이해가 점점 중요해지고 있습니다. 각박한 삶을 아름답게 대처하는 예술적 대안이 필요한 시점입니다. 비록 현실은 어렵지만 일상을 아름답게 만들어야 하는 방법을 알아야 합니다. 하루를 소중하게 여길 때 삶은 더 행복해지는 법입니다. 이러한 시점에 'DDP디자인페어'는 디자이너와 소상공인에 대한 지원과 대책 모색, 더불어 우울하고 어두운 사회에 빛이 되는 디자인의 역할 모색을 제안합니다."라고 개최 목적을 밝혔으며 위축된 내수 소비 심리를 되살리기 위한 디자이너와 소상공인 중심 디자인 산업에 관심을 기울여 달라고 강조했다. 2021 DDP디자인페어는 소상공인과 디자이너의 협력으로 가능성을 현실로 바꾸며 세상에 없던 디자인 제품을 런칭하고 기업의 디자인 감각을 선보이며 새로운 라이프스타일을 펼친 놀라운 현장으로 기억된다.



# 2021 DDP디자인페어 런칭관

2021 DDP디자인페어는 소상공인과 디자이너의 협업 제품을 선보이는 콜라보관, 중소 디자인스튜디오들이 신제품을 선보이는 런칭관, 국내 각 분야의 디자인 트렌드를 선도하는 기업들이 참여해 새로운 브랜드 가치 제안을 하는 트렌드관 등으로 구성돼 다양한 시대 트렌드를 담은 디자인 제품을 선보인 바 있다.

특히 런칭관은 64개의 중소 디자인 스튜디오들이 참여했는데 코로나로 인해 변화한 라이프스타일에 따라 소소한 즐거움을 제공하는 제품을 많이 볼 수 있었다. 홈 다이닝, 카펫, 펫, 가드닝, 아웃도어 등 개인의 취미생활을 더욱 돋보이게 할 신제품은 관람객의 이목을 집중하기에 충분했다.



## 트렌드관에서 만나는 브랜드 7

트렌드관은 디자인 트렌드를 주도하는 기업 중심의 전시가 이뤄졌는데 스마트한 기능을 탑재하고 생활 속 자연을 느낄 수 있는 개인적 제품이 주를 이뤘다. 한편 나아바, 누하스, 포워크, 수퍼빈 등은 체험형 전시로 이뤄져 관람객의 참여를 이끌어냈다.

### 코웨이

이번에 선보인 제품은 아이콘 정수기와 노블 공기청정기로 아이콘 정수기는 초소형 사이즈임에도 불구하고 더욱 강화된 위생과 세계적으로 인정받은 저소음, 인공지능 접목으로 스마트 기능을 제공하는 혁신제품이다. 노블 공기청정기는 모래, 돌, 나무, 대리석 등 자연에서 영감을 받은 네가지 색상으로 선과 면으로 구성된 건축적 구조에서 모티브를 얻었다.



### 새턴바스

-

세계적인 경쟁력을 갖춘 국내 육실 전문기업으로 기술력과 디자인을 겸비한 다양한 육실 제품 개발, 생산하고 있다. 이번 전시에는 워라밸, 재택근무 등의 트렌드에 따라 육실을 치유공간으로 탈바꿈하는 새로운 화두를 던진 바 있다.

### 나야바

-

'인류와 자연을 연결한다'는 비전으로 핀란드에서 출발, 유럽, 미국, 아시아 등 전세계로 진출 글로벌 기업으로 식물을 이용해 실내 공기를 정화해주는 공기청정시스템 스마트 그린 월을 소개했다. 이번 전시에 코로나 시대가 요구하는 라이프스타일을 트렌디하게 보여주고 부스를 방문하는 모든 사람들이 자연을 경험할 수 있게 했다.



### 수퍼빈

-

'쓰레기도 돈이다, 재활용도 놀이다'라는 가치 아래 폐자원의 선순환 구조를 만드는 수퍼빈은 DDP 야외광장에서 더 많은 시민과 만나기 위해 순환자원 회수로봇 네프론 시리즈를 선보였다. 네프론은 재활용 가능한 폐기물 페트와 캔을 회수하고 투입한 사용자에게 현금화 가능한 포인트를 적립해주는 로봇이다.



### 포워크

-

다양한 소재와 제작 기법으로 오피스 아이템을 선보이는 포워크(4WORK)는 HOMO SEDENS 프로젝트를 선보였다. 앉아서 시간을 보내는 현대인의 습관을 들여다보고 그에 맞는 다양한 사무 환경 디자인을 제안했는데 디자이너가 디자인으로 문제를 해결하기 위해 다양한 실험과 테스트로 가능성을 찾아보는 방식을 적용, 관람객의 피드백을 듣는 자리도 겸했다.



### 누하스

-

스타일과 기능을 넘어 체계적인 연구로 사람들의 취향과 삶의 방식을 이해하고 그들의 공간에 자연스럽게 녹아드는 개인 맞춤형 제품으로 콤팩트한 디자인과 인체공학 기술이 만나 안마의자를 소개했다.



### 엘칸토

-

디자인을 중심으로 한 참여형 커머스 플랫폼 D.E.E.P.(Design Eco & Episode Platform)를 소개했다. 국내 디자이너와의 협업 또는 다양한 신발디자인 공모전을 통해 발탁한 디자인을 생산부터 판매까지 전 단계를 지원, 중개하는 플랫폼 사업이다.



# 신기술, 친환경, 1인가구에 중점을 두다 '2021 DDP베스트디자인어워드' BEST 7

'2021 DDP디자인페어'는 3D 프린팅 기술로 내 체형에 딱 맞게 만든 1인용 라운지체어부터, 스탠드·벽걸이 등 다양하게 변형이 가능한 파이프 소재 홈오피스 조명, 힐링이 필요한 요즘 비움과 집중의 가치를 전하는 인센스 훌더까지, 세련된 디자인과 참신한 아이디어, 신기술·소재 사용 등 새로운 시도들이 반영된 제품 전시로 큰 주목을 받았다.

특별히 지난 10월 21일에는 알림1관 특설무대에서 <2021 DDP베스트디자인어워드>를 열고 BEST 7 제품을 선정, 시상했다. 시민 투표와 전문가 심사를 통해 최종 선정된 7개 제품을 말하며 오세훈 시장이 참석해 '서울시장상'을 수여했다.

<2021 DDP베스트디자인어워드>는 'Wonderful Life'를 주제로 총 162개 팀이 5개월간 협업해 개발한 작품 162점 가운데 1차 큐레이터 심사, 2차 시민투표, 3차 전문가 심사를 거쳐 최종 7점을 선정했다. 3개 분야(가구·조명·생활리빙)별로 대상에 해당하는 '서울시장상'(총 3팀)과, 우수상에 해당하는 '서울디자인재단 대표이사상'(총 4팀)이 주어졌다. 심사는 총 162개 팀의 디자인 제품 가운데 1차로 큐레이터 제품 실물심사를 통해 <DDP디자인페어> 전시에 참여할 106개 팀을 선정했다. 선정 팀에는 제품개발에 대한 완성도를 높일 수 있도록 시제품 개발비 200만 원을 지원했다. 이후 2차 온라인 시민투표 점수를 합산해 상위 50개 팀을 선발했으며, 3차 전문가 심사를 거쳐 최종 7개 팀(가구 3팀, 조명 2팀, 생활리빙 2팀)을 선정했다.



심사는 상품성, 전시 적합성, 창의성에 주안점을 두고 이뤄졌다. 3차 전문가 심사에는 국내 유명 유통사 및 편집숍 MD, 바이어 등이 심사위원으로 참여해 시장성과 양산 가능성 등을 꼼꼼하게 따져보고, 온라인 시민투표 결과를 합산해 소비자 선호도를 반영했다. 가구 분야 큐레이터 하지훈 계원예술대학 교수는 "신기술, 친환경 소재 활용한 제품들이 많았고 용도의 다양성이 돋보였다"라고 밝혔다. 최종 선정된 7개 팀에는 양산비용 600만 원과 ddp 온·오프라인 스토어 입점, <월간디자인> 및 주요 일간지 지면 홍보, 사전펀딩 플랫폼 온라인 기획전 등을 지원하고, '올해의 스타디자이너'로 집중 홍보하는 등 실질적인 마케팅을 종합 지원한다.

대상에 해당하는 서울시장상을 수상한 3개 제품은 1인 가구 라운지체어 'the Butterfly'(스튜디오플라스틱&Jh스튜디오), 가변형 홈오피스 조명 'Light now No.1'(makemake&황덕기술단), 디자인 인센스 훌더 '빈센스'(DSLSM& 라익디스)다.





the Butterfly (스튜디오플라스틱&Jh스튜디오)

the Butterfly(가구 분야): 3D기술을 바탕으로 제작된 1인용 의자다.  
스튜디오플라스틱의 김시도, 이태연 디자이너는 초개인화 시대에 맞는 개인별  
체형 맞춤 의자를 개발했다. 향후 더욱 다양한 색의 의자를 생산할 계획이다.

Light now No.1(조명 분야): 작년에 이어 두 번째로 조명분야 서울시장상을  
받았으며 파이프 소재의 특징을 이용한 제품으로 스탠드, 벽걸이, 플로어 타입  
등 다양한 조합으로 변형이 가능하다. makemake의 신봉건 디자이너는  
DDP디자인페어를 통해 좋은 소상공인과 매칭되어 아름다운 팀을 이룰 수  
있는 값진 경험을 할 수 있었다고 소감을 밝혔다.



Light now No.1 (makemake&횡덕기술단)



인센스홀더 빈센스 (DSLSM& 라익디스)

빈센스(생활리빙 분야): 향을 태우는 인센스 홀더로, 비움과 집중이라는 가치를 전달하는 오피스 상품이다. DSLSM의 임성묵 디자이너는 코로나19로 집에서 머무는 시간이 많아진 현 시대에 향을 태우며 복잡한 생각을 비우고 중요한 한 가지에 집중 할 수 있도록 돋고자 제품을 개발했다고 한다.

서울디자인재단 대표이사상은 사용자 환경에 따라 곡선, 벽면을 따라 무한하게 맞춤 확장 설치 가능한 모듈형 가구(TTTT&기브앤테이크), 한국 전통의 아름다움을 가구로 재해석해 탄생한 1인 가구(애프터미니츠&아우트로), 실크백자와 테라코타 조합되어 상단 구멍은 투각기법과 단청의 매화점에서 영감을 얻은 화기세트(스튜디오민들레&선의美 도자기), 다면체 중앙에 배치된 광원을 통해 사용자가 원하는 빛의 형태와 양 조절이 가능한 3D프린팅 조명(인텐시브&세전사)이 수상했다.



모듈형 가구 시리즈 (TTTT&기브앤테이크)



익선 다이닝 체어 (애프터미니츠&아우트로)



Porcotta (스튜디오민들레&선의美 도자기)



Poly-light  
(인텐시브&세전사)

# 영디자이너 잡페어 취창업 프로그램

잡페어 취창업프로그램 그룹멘토링  
다양한 미래담론에 도전, 열린 기회 제공

2021 DDP 영디자이너 잡페어는 디자인 대학 졸업예정자와 취·창업 준비생이 마주할 다양한 '미래 담론'에 도전하고 모두에 열린 기회를 제공하기 위해 국내외 디자인 기업 취업을 희망하는 청년 디자이너를 모집, 포트폴리오 온라인 전시와 취업 연계를 지원하는 것으로 펼쳐졌다. 전문 취업 큐레이터와 각 분야의 선배 디자이너들이 청년디자이너의 멘토로 함께했으며, 참가자는 총 5회의 포트폴리오 강화 그룹멘토링과 총 4회의 디자이너 역량강화 공통교육을 받았다. 또한 멘토링 기간 중 채용정보와 디자인 트렌드 정보를 제공받았으며 우수참여자에게는 기업매칭의 기회가 주어졌다. 멘토링은 공간, UX·UI, 시각·브랜딩, 제품·산업 등 총 4개의 디자인 분야로 진행되었다. 지난 6월 21일 온라인으로 멘토링 프로그램 OT가 실시된 이후 6월 26일 DDP 살림터 크레아홀에서 첫번째 그룹멘토링이 진행되었다. 당일 크레아홀의 아이디어룸과 세미나룸에서 공간 2그룹, 시각·브랜딩 3그룹, 제품·산업 2그룹, UX·UI 3그룹이 독립적으로 진행되었다.

2021 DDP 영디자이너 잡페어는 1회차 멘토링에 이어 2회차 포트폴리오 강화 멘토링이 진행되었고, 3회차 멘토링은 타분야를 선택해 멘토링 받을 수 있도록 했다. 연이어 4회차에는 모의면접이, 5회차에는 온라인 전시 멘토링이 각각 진행돼 온라인 포트폴리오 전시까지 이어지게 했다.



## 영디자이너 잡페어, 모의면접 열려

### 나만의 강점을 담은 포트폴리오로 면접까지 성공하는 법

지난 6월부터 2021 DDP디자인페어 중 영디자이너 잡페어가 실시되어 디자인 대학 졸업예정자와 취, 창업 준비생에게 필요한 포트폴리오 제작 및 실제적인 정보를 제공한 바 있다. 영디자이너 잡페어는 국내외 디자인 기업의 취업을 희망하는 청년 디자이너에게 포트폴리오 강화 및 면접 멘토링을 제공하는 프로그램으로 참가자들은 그룹 멘토링을 비롯, 진로 교육, 직무 탐색, 저작권, 상표권 관리, 디지털 마케팅, 브랜드 디자인 등의 공통 교육을 수료한 바 있다. 총 3회의 온라인 그룹 멘토링을 진행한 68명의 청년 디자이너들은 지난 8월 23일 오프라인 모의면접 멘토링을 통해 그동안 준비했던 포트폴리오를 중심으로 실제 면접을 체험할 수 있었다. 모의면접 멘토링에 참여한 청년 디자이너 4명을 만나 지금까지의 멘토링 및 교육에 대한 소감을 들어보았다.



장혜은

#### 장혜은 안양대학교 디지털미디어디자인학과 4년

"안양대학교 디지털 미디어 디자인학과 장혜은입니다. 졸업을 앞두고 포트폴리오를 정리를 하면서 나의 스타일이 어떤 건지 가고 싶은 회사는 어떤 곳인지에 대해서 고민을 하게 됐고 주변 교수님들이나 선배님에게 조언을 얻기도 했지만 디자이너 선배님들께 조언을 받을 수 있는 영디자이너 잡페어에 지원하게 되었습니다. 프로그램에 참여하면서 가장 큰 소득이라면 자신감을 가지게 되었다는 점인데요. 사실 학교에서만 포트폴리오를 준비하고 작업하다 보니 잘 하고 있는 건지 혹은 부족한 점은 없는지에 대한 확신이 없었습니다. 3차 멘토링을 진행하면서 멘토 분들이 지적해 주신 부분들을 조금씩 수정하다 보니 스스로도 만족스러운 포트폴리오가 완성이 되는 것을 느꼈습니다. 선배님들께서는 멘토링을 통해 계속 응원을 해 주셨고 적극적으로 청찬도 해주셔서 저도 포트폴리오에 대한 자신감을 얻을 수 있었던 것 같습니다. 나의 포트폴리오가 가고자 하는 기업의 포트폴리오와 어느 정도의 접점을 가지고 있고 그 흐름이 얼마나 비슷한가, 내가 그 기업에 인재로 일을 할 수 있는지가 가장 중요하다고 생각합니다."

