

Incheon Design Support Center

IDSC



9 773058 402003
ISSN 3058-4027
eISSN 3058-3950

인천디자인지원센터 정기간행물
IDSC Design Magazine

VOL. 02/2024

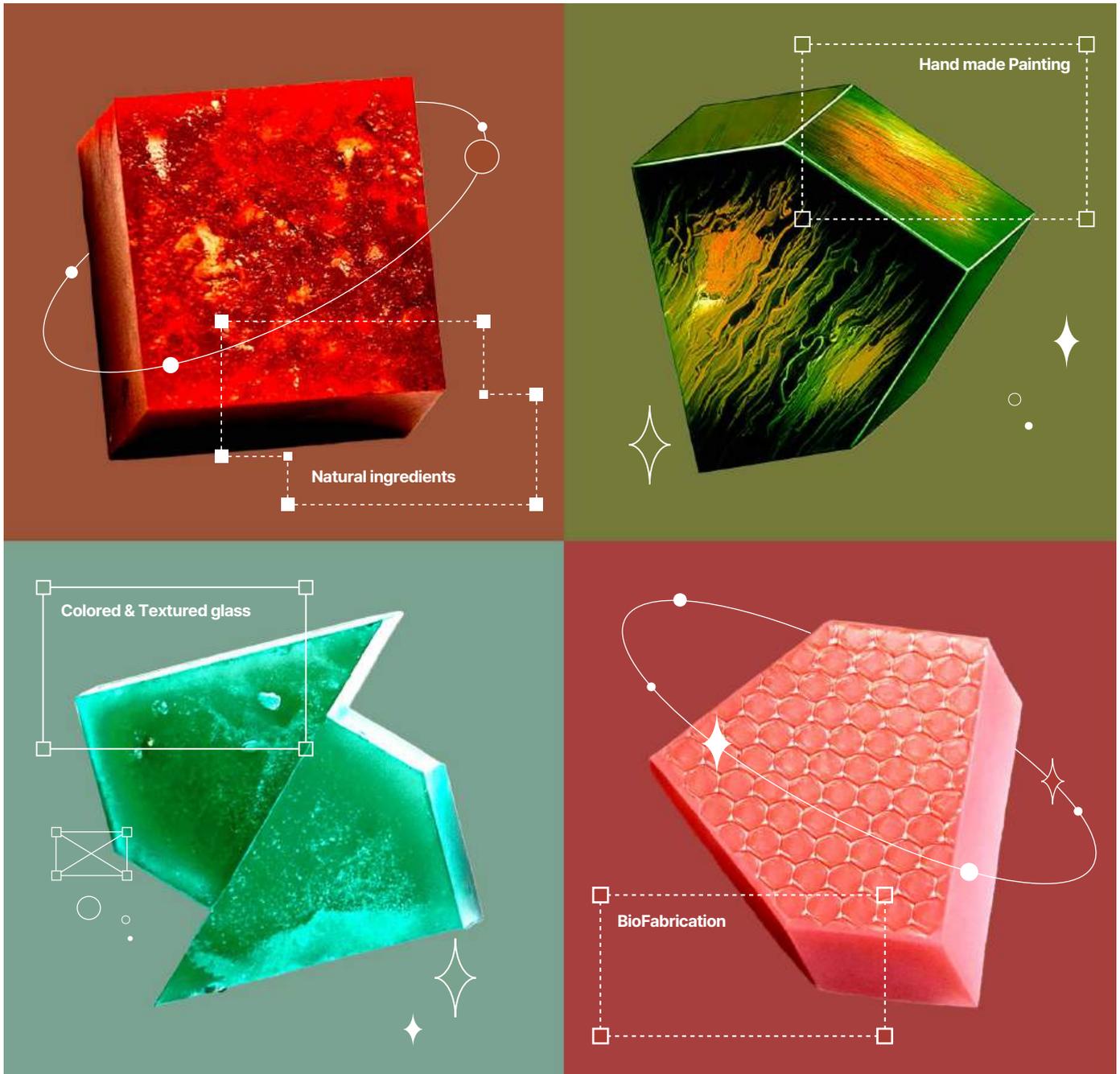


ID: MOOD 2024 인천광역시 산업디자인 현황분석

ID: LIBRARY 2025 디자인CMF 트렌드 | 지속 가능 디자인을 위한 지속 가능 소재 | 디자인도서 추천

ID: INSIGHT 미래를 여는 디자인 인사이트

ID: ARCHIVE 2024 인천에서 가장 아름다운 공장 | 홍콩디자인어워드 수상, 식구디자인 주식회사 | 14번째 인천디자인 최우수 서포터즈 허윤서 | 디자인대학탐방, 재능대학교



디자인 인프라가 모이는 곳!

온·오프라인 디자인 인프라가 한 곳에

인천디자인지원센터



Location **인천디자인지원센터**
 인천 남동구 남동대로 215번길 30 인천종합비즈니스센터
 Reviews ▶ 5.0 ★★★★★

☎ 032.260.0203 <https://idsc.kr/>

지역과 함께 도약하는 디자인전문인들의 메카 -

INDAS

Incheon Design Association

사단법인 **인천디자인협회**
 since 2004



주요활동 및 사업

- 디자인 전문단체(대학, 연구소, 기업 등) 상호 네트워크 구축 및 교류
- 디자인행사 주관 및 기획 (07'-24' 인천국제디자인페어 공동주관)
- 민/관/학 디자인 컨설팅 및 디자인 용역수행
- 인재양성과 산업체 연결 통한 지역 디자인 인프라 강화

협회 가입 안내

- 가입요건 : 협회의 목적과 부합하는 개인 및 단체
- Tel : 032-860-7898
- Mail : indas_official@naver.com
- 사무국 : 인천시 남동구 아람대로 1085 창작하는대로 2층 206호

CONTENTS

VOL. 02
2024

인천디자인지원센터 정기간행물
IDSC Design Magazine
VOL_02

2024
IDSC Design Magazine
VOL_02

ID: MOOD 01



ID: LIBRARY 02



ID: INSIGHT 03



ID: ARCHIVE 04



04 2024 인천광역시 산업디자인 현황분석

(사)산업정책연구원을 통해 실시한 「2024 인천광역시 산업디자인의 현황 통계조사」의 분석 결과 및 시사점 고찰

16 2025 디자인CMF 트렌드

컬러디자인 전문연구소 '노루서울디자인스튜디오'에서 제시하는 2025디자인CMF트렌드 소개 (특별기고, 노루서울디자인스튜디오 김승현 수석 연구원)

20 지속 가능 디자인을 위한 지속 가능 소재

「지속가능 소재 2탄, 재생플라스틱」의 개념과 시장동향을 살펴보고, 재생플라스틱을 활용한 지속가능디자인 사례 탐구

30 디자인도서 추천

인천디자인지원센터에서 24년도 하반기에 구축한 신간도서 52권에 대한 정보와 추천 도서 서평 수록 (특별기고, 재능대학교 민지영 교수/ (주)더오이아이디 김희경 대표)

38 미래를 여는 디자인 인사이트

2024 해럴드 디자인세미나 초청된 국내외 유명 아티스트 10인의 이야기로 분석하는 미래 디자인 인사이트

52 2024 인천에서 가장 아름다운 공장

「인천에서 가장 아름다운 공장 어워드」의 의미를 살펴보고, 2024년도 수상기업 3개사 (주)듀크린, (주)브릴스, (주)에이피텍 소개

58 홍콩디자인어워드 수상, (주)식구디자인

자체 상품 개발로 경영안정과 어워드 수상까지 이룬 디자인전문기업, (주)식구디자인 하은영 대표와의 인터뷰 수록

68 14번째 인천디자인 최우수 서포터즈 허윤서

최우수 서포터즈로 선정된 허윤서 예비디자이너와의 인터뷰 및 인천디자인서포터즈 14기 8명의 포트폴리오 소개

74 디자인대학탐방, 재능대학교

재능대학교의 디자인학과의 실용적 학습과 혁신적 인프라 소개 및 입학정보 수록



<인천디자인지원센터 SNS >



< IDSC > 는 인천디자인지원센터에서 상·하반기로 발행하는 매거진입니다. 본 매거진에 수록된 정보는 공공누리 제4유형 "출처표시+상업적 이용금지+변경금지" 조건에 따라 이용할 수 있습니다. 단, 사진, 이미지, 일러스트의 일부 자료는 발행기관이 저작권 전부를 갖고 있지 않을 수 있으며, 외부 필자를 통한 원고 혹은 인터뷰의 경우 개인의 의견을 담고 있어 인천디자인지원센터의 공식 입장과 다를 수 있습니다.



발행인 이주호
기획총괄 배민호
편집인 강연주
자문위원 이운형 민지영 김희경 김지원
사진 IDSC Studio 한경준 김이나
디자인 프레이브 김지원 정예나
표지 인천디자인서포터즈 14기 정서울
인쇄 진원디자인프린텍

글. 자료조사 ITP 디자인지원센터 강연주 정민선 김혜영 / 인턴 김다솜 김현정
등록번호 ISSN 3058-4027 / eISSN 3058-3950
발행일 2024 - 12 - 30
발행처 (재)인천테크노파크 비즈니스센터지점(디자인사업단)
인천 남동구 남동대로 215번길 30(고잔동 636) 인천종합비즈니스센터 2층
홈페이지 www.idsc.kr
연락처 032-260-0203

2024 인천광역시 산업디자인 현황, 지금 우리 인천은...

MOOD



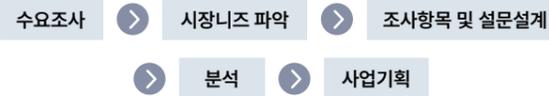
인천광역시는 지역의 산업디자인 현황을 분석하여 산업디자인 육성 및 지원에 필요한 정책을 수립하고 있다.

인천디자인지원센터는 올해 6월부터 10월 31일까지 2024년도 인천광역시의 산업디자인현황에 대한 통계조사를 추진하였으며 몇 가지 시사점을 도출하였다. 이번 IDSC 통권 제2호에서는 우리지역의 산업디자인 현황 결과를 공유하고 도출된 시사점을 통해 향후 육성 방향에 대해 고찰해보고자 한다.

<인천광역시 산업디자인의 육성 및 조례 제10조>에는 시장은 종합계획의 효과적인 수립 및 시행을 위하여 관내 산업디자인의 통계 작성을 위한 조사를 실시해야 한다고 명시하고 있다.



통계조사는 세밀한 분석을 위하여 각각 '디자인수요시장, 공급시장, 육성시장, 교육시장'이라는 4개의 조사군을 대상으로 추진된다. 그리고 사전 수요조사*를 통해 각 조사군에게 맞는 조사방법과 조사항목을 설계한다. 이번 2024년도 통계조사에서는 기본적인 현황지표(디자인활용현황, 디자인인력현황)의 경우 전국 통계값과 비교 분석해 볼 수 있는 문항들로 구성하였으며, 수요조사 결과를 반영하여 AI디자인과 ESG디자인에 대한 조사를 추가하였다. 보통 신규사업을 기획하기 위해서 수요조사가 추진되는데, 인천광역시는 산업디자인 현황 통계조사라는 효율적인 시스템을 통해 정기적으로 지역 디자인시장의 관심을 파악하여 새로운 육성사업을 기획하고 있다.



[수요 기반 신규사업 기획 절차]

2024년도 인천광역시 산업디자인의 현황 통계조사는 6월부터 시작하여 7월에 설문 설계, 8월부터 10월까지 3개월간 설문조사를 추진하였다. 설문에 응답한 기업은 총 359개사이며 지자체 및 유관기관, 교육기관을 대상으로 설문조사와 문헌조사를 진행하였다.

<조사개요>

- 조사기간 : 2024. 6.-10.
- 조사기관 : (사)산업정책연구원
- 조사대상 : 디자인활용기업, 디자인전문기업, 지자체 및 기관, 디자인교육기관
- 조사내용 : 조사항목 수요조사를 통한 설문 설계

조사대상	조사결과	조사방법	조사항목
디자인활용기업	250개사	설문조사	·디자인활용현황 ·디자인투자실적 ·해외비즈니스현황 ·디자인인력 ·디자인교육 ·정부정책 및 지원 ·디자인트렌드(AI디자인) ·ESG디자인
디자인전문기업	109개사	설문조사	·디자인분야 ·디자인사업실적 ·해외비즈니스현황 ·디자인인력 ·디자인교육 ·정부정책 및 지원 ·디자인트렌드(AI디자인) ·ESG디자인
지자체 및 기관	8개기관	설문/문헌조사	·디자인인력 ·디자인예산현황 ·디자인활용현황
디자인교육기관	17개교	설문/문헌조사	·디자인교육기관 현황 ·졸업생 진로 현황 ·교육과정 현황 ·인천 디자인 교육 및 기업 인식 ·정부 정책 및 지원

PART1. 디자인 수요시장 동향

디자인활용기업에 대한 조사를 통해 지역의 산업디자인 수요시장의 동향을 살펴보았다.

2024년도 인천의 중소기업들은 과거에 비해 디자인에 대한 투자가 증가하고 인식과 활용수준 또한 전국 대비 높은 것으로 조사되었다. 2021년부터 2023년까지 매출과 수출 비중에서 점진적인 증가세를 보이고, 디자인 투자금액 또한 3개년 연속 증가하고 있었다. 또한, 인천의 중소기업들은 전국 대비 훨씬 더 디자인을 매우 중요한 전략적 요소로 인식(66%)하고 있으며 기업의 34.3%가 사내 디자인 부서를 보유하고 자체적으로 디자인 개발을 추진하고 있었다.

[표 1] 평균 매출액 및 수출, 디자인 투자 규모

구분	2024 인천		
	2021년	2022년	2023년
평균 매출액(백만원)	3,535.9	4,238.0	4,736.4
매출액 수출 비중(%)	10.68	10.98	12.51
디자인 투자금액(백만원)	26.8	33.8	51.0

[표 3] 디자인부서 보유 여부 및 형태

구분	빈도	비율(%)	전국비율(%) ¹⁾	
				사내 디자인 부서 있음
사내 디자인 부서 없음	164	65.6	82.9	
디자인 부서 형태	독립된 디자인조직	23	24.5	18.1
	R&D 관련 조직 내	23	24.5	5.4
	R&D 관련 조직 외	42	44.7	76.6
	기타	6	6.4	-

*중복응답

[표 2] 디자인 활용 단계

구분	2024 인천		전국 비율(%)
	빈도	비율(%)	
회사 전략에 매우 중요한 요소	165	66.0	14.0
필수적이지만, 개발 단계에서 중점요소는 아님	28	11.2	23.1
마지막 단계에서 최종 상품의 외관과 매력을 강화하는 데 활용	50	20.0	28.4
체계적으로 활용하지 않음	7	2.8	34.6
전체	250	100	100

[표 4] 제품 판매 영향 요소별 비율(단위:%)

순위	구분	2024 인천	전국
1위	디자인	28.7	26.3
2위	브랜드	19.9	7.5
3위	마케팅(홍보/광고)	17.2	13.2
4위	성능	16.1	15.1
5위	기업 이미지	10.7	11.4
6위	유통(영업력)	4.7	9.2
7위	고객서비스	4.2	17.2

1) '2023 디자인산업통계 총괄보고서'(한국디자인진흥원) 조사결과 기준

[표 5] 디자인 활용 시 애로사항

애로사항	1순위		2순위		전국
	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)	
디자인 전문인력/기업 역량 미흡	53	21.2	6	2.6	23.6
디자인과의 의사소통 어려움	10	4.0	12	5.2	8.6
디자인 전문인력 확보 어려움	40	16.0	19	8.2	23.6
전문기업 선정 어려움	38	15.2	40	17.3	13.6
예산확보 어려움	56	22.4	63	27.3	22.9
디자인 개발 비용 부담	51	20.4	90	39.0	21.4
기타	2	0.8	1	0.4	0.3
전체	250	100.0	231	100	100

[표 6] 디자인 활용기업의 디자인 관련 지원 수요

지원 수요	1순위		2순위	
	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)
CEO의 디자인에 대한 중요성 인식 제고	22	8.8	3	1.4
기업내 디자인에 대한 중요성 공감대 제고	18	7.2	8	3.8
인천디자인지원센터의 디자인 관련 지원 다양성 확대	61	24.4	38	18.2
지역 내 디자인관련 사업 수요 창출	13	5.2	20	9.6
디자인 개발 비용 지원	112	44.8	65	31.1
지역 내 우수 디자인 전문인력 유출 방지	2	0.8	12	5.7
지역 내 디자인전문회사 전문성 제고	2	0.8	7	3.3
디자인 전문인력의 실무 능력 제고	6	2.4	9	4.3
디자인 관련 최신 트렌드 및 정보 제공	7	2.8	28	13.4
디자인 관련 인프라(기자재) 보급 원활	3	1.2	3	1.4
원활한 기업간 협력체계 구축	2	0.8	12	5.7
ESG 디자인 문화 확산	1	0.4	3	1.4
기타	1	0.4	1	0.5
전체	250	100	209	100

하지만, 대부분의 기업들이 디자인의 필요성과 효과에 대해서는 긍정적으로 인식하는 것으로 응답하였으나 예산확보의 어려움과 디자인 개발 비용의 부담을 가장 큰 애로사항이라고 답하였다. 이 때 문인지 기업들이 원하는 지원사업으로 디자인개발 비용 지원이 가장 높게 조사되었다.

인천지역의 경우 제조업 기반 산업도시인 만큼 제품디자인의 활용이 제일 많은 것으로 조사되었다. 그 다음으로는 시각디자인(22.5%)과 디지털/멀티미디어 디자인(12.0%)을 활용하는 것으로 나타났다. 하지만 전국 통계의 경우 디지털 시대에 따라, 디지털/멀티미디어 디자인의 활용이 제일 큰 것으로 조사되어 인천 지역 또한 향후 디지털 분야에서의 경쟁력 확보를 위한 인프라와 인력지원을 준비해야 할 것으로 보인다.

[표 7] 분야별 디자인 활용률

산업디자인 분야	2024 인천(%)	전국통계(%)
제품디자인	54.8	35.3
시각디자인	22.5	51.3
디지털/멀티 미디어 디자인	12.0	65.4
공간 디자인	2.2	27.4
패션/텍스타일 디자인	1.5	62.4
서비스/경험 디자인	2.8	40.2
산업공예 디자인	2.6	22.0
디자인인프라	0.8	39.0
기타	0.8	-

[표 8] 디자인 인증/수상, 출원/등록 실적(디자인활용기업)(단위: 건)

구분	디자인 수상실적		특허/실용신안/디자인상표 출원		특허/실용신안/디자인상표 등록	
	국내	국외	국내	국외	국내	국외
2024 인천 (2023 기준)	0.29	0.03	4.33	0.84	4.56	0.6
2022 인천	0.2	-	4.1	1.0	4.7	0.9
전국	0.4	-	2.3	0.1	4.0	0.2

[표 9] 디자인 어워드 수상이 기업에 미치는 영향

구분	빈도	비율(%)
홍보 및 마케팅	144	38.4
고객 신뢰도 증가	77	20.5
매출 증대	64	17.1
새로운 비즈니스 기회 창출	46	12.3
내부 직원들의 사기 진작	21	5.6
별다른 영향 없음	13	3.5
투자 유치	8	2.1
기타	2	0.5
전체	375	100

*중복응답

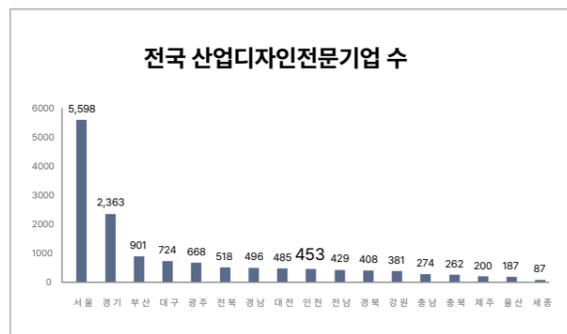
기업들은 디자인 권리(디자인 특허/실용신안/디자인 상표 출원)에 대해서도 평균 4.33건으로 조사되며 전국 평균(2.3건)을 상회하고 있다.

인천광역시가 2016년도부터 장려하고 있는 디자인어워드 수상 또한, 2022년 대비 증가하였으며 디자인어워드 수상의 효과 또한 큰 것으로 보여 디자인어워드 제도를 기업의 마케팅 요소로 적극 활용하여야겠다.

PART2. 디자인 공급시장 동향

인천지역 디자인전문기업은 총 453개사(2024.8.30.기준)로 전국 17개 시도 중 9번째의 공급시장을 형성한다.

[그림 1] 전국 산업디자인전문기업 수



전문 분야별로는 시각디자인(33.%)이 제일 많으며 서비스/경험 디자인이 가장 작은 비율을 차지한다. 특히 디지털/멀티미디어 디자인의 경우 지난 조사 대비 크게 증가하여 **멀티미디어 콘텐츠의 중요성이 증가하고 있음을 시사**한다. 디자인활용기업의 경우 제품디자인에 대한 수요가 가장 큰 것에 비해 공급시장은 시각 디자인 전문기업이 가장 많은 것으로 조사되었다.

기업에서 각 디자인 분야별 매출이 전체매출에서 차지하는 비중은 공간디자인분야가 68.1%로 제일 크며, 시각디자인, 기타, 제품디자인, 디지털/멀티미디어 디자인 순으로 나타났다.

[표 10] 디자인 분야 현황

구분	2024 인천		전국
	빈도	비율 (%)	
시각디자인	62	33.0	43.1
제품디자인	34	18.1	12.6
환경/공간디자인	27	14.4	28.4
디지털/멀티미디어디자인	37	19.7	5.4
서비스/경험디자인	12	6.4	2.7
기타	산업공예 디자인	5	2.7
	기타	5	2.7
	디자인인프라	4	2.0
	패션/텍스타일디자인	2	1.0
전체	188	100	100

*중복응답

[표 11] 분야별 매출비중

순위	구분	전국
1위	공간 디자인	68.1
2위	시각디자인	65.8
3위	기타	60
4위	제품디자인	58
5위	디지털/멀티미디어 디자인	57.4
6위	산업공예 디자인	49.8
7위	서비스/경험 디자인	25.8
8위	디자인인프라	16
9위	패션/텍스타일 디자인	3

[표 12] 인천지역 디자인 전문기업의 비즈니스 현황

구분	2024 인천		전국
	비율(%)	비율(%)	
지역	인천 지역 내	54.1	-
	인천 지역 외	44.9	-
	해외	1.0	-
주체	중앙정부	5.5	5.5
	자치단체	33.0	
	국책 및 지자체 출연기관	9.2	7.7
	민간기업	47.8	86.8
사업내용	기타	4.4	-
	디자인 컨설팅	15.2	22.0
	디자인 개발 용역	62.8	43.2
	자체 상품개발 및 판매	16.7	29.5
	지식재산권 로열티	0.7	0.5
계약형태	기타(ex. 구독 서비스 등)	4.5	4.0
	프로젝트 단위별 계약	90.4	86.6
	연간 계약	9.6	13.4

인천지역 디자인전문기업의 사업 형태는 디자인개발용역(62.8%), 자체 상품 개발 및 판매(16.7%), 디자인컨설팅(15.2%) 등이며, 디자인 이외에 겸업을 하는 기업 또한 37.6%로 조사되어 전국 평균(14.9%)보다 높았다.

디자인전문기업의 주요 고객은 민간기업(47.8%), 지자체 및 지자체 출연기관(42.2%) 이 주를 이루며, 고객사의 지역은 인천(54.1%)에 밀집해 있었다. 계약방식은 대부분 프로젝트 단위별로 계약(90.4%)으로 전국평균(86.6%)보다 높게 조사되었다. 이런 방식의 계약은 디자인전문기업 입장에서 수익의 안정성을 보장하기 않기 때문에. 장기적으로 개발 사항의 유지관리, 계속 개발이

가능하도록 차별화된 강점을 확보하여 안정적인 수익구조를 구축할 필요가 있다.

[표 13] 겸업하는 사업 인천 vs 전국 비교

구분	2024 인천			2022 인천	전국
	빈도	비율(%)	겸업 사업 매출 비율(%)		
겸업하는 사업이 있음	41	37.6	53.3	38.2	14.9
겸업하는 사업이 없음	68	62.4	-	61.8	85.1

인천지역 디자인전문기업의 겸업비율이 전국 평균보다 높은 것은 다양한 매출원을 통한 리스크 관리 및 수익성을 개선한 시도로 보인다.

인천지역 디자인전문기업을 구성하는 디자인인력의 급여수준은 3,000만원에서 4,000만원 미만의 경우(56%)에 집중되어 있으며, 이에 상응하여 디자인 인력의 평균 경력 또한 3~5년 사이의 인력(31.2%)이 가장 많은 것으로 조사되었다. 10년 이상 장기 경력자가 23.9%이나 연봉 6,000만원 이상의 인력은 2% 미만으로 향후 **디자인 인력의 숙련도 향상을 위하여 경쟁력 있는 보상 체계와 경력 개발 기회를 강화할 필요**가 있어 보인다.

특히 인력의 장기근무는 거주지와 큰 연관성이 있어 **지역 대학과의 연계 강화 등 지역 인재를 유입할 수 있는 효과적인 방안**이 마련되어야 하겠다.

[표 14] 디자인 인력의 연봉 수준

구분	2024 인천	
	빈도	비율(%)
2,000만원 미만	4	3.7
2,000만원 ~ 3,000만원 미만	25	22.9
3,000만원 ~ 4,000만원 미만	61	56.0
4,000만원 ~ 5,000만원 미만	13	11.9
5,000만원 ~ 6,000만원 미만	4	3.7
6,000만원 ~ 7,000만원 미만	1	0.9
7,000만원 ~ 8,000만원 미만	-	-
8000만원 이상	1	0.9
전체	109	100

[표 15] 디자인 인력의 평균 경력 연차

구분	2024 인천	
	빈도	비율(%)
1년 미만	2	1.8
1-3년 미만	11	10.1
3-5년 미만	34	31.2
5-7년 미만	19	17.4
7-10년 미만	17	15.6
10년 이상	26	23.9
전체	109	100

[표 16] 디자인 인력의 인천 주소지 거주 비율

구분	2024 인천	
	빈도	비율(%)
0~10% 미만	9	8.3
10~20% 미만	3	2.8
20~30% 미만	6	5.5
30~40% 미만	5	4.6
40~50% 미만	4	3.7
50% 이상	82	75.2
전체	109	100.0

[표 17] 디자인 인력의 인천 소재 학교 출신 비율

구분	2024 인천	
	빈도	비율(%)
0~10% 미만	49	45.0
10~20% 미만	12	11.0
20~30% 미만	7	6.4
30~40% 미만	10	9.2
40~50% 미만	14	12.8
50% 이상	17	15.6
전체	109	100.0

PART3. 디자인 비즈니스

인천지역 중소기업의 디자인개발 방식은 외부 디자인전문기업과 협업(63.8%) 이 주를 이룬다.

중소기업의 인하우스디자이너의 경우 주로 아이디어 발굴, 컨셉 설정, 디자인 시안 제작 등의 초기 단계와 디자인 권리화, 홍보/마케팅 등의 후속 단계의 업무를 담당하고 외부 디자인기업은 디자인 시안 제작 단계에 집중되어 있었다.

디자인개발 주거나 횟수로는 제품이나 서비스, 공간의 경우 1년 단위 또는 필요에 따라 수시로 개발이 일어나고 홍보, 커뮤니케이션 수단으로 활용되는 시각, 멀티의 경우 월단위 또는 필요에 따라 수시로 개발이 일어난다.

외부 디자인 전문기업을 찾는 방법으로 주로 기관의 홈페이지나 추천을 통하는 것으로 조사되었으며, 디자인 전문회사(파트너) 선정 시 지역은 상관없으며, 품질과 기술, 전문성을 중요시 하였다. 또한, 가격보다는 오히려 커뮤니케이션 능력과 기술적 역량을 중시하는 경향을 보였다.

[표 18] 신제품 개발 프로세스 중 디자인 개입 단계(단위: %)

구분	2024 인천		전국	
	내부 디자이너	외부 디자인업체	내부 디자이너	외부 디자인업체
시장조사	58.3	38.9	39.0	8.9
전략도출	42.6	31.4	33.1	10.5
컨셉 설정	63.0	56.2	67.6	28.4
아이디어 발굴	63.9	41.6	75.1	37.4
디자인 시안 제작	66.7	79.2	86.1	78.9
샘플 제작 및 사용자 검증	53.7	45.1	54.8	49.6
디자인 권리화	51.9	39.4	22.6	24.1
양산 관리	46.3	12.4	22.0	19.5
홍보 마케팅	57.4	29.6	32.9	37.0

[표 19] 디자인 활용기업의 디자인 개발 방식

구분	구분	2024 인천		전국
		빈도	비율(%)	
개발 방식	자체 개발	36.2	70.7	29.3
	외부협업	인천광역시 내 업체	33.0	
		타 지역 업체	30.8	
		해외업체	0.3	
계약 형태	프로젝트 단위별 계약	92.1	70.2	
	연간 계약	7.9	29.8	

[표 20] 디자인 분야별 디자인 개발 주기 비중(단위: %)

구분	제품	시각	디지털/멀티	공간	패션/텍스타일	서비스/경험	산업공예
매월	5.0	16.2	16.8	4.8	27.3	6.7	9.1
분기별	7.5	9.5	11.6	-	9.1	6.7	9.1
반기별	9.5	11.5	11.6	4.8	9.1	6.7	-
매년	23.6	14.2	11.6	14.3	-	23.3	18.2
2년마다	8.0	4.1	3.2	-	-	6.7	9.1
5년 마다	-	0.7	2.1	4.8	-	-	-
필요할 때마다(불규칙)	44.7	40.5	42.1	47.6	36.4	43.3	45.5
진행하지 않음	1.5	3.4	1.1	23.8	18.2	6.7	9.1

[표 21] 디자인 전문기업 찾는 방법

구분	빈도	비율(%)
인천시 디자인개발지원사업 주관기관(디자인전문회사)	117	31.0
동료나 지인의 추천	82	21.8
검색 엔진(예: 구글, 네이버 등)	79	21.0
업계 네트워크 및 협회	35	9.3
프리랜서 플랫폼	22	5.8
디자인 관련 웹사이트 및 포럼	16	4.2
전문 매체 광고(예: 디자인 잡지, 웹진 등)	11	2.9
소셜 미디어	10	2.7
디자인 관련 강연 및 세미나	3	0.8
기타	2	0.5
전체	377	100

*중복응답

[표 22] 디자인 전문회사(파트너) 선정 시 중요 고려사항(단위: 7점 척도)

구분	2024 인천
품질	6.46
기술	6.09
커뮤니케이션 능력	6.07
포트폴리오 및 해당 분야 전문성	6.04
서비스 수준	5.97
가격	5.88
작업속도 및 납기일 준수	5.69
고객 리뷰 및 평판	5.62
지역적 접근성	4.73

지역 내 디자인 전문기업을 선호하는 이유는 주로 **커뮤니케이션의 용이성**과 문제 해결 능력, 그리고 **물리적인 접근성** 등 실질적인 업무 효율성에 중점을 두고 있었다.

