

한국디자인DNA 심화연구

근현대 가구디자인

국내 근현대 가구디자인에서 나타난 한국성 연구

- 사무용 시스템 가구 사례를 중심으로

심화연구자 이명수(퍼시스 상무, R&D 연구소장)

CONTENTS

연구개요

- 1절. 연구의 배경과 목적
- 2절. 연구의 방법

제1부 한국 근현대 가구산업의 현황과 디자인

1장. 사적 개요

1. 한국 근현대 가구산업의 역사적 고찰
 - 1.1 근현대 가구산업의 정의
 - 1.2 근현대 가구산업으로의 전환과 성장과정

2장. 사무용 가구산업의 현황과 디자인

1. 사무용 가구산업
 - 1.1 사무용 가구의 등장배경
 - 1.2 주요 가구업체 현황
2. 시스템 가구의 등장과 시장변화
 - 2.1 시스템 가구의 등장배경
 - 2.2 시스템 가구의 개념과 특징
 - 2.3 시스템 가구의 해외사례
 - 2.4 시스템 가구의 디자인 조건

제2부 한국인의 생활공간 변화와 사회문화적 배경

1장. 생활환경의 변화

1. 한국인의 생활양식 변화
 - 1.1 시대의 변화
 - 1.2 주거생활의 변화

2장. 한국인의 조형의식과 한국 근현대 가구

1. 한국인의 조형의식에 의한 가구문화의 개념
 - 1.1 사상적 개념
 - 1.2 형태적 개념
 - 1.3 행위적 개념

제3부 한국 근현대 가구디자인의 특징

1장. 한국 근현대 가구디자인의 변화

1. 시대별 변화

1.1 1950년대~1990년대

1.2 2000년대~현재

2장. 한국 근현대 가구디자인 분석

1. 한국 근현대 가구디자인의 특징

1.1 일반적 특징

1.2 세부적 특징

제4부 결론 : 한국 가구디자인의 미래와 한국적 디자인 요소의 반영

1장. 한국 가구디자인의 발전 방향

1. 한국 고유의 디자인요소 반영

1.1 한국 가구산업의 미래

1.2 한국 가구디자인의 한계

1.3 한국적 미감과의 연속성

제5부 대표 디자인 사례소개

1장. 유로테크(EUROTECH) 시리즈

2장. 퍼즐플러스(Puzzle Plus) 시리즈

3장. 에프엑스원(FX-1) 시리즈

■
연구개요

1장. 연구의 배경과 목적

우리는 어린 시절 집과 학교에서 사용했던 나무와 금속으로 만들어진 의자와 책상을 기억한다. 교실에 구성되어 있던 교탁과 칠판, 나란히 줄 세워져 있던 친구들의 책상과 의자, 교무실에도 학생들이 사용하던 그것들과는 사뭇 다른 형태의 선생님들만의 책상과 의자가 서로 마주보며 어떠한 규칙을 구성하여 줄 세워져 있었고 출석부 같은 것들을 꺼낼 때마다 덜컹덜컹 거렸던 금속 캐비넷(Cabinet) 특유의 소리까지, 또한 학교를 마치고 집에 돌아가면 책을 읽거나 숙제를 하곤 했던 책상이 있었고 어떤 아이들은 밤상과 책상을 함께 쓰기도 했었다. 요즘 아이들은 학교와 학원에서 컴퓨터를 사용하는 교육환경에 맞춰 변화된 책상과 의자를 사용하기도 한다. 대학에 진학하게 되면 기존의 교실형태가 아닌 강의실이라는 이름의 공간 안에서 또 다른 그것들을 접하게 되며, 남자들의 경우 군복무 생활 중에 경험하게 되는 그것들 또한 다르다. 취업 후 사회생활을 하는 공간에서, 결혼 후 가정을 구성하는 공간에서도 그것은 매번 시간, 장소, 목적, 사용자에 따라 오랜 시간 동안 변화해오며 우리의 생활 가장 가까이에서 존재해왔다.

우리나라에서 오늘날과 같은 형태의 세련되고 기능적인 가구를 사용하게 된 것은 결코 오래전 일이 아니다. 한국전쟁 이후 불과 50여년 이란 짧은 기간 동안 급속도로 변화된 산업경제의 발달과정 속에서 우리의 삶을 반영하며 한국의 가구 산업은 급성장 해왔고 또한 짧은 시간동안의 급속한 성장 때문에 어떠한 부분에서는 어려움을 겪는 부분들이 생겨났다.

본 연구는 우리나라의 근현대 가구산업 및 가구디자인의 발전과정과 현황을 살펴보고, 앞서 말한 어린 시절의 기억들처럼 우리 안에 담겨져 있는 고유한 정서가 환경과 공간적 요소와 더불어 어떻게 한국 가구디자인에 반영되었는지를 찾아내는데 그 목적이 있으며 찾아진 요소들을 분석하여 우리나라의 정체성, 즉 한국성이 현대 가구디자인의 미래적 방향성을 제시하는데 중요한 배경이 될 수 있는지에 대하여 알아보고자 한다.

2장. 연구의 방법

본 연구의 기본적인 방법은 현재 국내외 주요 가구업체들의 사례와 제품들을 통한 연구이다. 해외 유명 가구업체를 비롯하여 한국 최초의 시스템가구 제조업체인 ‘퍼시스’ , 최근 매출 상위기업인 ‘리바트’ , ‘보루네오’ , ‘한샘’

(가나다 순) 등을 주요 내용으로 정하였으며, 가구의 분류는 공공목적의 가구를 제외한 가정용 가구, 주방용 가구, 사무용 가구 안에서 한정하였다.

주된 범위를 사무용가구, 그 중에서도 시스템가구의 분야로 한정한 이유는 공간적, 기능적 개념의 변화가 급속한 현대 산업발전의 흐름과 비례하여 가장 뚜렷하게 나타날 수 있다고 판단된 공간이 사무환경이기 때문이며 그것을 가장 잘 보여주는 제품군이 시스템 가구이기 때문이다.

본 연구의 방법은 다음과 같은 절차를 갖는다.

첫째, 한국 근현대 가구산업의 흐름을 되짚어 봄으로써 현대적 가구산업으로의 전환과정을 살펴본다.

둘째, 국내외 사무용 가구업체의 사례를 통해 사무용 가구산업의 현황과 시스템 가구의 등장 배경을 알아본다.

셋째, 한국인의 생활양식과 시대적 공간구성을 통해 한국인들의 조형의식이 가구디자인에 어떠한 형태로 반영되었는지 알아본다.

넷째, 한국 근현대 가구디자인의 특징들을 파악하여 분석한다.

다섯째, 한국 가구산업에서 한국적 요소를 담아내는 디자인이 한국 가구산업의 미래에 어떠한 한계와 연속성을 갖게 되는가에 대해 제언한다.

이상과 같이 총 5단계의 절차로 구성된 연구내용을 통해 한국 가구산업의 현 위치와 현대 한국 가구디자인에서 나타나고 있는 특징들이 한국의 고유한 요소들과 어떻게 연결되어 있는지를 살펴볼 수 있도록 하며 본 연구의 내용이 미래 한국의 가구디자인에 대하여 올바른 방향성을 제시하기 위한 기초자료가 될 수 있길 바란다.

—
제 1부

한국 근현대 가구산업의
현황과 디자인

1장. 사적개요

1. 한국 근현대 가구산업의 역사적 고찰

1.1 근현대 가구산업의 정의

'현대 가구'라는 것은 단순히 현대(최근)에 제작된 가구들을 지칭하는 것일 수도 있겠지만 일반적으로 역사적 사실에 근거하여 가구의 대량 생산이 본격적으로 시작된 서구의 산업혁명 이후의 가구를 의미한다. 또한 디자인이라는 개념이 각각의 제품에 반영되기 시작한 모더니즘 이후의 가구를 의미하기도 한다.

따라서, 본 연구에서 정의하는 '한국의 현대 가구'는 국내에서 산업화 도입과 더불어 대량 생산이 시작된 가구, 그리고 현대의 주거문화 즉, 입식 중심의 생활양식으로 전환되는 시점부터의 가구를 말한다. 이 두 가지의 조건을 모두 만족시키는 시기는 약 한국전쟁이 끝나고 본격적인 산업경제의 부흥이 막 시작된 1960년대부터라고 볼 수 있겠다.