이번에 멘토분들이 하시는 말씀이 너무 상업적인 것보다는 좀 더 대학생스럽고 좀 더 실험적인 거를 포트폴리오에 넣어보는 게 좋겠다 말씀하셔서 놀랐어요. 비상업적이고 좀 더 창의적인 부분을 원하시더라고요. 그런 작업은 포트폴리오에서 빼놨는데 그걸 좀 더 넣어야 할 것 같습니다. 오늘 집단면접을 했기 때문에 다른 면접자들과 비교해서 들을 수 있어서 좀 더 배울 점도 많았고 현실적으로 와닿는 부분도 많았습니다. 다른 면접자들 포트폴리오를 공유하면서 다섯 명이 한 명씩 자기 포트폴리오를 발표하면 면접위원들이 피드백을 주시는 구조였습니다. 멘토님들께서 다른 면접자의 포트폴리오와 제 것을 비교하시면서 리얼하게 피드백을 해 주셔서 정말 어디서도 경험할 수 없었던 값진 시간이었습니다."



육예진

#### 육예진 국민대학교 일반대학원 커뮤니케이션 디자인과

"저는 현재 시각 브랜딩과 UX/UI를 공부하고 있으며 사용자들이 요구하는 것을 유연하게 받아들이는 태도와 자신의 생각을 설득력 있고 명확한 시각 언어로 전달하는 것이 디자인에서 중요한 가치라고 생각하고 있습니다. 취업에 대한 막연한 두려움이나 현재 내 포트폴리오가 어떻게 하면 더 완성된 결과물을 가질 수 있을까,라는 고민에서 지원하게 되었습니다. 가장 좋았던 점은 같이 참여했던 참여자들의 포트폴리오를 보면서 자극을 받을 수 있었다는 점과 내가 지금 현재 취업 시장에서 어느 정도 기준선에 서 있는지 스스로 점검할 수 있는 시간이어서 좋았습니다. 가장 기억에 남았던 거는 선배님 중에 한 분이 참여자들이 멘토링이 끝나고 나서도 스스로 공부할 수 있도록 자료를 공유해 주셨던 부분입니다. 앞으로 내가 하고 있는 일에 자부심이나 애정을 가지고 있는 디자이너가 되었으면 좋겠고 좋은 것을 분별하고 그걸 원가 내 걸로 만드는 체득하는 그런 능력과 센스를 가지고 있으면 좋겠습니다."

사실 작년 영디자이너 잡페어에 참석을 할까 많이 고민을 했었어요. 당시 서울과학기술대학교 도예과 4학년이었고 디자인으로 전공을 바꾸려고 계획했었거든요. 전공이 도예라 디자인 수업을 듣고 어느 정도 작업물을 쌓고 나서 참여해 보면 좋겠다 싶어서 마침 올해 잡페어 공지를 보고 참여하게 되었습니다. 학부 3학년 때 교내 런닝크루라는 동아리에서 디자인팀 일을 하게 되었는데 크루 홍보 디자인 제작물을 만들면서 브랜드 디자인의 맛을 살짝 보았고 이것을 업으로 삼으면 너무 재미있겠다 해서 디자인으로 대학원 전공을 바꿨습니다. 멘토님들이 런닝크루 작업한 것을 전공을 바꾸게 된 계기로 설명하는 것이 좋겠다고 피드백을 주셔서 그 작업을 포트폴리오에 넣었어요. 그리고 멘토링 받을 때마다 받았던 피드백이 있었는데 제가 항상 결과물을 압축해서 올려놓는 습관이 있는데 조금 더 보는 사람의 입장에서 올리라는 조언을 받았어요. 항상 한 장에다 다 몰아서 넣었다면 그거를 조금 더 나눠서 보는 사람으로 하여금 연결성 있고 스토리가 느껴지게 하면 좋을 것 같다고 말씀해 주셨어요. 왜 제작하게 되었는지에 대한 기획 의도가 결과물보다 더 눈에 띄면 설득력 있고 좋은 포트폴리오일 것 같다는 의견이었죠. 그 부분은 항상 머릿속에 넣어두고 포트폴리오 작업 편집을 진행하고 있어요."



정은별, 황인하

#### 황인하 상명대 실내디자인과 4년

"학교에서 포트폴리오를 작업하던 시기에 담당 교수님께서 잡페어에 대한 정보를 말씀하셨고 직접적인 피드백을 받을 수 있다는 말씀까지 덧붙이셔서 참여하게 되었습니다. 포트폴리오를 작성할 때 직접적인 피드백을 받아 업그레이드된 포트폴리오로 어떻게 스스로를 어필해야 하는지를 배울 수 있었습니다. 처음 1차 포트폴리오 멘토링 때 스스로가 너무 많이 부족하다고 느꼈습니다. 그러나 다음 차수부터 조금씩 변화, 발전한 것 같습니다. 저는 어디서나 잘 들어맞는 팀니 바퀴 같은 디자이너가 되고 싶습니다. 회사에서 시키는 일만 잘 하는 게 아니라 어느 분야에서도 잘 하는 게 많아서 회사에 꼭 필요한 존재가 되고 싶습니다. 모의면접에는 일반 기업 디자인부서의 책임자분들이 멘토로 오셔서 저희 포트폴리오를 검토해 주셨고 수정하게 했습니다. 처음에 포트폴리오를 만들어서 그분들께 보여드리고 지적한 사항을 다시 보여드리고 이런 과정을 세 번 거치고 오늘 오프라인 모의면접을 하게 되었어요. 실제 면접처럼 진행했는데 면접위원들이 다양한 회사에서 오신 분들이라 저희의 포트폴리오를 소개하고 자기 소개를 해서 어필하는 시간을 갖고 그걸 바탕으로 보완될 점을 말씀해 주셨고 저희에게 궁금한 점들을 물어보셨어요. 다 각자 다른 포인트로 지적해주셨고 어떤 점이 내가 가장 부족한 점인지 얘기를 잘 해 주신 것 같아요."

#### 정은별 상명대 실내디자인과 4년

"학교에서는 실제적인 현장 업무나 현실에 대해서는 들을 수 있는 기회가 부족한데 이번 잡페어에 참여해서 너무 좋은 경험을 했어요. 저도 많은 도움을 받았기 때문에 꼭 후배들한테 하라고 말해주고 싶어요. 실내디자인 전공이라 저도 인하와 같은 비슷한 조언을 받았습니다. 현장에서 어떻게 자신을 홍보할 것인가에 대해 자신감을 가지라고 하셨습니다. 아무래도 이런 기회가 약간 흔치 않은 기회이고 제가 나아가야 할 방향에 대해서 전문적으로 피드백을 받을 수 있어서 정말 도움이 많이 된 것 같습니다. 포트폴리오 피드백을 위주로 많이 이제 지금까지 차근차근 진행해 오다가 일단 한 주 차 한 번 남겨두고 있는데요. 자기소개서도 진도에 따라 봐주신다고 하셔서 열심히 참여할 생각입니다."

2021 DDP디자인페어 세미나,  
2021년 취업전략 및 트렌드에 맞는  
디자인 포트폴리오 만드는 법



DDP디자인페어 취창업 큐레이터 김나영 실장(종근당 건강  
디자인실)은 지난 10월 23일 DDP디자인페어 세미나를 통해  
2022년 취업 시장에 잘 포지션인 할 수 있는 디자인 포트폴리오  
만드는 방법을 발표했다.

많은 디자이너들의 포트폴리오를 보면 제품 하나를 소개하고  
마는 경우가 있는데 포트폴리오에서는 디자인에 대해 컨셉이나  
아이디어를 함께 녹아내면 좋을 것 같아요. 2021년도  
인터넷브랜드에서 베스트 디자인 브랜드에 대해 발표했는데 7개  
브랜드가 신규 진입을 하게 되면서 사실 언택트에 대한 부분을  
중심으로 사업 구조가 개편되고 브랜드 시장에 나오게 되고 이런  
부분들이 고객의 가치와 함께 끌어가는 모습을 보여주고  
있습니다. 카카오나 네이버 등 가지고 싶어 하는 기업으로 선호도가  
바뀌는 것을 알 수 있습니다. 비대면 환경이 이제 많아짐으로  
비대면 환경에서 면접하는 경우가 점점 많아집니다. 내년에는  
대기업에서도 공채보다는 수시 채용 경력직 채용이 점차  
많아지는 경향이 보입니다. 다양한 기업에서 AI 적성  
면접이라든지 다양한 역량에 대한 평가 등이 많이 실행되고  
있어요. 면접관이 1대 1 면접이 아닌 많은 분들이 비대면 환경에서  
평가하게 됨으로써 전략적으로 답변을 해야 합니다. 또 적합한  
역량을 가진 사람들을 뽑기 위한 다양한 테스트가 많습니다.  
비대면 환경에서 이어폰이나 다양한 환경에서 또렷하게 말을 잘  
할 수 있어야 합니다. 그런 부분들을 여러 환경에서 답변할 수  
있어야 하고 직무를 잘 수행하는 능력을 보여주어야 합니다.  
디자이너들이 이런 전략적 답변을 하기 위해서 무엇을 준비를 해야  
될까요. 진정성 있는 마음가짐이 중요하기에 명확한 자기 소개가  
수반되어야 합니다. 그 기업에서 어떤 일을 하고 싶은지, 그 기업이 어떤  
역할을 하는지, 문화가 어떤지 그리고 내가 그곳에서 어떤 일을 할 수  
있는지를 정리를 해서 1분 정도 진정성 있게 말할 수 있어야 합니다.  
기업에 지원을 해서 자기소개를 할 때도 마찬가지로 여러분들이 가지고  
있는 디자인 철학 그리고 일관적으로 표현해 줄 수 있는 차별화된  
포트폴리오가 하나의 브랜드처럼 이미지를 각인시켜야 합니다.

취업 준비를 할 때 시대의 트렌드와 내가 지원하고자  
하는 분야의 흐름을 읽고 있는지 그런 부분들을 좀 준비해서  
맞쳤으면 좋을 것 같습니다. 그래서 우리가 가지고 하는 기업은  
사실 여러분들이 현재 가지고 있는 일관된 이미지를 보고  
싶어하는 것입니다.

또한 여러 가지 적성평가를 통해서 테스트하는 기업이  
많습니다. 회사에서 어떤 디자이너를 뽑을 때 어떻게 이  
디자이너가 어떤 역량을 가진 가진지를 테스트하기 위해서 어떤  
과제에 대한 미션을 주는 부분들이 많습니다. 디자인안을 제출할  
때 단순히 시각적인 요소를 표현하는 것에서 나아가 패키지  
디자인 그래픽, GUI나 형태에 대한 부분을 같이 전략적으로  
표현했고 더 나아가 유통별로 또는 추가의 패키지를 도출해서  
가지고 가야 합니다. 디자이너가 단순한 시안이 아닌 그 기업에서  
유통하는 경로 또 그 기업에서 추구하는 방향 그 제품의 타겟을  
생각을 해서 디자인을 만든다면 기업의 입장에서 흡족한

디자이너가 되겠지요. 이런 부분에 있어서 디자이너가 단순한  
시안이나 그래픽적인 요소가 아닌 진짜 기업에 맞는 전략 또는 그  
부분들을 이끌어 낼 아이디어를 보는 부분들이 점차 많아지고  
있습니다.

자신의 포트폴리오 PT도 중요합니다. 비대면 환경에  
있기 때문에 여러분들이 더 포커스를 맞춰서 하셔야 될 것들이  
프레젠테이션에 대한 자료라든지 나의 포트폴리오를 어떻게 더  
그 회사에 맞게 보여주느냐가 가장 중요합니다. 잘 표현해야 할  
제품들을 정리하는 것도 중요하지만 가장 중요한 건 여러분들이  
어떤 과정들을 통해서 이 디자인이 나왔는지 단순한 디자인에 대한  
아웃풋뿐만 아니라 이런 과정들을 함께 넣어야 한다는 것입니다. 최소한  
4개의 5개의 제품 정도 디자인 정도는 여러분들이 그 히스토리와 컨셉을  
설명할 수 있어야 합니다. 많은 디자이너들이 사실 본인이 어떤  
프로젝트를 통해서 어떻게 성장해 왔고 그 회사에 와서 어떤 역할을  
할지를 가늠할 수 있는 표본이 될 수 있으니까요. 그래서 제품을 그냥  
보여주기보다는 여기 보여주시는 부분처럼 어떤 컨셉을 통해서  
여러분들이 제품의 포트폴리오화를 했는지 또 그런 부분들이 각각의  
제품에 어떻게 녹아드는지 그리고 제품의 형태뿐만 아니라 사용하는  
환경에 어떻게 활용할지를 보여주어야 하는 것이죠. 최근에 ESG 등  
사회적 가치에 대한 기업의 니즈가 많아지면서 사실은  
학생들이나 디자이너들이 어떤 생각을 갖고 있는지 자기 생각을  
본인의 포트폴리오에 어떻게 표현하고 있는지 궁금해합니다.  
이런 부분들이 더 들어간다면 기업에서는 그 포트폴리오에 더  
관심을 더 갖게 될 것 같고요. 제품의 설명이나 아무 특징 없이  
이미지를 단순하게 넣는 포트폴리오는 취업에 도움이 되지  
않습니다. 다양한 각도 다양한 상황에 연출을 해서 디자인을  
표현하는 부분도 있고 브랜드가 전체적인 아이덴티티와 확장될  
수 있는 부분들을 같이 보여줄 수 있는 것 등을 말합니다.

UX, UI 등도 단순한 최종본의 이미지가 아닌 그  
과정에서 어떤 부분을 추가했고 어떤 니즈들이 있었고 어떻게  
해결했는지를 같이 보여주는 것이 좋습니다. 포트폴리오에 다  
넣지 못하는 기획서나 이런 아이디어나 프로세스에 대한 제안이  
있으면 마지막 한 페이지에 넣어서 이 아이디어를 간단하게 볼 수  
있게 라도 표현하면 좋습니다. 어떤 특정 브랜드 기업에 가고  
싶다면 그 브랜드를 활용해서 커스터마이즈 된 포트폴리오를  
만들어가는 것도 방법입니다. 그 회사에 가서 어떤 역량들을 어떤  
걸 펼쳐줄 수 있는지 미리 보여주는 것입니다.

가장 나답게 표현하는 부분들이 가장 중요한 부분입니다.  
내가 가진 나다움이 사실은 나의 직무 내가 가지고 하는 기업에 설명할  
수 있는 가장 중요한 방법입니다.

# SECTION 2

2021  
DDP디자인페어  
세미나

# 2021 DDP디자인페어 세미나

## — 디자인 마케팅과 디자인 트렌드에 대한 산업 전문가의 제안

지난 10월 22, 23일 양일간 알림1관 특설무대에서는 DDP디자인페어 세미나가 개최되었다. 10월 22일에 개최된 첫번째 세미나는 '디자인 마케팅'을 주제로 최훈규 (주)아이원디자인 이사가 오브제가 될 수 있는 고유 상품(가구 등)이 많이 나와야 한다는 것을 'furniture & objet'를 주제로 발표했고 크라우드 펀딩에 대해 이용우 루퍼 대표가 '성공하는 펀딩은 제품말고 무엇을 팔까?'를 주제로, 디자인 해외판로 개척에 대해 최웅 노태그 대표가 'Design, How to Sell?'을 주제로 각각 발표했다.