반면 지역 외 디자인 전문기업을 선택할 때에는 가격과 품질을 중요한 요인으로 고려하며 **보다 넓은 선택의 폭과 전문성을 기대하는 경향**이 있음을 알 수 있었다.

[표 23] 선호하는 디자인 전문기업(파트너)

구분	2024 인천	
	빈도	비율(%)
지역 내 디자인 전문회사	71	28.4
지역 외 디자인 전문회사	15	6.0
둘 다 상관없음	164	65.6
전체	250	100

[표 24] 지역 내 디자인 전문기업(파트너) 선호 이유

구분	2024 인천	
	빈도	비율(%)
신속한 커뮤니케이션 및 문제해결	48	27.3
직접 방문 및 관리의 용이성	36	20.5
기준에 형성된 신뢰 관계	21	11.9
더 나은 가격 경쟁력	16	9.1
지역 경제 활성화 기여	16	9.1
네트워킹 및 지역 내 협력 기회	15	8.5
배송 및 물류의 용이성	10	5.7
특화된 기술력 또는 전문성	9	5.1
더 높은 품질 수준	5	2.8
전체	176	100

*중복응답

디자인전문기업 또한 고객사를 찾는 방법으로 검색엔진을 활용(21.8%)하거나 인천시 디자인개발지원사업 참여기업 검색(12.7%)을 이용하는 것으로 조사되었다.

디자인 활용기업과 전문기업 모두 인천시 디자인개발지원사업을 매개로 한 기업 발굴 방법이 중요한 역할을 하고 있는 것으로 조사되어 지역 지원사업의 연결성을 강화하고 지속적인 홍보가 필요하겠다.

또한, 디지털 및 검색엔진 의존도가 증가함에 따라 디지털을 매개로 한 디자인전문기업들의 디자인 기술역량 홍보 전략이 중요해지고 있으며, 지역의 디자인활용기업과 전문기업이 상호 정보를 습득하고 대면할 수 있는 기회를 강화할 필요가 있다.

인천의 디자인활용기업과 디자인전문기업 모두 해외비즈니스에 대한 관심이 커지고 있는 것으로 조사되었다. 활용기업의 경우 해외 비즈니스를 진행 중인 기업은 47.2%이며 향후 해외 비즈니스 계획이 있는 기업 비율도 36%로 전문 평균보다 높게 나타났다.

[표 25] 지역 외 디자인 전문기업(파트너) 선호 이유

구분	2024 인천	
	빈도	비율(%)
더 나은 가격 경쟁력	7	17.1
더 높은 품질 수준	7	17.1
더 넓은 제품/서비스 선택 폭	6	14.6
특화된 기술력 또는 전문성	6	14.6
기준에 형성된 신뢰 관계	3	7.3
최신 트렌드 및 혁신적인 아이디어 접근	3	7.3
글로벌 시장 경험 및 노하우	2	4.9
객관적인 시각 제공	3	7.3
프로젝트 처리 능력	3	7.3
기타	1	2.4
전체	41	100

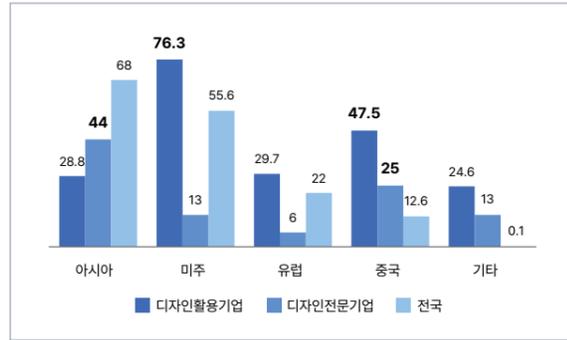
*중복응답

디자인전문기업 또한 해외 비즈니스를 진행중인 기업이 비율이 9.2%, 향후 계획이 있는 비율도 25.7%로 이는 전국 평균보다 높은 수치이다.

해외 비즈니스 지역으로는 디자인 활용기업은 미주(76.3%), 중국(47.5%)순으로 조사되었고, 디자인전문기업은 아시아(44%), 중국(25%)으로 조사되었다.

해외 비즈니스 활성화를 위한 지원방안으로 두 그룹 모두 해외 전시회 참가(25.4%)와 수출지원금(18.7%) 순으로 응답하였다.

[그림 2] 해외비즈니스 지역



[표 26] 해외 진출을 위한 정부 지원 수요

지원정책	디자인 활용기업			디자인 전문기업		
	빈도	비율(%)	전국(%)	빈도	비율(%)	전국(%)
해외 진출/수출 관련 교육	23	11.0	3.2	4	10.5	24.7
글로벌 역량 진단 및 개선	15	7.2	10.9	2	5.3	2.1
해외 시장조사	28	13.4	17.1	6	15.8	11.7
해외 전시회 참가	53	25.4	12.4	7	18.4	14.0
해외 바이어 상담회	18	8.6	18.7	4	10.5	11.2
해외 온라인 비즈니스 지원	9	4.3	3.2	2	5.3	1.9
해외 오프라인 비즈니스 지원	2	1.0	7.4	3	7.9	1.2
현지 비즈니스 공간 지원	3	1.4	3.0	1	2.6	4.8
해외 기관/기업 네트워크 구축	15	7.2	5.4	2	5.3	5.7
수출지원금	39	18.7	18.8	6	15.8	21.5
영문 계약서 및 브로슈어	3	1.4	-	-	-	0.5
기타	1	0.5	-	1	2.6	0.6
전체	209	100	100	38	100	100

PART4. 디자인 인력 채용

인천지역 디자인 활용기업과 전문기업 모두 온라인 채용에 의존하는 비율이 높는데, 다른 채용 경로를 다양화 하고 연고 이외에 공정한 채용 경로를 마련해 인재 풀을 확대할 필요가 있다.

인력을 채용하는 고려 요소로 학위보다 포트폴리오와 지원자의 성격/태도를 중시하는 것으로 조사되었다.

디자인활용기업과 디자인전문기업 모두 경력 지원자 부족과 구직자 기대불일치를 주요 채용 어려움으로 언급하고 있어, 인천 지역의 디자인 인력 확충과 전문성 강화를 위해 디자인 인력 양성과 재교육 프로그램을 확대하여 기업들이 필요로 하는 디자인 인재를 효과적으로 육성하고 채용할 수 있는 기반을 조성해야 하겠다. 기업들 또한 구직자의 기대와 일치하는 임금 수준과 근로조건 개선, 투명한 채용시스템이 필요하다.

[표 27] 디자인 인력 채용 경로

구분	디자인 활용기업			디자인 전문기업		
	빈도	비율(%)	빈도	빈도	비율(%)	전국(%)
온라인(취업사이트, SNS)	82	75.9	66.9	63	57.8	49.4
학연·지연 연고 채용	12	11.1	13.7	24	22.0	38.1
학교 취업상담센터	1	0.9	0.7	4	3.7	0.5
채용정보회사	4	3.7	7.9	10	9.2	-
동종업계 인력 스카우트	2	1.9	5.0	4	3.7	5.5
공공기관 취업알선센터	3	2.8	2.9	2	1.8	0.1
정부/지자체의 채용박람회	1	0.9	2.2	-	-	0.1
기타	3	2.8	0.7	2	1.8	6.8
전체	108	100	100	109	100	100

[표 28] 디자인 인력 채용 고려 요소

구분	2024 인천				2022 인천	전국
	1순위		2순위		1순위	1순위
	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)	비율(%)	비율(%)
포트폴리오	54	49.5	21	23.1	52.6	31.3
경력	34	31.2	15	16.5	27.6	34.9
지원자의 성격/태도	15	13.8	49	53.8	15.8	18.5
학위	5	4.6	-	-	1.3	3.7
자격증	1	0.9	5	5.5	1.3	7.1
기타	-	-	1	1.1	1.3	4.6
전체	109	100	91	100	100	100

[표 29] 디자인 인력 채용이 어려운 이유

구분	디자인 활용기업			디자인 전문기업		
	빈도	비율(%)	전국(%)	빈도	비율(%)	전국(%)
사업체에서 요구하는 경력을 갖춘 지원자가 없음	40	37.0	23.1	39	35.8	23.4
사업체에서 제시하는 임금 및 근로시간 등이 구직자의 기대와 맞지 않기 때문	29	26.9	25.4	32	29.4	33.7
적극적인 구인 활동을 못하였기 때문	13	12.0	9.1	13	11.9	9.4
구직자가 기피하는 직종이기 때문	9	8.3	18.4	6	5.5	2.3
통근 불편과 문화시설 부족 등 사업장 환경 때문	8	7.4	1.7	6	5.5	3.7
사업체에서 요구하는 학력·사격을 갖춘 지원자가 없음	5	4.6	0.5	5	4.6	16.9
다른 사업체와의 격심한 인력 유치 경쟁 때문	2	1.9	21.4	1	0.9	3.9
기타	2	1.9	0.3	7	6.4	6.6
전체	108	100	100	109	100	100

PART5. 디자인 교육기관

인천지역에는 디자인교육을 하는 고등학교 11개, 대학교 11개가 있으며 이중 대학원 과정을 제공하는 학교는 인천가톨릭대학교, 인천대, 인하대가 있다.

[표 30] 인천 디자인학과 보유 고등학교 현황

학교명	학과
문학정보고등학교	웹툰시각디자인과
인천금융고등학교	애니메이션과
인천기계공업고등학교	웹툰애니메이션과
인천디자인고등학교	건축디자인과
	제품디자인과
	패션디자인과
	시각디자인과
	도예디자인과
인천미래생활고등학교	스마트디자인과
인천뷰티예술고등학교	인테리어과
인천비즈니스고등학교	시각영상디자인과
인천생활과학고등학교	콘텐츠디자인과
인천예술고등학교	패션스타일과
인천중앙여자고등학교	미술과
한국주얼리고등학교	콘텐츠타일과
	주얼리디자인과

[표 31] 인천 디자인학과 보유 대학(원) 현황

유형	학교명	학과
대학	인천가톨릭대학교	문화콘텐츠학과
		융합디자인학과
	인천대학교	디자인학부
		광고디자인과(주간)
	경인여자대학교	광고디자인학과(야간)
		패션디자인과
	인하대학교	디자인융합학과
		의류디자인학과
		조형예술학과
		디자인테크놀로지학과
	한국폴리텍대학 인천캠퍼스	디지털디자인과
게임아트디자인과		
시각디자인과		
인테리어디자인과		
재능대학교	산업디자인학과	
	패션디자인학과	
	멀티미디어학과	
인하공업전문대학	Information and Interaction Design (IID)	
청운대학교 인천캠퍼스	컴퓨터게임디자인과	
연세대학교 송도캠퍼스	Film & Media Art	
대학원	인천가톨릭대학교 대학원	디자인콘텐츠학과
		조형예술학과
	인하대학교 대학원	디자인학과
		의류디자인학과

디자인전공생 학생 수는 약 4,121명이며 연간 졸업생은 약 508명으로 조사되었다.

[표 32] 디자인학과 재학생 수

학교유형	재학생 수(명)	입학생 수(명)	졸업생 수(명)
고등학교	1,946	-	-
대학교	2,133	772	488
대학원	42	-	20
총계	4,121	772	508

※고등학교는 입학생 수와 졸업생 수는 공시하지 않음
한국조지메이슨대학교, 유타대학교는 외국 법인으로 대학알리미에 정보 없음
연세대학교 국제캠퍼스는 별도로 구분되지 않음

인천 디자인교육기관들은 디자인전공생들에게 필요한 역량으로 '창의성'을 가장 중요하게 생각하며 디자인 소프트웨어, 창의력, 팀워크, AI 및 ESG디자인 등을 주제로 한 다양한 교육과정을 운영하고 있었다. 또한, 실습비율이 79.1%로 높고 졸업을 위한 최소 이수 시

간은 평균 103.6시간인 것으로 조사되었다.

졸업 후 디자인 관련 종사자가 되는 비율은 36.8%로 조사되었으며, 이 중 졸업 후 상위교육과정에 진학한 경우는 48.6%(지역16.8% / 타지역31.8%), 일반기업의 인하우스디자이너로 취업한 경우는 22.1%(지역5.3% / 타지역16.8%), 디자인전문기업에 취업한 경우는 19.4%(지역3.5% / 타지역15.9%), 창업 및 기타는 9.9%로 조사되었다.

지역으로 살펴보면 졸업 후 인천지역으로의 진출은 25.6%(대학 16.8% / 인하우스5.3% / 전문기업3.5%), 타지역으로 진출한 경우는 64.5%(대학31.8% / 인하우스16.8% / 전문기업15.9%)로 조사되며 지역에서 교육받은 디자인 인력이 타지역으로 유출되고 있어 지역산업과 연계한 디자인 일자리 지원을 강화할 필요가 있겠다.

[그림 3] 졸업 후 진로



교육기관은 주요 애로사항으로는 '졸업 후 진로 정보 부족'과 '디자인 관련 인프라(SW, 기자재 등) 부족(23.5%)' 순으로 응답하였다.

또한, 필요한 지원사업으로 '교육 인프라 개선'과 '대학-기업 간 연계활동 지원'을 주요 정책으로 요청하고 있었다.

인천 디자인전문기업에 대한 교육기관의 만족도는 전반적으로 긍정적이나, 타 지역과의 차별성에서는 낮은 평가를 받았다. 이를 개선하기 위해 대학-기업 간 연계활동을 지원하여 학생들에게 체계적으로 진로 상담과 진로 탐색기회를 제공하는 등 지역의 우수인재가 지역사회의 구성원이 될 수 있는 방안을 마련해야하겠다.

[표 33] 디자인 교육기관으로서 애로요인

애로요인	빈도(n)	비율(%)
디자인 관련 인프라(기자재, SW) 부족	4	23.5
졸업 후 진로 정보 부족	4	23.5
디자인 관련 최신 트렌드 및 정보 확보 어려움	3	17.6
예산 및 재정 지원 부족	3	17.6
신기술(AI, IoT, UX/UI 등)에 대한 교육 부족	2	11.8
디자인 실무능력 부족에 대한 열려	1	5.9

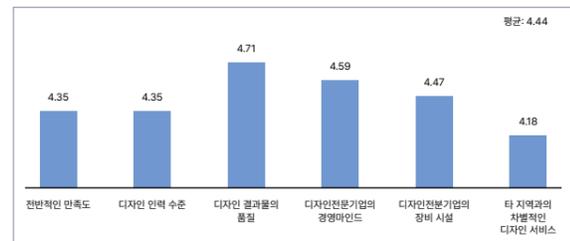
*1순위 응답

[표 34] 필요한 디자인 지원 정책

지원정책	빈도(n)	비율(%)
교육 인프라 개선(스튜디오, 실습실 등)	13	18.8
대학-기업 간 연계활동 지원	12	17.4
최신 디자인 소프트웨어 및 도구 지원	10	14.5
산학 연계 지원	10	14.5
교사/교수의 전문성 강화 교육 지원	5	7.2
장학금 및 학비 지원	4	5.8
학생 창업 지원	4	5.8
디자인 연구 및 개발(R&D) 지원	4	5.8
학생 자격증 취득 지원	4	5.8
인턴십 지원	3	4.3

*중복응답

[그림 4] 인천 디자인전문기업에 대한 인식



PART6. 디자인트렌드 현황

1) 인천 기업들의 ESG 경영 현황과 과제

인천지역 디자인활용기업 250개사와 디자인 전문기업 109개사를 대상으로 한 ESG 관련 설문을 통해 ESG경영 현황을 살펴보았다. 설문 결과 지역의 기업들은 윤리적 경영에는 높은 인식을 가지고 있지만, 환경적 요소에 대한 고려는 상대적으로 낮은 편으로 조사되었다. 따라서, ESG 경영의 지속적 확대를 위해서는 기업들이 환경적 요소에도 적극 참여할 수 있도록 정부의 교육과 홍보가 필요할 것으로 보인다. 또한, ESG 디자인 개발을 위해서 지식과 노하우 부족이 가장 큰 장애로 작용하고 있어 이를 해결하기 위한 교육 및 전문인력 양성이 시급하며, 재정적 인센티브 및 인증/시험 비용 지원, 전문 인력 양성 및 네트워크 구축 등의 다양한 지원이 요구되었다.

[표 35] ESG경영 현황

순위	디자인 활용기업		디자인 전문기업	
	ESG 경영 항목	등의 (7점 척도)	ESG 경영 항목	등의 (7점 척도)
1위	윤리적 경영을 위해 적극적으로 활동	5.44	윤리적 경영을 위해 적극적으로 활동	5.32
2위	ESG 관련 디자인 지원사업 참여(ex. ESG 상품개발 R&D 등)	5.42	디자인 개발 시 윤리적인 요소 고려	5.28
3위	ESG 분야의 디자인 지원사업에 대한 수요(ex. 환경을 고려한 제품 디자인)	5.41	디자인 개발 시 사회적 책임 요소 고려	5.04
4위	ESG 분야에서 디자인의 역할 확대	5.38	ESG 분야에서 디자인의 역할 확대	4.97
5위	디자인 개발 시 윤리적인 요소 고려	5.28	ESG 분야의 디자인 지원사업에 대한 수요(ex. 환경을 고려한 제품 디자인 등)	4.93
6위	사회적 책임을 다하기 위해 적극적으로 활동	5.18	사회적 책임을 다하기 위해 적극적으로 활동	4.90
7위	디자인 개발 시 사회적 책임 요소 고려	5.11	디자인 개발 시 환경적인 요소 고려	4.82
8위	환경 보호를 위한 적극적인 활동	5.07	ESG 관련 디자인 지원사업 참여(ex. ESG 상품개발 R&D 등)	4.78
9위	디자인 개발 시 환경적인 요소 고려	5.07	환경 보호를 위한 적극적인 활동	4.58

[표 36] ESG 고려한 디자인 개발 추진 시 애로사항

순위	디자인 활용기업			디자인 전문기업		
	애로사항	빈도	비율(%)	애로사항	빈도	비율(%)
1위	지식/노하우 부족	94	37.6	지식/노하우 부족	45	41.3
2위	가격 경쟁력 하락	56	22.4	가격 경쟁력 하락	15	13.8
3위	환경을 고려한 대체 소재 정보 검색의 어려움	34	13.6	전문가 및 전문업체 부족	14	12.8
4위	ESG 관련 디자인에 대한 필요성 인식 낮음	20	8.0	ESG 관련 디자인에 대한 필요성 인식 낮음	13	11.9
5위	전문가 및 전문업체 부족	20	8.0	환경을 고려한 대체 소재 정보 검색 어려움	11	10.1
6위	ESG 관련 정부/지자체 지원 부족	10	4.0	ESG 관련 정부/지자체 지원 부족	6	5.5
7위	품질 하락	8	3.2	개발기간 증가	2	1.8
8위	개발기간 증가	3	2.4	품질 하락	1	0.9
9위	기타	2	0.8	기타	2	1.8
	전체	250	100	전체	109	100

[표 37] ESG디자인개발을 위한 필요 지원사항

순위	디자인 활용기업			디자인 전문기업		
	정부지원 수요	빈도	비율(%)	정부지원 수요	빈도	비율(%)
1위	재정적 인센티브 및 지원	121	48.4	재정적 인센티브 및 지원	47	43.1
2위	ESG 관련 인증 및 시험 비용 지원	41	16.4	기술 및 인프라 지원(친환경 소재나 기술 데이터 제공 등)	16	14.7
3위	기술 및 인프라 지원(친환경 소재나 기술 데이터 제공 등)	27	10.8	ESG보고서 작성 및 평가 지원	13	11.9
4위	규제 및 기준 안내	21	8.4	규제 및 기준 안내	12	11.0
5위	ESG보고서 작성 및 평가 지원	16	6.4	ESG관련 교육 프로그램 제공	11	10.1
6위	ESG 관련 교육 프로그램 제공	13	5.2	ESG 관련 인증 및 시험비용 지원	5	4.6
7위	ESG 관련 협력을 돕는 전문가 네트워크 구축	9	3.6	ESG관련 협력을 돕는 전문가 네트워크 구축	4	3.7
	기타	2	0.8	기타	1	0.9
	전체	250	100	전체	109	100

[표 38] 디자인교육기관의 ESG 교육과정

구분	빈도(n)	비율(%)
디자인 관련 ESG 교육과정 있음	13	76.5
환경 지속 가능성(ex.에코디자인, 자원 절약 등)	7	36.8
사회적 책임(ex.사회적 디자인, 공공디자인 등)	10	52.6
지배구조(ex.윤리적 디자인, 투명성 강화)	2	10.5
디자인 관련 ESG 교육과정 없음	4	23.5

*중복응답

2) 신기술 및 AI 도구 활용 현황

인천 디자인 활용기업과 전문기업 모두 디지털 전환과 AI 도구 활용의 필요성을 인식하고 있지만, 신기술 활용 빈도는 낮은 것으로 조사되었다. 이를 개선하기 위해 기업들에게 디지털 전환을 지원하는 정책적 노력이 필요하겠다.

AI 디자인 도구는 시간 절약과 작업 효율성 증가가 주요 장점으로 평가되며 이미지 생성 및 편집을 포함한 다양한 분야에서 AI 디자인 도구의 필요성이 높게 나타났다. 하지만 AI 디자인 도구의 가격과 품질 예측 불가능성이 주요 단점으로 지적되고 있어, 이를 해결하기 위한 정부의 비용 보조와 품질 신뢰성 향상을 위해 AI 도구 활용 교육과 인프라 지원이 요구된다.

인천의 기업들이 최첨단 신기술과 AI 도구를 효과적으로 활용하여 변화의 물결 속에서 혁신을 주도하고, 글로벌 무대에서 그들의 경쟁력을 한층 더 강화해 나가기 기대한다.

[표 39] 디자인 업무 신기술 활용 정도

구분	디자인 활용기업			디자인 전문기업		
	2024 인천		전국	2024 인천		전국
	빈도	비율(%)		빈도	비율(%)	
매우 자주 사용함	21	8.4	94.7	14	12.8	5.5
자주 사용함	61	24.4		19	17.4	
가끔 사용함	74	19.6		34	31.2	
거의 사용하지 않음	71	28.4		30	27.5	
전혀 사용하지 않음	23	9.2	5.3	12	11.0	94.5
전체	250	100	100	109	100	100

[표 40] 신기술 활용 단계(디자인전문기업)

구분	구분	2024 인천		전국
		빈도	비율(%)	
기획 및 전략	시장조사	43	16.0	47.5
	전략도출	22	8.2	11.9
	컨셉 설정	36	13.4	3.1
디자인 개발	아이디어 발굴	51	19.0	6.9
	디자인 시안 제작	46	17.1	17.0
	샘플 제작 및 사용자 검증	19	7.1	1.1
사후 관리	디자인 권리화	9	3.3	9.0
	양산 관리	10	3.7	1.3
	홍보 및 마케팅	33	12.3	32.4

[표 41] AI 디자인 툴 활용이 필요하다고 느끼는 분야

순위	디자인 활용기업			디자인 전문기업		
	분야	빈도	비율(%)	분야	빈도	비율(%)
1위	이미지 생성 및 편집	132	26.9	이미지 생성 및 편집	71	30.6
2위	그래픽 디자인 및 UI/UX	80	16.3	영상 생성 및 편집	36	15.5
3위	영상 생성 및 편집	78	15.9	그래픽 디자인 및 UI/UX	35	15.1
4위	웹디자인	75	15.3	프레젠테이션	30	12.9
5위	프레젠테이션	56	11.4	웹디자인	26	11.2
6위	로고 및 브랜드	47	9.6	로고 및 브랜드	19	8.2
7위	색상 및 팔레트	18	3.7	색상 및 팔레트	14	6.0
8위	기타	5	1.0	기타	1	0.4
	전체	250	100	전체	232	100

[표 42] 주로 사용하는 AI 기반 디자인 도구

순위	디자인 활용기업			디자인 전문기업		
	정부지원 수요	빈도	비율(%)	정부지원 수요	빈도	비율(%)
1위	Adobe Firefly	109	21.3	Adobe Firefly	58	22.4
2위	Canva	51	10.0	Figma	24	9.3
3위	Figma	38	7.4	Canva	18	6.9
4위	DALL-E	29	5.7	MidJourney	16	6.2
5위	Sketch2React	27	5.3	DALL-E	15	5.8
6위	Looka	24	4.7	Khroma	12	4.6
7위	Magisto	21	4.1	Designify	11	4.2
8위	Khroma	19	3.7	Looka	10	3.9
9위	MidJourney	18	3.5	Sketch2React	9	3.5
10위	Designify	18	3.5	Prisma	7	2.7
11위	Beautiful.ai	17	3.3	Artbreeder	7	2.7
12위	Tailor Brands	16	3.1	Beautiful.ai	7	2.7
13위	Prisma	14	2.7	Tome	7	2.7
14위	Runway ML	11	2.1	Tailor Brands	7	2.7
15위	Tome	11	2.1	Runway ML	7	2.7
16위	Lumen5	9	1.8	Lumen5	7	2.7
17위	DeepArt	9	1.8	Runway ML	6	2.3
18위	Runway ML	7	1.4	Magisto	6	2.3
19위	Synthesia	6	1.2	Let's Enhance	4	1.5
20위	Artbreeder	6	1.2	Synthesia	4	1.5
21위	Let's Enhance	4	0.8	DeepArt	3	1.2
22위	Pikazo	4	0.8	Pikazo	3	1.2
23위	Flyp	4	0.8	Flyp	2	0.8
24위	Vectr	4	0.8	Vectr	1	0.4
25위	기타	36	7.0	기타	8	3.1
	전체	512	100	전체	259	100

[표 43] AI 기반 디자인 도구 장점

순위	디자인 활용기업			디자인 전문기업		
	장점	빈도	비율(%)	장점	빈도	비율(%)
1위	시간 절약	87	38.3	시간 절약	47	48.5
2위	작업 효율성 증가	52	22.9	작업 효율성 증가	32	33.0
3위	비용 절약	42	18.5	창의성 증대	11	11.3
4위	창의성 증대	37	16.3	비용 절약	5	5.2
5위	기타	9	4.0	기타	2	2.1
	전체	227	100	전체	97	100

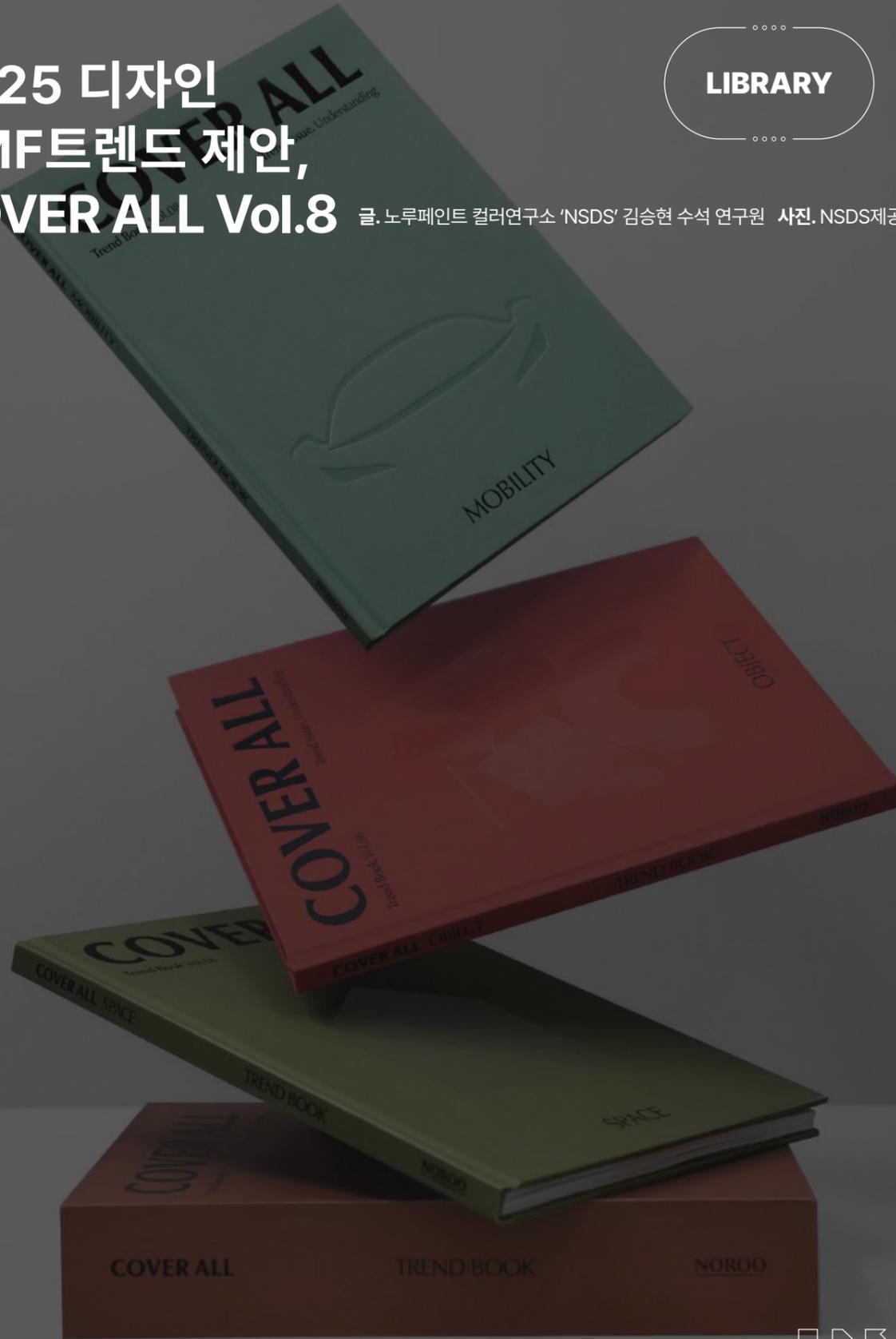
[표 44] AI 기반 디자인 도구 단점

순위	디자인 활용기업			디자인 전문기업		
	정부지원 수요	빈도	비율(%)	정부지원 수요	빈도	비율(%)
1위	도구의 이용 가격	64	28.2	결과물 품질의 예측 불가능	40	41.2
2위	결과물 품질의 예측 불가능	64	28.2	도구의 이용 가격	26	26.8
3위	문제 발생 시 해결지원 부족	25	11.0	제한된 커스터마이징(세부수정 제한 및 고급작업 한계)	11	11.3
4위	높은 학습 곡선(완전히 습득하기까지 시간과 노력이 큼)	24	10.6	높은 학습 곡선(완전히 습득하기까지 시간과 노력이 큼)	8	8.2
5위	제한된 커스터마이징(세부수정 제한 및 고급작업 한계)	23	10.1	문제 발생 시 해결지원 부족	5	5.2
6위	도구에 대한 정보	19	8.4	도구에 대한 정보	4	4.1
7위	기타	8	3.5	기타	3	3.1
	전체	227	100	전체	97	100

2025 디자인 CMF트렌드 제안, COVER ALL Vol.8

글. 노루페인트 컬러연구소 'NSDS' 김승현 수석 연구원 사진. NSDS제공

LIBRARY



COVER ALL

2025년을 관통하는 주제, Understanding



컬러 선택의 어려움을 한번이라도 경험해 본 사람은 알 것이다. 화이트와 블랙의 다양한 변주뿐 아니라, 이러한 색상들을 조합해 내는 일은 또 다른 난제이다. 이런 고민을 해결해주는 컬러 전문가가 있다. 바로 노루페인트 컬러디자인 전문 연구소인 '노루서울디자인 스튜디오'(NOROO Seoul Design Studio, 이하 NSDS)이다.