1.2 근현대 가구산업으로의 전환과 성장과정

한국은 조선시대까지 외부와의 문화적 교류가 제한되었고 이로 인해 한반도 지역 내에서 독자적 문화를 형성하여 발전했다. 그러나 조선 말기 개화기를 맞이함에 따라 서구문물이 유입되어 생활양식 전반에 걸쳐 서양식 문화가 도입되었다. 이에 따라 서양식 가구가 등장하게 되었으며 이는 오늘날의 현대 가구로 발전되어왔다.

한국 현대 가구의 처음 시작은 조선 말기 개화사상의 도입과 함께 이루어지게 되며 이후의 전개과정은 관련 연구사례에 따라 다양하게 구분되어지고 있으나 본 연구에서는 개화기, 태동기, 형성기, 정착기, 발전기 등 이상 5단계로 나누어 과정을 살펴보기로 한다.¹⁾

제1기는 1876년에서 1910년까지의 개화기로 구분한다. 조선은 1876년에 일본과 강화도 조약을 체결하게 되고 이로 인하여 미국, 영국, 독일, 이태리, 중국, 러시아 등의 서방국가와의 수호통상조약이 성립되었다. 이는 서양 문물에 대한 개방이 처음 시작된 시점이다. 이후 조선 말기 개항과 함께 서구 문화가 본격적으로 도입되었고 한편으로는 우리의 문화가 외국에 소개되는 계기도 되었다. 왕실의 생활양식도 그 영향을 받아 많은 가구들이 서구식으로 교체되었다. 대표적인 예로는 비원 내에 있는 왕실미술관과 덕수궁의 석조전을 들 수 있는데²⁾ 이곳에는 프랑스식 가구와 영국식 가구가 배치되어 전통 가구와는

1) 신영식, 근대이후 한국 가구의 양식 변천에 관한 연구, 흥익대학교, 1990, p19.

다른 조형미를 보여주었다. 그러나 왕실용으로 수입된 서양식 가구는 주로 의자나 탁자, 소형 장식장, 화장대 등의 소형 가구에 국한되었을 뿐 많은 부분에서 전통 가구가 함께 사용되었다. 그에 반해 서구 문화가 일반 대중들에게 미친 영향은 매우 미흡하였다. 서구 문물의 수입품들은 대부분 상류층의 전유물이었으며 일반 서민은 이를 사용할만한 여건이 되지 못했다.

이렇듯 제1기는 서양가구 도입의 시작에 따라 적은 수의 서양식 가구와 전통가구가 혼용된 시기였다.

제2기는 태동기로 1910년 한일합방 이후부터 1945년 해방기까지로 구분된다. 이 시기는 일제강점기로 정치, 경제, 사회 등 모든 분야에 대하여 일본의 간섭이 심했으며 식민지 교육을 강요하였다. 때문에 사회 전반에 일본양식의 영향이 두드러지게 나타났고 1922년부터 일제총독부는 식민지 미술문화 정책의 일환으로 조선미술전람회를 개최하였으며, 1932년부터는 공예부가 신설하여 가구 작품이 출품되기 시작하였다. 여기서 수상한 가구는 대회가 끝난 후 고가로 매매가 이루어지면서 유행하여 당시의 가구 양식에 큰 영향을 주었다. 조선미술전람회에 출품된 가구는 조선시대의 전통 가구와는 다른 형태로 일본 가구의 형태가 도입된 소위 '댄스'라는 명칭으로 불리던 수납가구가 주종을 이루었다.

이 시기의 가구 양식은 크게 세 가지로 나누어 볼 수 있는데 첫째는 한국 전통가구의 형태를 따르거나 유사한 것이고, 둘째는 한국 전통 가구의 형태를 벗어나지 않지만 전통가구와는 다르고 완전한 일본가구라고도 볼 수 없는 것, 셋째는 한국 전통 가구의 형태는 거의 찾아볼 수 없는 일본 가구의 디자인을 가진 것이다.

일반 대중이 사용하는 가구에서도 일본의 양식이 많이 나타났으며 일본강점 초기에는 한국 전통 가구의 양식이 주로 사용되었으나 중기와 후기로 들어서면서 전통 가구와 기능이 혼합되어 새로운 형태가 등장하거나 일본 가구의 형태와 전통 가구의 장식이 혼합된 양식이 나타났다. 또한 일본의 영향과 별도로 현대 가구로의 전개과정에서 새로운 소재들이 등장하기 시작하였다.

개화기가 서양식 가구와 전통 가구가 혼용되는 과정이었다면 이 시기는 일본의 영향이 강하게 작용하였던 시기로 우리 가구의 전통적인 요소들이 일본 양식에 혼합되어 사용된 시기이다.

제3기는 형성기로 1945년 해방 후부터 1960년까지로, 해방 이후 우리나라 는 정치, 경제, 사회 등 모든 분야에서 혼란한 시기를 맞이하게 된다. 1948년 정부가 수립되고 사회가 안정을 찾아가는 과정에서 그동안 잊었던 우리의 전통문화를 다시 찾으려는 의지가 나타났으며 이는 가구문화에도 영향을 미쳤다.

2) 이진영, 개화 아래 한국전통가구의 위상과 변천에 관한 연구, 숙명여자대학교, 1979, P.12

그러나 이러한 시도는 1950년 6월 25일 한국전쟁이 일어나면서 지속될 수 없었다. 이 시기에는 일제강점기 동안 흔들렸던 전통 문화의 주체성을 회복하려는 움직임이 많았다. 그러나 이러한 시도는 이미 도입된 서구 문화의 영향으로 원활히 이루어질 수는 없었다. 서구 문물은 미국의 원조로 인해 유입되기 시작하였고 실제로 사회 전반에 미치는 영향은 이전의 일본 문화의 영향만큼 강력했다. 생활양식이 좌식생활에서 입식생활로 변화하였으며 이에 따라 서양식 가구가 도입되기 시작하였다. 또한 가구디자인에 있어서도 장식 위주보다는 기능 위주의 디자인들이 소개되었고 이는 획기적인 디자인 개념으로 수용되어 우리 생활문화에 적용되었다. 새로운 디자인 개념의 도입으로 일제강점기 때의 가구들은 보다 간결한 형태로 변형되었으며 금구장식이나 조각장식이 사라지고 기능과 효율성 중심의 가구가 제작되었다. 이는 미국 실용주의의 영향이었고 또한, 합판이 보급된 결과이기도 하다. 합판이 보급되면서 원목으로 제작되던 전통가구에서 볼 수 있었던 조각 장식이 불가능해졌기 때문이다.

해방 후 15년 동안은 서구 문물이 도입된 시기로 한국 가구가 본격적으로 현대화되어갔던 시기였다. 그러나 이 시기는 우리 민족에게 매우 혼란스러운 시대였으며 6.25전쟁 이 후 휴전이 되고 나서야 조금씩 안정을 찾게 된다. 전란 후의 짧은 기간 동안 큰 변화는 이루지 못하였지만 전통 가구가 서양식 가구로 변화하기 시작했고 이러한 영향이 지금의 현대가구의 기본 틀로 계속 이어지게 된다는 점에서 그 의미가 있다.

제4기는 정착기로 1960년에서 1980년까지이며 이 시기에는 사회 전 분야에 개혁이 활발히 이루어졌다 1962년부터 경제개발 5개년 계획이 수립되어 경제력이 신장할 수 있었고, 그 결과 1960년대에는 인구 증가와 생활의 안정으로 인해 가구의 소비가 증가하였다. 따라서 1960년대 초까지 작은 공방 체제로 이루어졌던 가구업계는 후반에 들어 대규모의 공장을 운영하는 기업의 형태로 성장하였다. 1970년대 국내 아파트 건축이 시작되면서 건설회사가 직접 가구 공장을 운영하여 대기업이 가구 산업에 진출하는 계기가 마련되었다. 한편으로는 중소기업에 타격을 주어 적지 않은 기업들이 어려움을 겪었으나 결과적으로는 한국 현대 가구산업에 큰 발전을 가져오는 계기가 되었다.