10월 23일에는 수퍼빈의 포리 실장이 '쓰레기는 돈이다. 재활용도 놀이다. <수퍼빈 – Waste culture>'를 주제로 쓰레기 문제를 디자인으로 해결하는 것을 제안했고 'SHIFT: 2022–23 Color Trend'를 주제로 삼화페인트 이상희 컬러디자인센터장이 발표하고 연이어 이지현 코웨이 수석연구원이 'Prospect of 2022 Home Appliance Trend for Wonderful Life'를 발표했다. 마지막으로 종근당건강 디자인실 김나영 실장이 '변화를 읽으면 취업이 보인다. 디자인 취업트렌드 및 전략 2021'을 발표하는 것으로 세미나는 마무리되었다. 이번 세미나는 현재 우리 사회에서 이슈가 되고 있는 쓰레기 문제에서부터 내년 컬러, 제품 트렌드 분석과 더불어 영디자이너 잡페어를 통한 청년 취·창업에 대한 유익한 정보와 지혜를 구할 수 있었던 실속있는 행사로 온·오프라인에서 개최되었다.



## 쓰레기는 돈이다. 재활용도 놀이다.

수퍼빈-Waste culture  
포리(수퍼빈 브랜딩실 이사)



수퍼빈의 전반적인 브랜딩 전략이랑 디자인 작업들을 진행하고 있습니다. 수퍼빈은 쓰레기도 돈이다, 재활용도 놀이다, 라는 가치를 실천하고 있는 회사입니다. 지구의 쓰레기 문제가 굉장히 심각합니다. 예전에는 쓰레기를 버리거나 처리를 하면 개인은 쾌적해졌기 때문에 해결이 되었다고 생각했겠지만 요즘 폐기물 문제가 너무 심각해지면서 다시 인간을 위협하는 상황이 벌어지고 있습니다. 인간에게만 문제를 야기하면 괜찮은데 생태계 전체를 파괴하기 시작했죠. 특히 동남아 지역 같은 경우에는 선진국에 있는 쓰레기들을 컨테이너를 받은 다음에 지원금을 받고 어딘가에 매립해 놓는 현상들이 많이 일어나고 있어요. 그래서 요즘엔 모든 사람이 재활용 플라스틱을 분리해서 버리죠. 분리수거를 잘하게 되면 뿌듯하기까지 합니다. 그런데 이 쓰레기가 잘 처리되고 있는지를 추적을 해 본 적이 있으신가요?

아파트나 주택가에 있는 분리수거 재활용하는 차량을 보시면 알겠지만 우리가 열심히 분리수거하는 쓰레기들을 한 번에 섞어서 가져가시는 걸 보실 수 있을 거예요. 이렇게 되는 가장 큰 이유는 첫 번째 우리가 플라스틱이라고 생각하고 버렸던 게 플라스틱이 아닌 것들도 너무 많고 종이라고 생각해서 버렸던 것 중에 코팅이 되거나 박스 보면 테이프 같은 것도 붙어 있죠. 섞여서 오다 보니 분리수거가 안 되는 거죠. 그러니까 다시 사람들이 새로 재활용되는 것들만 모으기 시작했고 굉장히 소수의 인원이 좋지 않은 환경에서 일하고 있어요.

그러나 이마저도 0.1%도 재활용이 안 되고 나머지는 소각되거나 매립이 되고 있습니다. 그 얘기는 저희가 하는 분리수거가 사실은 의미가 없다는 얘기라고도 할 수 있어요. 우리나라의 재활용률은 높은데 실제로 뒤에서 소재화하는 공정은 굉장히

적어서 앞단에서 많은 대중분들이 헛수고를 하고 있다는 것이죠. 디자이너들도 양산에 가담하는 환경을 해치는 일선에 있는 직업이라는 것도 부인할 수 없지요.

사람이 가는 모든 곳에는 쓰레기가 있다고 봐도 무방할 정도이고 지금 자연에서 가장 깨끗한 곳은 사람이 도저히 오지 않는 지역입니다. 남태평양의 쓰레기섬이 지금 남한 크기의 10배 정도 면적이 되었습니다. 눈에 보이지 않는 미세 플라스틱이나 바다 안에 잠겨 있는 쓰레기까지 하면 측정할 수 없을 만큼의 쓰레기가 발생되고 있습니다.

그래서 이런 것들을 지켜볼 수만 없기 때문에 수퍼빈은 어떻게 하면 선한 경제 구조를 만들 수 있을까에 대한 대안을 만들고자 창업을 했고 한 5년 정도의 창업 기간을 거쳐서 지금까지 오고 있습니다.

수퍼빈이 설계하는 시스템은 기준에 분리 수거 시스템이 작동이 되지 않는다는 걸 정확히 진단을 했고 두 번째는 환경부가 추진하고 있는 분리수거 체계는 재활용이 되지 않는다는 현상을 발견하고 이것을 선별하고 분리해 나가는 과정부터 정확히 하지 않으면 기업은 이런 재활용 소재를 활용하지 않는다는 결론을 내리고 앞단에서 선별 분류 작업부터 확실하게 설계했습니다. 사람이 하나하나 손으로 분류하던 거를 인공지능 기술을 적용해서 뭔가 앞에 좀 깨끗한 자원을 가져갈 수 있게 해주고 그 정확한 물류 시스템을 통해서 섞이지 않게 가져가고 공정 과정을 거쳐서 소재화를 하고 기업들에 제공해서 제품을 만들 수 있게 했습니다. 이런 선형 경제를 만들어서 소각되거나 매립되거나 바다나 산에 들어 가는 쓰레기의 양을 줄이기 위해 설계를 하고 있습니다.

첫 번째는 디바이스인데요. 저희는 네프론이라는 기계를 가지고 있습니다. 기계에 넣으면 인공지능을 통해서 재활용이 되는지 안 되는지 선별해줍니다. 실제로 지금 전국에 200대가 넘게 설치가 되어서 운영되고 있고요. 자원을 넣으면 페트병에 뚜껑이 있는지 라벨이 있는지 내용물이 있는지 정확히 판단을 해서 정말 깨끗한 자원만 받게 되어 있습니다. 기업이 새로운 페트병을 생산하더라도 학습할 수 있도록 설계가 되어 있습니다.

사용자들이 이 기계에 페트병을 넣으면 바로 포인트로 적립이 되고 기업들은 이 깨끗한 자원을 구입해갑니다. 그것으로 돈을 벌게 되고 페트병을 투입하신 사용자분들한테 돌려드리는 구조입니다. 페트병 하나당 10원씩 적립해 드리고 있습니다. 주로 설치된 곳은 이제 공원이나 쓰레기가 많이 배출되는 곳, 학교, 편의점, 롯데월드 공원 길거리 등에 설치를 해서 서비스를 제공을 하고 있습니다.

최근에는 디자인하고 있는 기기들은 새롭게 제품디자인도 하고 UX디자인으로 설계하면서 좀 심플하고 모던하게 쓰레기통이라는 이미지보다는 하나의 전자제품이나 디바이스로 인식할 수 있도록 작업하고 있습니다.

이렇게 모아준 자원은 저희가 특별 물류 서비스를 통해서 이동을 하고 있는데요. 폐기물을 수거하는 직책이다 보니까 사람들이 굉장히 기피하고 있어요. 그래서 충분히 브랜딩을 해서 일할 때 지구를 지키는 활동에 참여하고 있다는 자부심 주기 위해서 의상 디자인이나 패치 디자인 같은 걸 적용하고 있습니다. 지금은 경유 차량으로 이동을 하고 있지만 최근에는 포터나 트럭도 전기 차량으로 나오고 있기 때문에 최근에 발주하고 있는 차량은 전기차로 설계하고 있습니다. 내년 봄에는 공장이 만들어지게 되는데 기존 폐기물 공장의 지저분하고 더러운 시설 이미지에서 벗어나 깨끗하고 교육과 문화를 체험하는 공간으로 자리하게 됩니다. 아마 폐기물 공장을 브랜딩한 사례는 없을 텐데 저희는 이곳에 문화 공간이나 체험이 가능한 하나의 미술관 같은 폐기물 시설을 만드는 것을 목표로 하고 있습니다. 이 곳에서 수거된 분리수거품들이 어떻게 소재가 되는지 보실 수 있고 기업들은 이곳에 와서 가공된 재료를 사갈 수 있을 것입니다. 실제로 저희가 공장에서 만든 플레이크를 보시면 굉장히 투명하고 깨끗한 것들입니다. 원사로 추출을 해서 실로 만들면 가방이나 오류 같은 것들도 만들 수 있고 재활용된 플라스틱을 다시 만드는 데도 쓸 수가 있습니다. 쓰레기마트라는 문화공간을 만들어 사람들에게 일반적으로 버려지는 폐기물과 돈이 되는 쓰레기가 따로 있구나라는 경험을 제공해주기도 했습니다.

## "Design, How to Sell?"

노태그 코리아  
최웅 대표



디자인 제품을 어디에 어떻게 판매하실 겁니까, 라는 질문을 드렸을 때 어떤 생각이 드시나요? 많은 디자이너 분들께서 고민하시는 부분이 바로 이 유통이라는 부분인데 대부분 디자인 전공을 하면서 어떻게 디자인을 할 것인가에 대해서만 고민하지 그 이후에 본인들이 만든 제품을 어디에 어떻게 유통할 것인가에 대한 고민이 많지 않아서 대부분 잘 디자인된 제품을 창고에 쌓아 두는 경우가 많이 있습니다. 이에 디자인 유통 그 부분 중에서도 특히 해외 유통에 관련된 부분에 대해서 말씀을 드리겠습니다. 우선 노태그는 지난 10년 동안 디자인 유통에 관련된 업무만 집중해서 사업을 운영해 왔습니다. 첫 번째로 비투비 트레이딩과 비투비 컨설팅을 전문적으로 진행할 한국 제품들 그리고 패션 제품을 수입하고자 하는 바이어를 대상으로 저희가 컨설팅 서비스를 진행해 왔고 최근에는 올해 기준으로 한국디자인진흥원 한국공예진흥원, 경기도 주식회사, 한국국제교류 4개

기관에 해외 수출 컨설팅을 연간으로 진행을 하고 있습니다. 두 번째로 저희가 진행해왔던 사업은 지난해 기준으로 저희가 리테일 스토어를 국내외에서 진행을 운영을 해왔고요. 대표적으로 갤러리아 백화점의 기프트숍, 현대카드 트래블 라이브러리의 기프트숍, 그리고 워커힐호텔, 플라자 호텔, 살림터 1층에 있는 노태그 단독숍 등 12개의 스토어를 운영해 왔습니다. 현재는 크로스보드 플랫폼 사업에 집중을 해 앞으로 10년 동안 진행할 사업 비전 모델로 새로운 비즈니스를 운영하고 있습니다.

디자인 제품의 수출 유통에 관련돼서 말씀을 드리겠습니다. 기본적으로 디자이너 혹은 소상공인 혹은 중소기업에서 디자인 제품을 만들고 보통 한국의 무역상사라고 하는 회사를 혹은 무역 에이전시라고 지칭하는 회사들이 제품을 계약을 합니다. 이렇게 계약을 마치고 나서 그 이후에는 국가별 혹은 지역별로

총판업자라는 분과 계약을 맺고. 그 총판업자는 그 지역에 있는 또 다른 여러 도매상들의 상품을 공급하고 하고 그 도매상을 다시 소매상에 공급을 해서 수출을 하는 이런 형태가 일반적인 일반 소비재 상품의 수출 형태라고 볼 수 있습니다. 하지만 디자인 제품 같은 경우는 이러한 유통 구조를 따르지 않습니다. 때문에 무역협회라든지 코트라의 자문하시는 분들이나 일반 무역 상사분들께서 디자이너와 컨택을 하게 되면 대부분 얘기가 진행이 되다가 중단되는 경우가 많습니다. 그래서 사실상 매종 오브제 등 큰 전시행사에 자사 제품을 소개하고 세계의 바이어와 만나고 계약하고 수출하는 형식이 가장 많았죠. 그런데 코로나가 발생하고 최근 2~3년 동안 많은 변화가 일어났습니다. 국제적인 페어 자체가 많이 없어졌습니다. 우리나라로도 마찬가지로 온라인으로 진행한다고 하지만 성공한 페어는 사실 없습니다. 하지만 그 와중에 매종 오브제 같은 경우는 코로나 이전부터 5년이 넘게 온라인페어를 잘 운영해 온 터라 온라인에 입점을 하고 바이어가 발주를 넣고 상품에 대한 디테일한 정보를 볼 수 있게끔 효율적으로 운영을 하고 있어서 적은 비용으로 페어에 참여를 할 수도 있고 바이어를 만날 수도 있습니다. 올해 디자인진흥원에서 디자이너들의 매종 오브제 참가를 지원해 주는 프로그램을 진행하고 있습니다.

코로나 이후에 최근 2년 동안 디자인 제품들의 매출을 잘 내고 있는 한국 기업들이 어디에서 매출을 내고 있는지를 보여드리자면 디자이너분들이 수출 유통 전문가가 되셔서 직접 진출할 수 있는 크로스보드 이커머스 플랫폼이 많이 형성이 되어 있습니다. 이런 곳들에 바로 입점을 하셔서 시장을 두 배 혹은 열 배 늘려서 진출하는 것을 추천을 드리고요. 두 번째로 라이프 스타일 제품과 디자인 제품 그리고 일부 패션 제품들은 이 플랫폼을 통해서 많이 수출이 진행되고 있습니다. 쇼피(Shopee) 플랫폼은 동남아시아에서 이미 큰 인기를 확보해 쇼피코리아를 통해서 입점을 하면 본인의 상품을 유통했을 때 아시아 7개국뿐만 아니라 남아메리카 국가까지 한 번에 수출할 수 있는 이점이 있습니다. 마찬가지로 디자이너 스스로가 본인이 직접 입점이 가능하고 관리가 가능하기 때문에 여기에 있는 중간 상인들이 있을

필요가 없게 되었어요. 자룰라 사이트(ZALORA)는 동남아시아 싱가포르를 중심으로 해서 유명한 사이트고 자룰라뿐만 아니라 오세아니아에는 아이코닉(Iconic)이라는 사이트가 이렇게 한국 브랜드가 직접 진출해서 수출을 할 수 있는 창구가 있습니다. 이러한 상황이 최근 1~2년 동안 활성화가 되면서 배송비도 절약 판매도 많이 늘어나게 되면서 그동안 런던 패션위크나 파리 패션위크의 바이어를 통해 소매상에 입점하는 형태로 수출을 많이 했다면 이제는 소매상이 소비하는 것보다 이런 해외 플랫폼을 통해서 매출이 발생하는 비율이 훨씬 더 높아지고 있습니다. 때문에 굳이 패션위크에 돈을 많이 들여 진출할 필요가 없어지는 상황이 된 것입니다. 저희가 작년까지 12개의 매장을 국내에서 운영을 하다가 온라인 플랫폼 사업을 하는 것도 이 때문입니다. 플랫폼들이 더 활성화가 되면서부터 더 이상 해외 물건을 사려 오프라인 매장에 가지 않고 그리고 한국 제품을 사려 오지 않고도 바로 직접 구매가 가능한 상황이 되고 있습니다. 이제 디자이너 스스로가 무역 전문가가 돼야 되고 국가별로 이런 채널들에 대해서 고민을 해야 합니다. 지금 크라우드 펀딩 사이트라고 하면 보통 일본, 미국 그리고 우리나라 정도만 생각을 하는데 동남아시아권에 있는 크라우드 펀딩에도 한국 매출

이상으로 잘 되고 대만의 시티 소셜이라는 사이트에도 많은 한국 제품들이 진출해 좋은 성적을 내고 있습니다. 디자인에 대해서 혹은 제품의 퀄리티에 쏟는 노력만큼 유통 채널을 찾고 진출하는 데 본인 스스로 할 수 있는 시대가 왔습니다. 이런 시스템이 중소기업이나 대기업보다 오히려 새로운 기술을 학습하는 능력을 갖춘 청년 소상공인 혹은 디자이너들에게 더 유리할 수도 있는 시대가 되었다고 말할 수 있습니다.