1987년, 노루페인트는 국내 도로업계 최초로 색채연구팀을 발족했다. 이후 NSDS는 건축, 인테리어, 자동차, 가전 등 다양한 분야에서 컬러와 소재의 트렌드를 연구하며, 컬러 트렌드 리서치와 컨설팅을 통해 새로운 감성적 가치와 창의적 영감을 제공하는 데 주력하고 있다.

NSDS는 매해 사회 현상과 소비자의 욕구, 시장의 흐름을 분석하여 새로운 주제와 그에 따른 컬러 및 소재를 소개하고 있다. 2024년 11월, 여덟 번째 시리즈로 발간되는 컬러 트렌드 북 'COVER ALL'



이 그 주인공이다. NSDS는 2016년부터 '휴머니티(humanities)'라는 주제로 이 트렌드북을 발간하기 시작했으며, 인천디자인지원센터 CMF 라이브러리에 정보를 제공하고 있다.

'COVER ALL'은 최신 글로벌 디자인 이슈와 사회 현상을 기반으로 한 CMF 트렌드를 입체적으로 분석하며 해외 유명 디자인 서적과 비교해도 손색없는 양질의 콘텐츠를 제공한다. 특히, 뉴욕의 '뮤 스튜디오'(Mue Studio) 및 밀라노의 'NMDS'와의 협업을 통해 독창적인 컬러와 이미지 자료를 확보했으며 'IF 디자인 어워드 2024' 커뮤니케이션 퍼블리싱 부문에서 본상을 수상하기도 했다.

2025년을 바라보는 이번 'COVER ALL'의 주제는 '언더스탠딩(Understanding)'이다. 변화하는 환경과 첨단 기술을 기반으로 새롭게 출현한 단편들에 대한 이해와 통찰을 강조하였다.



NSDS는 2025년도 트렌드 컬러로 커버를 표지 색상처럼 중성적이면서 화려하고 깊은 색감을 제안한다.

COVER ALL은 모빌리티(Mobility), 오브제(Object), 스페이스(Space) 등 산업 분야별로 세분화하여 각각 '3권을 한 세트'로 구성한다.

- 모빌리티 분야에서는 '마이크로 모빌리티(Micromobility)'와 '실험적 미학(Experimental Aesthetic)'이라는 두 가지 CMF 디자인 방향성을 제안한다.

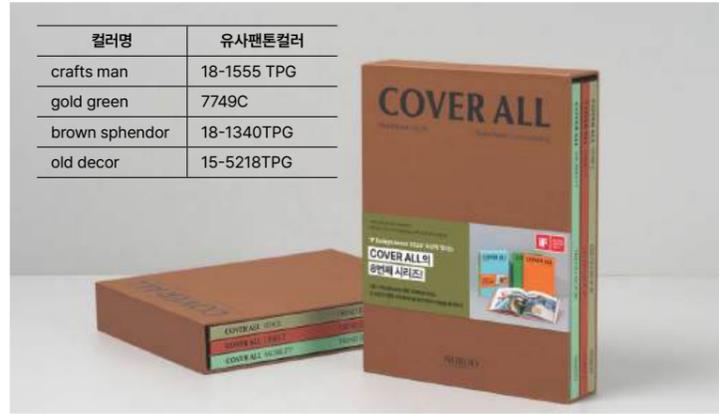
- 오브제 분야에서는 '직관적 단순함(Intuitive Simplicity)'과 '부드러운 상호작용(Soft Interaction)'을 강조한다.

-스페이스 분야에서는 '기후위기 순응기술(Climate Crisis Adaptation Technology)'과 '모두를 위한 공간(Space for All)'이라는 두 가지 CMF 디자인 방향성을 제시한다.

“겉보기엔 중성적이고 다소 가라앉은 색들이지만, 그것이 표현되는 방식은 매우 광물 또는 금속적이고 매끈하며 두꺼운 유약이 발라진 듯한 고급 사기그릇처럼 반짝거리거나 투명하고 경쾌하다.”

- COVER All (Vol.08) understanding 中 발췌 -

각 분야별 제안된 9가지 추천 CMF는 비스코프 컬러플로우의 '누벨 모드(nouvelle mode)', 고 내후성 질감패턴 프린트의 '뮤턴트 그린(mutant green)', 시온 컬러 코팅의 '로스트 아트(lost art)', 도트 스프레이 코팅의 '올드 데크(old décor)', PCM 우드 프린트로 구현된



컬러명	유사팬톤컬러
crafts man	18-1555 TPG
gold green	7749C
brown sphendor	18-1340TPG
old decor	15-5218TPG

'더 루프(the root)', 콜루프 차열 코팅의 '미드데이 라이트(midday light)' 등이다. 이 컬러와 소재들은 현장에서 효과적으로 활용될 수 있도록 콤비네이션 무드 보드도 제작하여 수록하였으니 꼭 실제 책을 살펴보기를 권장한다.

인천에 있는 기업이나 디자이너라면 가까이 인천디자인지원센터에 방문하여 COVER ALL CMF 트렌드북을 열람하는 것도 방법일 수 있다. 책 속에 덧 대어진 다양한 추천 소재를 직접 만지고 느껴면서 컬러가 품고 있는 특유의 공감각적 특성을 확인하기 바란다. 2025년도 디자인CMF 전반의 흐름과 변화에 따른 컬러의 방향성과 반짝이는 인사이트를 다각적으로 느낄 수 있을 것이다.



노루서울디자인스튜디오 (NSDS) 더 알아보기



인천디자인지원센터 이용문의



지속 가능 디자인을 위한 지속 가능 소재 - 재생 플라스틱

글. 강연주 자료조사. 김다솜



인류는 사라져도 플라스틱은 남을 것이라는 플라스틱별 지구. 자연에서 생성된 모든 물질은 다시 자연으로 돌아간다. 하지만 태생이 다른 플라스틱은 자연의 법칙을 거스른다. 땅 속에 묻어도 흙이 되지 않고 바람에 풍화되어 공기처럼 사라지지도 않는다.

플라스틱과 공존한지 150년이 지난 지금, 인류는 지구에 쌓여만 가는 플라스틱에 대한 해결책을 찾고 있다.

지난 'IDSC' 통권 제1호에서는 자연으로 돌아가는 플라스틱, 바이오소재에 대해 소개하였다. 이번 호에서는 지속 가능 디자인을 위한 지속 가능 소재 제2탄으로 새로운 플라스틱 경제를 형성한 재생 플라스틱에 대해 소개하고자 한다.



2024년 11월, 부산에서 전 세계적인 플라스틱 생산감축을 협의 하기 위한 유엔 플라스틱 협약 제5차 정부간협상위원회(INC-5)가 열렸다. 생산량을 결정하는 협상은 무산되었지만 플라스틱 생산의 감소와 처리문제에 대해 전 세계가 함께 고민하는 뜻깊은 시간이었다. 이 협약에서도 등장한 재생 플라스틱은 지속 가능 디자인을 실현하기 위해 디자이너가 반드시 고려해야 하는 소재이다.

재생플라스틱은 재활용된 플라스틱을 의미한다. 즉, 한 번 사용된 후 수집되고 가공되어 새로운 플라스틱 제품으로 다시 제조된 플라스틱을 말한다. 이 과정에서 플라스틱 폐기물은 세척, 분류, 분쇄, 재형성 등의 단계를 거쳐 새로운 제품으로 변환된다.

한국디자인진흥원에서도 지난 2023년 12월, 2024-2025 SGD 기반 메가트렌드로 새로운 플라스틱 경제(New Plastic Economy)를 조명하였다. 새로운 플라스틱 경제¹⁾란 플라스틱 폐기물, 오염 및 플라스틱 산업의 전반적인 지속 가능성과 관련된 문제에 대처하기 위한 포괄적인 접근 방식으로 순환 시스템을 통해 플라스틱 폐기물을 최소화하고 재사용을 권장하는 순환 경제 방식(플라스틱 생산과 소비 감소)을 뜻한다.



1) SGD 기반 2024-2025 CMF디자인트렌드, 한국디자인진흥원 2023.12. p9 (<https://indd.adobe.com/view/26bfe9dd-9a78-4d31-8420-dd37b4f89048>)

제1막, 재생 플라스틱 방법

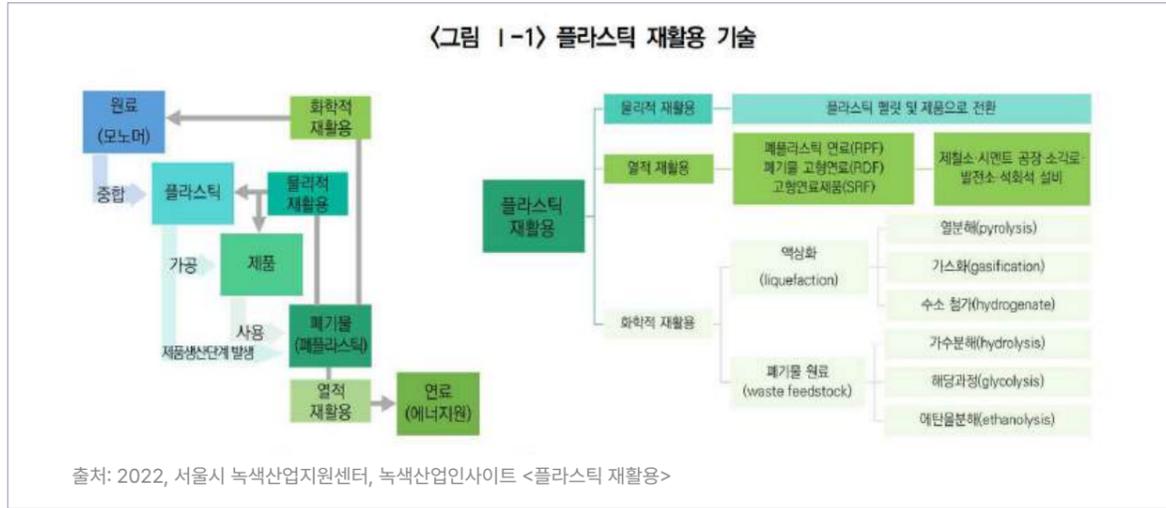
Keywords
재생 플라스틱
지속가능 디자인

플라스틱 재활용 기술은 물리적 재활용(Mechanical Recycling), 열적 재활용(Thermal Recycling), 화학적 재활용(Chemical Recycling)으로 크게 3가지로 구분된다.

플라스틱 재활용은 대상 폐플라스틱의 발생단계에 따라서 포스트 컨슈머 재활용(Post-Consumer Recycled)과 프리 컨슈머 재활용(Pre-Consumer Recycled)으로 구분된다.

구분	설명
물리적 재활용	선별, 파쇄, 성형 등을 통하여 플라스틱 펠릿 및 제품으로 전환하는 방식
열적 재활용	폐플라스틱의 가연성과 발열량을 이용하여 연료화하거나 소각하여 활용하는 방식
화학적 재활용	화학적 분해를 통하여 연료를 회수하거나 원료 형태로 전환하는 방식

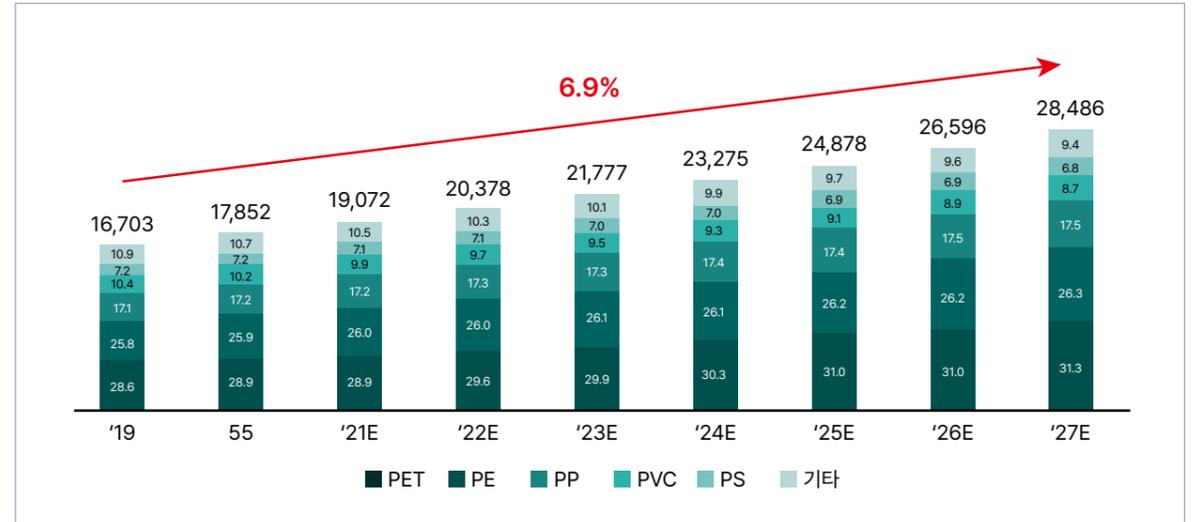
구분	설명
포스트 컨슈머 재활용	최종소비자가 제품 사용 후, 추가 사용이 불가능한 플라스틱 제품을 재활용하는 것을 의미
프리 컨슈머 재활용	플라스틱 제품 사용 전, 생산단계에서 발생하는 폐플라스틱을 재활용하는 것을 의미



특히 재생 플라스틱의 주요 사용처인 포장재 시장은 전체 재생플라스틱 시장의 50%를 차지하고 있다. 포장재에 주로 사용되는 재생 플라스틱 수지는 PET와 HDPE로, 이는 재활용성이 높고 투명성과 광택이 뛰어난 특성에 기인한다.

국내 재생 플라스틱 시장 또한 활발하게 성장하고 있다. 2019년 1조 6,703억 원으로 추산되었던 시장 규모는 연평균 6% 성장하여 2027년에는 2조 8,436억 원에 이를 것으로 전망된다. 또한, 국내 시장도 세계 시장과 유사하게 재생 PET, PE, PP 순으로 시장 규모가 큰 것으로 나타났다.

[표 1] 재생 플라스틱의 수지별 세계 시장 규모 및 전망(2021~2026)(단위: 백만 달러)



제2막, 재생 플라스틱의 시장 규모 및 전망²⁾

Keywords
재생 플라스틱
지속가능 디자인

[표 1] 재생 플라스틱의 수지별 세계 시장 규모 및 전망(2021~2026)(단위: 백만 달러)

종류	2021	2022	2023	2024	2025	2026	CAGR(%) (2021~2026)
PET	8,363	9,186	10,071	11,064	12,132	13,303	9.7
PE	7,258	7,927	8,641	9,437	10,288	11,214	9.1
PP	4,553	5,029	5,545	6,125	6,754	7,447	10.3
PVC	2,204	2,390	2,587	2,806	3,037	3,287	8.3
PS	1,862	2,001	2,146	2,306	2,473	2,652	7.3
기타	3,659	3,985	4,334	4,722	5,135	5,585	8.8
계	27,900	30,517	33,324	36,459	39,819	43,489	9.3

출처: Marketdmarket, Recycled Plastic Market, 2022

재생 플라스틱의 세계 시장 규모는 2021년 27.9억 달러에서 연평균 9.3% 성장하여 2026년 43.5억 달러로 확대될 것으로 예상된다. 수지별로 살펴보면 재활용이 쉽고 다양한 산업에서 활용되는 PET가 가장 널리 사용되며, 재생 PET 시장은 2021년 8.4억 달러에서 2026년 13.3억 달러로 성장할 것으로 전망된다.

특히 재생 플라스틱의 주요 사용처인 포장재 시장은 전체 재생플라스틱 시장의 50%를 차지하고 있다. 포장재에 주로 사용되는 재생 플라스틱 수지는 PET와 HDPE로, 이는 재활용성이 높고 투명성과 광택이 뛰어난 특성에 기인한다.

[표 2] 재생 플라스틱의 수지별 세계 시장 규모 및 전망(2021~2026)(단위: 백만 달러)

종류	2021	2022	2023	2024	2025	2026	CAGR(%) (2021~2026)
포장재	14,144	15,618	17,217	19,013	20,957	23,099	10.3
전자재	6,466	7,004	7,574	8,205	8,873	9,594	8.2
섬유류	3,349	3,621	3,909	4,228	4,563	4,925	8.0
자동차	2,070	2,246	2,433	2,640	2,859	3,097	8.4
전기차	810	881	956	1,039	1,128	1,224	8.6
기타	1,062	1,147	1,236	1,334	1,438	1,550	7.9
계	27,900	30,517	33,324	36,459	39,819	43,489	9.3

출처: Marketdmarket, Recycled Plastic Market, 2022

2)2023, 한국과학기술정보연구원, ASTI Market Insight, <재생 플라스틱>

제3막, 재생 플라스틱 활용 디자인 사례

Keywords
재생 플라스틱
지속가능 디자인

이제, 이러한 재생 플라스틱이 어떻게 지속 가능한 디자인의 소재로 적용될 수 있는지 디자인 사례들을 살펴보자.



에코버디 벨기에 어린이가구

에코버디는 벨기에의 디자인 스튜디오 VYDC에서 만든 브랜드로, 디자이너가 지구에 대한 책임을 다하는 사례이다. 디자이너 바네사 위안은 기후변화 문제를 고민하며 재활용 가구를 만들게 되었고, 아이들에게 플라스틱 폐기물과 재활용을 교육하고, 사용하지 않는 장난감을 기증받아 어린이용 가구를 만든다. 실리콘을 사용하지 않고 재활용 플라스틱 100%로 제품을 제작해 순환성을 고려한 점도 우수하다.

출처 : <https://www.ecobirdy.com/> 에코버디 홈페이지



아로마티카 화장품용기

아로마티카는 'SAVE THE SKIN, SAVE THE PLANET (피부도 살리고 지구도 살린다)'라는 브랜드 철학을 바탕으로 한 지속가능한 뷰티&라이프 브랜드이다. 국내 뷰티 업계 최초로 '폐플라스틱 재생원료 사용 표시 제도'를 통해 재생원료 100% 사용을 승인받았으며, 총 105개 품목에 대해 폴리에틸렌테레프탈레이트(PET) 소재의 재생원료 100% 사용비율을 인정받았다. 아로마티카는 플라스틱 폐기물을 줄이기 위해 재생원료를 화장품 용기에 적용하고 있으며, 현재 모든 PET 용기 제품에 재생원료를 사용하고 있다.

출처 : https://thearomatica2.cafe24.com/product/detail.html?product_no=1409 아로마티카 홈페이지



마이크로소프트 Xbox 무선 컨트롤러 Remix 스페셜에디션

마이크로소프트는 2023년 지구의 날을 맞아 재생 플라스틱으로 제작된 Xbox 컨트롤러를 출시했다. 친환경컨트롤러는 Xbox One 세대 컨트롤러의 부품과 자동차 헤드라이트 커버, 플라스틱 물병, CD 등의 소비자 폐기물 재활용 수지(PCR)를 활용하여 제작되었다. 디자인은 자연 경관과 어스 톤 색상에서 영감을 받았고, 이끼류와 지형 질감을 반영한 독특한 패턴이 적용되었다.

출처 : <https://www.xbox.com/ko-KR/community/sustainability/XBOX> 홈페이지



아베다 2024 보태니컬리 페어스트렝쓰닝오버나이트 세럼

친환경 뷰티 브랜드 아베다는 1978년 설립 이후 지속가능성을 추구하며 화장품을 판매해왔다. 뷰티 업계 최초로 재활용 PET를 제품 포장에 사용했으며, 현재 PET 병과 용기의 95%는 재생 수지를, HDPE 병의 80% 이상은 PCR을 사용하고 있다. 2024년 지구의 달에는 나이지리아 아티스트 라올루 센반조와 협업해 '보태니컬 리페어™ 스트렝쓰닝 오버나이트 세럼'의 패키지에 지구 보호 메시지와 깨끗한 물의 이미지를 담았다. 2023년에는 해양 폐기물 플라스틱을 재활용한 리미티드 에디션을 출시, 제품 구매 시 Charity: Water에 \$10를 기부하고 NFC 스티커 태그로 추가 \$5를 기부하는 판촉행사도 가졌다.

출처 : <https://www.avedakorea.com/product/5303/127103/limited-edition-botanical-repairtm-overnight-serum?size=100ml> 아베다 홈페이지



아시아 선글라스<WITHOUT™>

인도의 임팩트테크 기업 아시아의 선글라스는 과자봉지 등 다층 플라스틱의 재생 가능성을 보여준 사례이다. 독자적인 화학적 재활용 기술을 개발하여 플라스틱 원료를 추출하고 3D프린터로 선글라스를 만드는 방식이다.

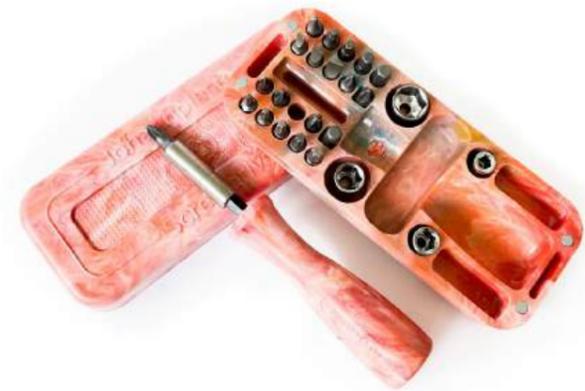
출처 : <https://b2b.without.live/> 위드아웃 홈페이지



노플라스틱선데이 NFC키링

노플라스틱선데이는 "일주일에 하루쯤, 플라스틱 쓰레기 없는 일상을 보내자"라는 캠페인에서 시작해 플라스틱 쓰레기의 지속 가능한 순환구조를 만드는 데 기여하는 브랜드이다. 100% 재활용 플라스틱으로 제작한 다양한 제품을 선보이며, 특히 재활용 플라스틱 소재로 제작된 네잎클로버와 福 모양의 TagMe 키링에는 NFC 기능이 탑재되어 있어 스마트폰에 태그하면 매일 오늘의 운세를 확인할 수 있다.

출처 : https://noplasticsunday.com/shop_view/?idx=26 노플라스틱선데이 홈페이지



요한플라스토 공구세트

요한플라스토는 2021년 독일 드레스덴에 설립된 회사로, 코로나19 대유행으로 생성된 페마스크와 기타 플라스틱 폐기물을 재활용한다. 설립자 토마스 피터번즈는 폐플라스틱을 수거하고, 마스크의 끈과 철심을 분리한 후 플라스틱을 녹여 틀에 부어 공구 세트로 업사이클링한다. 공구 세트 제작에는 약 14일이 걸리며, 한 세트당 약 100개의 마스크가 사용된다. 제품은 100% 재활용 가능한 PP 단일 소재로 만들어진다.

출처 : <https://johannplasto.de/> 요한플라스토 홈페이지



언롤서피스 PCR펜홀더

PCR 소재의 펜홀더는 색상별로 다른 재활용 소재를 사용합니다. 로우 그레이는 국내 버려진 가전제품을, 오션 블루는 부산 다대포항의 버려진 어망을 재활용하여 제작됩니다. 다양한 재활용 플라스틱을 섞어 제품마다 고유한 무늬와 색상을 지닙니다. 폐플라스틱을 분쇄해 펠렛으로 가공하여 만들어진 이 제품은 가법고 변형되지 않으며, 방수와 습기에 강해 내구성이 뛰어납니다.

출처 : https://unrollsurface.kr/product/detail.html?product_no=29&cate_no=1&display_group=2 언롤서피스 홈페이지



플라스틱아크 화분 <더티팟>

플라스틱 아크는 폐플라스틱을 다양한 생활용품과 디자인 제품으로 재탄생시키는 브랜드이다. 더티팟은 소비자가 사용하고 버린 플라스틱을 회수한 PCR 중에서도 GRS 및 ISCC 인증을 받은 재료를 100% 사용하여 제작된다. 플라스틱 재료를 고열로 녹여 금형에 넣고 굳히는 방식으로 만들어지며, 시간과 흐름에 따라 무늬가 달라지는 특징이 있다. 코팅이나 후가공을 하지 않아 세척 후 재활용이 가능하다.

출처 : <https://plastic-ark.com/product/dp06-f1-01/730/category/24/display/1/> 플라스틱아크 홈페이지

제4막, 인천광역시 재활용 디자인 프로젝트

Keywords

- # 재생 플라스틱
- # 지속가능 디자인

인천광역시는 인천디자인지원센터를 통해 2024년 4월, 지역사회 8개 기관·단체와 협력한 <인천ESG디자인교류단>³⁾을 결성하고 재활용 디자인 프로젝트를 추진하였다.

재활용 디자인 프로젝트는 지속 가능 사회를 만들어 갈 미래세대의 교육을 위하여 지역사회가 연계·협력하여 재활용 디자인 개발을 실천하고, 그 과정을 교육자료로 구성하여 학생들에게 체험 프로그램으로 제공하는 사업이었다.

먼저, 버려지는 플라스틱을 수거하는 캠페인을 추진하고 이를 선별, 분류, 세척, 분쇄하여 재생 플라스틱 자원으로 만들었다. 이후 디자인을 통해 손 지압기 '러브사이클'⁴⁾을 개발하였다.

러브사이클은 '지구를 살리는 아름다운 자원순환' 과정을 의미하며 재활용 디자인 된 '손 지압기'의 상품 명칭이다.

재활용 디자인 프로젝트 회의 전경



재생 플라스틱으로 만들 수 있는 다양한 상품들이 있겠지만, 이 프로젝트에서는 내구성이 좋은 플라스틱의 특징이 장점이 될 수 있도록 제품수명주기가 길고 기능적 중요성이 큰 상품을 기획하고자 하였다.

또한, 제작 효율성이 높고 체험에 참여한 학생들이 자유롭게 결합, 변형하여 외관과 쓰임이 무한히 확장될 수 있도록 모듈 형태의 상품을 만들고자 하였다.

이러한 고민을 거쳐 손 지압기 '러브사이클' 디자인이 결정되었다.