생활양식이 입식으로 변화하고 TV 등의 가전제품의 사용이 보편화되어 1960년 말에는 침대, 소파 등의 입식가구의 사용이 일반화되었으며 이에 따라 가구의 양식 역시 서양식으로 변화되었다. 현대식 가구산업이 발전함에 따라 수공 작업에 대한 부분이 감소하였고 합판이 본격적으로 사용되면서 1970년에 들어서면서 가구의 대량생산화가 본격화되면서 기계작업에 의존한 간결하고 직선적인 디자인이 주류를 이루었다.

이 시기는 입식생활이 보편화되고 서양식 가구가 정착된 시기라 볼 수 있

다. 또한 경제, 사회적인 요건으로 인하여 가구의 수요가 급증하고 이에 따라 가구 산업이 대형화되어 자동화된 기계 생산을 시작하였다. 즉, 한국 현대 가구가 양적 보급을 위해 기술적인 측면에서 크게 발전한 시기이다.

마지막으로 제5기는 발전기로 1980년에서 2000년 이후까지이다. 1980년대는 경제적 부흥으로 인하여 디자인에 큰 관심을 가진 시기이다. 이 시기에는 생활이 안정되고 고학력의 젊은 주부 소비층이 증가하면서 인테리어에 대한 관심이 높아졌고 가구산업은 대기업을 중심으로 외국의 가구회사와 기술제휴를 통하여 품질의 향상과 디자인의 개발에 주력하였다. 1990년대에는 세계화의 불лом으로 외국가구의 유행 경향이 국내 가구 디자인에 바로 반영되었으며 이와 동시에 외국가구의 수입도 활발해졌다. 대량 생산되는 가구는 기계와 기술의 발달로 인하여 곡선의 표현까지 가능해졌다. 1970년대 기계화된 가구 디자인은 대부분 직선 중심으로 이루어졌으나 1980년대에는 곡선 문양이나 간단한 조각까지도 기계의 힘으로 가능해졌다. 또한 구조적 하드웨어 부분에서도 기술적으로 발전하여 가구의 견고성과 편리성에 직접적인 발전을 가져왔다. 1990년대에는 정보가 빠르게 전파되고 수입과 수출이 자유롭게 이루어져 세계의 가구 디자인이 국내 시장에 바로 도입되었다.

서양의 가구 디자인 유행이 국내 가구에 빠르게 적용되는 세계화의 한편에서는 전통 문화의 중요성을 인식하여 서양식 가구를 한국의 전통적인 분위기로 표현하려는 시도가 시작되었으며 특히 1990년대 후반 미니멀리즘이 유행하고 2000년대가 되면서 미니멀리즘의 맥락에서 동양의 미를 강조한 젠 스타일(zen style)이 유행하여 이러한 시도들이 더욱 다양하게 이루어졌다.

이 시기의 한국 현대 가구는 디자인 측면에서 크게 발전하였으며 최근 들어 한국의 전통성을 현대 디자인에 반영하려는 움직임이 본격적으로 시도되어지고 있다.

2장. 사무용 가구산업의 현황과 디자인

1. 사무용 가구산업

1.1 사무용 가구의 등장배경

1920년대부터 자동차나 기타 제조업들의 생산라인이 대량생산 방식으로 이루어지기 시작했다. 기계화된 공장에서 절대시 되어오던 효율주의가 사회전체에 전반적인 영향을 주었고 사무환경도 직접적인 영향을 받았다. 당시에 사무

실의 사진자료들을 살펴보면 넓은 공간에서 같은 모양의 많은 책상들이 교실과 같이 한 방향으로 배치되는 특징이 나타났다.



〈당시의 타이프라이터와 한 방향으로 배치된 사무환경〉

이와 같은 가구배치는 사무환경을 공장의 작업과 유사하게 단순작업 위주로 진행시켜 창조성이 결여된 사무공간의 형태를 만들었다. 한편 타이핑을 주로 하는 직종의 등장으로 책상의 높이가 작업의 능률에 직결된다는 사실이 인식되기 시작했지만 데스크의 높이가 조절가능해지는 것만으로 해결되는 문제는 아니었다. 많은 인종으로 구성된 미국에서는 체격이나 신체의 크기들이 다양했기 때문에 의자의 높이 조절 역시 필요하게 되면서 조절가능한 회전식 의자가 등장하게 되었다. 또한 장시간 앉아서 작업을 하여도 피곤함을 느끼지 않는 의자의 구조와 크기 그리고 재질에 대한 관심과 연구도 계속되었다. 이와 함께 진보적인 사무실에서는 금속제의 가구나 캐비닛 등의 데스크 이외의 사무가구들을 사용하기 시작하였다.

1930년대에서 1940년대의 미국에서는 공업생산화와 경제 활동의 광역화, 복합화에 따라 등장하기 시작한 전문 산업디자이너들에 의해 미래형 사무환경이 제안되기 시작했다. 1940년대에는 사무용 가구에 새로운 형태의 창조적 활동이 시도되었으나 이러한 사무용 가구는 대량생산되지 않고 특별 주문의 형태로 가구 메이커에게 의뢰하는 것이 일반적이었으며 널리 보급되기 시작한 것은 제2차 세계대전 후부터였다. 1946년 미국의 디자이너 조지 넬슨(George Nelson)³⁾은 L자형 워크스테이션을 최초로 개발하였는데 이것이 1947년 넬슨이 최초로 기능성 패티션을 개발하게 된 계기가 되었고 오픈 스페이스에서 획기적인 유연성을 제공하고 개인 작업에 대한 흥미와 관심을 갖게 하였다. 1940년대 말 영국의 허만 밀러(Herman Miller)⁴⁾ 등은 사무용책상을 개발하

3) 조지 넬슨(George Nelson, 1904) 미국의 산업디자이너. 허만 밀러가구회사의 디자인 계획에 참여하였고, 제너럴일렉트릭사 등 10여 개 회사의 디자인 고문을 맡아 활동했다.

4) 허만 밀러(Herman Miller) 미국의 가구회사. 1923년, 허만 밀러가 설립. 근대가구에 대한 이해가 부족했던 당시의 미국에서 시장조사, 기술개발, 생산관리와 디자인을 가장 빨리 결합한 기업. 1945년 조지 넬슨이 디자인 부문의 책임자가 되고, 1946년 찰즈 임즈가 가담해 미국 근대가구를 확립했다. 플라스틱, 합판, 알미늄 등의 활용에 신경지를 개척하고 특히, 쌓아 올리게 설계한

였다. 1951년에는 사업용으로 최초의 컴퓨터인 유니벡(UNIVAC)이 개발되면서 사무공간에서의 각종 자료처리 등이 빨라지고 개인전화 등의 발달로 인하여 사무공간은 더욱 복잡하고 기능적인 역할을 하는 양상을 띠게 되었다.

1.2 주요 가구업체 현황

▶ 미국

1) 스틸케이스(Steelcase)



〈스틸케이스의 사무용가구〉

1912년 퍼터 웨지(Peter M. Wege)가 동업자 월터 이데마(Walter Idema) 및 15인의 주주와 함께 자본금 7만 5천불로 미시간 주의 그랜드 라피드(Grand Rapid)에 Metal Office Furniture Co.란 이름의 회사를 설립한 스틸 케이스는 철재를 이용한 가구 업체로 유명하다. 스틸케이스는 철재를 이용하면서도 1968년 이동 시스템 가구(Mobile System Furniture)를 처음 소개하면서 독창적이고 실용적인 가구 디자인을 많이 생산하며 사무용 가구 업계 세계 1위를 지키고 있다. 최근 들어 가구에 멀티미디어 매체를 결합한 신개념 가구를 개발하고 있다.

스테킹 체어(stacking chair[영])로 유명. 놀 인터내셔널사와 근대의 가구디자인에 큰 영향을 주었다. 12개국에 현지 생산조직을 두고 있다.

2) 허만 밀러(Herman Miller)

허만 밀러는 장인인 허만 밀러와 함께 창립자 디 제이 데프리에 의해 1923년 설립되었다. 1920년대까지는 전통적인 가정용 가구를 제작했으나 1931년부터 소규모의 가정용 가구회사에서 사무용 가구디자인의 개선자로 변화하였으며 길버트 로드(Gilbert Rohde), 조지 넬슨(George Nelson), 찰스와 레이 임스(Charles and Ray Eames), 알렉산더 기랄드(Alexander Girard), 이사무 노구치(Isamu Noguchi)와 손을 잡고 가구의 디자인 개발을 시작하였다. 1950년대 초에는 비록 소규모의 회사였음에도 불구하고 모던 가구디자인 분야에서는 세계적인 기업이 되었다.