## 성공하는 펀딩은 제품 말고 무엇을 팔까?

루퍼  
이용우 대표



디자이너는 본인만의 제품을 가지고서 어떻게 하면 마케팅을 할 수 있을까 많이 고민합니다. 그 방법 중 크라우드 펀딩에 관련해서 알려드리겠습니다. 저는 루퍼라는 브랜드를 지금 전개하고 있고 루퍼는 일과 삶에 있어서 여행이라는 방법으로 좀 균형을 맞춰가는 분들을 위한 브랜드예요. 디자인과 기술을 접목을 시켜서 이런 패션 제품들을 만들고 사용하고, 여행할 때 도움이 되는 그런 애플리케이션까지 같이 개발을 해서 스마트 패션 브랜드로서 전개를 하고 있습니다.

루퍼는 설립부터 지금까지 신제품이 나올 때마다 클라우드 펀딩을 통해서 먼저 고객분들에게 만나는 그런 회사입니다. 그 동안에 국내뿐만 아니라 미국 일본까지 크라우드 펀드로 약 한 3억 원 정도 누적 금액을 모금한 적이 있고요.

크라우드 펀딩은 군중과 자금을 모은 곳의 합성어죠. 그래서 내가 어떠한 개발한 제품 또는 우리

자사의 제품을 선보이기 전에 소비자에게 이런 걸 만들었으니 선 주문 형태로 펀딩을 해 주시라, 펀딩 모금 금액이 이제 모이면 배송을 하겠다, 하면서 그분들께 할인 혜택이라든지 또 다양한 리워드들을 제공함으로써 보상합니다. 크라우드 펀딩만의 새로운 시장이 있습니다. 그래서 처음에 이 제품을 기획하고 개발할 당시에 생각했던 고객과 다를 수도 있어요. 크라우드 펀딩은 세상에 없던 새로운 제품을 처음 선보이는 공간이다 보니까 아무래도 새로운 제품에 관심이 많고 그리고 그 중에서도 신기술이라든지 생활에 직접적으로 도움이 되는 제품들을 좋아하시는 분들이 많이 하세요. 그러다 보니 얼리 어답터들이 주로 참여하시는 것 같고요. 그런 분들은 굉장히 전문가이기도 해요. 그래서 펀딩을 할 때는 그런 분들을 타겟팅하고 연령대로 봤을 때 20~40대가 많았습니다. 펀딩 플랫폼들의 가입자에 대한 통계치만 봐도 남성분들이 여성분들보다는 좀 더 많은 비율을

가지고 있습니다. 루퍼는 여행자를 위한 제품이 많습니다. 이 제품을 처음으로 선보일 때 어떤 사람들이 반응할까 고민했을 때, 크라우드 펀딩을 좋아하는 분들이라고 판단했습니다. 국내에서는 주로 와디즈라는 플랫폼을 통해서 많이 런칭을 하고 있고 한 10건 넘게 펀딩을 진행했습니다. 그러면 상세 페이지를 어떤 식으로 만들면 좋을까요.

첫인상은 강렬하게 주는 게 좋아요. 제품을 중심으로

강렬하게 보이게 디자인적인 요소를 다 모바일에

최적화시켜서 화면을 만들고 있어요. 사진을 임팩트 있게 찍는 것도 중요하죠. 패션 브랜드임에도 불구하고 저희는 온전히 제품을 매력적으로 보이기 위해서 제품 사진을 중심으로 찍고 있습니다. 그 이유는 실제로 와디즈라는 플랫폼에서 잘 어우러지게 하는 것 때문입니다. 브랜딩이라든지 이런 요소를 좀 높이기 위해서 상세 페이지 많이 구성을 하고 싶지만 런칭하고자 하는 이 플랫폼마다의 또 색깔이 있더라고요. 그래서 자칫 잘못 충돌하게 되면 저희 제품이 너무 눈에 띄지 않는다는거나 또는 너무 많은 색깔 요소들이 있으면 아무래도 어지럽기에 저희는 정해진 톤앤매너로 플랫폼사의 색깔을 하나 넣고, 글씨색은 검정색 위주로 하고 저희 제품이나 자사 컬러를 하나 넣어 전체적으로 플랫폼의 상세 페이지인데 마치 우리 것 같이 보이도록 하는 것이죠.

또 카피를 좀 매력적으로 만드는 걸 좋아해요. 너무 어려운 그런 단어를 쓰기보다는 어떻게 보면 10대부터 60대 70대까지도 펀딩할 수 있기 때문에 저희는 다 그런 모든 연령의 눈높이에 맞는 일종의 재미있는 텍스트를 쓰고 있는데, 상세 페이지에 대한 기능 설명하기 이전에 아이콘으로 제작을 하고 도입부 형태로 한번 읽어보고 이해할 수 있게 하고 있습니다.

품질적인 부분에서 재료라든지 또는 특허라든지 이런 장점이 있다면 빼침없이 넣었으면 좋겠어요. 왜냐하면 소비자들은 일반적으로 작품을 구입한다는 생각도 있겠지만 아직 있지도 않은 회사 또는 제품을 사전에 선주문을 통해 투자한다고 생각하시기 때문에 이 제품에 대한 신뢰도를 확보할 만한 정보를 얻고 싶어 하세요. 창업자의 스토리라든지 제품이 만들어지고 있는 과정이라든지 이런 것들을

적극적이고 매력적으로 어필하는 게 좋아요. 리워드 구성은 슈퍼 얼리버드, 얼리버드, 클라우드 펀딩 스페셜 이런 식으로 명칭을 정해서 세 가지의 가격 구성을 하고 있고요. 펀딩을 하기 이전에 적어도 2주 내지 한 달 전부터 사전 마케팅을 많이 하는 게 좋아요. 평균적으로 저희가 예를 들면 한 1천 명 정도에게 알렸다면 한 200명이 사이트에 들어와 보게 됩니다. 팁으로 배송비는 양해를 구하고 받는 게 좋습니다. 펀딩하는 중간에 저희가 갖고 있는 SNS 채널 또는 자사로 유입하는 걸 굉장히 중요하게 생각해야 해요. 펀딩이 반응이 좋으면 좋을수록 이분들을 자사와 이후에도 계속 소통할 수 있는 창구가 필요하기 때문에 다양한 이벤트를 할 수 있는 우리 채널에 유입을 해야 해요. 상세준비가 다 되었으면 url단축 사이트 '비틀리'를 통해 링크를 단축시킵니다. 가장 중요한 것이 홈페이지를 만들어야 합니다. 고객분들은 대부분 포털 사이트를 통해서 검색을 한번 하고 들어오기 때문에 홈페이지는 있는 게 좋습니다. 그리고 동영상인데요. 많은 분들이 아마 비용 때문에 고민하실 것 같은데 비기너 유튜버와 함께 영상을 만드는 것을 추천드려요. 저희는 제품을 최대한 효과적으로 설명해 줄 수 있는 방법으로 유튜버분들을 찾아서 리뷰를 맡깁니다.

PR은 구글링을 해서 우리 제품과 유사한 제품의 기사를 써보신 기자분들한테 한 페이지짜리도 보도자료를 만들어 보내드려요. 열심히 보내면 어쩌다 우리 제품을 기사로 써주는 분이 있어요. 와디즈 같은 플랫폼 측에서는 이런 걸 똑똑하게 잘 알고 유료 광고 툴을 만들어놨어요. 직접 하는 것보다는 크라우드 펀딩을 알고 있는 와디즈에 광고하는 것도 효과가 좋았던 것 같아요. 크라우드 펀딩은 시작하기 전부터 마칠 때까지 정말 전력 질주를 해야 되는 되게 굉장히 어려운 플랫폼입니다. 크라우드 펀딩을 준비하실 때에는 정말 철저하게 준비를 했으면 좋겠고. 사전 마케팅도 꼭 준비하셔서 좋은 성과 내기 바랍니다.

# SECTION 4

PEOPLE

DDP디자인페어는 청년기업, 디자인기업 및 소상공인 매칭을 통해  
오리지널 디자인 지원을 통한 제품개발의 기회를 제공하는  
'산업+디자인' 런칭페어로 지속가능하게 발전하고 있다. 소상공인과  
디자이너에게 경쟁력을 향상하는 것과 더불어 아시아 대표 비즈니스  
런칭 페어 참여를 통해 개인의 역량강화와 사업의 발전을 모색하는 것을  
기본으로 한다.

DDP디자인페어에 가장 핵심적 프로세스는 바로 매칭팀 연결과  
그에 대한 큐레이팅과 코디네이팅이다. 소상공인과 디자이너의 특징에  
맞는 매칭부터 인벌브되어 제품개발까지 각계 전문가를 투입, 상호  
의견조율을 위한 가교 역할을 수행하게 했다.

올해도 어김없이 7명의 큐레이터가 각기 부문별로 선정되어 자기  
자리를 빛냈다. 특기할 사항은 작년에 비대면으로 열린 페어에 없었던  
공간(전시) 부문 큐레이터와 홍보 마케팅 부문 큐레이터가 새롭게 합류해  
주제에 걸맞는 오프라인 전시 구성과 더불어 산업계 전반에  
DDP디자인페어를 활발하게 소개한 바 있다. 특히 각각 파트의  
큐레이터를 총괄하는 총감독을 선임해 페어의 주제와 방향성을  
견지해나갔다.

2021 DDP디자인페어의 총감독 및 큐레이터가 말하는  
DDP디자인페어, 지금부터 소개한다.

## 일상은 아름답게, 삶은 행복해지는, 새로운 가치의 정립

이길형 총감독  
홍익대학교

2021 DDP디자인페어는 코로나로 위축된 시민들에게 소상공인  
들과 디자이너가 힘을 합해 WONDERFUL LIFE를 시민에게 제  
시했다. 이번 페어는 디자인을 통해 일상을 아름답게 하면 삶이  
더 행복해지는 디자인의 새로운 가치를 보여주었다. 전시공간 연  
출에 있어서는 주제관인 소상공인과 디자이너 콜라보레이션관  
의 서를 형태 전시로 집중도를 제고할 수 있었고 특히 전시공간  
내 구성한 생생한 자연 속 가든elter는 관람자들에게 휴식공간의  
의미를 넘어 코로나로 인해 숨쉬기 힘든 상황과 전시장을 돌아보  
며 지친 다리를 쉴 수 있도록 헐링하는 공간이었다. 반면 전시관  
전체 동선에서 런칭관과 기업트렌드관의 연결성이 아쉬워 향후  
디자인 기업 및 대기업과의 지속가능한 발전을 위한 DDP디자인  
페어의 숙제로 남았다.

### DDP디자인페어의 공적 역할

DDP디자인페어는 서울시 중소기업의 산업화를 위한  
비즈니스 장으로 다음과 같은 역할을 한다. 첫째, 디자인생태계  
(산·학·연)와 산업생태계를 연계한 융합형 디자인산업 네트워크조  
성으로 인프라 활성화 및 플랫폼 구축하여 미래 시장환경에서의  
디자인 컨텐츠 개발 지원과 지역경제 활성화를 위한 우수디자인  
을 확대하고 지원한다.

둘째, 디자인+기술융합형 기업 성장 플랫폼의 구축 및  
지원과 지속적인 비지니스라운지를 통해 지역특화 디자인시장  
기반 확대로 디자인산업 지원 및 성과를 확산한다.

셋째, 디자인정책 및 디자인 미래가치 선도 역할 수행으  
로 디자인 정책수립 지원 및 미래 유망산업에 대한 디자인연구 지  
원 및 디자인 정책 및 기술 융합과제 수요를 확대하고 추진한다.

### 세계적인 디자인페어 및 어워드로 나아가는 방법

기존 세계적인 디자인어워드와 차별화가 중요합니다.  
ESG(Environment, Social, Governance)가치가 투영된 디자  
인 경영으로 환경, 사회적 문제를 해결하고 위기와 안심적 코드에

의한 이슈를 근거로 지속가능한 삶을 위한 디자인+기술융합형 사  
고를 실현하는 분야별 컨텐츠 확대 발굴이 연구되어야 할 것이다.  
이를 위해 산학연이 함께 지속가능한 발전을 위해 협력하고 청년  
디자이너에게 기회의 장을 지속적으로 열어야 한다.

더 나은 서울 시민의 디자인 문화를 업그레이드하기 위해  
ESG 디자인경영으로 공중보건, 교통안전, 범죄예방, 기  
후변화, 친환경 등 다양한 관점의 위기와 안심 코드를 이슈화하여  
일상적·사회적 문제를 해결할 수 있는 디자인의 역할과 가치를  
재인식해야 한다. 또한 Design Thinking으로 자신을 대신하고,  
인식해주는 적정기술, 감각을 최대한 경험하고, 과거의 버려진 것  
에 대한 재해석하는 방법을 제시해야 한다. 이는 결국 빛·우주·미  
래적 요소를 결합해 소소한 즐거움, 가벼운 휴식과 헐링, 일상용  
품들을 쉽게, 간결하게, 재미있게 비주얼화 할 수 있는 융합적 사  
고에 의해 가능하다. 한편 포스트 코로나19 팬데믹으로 인한 뉴  
노멀 시대에 대비해 사회적 이슈를 해결하는 아이디어를 디자인  
에 녹일 수 있어야 한다. 위기 속 현재를 지혜롭게 극복하기 위해  
디자이너는 머리 속 아이디어를 직관적으로 표현해 소비자의 마  
음을 움직일 수 있도록 구체화시킬 수 있어야 한다.

### 2022 DDP디자인페어의 기대

향후 DDP디자인페어는 디자인산업이 선도하는 미래 비  
즈니스와 새로운 콘텐츠로 산업적 가치를 높이는 장으로 지속적  
으로 유지되어야 한다. 여기에 디자인의 사회적 참여의식과 시대  
적 변화하는 트렌드를 공유하고 ESG가 투영된 디자인 경영이 더  
해져야 한다. 이는 위기에 대응하는 안심적 코드로 사회적 문제를  
해결하는 것, 그린디자인으로 친환경적인 소재를 개발하는 것, 디  
자인 산업발전의 거버넌스를 구축하고 글로벌 네트워크를 구축  
하는 것으로 한 걸음 더 발전하는 것을 의미한다. 이로써 비즈니  
스 라운지와 글로벌 유통 지원까지 확장되어 디자인 시장기반 확  
대, 나아가 서울시민과 글로벌 트렌드를 리딩하는 ddp의 위상까  
지 확립할 수 있기를 기대한다.

## "Seeing is believing"



취·창업 큐레이터 김나영 실장  
종근당건강 디자인실

2021 DDP디자인페어는 미래의 불확실성에 가능성과 확실성을 더했다. 디자인으로 좋은 세상과 환경, 더 나은 사회를 만드는 것 만이 절대적 가치와 본질이라고 생각하며, 이부분을 성과로 만들었다. 지금 시점에서 꿈은 미래라는 불확실성에 합리성 가능성을 더해서 유일하게 의미를 발견하고자 하였다. 영디자이너 취·창업 페어는 선배가 지나온 커리어와 삶의 과정을 통해 그들의 미래를 고민해보고 만들고자 했다. 하고 싶은 일을 하면서 즐겁고 행복하게 사는 것은 지금보다 디자인이라는 분야를 더 넓은 시각으로 바라보고 세상을 바라보는 가치로 삼을 수 있을 것 같다. "Seeing is believing"이라는 것을 2021 DDP디자인페어를 통해 보여주었다고 평가한다.