<러브사이클 재활용 디자인 고려사항>

재활용디자인 고려사항	반영결과
재생플라스틱 소재(CMF)의 특성	내구성이 장점이 될 수 있는 수명주기가 긴 기능성 상품 결정. 마블 색상의 심미성이 돋보이도록 단순한 외관 적용.
제작효율성 및 형태의 유연성	결합에 따라 디자인 자유도가 크며 제작/관리가 편리한 모듈 형태로 제작.
순환성	자원화가 용이하도록 100% 재생플라스틱으로만 제작.
경제성	러너 ⁶⁾ 를 결합 부품으로 활용하여 제작 과정에서 버려지는 자원을 최소화.



3) 인천ESG디자인교류단은 (재)인천테크노파크 디자인지원센터, 인천시교육청, 남동구진로체험센터, 인천공항운영서비스(주), 인천업사이클에코센터의 미추홀구 소재은행, (주)학교네, (사)인천경기디자인기업협회, 인천디자인지리포터즈까지 8개의 기관 및 단체로 구성, 교육부가 주최하는 「2024 지역사회 연계협력력을 통한 진로체험 활성화 공모사업」에서 우수상을 수상.

상 품 명	러브사이클(손지압기)	개발기간	2024. 8. ~ 10.(3개월간)
개 발 자	· 인천디자인지원센터(배민호 센터장, 강연주, 정민선, 김혜영) · 인천디자인리포터즈(김민설, 김지우, 김혜인, 백제희, 임채민, 장승규, 정서울, 허운서) · 인천경기디자인기업협회(디자인부스터 장현기 대표) · (주)학교네(김은영 대표, 임하경)		
개발의도	· 지역사회가 연계·협력한 프로젝트의 의미를 담아 여러 부품이 하나로 결합 되는 모듈 형태 · 자원순환으로 건강한 지구가 되어가듯 자원순환에 참여한 사람들도 건강해 지기를 바라는 마음으로 손 지압기 결정 · 자원순환의 의미를 상품 명칭과 패키지로 표현		
CMF	재생플라스틱, 사출	크 기	60×60×6 이하

4) 러너는 한판의 금형(금속으로 된 틀)에서 여러 개의 부품을 출력할 때 용액이 주입되는 구멍에서 각 부품까지 잘 퍼져 나가도록 만든 기둥 형태의 통로를 뜻함.



하나의 금형틀에 4개의 부품이 출력되도록 설계



러브사이클 구성품, 러너를 결합 부품으로 활용하여 6~8개의 지압모듈을 연결

러브사이클의 포장 디자인 또한 자원순환의 의미를 담아 제작되었다. 버려진 자원이 재생 작업과 재활용 디자인 과정을 거쳐 다시 소비자에게 돌아오는 과정을 「자원순환 여행」으로 바라보고, 패키지를 여행 가방 형태로 제작하였다.

패키지에는 재활용 디자인 상품에 대한 설명과, <인천ESG디자인교류단>으로 참여한 인천공항운영서비스(주), 인천업사이클에코센터 미추홀구 소재은행, 인천디자인지원센터가 각각 수행한 병뚜껑 수거, 자원화, 재활용디자인이라는 역할을 자원순환 여행 여정 지도(러브사이클맵)로 표현하여 교육적의미도 전달하고자 하였다.

또한, <인천ESG디자인디자인교류단>에 참여한 8개 기관과 단체의 아이덴티티를 여행 가방에 부착하는 스티커 형태로 표현하여 프로젝트를 기념하도록 하였다.

이러한 의미들이 효과적으로 전달되기 위해 가장 중요한 것은 소비자들의 눈을 사로잡는 것이다.

소비자들은 착한소비를 지향하지만, 의미만을 구매하지는 않는다. 재활용 디자인이 재화로서 가치를 갖기 위해서는 소비자들의 눈높이에 맞는 품질과 디자인을 갖추어야 한다.

6) '뉴런' 형태에서 착안한 주식회사 학교네의 캐릭터 이름



개인의 취향에 따라 다양한 색상과 길이로 제작

이를 위해 <인천ESG디자인교류단>에서 패키지 개발 역할을 수행한 주식회사 학교네는, 학교네의 마스코트인 '키리' 캐릭터를 활용해 트렌디한 스타일의 일러스트로 표현해 주었다.

<러브사이클 패키지디자인 고려사항>

패키지디자인 고려사항	반영결과
기능성	상품이 안전하게 보호되고 운반하기 용이하며, 상품 설명이 잘 전달되도록 플랩 박스(Flap Box) 형태로 제작. 러브사이클이 만들어질 수 있는 최대길이(러너 최대 길이)를 기준으로 사이즈 결정.
아이덴티티	러브사이클 BI 반영.
상품의 의미(스토리)를 전달	재활용 디자인의 특징 강조하기 위해 <러브사이클 맵>으로 재활용 과정 설명.
	플랩 박스의 특징을 활용해 패키지 컨셉(자원순환 여행)을 빈티지 여행 가방으로 표현. 참여 기관 및 단체의 로고를 부착해 프로젝트 기념.
친환경성	자원화를 용이하게 하기 위해 100% 단일 소재(종이)로 제작.
비용효율성	최대 생산과 간편 조립을 위한 효율적인 패키지 설계.
심미성	키리 ⁶⁾ 캐릭터를 활용한 트렌디한 일러스트 디자인 적용.



빈티지 여행 가방을 연상시키는 러브사이클 패키지



자원순환 여행 티켓과 여정 지도

<인천ESG디자인교류단>은 재생 플라스틱이 지속가능디자인의 한 방법이 될 수 있다는 것을 알리고, 자원 활용에 대한 인식 전환과 재활용 디자인 참여를 독려하기 위하여 <재활용 디자인 체험부스>를 운영하였다.

체험 부스는 패키지 컨셉이기도 한 <자원순환여행>을 컨셉으로 공항과, 비행기 구조물의 형태를 활용하여 디자인 되었다.

체험 부스는 러브사이클 맵의 여정으로 진행된다. 자원순환 여행 티켓 발권하고 입장하면 재활용 디자인의 첫 단계인 자원수거(병뚜껑 기부)로 시작된다. 이후 병뚜껑의 선별, 분류, 세척, 분쇄 체험을 통해 재생플라스틱이 만들어지는 과정을 이해하고, 재활용 상품인 러브사이클을 직접 제작해보며 디자인의 가치를 알게 된다. 체험이 모두 끝나면 러브사이클(손 지압기)을 여행가방 형태의 패키지에 담아 체크아웃을 하고 기념사진도 찍는다.

지속 가능한 디자인을 실현하기 위해 재생 플라스틱 소재의 활용이 점점 더 중요해지고 있다. 인천디자인지원센터는 이러한 국내외 트렌드와 정보를 전달하기 위해 재활용 디자인 프로젝트를 추진하였고, 「재활용 디자인, 더 나은 세상을 만드는 디자이너」라는 디자인 진로 체험 프로그램도 운영하고 있다. 또한, 러브사이클뿐만 아니라 센터 기념품으로 IDSC 마그넷을 선보이는 등, 지속 가능한 사회를 위한 디자이너의 책임과 지속 가능 디자인의 중요성을 알리기 위해 다양한 시도를 하고 있다.

7) <2024 인천국제디자인페어>참가를 통해 2024.10.31.-11.2.까지 3일간 재활용 디자인 체험 부스 운영

공항과 비행기 구조물의 형태를 활용한 체험부스 디자인, 2024 인천국제디자인페어 참가사진



LIBRARY 지속가능 디자인을 위한 지속가능 소재 - 재생 플라스틱

인천디자인지원센터에서 직접 재활용 디자인 프로젝트를 추진하며 도출한 <지속 가능 디자인을 위한 고려사항>은 다음과 같다.

고려사항	내용
자원효율성	자원 낭비를 최소화하고 재생 가능하거나 재활용 가능한 자원을 사용 에너지 효율이 큰 생산 과정 선택
수명주기평가	제품의 전체 수명 주기를 평가하여 환경 영향을 최소화하는 방법을 모색 (재료 조달, 제조, 유통, 사용, 폐기까지 전 과정을 고려)
재활용성 및 재사용성	제품이 사용된 후에도 쉽게 재활용되거나 재사용될 수 있도록 설계
친환경 소재 사용	환경에 미치는 영향을 줄이기 위해 유해 물질을 배제하고 친환경적인 소재를 사용
지속 가능한 제조과정	제조 과정에서 발생하는 폐기물과 오염을 최소화
사회적 책임	공정 무역, 노동 조건, 지역 사회에 미치는 영향을 고려한 디자인을 추구
교육 및 인식	소비자에게 지속 가능한 디자인의 중요성을 교육하고, 그들이 이를 실천할 수 있도록 지원
경제적 지속 가능성	지속 가능성을 고려한 디자인이 경제적으로도 실현 가능하도록 심미성과 기능성, 구현 가능성을 갖춘 디자인 개발

[지속가능디자인을 위해 고려해야 하는 사항]

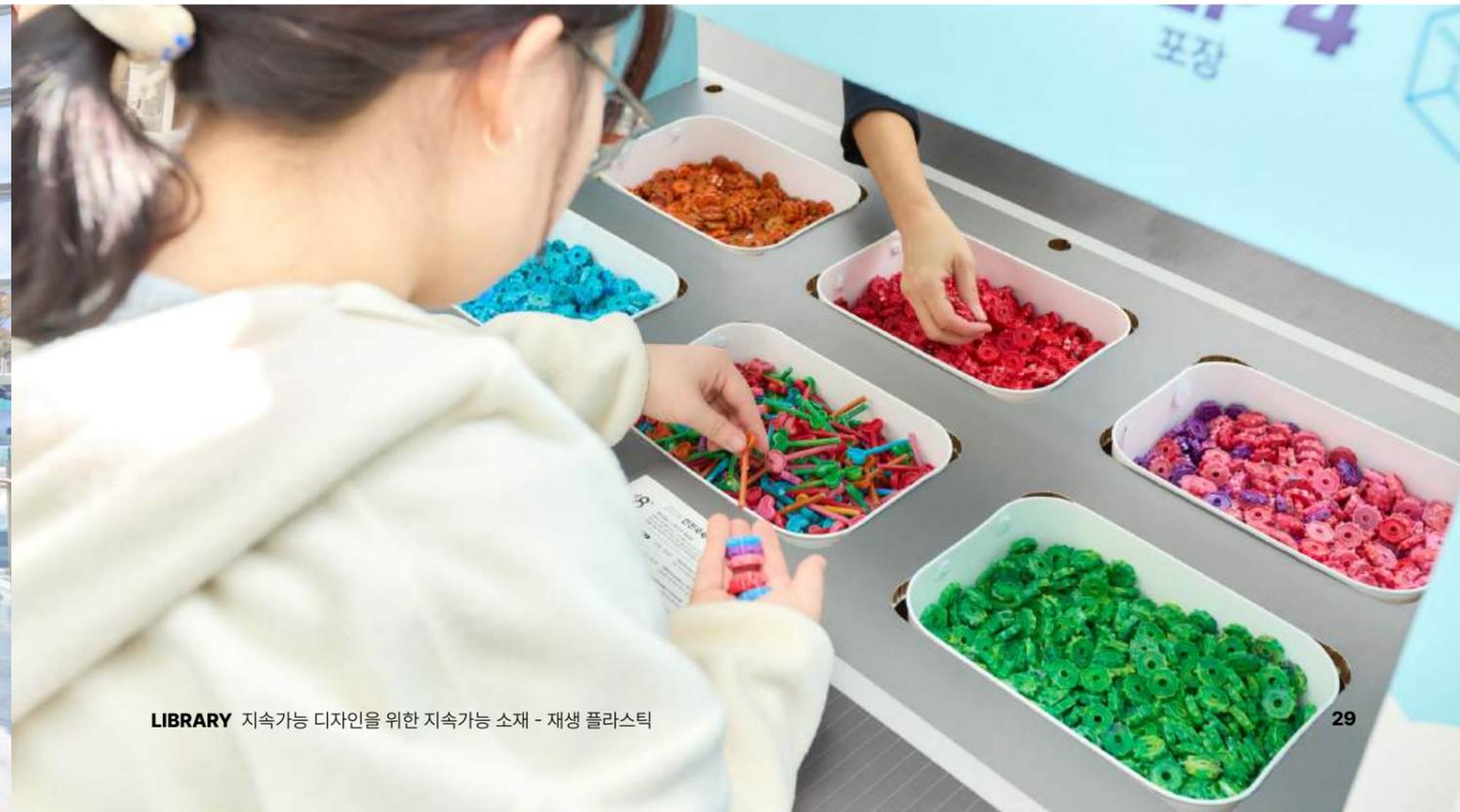


병뚜껑을 재활용한 IDSC 마그넷



인천디자인지원센터 디자인CMF라이브러리에 전시된 재생플라스틱 판넬

재생 플라스틱은 플라스틱 폐기물을 줄이고 자원의 효율적인 활용을 도모하며, 환경 보호에 기여하는 중요한 역할을 한다. 재생 플라스틱의 잠재력과 지속 가능 디자인의 필수 요소를 탐구한 이번 기사를 통해 우리는 자원 순환과 환경 보호의 중요성을 다시 한번 되새길 수 있었다. 재생 플라스틱 시장의 발전과 다양한 디자인 사례들은 지속 가능성을 실현하는 데 있어 혁신적인 해결책이 될 수 있음을 보여준다. 특히 <인천ESG디자인교류단>의 재활용 디자인 프로젝트를 통해 제안된 <지속 가능 디자인을 위한 고려사항>은 앞으로의 디자인 방향성을 제시하는 지침이 될 것이다. 우리의 작은 노력들이 모여 더 큰 변화를 만들어낼 수 있기를 기대한다.



LIBRARY 지속가능 디자인을 위한 지속가능 소재 - 재생 플라스틱

LIBRARY

디자인도서 추천

글, 자료조사. 강연주, 김혜영, 김현정 사진. 한경준, 윤이나

“

도서라이브러리 소식

인천디자인지원센터 디자인도서자료실의 하반기 신간도서를 소개합니다”

인천디자인지원센터 디자인도서자료실은 반기별로 신규 도서를 매입하고 있다.

신규도서 매입 기준은 다음과 같다.

- 최신 자료일 것
- 수요가 많은 자료일 것
- 소장 가치가 있는 자료일 것
- 디자인과 관련된 자료일 것



<하반기 신간도서 목록> 가나다 순

도서명	출판사
감 매거진(1-23권) 세트	감씨(garmSSI)
생성형 AI 프롬프트 디자인	광문각출판미디어
AI 디자인	길벗
디자인 구구단	길벗
버려지는 디자인 통과되는 디자인·편집 디자인	길벗
K-로고 연대기(K-logo Chronicles) 세트	디자인하우스
트렌드 코리아 2025	미래의창
2025 트렌드 노트	북스톤
the AI GRAPHICS: 인공지능, 캐릭터, 웹툰, 패션, 세계관, 디지털 디자인	비엘박스
플랫폼을 지배하는 조희수의 법칙	알에이치코리아
챗GPT & AI를 활용한 인공지능 그림 그리기 실전	앤서북
나는 메트로폴리탄 미술관의 경비원입니다	웅진지식하우스
오늘부터 나는 브랜드가 되기로 했다	웨일북
기획자의 독서	위즈덤하우스
무기가 되는 스토리	월북
제품 디자인 스타일링의 기술	유엑스리뷰
챗봇 디자인의 법칙	유엑스리뷰
더 레고 스토리	유엑스리뷰
색 잘 쓰는 디자이너	이지스퍼블리싱
(사용자를) 생각하게 하지 마!	인사이트
새로운 그래픽 디자인 교육 과정	작업실유명
누구나 쉽게 캔바 Canva로 끝내는 콘텐츠 디자인	제이펍
어린이 미술 사전 100	주니어RHK
안녕, 디자인!	주니어김영사
디자인, 이것만 알면 쉬워져요 with 63가지 LESSON	책만
컨셉은 없고 취향은 있습니다	책밥
지구를 지키는 괴짜 브랜드	천그루숲
브랜드 마케터로 일하고 있습니다	천그루숲
한국맥도날드 35년 브랜드 스토리	코스토리랩
디자이너의 문자	투름스
손을 잡는 브랜딩	한겨레출판사
미술이 좋다면 이런 직업!	한솔수북
디자이너 한눈에 보이는 책방도감	현익출판

지난 11월, 센터에는 2025년도 트렌드 책과 AI디자인 책을 포함하여 총 52권이 새롭게 입고되었다. 이번 신규도서는 디자인트렌드, 디자인소재, 디자인 방법론, 그리고 맥도날드, 레고와 같은 글로벌 브랜드의 브랜드마케팅 도서까지 분야별로 고르게 입고하였다. 또한, 청소년 방문자의 요구에 따라 디자인 진로 탐색에 도움을 주는 어린이디자인도서도 구비하였다.

센터는 이용객들이 손쉽게 최신 정보를 찾을 수 있도록 도서라이브러리 내 「신간도서」 코너를 마련하였다. 또한, 간행물을 통해 소개된 전문가 추천 도서들도 별도의 코너에 구성하였다.



디자인도서 추천



1

단순한 디자인이 성공한다.

자일스콜본 지음

이 책은 주류 사용자의 니즈를 파악하고 비전을 수립하는 이야기부터 화면의 시각적 요소와 콘텐츠를 단순화하는 방법까지 다양한 실제 사례와 경험을 바탕으로 내용을 구성하고 있다. 저자는 단순한 서비스와 제품을 만드는 가이드라인을 크게 '제거, 조직화, 숨기기, 이전'의 4가지로 분류하며, 85가지의 단순함의 법칙을 설명하고 있다. 이 책은 단순함의 경지에 도달한 제품을 만들고자 하는 실무 기획자, 디자이너, 그리고 모바일 웹과 앱을 개발하는 이들에게 특히 유용할 것이다.



2

Color Image Planning 어떤색이좋을까?

(주)아이알아이 색채 연구소 지음

이 책은 10가지 주요 색상과 한국인의 감성척도에 나타난 12가지 형용사 키워드를 바탕으로 한 이미지별 배색을 보여줍니다. 사전식으로 구성되어 필요할 때 쉽게 찾아볼 수 있으며, 연출된 이미지를 통해 배색이 적용된 후의 느낌을 예측할 수 있습니다. 저자의 경험을 바탕으로 한 색채 기획 기법, 색채 계획 사례, 이미지스케일 활용 등을 담고 있어, 디자이너, 마케터, 상품기획자 등 색채 관련 분야의 실무자들에게 추천하고자 한다.



5

로고 디자인의 비밀

빌 가드너 지음

“마일즈 뉴린, 서원 슈워츠락, 폴 호월트, 데이비드 에어리, 브라이언 밀러” 등 세계적인 디자이너들의 로고 디자인 개발 과정과 노하우를 자세히 공개한다. 로고 디자인을 발견, 개발, 납품의 3단계로 나누어 로드맵을 제시하며, 멘토 디자이너들이 제시하는 이 과정을 실전에서 활용할 수 있도록 상세히 설명하고 있다. 유명 디자이너들의 노하우를 깊이 있게 알고 싶은 분들에게 추천하고 싶다.



6

버려지는 디자인 통과되는 디자인

이민기, 김윤미 지음

잡지, 포스터, 브로슈어, 브랜드 북, 단행본 표지 및 내지 등 다양한 디자인 작업을 다뤘은 저자의 경험을 통해 실무적인 팁을 제공한다. 버려진 디자인과 통과된 디자인 시안 100개를 대조하며 디자인의 원칙과 이유를 설명해 준다. 다양한 시안을 통해 디자이너로서 성장하는 데 필요한 시각을 넓혀줄 것이다.



3

디자인을 위한 미드저니 완벽 활용법

임장한 지음

이 책은 초보자부터 전문 디자이너까지 누구나 자신만의 고품질 이미지 생성할 수 있도록 돕는다. 도서관에서 읽었던 책들, 자주 보았던 광고 배너 등이 AI로 어떻게 만들어지는지 과정을 알 수 있어, 디자인에 관심이 없던 사람들도 흥미를 가지게 되는 계기가 될 수 있을 것이다. 디스코드 가입부터 프롬프트, 파라미터 개념, 다양한 디자인 활용까지 단계별로 배울 수 있어 AI 입문자와 초보자에게도 추천한다.



4

좋아 보이는 것들의 비밀, 제품 디자인

박영우 지음

좋은 제품디자인이란 무엇일까? 이 책을 통해 혁신적인 제품 디자인의 개념을 알 수 있을 것이다. 또한, 3D 프린팅 시장의 분석과 세계 3대 공모전 수상작 분석 등 유익한 정보를 담고 있다. 실무 디자이너의 인터뷰를 통해 제품 디자인의 전통과 혁신, 창의성, 조형 방법을 소개하며, 아이디어 발상, 사용자 환경, 경험, 기능, 색상, 재질, 형태, 스토리텔링, 친환경 디자인 등의 노하우를 제공하며, 제품이 어떻게 발전하고 디자인되는지 알려준다.

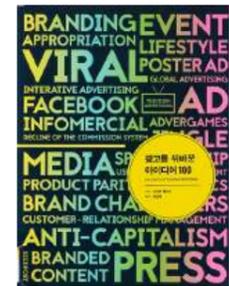


7

픽사 애니메이션 스튜디오

사이먼 비크로프트 글 / 린 워드 디자인

픽사는 많은 사람들이 사랑하는 애니메이션 스튜디오이다. 전 세계 관객들의 눈과 마음을 사로잡은 비결이 궁금한 사람들에게 <픽사 애니메이션 스튜디오>를 추천한다. 독창적인 예술성과 작품성이 고스란히 전해지는 픽사 애니메이션의 놀라운 이야기와, 시네마의 행로를 바꾸어 놓은 픽사의 엄선된 아트웍, 애니메이션의 획기적인 뒷 이야기들이 가득 담긴 <픽사 애니메이션 스튜디오>에서 코코, 업, 소울 등과 같은 명작들을 향한 궁금증을 해결할 수 있다.

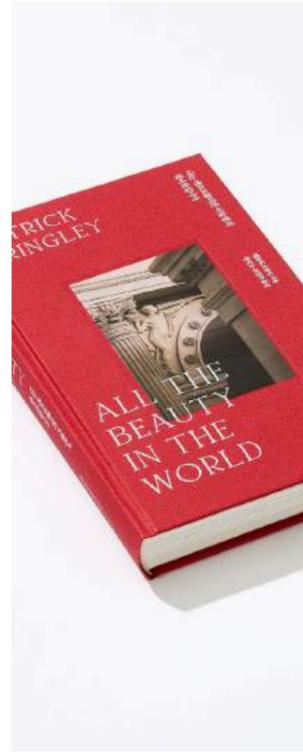


8

광고를 뒤바꾼 아이디어 100

사이먼 백스너 지음

이 책에서는 광고 산업이 본격적으로 시작된 산업혁명 시기부터 현재의 모바일 광고에 이르기까지 광고의 본질과 변천사, 그 안에 담긴 창의성의 핵심을 100가지 이야기로 풀어 보여준다. 인쇄 광고, 전단, 카탈로그부터 소셜미디어인 페이스북, 유튜브, 검색광고 까지 매체별로 꼼꼼하게 소개하고 있다.



전문가 서평

민지영 재능대학교 시각디자인학과 교수

나는 메트로폴리탄 미술관의 경비원입니다 : 가장 경이로운 세계 속으로 숨어버린 한 남자의 이야기

저자 : 패트릭 브링리
출판사 : 웅진지식하우스
ISBN : 9788901276533

목차

- 1장. 가장 아름다운 곳에서 가장 단순한 일을 하는 사람
- 2장. 완벽한 고독이 건네는 위로
- 3장. 위대한 그림은 거대한 바위처럼 보일 때가 있다
- 4장. 사치스러운 초연함으로
- 5장. 입자 하나하나가 의미를 갖는 드문 순간
- 6장. 예술가들도 메트에서는 길을 잃을 것이다
- 7장. 우리가 아는 최선을 다해
- 8장. 푸른색 근무복 아래의 비밀스러운 자아들
- 9장. 예술이 무엇을 드러내는지 이해하려고 할 때
- 10장. 애도의 끝을 애도해야 하는 날들
- 11장. 완벽하지도 않고 완성할 수도 없는 프로젝트
- 12장. 무지개 모양을 여러 번 그리면서
- 13장. 삶은 우리를 내버려두지 않는다

삶은 언제나 분주하다. 바쁜 와중에 잠깐이라도 여유가 생길라치면 스포츠 콘텐트로 채워지는 요즘, 책을 들고 다니며 버스나 지하철에 앉아 읽던 모습은 사라지고 모두 손안에 핸드폰을 응시하고 있다. 무언가를 읽을 수 있는 시간이 조금이라도 허락된다면 일반 서적보다는 업무를 위한 전공서적이거나 논문 읽기를 선택하는 경우가 많다. 두께감 있는 책 한 권 진득하게 읽기 어려운 현실 속에서 이 책은 마음 속까지 분주한 우리에게 잠시 휴식을 권한다.

세상을 살아가는 삶의 가치에 대한 재조명

주인공 패트릭은 뉴욕 중심가 고층빌딩에서 근무하던 잘 나가는 직장인으로 그의 삶은 많은 사람들이 가치를 두고 있는 성공적인 삶이었다. 세상 속에서 앞으로 나아가기 위해 달리고 있던 그는



사랑하는 형의 죽음이라는 비극적 사건을 계기로 인생의 방향성을 잃고 내적 혼란을 겪으면서 세상이 추구하는 삶의 목표에서 벗어나 메트로폴리탄 미술관의 경비원으로 취직한다. 그는 상실감의 탈출구로 조용한 물입에 선택하고 미술관이라는 고요한 공간에서 세계적인 명화, 조각 같은 예술 작품들과 끊임없이 교감하는 특별한 경험을 쌓아간다. 그런 시간의 과정 속에서 형을 기억하고 형을 떠나 보내야 했던 가족들의 슬픔을 잔잔하게 풀어내며, 작품을 관찰하고 각 작품이 담고 있는 서사와 메시지에 몰입하는 과정에서 그는 자신의 상처를 치유하고 상실의 의미를 새롭게 정의해간다.



'계속 아름다운 것을 보면서 그 시간 안에 있을 수 있다는 것'

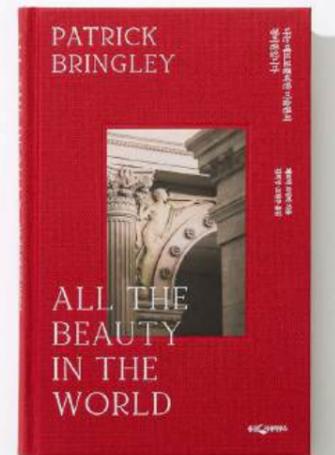
이 책의 원 제목은 'All the Beauty in the world.'이다. 삶의 고통 속에서 그는 세상에서 아름다운 것들 속에 있기로 선택하고 미술관에서 일하는 경비원의 특권으로 한 작품 한 작품 세밀하게 바라본다. 작품의 터치 하나, 색 하나를 바라보는 그의 묘사가 너무 섬세해서 그 앞에서 서서 그림을 보고 있는 듯 그의 호흡이 느껴질 정도이다. 글을 읽다보면 작가가 받았던 느낌을 충분히 공감해보고 싶은 마음이 생겨 작가가 바라보고 있는 작품을 몇 번이나 찾아보았고, 그림을 보며 글을 읽으면 마치 어릴 때 그림책으로만 보았던 미켈란젤로의 '천지창조'를 시스티나 성당에 가서 처음 보았을 때 한참을 바라보고 또 바라보았던 그 설렘이 기억나는 것 같았다. 계속 아름다운 것을 보면서 그 시간 안에 있을 수 있다는 것, 요즘 같은 스포츠 트렌드 시대에 한 번쯤 그 시간이 멈춘 듯한 고요를 생각해볼직하다.

·영감(Inspiration), 더 좋은 디자인을 위하여

디자이너는 더 좋은 디자인을 하기 위한 영감을 받기 위해 새로운 경험을 찾는다. 그 영감은 꼭 디자인 작업물에서 받는 것이 아니라 여러 문화와 매체 등을 통해 다양하게 얻는데 이 책은 메트로폴리탄 미술관의 예술 작품에 대한 섬세한 묘사를 통해 디자이너에게 충분한 자극을 제공하고 있다. 특히 예술 작품을 바라보는 경비원(작가)의 관찰과 서술 뿐만 아니라 관람을 하러 온 사람들과 그 분위기까지 글을 통해 예술 작품과 충분히 호흡할 수 있도록 돕는다.

또한, '글'이라는 매체는 이제 디자이너에게 창의적 결과물의 매개체가 되었다. AI가 디자인의 도구로 활용되기 시작하면서 디자인이 형상이 텍스트투이미지(Text to Image)식의 프롬프트(Prompt)의 작성을 통해 만들어 지고 있기 때문이다. 좋은 디자인을 위해서 우리는 많은 것들을 보는 것 뿐만 아니라 읽는 것도 중요해졌으며, 디자이너가 원하는 형상을 만들기 위해 글로 형상을 만들어 가는 시대이다. 변화하는 시대를 리드하는 디자이너로 성장하는 이들에게 이와 같은 많은 서적들이 도움이 되기 바란다.

책을 읽는 방식은 참 여러 가지로 바뀐 것 같다. 책 냄새가 나는 종이로 된 책을 한 권 들고 폭신한 소파에 기대어 읽을 수 있다면 가장 좋겠지만 책을 가지고 있지 않을 때도 잠시 시간이 난다면 모바일이나 태블릿에서 e-book으로 책을 읽을 수 있다. 그럴 때면 책 속에서 그림에 대한 묘사가 나올 때 바로 인터넷에서 해당 이미지를 찾아볼 수 있어 작가의 설명에 좀 더 생동감을 느낄 수 있다. 또한 음성으로 책을 읽어주는 기능을 이용하면 운전 중에도 책을 계속해서 읽을 수 있다. (다만 아직 음성으로 듣는 건 아직 자연스럽게 못한 것 같다.) 이런 기술의 발전이 스포츠트렌드 시대이지만 책을 좀 더 가까이 할 수 있는 계기가 되면 좋겠다.