〈찰스와 레이 임스(Charles and Ray Eames) 부부, 그들이 디자인한 공항 라운지용 임스 체어(별별 슬림 좌석)〉

1976년 에르곤 의자(Ergon chair)는 사무실 의자에 있어서의 인간공학적 디자인의 새로운 표준을 만들었다. 시대가 변화하는 흐름 속에서 디자인의 본질과 끊임없이 전개되는 기술에 대한 고려는 본질적인 디자인 작업 자체를 변화시켰다.

▶ 이탈리아

1) 카찌나(Cassina)

우수한 디자인을 가진 높은 수준의 성능과 오래가는 제품을 항상 강조하고 있는 카찌나는 호텔, 선박, 공공시설 등에 가구를 납품하는 기업이다. 건축가와 산업계의 성공적인 파트너쉽은 이탈리아 디자인의 탄생을 이끌었고 이에 대한 가치는 초기단계에서부터 이 회사의 특성을 잘 살리고 있으며 가구와 디자인의 역사 속에 계속 진행되어 왔다.

혁신적인 산업화 과정을 발전시키려는 가치에 대한 끈기는 과거부터 오늘날 까지 Cassina I Maestri 콜렉션의 의자나 테이블, 암체어 등과 같이 시대를 초월하여 그들만의 독특한 제품을 만드는 우수한 품질을 유지하기 위해 계속

되어오고 있다.

1950년대부터 가구 모델의 전체 범위(의자, 암체어, 테이블, 식탁의자, 소파, 침대)를 다루고 있는 제조 제품의 질적 성장과 우수성, 명성, 그리고 큰 규모의 성장이 있었다. 1945년 웸베르토의 아들 프란코 카씨나(Franco Cassina)가 회계 자격을 얻고 회사에 입사하였고 1950년대에 이탈리아 디자인의 발전과 함께 이 회사의 가장 중요한 발전이 있었다. 이때가 카씨나에서 외부 건축가와 함께 디자인을 하기 시작한 시기였다. 이것은 제작 활동에서 디자인 부분의 분리를 주도함을 의미하며, 다른 한 편으로는 점차적으로 순수공예의 접근에서 산업화로 바뀌는 의미를 뜻한다.



〈카씨나의 윙크 체어〉

다수의 카씨나 제품은 미래지향적이며 몇 가지의 작품들은 그 발상이 비교적 매우 독특하다. 그러나 현재까지 지속적인 제품연구와 개발에 대한 투자는 완벽하게 콜렉션과 조화되어 그들만의 고전이 되도록 만들었다. 그 예가 바로 마리오 벨리니(Mario Bellini) 의해 디자인된 캡(Cab)이다.



〈카씨나의 캡(좌)과 아에오(우)〉

캡은 혁신적인 방법으로 가죽과 같은 고전재료를 사용하였다. 또한 토시유키 기타(Toshiyuki Kita)에 의한 윙크(Wink, 위 이미지)는 종합적인 신기술이 요구되었던 것이며, 파올보 데가넬로(Paolo Deganello)에 의한 아에오(Aeo)는

형태와 기능적인 면을 고도로 개선하여 거실 암체어의 전형적인 이미지를 탈피하였다.

2) 세지스(Segis)

세지스는 환경의 원칙을 엄격히 따르면서 작업하는 기업으로 점점 높아져 가는 환경에 대한 소비자의 인식에 맞추어 제품을 개발하는데 노력을 집중하는 젊은 그룹이다. 사용되는 소재들은 완전히 재활용되며 포장은 대부분 재사용된다. 대부분의 인쇄물은 재활용되는 종이를 사용하여 인쇄하며 기술과 생산의 사이클이 최대한 에너지 절약을 위하는 방향으로 선택되어진다. 1996년에 디자인된 브리체(Breeze) 암체어는 비트라 디자인 콜렉션(Vitra Design Collection)에 포함되어져 왔다. 1996년에서 1998년까지 이 암체어는 I.D. Design Distinction Award와 I.I.D.A. Apex Product Design Award 등을 수상하였다. 또한 2000년 3월부터 브리체는 이탈리아 우체국에 의해 우표 이미지로 사용되는 이태리 디자인을 대표하는 제품 중의 하나로 선택되기도 했다.



〈브리체 암체어〉

세지스는 많은 디자이너들과 작품을 같이 제작해왔는데 그 중 2000년 밀라노 쇼에서는 세지스의 이름 아래 두 가지의 디자인이 제시되었다. 안나 카스텔리 펠리에리(Anna Castelli Ferrieri)와 바르토리 디자인(Bartoli Design)이 디자인한 제품군으로 안나 카스텔리 펠리에리는 그녀의 혼적을 가죽과 알루미늄으로 제작된 물결 모양의 암체어인 '다운타운(Downtown)'으로 표현했다. 그리고 바르토리 디자인 스튜디오의 수많은 디자이너들에 의해 깨끗하고 우아한 라인으로 디자인된 의자와 암체어인 '갤러리(Gallery)'가 소개되었다. 이처럼 감각적이고 환경 친화적인 세지스 제품들은 로스엔젤리스의 폴 게티 미술관(Paul Getty Museum), 뉴질랜드의 노스 하버 스타디움(North Harbour

Stadium), 부에노스 아이레스의 하겐다즈 카페(Haagen Dazs Cafe), 도쿄의 디즈니랜드 리조트 등 유명한 곳의 실내디자인에 사용되고 있다.

▶ 독일

1) 비트라(Vitra)

비트라는 주거공간과 공공장소, 사무실을 위한 가구의 시장을 위한 제품을 제작하는 국제적 가구회사이다. 비트라의 주요 고객들로는 국제적인 선두그룹 기업과 연구소가 포함되어 있다. 1989년 이후부터 디자인을 바탕으로 한 전시, 워크샵 및 출판 작업과 함께 비트라 디자인 박물관은 국제적인 관심을 받았이다. 비트라는 국제적으로 동시대의 주요 디자이너들과 일해 왔으며, 40년 이상을 미국의 유명디자이너들에 의해 개발된 가구를 제조하여 왔다. 비트라의 디자인 프로세스는 기술적, 인간공학적 생태학적 사회적인 시각을 기초로 하여 혁신적이고 견고한 고품질의 제품을 제작하는데 목적을 두고 있다.



〈IXIX 테이블〉

알루미늄으로 주조된 다리를 가지고 있는 IXIX 테이블은 대규모 공간에 용이하게 만들어 졌는데 기본 개념을 초월하는 이와 같은 시도는 비트라를 잘 상징해주고 있다.

2) 레셔널(Rational)

레셔널사는 1963년년 발터 휘셔(Walter Fisher)가 소규모의 공장을 설립한 이래 오늘날까지 소비자의 만족을 우선으로 하는 기업 이념에 따라 꾸준한 연구개발을 위하여 최상의 품질 개발을 이루어온 독일의 주방가구업체이다.

레셔널(Rational) 브랜드의 의미는 어느 곳에서나 소비자들이 최상품 주방 가구를 살 수 있다는 뜻으로 소비자들이 원하는 요구를 만족시켜 주고자하는 그들의 의지를 단정적으로 보여준다. 레셔널사의 주방가구 스타일은 농장의 로맨틱한 분위기를 풍기는 솔리드 우드(Solid wood)제품에서부터 발랄한 색채와 미래적인 소재로 과감한 변혁을 보민 모던한 제품에 이르기까지 그 종류가 다양하다.

스타일적인 면뿐만 아니라 기술적인 면에서는 27여년의 경험 축적에 따른



〈레셔널의 주방가구〉

개발, 생산의 노하우를 바탕으로 최고의 품질을 자랑하는 카케이스(carcase)를 개발하여 1990년 독일 내 테스트 연구기관인 슈티퐁 바렌테스트(Stifung Warentest)에서 실시한 주방가구 테스트에서 90개 기업중 1위를 차지했다.