2020년까지는 소상공인과 디자이너와 함께하는 협동 생산 즉 콜라보를 통한 소상공인×디자이너를 위한 '매칭×홍보×프로모션×비즈니스'의 공간에서 소상공인과 디자이너의 만남으로 탄생된 제품이 있었다면 2021 DDP디자인페어는 기존 유형적인 결과물에 더불어 디자인×기업의 취업과 매칭을 통한 무형의 성과를 동시에 이룬 해다. DDP디자인페어 매칭 플랫폼을 통해 좋은 디자인과 좋은 상품을 만들기 위한 비즈니스 전략이 이뤄졌다. 여기에 더해 영디자이너 잡페어 부분은 디자이너가 앞으로 나아가는 원동력이며 방향성을 강조했고 이를 통해 최종 결과와 성과까지 이뤘다는 의미에서 한단계 발전했다.

경험을 나누면 자신감이 커진다. 이번 페어에는 우수한 한 명 학생이 아니라 매번 멘토링을 통해 발전하는 멘티의 포트폴리오와 이력서, 자소서 관리를 통해 앞으로의 성장하는 디자이너의 가능성을 느낄 수 있었다. 특히 학생들은 좋은 경험하게 되면 좋은 결과를 낳는다. 즉 취·창업을 통해 만나고 함께 했던 멘토들의 경험이 결국 취업이라는 새로운 결과를 만들 수 있다. 많은 경쟁속에서 살아남기 위해 내가 행복하고 나를 믿고 의지할 때 행복한 삶이 주어진다. 주어진 삶을 나답게 풀 수 있도록 나만의 방식을 다양한 멘토들을 통해 보완하고 수정하여 나다운 포트폴리오를 만들어보고자 했다. 디자이너란 무언가를 만들어 내고 시도하는 작업이기 때문에 새로운 것에 흥미를 갖고 도전하는 삶을 살아야 하고 많은 사람과 소통할 수 있는 일을 한다. 디자인이라는 가치 있을 하면서 살아가는 것, 선배들을 통해 디자인이라는 업무로 사회에서 가치를 찾아가도록 영디자이너 잡페어 멘토들이 등불 같은 존재가 되어 스스로 가능성을 스스로 찾도록 계기를 마련했다.

## 불확실성 속에서도 안정적인 디자인 융복합을 실행



홍보 마케팅 큐레이터 박정호 교수  
한국디자인단체총연합회 부회장, 명지대학교

코로나 19로 인해 오프라인 행사를 기획하고 준비한다는 것 자체가 커다란 불확실성 속에서 추진되어 온 프로젝트다. 관객 숫자를 제한하는 상황 속에도 이전 페어 못지 않은 활발한 참여가 있었다는 점에서 본 행사의 의미가 크다 판단한다. 특히 이번 2021 DDP디자인페어를 통해 청년 일자리 창출에도 기여하고자 하는 방식의 사업 참여 또한 사회적 가치를 높인다 할 것이다.

세번째 DDP디자인페어가 열렸다. DDP디자인페어는 소상공인과 디자이너들이 콜라보 작업을 수행할 수 있는 기회의 장이다. 이를 통해 디자이너들의 혁신성을 활용해 영세 소상공인들을 지원할 수 있다는 데 큰 의미가 있다. 이번에 홍보 마케팅 큐레이터로 참여했으며 현재 출연 중인 매체들을 통해 DDP를 홍보하는 역할을 수행했다.

사실 국내에서도 DDP디자인페어와 유사한 디자인이 주가 되어 주최하는 행사가 너무 많다. 그런 상황에서 이번 행사를 좀 더 전반적으로 잘 알리기 위해 총감독님 및 사무국의 제안으로 홍보 마케팅 큐레이터 부분을 신설했고 합류할 수 있었다. 단순히 행사 자체를 홍보하는 것이 아니라 행사에 참여하는 기업들도 홍보할 수 있는 추가적인 방편을 모색해보았다. 여러 크리에이터 채널을 통해 페어를 적극적으로 알려 다양한 계층의 사람들과 소통했다.

개인적으로 디자인 관련 정책 연구에 대한 관심과 디자인 산업육성에 대한 관심이 많아서 이번 페어에 대한 기대가 컸다. 전 세계적으로 산업 우리 디자인뿐만 아니라 다른 산업계 전반도 산업 간의 융·복합이 이제 추세다. 그런 과정에서 디자인 분야도 이종 디자인 분야 간의 브랜드의 콜라보라 등의 협업을 많이 하고 있다. DDP디자인페어의 매칭 프로그램은 이러한 전 세계적인 큰 흐름에 부합하는 테마라고 생각한다. 소상공인 지원을 위한 국가의 참여가 들어간 행사이므로 많은 시민의 온·오프라인 참여를 제고하는 것이 본연의 취지를 가장 많이 살리는 것이라 생각한다.

올해는 친환경적인 요소와 코로나로 인해 절제된 표현들이 많아진 것이 두드러져 보였다. 이러한 컨셉의 제품들을 출시한 기업들 모두 시장에서 적지 않은 반응을 이끌어 낼 수 있다 판단한다.

## 디자인의 인식을 제고한 기회



가구 부문 큐레이터 하지훈 교수  
계원예술대학교

올해는 작년과 달리 오프라인으로 페어를 개최했다는 점에 큰 의미를 두고 싶다. 어려운 상황에 각 분야에서 노력을 했다고 본다. 앞으로도 좋은 성과가 있기를 바란다. 디자인의 중요성에 대한 인식이 갈수록 참여하는 업체도 많고 좋은 결과물들도 많이 나오게 될 것이다. 무엇보다 '축적'이라는 부분을 주목해야 한다. 이번 2021 DDP디자인페어에 참여한 많은 디자이너, 소상공인 모두 제품을 기획하면서 전시에 나오기까지의 과정에 더 큰 의미를 부여하고 싶다.

작년에 이어 큐레이터로서 두번째 참가했다. 참가 소상공인과 디자이너 양쪽 모두 질과 양에서 작년 대비 많은 발전이 있었음을 느끼고 있다. 작년 참여기업이 성장하여 기업관에 참여한 경우를 보면 본 페어의 지속가능성을 엿볼 수 있었다. 코로나로 인해 집에서 머무는 시간이 많아 가구는 다른 분야보다 특수를 누리는 점이 있다. 이번 DDP디자인페어를 통해 가구가 우리의 생활속에서 차지하는 역할의 중요성을 발견할 수 있었고 실내 환경의 변화와 발전을 경험했다. 나는 조금 더 수준 높은 문화를 가까이서 영유 할 수 있는 계기가 되었다.

가구분야를 담당했지만 함께 큐레이터로 참여한 분들과 분야에 상관없이 협력하며 일한 점이 많은 도움이 되었다. 총감독님께서도 섭외 등 많은 부분에서 적극적으로 임해 주셔서 작년 대비 많은 성장이 있었다고 생각된다.

가구 분야의 큐레이터로서 이 분야에서 산업적으로 발전할 수 있는 기업과 기업을 발전시킬 수 있는 역할을 할 수 있는 디자이너를 매칭시켜주는 역할을 맡았다. 작년에는 오프라인에서 전시를 못해 아쉬움이 많았는데 실제로 가구는 스케일이 커서 실제로 보는 것과 화면으로 보는 게 차이가 많이 나기에 오프라인 전시에 중점을 두고 결과물을 만들어냈다는 데에 의미를 두고 싶다. 이번 페어를 통해 시민들과 관계자들에게 직접 실물을 보여주고 이를 통해 가구 분야가 더욱 발전할 수 있는 초석이 되었다고 생각한다.

실제로 DDP디자인페어에 참여하는 디자이너와 소상공인이 많아지고 있다. 서로 한 발씩 이해하는 태도로 성공적으로 매칭 프로젝트를 수행한 팀이 눈에 많이 띠었다. 올해 페어는 아무래도 기후변화 등으로 디자인에서도 환경을 중요한 이슈로 다룰 수밖에 없었다. 폐화장품 용기로 가구를 구현한 팀이나, 패트병을 수집서부터 제품화하는 기업 등이다.

## 협업으로 제품의 매력을 높이는 기회



생활리빙 부문 큐레이터 한경하 대표  
우퍼디자인

2021 DDP디자인페어는 코로나19의 상황 속에서도 서울도심의 제조산업 활성화와 디자인산업 육성이라는 목적에 맞게 잘 진행되었다고 생각된다. 온·오프라인의 two track으로 미리 계획하고 진행하여 좀 더 많은 사람들이 다양한 경로를 통해 페어를 즐겼다. 예년에 비해 더욱 개성있는 디자인이 눈에 띄는데 완성도 면에서는 가구 분야의 젊은 디자이너들 활약이 돋보였다. 과감한 재료 선택과 새로운 사용성 제안은 우리 디자인의 가능성을 보여주는 사례라 할 수 있겠다. 생활리빙 분야에서는 완성도가 좀 떨어지는 제품들이 있지만 복잡한 과정과 부품들이 필요하고 제조 기업의 편차가 너무 큰 환경조건 때문에 아닐까 생각한다. 향후 DDP디자인페어에서는 생활리빙분야도 선택과 집중이라는 전략을 가지고 과감하게 분야를 축약하고 퀄리티를 높이는 데 집중하는 것이 필요하다고 생각한다.

우리나라에서 디자인전문기업이 성숙되기 전인 1993년 산업디자인 전문회사(㈜우퍼디자인)를 창업하여 27년째 기업을 운영하며 대기업, 중소기업들의 제품기획과 개발, 그리고 전략을 세우는 일을 하고 있다. 각 분야의 경계가 흐려지고 협업이 자연스러워진 현재, 나 자신도 산업디자인 분야만을 고집하지 않고 다양한 분야와의 컬래버레이션을 통해 디자인 산업이 더 확장되고 견고해지는데 노력하고 있다.

첫번째 DDP디자인페어에서 기획/운영위원으로 참여했다. 3년이 지나는 동안 소상공인과 디자이너의 매칭이 양적으로나 질적으로 눈에 띄게 발전되고 유연해진 걸 느끼고 있다. 물론 아직도 자신의 분야에 대한 자부심과 협업이라는 낯섦으로 소상공인과 디자이너들간에 갈등이 있지만 결과물이 나오고 평가를 받는 단계가 되면 서로의 분야를 인정하게 되는 것을 볼 때 앞으로의 DDP디자인페어에 거는 기대가 더욱 커진다.

생활리빙 분야는 타 분야(가구, 조명)에 비해 경계도 불분명하고 광범위한 분야라서 품질이나 완성도에서 편차가 커다. 그래서 소상공인들과 디자이너들간의 소통과 서로의 분야에 대한 이해를 통해 품질을 높이는 데 노력하였으며 제품화 이후, 판매 측면이나 기업 이익이 지속가능할 수 있도록 하는 점에 중점을 두고 큐레이팅하였다.

## 스토리와 참여를 담은 공간 구성



공간 큐레이터 이강현 교수  
홍익대학교

전시뿐만 아니라 스토리와 참여를 좀 더 담으려고 했다. 스토리 같은 경우는 디자이너가 디자인을 제품으로 만들어가는 과정과 이것이 전화해서 어떻게 결과물이 나오는지에 대한 것들을 같이 공유하는 공간을 만들어 참여한 팀 가운데 뽑힌 우수작과 어떻게 자연스럽게 섞일지 계산했다. 이번 DDP디자인페어의 차별점은 뜻밖의 연결과 그리고 관계의 확장이라고 말할 수 있다. 굉장히 이질적인 것과의 만남을 통해 새로움을 창출해 가는 과정들을 보여주려 했다. 매칭팀을 보여주는 것을 가장 우선으로 생각하고 그걸 넘어서면 디자이너와 기업의 협업을 통해 새로운 이미지를 보여주고 기업이 제품을 넘어선 라이프 스타일을 보여주는 것으로 확장되도록 했다.

올해 기업의 참여가 기존과 가장 달라진 차별점이었는데 이종 분야간의 콜라보레이션, 일대일뿐만 아니라 일대 다수의 다양한 콜라보레이션 방식과 구성, 비일상적인 연결이 시도되었고 디자이너 소상공인뿐만 아니라 디자이너와 기업, 기업과 기업간의 콜라보레이션으로 확장된 점들이 기존 페어보다 크게 성장 및 발전된 점이라 생각한다.

전시 공간 큐레이터로서 크게 콜라보레이션, 트렌드, 런칭관으로 구분되어 각 소상공인과 디자이너, 기업의 라이프스타일 제안, 기업의 디자인 신제품 등의 전시 공간으로 구성했다. 각 공간들이 가진 특징을 극복하면서도 연관성 있게 연출하여 디자인이 주는 즐거운 생활라는 큰 메시지를 표현하는 것에 주안점을 두었다.

영디자이너, 특히 학생 디자이너들에 관심을 갖고 관찰했다. 특히 안지희 디자이너에게 관심을 갖게 되었는데, 영 디자이너들이 렌더링과 자신의 취향대로 디자인하는 것이 아니라 다양한 사용자의 니즈와 마켓에 적합하면서도 양산이 가능한 디자인 제품을 여러 실패를 극복하며, 실무중심 디자인을 성공적으로 풀어가는 과정이 눈에 띄었다.

## 다양한 소재에 따른 제품 이야기가 흥미로워



생활리빙 부문 큐레이터 손동훈 대표  
ATELIER SOHN

총감독님을 비롯하여 각 분야의 큐레이터분들에게 감사한다. 3회 째를 맞이하면서 행사가 규모와 질적인 측면에서 또 한걸음 나아갔다고 생각한다. 그렇기 때문에 벌써 내년 페어에 대한 책임감이 더욱 크게 느껴진다. 올해 페어를 준비하면서 참여해주신 디자이너와 상인분들의 역량을 다시한번 확인할 수 있었고 앞으로 페어의 꾸준한 발전을 위해 참가자들과 끈끈한 관계를 만들어 나가야 하는 것이 우리에게 주어진 미션이라고 생각한다. 올해는 오프라인 전시로 개최되어 각 분야의 큐레이터 분들이 실물에 대한 월릿리를 챙겨 무사히 행사를 오픈할 수 있었다고 생각한다.

생활리빙 분야는 어떤 분야보다 다양한 결과물이 나오기 때문에 큐레이팅의 과정에서 더욱 세심하게 챙겨야 한다. 올해는 작년에 비해 다양한 영역의 디자이너와 상인분들이 참여해주신 덕분에 결과물에서 종이, 나무, 패브릭과 같은 소재에 따른 제품의 이야기를 보는 재미가 있었다. 특히 하나의 소재를 중심으로 가구와 조명, 그리고 생활리빙 제품으로 해석한 결과물들이 좋았다.

개인적으로 올해 페어에서 기대가 되는 팀은 콘크리트 소재를 다루는 기업 스튜디오 미콘과 OFFOF 그리고 VLND 두 디자이너 간의 협업이다. 아웃도어 가구에서 육실 제품까지 콘크리트 소재의 가능성을 눈으로 직접 확인하는 기회가 될 것이다. 또 종이를 소재로 가구를 만드는 기업 페이퍼팝은 제품, 그래픽 디자이너들과 함께 종이로 짓는 제품과 가구 그리고 공간을 선보였는데 이 역시 매우 인상적이었다.

DDP디자인페어는 아직 페어의 성격을 다듬어 나가는 과정에 있다고 생각한다. 중요한 점은 그 과정에서 누구 한 사람의 역량이 아니라 행사를 위해 애쓰는 서울디자인재단 관계자 분들을 비롯하여 큐레이터, 참여 디자이너, 그리고 상인이 이야기의 연결고리를 함께 만들어가고 있다는 것이 의미가 있다. 시간이 갈수록 이러한 이야기들이 모여 DDP디자인페어를 더욱 단단하게 만들어 줄 것이다.