전문가 서평

김희경 (주)더오이아이디 대표

실리콘밸리 디자인의 역사

저자 : 배리 카츠
출판사 : 유엑스리뷰(UX REVIEW)
ISBN 9791188314270

목차

- 머리말 - 존 마에다(John Maeda)
- 감사의 말
- 들어가며
- 1장 환희의 계곡, 실리콘밸리
- 2장 연구와 개발
- 3장 상전벽해
- 4장 디자인의 계통
- 5장 디자이너를 디자인하기: 실리콘밸리식 디자인 교육
- 6장 미래 사물의 형태
- 마치며

디자인을 하면서 가장 궁금했던 그러나 쉽게 물어볼 수 없는 질문들이 있다. “성공하는 디자이너들 혹은 디자인 기업들은 어떻게 성공했을까?”, “성공한 스타트업 기업들은 그 아이디어를 어디서 어떻게 얻어냈을까?”, “생각이 멈추면 어떻게 그걸 해결해 이어나갈 수 있을까?” 하는 것들이었다. 그러나 어디에서 명확한 해답을 찾을 수 없는 마치 불교의 선문답 같은 궁금증들이었다.

실리콘밸리의 디자인의 역사는 바로 이러한 내용을 담고 있다. 대한민국 디자인 시장은 서울을 중심으로 이루어지고 있다고들 생각한다. 그렇다면 세계의 디자인은 어디서 주도하고 있는 걸까? 물론 전통적이거나 미학적인 요소를 담는 클래식적인 디자인 말고, 일반적인 트렌드를 주도하는 디자인을 생각해 본다면, 페이스북, 애플, 구글, 휴렛팩커드, IDEO 등 실리콘밸리의 신화적 스타트업들이 위대한 제품과 서비스를 만들 수 있게 해준 디자인 경영과 프로젝트들의 이야기를 한 권에 담아낸 실리콘밸리의 디자인의 역사를 읽어보면 그 흐름을 알 수 있다.



디자인 전공 교수인 저자는 스탠퍼드대학, IDEO, 캘리포니아예술대학에서 근무하며 초창기부터 실리콘밸리의 디자이너들과 교류해 온 경험을 살려 유명 디자이너, 개발자, 경영자들과 직접 인터뷰를 거쳐 이 책을 썼다고 한다. 말 그대로 실증 디자인 교과서인 셈이다.

흔히 디자인을 시각적 커뮤니케이션 네트워킹이라고 한다. 그러나 단순히 디자인을 시각적인 것으로만 규정 짓기에는 이 시대는 너무나 복잡하다. 디자인 생태계를 이루는 다양한 조직과 이론과 논리를 바탕으로 한 디자인 체계와 수많은 빅데이터와 Tool을 바탕으로 한 테크니컬한 화려함과 치밀함 등이 시각적 베이스가 되기 때문이다. 오늘날의 제품 디자인, 인터랙션 디자인, 사용자 경험 디자인이 굳건한 디자인의 한 영역으로 탄생하게 된 배경을 처음으로 다루었으며, 끊임없이 새로운 기술이 나오는 디지털 세계에서 디자인이 진화해온 과정을 실리콘밸리의 인터뷰 등을 통해 생생하게 서술했

다. 지금의 디자인계를 대표하는 디자이너들과 수많은 시간 인터뷰를 거쳐 정리한 이 책은 특히 디자인 조직이나 디자인 회사 운영, 그리고 디자인 씽킹 기반의 경영에 관한 좋은 목표 설정과 가이드맵이 될 것이다.

세계에서 가장 강력한 혁신의 엔진으로 전 세계 디자인 트렌드를 주도하는 실리콘밸리는 디자인 중심 조직 문화를 구축하여 성공을 거두었다. 디지털 문화의 중심에 있는 제품 디자인, 사용자 경험(UX) 디자인, 인터랙션 디자인은 실리콘밸리에서 뿌리를 두고 발전했으며, 오늘날 디자이너들이 제품과 서비스 개발에서 주도적 역할을 맡게 된 것도 실리콘밸리의 디자인 중시 경향 덕분이라는 점을 이 책은 강조하고 있다.

이 책은 디자인 경영과 디자인 씽킹이 기업 성장과 혁신에 얼마나 중요한지 깨닫게 해주며, 디자이너들의 자존감과 미래 디자인 방향에 대한 가이드를 제시하고 있다. 오랜 세월 실리콘밸리의 조직에 몸담아 온 산증인인 저자 배리 카츠는, IT 기업들을 조사하면서 IDEO, 프로그, 루나 등 주요 디자인 컨설팅 회사들의 기원과 주요 프로젝트들에 대해 진솔하게 서술하고 있다. 또한, 디자인이 단순한 아웃풋을 넘어 비즈니스 경영 모델 전략의 핵심 기반이 되는 과정과 디지털 디자인의 흥미진진한 역사를 다루고 있다. 이를 통해 실리콘밸리의 가장 영향력 있는 기업들이 어떻게 경영 전략의 핵심에 디자인을 두게 되었는지 알 수 있다.

광대하고 다양한 디자인의 생태계인 실리콘밸리는 끝없이 경외심을 불러일으킨다. 그 내부에 있는 인간 중심적 실증주의와 전통적 혁신은 응용된 미국식 창의성의 오래 지속되는 위대함을 증명한다.

“배리 카츠의 디자인 역사 이야기는 전문가들과 일반 독자 모두에게 기쁨이 될 것이다. 왜냐하면 그것이 일상생활 속의 여러 상징적 사물들을 다루고 있기 때문이다.”

- 파올라 안토넬리 (뉴욕 현대미술관 건축 및 디자인 부문 수석 큐레이터)

“이 책의 흥미로운 서술 이면에는 세계에서 가장 역동적인 혁신의 중심에서 디자인이 해왔던 중요한 역할에 대한 면밀한 연구와 이론을 근거로 한 깊은 이해가 있다.”

- 노나카 이쿠지로

“이 책을 접하면서 왜 디자인이 중요한지, 그리고 디자인이 걸로 보이는 외관 이상의 것이라는 것에 대해 훨씬 더 큰 이해를 할 수 있었다. 이 책은 디자인이 혁신, 품질, 사용자 친화성, 그리고 브랜드의 차별성을 반영하는 데 있어 필수적인 요소라는 것을 이해하기 위한 훌륭한 입문서다.”

- 레지스 맥케나 (Total Access and Relationship Marketing 저자)



디자인을 평생 업으로 삼아온 나에게 실리콘밸리의 선구안은 부럽기도 하지만, 그러한 발상을 가능하게 한 것도 결국 조직문화의 일원인 디자이너들이었다고 생각한다. 디자이너들이 자유롭게 생각을 나누고 디자인 씽킹 기반의 조직 경영에 참여함으로써, 1인 브랜드에 의해 주도되어 성장하는 것보다 더 지속적이고 강력하게 스스로 굴러가는 디자인 조직이 단단해지는 자생력을 가질 수 있을 것이다. 미래의 디자이너들은 꼭 이 책을 읽어보기를 추천한다.



미래를 여는 디자인 인사이트

INSIGHT

글, 자료조사. 강연주, 정인선, 김다솜 사진. 한경준



2024년도 해럴드디자인포럼에서는 국내외에서 손꼽히는 유명 아티스트 10인(건축가, 디자이너, 기술자, 작가)을 초청하여, 그들의 독창적이고 깊이 있는 인사이트를 통해 현대 디자인의 새로운 방향성을 탐구하는 시간을 가졌다. 이 포럼에서 논의된 내용을 토대로, 자연을 활용한 기후 친화적 건축, 가상현실과 AI의 융합, 음악 창작의 혁신, 그리고 기술과 창의성의 조화를 주제로 한 디자인 인사이트를 여러분과 공유하고자 한다. 각 분야에서 선구적인 역할을 하고 있는 전문가들의 이야기를 통해, 변화하는 시대에 적응하고 선도해 나가는 디자인의 미래를 함께 그려보자.



I. 라카통 & 장 필리프 바살 : 지속 가능한 건축의 미래

라카통 & 바살 건축사사무소는 관대함과 경제성의 원칙을 바탕으로 생활, 용도, 예산에 맞게 프로젝트를 진행하며, 표준규범을 변화시키고 지속 가능성을 달성하는 것을 목표로 한다.

- 프리츠커상 수상(2021)
- 미스 반 데어 로에 상(2019)
- 글로벌지속가능건축상(2018)
- 벨룩스 재단 데이라이트 및 건축 구성요소상(2011)
- 프랑스 건축 그랑프리(2008)

FRAC Nord-Pas Calais, Dunkerque(2013) © Philippe Ruault

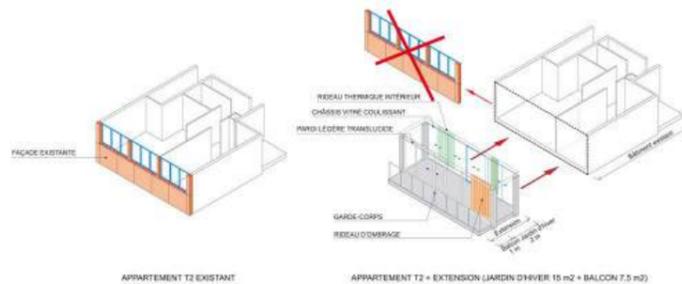


“영감은 모든 곳에 존재하기 때문에 무한합니다. 일상적인 것에서 감명 받을 수 있어야 하며 창의력과 계속해서 놀랄 수 있는 능력이 필요합니다.”

- 장 필리프 바살, 안 라카통, 2024 헤럴드디자인포럼 中

라카통 & 바살 건축사사무소는 기존 자원을 활용해 비용을 절감하고, 경제성 높은 건축을 실현하여 도시에 새로운 생명력을 불어넣는 것을 목표로 한다. 도시를 이루는 모든 재료를 보존하고 유지하려는 노력은, 신축 건물보다 기존 건물에 대한 존중을 우선시하는 라카통 & 바살의 철학을 반영한다. 자재뿐만 아니라 건물 자체를 재활용하는 접근은 지속 가능성에 대한 요구가 증가하는 현대 건축의 흐름과 맞물려 있다.

프랑스 보르도의 낡은 공공주택 프로젝트(2011) © Drouot, Lacaton&Vassal



프로젝트 구조도(2011) © Drouot, Lacaton&Vassal

프랑스 보르도의 낡은 공공주택 프로젝트(1960년대 건물 브와 르 프레트르 타워)는 이러한 접근의 대표적인 예이다. 철거하는 것보다 기존의 것을 활용해 추가하는 것이 경제성 있음을 강조한 이 프로젝트는, 건물의 콘크리트 파사드만을 뜯어내고 유리를 활용한 발코니 공간을 추가해 이전보다 더 쾌적한 주거공간으로 변모시켰다. 무엇보다, 공사기간 동안 이주를 해야 하는 주민들의 불편과 비용을 해결하기 위해 조립방식의 공사를 추진하여 새로운 도시이미지

건물 외관의 변모과정 © Drouot, Lacaton&Vassal



를 원했던 파리시도, 더 많은 채광과 공간, 거주 편의를 원했던 입주인도 모두 만족할 수 있는 건축을 실현했다.

이미 존재했던 것에 대한 자원적, 역사적 가치를 존중하고 주거하는 사람들의 삶도 존중하는 창의적인 변형방식은 무조건 부수고 다시 짓기를 원하는 국내 재건축 풍토에 시사점을 준다.

안 라카통과 장 필리프 바살은 부수고 버리는 행위는 낭비이며 폭력이라고 주장한다. 또한, 지속가능성에 대한 요구가 증가하는 요즘 훌륭한 디자인은 이미 존재하는 것들을 활용해 창의적인 변형을 하는 것이며 그러기 위해 디자이너가 존재한다고 말한다.

팔레 드 도쿄(2012) 프로젝트는 오래된 공공시설물을 지속할 수 있는 창의적인 방안을 보여준다.

1937년 파리 만국 박람회 때 지어진 오래된 건물 '팔레 드 도쿄'는 두 사람을 통해 파리 디자인페어, 메종 오브제 등이 개최되는 현대적인 미술관으로 변모하였다.

기존의 이 건물이 지니고 있는 역사적 의미와 형태는 보존하면서 내부의 요소들은 콘크리트 뼈대 구조만 남겨둔 채 정리하여 자연 채광이 어우러진 개방감 있는 공간으로 개조하였다. 특히 2만m²의 지하 공간을 마련하여 다채로운 전시와 행사, 교류가 가능한 '팔레 드 도쿄'만의 특색있는 공간으로 차별화 하였다.



기존구조와 자연채광을 활용한 내부전경 © Philippe Ruault

안 라카통과 장 필리프 바살의 철학과 디자인을 통해 알 수 있는 디자인 전략은 다음과 같다.

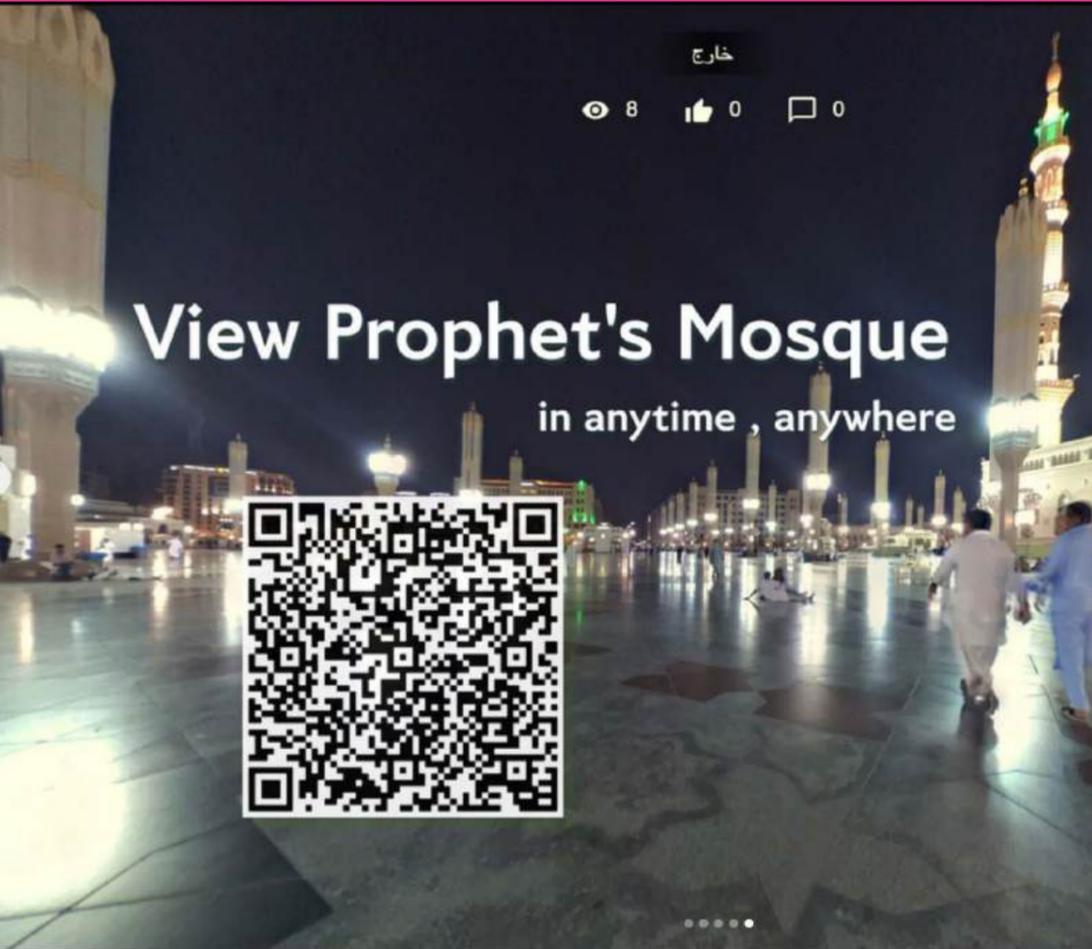
Key Design Insights	
1. 경제성과 지속 가능성	저렴한 비용으로 더 넓고 기후에 알맞은 공간을 창출하며, 최소한의 수리로 최대한의 효과를 내는 접근을 통해 경제성을 강조
2. 존중과 지속 가능성	기존 건축물의 재료와 구조물을 존중하고 재활용함으로써 경제성과 지속 가능성을 동시에 추구
3. 자연과의 조화	자연 채광을 디자인 요소로 활용하는 등 자연 요소를 통합하여 환경 친화적이고 지속 가능한 건축을 실현
4. 예술과의 통합	예술 작품과 건축을 통합하여 공간을 더욱 풍부하고 의미 있게 만들
5. 빛의 활용	조명을 세밀하게 설계하여 시각적 경험을 최적화하고 작품의 품격을 높임

II. 조니 리: XR을 통한 상상력의 여행을 설계하다

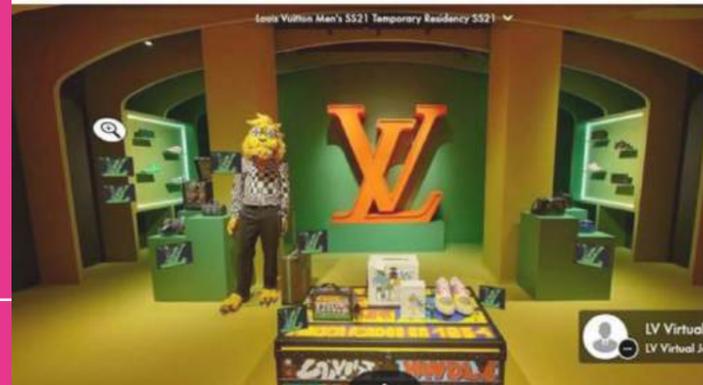
루이비통, 디올 등 글로벌 명품사 등 10만 개 기업에 XR 서비스를 제공하고 있는 조니 리는 XR 기술을 마케팅에 접목하며 미래에는 확장현실(XR)이 전시회를 대체할 것이라고 말한다.

- 미국 CGU드러커경영대 공학 MBA취득
- WNET설립(1994), Ucom설립(1997), iStaging설립(2015), iStaging Asia 설립(2023)
- 미국 나스닥 상장, 글로벌 IT업계의 스타 CEO
- 인텔 APEC 글로벌 챌린지 1등, APICTA어워드 수상, Coup de Coeur VivaTech 수상 등

XR여행 © iStagingofficial



프로그래밍과 비즈니스 운영 경험을 쌓은 '조니 리'는 3개의 회사를 창업했으며, 첫 회사였던 WNET은 31살에 미국 나스닥에, Ucom은 대만 증권거래소(TWSE)에 성공적으로 상장해 엑시트를 완료하였다. 현재 iStaging을 창업해 상장을 준비하고 있으며, 대만 과학부에서 AI 기술 자문위원으로 활동 중이다. 대만칭화대, 대만과학기술대학, 그리고 엔비디아-아수스와 협력하는 AI-디지털트윈 연구소를 설립하기도 했으며, 루이비통, 디올 등 글로벌 명품사의 XR공식 파트너로 10만개 기업에게 서비스를 제공하고 있다. 버튼 하나로 XR 서비스를 이용할 수 있는 기술을 디자인하고, 이를 마케팅 등 실용적인 기능에 접목한 것이 성공 전략이다.



디올루이비통쇼룸 © 아이스태이징아시아

현대 디자인의 선구자 조니 리는 "Design a Journey to See Imagination through XR"라는 주제로 진행된 세미나에서 미래의 디자인 방향성을 제시했다. 그의 강연은 가상현실(VR)과 증강현실(AR) 기술, 그리고 인공지능(AI)의 결합을 통해 어떻게 상상력과 창의성을 극대화할 수 있는지에 대한 인사이트로 가득했다.

조니 리는 미래에는 전시회나 견본주택이 사라지고, 대신 가상현실 속에서의 경험이 대세를 이룰 것이라고 전망했다. 애플 비전 프로, 메타 스마트 글래스와 같은 첨단 기기들이 이를 가능하게 할 것이라고 덧붙였다. 그는 이러한 가상현실 안에서는 손이나 리모컨을 사용하지 않기 때문에 유저 인터페이스 디자인이 더욱 중요해진다고 강조했다. 디자인에 따라 컨트롤 난이도가 크게 달라지기 때문이다.



그는 또한 다양한 브랜드들이 메타버스를 통해 매출을 증가시킬 수 있다고 주장한다. 실제로 루이비통, 디올 등의 고객사 제품을 스캐닝해 3D로 전환하고, 가상의 쇼룸을 만들어 온라인 매출을 창출하고 있다. 이와 같은 방식은 패션브랜드뿐만 아니라 은행 등 다양한 브랜드에서도 활용될 수 있다.

조니 리는 사람들이 원하는 것은 '경험'이라며, 고객에게 긍정적인 브랜드 경험을 제공하고 개인의 경험을 구축할 수 있도록 노력해야 한다고 말했다. 이를 위해 디자이너들은 사용자가 몰입할 수 있는 환경을 설계하고, 브랜드의 가치를 더욱 높여야 한다.

인공지능(AI)은 인간이 보는 것을 이해하기 어렵기 때문에 '디지털 트윈'이라는 개념의 필요성을 강조했다. 디지털 트윈은 실제와 동일한 3차원 가상 모델을 만들어, AI가 인간의 시각을 이해하고 활용할 수 있도록 돕는 기술을 뜻한다. 조니 리는 미래에는 AI를 활용해 인간을 돕는 것을 관리하는 디자이너도 필요할 것이라고 예측했다.

Key Design Insights	
1. 가상현실의 중요성	전시회나 견본주택 대신 가상현실을 통해 제품과 공간을 경험할 수 있는 시대. 유저 인터페이스 디자인 중요.
2. 메타버스를 통한 매출 증대	다양한 브랜드들이 메타버스를 활용해 3D 쇼룸을 만들고 온라인 매출을 증가시킬. 패션 브랜드 외 다양한 산업 활용 가능.
3. 브랜드 경험의 중요성	고객에게 긍정적인 브랜드 경험을 제공하고 개인의 경험을 구축해야 함. 사용자 몰입 환경 설계 필요.
4. 디지털 트윈 필요성	AI가 인간의 시각을 이해하고 활용하기 위해 실제와 동일한 3D 가상 모델 필요.
5. AI와 디자이너의 협업	미래에는 AI를 활용해 인간을 돕는 디자이너가 필요. AI와 디자이너의 협업을 통한 혁신적 디자인 가능.



디지털트윈 © Neuroscience News

Ⅲ. 안창욱 : AI 작곡가, 음악을 디자인하다.

안창욱 교수는 이봄(EvoM)을 통해 AI기술을 활용하여 인간의 창작능력과 범주가 얼마나 확장되며 AI시대에 AI와 인간이 공존할 수 있는지 보여주고 있다.

- 광주과학기술원(GIST) 대학원 전기전자컴퓨터공학부 교수
- 크리에이티브마인드 대표이사
- AI 작곡가 '이봄(EvoM)' 개발

AI작곡가이봄 © 크리에이티브마인드



“음악은 설계 절차가 있는 건축과 유사합니다. 모티브, 음악적 구조, 멜로디, 화성, 리듬/비트, 악기, 편곡 등의 요소를 순서대로 디자인하는 것이 작곡이기 때문에, AI는 음악 지식을 습득하는 과정을 단축시키고 쉽게 창작 단계로 진입할 수 있게 도와줍니다.”

- 안창욱, 2024 헤럴드디자인포럼 중

안창욱 교수는 “AI 작곡가 ‘이봄’ - 음악을 디자인하다”라는 주제로 진행한 세미나에서, AI 기술을 활용한 음악 창작의 미래를 전망했다. 삼성종합기술원과 성균관대학교를 거쳐 광주과학기술원 AI 대학원 교수로 재직 중인 그는, 2017년 AI 음악 전문 스타트업 (주)크리에이티브마인드를 창업하고 대표이사를 맡고 있다. 또한, 2016년에는 우리나라 최초의 AI 작곡가 ‘이봄(EvoM)’을 탄생시켰다.

이봄은 다양한 장르의 디지털 싱글을 발매했으며, 특히 에일리와의 협업곡 'I Feel So Alone'은 AI 음원 최초로 멜론 기준 최신 4주 차트 10위권에 진입하는 성과를 거두었다. 안창욱 교수는 이러한 이력을 바탕으로, 음악이 AI를 통해 창작될 수 있다는 점을 강조했다.

AI 작곡프로그램 뮤지아원 © 뮤지아원



헤럴드포럼 안창욱 © 헤럴드경제

그는 음악이 창작 행위이며, 창작은 인간의 고유 영역임을 인정하면서도, AI는 사람의 능력을 도와주고 극대화하는 도구라고 주장했다.

현재 AI 창작물 자체에는 저작권이 부여되지 않지만, AI를 보조로 사용해 사람이 창작한 것은 저작권이 인정될 수 있는 방향으로 나아가고 있다. 예를 들어, 미국 저작권청은 AI를 활용한 예술 작품에 대해 특정 조건 하에 저작권을 인정한 사례가 있다. 안창욱 교수는 AI 작곡가 이봄 서비스를 홍보하며, AI 작곡가를 활용한 곡의 경우 권리는 서비스를 결제한 사람 본인에게 귀속된다고 설명했다. 하지만, 표절 문제 또한 사람에게 귀속되기 때문에 주의해야 하겠다.

Key Design Insights	
1. 예술성과 기술의 융합	AI기술은 음악 지식의 습득시간을 단축시키며, 인간의 작곡 작업을 지원하고 예술성을 유지
2. 저작권과 AI 창작물	AI 창작물 자체에는 저작권이 없지만, AI를 보조로 사용한 창작물은 저작권 인정 가능.
3. AI 작곡가의 활용	AI작곡가는 고객이 원하는 음악을 창작하고, 권리를 고객에게 귀속시킴.
4. 표절 문제와 AI	AI 기반 음악 창작에서 표절 문제에 주의해야 함.

AI로 작곡된 음악 © 뮤지아원

MUSIA PLUGIN으로 작곡된 곡들

- | | |
|--|---|
| 에일리(Ailee) - I feel so alone
0:00 / 2:49 | DreamNote - Easy
0:00 / 2:52 |
| MustB - Persona
0:00 / 2:50 | KISU - Love You Back
0:00 / 2:52 |
| HAYEON - Eyes on you
0:00 / 3:42 | HAYEON - idkwtD (Original ver.)
0:00 / 3:25 |
| HONG JIN YOUNG - 사랑은 24시간
0:00 / 3:29 | UNPRO - 동정(feat.윤도담)
0:00 / 3:04 |

IV. 황정록 & 최종진 : VFX, 기술로 만드는 예술의 세계

시기술과 CG기술의 교차점이라고 표현되는 VFX기술. 놀라운 세계를 디자인하고 실제보다 더 진짜처럼 구현하며 VFX기술의 정점에 있는 황정록, 최종진 아티스트를 만나보자.

- 황정록
 - Weta FX 소속 시니어 페이스얼 아티스트
 - 미국 시각효과협회 주최 Outstanding Animated Character in a Photoreal Feature 어워드 수상
- 최종진
 - Weta FX 소속 CG슈퍼바이저
 - 소니 픽처스 이미지웍스, 루카스필름 소유 ILM의 라이팅테크니컬 디렉터 역임
 - <혹성탈출>, <호빗>, <어벤져스>, <트랜스포머>, <아바타: 물의 길> 등 다수의 영화 참여

아바타 물의길 물속CG © 20th Century Studios



나날이 발전하고 고도화된 기술로 인해 이제는 구현 능력에 대한 고민이 아니라 그 세계를 어떻게 창조할 것인지 아티스트의 창의성을 고민해야 합니다.

- 황정록, 2024 헤럴드디자인포럼 중

가상의 공간, 가상의 캐릭터가 진짜로 받아들여지고 그 안의 세계가 아름답다고 느껴진다면, 그건 시각특수효과, VFX기술 때문이다.

VFX란?

VFX는 Visual Effects의 줄임말이다. 시각특수효과를 의미하며, 주로 영화, TV, 광고, 비디오 게임 등에서 실제로 촬영할 수 없는 장면이나 효과를 디지털 기술을 사용해 만들어내는 것을 말한다. VFX는 영화 '아바타', '어벤져스' 시리즈, '트랜스포머'와 같은 블록버스터에서 자주 사용되며 컴퓨터 그래픽과 다양한 디지털 기술을 결합하여 환상적이고 현실감 있는 시각적 경험을 제공한다.

가상의 세계를 설득시키기 위해서는 생동감 있는 캐릭터를 창작하는 일이 제일 중요하다.

이 캐릭터의 표정을 퍼펫이라고 하며 페이스얼 아티스트의 역량에 따라 캐릭터의 완성도, 영화의 몰입도가 결정된다.

<아바타 : 물의 길>의 캐릭터 키리를 통해 2023년 미국 시각효과협회에서 어워드 수상을 한 황정록 페이스얼 아티스트는 퍼펫 제작에 대한 노하우를 공유했다.