업계의 글로벌화 추진의 일환으로 1993년 이탈리아 스나이데로(Snaidero) 사에 인수되어 스나이데로 그룹(Snidero Group)의 일환으로 기업 경영에 새로운 전환점을 맞이하게 되었고 . 이를 계기로 계속해서 쌓아왔던 독일 특유의 앞 선 기술에 이탈리아의 디자인이 접목되면서 레셔널은 소비자의 기억 속에 오래 남을 수 있는 명품가구 브랜드로 인식되었다. 그 후 꾸준한 연구 개발과 생산의 철저한 관리를 통하여 1995년 제품생산, 품질관리규격인 ISO 9001을 인증, 1996년에는 독일가구협회로부터 최상의 품질로 인정을 받아 골든M등급 을 받았다. 품질과 디자인 양면에서 인정을 받고 있는 레셔널사는 개인의 라이프 스타일과 취향에 맞는 제품을 모두 갖추고 있는 기업으로 거듭나고 있다.

▶ 일본

1) 오카무라(Okamura)

사무용 가구 제조회사로 시작한 일본의 대표적 가구회사 중 하나인 오카무라는 사무실, 공공장소, 상점 및 가정용 실내시스템의 제조와 디자인을 사업영역에 포함한다.

오카무라는 현재 세 가지 컨셉(정보, 국제화, 통합)의 전략 아래 최대의 성장을 목표로 하고 있다. 연구와 정보의 발견을 통한 작업환경의 다양한 형태에 대한 요구를 만족시키기 위하여 새로운 제품을 개발하고 있으며 다양한 작업 환경들은 전형적 사무실과 이동식 사무실, 인공 사무실, 소규모 및 가정용 사무실(SOHO)을 포함한다. 국제화를 위해 수출과 수입을 통한 활동영역의 범위



〈오가무라의 가정용 책상 제품이미지〉

의 확장과 30개의 외국회사와 기술제휴를 하고 있다. 또한, 외국인 종업원의 수를 증가시키고 외국에 지사를 계속해서 늘리고 있다. 또 하나의 차별화된 컨셉은 미래의 성장과 육성을 위해 유익과 발전을 위한 다양한 사업 라인에 결합력 있는 통합을 추구한다. 현재 주요 생산제품인 사무용가구, 공공시설물과 상점 디스플레이 외에도 각도를 달리하여 시스템 설비, 파티션, 가정용 실내제품, 통신 관련제품 등을 시장에 내놓고 있다. 파티션 INPILE room unit(인 파일 룸 유니트)는 다양한 기능을 갖춘 유연한 오픈 스페이스, 원기 회복 스페이스로서 혹은 정보 교환이나 정보 공유를 할 수 있는 작업자를 위한 만남의 장으로서 다양한 용도에 활용 할 수 있는 대표적 제품이다.

▶ 국내

1) 보루네오

보루네오 가구는 1966년 설립된 이래 1971년 모던한 디자인의 가정용 가구 생산에 돌입, 1993년부터는 사무용 가구 시장에까지 진출하며 한국을 대표하는 종합가구회사로 성장하였다. 한 때 미국의 경제 전문지 포춘지가 미래의 기업으로 커버스토리에 다루었을 정도로 그 규모나 마케팅 측면에서 세계적인 기업으로 성장하는 듯 보였다. 하지만 홍콩시장 진출에 고무되어 미국시장으로의 야심찬 공격형 경영이 결국 실패로 끝나고, 연이어 일본시장 진출 역시 실패로 끝나면서 보루네오는 오랜 침체기에 접어들게 된다. 국내 최대 가구업체 였던 보루네오는 1991년 처음 부도를 내었고, 1992년부터 법정관리에 들어갔으며, 2001년 캠코 계열 회사인 캠코SG가 인수를 하면서 법정관리를 출입했다. 이후 3, 4회의 인수·합병 관련 진통을 겪은 뒤 2007년 7월 현재의 대주

주인 거성산업건설로 인수됐다.

1992년부터 9년간의 법정관리, 2001년부터 7년간의 구조조정전문회사 경영 기간을 합쳐 총 16년간 적자 경영 기간을 거친 보루네오는 2007년 정성균 사장의 부임 이후, 구조조정 및 분사 등 급격한 변화기를 맞는다. 이 과정에서 2007년 1,912억원, 2008년 1,969억원, 2009년 1,585억원으로 지속적으로 매출이 감소하였다. 그 사이 업계에선 보루네오의 유통업체로 전환, 부도설, 재매각설 등 다양한 루머가 나돌았다. 하지만 이런 기우에도 불구, 경영 혁신을 거치며 보루네오는 경영 안정화를 이루기 시작했고 최근 3년간은 적자에서 흑자로 돌아섰다. 이처럼 위기를 극복하고 성장 가도에 들어선 보루네오는 최근 대리점과 직영점 등 영업망의 확충, 특판영업 강화 등 새로운 성장 동력의 개발에 집중하고 있다. 2010년 기준 200평 규모의 대형 직매장을 11개까지 확충하였으며, 대리점은 전국에 200개 이상으로 그 수를 늘려가고 있다. 그동안 방치했던 건설사 특판영업도 강화하기로 하고 1군 건설업체와 관계 개선에 나서고 있다. 또한 기존 아웃소싱으로 대응하던 방식에서 2010년 내부 사업부문으로 포함시키면서 더욱 강화할 것으로 보인다.

2) 한샘

한샘은 1970년에 만들어진 부엌가구 전문회사로서 1986년 업계1위로 올라선 이래 지금까지 그 위치를 유지하고 있다.

한샘은 70년대, 당시 강남을 필두로 시작된 주택 건설 붐을 타고 성장을 시작하여 싱크대로 불리던 부엌 공간에 목재로 만든 가구 개념을 처음으로 도입하면서 시장의 흐름을 바꿔놓았다. 80년대 중대형 아파트를 타깃으로 고가 부엌가구를 선보이며 급격한 성장을 이루었으며, 90년대 중저가 제품으로 점차 영역을 확대해 나갔다. 이후 ‘시스템 키친’, ‘인텔리전트 키친’이라는 용어를 도입, 효율적인 작업 환경과 소비자의 감성을 자극하면서 새로운 부엌가구 트렌드를 이끌었다.

이처럼 부엌가구에 전념하던 한샘은 토탈 홈 인테리어 기업을 표방, 1997년 부엌가구뿐 아니라 침실, 거실, 서재, 자녀방, 욕실 등으로 사업영역을 확장하였으며 전용 전시장을 오픈하였다. 이렇게 승승장구하던 한샘은 2004년 이후 급격한 매출 및 이익 감소를 겪게된다. 시장 자체가 정체기이기도 했지만, 수익 위주의 경영을 위해 새롭게 도입한 조직 체제의 부적응, 특판 사업에서의 과도한 가격 경쟁으로 인한 출혈 역시 악영향을 미쳤다. 하지만 단호한 구조조정과 수익성이 높은 인테리어 매출의 증가, 건설사 특판 부문에서 가격 경쟁 자체, 조직 구조 개편 등을 통해 수익성을 회복하기에 이르렀으며, 2009년 매출 5000억을 돌파하며 국내 최대 가구기업으로서의 위치를 굳건히 했다. 최근

에는 건자재, 사무가구, 리모델링 사업에 이르기까지 사업영역을 적극적으로 확대해 나가고 있다.

한샘의 핵심 시장은 인테리어, 부엌가구, 건설사 특판 시장으로 분류된다. 인테리어 사업은 1997년에 출범하여 가구, 조명, 욕실, 벽지, 바닥재, 소품, 패브릭에 이르기까지 다양한 분야를 총괄한다. 다양한 아이템의 원스톱 쇼핑을 위해 잠실, 논현, 방배, 분당에 대형직매장을 운영하고 있으며, 대리점 형태의 유통망을 90여개 보유하고 있다. 인테리어부문 매출은 2009년 기준 1,795억 원으로 한샘 매출의 40% 정도를 차지하고 있다.