ATELIER SOHN(아뜰리에 에스오에이치엔)은 산업디자인 영역뿐 아니라 갤러리와 함께 하는 작품 활동을 바탕으로 여러 럭셔리 브랜드들과 다양한 협업 프로젝트를 선보이고 있다. 디자인과 기술, 문화의 다변화 시대에 디자이너의 역할과 범위가 새롭게 정의되고 있는 지금, 융합적 사고를 바탕으로 분야의 경계를 넘나드는 활동을 지향하고 있으며 이를 경험으로 증명하고자 활동영역을 넓혀가고 있다.



조명 부문 큐레이터 정미 대표  
이온에스엘디

회를 거듭할수록 다양한 시도의 콜라보레이션이 자연스러워지고 있다. 생각의 다양성과 확장성이 페어가 지향하고 있는 점인데 이런 점에서 계속 변화, 발전하고 있다는 생각이다. 올해는 콜라보레이션뿐 아니라 기업에서도 다양한 신제품들을 전시하여 예년에 비해 좀 더 좋은 디테일의 마감을 볼 수 있고, 이러한 자극들이 앞으로 디자이너들과 제조업체, 소상공인에게 긍정적인 반응으로 작용되길 바란다. 올해 가장 다양한 시도와 좋은 결과물을 낸 파트는 가구분야로 많은 소재와 형태의 다양성이 좋은 조화를 이루었다는 생각이 든다. 조명분야는 작년에 비해 놓이는 공간의 영역을 확대했는데 좀 더 빛을 즐기고 다양하게 공간을 바꾸는 점을 강조했다. 생활리빙 분야는 범위가 광범위하고 다양해서 가장 어려웠던 분야였던 것 같다. 재활용품이라는 소재의 다양한 실험과 기능에 충실했던 제품보다는 가지고 싶은 매력도를 높인 제품이 돋보였다.

올해 조명파트의 주제는 반려조명이다. 다소 생소하고 의아하게 들릴 수 있지만 빛을 언제 어디서나 쉽게 즐기자는 컨셉이다. 코로나로 인해 우리의 일상이 많이 변화되었다. 집에 있는 시간이 늘긴 했는데 집이라는 기능이 쉼의 공간을 넘어 생산의 공간이 되면서 의외로 공간분리가 어려워지고, 스트레스도 더 많아지는 것 같다. 이럴 경우 조명의 비추는 각도나 밝기만 바꿔도 공간이 바뀌어서 스트레스를 완화시켜줄 수 있다. 그런 의미에서 나에게 위안이 되기도 하고 에너지를 주기도 하며 공간을 바꿀 수 있는 소재로써의 빛을 반려조명이라는 컨셉을 잡고 올해에는 실내조명뿐 아니라 실외조명까지 영역을 확대해서 진행했다. 최근에 캠핑이나 가든에 대한 관심이 높아지면서 이 공간에 대한 조명의 수요가 늘어나고 있는 반면 의외로 기능적인 조명기구들만 있다 보니 기능 보다는 좀 더 소프트한 빛을 즐기고, 스토리를 가진 조명기구들이 되도록 만들어 보았고, 이 영역이 다양한 형태와 빛을 즐길 수 있는 분야가 되었으면 한다.

## On the Road, 2021 ddp Design Fair

DDP디자인페어는 아이데이션부터 시작해서 거의 1년을 진행하는 행사이기에 결과로만 평가되기 보다 갈등과 조정, 발전의 과정을 거친 진화로 평가되어야 한다. 이에 지난 8월, 이길형 총감독과 7명의 큐레이터의 대담 시간을 마련해 2021 DDP디자인페어 중간 상황을 점검하며 각자의 부문에 대한 의견을 피력했다.

### 대담 참석자

**총감독**  
2021 ddp Design Fair  
이길형 총감독

**가구**  
계원예술대학교  
하지훈 교수

**조명**  
이온에스엘디(주)  
정미 대표

**공간**  
홍익대학교  
이강현 교수

**생활리빙**  
(주)우파디자인  
한경하 대표

**생활리빙**  
Atelier Sohn  
손동훈 대표

**취창업**  
종근당 건강  
김나영 실장

**마케팅**  
명지대학교  
박정호 교수

**정미 대표** 저희는 매칭 팀이 많지 않아요. 그런데 비록 팀수자는 적지만 여러 팀을 콜라보레이션 하는 쪽으로 많이 초대를 했고 지금 열심히 하고 있습니다. 지난 2주 동안 큐레이팅 회의는 다 끝났고요. 월리티는 사실 천차만별이지만 열심히 하고 있어서 좋은 결과를 거둘 수 있을 것 같습니다. 작년에 참여했던 업체들은 좀더 작업을 심화하고 있습니다. 올해 처음 참석하시는 분들은 같은 경우에는 조금 혜매기는 하지만 그래도 큐레이팅을 잘 따라 오고 있습니다.

**이길형 총감독** 작년에도 좋은 결과를 또 내주셨으니 올해도 기대가 됩니다. 가구 분야는 하지훈 교수님이 작년에 이어 큐레이팅을 맡고 계십니다.

**하지훈 교수** 사실은 조명쪽과 비슷합니다. 올해는 참여 디자이너가 그렇게 많지는 않지만 손동훈 대표님과 얘기하면서 기업 하나에 많은 디자이너가 합류해 규모를 키워보자고 얘기하고 있습니다. 리사이클 경우는 김하늘 디자이너와 원래 마스크를 가지고서 작업하는 마스크 회사 애버그린과 이니스프리, 아모레 퍼시픽과 컨택하고 있습니다. 아이쿱 생협도 디자이너가 많이 붙어서 진행하는 것으로 결정했고 아이쿱 생협과는 '프리셔스 플라스틱 프로젝트'에 사용하는 기계를 가져와서 현장에서 리사이클링 제품을 만들어보는 것으로 진행하고자 합니다. 연진영 디자이너와 패딩 점퍼를 활용하는 것은 아직 정해진 것은 없지만 동대문 봉제 조합과도 일할 수 있을 것 같고 기업과도 연결이 되면 리사이클 쪽은 재미있게 구성이 될 수 있을 것 같습니다.

**이길형 총감독** 통상적으로 버려지는 제품을 재활용한다면, 쓰레기가 다시 가치가 된다는 것이어서 이러한 새로운 제품의 개발은 이 시대에 굉장히 의미가 있다고 생각합니다. 관람객들이 체험할 수 있고 공감할 수 있는 공간도 연출을 준비하고 계시나요?

**하지훈 교수** 그래서 야외에도 기계를 활용해 이벤트를 만

들어내면 재미있을 것 같다는 생각도 듭니다.

**이길형 총감독** 조명, 가구에 이어 생활리빙 분야를 두 분의 큐레이터님이 맡고 계십니다.

**한경화 대표** 사실 생활리빙은 참가 디자이너, 소상공인 기업의 숫자가 많아서 업체를 똑같은 퀄리티로 올리기는 솔직히 조금 어려울 것 같고요. 다들 열심히 하고 계시고 지난주에 멘토링이 끝났는데 멘토링을 통하여면서 조금씩 방향을 잡은 부분도 있고, 일정 내에 어느 정도는 퀄리티를 끌어올릴 수 있지 않을까 생각합니다.

**손동훈 대표** 생활리빙 같은 경우에는 아무래도 앞에 한 대표님이 말씀하셨듯이 많은 분들이 참여해 주시고 있어서 그냥 밖에서 보면 진입 장벽이 굉장히 낮은 것처럼 보이지만 사실 이런 작은 물건일수록 디테일이나 완성도에 있어서 사람들이 빨리 판단할 수 있기 때문에 지금은 많은 팀들이 일정에 가장 예민하게 생각하고 있는 것 같고요. 그런데 저희는 참여해 주신 분들이 그 안에서 콘텐츠가 어떤 게 있는지를 파악하고 그리고 그게 전시에서 어떤 구성이 돼서 보여줄 수 있을지에 대해서 고민을 하고 있고요. 지금 멘토링이 끝났기 때문에 그래도 완성도 있는 결과물이나올 거라고 기대하고 있습니다.

**이길형 총감독** 코로나로 인해서 비대면의 어떤 그런 환경이 계속 지고 있지만 오프라인에서의 전시를 올해 새롭게 준비를 하고 있습니다. 공간에 대한 전시 연출에 대해 이강현 교수님이 말씀을 해 주십시오.

**이강현 교수** 이번에는 콜라보레이션 된 제품 리스트를 이를 전에 받아서 어떤 제품들이 나올지에 대해서 한번 리뷰를 해봤고요. 생활리빙 제품이 좀 많아서 어떻게 디스플레이할 것인가 이런 고민을 하고 있습니다. 그리고 이번에 처음으로 기업의 다른 컨셉을 보여줄 수 있는 공간들이 구성이 되고 있기 때문에 기업들과 같이 미팅하면서 연출에 대해서도 같이 지속적으로 얘기하며 공간을 꾸며가고 있습니다. 기업의 협조가 많이 이뤄지고 있어서 기업의 새로운 면들을 보여줄 수 있는 공간이 될 것 같고요. 론칭관도 이번에 새로 나오는 디자인들을 거의 취합이 되었습니다. 어떤 공간이 가장 좋게 보일 것인지 고민하며 콘텐츠 구성에 힘을 쏟고 있습니다. 콘텐츠 구성이 조화로우면 거기에 맞게 공간을 지정을 할 예정이고 하지훈 교수님이 말씀해 주신 것처럼 야외까지 연장선상으로 이끌어서 관객 참여를 유도하고자 합니다. 특히 콜라보레이션 같은 경우는 작품 자체보다 그게 만들어지는 탄생스토리가 좀 중요할 것 같아서 논의 중입니다.

**이길형 총감독** 이번에 공간 연출에 있어서는 또 각 분야 큐레이터님들께서도 좋은 의견을 좀 서로 주셔서 동선에 대한 어떤 이해와 어떤 딱 포괄적으로 선을 긋는 구분이 아니라 관람객이 자연스럽게 다양한 제품의 어떤 흐름을 공유할 수 있는 연출을 기대하겠습니다. 그리고 전시 내용도 중요하지만 홍보나 마케팅 관련 비즈니스적인 고민이 중요합니다. 마케팅 큐레이터인 박정호 교수님의 진행상황도 말씀해주세요.

**박정호 교수** 먼저 홍보 마케팅을 말씀을 좀 드리면 현재 기고하고 있는 칼럼 중에서 <전자신문>에 스팟 기사로 냈고요. 거기에는 DDP디자인페어가 이번에 어떤 컨셉으로 준비되고 있으

며 특히 디자이너와 소상공인 콜라보레이션은 코로나19로 인해 어려워진 소상공인들에게 활로를 모색할 수 있는 좋은 기회,라고 취지를 밝혔습니다. 다음 번 칼럼은 <한국일보>에 기고를 할 건데 거기는 전면 칼럼이기 때문에 내용을 풍성하게 내려고 합니다. 참여 기업이라든가 기관들을 소개하고 북유럽 등에서 시도했던 것보다 우리가 더 발전시켜 한다,라는 글을 쓰고자 합니다. 막 바지에는 홍보 마케팅 대행사에서 <경향신문>과 <전자신문>을 번갈아 기고해달라고 해서 그렇게 하기로 했습니다. 또 코로나 때문에 디지털 베이스의 홍보가 더 중요한 것 같아서 유튜버 크리에이터들에게 소통을 부탁했는데 '슈카'라고 150만 유튜버 구독자를 가지고 있는 방송, 제가 운영하고 있는 3% tv 역시 150만 유튜버 구독자를 가지고 있기 때문에 어떤 형태로든 홍보를 하려고 합니다. 판매에 대해서는 직접적으로 매출로 이어질 수 있는 기회를 만들기 위해서 얼마 전에 재단 측에 '이노비즈협회'를 전달했습니다. 이노비즈는 매출 150억 이상 되는 기업이 모인 곳인데 거기 회장님과 얘기가 되어 이노비즈 협회 차원에서 종견기업이나 큰 회사들에 소상공인 제품들을 사서 리세일즈를 한다든가 기업 홈페이지에서 판매할 수 있는 방안을 만들도록 공문을 보내는 방법을 논의하고 있습니다.

**이길형 총감독** 마지막으로 페어의 또 다른 중요한 지점은 바로 신진 디자이너 일자리 창출입니다. 이것을 담당하는 취창업 담당 큐레이터 김나영 교수님께 진행 상황 여쭤봅니다.

**김나영 교수** 저는 페어에 참여하는 학생들을 세 번 정도 멘토링을 했어요. 그걸 통해서 다양한 스펙트럼을 가진 선배들이 참여 학생들의 가능성과 역량을 파악을 했고 학생들도 자신이 원하는 부분들을 차곡차곡 만들어가고 있고요. 8월 23일에 취업을 원하는 기업의 대표님과 취업을 멘토링 했던 분들과 모의 면접을 진행합니다. 모의 면접을 통해서 학생들이 지금까지 만들어 온 포트폴리오 이력서를 만들고 다듬는 과정이 될 것 같아요. 9월부터는 기업을 매칭해서 진짜 가능성이 있는 기업을 매칭을 해주는 프로세스로 진행이 될 것 같습니다. 지금까지는 어떻게 보면 학생들이 어디로 가야 될지에 대한 길을 많이 찾지 못했다라고 하면 저희는 가능성, 기회를 주고 최종 취창업으로 마무리할 수 있도록 이끌어가는 과정이라고 할 수 있습니다.

**이길형 총감독** 물리적인 시간에 짧겨서 우리가 다들 최선을 다하고 있는 부분에 대해서 총감독으로서 감사의 말씀을 드립니다. 앞으로 우리가 이제 한 두 달 남짓 더 이제 전진해야 되는데 그런 의미에서 우리 '원더풀!' 한 번 외치며 다짐을 한번 하지요!

"Wonderful! Life! Fighting!"



"DDP디자인페어는 단순히 지속가능한 발전이라는 표현보다는  
멈추지 않는 다양성의 조화와 함께  
끊임없는 호기심과 도전이 어떻게 변화되는가에  
방점을 두어야 한다."

3회의 개최 동안 제조업체나 소상공인 분들과 디자이너들은  
새로운 소재와 형태를 믹스매치한다는  
단순한 실험에서 시작해 이제는  
본인들만의 컨셉과 스토리텔링을 가지기 시작했다.

어떤 팀은 호기심에서 어떤 팀은 절박함에서 시작했지만  
많은 팀들이 서로 다른 이해를 하기 시작했고,  
그 다른에 대한 여러 해답을 찾아가며 진정한 콜라보레이션을  
시작한 것 같다.

컨셉과 스토리텔링이 명확하다 보니  
각 제품들이 가져야 하는 매력적인 점들도  
많이 살아나고 디테일 또한 향상이 되고 있다.  
이러한 변화가 긍정적으로 지속 발전한다면  
한국에서의 히트 제품이  
전세계 히트 제품이 될 날이 멀지 않다는 생각이다."

정미 큐레이터

세계적인 디자인 어워드로 나아가는 DDP디자인페어  
우리나라를 넘어, 아시아를 넘어  
세계의 중심에 DDP디자인페어가 자리하게 될 것입니다.  
우리나라만의 솜씨와 재치가 담긴  
차곡차곡 발전해온 디자인 플랫폼 DDP이기에 가능합니다.  
2022 DDP디자인페어가 더욱 기대되는 이유입니다.