<퍼펫 종류에 따른 제작Tip>

종류	중점을 두는 부분
사실성에 근거한 캐릭터	실제 과거 영상을 분석해 반영함(표정 등)
상상 속의 캐릭터(크리처, 판타지 등)	디테일을 통해 캐릭터의 성격 및 개성 강조
중간 지점의 캐릭터	각각의 캐릭터에 맞게 세심하게 접근



황정록&최종진 © 헤럴드경제

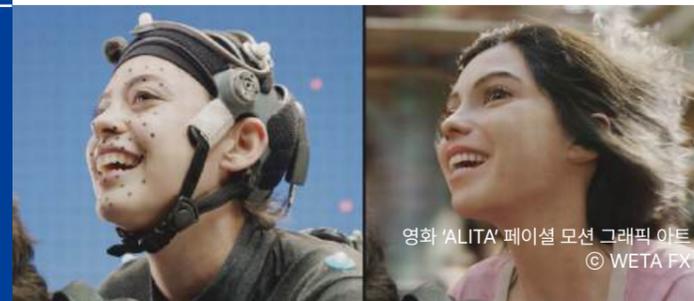
기술을 넘어서 새로운 시대를 연 영화 <아바타>는 VFX의 가능성을 무한으로 확장시켰다. 그동안은 몇천 단위의 샷과 데이터들을 어떻게 처리하고 관리할 것인지가 문제였지만 머신러닝을 활용한 APFS기술은 그저 아티스트의 창의성만 있다면 무엇이든 어떠한 세계든 완벽하게 구현해낼 수 있다.

<아바타 : 물의 길>을 전후로 달라진 퍼펫 사용 기술

종류	특징
FACS(이전 방식)	얼굴의 움직임을 하나하나 만드는 것 피부 속 구성요소를 표현하는 데 한계가 있음 실제 사람에 비해서 입의 움직임 등이 부자연스러움
APFS(적용 방식)	비교적 자연스럽게 생동감이 느껴짐 머신러닝과 결합되면서 만들어진 표정을 수정할 수 있게 됨 캐릭터 얼굴 표정을 컨트롤할 수 있어 미세한 감정까지 표현 가능

이제는 "어떻게?"의 문제이다. 기술은 도구일 뿐 아티스트 본인이 어떻게 사용하는지가 중요하다. 현재 작업 중인 <아바타3 : 불과 재>에서도 아티스트들은 실제보다도 더 아름다운 장면을 만들기 위해 노력하고 있다.

아바타의 제임스카메론 감독은 VFX기술에 대해 시기술과 CG 기술의 교차점이라고 표현하였다고 한다. 이에 덧붙여 최종진 Weta FX CG슈퍼바이저는 성숙한 단계의 CG기술에 비해 현재의 시기술은 주사위를 던지는 기분이라며, 정확도가 낮고 컨트롤이 어렵기 때문에 생성형 AI를 픽셀단위로 조정할 수 있는 유저프렌들리한 인터페이스가 필요하다고 지적했다.



영화 'ALITA' 페이스얼 모션 그래픽 아트 © WETA FX



영화 '호빗 스마우그의 폐허' 페이스얼 모션 그래픽 아트 © Warner bros. uk & Ireland 유튜브



D23 공개 <아바타 : 불과 재> 컨셉아트 © 20th Century Studios

V. 김그륄 : 꿈을 이루는 공략집 그리고 인간 vs AI

37의 나이로 두 번의 에미상을 수상한 세계적인 모션그래픽 디자이너 김그륄이 전하는 예비 디자이너를 향한 진심어린 응원 메시지 담았다.

- 2024년 2023 에미상 Outstanding Main Title (For All Mankind Season 3 Experience)
- APPLE Creative

디자인 성장 스토리 © 김그륄 유튜브



디자이너 김그륄은 자신의 경험을 바탕으로 디자이너로서 꿈을 이루기 위한 성공 전략을 공유했다. 그는 성장 과정을 마치 게임 속 캐릭터가 미션을 성공하고 레벨업하는 방식으로 설명하며, 각 단계별 디자이너의 역량을 기술, 멘탈, 지식, 작업속도라는 네 가지 요소로 구분하여 흥미롭게 묘사했다.

처음 디자이너는 신입 시절을 보내며 기술과 지식을 수련하고 자신이 하고 싶은 것을 탐색하는 과정을 겪는다. 김그륄 역시 첫 회사였던 자이언트 스텝에서 개인 작업물을 적극적으로 제작하며, '007 스카이폴' 타이틀 시퀀스 작업에 참여하는 기회를 통해 자신의 관심 분야를 발견했다고 한다.



007스카이폴타이틀시퀀스 © ArtoftheTitle

그는 성공을 하기 원한다면 다음 스킬들을 획득해야 한다고 조언한다. 첫 번째 스킬은 홍보이다. 처음부터 자신을 알아보고 의뢰가 들어오는 경우는 드물기 때문에, 직접 자신을 홍보하고 알려야 한다. 두 번째 스킬은 열정이다. 김그륄은 열정을 잃지 않기 위해 동료라는 장치를 만드는 것이 중요하다고 말한다. 그는 사내 동아리 덕분에 스테디 작업을 꾸준히 유지하며 열정을 키워 나갈 수 있었다고 한다. 세 번째 스킬은 영어 역량이다. 김그륄은 해외 생활에 대한 동경으로 영어를 준비하며, 영어로 된 타이틀 시퀀스 스테디 작업을 꾸준히 SNS에 올렸다고 한다. 결국, '왕좌의 게임' 인트로를 만든 엘라스틱에서 프리랜서 작업 요청을 받아 정식 채용되는 기회가 왔고 32살에 할리우드로 진출하게 되었다.

네 번째 스킬은 행동으로 열정을 보여주는 것이다. 할리우드에서 공평이 CG 아이디어를 구하는 제안이 왔을 때, 김그륄은 단순히 아이디어를 보내는 것이 아니라 직접 테스트 파일까지 만들어 열



왕좌의게임인트로 © 클리앙



정을 보여주었다고 한다. 그 결과, 그는 'The Last of Us' 좀비 드라마의 타이틀 시퀀스 아티스트로 참여할 기회를 얻게 되었고 에미상까지 수상하는 영광을 누렸다.

37살에 모션그래픽 디자이너로 명성을 얻은 김그륄은 AI 시대에 대해 긍정적으로 바라보고 있다. 세미나에서 발표한 게임 영상을 AI를 통해 만들었다고 밝히며, 마지막 스킬은 유연성이라고 설명했다. 유연성은 새로운 기술을 받아들이고 응용하는 능력으로, 김그륄이 AI를 통해 두 달만에 게임을 만들 수 있게 되듯, AI 기술은 디자이너에게 기술 장벽을 낮추고 작업 범주를 확장시키는 기회를 제공한다고 말했다.



TheLastofUs시퀀스 © Fiverr

김그륄의 성공 전략과 인사이트는 디자이너들이 각 단계에서 어떤 역량을 키워야 하는지에 대한 명확한 지침을 제공하며, 독자들에게 꿈을 이루기 위한 실질적인 전략과 영감을 준다.

Key Design Insights	
1. 기술과 지식 수련	신입 시절에 기술과 지식을 쌓고 하고 싶은 것을 발견
2. 홍보	자신을 직접 홍보하고 알리는 것이 중요
3. 열정	열정을 잃지 않기 위하여 동료라는 장치는 만드는 것이 중요
4. 영어 역량 향상	영어로 작업물을 홍보하며 새로운 기회를 준비
5. 행동으로 보여주기	아이디어와 실행을 통해 행동으로 열정을 보여줌
6. 유연성	AI 등 새로운 기술을 받아들이고 응용하여 작업 역량을 강화

VI. 구희(구지민), 루나파크 (홍인혜), 김하나:스페셜 토크

기후위기인간, 루나의전세역전 © 에스24, 보통통한강아지 © 핑스플로우



만화 작가 및 삽화가 구지민은 팬데믹 이후 기후변화의 심각성을 인지하고, 자신의 이야기와 기후변화에 관한 정보를 섞어 소개하는 형식의 웹툰 <기후위기인간>을 연재했다. 이외에도 <귀여운 게 좋은데, 기후변화는 어떡하죠?>, <구씨집안 이야기> 등을 연재했다. 환경부, SKT, 그린피스 등 다양한 기관 및 기업과 협업을 진행하였으며 서울시 국제기후 환경포럼 연사를 비롯하여 학교와 기업, 도서관 강연 등 기후, 환경 분야에서 활동하고 있다.

홍인혜는 광고 회사 TBWA Korea의 카피라이터로 국장까지 재직했고, 홈페이지 '루나파크'를 만들어 생활 웹툰을 그려왔다. 2018년 문예지 <문학사상>을 통해 시인으로 등단했다. 지금은 다양한 분야의 창의 노동자로 살아가고 있다. 전세사기 극복 과정을 인스타그램과 블로그에 만화로 연재했으며, 지은 책으로 <루나의 전세역전>, <우리의 노래는 이미>, <고르고 고른 말> 등이 있다.

노나메 작가 김하나는 메신저 속 다정하고 무해한 캐릭터를 통해 사람들의 대화 속 소소하고 즐거운 순간을 만드는 13년 차 이모티콘 작가다. 서울대 시각디자인과를 졸업한 후 스타트업 VCNC 초기 멤버로 합류해 비트윈의 대표 캐릭터 메리비트윈을 창작하고 브랜딩을 총괄했다. 현재는 스튜디오 노나메의 대표 겸 카카오 이모티콘 작가로 활동 중이며 카카오톡 대표작으로는 보통통한 강아지, 우리는 연애 중, 낭모티콘 총총 등이 있다.



구희, 루나파크, 김하나 © 헤럴드포럼

많은 이들이 웹툰과 이모티콘 작가를 꿈꾼다. 스스로를 창의노동자, 아트돌쇠라고 부르며 웃음짓는 유쾌한 작가 세 분이 모여 대중 콘텐츠 산업에 대한 이야기를 전해주었다.

Q. 대중 콘텐츠 산업의 장점은 무엇일까요?

- 구지민 : 대중 콘텐츠 산업의 경우 작품이 많은 사람들에게 노출되는 것과 즉각적인 반응을 확인할 수 있다는 것이 장점이라고 생각합니다.
- 홍인혜 : 웹툰의 경우 무거운 이야기도 유쾌하게 소통하게 하는 매체라는 점이다.
- 김하나 : 이모티콘은 긍정적인 감정을 기반으로 무해하고 즐거운 작업을 할 수 있다는 점에서 만족스럽다. 특히 작업에 대한 금전적

가치가 수치로 즉각적으로 제공되는 것이 장점이다.

Q. 반대로 그림자(단점)은 무엇일까요?

- 구지민 : 원하지 않는 피드백이나 댓글을 감당해야 하는 것이 가장 힘들다. 또한 혼자하는 일이다보니 스스로 동력을 불어넣어야지만 지속할 수 있다는 점이 어렵다.
- 홍인혜, 김하나 : 맞다. 외로운 작업이다. 대체자가 없고 협의할 사람 없이 모든 결정과 책임이 오롯이 나에게 있다.

Q. 그렇다면 각자 창작을 위한 동력을 유지하는 방법이 무엇인가?

- 홍인혜 : 창작을 위한 동력을 유지하려면 이 일 좋아함을 유지하려고 노력해야 한다.
- 김하나 : 사람에 대한 탐구이다. 다양한 사람들을 통해 영감을 얻기 위해 노력한다.
- 구지민 : 디자인, 웹툰이 먹고사는 일은 아니나 자기표현, 창작욕구, 성장욕구 때문에 지속할 수 있다고 생각한다. 더 큰 세상, 훌륭한 사람들과의 만남을 통해 자극을 받아 매너리즘에서 탈출하는 것도 하나의 방법이다.

Q. 창의성에는 한계가 있을까?

- 홍인혜 : 인간은 계속해서 변화하고 유동적으로 움직이는 존재이기 때문에 창의성에 한계는 없다고 생각한다.
- 김하나 : 크리에이터는 콘텐츠를 통해 대중과 만나는 사람임. 대중의 취향, 트렌드는 시대에 따라 계속 바뀌기 때문에 흐름을 따라가다보면 본인의 한계를 깰 수 있다.
- 구지민 : 사회를 계속해서 변화시킬 수 있는가에 대해 고민했고, 변화될 것이라고 믿기 때문에 창의성에 한계가 없다고 믿는다. (웃음)

모든 것은 계속 변화하기 때문에 무한한 창작이 가능하다는 말에 깊게 공감한다. 작가들의 진솔한 이야기와 생각들이 창작활동을 하는 많은 이들에게 인사이트가 되기 바란다.

사랑스러운 그림과 통찰력 있는 표현으로 시원하게 마음을 읽어주는 웹툰 루나파크 중 발췌 © 루나파크인스타그램



2024 인천에서 가장 아름다운 공장

(주)듀크린, (주)브릴스, (주)에이피텍

글, 자료조사. 강연주 사진. 한경준



....
ARCHIVE
....



깨어있는 사고와 선도적인 경영으로 아름다운 일터를 조성해 온 기업들이 있다. 이들 기업은 공장에 대한 부정적인 인식을 극복하고, 주변 기업들에게 긍정적인 영향을 미치는 촉매 역할을 하고 있다. (주)듀크린, (주)브릴스, (주)에이피텍 3개사는 환경적, 미래경영적, 창의혁신적인면의 우수성을 높이 평가받아《2024년도 인천에서 가장 아름다운 공장 어워드》에서 수상하였다.



아름다운 공장 어워드의 탄생 : 산업단지의 새로운 바람을 일으키는 날개 짓

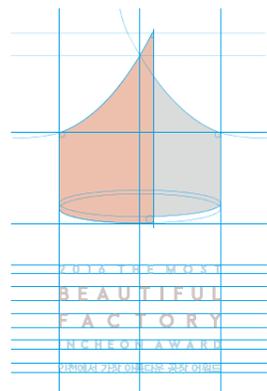
인천시는 지난 11월 12일, '2024 인천에서 가장 아름다운 공장 어워드' 시상식을 성대하게 개최했다. 이 시상식은 인천시가 노후한 산업시설의 환경을 개선하고, 쾌적한 근로환경을 조성하기 위해 2016년부터 시작한 독창적인 프로그램으로, 올해로 9회째를 맞이한다.

3개의 거대 국가산업단지를 보유한 인천은 이들 산업단지의 노후화가 도시 이미지와 경쟁력을 좌우하는 중요한 문제이다. 따라서 인천시는 지난 2016년부터 산업단지 내 노후문제를 해결하기 위한 여러 사업을 추진하고 있다.

그 중 《인천에서 가장 아름다운 공장 어워드》는 우수하게 환경개선을 추진한 기업을 발굴하여 시상하는 제도로, 시에서는 이들 기업에 많은 혜택을 주어 기업들이 자발적으로 환경개선에 동참하도록 장려하고 있다. 또한, 우수한 기업들에 대한 정보와 귀감이 될 부분들을 적극 홍보하여 우수한 인재들의 마음을 사로잡아 산업단지 내 고용문제¹⁾도 해결하겠다는 목적이다.



THE MOST BEAUTIFUL FACTORY INCHEON AWARD
인천에서 가장 아름다운 공장 어워드



STORY	회색의 공장을 아름답게 물들이다 공장(회색) → 아름답음(레드컬러)
COLOR	<p>Main Color</p> <p>Pantone 1805 CM M91 Y100 K23 R191 G49 B26</p>  <p>Sub Color</p> <p>Pantone 7540 CM M6 Y94 K22 R105 G106 B109</p> 
MATERIAL	현판 : 건물 외벽에 부착될 것을 고려하여 스테인레스 소재 사용 및 샌드 가공을 통해 심플하면서도 세련된 느낌 강조 트로피 : 아름다움의 단어에서 연상되는 반짝거림을 소재로 표현하여 크리스탈을 사용
FORM	왕관(수상의 의미) + 궁전(아름다운 건축물 상징)



혜택1	기업홍보(방송촬영/잡지/지면보도 등)
혜택1	현판 및 인천시장 훈격 트로피 수여
혜택1	인천광역시 14개 기업지원 사업 수혜 우대
	<ul style="list-style-type: none"> -지방세 세무조사 유예(3년) -중소기업 디자인개발 지원 -중소기업육성자금(경영안정자금) -중소기업 기술교류단 운영 -아이디어 우수제품 전시판매장 -인스로드 프로그램 연계지원 -중소기업 기술지원단 운영
	<ul style="list-style-type: none"> -중소기업 시장개척단 파견 -국내외 전시(박람회) 단체참가 지원 -해외 전시(박람회) 개별참가 지원 -해외 바이어 초청 수출상담회 개최 -외국어 카탈로그 제작 지원 -해외지사화 사업 -해외 규격인증 획득 지원

시 기	매년 8월 경 접수 *심사 및 시상까지 약 4개월 소요
대 상	관내 중소·중견기업의 공장 또는 산업시설
제출서류	추천서, 공장등록증 및 사업장등록증, 회사소개자료
심사기준	디자인 등 공장의 아름다움(60%) + 기술, 경영, 안전 등(40%)
심사방법	전문심사단 7인 내외 구성, 서류 및 현장심사



인천시의 미래를 밝히는 '아름다운 공장 어워드'의 주인공들



어워드는 공정하고 엄격한 심사를 거쳐 선정한다. 지난 9월, 군·구 및 중소기업 지원기관의 추천을 받은 후보 기업들 가운데 디자인, 기술, 경영, 안전 분야의 전문가로 구성된 심사위원단의 심사를 통해 (주)브릴스, (주)듀크린, (주)에이퍼텍이 영광의 주인공으로 선정되었다.

1) 친환경 경영의 모범, (주)듀크린

상업용 집진기 제조기업 (주)듀크린은 옥상 정원과 휴게실, 특색 있는 사내 복지제도 '있듀! YES!'를 통해 직원 만족도를 높였다. 다양한 녹지공간 확보와 그린월 설치 등을 통해 쾌적한 근로환경을 조성하였으며, 이에 따라 '녹색경영' 부문에서 수상을 받았다.



(주)듀크린



녹지공간으로 조성된 옥상정원

<(주)듀크린 기업정보>

회사명	주식회사 듀크린
설립연도	1996. 12.
사업분야	집진기, 산업기계, 환경컨설팅 등
대표자	이경욱
주소	인천광역시 계양구 서운간단로 8길 11
근로자수	73명(2024. 8월 기준)
주요연혁	<ul style="list-style-type: none"> - 1996 청호CA설립(現 듀크린) - 1997~2000 집진기 국산화(기술연구소 설립) - 2001~2006 제품 고급화(AFD Series 개발) - 2007~2012 집진기 수입국에서 수출국으로 전환(수출선도기업 선정) - 2013~2018 제2도약을 위한 준비(사명 변경, 글로벌 경영시스템 도입) - 2019 서운일반산업단지 신사옥 이전 - 2021 국내최초 UL인증 획득 - 2023 무역의 날 백만불 수출탑(대한민국 산업포장 수훈, 듀크린캐나다 법인 설립) - 2024 우수환경산업체 선정(인천광역시 IP글로벌 스타기업, 우수중공업, 일자리창출우수기업 선정, 인천광역시 2024 인천에서 가장 아름다운 공장어워드 수상)
우수한점	<ul style="list-style-type: none"> - 녹색경영: 다양한 녹지공간과 그린월 설치로 친환경 경영을 실천 - 직원복지: 옥상정원과 휴게실, 특색 있는 사내 복지제도 '있듀! YES!'를 통해 직원 만족도 향상



직원들의 휴식을 위한 카페테리아

2) 로봇 소프트웨어 개발의 선두주자, (주)브릴스

(주)브릴스는 직원 만족도를 높이기 위한 다양한 복지시설을 운영하며, 기술 혁신에 앞장서고 있다. 카페테리아, 탁구장, 당구장 등 직원들이 즐길 수 있는 복지시설을 제공하고 있으며, 102건의 기술 특허를 보유하고 탄탄한 기술력으로 직원들에게 성장 기회를 제시한다. 근로자 평균 연령이 30대 초반으로 청년 고용 비율이 높은 것도 주목할 만한 특징이다. 이러한 점에서 '미래경영' 부문의 가장 아름다운 공장으로서 선정되었다.



(주)브릴스



브릴스의 로봇기술력이 느껴지는 로비공간

1) 지역 실업률이 증가하고 있음에도 불구하고 제조업에 대한 취업 기피 현상으로 구인·구직 간 미스매치 문제가 심화되고 있음. 산업단지 내 인력 부족 기업 비율 16.8%, 청년 인력을 필요로 하는 기업 비율 81.5%(2018 산업단지 일자리 실태와 정책적 지원방안, 한국산업단지공단)

<(주)브릴스 기업정보>

회사명	주식회사 브릴스
설립연도	2015. 2.
사업분야	로봇 자동화 솔루션, SW개발, 검사, 측정, 설비
대표자	전진
주소	인천광역시 연수구 갯벌로 94
근로자수	87명(2024. 8월 기준)
주요연혁	<ul style="list-style-type: none"> · 2015. 2. 회사설립 · 2021.11. 뿌리기업 인증(로봇어플리케이션 제조 및 시스템 공급) · 2023. 4. 인천지방 중소벤처기업청 2023 글로벌 강소기업 1,000+선정 · 2023. 5. 고용노동부 강소기업 선정 · 2024. 6. 인천지방 중소기업청 2024 인천중소기업인대회 대통령 표창 · 2024.11. 인천광역시 2024 인천에서 가장 아름다운공장 어워드 수상
우수한점	<ul style="list-style-type: none"> · 미래경영: 직원 만족도를 높이기 위한 카페테리아, 탁구장, 당구장 등 다양한 복지시설 운영 · 기술혁신: 102건의 기술 특허 보유 및 높은 청년 고용 비율

자유로운 소통과 업무증진을 위한 회의공간



3) 창의적 혁신의 상징, (주)에이피텍

카메라 모듈 및 반도체 제조기 제작 기업 (주)에이피텍은 사육을 신축하며 직원 복지 공간을 대폭 확장하여 근무 만족도를 크게 높였다. 창의적인 업무 환경을 위한 공간 배치와 설계가 높이 평가되어 '창의혁신' 부문에서 수상하였다.



(주)에이피텍

<(주)에이피텍 기업정보>

회사명	주식회사 에이피텍
설립연도	2005. 1.
사업분야	반도체 제조용 기계제조업, 그 외 기타 전자부품 제조업, AI 반도체용 장비 개발
대표자	주재철
주소	인천광역시 연수구 송도과학로 16번길 13-46
근로자수	180명(2024. 8월 기준)
주요연혁	<ul style="list-style-type: none"> · 2005. 1. (주)에이피텍 설립 · 2008.10. 기술혁신형 중소기업 인증 · 2011.11. 무역의 날 백만불 수출탑 · 2012.10. 인천광역시 우수 벤처기업인상 표창 · 2013.12. 무역의 날 오백만불 수출탑 · 2018.11. 인천광역시 2018 인천에서 가장 아름다운 공장 어워드 수상 · 2018.12. 무역의 날 삼천만불 수출탑 · 2020. 6. 글로벌강소기업 선정 · 2024. 4. 송도동 175-4번지 신사옥 이전 · 2024.11. 인천광역시 2024 인천에서 가장 아름다운공장 어워드 수상
우수한점	<ul style="list-style-type: none"> · 혁신경영: 신축 사옥 이전 시 직원 복지공간 대폭 확장, 창의적인 업무 환경을 위한 공간 배치와 설계 · 직원복지: 근무 만족도를 높이기 위한 혁신적인 복지와 근무 환경 제공



세련된 인테리어와 웅장함이 돋보이는 에이피텍 로비공간

직원들의 건강을 위한 체력단련실

선한영향력의 효과 기대



“아름다운 공장 어워드가 산업시설에 대한 긍정적 인식을 확산하고, 중소기업의 자발적인 근로환경 개선을 장려하는 좋은 기회가 되길 바랍니다. 인천시는 청년들이 일하고 싶은 산업단지와 사업장 조성을 위해 지속적으로 지원하겠습니다.”

- 유정복 인천광역시 시장, 2024 어워드 수상식 중 -

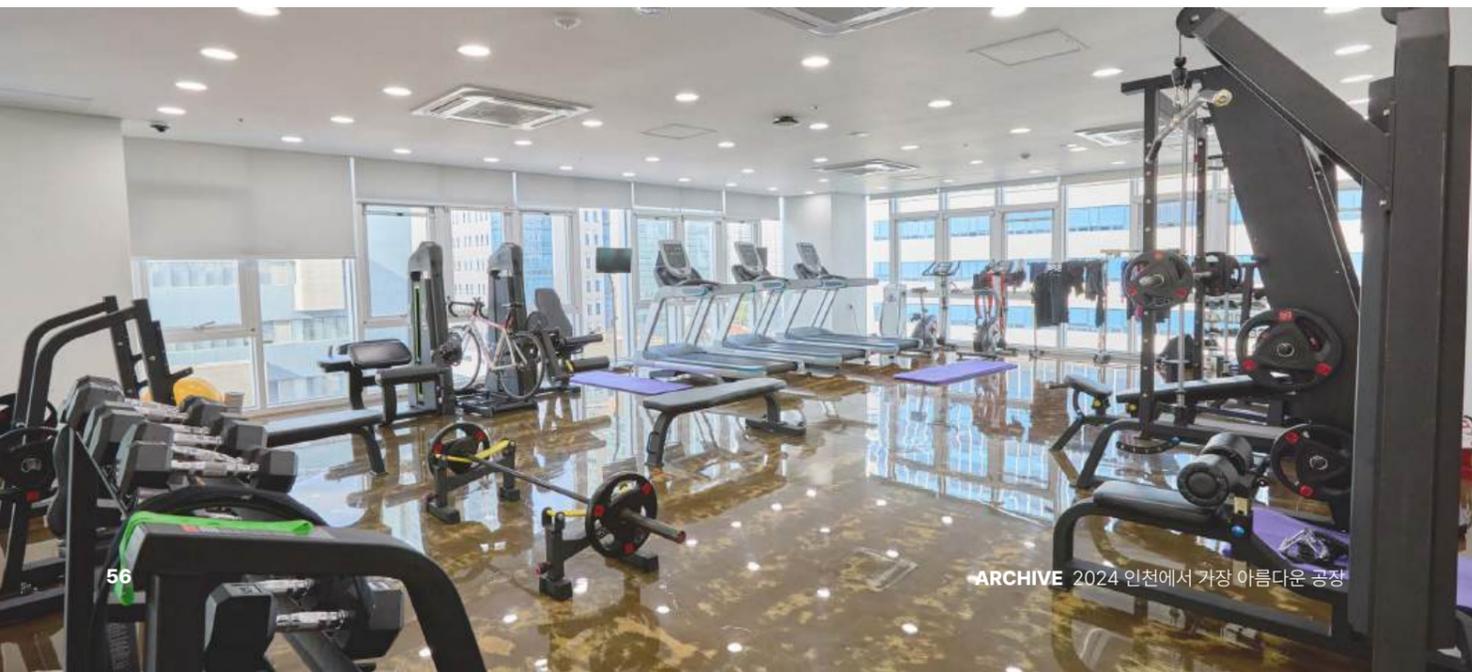
'아름다운 공장 어워드'는 단순한 시상이 아니라, 긍정적인 변화를 위해 인천시와 중소기업들이 함께 만들어가는 중요한 발걸음이다. 인천시의 산업 환경 개선사업과 더불어 수많은 기업들이 자발적으로 개선을 추진한다면, 도시의 산업환경은 더욱 빠르고 효율적으로 개선될 것이다.

인천시는 앞으로도 기술력과 쾌적한 근로환경을 갖춘 우수한 산업시설을 발굴·홍보하여 인천시 산업시설과 중소기업의 우수성을 널리 알리는 데 힘 쓸 계획이다.

어워드를 통해 발굴된 이들 기업의 정보가 청년들을 인천으로 유입시키고 사업장을 개선하려고 시도하는 기업들에게 좋은 본보기가 되기를 바란다. 인천에서 아름다운 공장을 운영하는 이 멋진 기업들, 그들의 빛나는 미래를 응원한다!

<2016~2023 인천에서 가장 아름다운 공장 어워드 수상기업들>

구분	선정부문	기업명	주소	홈페이지
2016	조형성	(주)인페소	인천광역시 남동구 능허대로 546	www.infeso.com
	지속성	(주)아이케이	인천광역시 서구 검단천로 149	http://www.ik.co.kr/
	친환경	동아알루미늄(주)	인천 서구 가재울로 54	https://www.dacpole.com/
2017	나눔경영	(주)이너트론	인천 연수구 하모니로 301	https://www.innertron.com/
	지식재산경영	(주)디에스이	인천 연수구 송도과학로16번길 13-33	https://www.hippolight.com/
2018	복지경영	나이프코리아(주)	인천 남동구 남동대로 49번길 52	http://www.knifekorea.co.kr/
	창의혁신	(주)에이피텍	인천광역시 연수구 벤처로 100번길 34	http://www.ap-tech.co.kr/
2019	열린경영	선파크(주)	인천 연수구 갯벌로145번길 7-3	http://www.sunpark.co.kr/
2020	혁신성장	(주)셀리턴	인천광역시 남동구 남동서로 237	https://brand.cellreturnmall.co.kr/web/cellreturn/index.html
	지역사회협력	(주)노디스	인천광역시 계양구 서운산단로2길 73	http://www.inno-dis.com/home/
2021	청년친화	(주)JPS코스메틱	인천 남동구 영고개로449번길 80	https://www.jpocos.co.kr/default/index.php
	디지털혁신	선경산업	인천 계양구 서운산단로3길 1	http://www.sun-kyung.co.kr/
	소통경영	(주)유진로봇	인천 연수구 하모니로187번길 33	https://yujinrobot.com/
2022	환경복지	여큐진	인천 연수구 갯벌로 73	https://accugenelab.com/
	문화경영	(주)홍이기업	인천 계양구 서운산단로1길 65	https://hoonga.com/
	기술혁신	강운공업(주)	인천 미추홀구 주염로 73번길 17	http://www.kangwoon.co.kr/
2023	유망기술	(주)세종파텍	인천 계양구 서운산단로 54	http://www.sjpmnt.com/
	청년소통	(주)리팩	인천 서구 가재울로 27	http://www.leepack.com/kor/
	세대융합	(주)오디에이테크놀로지	인천 부평구 부평대로 329번길 62	https://www.odacore.com/main



ARCHIVE 2024 인천에서 가장 아름다운 공장



ARCHIVE 2024 인천에서 가장 아름다운 공장



어워드 신청 및 수상기업 탐방 (인스타그램) 문의
(재)인천테크노파크
인천환경디자인센터

ARCHIVE

홍콩디자인어워드수상 식구디자인(주)

취재. 강연주 사진. 식구디자인(주) 제공

“
고객에게 제공하는 디자인과 제품이 함께
식사하는 내 가족에게 주는 것처럼 최고의
제품과 디자인을 제공하기를 꿈꿉니다.”