부엌가구 부문은 한샘의 대표 사업부문으로, 1986년 이후 지금까지 국내 1위를 꾸준히 지켜오고 있다. 매출은 한샘 매출의 30% 정도, 국내 브랜드 부엌 가구 시장에서 70% 정도의 점유율을 차지하고 있다. 최근에는 1,000여개의 인테리어 제휴점을 통해 공급하는 ‘IK (Interior Kitchen)’라는 새로운 유통 정책을 통해 큰 성과를 거두었다.

건설사 특판 부문은 중대형 아파트 건설 현장에 가구를 납품하는 시장을 말하며, 한샘 매출의 약 20%를 차지하고 있다. 물류 및 서비스 향상을 통해 경쟁력을 향상시키고 있으며, 기존 특판 시장의 과도한 출혈경쟁에서 탈피, 수익성 중심 모델 구축을 시도하고 있다.

3) 리바트

리바트는 1977년 현대그룹 계열사인 (주)금강목재공업으로 가구사업을 시작한 종합가구 회사이다. 모그룹인 현대그룹의 경영권 분쟁에 이어 외환위기 이후 매년 200억원 가량의 적자를 내며 경영난을 겪었으며, 1999년 현대그룹에서 분리되어 리바트로 독립하게 되었다. 2000년 현 경규한 사장이 대표이사로 취임하면서 ‘종업원 지주회사’로 분사해 강력한 구조조정을 단행하여 위기를 극복, 지난 10년간 매년 10%이상의 성장을 지속하고 있다.

리바트는 품질경영을 최우선으로 실천하여 ISO9001 인증을 획득하였고, 2000년 디자인 연구소를 설립한 아래 디자인 중심 경영을 모토로 해왔다. 최근에는 친환경 경영을 강조하며 다양한 사회공헌 활동과 매스미디어 마케팅 활동을 전개하고 있다. 현재는 가정, 사무 및 학습, 아파트, 선박, 인테리어 전 부문에 걸쳐 제품을 생산하고 있으며, 국내뿐 아니라 베트남, 중국 등 해외 진출을 통해 글로벌 가구회사로서 입지를 다지고 있다.

주요 사업 분야는 가정용 가구, 사무용 가구, 특판시장 세 가지로 분류할 수 있다. 가정용 가구의 경우 품질경영, 친환경경영, 디자인경영을 모토로 하고 있다. 2004년 환경마크를 획득하였으며, 업계 최초로 ‘직택배시스템’을 도입하여 경쟁우위를 확보할 수 있었다. 판매는 대리점 및 온라인 쇼핑몰을 통해

이루어 지고 있다. 특히 온라인 쇼핑몰의 경우 2000년부터 대형 인터넷 쇼핑몰에 입점하여 판매가 이루어졌고, 2005년부터는 ‘리바트몰’, ‘이즈마인몰’ 등 자체 인터넷 쇼핑몰을 구축하여 다양한 컨텐츠로 소비자 커뮤니케이션 활성화 및 쇼핑몰 조기 정착에 성공하였다.

사무용 가구 부문은 2000년 이후 연평균 10% 이상의 성장을 이루고 있다. 유통망의 확대, 지방 직영전시장의 운영, 그리고 공격적인 영업이 이 같은 성장에 크게 기여한 것으로 보인다. 리바트는 또한 교육용 가구 부문에도 진출, ‘네오스’라는 브랜드로 사무용 가구와 교육용 가구 분야를 병행하고 있다.

특판용 가구 부문은 과거에는 주로 현대그룹 관련 건설업체들을 대상으로 영업이 이루어졌으나, 1999년 리바트로 분사하면서 그 범위가 확대되었다. 디자인, 품질경쟁력 향상과 원가절감 등 지속적인 투자가 이루어지고 있으며, 베트남에 현지법인을 설립하여 현지 해외 생산 및 영업 거점을 확보하였다.

최근 가구 매출의 중심이던 혼수 가구 비중이 감소하고 토탈인테리어 개념이 급격히 확산되면서 주요 거점지역에 대형 직매장을 오픈하는 등 적극적인 행보를 보이고 있다. 또한 다양한 매스미디어 광고를 적극적으로 활용, 브랜드 인지도 상승을 위한 다양한 시도를 하고 있다.

4) 퍼시스

1983년 설립한 사무가구 전문회사 퍼시스는 당시 도태되어있던 사무가구 시장에 뛰어들어, 노동집약적인 가구업을 고부가가치 산업으로 재구성하기 위한 시도를 해왔다. 그 결과 효율적인 사무환경을 구축할 수 있는 ‘시스템 사무가구’를 국내 최초로 개발했다. 고품질 제품 특화, 자동화 기기의 적극적인 도입을 통한 생산 자동화, 디자인 연구개발, 대리점 유통, 전문적인 물류서비스 등을 통해 사무가구 업계 1위를 고수하고 있다. 1986년 개발된 유로테크 시리즈를 통해 당시 동양강철의 획일화된 철제 책상에서 목재, 라미네이트 가구로 새로운 사무 가구를 국내에 도입하였고, 디자인, 소재, 제조공법, 물류 등에 있어서도 기존 제품들과 차별화를 이루었다. 이후 탑라인 시리즈, 퍼플 시리즈, EXPACE 시리즈, FX-1 시리즈 등 새로운 제품을 잇달아 선보이며 사무가구 업계를 선도해왔다.

퍼시스는 디자인 경영, 품질경영, 환경경영, 윤리경영 네 가지 경영방침을 기본으로 하고 있다. 특히 1989년 국내 최초로 ‘가구연구소’를 설립하여 디자인 경영 환경을 구축하였다. 현재 퍼시스 가구 연구소에는 약 40여명의 연구진이 배치되어 있으며, 디자인, 엔지니어링, 연구지원 분야로 나뉘어 트렌드 분석, 디자인, 인간공학 접목, 표준화, 기술개발 등의 다양한 활동들을 전개하고 있다. 또한 가구연구소 내에 있는 ‘사무환경 연구부서’에서는 빛과 소리,

공기, 동선 등 다양한 환경적 요소를 고려하여 사무환경을 제안하는 전문 컨설팅 시스템을 구축하고 있다.

퍼시스는 100% 대리점 간접판매방식을 취하고 있다. 대리점은 판매를 전문적으로 하고 본사는 지원에 집중하면서 분업화, 전문화를 추구한다. 또한, 시공과 AS를 관계사가 전문적으로 수행함으로써 대리점의 경영부담을 경감하고 영업에 전념할 수 있게 했다.

현재 전국에 200여개의 대리점을 보유하고 있으며, 부산, 대구, 대전, 광주에 본사가 직접 거점 센터를 운영하고 있다. 이를 바탕으로 일반 기업, 관공서에서부터 금융권, 외국계 기업, 공항, 병원 등에 이르기까지 다양한 공간을 제안하고 있다.

해외 영업 부문에서는 1986년 처음 수출을 시작해 현재 45개국, 80여개의 딜러망을 보유하고 있으며, 퍼시스 자체 브랜드로 제품을 수출하고 있다. 해외 매출은 퍼시스 전체 매출의 약 10% 내외로, 2007년에는 가구업계 최초로 2000만불 수출탑을 수상하기도 하였다.

앞서 기술한 사적개요 부분에서 설명한 한국 현대가구의 정착기와 발전기를 거치는 과정에서 가구업계를 이끌던 종합가구, 혼례용 가구회사들은 급격한 매출감소 양상을 보인 반면, 부엌가구의 한샘과, 사무용 가구의 퍼시스, 침대가구의 에이스 등 전문화에 성공한 업체들은 매출액과 순익이 모두 성장세를 보이며 현재 국내 가구시장을 선도하고 있다.

전문화를 통하여 시장을 주도하게 된 이들 기업들은 다시 시장을 확대하여 품목간의 경계를 허물고자 인테리어와 소재 등의 종합적인 연구개발에 투자를 아끼지 않고 있어 각 업체들 간의 영역 간 구분이 사라질 것이라는 예상도 나오고 있다.

이처럼 사무용 가구와 부엌가구 분야의 수요가 늘고 있는 이유는 사무용가구 부문에서 인터넷을 비롯한 다양한 멀티미디어 매체의 보급 활성화 등 정보화에 따른 사무환경 개선 등에 영향을 받았기 때문이다. 부엌가구와 침대가구 역시 보다 좋은 디자인의 신제품 연구개발로 세분화와 전문성 확립을 통한 시장 확대에 나서고 있기 때문이다.