2020 DDP  
베스트디자인어워드 7

메이크메이크 × 황덕기술단  
Weight Light



Studio Jeong Ho Ko x 탐킨  
한강선반, 철제공고상



라디룸 × 램프랜드  
Bubble



아뜰리에손 x KKDC  
Tango



스튜디오 민들레 × 일상사물  
Efe



박선민 x 그리고글라스  
Re: Bottle- Spinning Series



양정모스튜디오 × 벤텍퍼니처  
Standard Chair



## 가구 분야

| 디자이너           | 소상공인      | 제품명                                | 홈페이지  |
|----------------|-----------|------------------------------------|---|
| 김승준            | 피아즈       | 화반(Flower side table)              | 피아즈 – <a href="http://www.piazdesign.com">www.piazdesign.com</a>  |
| 김하늘            | 아모레퍼시픽    | 버려지는 마스크와 코스메틱<br>공병이 믹스된 가구 시리즈   | 이니스프리 – <a href="http://www.innisfree.com">www.innisfree.com</a>  |
| 다이아거날 써츠       | 이목원       | MW                                 | 다이아거날써츠 – <a href="http://www.diagonal-thoughts.com">www.diagonal-thoughts.com</a><br>이목원 – <a href="http://www.emokwon.com">www.emokwon.com</a>  |
| 라운드            | 르마블       | 빌딩 테이블(building table)             | 라운드 – <a href="http://www.studio-round.com">www.studio-round.com</a><br>르마블 – <a href="http://www.lemarble.com">www.lemarble.com</a>  |
| 라이크모노<br>핸드메이드 | 감성공업      | 라이프 박스(Life box)                   | 라이크모노 핸드메이드 – <a href="http://www.instagram.com/likemono_official">www.instagram.com/likemono_official</a><br>감성공업 – <a href="http://tenderprecision.com">tenderprecision.com</a>                         |
| 애프터미니츠         | 아우트로      | 익선 다이닝 체어<br>(Ik-Sun Dining Chair) | 애프터미니츠 – <a href="http://www.instagram.com/raanraanraan">www.instagram.com/raanraanraan</a><br>아우트로 – <a href="http://outrofurniture.com">outrofurniture.com</a>  |
| 애프터미니츠         | 우디스트      | 한옥 다이닝 체어<br>(Han-Ok Dining Chair) | 애프터미니츠 – <a href="http://www.instagram.com/raanraanraan">www.instagram.com/raanraanraan</a><br>우디스트 – <a href="http://www.kwakdongcheol.com">www.kwakdongcheol.com</a>                                    |
| 로우리트 콜렉티브      | 아이쿱생협     | 무제                                 | 로우리트 콜렉티브 – <a href="http://lowlit.co">lowlit.co</a><br>아이쿱생협 – <a href="http://www.icoop.or.kr">www.icoop.or.kr</a>  |
| 바이 최민석         | 아우트로      | 유니섹스 화장대<br>(Unisex Vanity)        | 바이최민석 – <a href="http://m.movementlab.kr/product/list_thumb.html?cate_no=73">m.movementlab.kr/product/list_thumb.html?cate_no=73</a><br>아우트로 – <a href="http://outrofurniture.com">outrofurniture.com</a> |
| 스튜디오 디오        | 아크플래닛     | 폴딩체어(folding chair)                | 아크플래닛 – <a href="http://acplanet.modoo.at">acplanet.modoo.at</a>  |
| 스튜디오 연진영       | 코오롱       | 무제                                 | 스튜디오 연진영 – <a href="http://www.instagram.com/hang_jin_kooring">www.instagram.com/hang_jin_kooring</a><br>코오롱 – <a href="http://www.kolonsport.com">www.kolonsport.com</a>                                 |
| 스튜디오 폐시        | 라익디스      | 데일리 체어(Daily Chair)                | 스튜디오 폐시 – <a href="http://www.studiopesi.com">www.studiopesi.com</a><br>라익디스 – <a href="http://www.likethix.com">www.likethix.com</a>   |
| 스튜디오 플라스틱      | Jh studio | 더 버터플라이(the Butterfly)             | 스튜디오 플라스틱 – <a href="http://www.studioplastic.co.kr">www.studioplastic.co.kr</a><br>Jh studio – <a href="http://hwangjoonha.modoo.at">hwangjoonha.modoo.at</a>  |
| 신교명            | 소마르       | 산수화 시리즈<br>(Sansuhwa series)       | 신교명 – <a href="http://www.instagram.com/gyomyung">www.instagram.com/gyomyung</a><br>소마르 – <a href="http://www.instagram.com/somarofficial">www.instagram.com/somarofficial</a>                            |
| 신우철            | 보다.담다     | plate shelf                        |   |

| 디자이너            | 소상공인     | 제품명                                      | 홈페이지  |
|-----------------|----------|--|---|
| 아키울로지           | 보리공방     | 소반                                       | 아키울로지 – <a href="http://www.instagram.com/archeology_official">www.instagram.com/archeology_official</a><br>보리공방 – <a href="http://blog.naver.com/aafle">blog.naver.com/aafle</a>   |
| 안지희             | 원텍스      | 피크닉 스크린<br>(Picnic Screen)               | 원텍스 – <a href="http://www.wintex.co.kr">www.wintex.co.kr</a>  |
| 오래도록작업실         | 보다. 담다   | 탭-탭(Tap-tap)                             | 오래도록작업실 – <a href="http://www.instagram.com/ordr_studio">www.instagram.com/ordr_studio</a>  |
| 윤형근             | 아우트로     | 테어(Tair)                                 | 윤형근 – <a href="http://rossa93.wixsite.com/cunigusam">rossa93.wixsite.com/cunigusam</a><br>아우트로 – <a href="http://outrofurniture.com">outrofurniture.com</a>                         |
| 몽낭              | 스튜디오 올앤올 | 올림 스피커(Ollim speaker)                    | 스튜디오 올앤올 – <a href="http://ollhall.cafe24.com">ollhall.cafe24.com</a>   |
| 이예은             | AZIC     | 무제                                       | AZIC – <a href="http://www.instagram.com/studio.azic">www.instagram.com/studio.azic</a>   |
| 이지 디자인<br>스튜디오  | 플랜트리     | 노딩 체어<br>(The nodding chair)             | 이지 디자인 스튜디오 – <a href="http://www.yoonilseop.com">www.yoonilseop.com</a><br>플랜트리 – <a href="http://www.instagram.com/plantree.kr">www.instagram.com/plantree.kr</a>                 |
| 정준구             | RKRN     | 큐브(Cube)                                 | 정준구 – <a href="http://www.behance.net/junkujung">www.behance.net/junkujung</a><br>RKRN – <a href="http://www.rkrn.kr">www.rkrn.kr</a>   |
| 최슬기             | 피아즈      | 프라이빗 라운드<br>(Private Round)              | 최슬기 – <a href="http://www.wausanro94.com">www.wausanro94.com</a><br>피아즈 – <a href="http://www.piazdesign.com">www.piazdesign.com</a>  |
| 테일야드            | 우드공작소빈   | 서프보드 이지체어<br>(Surfboard easy chair)      | 테일야드 – <a href="http://www.hwanginhwan.com">www.hwanginhwan.com</a><br>우드공작소빈 – <a href="http://blog.naver.com/soonki710">blog.naver.com/soonki710</a>                              |
| 파운드파운디드         | 팀킨       | editable desk                            | 파운드파운디드 – <a href="http://www.foundfounded.com">www.foundfounded.com</a><br>팀킨 – <a href="http://www.tamken.kr">www.tamken.kr</a>   |
| 하이오 장           | 스튜디오 올앤올 | 우드 스피커와 암체어<br>(Wood speaker, Arm chair) | 스튜디오 올앤올 – <a href="http://ollhall.cafe24.com">ollhall.cafe24.com</a>   |
| 호우디자인           | 금시당      | 포레버(FOREVER)                             | 호우 디자인 – <a href="http://smartstore.naver.com/houseofus">smartstore.naver.com/houseofus</a><br>금시당 – <a href="http://www.instagram.com/keumsidang">www.instagram.com/keumsidang</a> |
| f square studio | (주)쎄누    | 베니블(VANIBLE)                             | f square studio – <a href="http://www.fsquarestudio.com">www.fsquarestudio.com</a><br>(주)쎄누 – <a href="http://www.cenu.co.kr">www.cenu.co.kr</a>                                    |
| hmd_seoul       | 한성교구     | 포레스트 데스크(forest desk)                    | Hmd_seoul – <a href="http://www.instagram.com/hmd_seoul">www.instagram.com/hmd_seoul</a><br>한성교구 – <a href="http://hsgg.co.kr">hsgg.co.kr</a>                                       |

## 생활리빙 분야

| 디자이너          | 소상공인      | 제품명                                  | 홈페이지   |
|---------------|-----------|--------------------------------------|--|
| Leemok Studio | 뉴대도가구     | 스wan 라운지 체어<br>(SWAN lounge chair)   | 이록 스튜디오 – <a href="http://www.notion.so/Leemok-41d310f26ebd481ba3ff88ea8d964f2a">www.notion.so/Leemok-41d310f26ebd481ba3ff88ea8d964f2a</a><br>뉴대도가구 – <a href="http://www.daedogagu.com">www.daedogagu.com</a> |
| Leemok Studio | 탐킨        | WING                                 | 이록 스튜디오 – <a href="http://www.notion.so/Leemok-41d310f26ebd481ba3ff88ea8d964f2a">www.notion.so/Leemok-41d310f26ebd481ba3ff88ea8d964f2a</a><br>탐킨 – <a href="http://www.tamken.kr">www.tamken.kr</a>            |
| niceworkshop  | 로우리트 콜렉티브 | REST IN PIECES (RIP) CHAIR           | niceworkshop – <a href="http://www.instagram.com/ohhyunseog">www.instagram.com/ohhyunseog</a><br>로우리트 콜렉티브 – <a href="http://www.lowlit.co">www.lowlit.co</a>  |
| penson design | 와이즈뷰티     | 동대문 소파<br>(dongdaemun sofa)          | penson design – <a href="http://www.penson-design.com">www.penson-design.com</a>   |
| penson design | 와이즈뷰티     | 동대문 스툴<br>(dongdaemun stool)         | penson design – <a href="http://www.penson-design.com">www.penson-design.com</a>   |
| Studio EFO    | 우드 스튜디오 웜 | 타트로(Tattro)                          | Studio EFO – <a href="http://www.studio-efo.com">www.studio-efo.com</a><br>우드 스튜디오 웜 – <a href="http://www.instagram.com/bongjoo_lee">www.instagram.com/bongjoo_lee</a>  |
| SUSVENEER     | (주)피카소퍼니처 | 세컨드 플라이우드<br>(SECOND PLYWOOD)        | SUSVENEER – <a href="http://www.thkk.kr">www.thkk.kr</a><br>(주)피카소퍼니처 – <a href="http://www.picassomall.co.kr">www.picassomall.co.kr</a>   |
| 스튜디오 페시       | 페이퍼팝      | 워크샵 스툴<br>(WORKSHOP STOOL)           | 스튜디오 페시 – <a href="http://www.studiopesi.com">www.studiopesi.com</a><br>페이퍼팝 – <a href="http://www.instagram.com/paperpopkorea">www.instagram.com/paperpopkorea</a>  |
| RKRN          | 스튜디오 미콘   | UHPC 워시블록<br>(UHPC Wash Block)       | RKRN – <a href="http://www.rkrn.kr">www.rkrn.kr</a><br>(주)스튜디오미콘 – <a href="http://www.instagram.com/studio_miicon">www.instagram.com/studio_miicon</a>  |
| TTTT          | Give&Take | 모듈가구시리즈<br>(Module Furniture series) | TTTT – <a href="http://ttttstudios.com">ttttstudios.com</a><br>Give&Take – <a href="http://blog.naver.com/gtproject">blog.naver.com/gtproject</a>  |

| 디자이너      | 소상공인      | 제품명                                 | 홈페이지  |
|-----------|-----------|-------------------------------------|---|
| 250디자인    | 이크        | 페인트 매트(paint mat)                   | 250디자인 – <a href="http://250.or.kr">250.or.kr</a><br>이크 – <a href="http://www.eeeeek.co.kr">www.eeeeek.co.kr</a>  |
| 괄호프로젝트    | 동경금속      | 팀맨 스토브(Tinman Stove)                | 괄호프로젝트 – <a href="http://blankproject.kr">blankproject.kr</a><br>동경금속 – <a href="http://blog.naver.com/dkhc2811">blog.naver.com/dkhc2811</a>  |
| 권영규       | 세라미꼬 스튜디오 | 라이팅 베이스(Lighting Vase)              | 세라미꼬 스튜디오 – <a href="http://smartstore.naver.com/ceramicco_studio">smartstore.naver.com/ceramicco_studio</a>  |
| VLND      | 스튜디오 미콘   | 흐름의 풍경(FLOWSCAPE)                   | VLND – <a href="http://www.vlndstudio.com">www.vlndstudio.com</a><br>(주)스튜디오미콘 – <a href="http://www.instagram.com/studio_miicon">www.instagram.com/studio_miicon</a>                                   |
| 널스튜디오     | 감성공업      | DIY 하우스 오브젝트<br>(DIY House Object)  | 널스튜디오 – <a href="http://www.instagram.com/nullstudi0">www.instagram.com/nullstudi0</a><br>감성공업 – <a href="http://www.tenderprecision.com">www.tenderprecision.com</a>                                   |
| 네이크스      | LK(김스굿즈)  | 업사이클 푸프<br>(Upcycled Pouf)          | 네이크스 – <a href="http://nakesseoul.kr">nakesseoul.kr</a>   |
| 더블랙       | 소마르       | 더대한(the Daehan)                     | 더블랙 – <a href="http://theblackad.com">theblackad.com</a><br>소마르 – <a href="http://www.instagram.com/somar.official">www.instagram.com/somar.official</a>  |
| 도예공방 이충그륵 | 도예공방 이충그륵 | 책가도-개인의 취향<br>(Books & Things)      | 도예공방 이충그륵 – <a href="http://www.instagram.com/studio_greuk">www.instagram.com/studio_greuk</a>  |
| 디자인 808   | BoB       | 무제                                  |   |
| 마레글라 스튜디오 | 오브제디      | 주병과 술 잔<br>(Liquor bottle and cups) | 마레글라스스튜디오 – <a href="http://www.instagram.com/je_glassart">www.instagram.com/je_glassart</a><br>오브제디 – <a href="http://objetceramic.modoo.at">objetceramic.modoo.at</a>                                 |
| 마음의 집     | 세마직물      | 스카프.행인(Scarf)                       | 마음의 집 – <a href="http://snailland.modoo.at">snailland.modoo.at</a><br>세마직물 – <a href="http://blog.daum.net/shematwo">blog.daum.net/shematwo</a>   |
| 모멘텀스튜디오   | 펄스스튜디오    | 라퓨타(Laputa)                         | 모멘텀스튜디오 – <a href="http://www.momentumstudio.co.kr">www.momentumstudio.co.kr</a><br>펄스스튜디오 – <a href="http://pulsestudio.co.kr">pulsestudio.co.kr</a>   |
| 박재희       | 페이퍼팝      | 무제                                  | 박재희 – <a href="http://www.instagram.com/chae.hee.park/?hl=ko">www.instagram.com/chae.hee.park/?hl=ko</a><br>페이퍼팝 – <a href="http://www.instagram.com/paperpopkorea">www.instagram.com/paperpopkorea</a> |
| 비 포머티브    | 라익디스      | 티 가든 러그<br>(Tea Garden Rug)         | 비 포머티브 – <a href="http://www.be-formative.com">www.be-formative.com</a><br>라익디스 – <a href="http://www.likethix.com">www.likethix.com</a>  |
| 비포레스트     | 푼푼        | 푼푼 트릭파우치<br>(punpun treat pouch)    | 비포레스트 – <a href="http://beforest.co.k">beforest.co.k</a><br>푼푼 – <a href="http://www.instagram.com/punpun_kr">www.instagram.com/punpun_kr</a>   |