디자인 전문기업의 수익구조가 변화하고 있다. 오늘날 무공장 제조 시대는 아이디어와 구현 능력을 보유한 디자인 기업에게 새로운 기회를 제공한다. 인천에도 디자인 용역이라는 전통적인 수익 형태에서 벗어나 안정적인 수익구조를 마련하고, 대체 불가능한 특색을 찾는 기업이 있다. 바로 식구디자인 주식회사이다.

Special Interview Project INTERVIEW



식구디자인(주)
대표 하은영

식구디자인은 2020년부터 자체상품 판매로 수익 다각화를 이루며 안정적인 경영을 시도했다. 그 결과, 문화체육관광부가 지정한 2024 우수문화상품에 식구디자인의 제품이 선정되었고, 홍콩디자인지원센터 주관의 2024 홍콩디자인어워드(DFA)에서 은상을 수상했다.

시대를 읽는 통찰력과 탁월한 디자인 구현 능력을 갖춘 식구디자인의 하은영 대표를 만나 디자인 전문회사를 이끄는 CEO이자 디자이너로서 하은영 대표의 경영과 디자인에 대한 이야기를 나눠보았다.

Special Interview Project

Q.
안녕하세요. 대표님 자기소개 부탁드립니다.
안녕하세요? 식구디자인(주) 하은영 대표입니다.

Q.
식구디자인(주)에 대한 소개 부탁드립니다.
식구디자인(주)은 시각 디자인, 포장 디자인, 그리고 웹디자인을 전문으로 하는 디자인 전문회사입니다. 그런데 뜬금없는 한복제조와 홍콩디자인어워드 수상을 하다 보니 저희가 디자인회사가 아닌 제품 제조사로 오해하시는 분들이 종종 있습니다.

디자인 분야에서 20년 정도 일을 하다보니 빠르게 변화하는 시장 환경 속에서, 치솟는 인건비와 AI 기술의 발전으로 클라이언트의 디자인 접근성이 높아지면서 기존 사업 모델만으로는 한계를 느끼게 되었습니다. 이에 따라, 저희는 새로운 가능성을 모색하며 2020년부터 영유아 용품 기획과 디자인에 집중하기 시작했습니다.

특히, 2023년에는 전통문화의 아름다움을 현대적으로 재해석한 영유아 한복 브랜드를 런칭하며 본업과 더불어 새로운 수익 모델을 구축하고 있습니다. 이러한 시도는 단순히 사업의 확장을 넘어, 디자인을 통해 삶의 가치를 높이고자 하는 저희 철학의 연장선에 있습니다.

Q.
"식구디자인"이라는 이름이 정겹고 푸근합니다. 아이덴티티에 이야기가 있을 것 같아요.

지인분이 우스개소리로 19금 디자인을 전문으로 하는 회사냐고 물어본적이 있습니다. "가족"영어로는 "family"가 맞습니다. 나와 인연을 맺은 사람들이 모두 늘 잘되길 바라는 마음! 단순히 가족이라는 의미를 넘어, "클라이언트와 한 가족처럼 가까운 관계를 맺으며, 진심 어린 디자인을 제공할 수 있지 않을까 하는 생각으로 회사명을 정하게 되었습니다.

Q.
디자인전문기업을 운영하시면서 디자인개발 영역이 아닌 다른 사업을 확장하셨다고 들었습니다. 어떠한 사업인가요?
저희는 영유아 용품을 기획, 디자인하고 있습니다.

저희의 첫 번째 기획 제품은 독서조명이었습니다. 아이에게 잠자리에서 책을 읽어주던 중, 책의 단어에 따라 조명의 색깔이 바뀌는 제품을 상상하게 되었고, 이를 바탕으로 독서용 조명과 영유아 도서를 기획하게 되었습니다. 해당 제품은 시제품 단계까지 개발되었으나, 생산 단가 조율의 어려움으로 아쉽게도 출시에는 이르지 못했습니다.



독서용 조명 Mean

두 번째 저희가 기획, 디자인 판매하는 제품은 한복입니다. 브랜드 이름은 "미래한복"입니다.

이 브랜드는 미래를 이끌어갈 아이들이 전통문화의 아름다움을 현대적인 감각으로 재해석한 한복을 통해 경험할 수 있도록 기획되었습니다. 특히, 한복을 디자인하면서 엄마의 관점에서 '내 아이를 돋보이게 할 수 있는 디자인', '편안하고 쉽게 입을 수 있는 옷'이라는 실용성과 심미성을 우선적으로 고려하며 제품을 디자인하고 만들었습니다.

Q.
어떻게 이런 사업을 시도하게 되셨나요?
모든 엄마들이 일과 육아를 병행하면서 무척이나 힘들어합니다.일을 하면서도 아이들 생각이 떠나지 않으니깐요. 저는 운이 좋게 디자인 쪽 일을 하면서 아이들에 대한 생각을 제가 하는 일에 끼워 넣을 수 있었던 거죠. 내 아이에게 책을 읽어주면서 단어에 따라 조명의 색깔이 바뀌면 어떤 제품이 될까? 내 아이가 입을 한복은 이런 디자인이면 어떨까? 그런데 찾아보니 없네.. 그럼 내가 만들어 보자!! 엄마니까 아이들에게 필요한 것이 어떤 것인지, 어떻게 하면 내 아이가 예쁘게 보일까? 라는 생각들이 이런 제품들이 나오게 만듭니다. 제가 디자인업계에 있기 때문에 생각한 것을 구현하고, 만들어 내기가 일반사람보다는 수월한 것 같습니다.



2024 홍콩디자인어워드 은상 트로피

Q.
며칠 전 홍콩디자인어워드에서 수상도 하셨지요? 이 사업에서 가장 중점을 둔 부분은 무엇인가요?

백일 행사와 돌잔치는 우리나라 고유의 전통으로, 아이의 탄생을 축하하고 감사함을 표현하는 특별한 자리입니다. 선조들께서는 아이를 위한 의복을 포함해 모든 것을 정성과 의미로 채우며 이러한 전통을 이어왔습니다. 이런 전통적 가치를 현대적으로 계승하고 원단과 디자인에 깊은 의미를 담아 제작하고 있습니다. 저희가 제작하는 한복의 가장 큰 특징은 "우리 아이가 입을 제품"이라는 마음으로 디자인하고 제작되었다는 것입니다. 나라의 경사로 태어난 왕손처럼 내 아이를 최고로 키우고 싶어 하는 엄마의 마음을 담아 아이가 건강하고 지혜롭게 자라길 기원하며 제품 하나하나에 정성을 쏟고 있습니다. 또한 심미적인 부분이나, 기능적인 부분도 중요하게 생각하지만, 인종이나, 지적 재산권 취득 같은 부분도 신경을 많이 쓰는 편입니다. 처음 저희가 한복을 기획할 때 실크 원단으로 기획하고 디자인했는데, 시험인증과정에서 영유아용 시험인증을 통과하지 못하는 시행착오를 여러 번 겪었습니다. 그래서 원단을 실크에서 폴리에스테르로 변경하고 최대한 실크의 느낌이 나는 원단을 찾고, 디자인했습니다. 그 결과 고객들은 실크로 착각 할만큼 색상과 빛깔이 예쁘다고 칭찬을 많이 해 줍니다. 내 아이가 입어야 하니까 최대한 안전하고 인증을 받도록, 기획하고 디자인하려고 노력합니다. 물론 판매도 인증받은 제품들을 판매합니다.



미래한복 디자인등록증



검사성적서



홍콩디자인어워드 은상수상 [왕실색동백일한복]



홍콩디자인어워드 은상수상 [왕실색동백일한복]

Q.

홍콩디자인어워드에 출품한 제품을 소개해 주세요.

“왕실색동 백일한복 Royal Saekdong 100thDay Hanbok” 백일에 입을 수 있는 옷으로 무병장수의 의미를 담아 디자인하였습니다. 흰색 저고리는 겸양과 실용을 담았고, 포인트로 만든 긴 끈은 무병장수의 의미를 담았습니다. 왕실색동 원단은 왕실의 책봉교명에서 보여진 색동패턴이 차용된 원단을 포인트로 사용해 오방신이 아이에게 생길지도 모르는 나쁜 기운을 막아준다고 믿었던 선조들의 믿음을 담아 디자인했습니다. 이 제품은 홍콩디자인어워드에서도 수상했지만, 문화체육관광부에서 지정하는 “2024 우수문화상품”에도 지정되는 영예도 안았습니다.

Q.

홍콩디자인어워드는 어떻게 출품하게 되었나요? 어워드에 대한 간략한 소개와 절차(준비사항)를 알려주세요.

인천디자인지원센터에서 4월에 메일을 하나 받았습니다. 인천지역 기업을 대상으로 어워드 출품비용을 지원한다는 내용이었습니다. 저희는 제품이 출시되어 마케팅이 절실하던 때라, 저희 제품을 알리기 위해 다양한 공모전 및 인증을 받기 위한 노력을 하던 중이었습니다. 마침 메일을 받았고 공모전에서 인증을 받으면 마케팅에 도움이 될 것 같아서 출품을 하게 되었습니다. DFA(홍콩디자인어워드)는 홍콩디자인센터에서 주최하는 국제 디

자인어워드 중에 하나로 디자인 우수성을 구현하고, 아시아 사회 발전에 기여하는 우수한 디자인 프로젝트를 선정하는 공모전입니다. 저희는 공모전 참여 전에 국내외에서 수상한 여러분들의 작품을 보고, 저희 제품이 외국인 고객들에게 많이 팔렸기 때문에, 저희 제품도 글로벌한 평가가 가능하겠다는 생각이 들어서 공모전 출품에 용기를 냈습니다. 출품의 준비사항은 저희의 제품을 영어로 잘 표현되도록 프로젝트를 잘 설명하는 것이 중요하고, 이해를 돕기 위한 영상이 있다면 더 좋은 평가를 받을 수 있는 것 같습니다. 또한 실물 제품의 경우 7월 즈음 해외로 제품을 보내야 하는데 좋은 평가를 받기 위해 실제 판매되는 패키지까지 완벽하게 갖춰서 출품하는 것이 좋을 것 같습니다.



홍콩디자인어워드 시상식



Q.
국내디자인어워드와 홍콩디자인어워드를 비교하자면 분위기가 어떻게 다른가요?

홍콩디자인어워드에서 수상했다는 소식을 들었을때, "홍콩여행"이라는 가벼운 생각으로 여행에 대한 설렘을 안고, 시상식에 참여하게 되었습니다. 그런데 제가 생각했던 것보다 큰 규모와 많은 수상자, 훌륭한 수상 작품들이 전시된 것을 보고 좀 더 진지한 마음이 짐으로 임했어야 했다 라는 생각이 들었습니다.

특히, 사전에 진행된 리셉션은 매우 인상적이었습니다. 수상자들끼리 자연스럽게 교류할 수 있는 커뮤니티 형성의 기회를 제공하며, 모든 수상자를 주인공으로 존중하고 축하하는 모습이 인상 깊었습니다. 이런 부분은 단순한 시상식 이상의 가치를 느끼게 해주었고, 국제적인 디자인 어워드의 품격을 경험할 수 있는 계기가 되었습니다.

Q.
업력이 오래되신만큼 많은 프로젝트를 만들어가셨을텐데요. 앞서 소개해주신 프로젝트 이외에 가장 기억에 남거나 애정하는 프로젝트가 있을까요?

저희가 네이밍하고 디자인한 제품 중 장애인에게 일자리를 제공하는 복사용지를 브랜딩하는 프로젝트가 있습니다. 애정을 많이 쏟아서, 그런지 제 기억에 많이 남습니다. 복사용지에 네이밍과 브랜딩을 만드는 프로젝트였습니다.

복사용지의 네이밍은 "복지"로 복을 주는 종이, 장애인의 복지, 복사용지라는 의미를 담고, 이 브랜드의 가치를 "지속가능한 장애인의 복지"로 두어 브랜딩하였습니다. 지속가능하다는 의미를 "뫼디우스의 띠"로 표현하여 BI를 디자인하였습니다. 이 프로젝트의 경우 굿디자인 인증도 받았고, 제품도 잘 팔린다고 해서 장애인의 일자리가 지속되는데 조금이라도 기여한것 같아 오래된 프로젝트지만 마음속으로는 뿌듯했던 프로젝트입니다.



복지 브랜드



복지 브랜드 2



복 디자인 및 출간

Q.
포트폴리오를 보면 식구디자인만의 특색이 있는 것 같습니다. 작업에서 가장 중점을 주는 부분은 무엇인가요?

디자인이라는 것이 나만의 작품인 예술과는 다른 개념이기 때문에 많은 사람이 공감하는 디자인을 하려고 노력합니다. 그래서 디자인을 하기 전에 많은 레퍼런스를 찾아보고 경험해 보려 노력합니다.

또한, 클라이언트와 디자인협의를 할 때 클라이언트의 의견을 최대한 반영하여 저희만의 창의력을 발휘하여 디자인하려 노력합니다. 디자이너가 좋아하는 디자인도 중요하지만 클라이언트가 맘에 드는 디자인을 하는 것이 디자인역사의 가장 큰 과제라고 생각합니다.

Q.
창작활동을 하다 보면 지치는 시점이 오더라고요. 하영 대표님처럼 오랜시간 이 분야에서 경쟁력 있는 전문가로 살아남기 위해 필요한 역량은 무엇일까요?

시간이 벌써 20여 년이 흘렀더라고요. 어느덧 이 일을 시작한 지도 20여 년이 흘렀습니다. 그동안 깨달은 점은 디자이너로서 오랜 시간 살아남기 위해 가장 중요한 역량은 바로 "호기심과 배움"이라는 것입니다.

많은 사람들이 디자이너에게 필요한 역량을 반짝이는 아이디어나 뛰어난 기술이라고 생각하지만, 결국 '아는 만큼 보인다'는 말처럼, 관심과 배움이야말로 진정으로 가치 있는 디자인을 만들 수 있다고 믿습니다.



식구디자인 하은영 대표

디자인 작업은 클라이언트의 제품을 이해하고, 시장의 흐름을 읽으며, 최신 트렌드와 기술을 익히는 과정의 연속입니다. 특히 시와 같은 신기술이 빠르게 변화하는 시대에는 이 흐름을 따라가기 위해 더욱 부단히 노력해야 합니다.

결국, 지속적인 학습과 자기 계발이야말로 변화무쌍한 디자인 업계에서 살아남고 성장할 수 있는 디자이너의 가장 중요한 역량이라고 확신합니다.

Q. 여러 고객들과 지속적으로 관계를 이어나가고 또 기업을 홍보하는 것이 쉽지 않았을 것 같습니다. 식구디자인 또는 디자이너 하은영만의 홍보전략이 있을까요?

저는 한번 맺은 인연은 직원이든 클라이언트든 오래 가는 편입니다. 저희의 디자인을 제안하지만 클라이언트의 의견을 최대한 반영하고, 클라이언트의 요구를 세련되게 구현하는 것 그래서 클라이언트가 본인의 의견이 디자이너의 관점에서 무시된 것이 아니고 반영되었다고 느끼게 하는 것, 그것이 클라이언트와 오랜 인연을 맺어가는 비법이라고 생각합니다. 이렇게 맺어진 인연을 가진 클라이언트들이 소개하고 소개하는 방식으로 저희는 홍보되고 있습니다. 한마디로 고객에서 식구로 관계를 바뀌어가는 것이 저희만의 홍보전략입니다.

Q. 도전하고 싶은 분야나 새롭게 준비하는 것이 있나요?

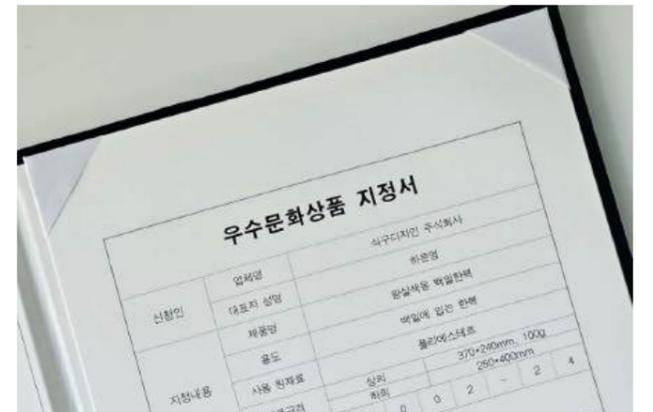
저희 브랜드 [미래한복]의 슬로건이 "과거에서 미래를 찾다"입니다. 전통 속에서 대한민국의 색과 이야기를 발견하고, 이를 현대적으로 재해석하는 과정은 저에게 큰 영감과 재미로 다가왔습니다. 한복으로 시작된 이 여정은 엄마의 시선과 결합해서 아이들을 위한 다양한 제품기획으로 확장되고 있습니다. 현재 기획 중인 제품으로는 전통 놀이용품의 재해석과 전래동화를 테마로 한 ai가 결합된 조명이 있습니다.(특허등록완료)단순히 전통을 계승하는 데 그치지 않고, 아이들이 전통 문화를 자연스럽게 경험하며 즐길 수 있도록 현대적인 감각과 실용성을 추가해 전통과 현대를 잇는 가교 역할을 하고자 합니다.

Q. 앞으로 식구디자인과 디자이너 하은영의 목표가 궁금합니다.

식구디자인(주)이라는 이름은 단순히 가족이라는 의미를 넘어, "클라이언트와 한 가족처럼 가까운 관계를 맺으며, 진심 어린 디자인을 제공한다"는 개인적인 소망을 담고 있습니다. 저는 클라이언트의 비전과 가치를 마치 가족의 행복을 고민하듯 깊이 이해하고, 그 결과물에 담긴 진정성으로 지금보다 좀 더 많은 식구들과 함께 성장하고 소통하는 미래를 기대하고 있습니다.



미래한복 박람회 전시부스



우수문화상품지정서



식구디자인(주)
 위 치 인천 남동구 아남대로 1085 201호
 홈페이지 www.sikkudesign.com
 전문분야 시각, 포장, 멀티 디자인

14번째 최우수 인천디자인서포터즈 허윤서

취재. 강연주 사진. 한경준, 윤이나

ARCHIVE

“

일상의 행복을 주는 디자이너가 되고 싶습니다.

”

인천디자인서포터즈는 차세대 우수디자이너 양성을 위해서 인천광역시와 인천테크노파크가 운영하는 사업으로, 지역 디자인 대학생을 대상으로 선발하며 디자인홍보활동과 디자인역량강화 활동을 지원한다.

Special Interview Project INTERVIEW



인천디자인서포터즈
허윤서 학생

올해로 14회째를 맞이한 인천디자인서포터즈 14기는 지난 4월 5:1의 경쟁을 거쳐 최종 8명이 선발되었으며 8개월간 활동을 마치고 이제 신에디자이너로 사회에 나아가기 위한 첫걸음을 준비하고 있다. 「IDSC」에서는 디자인의 미래, 인천디자인서포터즈 14기 8인의 디자인포트폴리오를 소개하며 그들의 앞날을 응원하고자 한다.

14번째 최우수 인천디자인서포터즈는 인천디자인고등학교를 졸업하고 한국공학대하고 미디어디자인학과에 재학중인 허윤서 학생이 선정되었다. 인터뷰를 통해 선정 소감과 각오, 그리고 그만의 디자인 철학과 영감을 더 알아보는 시간을 가졌다.



Q.
최우수 서포터즈가 되신 것을 축하합니다. 소감이 어떠신가요?

- 이 경험이 어떤 의미를 가지는지 이야기해 주세요.

최우수 서포터즈로 선정되었다는 소식을 들었을 때, 큰 기쁨과 함께 한편으로는 놀라움도 있었습니다. 그동안 진행했던 프로젝트와 작업물들을 돌아보며, 다양한 활동을 통해 성장했다는 점에서 큰 뿌듯함을 느꼈습니다. 특히 인천디자인 서포터즈 활동은 단순한 경험을 넘어, 디자이너로서 시야를 넓히고 한 단계 성장할 수 있었던 소중한 기회였습니다. 이번 수상을 계기로 앞으로도 도전과 성장을 이어가며 디자이너로서 꾸준히 발전해 나가겠습니다.

Q.
디자인 프로젝트를 진행할 때 어떤 자세로 임했는지 알려주세요.

- 프로젝트에 임할 때 특별히 신경 썼던 점이나 자신의 작업 방식을 공유해 주세요.

디자인 프로젝트를 진행할 때는 늘 “사용자 입장에서 생각하기”를 가장 중요하게 여깁니다. 저에게 디자인은 단순히 보기 좋은 것을 만드는 작업이 아니라, 실질적인 문제를 해결하는 과정이라고 생각합니다. 저는 항상 디자인 과정에서 논리적으로 접근하려고 노력합니다. 사용자가 정말 필요로 하는 것이 무엇인지에 초점을 맞추는 게 중요하니까요. 또한, 다양한 의견을 수렴하며 프로젝트를 다각도로 바라보는 것도 신경 쓰는 부분 중 하나입니다.

Q.
디자이너로서의 꿈이나 진로계획은 무엇인가요?

- 앞으로 어떤 분야에서 활약하고 싶으신지, 그리고 장기적인 목표는 무엇인지 궁금합니다.

아직 디자이너로서의 최종적인 진로를 명확히 정하지는 않았습니 다. 디자인을 공부하면서 배우고 싶은 것과 도전하고 싶은 분야가 계속 늘어나고 있기 때문입니다. 현재는 UXUI 디자이너로서 사용자의 경험을 연구하고, 더 나은 서비스와 디자인을 제공하는 데 관심이 많습니다. 궁극적으로는 디지털 전환 속에서 누구나 소외되지 않고, 기술을 편리하게 활용할 수 있는 공평한 디지털 경험을 제공하는 UXUI 디자인을 장기적인 목표로 삼고 있습니다.

Q.
디자인 영감을 받는 원천은 무엇인가요?

- 영감을 얻기 위해 주로 찾는 장소나 활동, 또는 특별한 방법이 있다면 소개해 주세요.

디자인을 하다 보면 창의적인 아이디어를 얻는 것이 가장 어렵다는 것을 늘 느낍니다. 저는 일상에서 영감을 많이 받습니다. 예를 들어, 등교하거나 집으로 돌아가는 길에 자연물, 사람들, 사물의 형태를 관찰하며 아이디어를 떠올리고, 생각나는 것이 있으면 바로 메모를 합니다. 디자인은 멀리 있는 것이 아니라, 일상 속 가까운 곳에 있다는 것을 자주 깨닫습니다. 또한, 전시회를 관람하거나 뉴스나 책을

읽는 것도 큰 도움이 됩니다. 그 과정에서 떠오르는 생각들을 놓치지 않기 위해 항상 기록하는 습관을 꾸준히 이어가고 있습니다.

Q.
디자인서포터즈 활동이 본인에게 어떤 유익함을 주었나요?

- 활동을 통해 얻은 경험과 배움, 그리고 그로 인해 성장한 부분들에 대해 이야기해 주세요.

서포터즈 활동은 저에게 많은 배움과 성장의 기회를 얻었습니다. 내성적인 성격 때문에 처음에는 의견을 내는 게 부담스러웠는데, 서포터즈 활동을 통해 조금씩 자신감을 키울 수 있었습니다. 프로젝트를 진행하면서 제 아이디어를 전달하고, 협업을 통해 더 좋은 결과를 만들어가는 과정에서 소통 능력을 크게 키울 수 있었습니다. 또, 전시회 기획이나 기업 탐방 같은 다양한 경험 속에서 “나만의 강점은 무엇일까?”라는 고민을 자주 하게 되었는데, 덕분에 제 디자인 방향성을 더욱 구체적으로 확립하는 계기가 되었습니다.

Q.
다음 기수 디자인서포터즈에게 해주고 싶은 추천의 말이 있다면 무엇인가요?

- 서포터즈 활동을 시작하는 이들에게 도움이 될 만한 조언이나 응원 의 메시지를 전달해 주세요.

저는 인천디자인 서포터즈가 첫 대의 활동이라 시작 전에 “내가 잘 할 수 있을까?”라는 걱정을 정말 많이 했습니다. 하지만 항상 느끼는 것이, 무언가를 시작하기까지가 가장 어렵다는 점입니다. 한 번 용기를 내서 도전해 보면, 생각보다 쉽고 더 많은 걸 해낼 수 있을 거예요. 특히 내성적이라 고민하는 분들도 너무 걱정하지 않으셨으면 좋겠습니다. 이 활동은 디자인에 대한 진로를 탐색하고 다양한 경험을 쌓을 수 있는 좋은 기회이니, 많은 분들이 망설이지 않고 지원했으면 합니다!



허윤서 디자이너에게는 호소력이 있다. 전달하고자 하는 의도가 명확하고, 사용자 중심의 세련된 표현방식을 잘 알고 있다. 허윤서 디자이너는 서포터즈 활동을 통해 나만의 디자인이 무엇인지 방향을 찾고 자신감도 얻었다고 말한다. 아무진 눈빛을 주목해 주기 바란다. 수줍은 듯하지만 가려지지 않은 뜨거운 열정을 뿜어내는 허윤서 디자이너를 많은 사람들이 주목할 날이 멀지 않았다.

여기 디자이너 주목!

: 인천디자인서포터즈 포트폴리오

허윤서
 저는 미디어디자인공학을 전공하고 다양한 서비스 디자인 프로젝트에 참여한 경험으로, UX/UI 디자인 분야에 지원을 합니다.

근로 조건 인천 지역, 인하우스 프리랜서, 기타 등

기타 문의 saver2075@icloud.com

허윤서 "일상의 행복을 주는 디자이너가 되고 싶습니다."

'나도'는 청소년 도박중독 예방을 위한 캠페인 프로젝트로, "나도 할 수 있어!"라는 긍정적인 메시지를 전달하며 도박중독 극복을 돕습니다. '긍정적 중독' 개념을 통해 중독 활동이 삶에 부정적인 영향을 미치지 않도록 유도하고, 청소년들이 자신감을 얻고 목표를 성취할 수 있는 환경을 제공합니다. '나도'는 청소년들에게 긍정적인 변화와 성장을 위한 동기를 부여하며, 중독 예방을 넘어 긍정적인 변화를 제시하는 디자인을 목표로 했습니다.

장승규
 텍스처링 캐릭터를 디자이너 주요 담당업무: 브랜드/캐릭터 개발, 캐릭터 응용, 액션, 이모티콘 개발

근로 조건 캐릭터디자이너, 애니메이터, 전문에이전시, 서울, 경기, 인천

기타 문의 yavastudio@gmail.com

장승규 "캐릭터를 통해 세상에 감동을 주는 애니메이션 디자이너"

- 구로구 오류버들시장 브랜드/캐릭터 및 굿즈 개발용역
- 대전 도시브랜드 및 캐릭터 활성화 전략방안 수립 연구
- 삼성물산 품안이 캐릭터 리뉴얼 및 녹스 메신저 이모티콘 개발
- 2024 문화관광축제 캐릭터 개발 및 카카오톡 이모티콘 개발
- 한국건강증진개발원 카카오톡 이모티콘 개발
- 영암군, 영도구, 충청북도, 동두천시 카카오톡 이모티콘 개발
- 2025 세계양궁선수권대회 캐릭터 응용형 개발
- 2025 영동세계국악엑스포 캐릭터 개발

백재희
 저는 서경대 라이프스타일학과를 전공하고 있으며, 텍스처링과 VMD에 대한 공부를 하고 있습니다. 일상 속 가치를 더하는 디자인을 만드는 데 열정을 가지고 있습니다.

근로 조건 서울지역, 인하우스

기타 문의 dreamwogml@skuniv.ac.kr

백재희 "일상의 결을 섬세하게 그려내는 디자인을 꿈꾸는 예비디자이너입니다."

이 텍스타일 디자인은 안도 토키타로 히로시게의 작품 "국화, 시리즈: 여섯 선택의 꽃"에서 영감을 받아 제작되었습니다. 19세기 일본 미술의 우키요에 화풍을 담아내며, 국화와 백합을 메인 모티브로 수채화 특유의 맑고 투명한 느낌과 깊이를 표현했습니다. 자연의 아름다움을 현대적 감각으로 재해석하여 나뭇잎 디테일을 더욱 섬세하게 구현하고, 다채로운 색감과 정리된 외곽선을 반영했습니다. 이 텍스타일은 벽지, 커튼, 가구 소품 등 다양한 실내 디자인에 활용될 수 있도록 설계되었으며, VMD 관점에서 매장 디스플레이와 소원도 연출에 적용되어 자연스럽게 세련된 분위기를 연출하며 브랜드 메시지를 효과적으로 전달합니다.

김해인
 저는 내로 디자인, 브랜딩, 그리고 그래픽 디자인에 열정을 가진 디자이너입니다. 현재에 안주하지 않고, 더 나은 방향을 모색하여 다양한 사람들과 소통하고 협업하는 열린 시기를 갖추고자 합니다.