과거 IMF경제 위기와 최근 물가인상을 겪으며 가구 시장은 재무구조가 건전한 몇 선두 브랜드의 기업과 가격을 더욱 낮추어 판매하고 있는 무명 브랜드 업체로 크게 나누어진 구조가 되었다. 한샘과 퍼시스를 비롯한 디자인과 품질의 경쟁력을 지닌 메이저급의 전문회사들은 경영혁신과 디자인 연구개발부문의 투자를 통해 더욱 발전된 제품을 출시하고 있으며 비교적 디자인 고급화를 이루어내고 있는 무명브랜드의 업체들도 가격 경쟁력을 바탕으로 중저가

시장의 점유를 유지하기 위해 애쓰고 있다. 가구산업은 최근 수년간 수요에 비해 공급의 지속되고 있는 가운데 많은 변화를 겪고 있다. 내수시장을 주도해 왔던 대기업의 상당수가 구조조정을 통해 중견기업형으로 전환하였으며 대다수 중소기업도 생산체제의 구조적 개선을 통해 경쟁력을 높이는데 집중하고 있다.

대부분의 가구업체들의 영업전략은 20~50%에 이르는 세일 마케팅과 인터넷 판매를 통해 이루어진다. 혼수준비 등으로 인해 백화점 및 할인점, 가구전문점, 인터넷쇼핑과 TV홈쇼핑 등의 판매루트를 통해 가구 시장이 활성화되고 있다. 국내 가구시장의 전체적 동향을 살펴보면 가정용 가구의 수요가 점차 감소되고 있는 것과는 대조적으로 재택근무 및 소형 오피스를 중심으로 가구 시장이 새롭게 수요를 창출하면서 이 분야에 대한 업계의 투자 또한 높아졌다.

부엌가구 시장은 가정에서 생활이 부엌으로 중심을 이동하였고 경제성장에 따른 생활의 질적 수준이 향상되면서 주방 인테리어에 대한 관심이 높아졌다. 또한 사무용 가구시장은 내수경기의 활성화에 따른 기업 시장의 회복으로 상승세를 타고 있으며 이러한 추세는 지속적으로 계속될 전망이다. 우리나라 가구산업은 아직도 생산, 디자인, 유통부문 등에서 구조적 문제를 안고 있는 것이 사실이다. 생산부문에서는 합판 및 제재목 등 원자재의 95% 이상을 수입에 의존하고 있기 때문에 가격 및 수급이 불안정하며 생산체제도 전문화와 분업화가 제대로 되어 있지 않아 생산성 저하의 요인이 되고 있다. 특히 우리나라 는 가구 제작용 목재를 수입에 의존하고 있기 때문에 고부가가치 상품을 개발, 국내 고급제품의 수요를 충족하면서 가능한 명품가구의 수입을 억제해야 할 시점이다. 디자인부문에서는 일부 국내 중소기업들의 동종업체간 혹은 외국 업체의 디자인을 모방하는 현상이 고질화되어 분쟁이 계속되고 있으며, 유통부문에서는 음성거래자들의 저가공세에 밀려 성실납세자들의 경쟁기반이 상대적으로 약화되고 있는 실정이다. 따라서 우리나라 가구산업이 새롭게 발전하기 위해서는 업계 스스로 생산체제의 구조적 개선을 비롯해 독자적인 디자인 개발로 건전한 유통질서를 확립하고 수출시장 개척에 적극 나서야 한다는 목소리가 높다. 또한 가구의 소비문화 측면에서 외래 선진국과 비교하여 보면 우리나라의 소비자들은 쉽게 주문하여 빠른 시간 내에 설치공간에 완성될 수도록 하는 것을 최우선의 만족으로 생각하는 경향이 있다. 이는 저가의 단순 조립형 시장에 대한 단기적 발전은 가져올 수 있겠지만 보다 수준 높은 고급형 가구 시장인 국제적 가구산업으로의 도약을 저해할 수 있으므로, 가구디자인에 대한 시간투자와 노력에 대한 정성을 하나의 소비문화로 인식하여 정착시켜야 하는 단계가 필요하다.⁵⁾

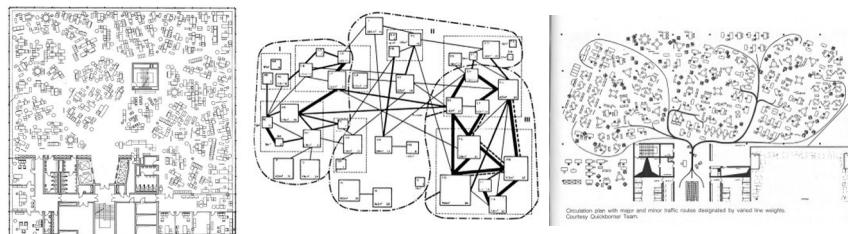
5) 양영원 크레이디자인 대표, 본 연구 사전 인터뷰 내용 중, 2010

2. 시스템 가구의 등장과 시장변화

2.1 시스템 가구의 등장배경

1970년대에 들어서면서 컴퓨터와 사무자동화(Office Automation)의 발전으로 사무 환경의 급격한 변화를 가져왔으며 각종 관련 기기의 도입으로 인하여 새로운 사무실의 분위기를 연출하게 되었다. 또한 각종 사무용 가구에 인간공학(Ergonomic)적 검토가 이루어지기 시작하였다.

사무실에서의 업무내용을 정확하게 분석하여 마련된 효율적 기능성을 반영했던 것은 1950년대 후반 독일의 퀵보너 팀(Quickborner Team)에 의하여 제시된 오피스 랜드스케이프(Office Landscape)였다. 정보의 수집과 처리 및 전달방법을 합리화하고, 창조적인 인간적 환경조성의 필요성을 강조한 개념으로, 전통적 계급조직에서 탈피하여 작업자의 커뮤니케이션과 업무내용의 흐름을 효율적으로 계획하고 가변성 있는 공간을 구성하여 책상을 보다 자유롭게 배열하였다. 넓은 공간에서 발생하는 소음문제를 천장구조와 유동성 있는 칸막이로 흡음처리 하였고 중앙식 파일링 시스템과 직원들의 휴식 공간의 배려 및 식물을 실내에 들여와 공간의 분위기를 부드럽게 처리한 것이 특징이다.



〈퀵보너 팀(Quickborner Team)의 스케치와 구성 다이어그램〉

사무실 내의 서류 유통이나 근무하는 이들의 회의시간 빈도에 기초하여 넓은 공간 속에서 각 책상의 위치를 결정하되 사람과 사람의 시선이 마주보지 않도록 책상의 방향을 자유자재로 바꾸거나 책상과 책상 사이의 실내용 식물을 배치하는 것이다. 여기서 서로의 시선이 마주치지 않도록 한 이유는 지금과 같이 파티션 시스템이 개발되지 않았기 때문이다. 이러한 개념의 도입은 공간의 절약과 작업공간의 유동성 및 조절이 가능하며 사무실 내의 인간관계나 도덕성을 확립하고 작업의 향상과 건축의 시설비, 유지비 등의 경제적인 이점을 제공한다. 그러나 여기에서의 문제점은 벽체의 제거로 인한 소음발생과 작업자 개인의 프라이버시가 되지 않으며 대형가구의 유동성 문제 등이 극복되어야만 했다.

1980년 이후 개인용 컴퓨터의 보급으로 인하여 사무용 가구시스템의 기능성

은 더욱 강화되기 시작했고 당시 사무실의 모습을 살펴보면 개인의 책상과 각종 집기류 속에 OA기기(컴퓨터, 프린터, 전화, 팩스, 복사기 등)가 포함되면서 기기들에서 발생하는 소음과 OA기기를 연결하는 전선들로 인하여 더욱 복잡한 양상을 보였다. 때문에 이러한 단점들을 해결하기 위하여 사무용 시스템 가구가 더욱 발전되었다. 특히 파티션 내부에 흡음성이 있는 재료와 배선을 내장할 수 있는 케이블링 시스템(Cabling System)기능과 더불어 사부실 외부와 내부의 채광을 고려함과 동시에 냉난방, 공조문제를 동시에 해결할 수 있도록 뉏트(duct)처리도 함께 배려된 제품들로 발전되기 시작하였다.