| 디자이너      | 소상공인          | 제품명   | 홈페이지   |
|-----------|---------------|---|--|
| 손시시바이지애   | 손시시바이지애       | 팻charm과 안경케이스<br>(PET CHARM AND CASE FOR EYE GLASSES) | 손시시바이지애 – <a href="http://www.instagram.com/by_jeae">www.instagram.com/by_jeae</a>   |
| 스튜디오 오드씬  | 프랭클리 디자인 스튜디오 | 기와(kiwa)  | 스튜디오 오드씬 – <a href="http://www.instagram.com/studio_odsc">www.instagram.com/studio_odsc</a><br>프랭클리 디자인 스튜디오 – <a href="http://www.frnkl.design">www.frnkl.design</a>  |
| 스튜디오 팔    | 손쓰세라믹         | 풀(pool)   | 스튜디오 팔 – <a href="http://www.palproduct.com">www.palproduct.com</a><br>손쓰세라믹 – <a href="http://www.instagram.com/sons_ceramic">www.instagram.com/sons_ceramic</a>  |
| 스튜디오민들레   | 선의美 도자기       | 포르코타(Porcotta)  | 스튜디오 민들레 – <a href="http://studiomindeulae.com">studiomindeulae.com</a><br>선의미 도자기 – <a href="http://www.sunceramic.kr">www.sunceramic.kr</a>  |
| 신영진 디자인   | 커먼플래닛         | 랜드 오브제 시리즈<br>(Land Objet Series)                     | 신영진 디자인 – <a href="http://www.instagram.com/youngjinshin_official">www.instagram.com/youngjinshin_official</a><br>커먼플래닛 – <a href="http://www.instagram.com/common_planet_studio2000">www.instagram.com/common_planet_studio2000</a> |
| 아일랜드      | 오다            | 이지키링, 백 스마트톡<br>(EASY keyring, BACK smart tok)        | 아일랜드 – <a href="http://www.instagram.com/island.ooo">www.instagram.com/island.ooo</a><br>오다 – <a href="http://blog.naver.com/12oda">blog.naver.com/12oda</a>   |
| AZIC      | 피아즈           | 묘반  | AZIC – <a href="http://www.instagram.com/studio.azic">www.instagram.com/studio.azic</a><br>피아즈 – <a href="http://www.piazdesign.com">www.piazdesign.com</a>  |
| 안소영       | 케어블라썸         | 클로젯메이트(CLOSETMATE)                                    | 안소영 – <a href="http://www.instagram.com/irene0design">www.instagram.com/irene0design</a>   |
| 어그리드 스튜디오 | 도피            | 블러썸 케이크<br>(blossom cake)                             | 어그리드 스튜디오 – <a href="http://www.instagram.com/a.grid.studio">www.instagram.com/a.grid.studio</a><br>도피 – <a href="http://smartstore.naver.com/dopi">smartstore.naver.com/dopi</a>  |
| 에이치씨랩     | 에이치씨랩         | 힙키퍼(Keeper)   | 에이치씨랩 – <a href="http://www.hclab.kr">www.hclab.kr</a>   |
| 오프오브      | 원텍스           | 오브제 파티션(objet Partition)                              | 오프오브 – <a href="http://offof.co">offof.co</a><br>원텍스 – <a href="http://www.wintex.co.kr">www.wintex.co.kr</a>  |
| 오프오브      | 스튜디오 미콘       | 낫 노멀(Not Normal)                                      | 오프오브 – <a href="http://offof.co">offof.co</a><br>(주)스튜디오미콘 – <a href="http://www.instagram.com/studio_miicon">www.instagram.com/studio_miicon</a>  |
| 올리브린      | 감성공업          | 수채화 도구<br>(watercolor palette)                        | 올리브린 – <a href="http://www.instagram.com/drawing_olivelyn">www.instagram.com/drawing_olivelyn</a><br>감성공업 – <a href="http://tenderprecision.com">tenderprecision.com</a>   |
| 옻태        | 보다.담다         | 옻담(OTTDAM)  | 옻태 – <a href="http://www.instagram.com/my.lacquer_daily">www.instagram.com/my.lacquer_daily</a>  |
| 워크어라운드웍스  | 메탈라이브러리       | 플립(FLIP)  | 워크어라운드웍스 – <a href="http://workaroundworks.com">workaroundworks.com</a><br>메탈라이브러리 – <a href="http://blog.naver.com/inn2016">blog.naver.com/inn2016</a>  |

| 디자이너                    | 소상공인         | 제품명   | 홈페이지   |
|-------------------------|--------------|---|--|
| 이성현                     | 아리아워크룸       | 아리아홀릭 2021 리미티드에디션<br>(Ariaholic 2021 limited edition)  | 아리아워크룸 – <a href="http://www.instagram.com/ariaworkroom">www.instagram.com/ariaworkroom</a>  |
| 까사도페라                   | 일상사물         | 조각보 족자<br>(JOGAKBO HANGING SCROLL)                      | 일상사물 – <a href="http://common-object.co.kr">common-object.co.kr</a>  |
| 주의집중POI                 | 페이퍼팝         | 무제  | 주의집중 POI – <a href="http://studio-p-o-i.com">studio-p-o-i.com</a><br>페이퍼팝 – <a href="http://www.instagram.com/paperpopkorea">www.instagram.com/paperpopkorea</a>   |
| 최보윤                     | 테이데이         | 폐부(TTEBU)   | 테이데이 – <a href="http://www.instagram.com/tayday_way">www.instagram.com/tayday_way</a>  |
| 크레카                     | 딜팽이          | 돌돌 말아서 높이 조절하는 베개, 딜팽이<br>(Rollable pillow, Sleepyroll) | 딜팽이 – <a href="http://sleepyroll.com">sleepyroll.com</a>   |
| 트레드앤클루브                 | 서강테크         | 타이어 업사이클링 스니커즈 – 사하라(Upcycled Tire sneakers – SAHARA)   | 트레드앤클루브 – <a href="http://smartstore.naver.com/treadandgroove">smartstore.naver.com/treadandgroove</a>   |
| 파운드파운디드                 | OFFGRAY      | 오프그레이 무드<br>(offgray mood)                              | 파운드파운디드 – <a href="http://www.foundfounded.com">www.foundfounded.com</a>   |
| 포프                      | 페이퍼팝         | 무제  | 포프 – <a href="http://ffoff.co.kr">ffoff.co.kr</a><br>페이퍼팝 – <a href="http://www.instagram.com/paperpopkorea">www.instagram.com/paperpopkorea</a>   |
| 피에뜨라 프레지오자              | 성광어패럴        | 레인 코트(rain coat)  | 피에뜨라 프레지오자 – <a href="http://www.instagram.com/yll_ee">www.instagram.com/yll_ee</a>  |
| DSLSM                   | 라익디스         | 빈센스(Bincense)   | DSLSM – <a href="http://www.dsism.net">www.dsism.net</a><br>라익디스 – <a href="http://www.likethix.com">www.likethix.com</a>  |
| Hyeok Roh & Jonggun Kim | 케어블라썸        | 클로젯메이트 Ver.2.0<br>(ClosetMate Ver. 2.0)                 | Hyeok Roh & Jonggun Kim – <a href="http://www.behance.net/jonggunkim">www.behance.net/jonggunkim</a>   |
| Kim Ran                 | 니들앤코 (에코프리즘) | 니트담요(Knit Blanket)                                      | 김란 – <a href="http://www.instagram.com/kimran_official">www.instagram.com/kimran_official</a><br>니들앤코 – <a href="http://www.facebook.com/needlenco.official">www.facebook.com/needlenco.official</a>   |
| Leemok Studio           | 세라미꼬 스튜디오    | 컬럼(Column)  | 이목 스튜디오 – <a href="http://www.notion.so/Leemok-41d310f26ebd481ba3ff88ea8d964f2a">www.notion.so/Leemok-41d310f26ebd481ba3ff88ea8d964f2a</a><br>세라미꼬 스튜디오 – <a href="http://smartstore.naver.com/ceramicco_studio">smartstore.naver.com/ceramicco_studio</a> |
| ooarchive               | AZIC         | 오플로우(looflow)   | AZIC – <a href="http://www.instagram.com/studio.azic">www.instagram.com/studio.azic</a>  |

## 조명 분야

| 디자이너                    | 소상공인        | 제품명  | 홈페이지   |
|-------------------------|-------------|--|--|
| makemake                | 황덕기술단       | 라잇나우 No.1<br>(light now No.1)              | Makemake – <a href="http://www.instagram.com/makemake_seoul">www.instagram.com/makemake_seoul</a><br>황덕기술단 – <a href="http://www.hwangduck.com">www.hwangduck.com</a>                                |
| Studio Jeong Ho Ko      | 다윤디자인       | 문 조명(Door lighting)                        | 다윤디자인 – <a href="http://www.instagram.com/dayoon_design">www.instagram.com/dayoon_design</a>   |
| 강우림                     | 아이앰히어       | 난 조명(Ran floor lamp)                       | 인텐시브 – <a href="http://www.intenxiv.com">www.intenxiv.com</a><br>세전사 – <a href="http://mylite.co.kr/index">mylite.co.kr/index</a>  |
| 인텐시브                    | 세전사         | 폴리라이트(Poly-lighting)                       | Studio EFO – <a href="http://studio-efo.com">studio-efo.com</a><br>코램프 – <a href="http://kolamp.com">kolamp.com</a>  |
| Studio EFO              | 코램프         | 엘티 1(LT 1)                                 | 루미앤 – <a href="http://www.lumin.co.kr">www.lumin.co.kr</a>   |
| OMANEMO                 | (주)루미앤      | 스택업(stack up)                              | 김란 – <a href="http://www.instagram.com/kimran_official">www.instagram.com/kimran_official</a><br>니들엔코 – <a href="http://www.facebook.com/needlenco.official">www.facebook.com/needlenco.official</a> |
| Kim.                    | 돼지아저씨의 나무창고 | Gap Lamp                                   | Kim. – <a href="http://www.designerbrandkim.com">www.designerbrandkim.com</a><br>돼지아저씨의 나무창고 – <a href="http://gojae8.modoo.at">gojae8.modoo.at</a>  |
| 최보윤                     | 소마르         | 페이드(fade)                                  | 소마르 – <a href="http://www.instagram.com/somar.official">www.instagram.com/somar.official</a>   |
| 계리                      | KKDC        | 커브(Kurv)                                   | 계리 – <a href="http://kyeleekim.com">kyeleekim.com</a><br>KKDC – <a href="http://kkdc.lighting">kkdc.lighting</a>   |
| 비 포메티브                  | 일광전구        | 무제   | 비 포메티브 – <a href="http://www.be-formative.com">www.be-formative.com</a><br>일광전구 – <a href="http://iklamp.co.kr">iklamp.co.kr</a>   |
| 신교명                     | 스튜디오 최인선    | Cup  | 신교명 – <a href="http://www.instagram.com/gyomyung">www.instagram.com/gyomyung</a><br>스튜디오 최인선 – <a href="http://www.instagram.com/choe.insun">www.instagram.com/choe.insun</a>                        |
| 박은총                     | 아이앰히어       | 쓰임이있는오브제_비춤<br>(Objects of function_Shine) | 박은총 – <a href="http://www.instagram.com/iamherebrand">www.instagram.com/iamherebrand</a><br>아이앰히어 – <a href="http://www.iamherebrand.com">www.iamherebrand.com</a>                                   |
| 스튜디오 학                  | 일광전구        | 이것은 램프가 아니다<br>(This is not a lamp)        | 스튜디오 학 – <a href="http://studiohak.com">studiohak.com</a><br>일광전구 – <a href="http://iklamp.co.kr">iklamp.co.kr</a>   |
| Hyeok Roh & Jonggun Kim | 클레시드라       | 빛결(Light-wave)                             | Hyeok Roh&Jonggun Kim – <a href="http://www.behance.net/jonggunkim">www.behance.net/jonggunkim</a><br>클레시드라 – <a href="http://www.instagram.com/clessidra7904">www.instagram.com/clessidra7904</a>   |
| 디글라우                    | 주식회사 더 바이오  | 플라즈마 이오나이저와 광촉매가 적용된 고연색성 오파장 LED 조명       | 주식회사 더 바이오 – <a href="http://thebioled.com">thebioled.com</a>  |

| 디자이너      | 소상공인    | 제품명              | 홈페이지   |
|-----------|---------|------------------|--|
| NaneoTeam | 오록스     | 빛&빛(B.it & b.it) | 오록스 – <a href="http://www.archigo.co.kr">www.archigo.co.kr</a>   |
| 강종원 n 신영진 | 이목원     | 그루(GROO)         | 강종원 n 신영진 – <a href="http://www.instagram.com/youngjinshin_official">www.instagram.com/youngjinshin_official</a><br>이목원 – <a href="http://emokwon.com">emokwon.com</a>                                     |
| OMANEMO   | 다윤디자인   | 볼라드              | 다윤디자인 – <a href="http://www.instagram.com/dayoon_design">www.instagram.com/dayoon_design</a>   |
| 스튜디오 김희수  | 아타 크래프트 | 주객전도(Upsidedown) | 스튜디오 김희수 – <a href="http://www.instagram.com/studio_heesoo.kim">www.instagram.com/studio_heesoo.kim</a><br>아타크래프트 – <a href="http://www.instagram.com/anonymouspaces">www.instagram.com/anonymouspaces</a> |
| when      | 코램프     | 하프램프(Half lamp)  | when – <a href="http://studio-when.com">studio-when.com</a><br>코램프 – <a href="http://kolamp.com">kolamp.com</a>  |
| 디글라우      | 디자인코비   | 개인용 수경 재배기       | 디자인코비 – <a href="http://mekeep.kr">mekeep.kr</a>   |
| YURY      | AZIC    | 치어(Zier)         | YURY – <a href="http://www.instagram.com/yury_seoul">www.instagram.com/yury_seoul</a><br>AZIC – <a href="http://www.instagram.com/studio.azic">www.instagram.com/studio.azic</a>                           |

# ddp Design Fair

2021

2021년 12월 31일 초판 인쇄  
2021년 12월 31일 초판 발행

## 지은이

(재)서울디자인재단

## 펴낸이

이경돈

## 사업본부 디자인페어팀

이상묵, 정효순, 안지현, 강지혜,  
이하림, 이슬기, 서은아

## 총감독

이길형

## 큐레이터

김나영, 박정호, 손동훈, 이강현,  
정미, 하지훈, 한경하

## 진행

(주)공공공간, (주)유니모토

## 후원·협력

삼화페인트, 수퍼빈, 와디즈, 코웨이  
4WORK, ELCANTO, Helinox, KFDA,  
NAAVA, NOUHAUS, SATURN BATH

## 미디어 파트너

디자인프레스, 월간디자인, 중앙일보

## 기획·편집

신현숙

## 디자인

취그라프

이 책의 저작권은 서울디자인재단에 있으며  
무단 전재나 복제는 법으로 금지되어 있습니다.  
파본이나 잘못된 책은 교환해드립니다.

## 펴낸곳

(재)서울디자인재단  
서울시 종로구 율곡로 283  
[www.ddp.or.kr](http://www.ddp.or.kr)  
[www.seouldesign.or.kr](http://www.seouldesign.or.kr)  
[www.ddpdesignfair.or.kr](http://www.ddpdesignfair.or.kr)

©서울디자인재단  
ISBN 979-11-88219-86-5

값 15,000원