근로 조건 서울 경기 인천지역

기타 문의 mainxi@naver.com

김해인 "한계를 뛰어넘어 혁신을 추구하는 디자이너를 꿈꿉니다."

<풍긋>은 일상 속 수많은 소리를 실시간으로 청각장애인에게 전달하는 혁신적인 모바일 앱 서비스입니다. 일상에서 위험 경고와 안내 사항은 주로 청각적으로 전달되기에, 청각장애인들은 종종 위험과 불편함에 노출됩니다. 이 점을 해결하기 위해, <풍긋>은 AI 기술을 활용하여 소리를 즉시 감지하고, 진동 및 화면 불빛과 그래픽을 통해 즉각적으로 알림을 제공합니다. 이로써 청각장애인들이 안전하고 편리한 일상을 누릴 수 있도록 돕습니다.

정서울
 시각디자인 전공으로 성장과 도전에 힘쓰며, 특목 휘는 색감처럼 밝고 명랑한 성격의 소유자입니다. 사람들과 소통하는 디자인을 추구합니다.

근로 조건 서울 지역, 인하우스, 에이전시

기타 문의 seoyul331@gmail.com

정서울 "매 순간을 밝고 빛나게, 활기를 주는 상큼 디자인"

다음 포트폴리오 소개글을 정리해줘. 2024년 K-뷰티의 중심 트렌드인 '광(光) 메이크업'에 맞춰 릴라바이레드의 하이라이터 '러브빔 글로우 베일'의 브랜딩 프로젝트를 진행하였습니다. 4가지 타입의 하이라이터 3D모델링, 리플렛, 포스터, 타이틀 그래픽을 포함한 브랜딩의 모든 과정을 진행하였습니다. 본 프로젝트는 저와 같이 키치하고 톡톡튀는 감성을 좋아하는 숙녀들의 취향을 가득 담아 디자인하였습니다. 디자인 회사에 필요한 젊은 감성, 제가 담당하겠습니다! 언제든지 연락주세요.

임채민
 디자인학부 영상디자인 전공이지만, 시각 디자인 위주의 프로젝트를 진행해 왔습니다. 모두에게 기억이 남는 재미있는 디자인을 제작하는 것이 목표입니다.

근로 조건 서울 지역, 인하우스, 에이전시

기타 문의 lim33678@naver.com, insta: chaexmin_design

임채민 "반짝이는 디자이너, 임채민입니다."

이 포트폴리오 프로젝트는 1년간의 스페인 교환학생 생활에서 얻은 추억을 담고 있습니다. 제가 거주했던 안달루시아 지방의 말라가를 포함한 7개의 도시를 각 도시의 특색에 맞게 패턴화하였습니다. 또한, 각 도시의 일화를 담은 포스터와 에세이북, 도시 가이드, 엽서를 제작하였습니다. 과제전을 통해 실물 제작 및 전시를 경험하였으며, 스튜디오 활동까지 진행한 프로젝트입니다.

김지우
 저는 광고디자인을 전공하고 다양한 공공서비스디자인 프로젝트에 참여하면서 밝은 경향을 바탕으로 사람들을 위한, 필요하는 디자인을 하고 싶습니다.

근로 조건 인천 및 서울지역, 에이전시

기타 문의 jenny1809@naver.com

김지우 "창의적 사고로 미래를 그리는 디자이너입니다."

<소곳>은 전통시장 활성화와 문화재 향유를 목표로 한 프로젝트입니다. 전통시장에서 만 원당 엽전 한 개를 보상으로 제공하며, 이 엽전은 문화재청의 문화회사와 시설 이용 시 사용됩니다. 또한, <소곳> 프로젝트의 기획 의도와 엽전 사용설명서를 안내하고 홍보하기 위해 웹사이트를 제작하였습니다.

김민설
 디지털미디어학을 전공한 저는 다양한 콘텐츠로 가치를 전하고자 합니다. 자연의 아름다움과 다양한 유산을 통해, 새로운 콘셉트를 기획하고 브랜드를 전달하고 싶습니다.

근로 조건 김지회사, 콘텐츠 에디터

기타 문의 mansoul2@naver.com

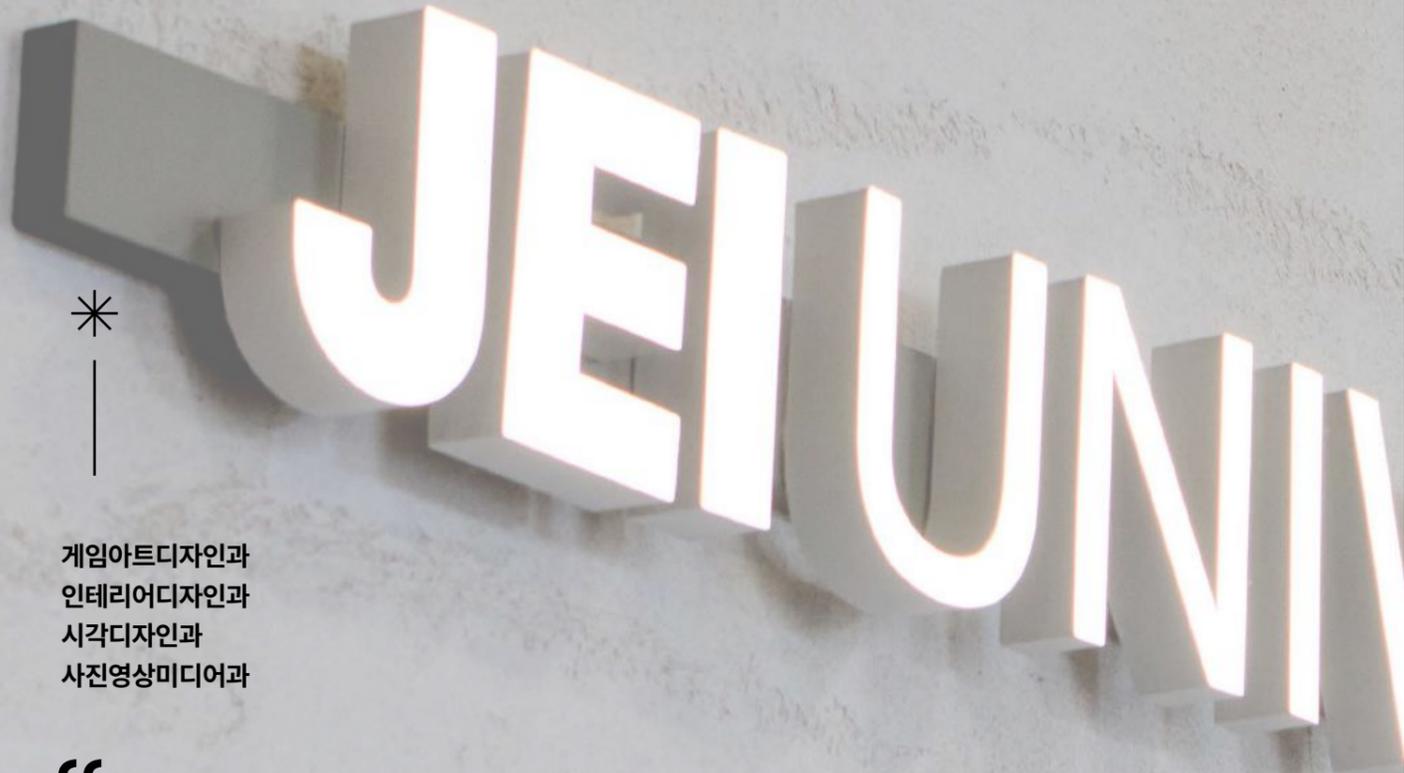
김민설 "가치를 전달하는 창의적인 표현가, 김민설입니다."

매거진 <BESIDE>는 추상적 개념 '사랑'을 '결'으로 정의한 가치관을 담은 잡지입니다. 사랑의 현대적인 의미를 전달하고자 다양한 색깔을 넣어 기획 및 디자인하였습니다.



디자인대학탐방 ① 재능대학교

취재. 정민선 사진. 한경준



게임아트디자인과
인테리어디자인과
시각디자인과
사진영상미디어과

“ 미래를 준비하는 창의적 인재 양성의 요람 ”

『재능대학교는 1971년 개교 이래, '학생 중심'의 교육 철학을 바탕으로 직업 교육의 선두주자로 자리매김해 왔습니다. 재능교육 그룹의 전폭적인 지원 아래 성장해 온 재능대학교는 지역사회와의 밀접한 협력을 통해 발전을 거듭하며, 글로벌 인재 육성을 목표로 다채로운 교육 프로그램을 운영하고 있습니다. 현재 31 개의 학과·전공에서 3,000여명의 학생들이 미래 사회를 이끌어갈 실무 역량과 창의적 사고를 키우고 있습니다.

특히, 2023년 이남식 총장 취임 이후 '글로벌 평생직업교육 대학'으로의 도약을 선언하며, 학생들이 시대적 요구에 부응하는 전문성을 갖출 수 있도록 다양한 혁신적 프로그램과 학습 환경을 구축하고 있습니다. 재능대학교는 인천지역 전문대학 중 취업률과 학생 만족도에서 지속적으로 우수한 성과를 기록하며, 명실상부한 지역 최고의 직업교육 기관으로 인정받고 있습니다.』

'스스로 학습철학' 재능대학교의 실용적인 학습과 혁신적 인프라



이번에 소개할 인천지역 디자인 대학교는 바로 재능대학교이다. 재능대학교는 '창의', '자율', '봉사'라는 세 가지 핵심 가치를 바탕으로 운영되며, AI 시대를 선도하는 창의 융합 인재 양성을 목표로 하고 있다.

재능대학교는 취업과 창업에 실질적인 도움이 되는 '실용적 학습 프로그램'을 통해 학생들에게 경쟁력을 제공하고 있다. 학과별로 특화된 캡스톤 디자인, 산학 협력 프로젝트, 현장 실습 등 직무 중심의 학습 과정을 운영하며, 학생들이 졸업 후 곧바로 현장에서 활약할 수 있도록 돕고 있다. 또한, '자기주도 학습 프로그램'과 같은 독창적인 교육 기회를 제공하여 학생들 스스로 학업과 자기개발을 균형 있게 이끌어갈 수 있도록 지원한다.

1) 디자인-콘텐츠 계열 육성과 실용적인 학습 프로그램

재능대학교는 AI 시대의 산업 경쟁력을 '창의'로 정의하며, 디자인-콘텐츠 계열의 육성에 힘쓰고 있다. 특히, 대한민국 산업디자인 교육의 기틀을 다지고 새로운 비전과 방향을 제시해 온 선구자, '이남식 총장'이 2023년 재능대학교에 취임하면서 시각디자인과의 신설과 교육인프라 확충 등 디자인-콘텐츠 계열의 육성이 두드러지고 있다.

재능대 디자인 계열 학과는 최신 트렌드를 반영한 교과과정과 실무 중심의 프로젝트를 통해 학생들이 창의력과 실무 경험을 겸비한 디자이너로 성장할 수 있는 튼튼한 기반을 마련한다. 실용적 학습을 통해 학생들이 '미래를 디자인하는' 창의적 리더로 거듭나도록 돕는 데 주력하고 있다.



이남식 총장님



박수빈
시각디자인과



이지운
게임아트디자인과



강바울
인테리어디자인과



이은서
사진영상미디어과

2) '티칭(Teaching)'이 아닌 '코칭(Coaching)'을 위한, 최신 기술과 첨단 장비의 혁신적 교육인프라

재능대학교는 학생들에게 최고의 학습 환경을 제공하기 위해 혁신적 교육 인프라를 지속적으로 확충하고 있다. 특히, 디자인 계열 학과가 입주한 재능관 1·2층은 최근 리뉴얼을 통해 창의적 학습과 실무 중심의 교육이 가능한 공간으로 재탄생했다.

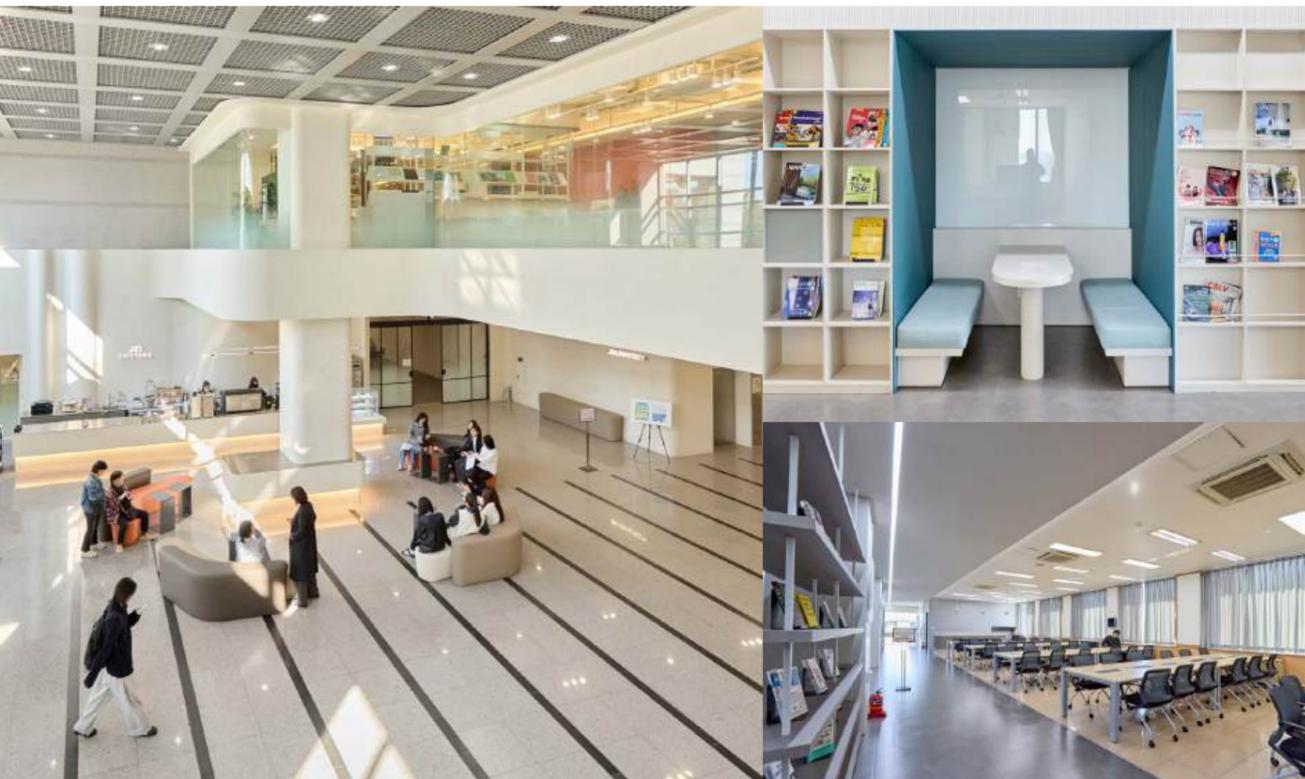
새롭게 단장된 공간에는 JEI Hall, CMF Library, Window/Mac LAB, Photo Studio, Foundation Design Studio 등이 마련되어 있다. 이 공간들은 학생들이 창의적 아이디어를 실현할 수 있도록 설계되었으며, 최신 설비와 첨단 기술을 활용한 실습이 가능하다. 주목할 만한 점으로, CMF Library는 컬러, 소재, 마감 처리 등 디자인 과정에서 중요한 요소를 심도 깊게 탐구할 수 있도록 구성된 특화 공간으로, 학생들에게 디자인 역량을 한층 강화할 수 있는 기회를 제공한다. 또한, Window/Mac LAB과 Photo Studio는 최신 디자인 소프트웨어와 촬영 장비를 갖추고 있어, 학생들이 실무에 바로 적용 가능한 기술을 익히는 데 큰 도움이 되고 있다. 이외에도 지역사회와의 협력을 고려하여 주민과 함께 사용할 수 있는 공간으로 설계된 점도 눈에 띈다.



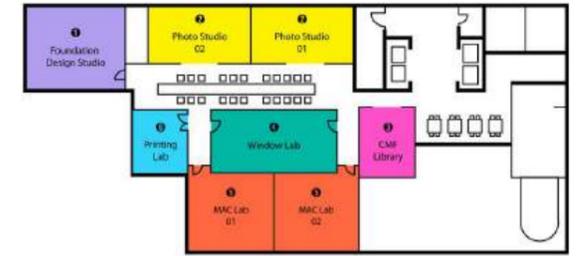
재능대학교 전경

재능대학교의 혁신적 교육 인프라는 학생들의 성장을 위한 발판일 뿐만 아니라, 지역사회와의 상생을 모색하는 중요한 역할을 하고 있다. 창의적이고 실용적인 학습 환경을 바탕으로 '티칭(Teaching)'이 아닌 '코칭(Coaching)'을 통해 학생들이 글로벌 경쟁력을 갖춘 인재로 성장할 수 있도록 돕는 것이 재능대학교의 비전이다.

열람실, 회의실, 휴게시설이 갖춰진 재능관 로비



최신 기술을 도입한 실습실과 연구실, 스튜디오 시설 등은 창의적이고 실무적인 인재를 양성하는 데 최적화된 환경을 제공한다. 최신 기술의 활용 능력은 산업현장에서 나의 가치를 높여준다. 아낌없는 시설투자로 학생들의 성장을 지원하는 교육 인프라 혁신은 재능대학교의 차별화된 강점이라 할 수 있다.



재능관 2층

1. Foundation Design Studio

디자인의 기초가 되는 드로잉, 색조, 설계 등 컴퓨터 이외에 디자이너에게 요구하는 역량을 키우며 학습하는 공간



2. Photo Studio

전문적인 사진 촬영이 가능한 포토 스튜디오



3. CMF Lab

디자인트렌드북 및 수십종의 색채(Color), 소재(Material), 마감(Finish) 자료 보유. 자유로운 활용 가능



4. Window Lab 1

Window운영체제 기반 일러스트, 포토샵, 피그마 등 다양한 디자인툴이 지원되는 디자인SW 교육실



5. Mac Lab1,2

Mac운영체제 기반 실습실



6. Printing Lab

A0 플러터, 컬러 레이저프린터, 3D 프린터를 사용할 수 있는 프린팅 작업실





재능대 디자인학과 소개

재능대학교는 4개의 디자인 학과를 전문적인 디자인 커리큘럼을 가지고 운영한다. 졸업을 위한 전공학점은 69학점(2년제), 105학점(3년제)으로 전문지식과 실무역량을 고루 갖춘 능력 위주의 교수진을 구성하여 학생들이 기초부터 실무까지 빠르게 습득할 수 있도록 지원한다.

학과	소개	취득자격증	진로
게임아트디자인과 @jeiu_gad	전·현직 게임 개발자 교수진의 실무 교육과 체계적 커리큘럼으로 게임 그래픽 디자이너 양성	컴퓨터그래픽기사, 산업디자인기사, 시각디자인산업기사, 컬러리스트산업기사, GTQ자격증	국내 게임사, 웹툰작가, 애니메이션 회사 등
인테리어디자인과 @jeiu_idid	기능적, 심미적, 기술적 조건을 최적화해 쾌적한 실내환경을 디자인하는 인테리어디자이너 양성 학과. AutoCAD, Sketch-Up, Enscape 등 CG 특성화 교육 운영 한성대 2+2협약 무시험 서류전형 3학년 편입제도 운영	실내건축(산업)기사, 건축(산업)기사, 건축설비(산업)기사, 전산응용건축제도기능사(AutoCAD), ATC캐드마스터CAT(CAD), GTQ(일러스트) 등	인테리어디자인회사, 건축설계사무소, 전시디자인 및 환경디자인회사, 디스플레이회사, 디자인소품관련회사, 건설회사 등
시각디자인과 @jeiu_vcd	재능대학교의 디자인-콘텐츠 계열 육성에 따라 2024년에 신설된 학과. AX시대(인공지능 대전환시대)에 적합한 창의적 비주얼 크리에이터를 양성하며, 디자인씽킹과 마케팅 사고로 실무형 교육을 제공함	GTQ자격증, 컴퓨터그래픽운영기능사, 시각디자인산업기사, 컬러리스트산업기사, 멀티미디어 콘텐츠제작 전문가 자격증	시각디자이너, 브랜드디자이너, 편집디자이너, 프롬프트디자이너, 패키지디자이너, 광고디자이너, 팬시디자이너, 콘텐츠디자이너 등
사진영상미디어과 @jeiu_pma	오랜 전통의 학과로서 올바른 인성을 겸비한 사진, 방송영상, 디지털미디어 분야의 전문 직업인을 양성하기 위한 특화된 교육 제공	사진기능사, 컴퓨터그래픽스운영기사, 디지털영상편집자격증, 웹디자인기능사, 멀티미디어콘텐츠 제작 전문가, GTQ자격증	방송국, 사진스튜디오, 사진기자(일간지)



입학정보

1. 정원내(수시모집) 모집인원

모집단위	수시 1차								수시 2차			
	주/야	학제	입학 정원	일반고	특성화고	특기자	성인친화 전형	실기	일반고	특성화고	성인친화 전형	실기
게임아트디자인과	주	3	50	27	6	5			7	3		
인테리어디자인과	주	2	40	21	9				6	2		
시각디자인과	주	2	25	12	5				4	2		
사진영상미디어과	주	2	50	27	11				7	3		

2. 정원내(정시모집) 모집인원

모집단위	일반 전형					특별 전형	
	주/야	학제	입학 정원	수능	내신	성인친화전형	실기
게임아트디자인과	주	3	50	1	1		
인테리어디자인과	주	2	40	1	1		
시각디자인과	주	2	25	1	1		
사진영상미디어과	주	2	50	1	1		

3. 정원의 모집인원

모집단위	주/야	학제	입학 정원	전문대 이상 졸업자	특성화고교 등을 졸업한 재직자	농어촌	기초생활수급자 및 차상위	북한이탈주민 (통일인재양성)
게임아트디자인과	주	3	50	4			1	1
인테리어디자인과	주	2	40	4			2	1
시각디자인과	주	2	25	4			2	1
사진영상미디어과	주	2	50	4			2	1

4. 전형별 요약

- 일반고 전형: 학생부 교과 100%
- 특성화고 전형: 학생부 교과 100%
- 특기자 전형(게임아트디자인과): 학생부 교과 40% + 면접 60%, 학과 관련 포트폴리오 제출 가능한 자, 학과 관련 공모전 및 대회 수상자
- 수능 전형: 수능 100%
- 내신 전형: 학생부 교과 100%
- 정원외 전문대졸 이상 졸업자 전형: 서류 100%
- 정원외 기초생활수급자 및 차상위계층: 학생부 교과 100%
- 정원외 통일인재양성: 학생부 교과 100%

5. 성적 반영 방법

- 학교생활기록부: 1~3학년 전체 중 최우수 1개 학기 적용(자동반영)
- 수능: 영어를 제외한 최우수 백분위 2개 과목(영역) 반영(100%) 및 영어 가산점(최대 10%)

입학정보

<https://apply.jeiu.ac.kr:4443/apply/>



인천, 경기 그리고 글로벌 디자인산업 그 중심에 igdfa가 있습니다

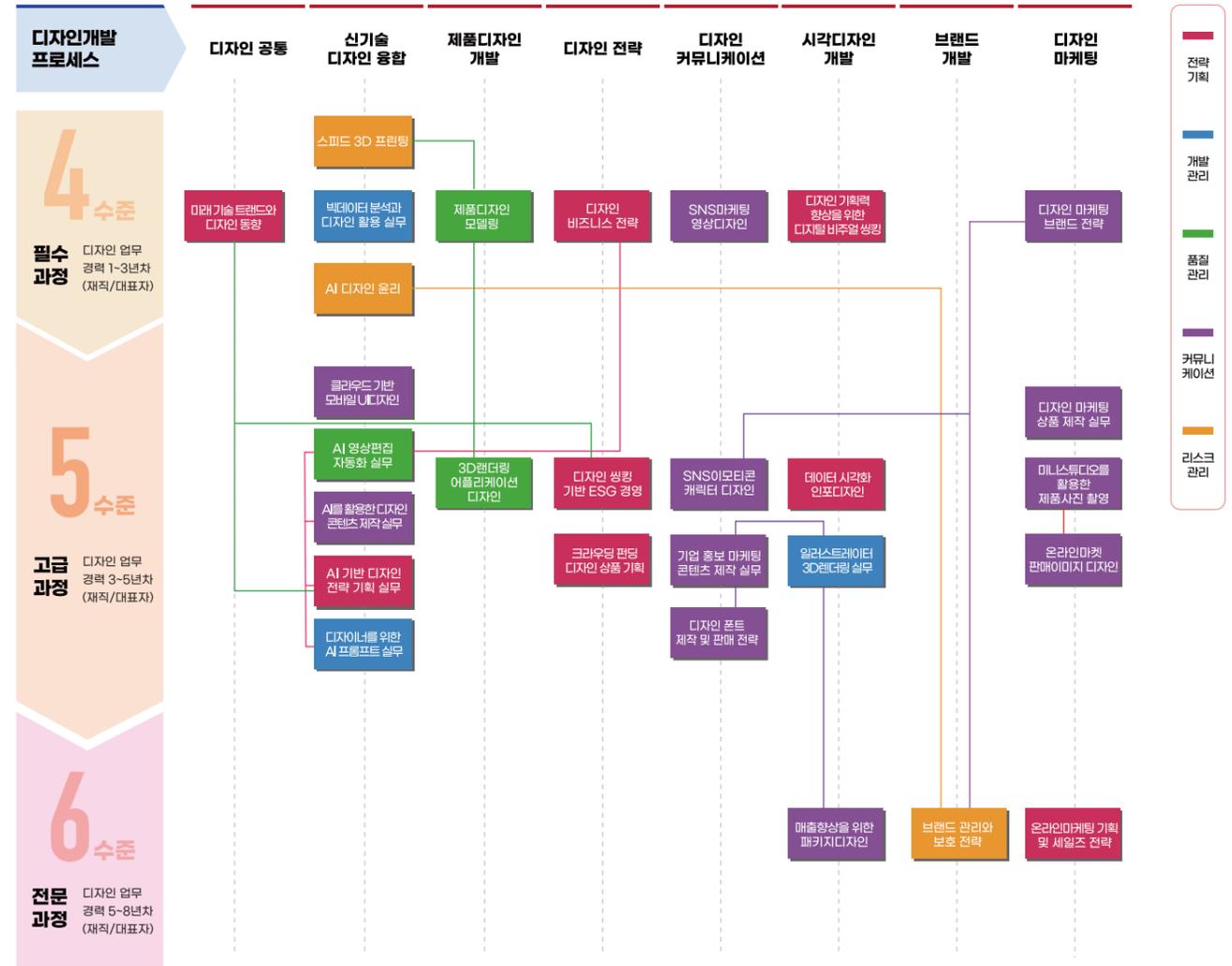
www.igdfa.kr

주요활동 및 산업

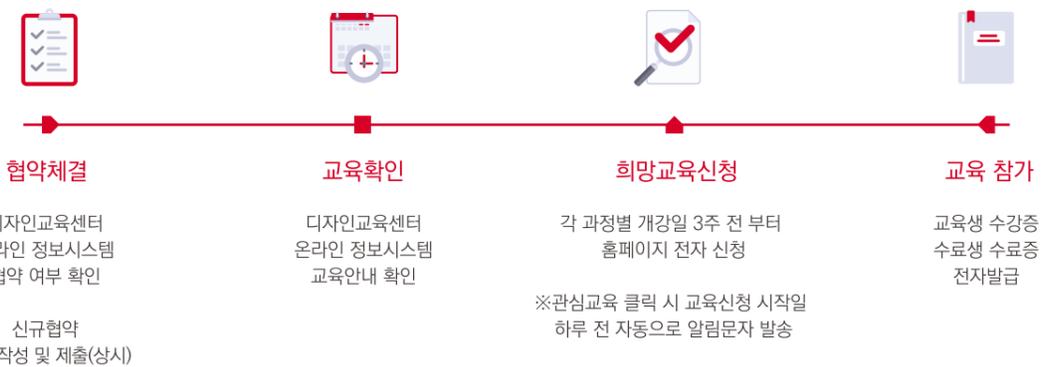
- 산업디자인전문회사(KIDP, KIDIA, 산업통상자원부) 한국디자인산업 네트워크의 중심
- 글로벌 디자인 교류의 주관 및 기획(07~24' 인천국제디자인페어 공동주관 및 수행)
- 미래 산업디자이너의 진출지원-(19~24' K-디자인콘서트 공모전 운영)
- 산업디자인융합관련 제조기업 현장컨설팅 지원(K-디자인서포터즈)
- 산업디자인, 공공디자인 현장자문 및 용역수행

igdfa 협회 가입 안내

- 가입요건 인천 및 경기 소재 산업디자인인증기업
- TEL 070-4895-0879 MAIL info@igdfa.kr HP www.igdfa.kr
- 주소 인천광역시 남동구 아람대로 1085번지 창작하는대로 igdfa 사무국



중소기업 재직근로자의 직업훈련 참여 확대와 산업계 주도의 지역별 직업 훈련기반 조성 등을 위해 복수의 중소기업과 인적자원개발컨소시엄(협약)을 구성한 기업 등에게 공동훈련에 필요한 훈련인프라와 훈련비 등을 지원하는 **대한민국 대표 직업능력개발훈련 사업**



협약관련 서류 : 홈페이지(hrd.idsc.kr) 다운로드

- 국가인적자원개발 컨소시엄 협약서 (전략분야) (직인 날인) 2부
- 협약기업 일반현황 및 사업자등록증 각 1부



2025년 1월! 국내외 디자인정보를 편리하게 검색 할 수 있는 디지털 디자인도서관 개관



회원가입
바로가기