1980년대에는 건축가들이 주로 사무용 가구들을 디자인하였다. 이유는 경기의 활성화가 고품질의 생산과 지적인 모던 디자인을 경제적으로 뒷받침할 수 있었기 때문이었다. 1980년대 초기에 앞서 소개한 독일기업 비트라(Vitra)사를 위해 마리오 벨리니가 디자인한 사무실용 의자인 피규라와 폐소니아 디자인은 하이테크놀로지의 이미지를 부드럽게 하기 위해 균형 잡힌 커버 형태를 잘 이용한 것이었다. 또한, 국제적으로 인정받았던 건축가 노먼 포스터 경(Sir Norman Foster, 영국, 1935)은 이탈리아 가구디자인회사인 테크노(Tecno)사를 위해 노모스라는 이름의 사무용 가구 시스템을 디자인하였다. 1986년에 등장한 이 사무용 가구시스템은 포스터가 그의 건축에서 표현한 엔지니어링 구조의 쾌감 및 넓은 공간을 가로지르는 평면의 우아함이라는 가치를 재현해낸 것이었다. 포스터의 노보스는 정교하게 처리되어 있었다. 또한, 리하르트 자페는 카스텔리사를 위해 '9시에서 5시까지'라는 이름의 우아한 시스템을 디자인하였다. 디자이너, 건축가들이 높은 수준의 기술자에서 단순한 의미 전달자라기보다는 성직자와도 같은 컨설턴트와 발명가로 변신하는 과정은 1945년 이래 디자인 발전의 주제 중 하나였다. 의식을 강조하는 아이디어는 빌 스텁프(Bill Stumpf, 미국, 1936)가 에쏘스페이스(1986)라는 이름으로 허만 밀러를 위해 디자인한 사무용 시스템 가구를 디자인하면서 가졌던 생각 속에 강하게 자리 잡고 있다.

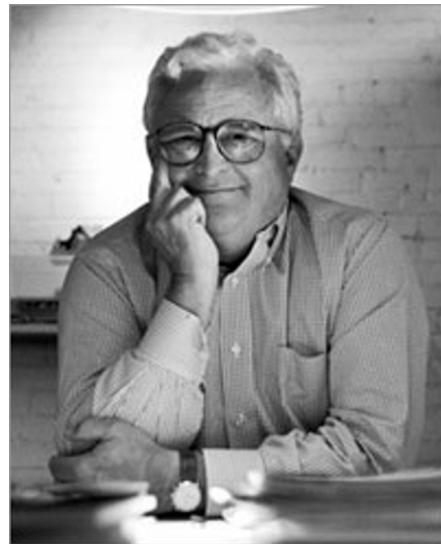
그는 그의 시스템 가구가 시스템처럼 보이지 않기를 희망했다. 그는 기계로서 사무실의 메타포를 버리고 대신 문명화된 사회로서의 사무실이라는 개념을 창조했다. 사무용 가구의 기능은 현대에 들어 크게 발전되어 의자에 대해서는 근무자의 의식도 변화하였다. 각종 작업 자세와 근무자의 신체에 적합하도록 잠금 장치와 상하조절 기능 등의 메커니즘이 부가된 의자가 이미 일반화 되었다. 산업혁명 이후 각 예술적 변화에 발맞추어 이에 상응하는 가구의 디자인이 출시되었고 한국의 현대 가구는 1960년대 개방 이후 본격적인 대량생산 체제로 변화가 시작되었다.

2.2.2 시스템 가구의 개념과 특징

가구생산의 시스템화는 곧 부품화로 대변된다. 가구의 생산을 시스템화한다는 것은 가구를 구성하는 각 요소를 부품화 하여 각 부품을 조합함으로써 하나의 가구를 완성해 나가는 방식을 의미하는 것으로 이러한 생산방식을 시스템화라고 일컫는 것은 각 부품의 조합을 위해서는 전체 가구를 구성하는 시스템 속에서 각각의 부품이 정의되어야 하기 때문이다. 말하자면 각 부품은 전체 가구 시스템을 구성하는 요소가 된다.

모듈러 가구(Modular Furniture)의 Modular는 라틴어의 尺數라는 뜻으로 Fibonacci의 급수와 황금비율을 활용하여 건축의 인간적 적용과 함께 모든 공예운동에 사용을 목적으로 건축가 르꼬르뷔제(Le Corbusier)가 고안한 디자인용 척도이다. 시스템의 개념은 사용자의 주거 공간 목적에 적합하게 합리적으로 부품을 규격화시킨 것을 의미하며, 가구와 인간과의 관계, 가구와 건축구조와의 관계, 가구와 가구의 관계 등을 종합적으로 고려하여 치수를 산출한 후 모듈러화 시킨 부품으로 전체가구를 형성한다. 시스템이란 두 가지 이상의 기능적인 요소들이 동일한 목적을 효율적으로 실행하기 위해 상호 유기적으로 결합된 체계를 의미하는데 여기서 시스템 가구란 다양한 기능을 가진 2개 이상의 작은 가구들, 즉 유닛(Unit)가구들이 모여서 합리적인 구조와 효율적 기능을 얻을 수 있도록 계획된 가구 조합을 말하며 각각의 한정된 기능을 갖는 컴포넌트(Component)를 조합하여 보다 새롭고 확장된 효과를 낼 수 있도록 만든 제품을 의미한다. 하나의 가구는 여러 개의 유닛으로 구성되며 각 유닛은 폭, 길이, 높이, 치수가 규격화, 모듈러화되어 제작된다. 또한 가구의 유닛 모듈은 설계, 재료, 생산, 조립작업에 일괄적으로 적용되며 공간성격에 따라 변화 가능하게 연출하는 성격을 지니고 있다. 시스템 가구의 특징을 정리하면 다음⁶⁾과 같다.

- 1) 몇 개의 구성요소로 되어있기 때문에 넓은 공간에서 다양한 배치가 가능하다
- 2) 기능에 따라 손쉽게 조립과 해체를 할 수 있어 공간의 배치 계획에 합리성



〈빌 스텁프(Bill Stumpf, 미국, 1936)〉

6) 김화찬, 시스템 주방 디자인에 관한 연구, 흥익대학교, 1995, p22

- 과 경제성을 부여해준다.
- 3) 각 유닛들의 호환, 접속이 용이하며, 이동이 편리하고 공간 성격에 대한 융통성을 줄 수 있다.
 - 4) 유연한 동선의 흐름을 기본으로 배치하게 되므로 명확한 공간 분할을 해준다.
 - 5) 재료, 형태와 색채가 통일되어 공간의 분위기 적용에 유용성을 가질 수 있다.
 - 6) 모듈화된 가구는 공간에서 활동하는 사람들로부터 작업환경의 인간화를 유도할 수 있다.

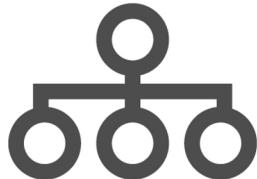
이러한 시스템 가구의 구조변화를 우리나라의 각 시대별로 크게 3단계로 나누어 보면 다음과 같다.⁷⁾

▶ 1980년대 (정형성+수직위계+관리감독+경제적 효율)



1980년대는 컴퓨터가 보급되던 시기로 공장의 생산 라인처럼 책상을 일렬로 배치하여 업무의 프로세스가 한 눈에 들어오도록 구성되었다. 오피스의 자리 배치는 직급에 따른 방식으로 수직 위계를 나타내고 관리감독과 효율성을 추구하도록 계획되었다.

▶ 1990년대 (자율성+수평화+IT기술)



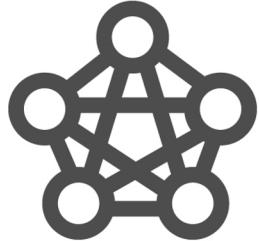
1990년대는 컴퓨터의 사용이 보편화되면서 컴퓨터 사용을 위한 시스템 가구와 OA기기의 발전이 이뤄지던 시기로 IT기술의 발전과 함께 오피스는 각 개인의 자율적인 업무를 지원할 수 있는 형태로 구획되었고 개개인이 업무에 집중할 수 있도록 효율적으로 계획되었다.

▶ 2000년대 이후 (창의성+이동성+협업+커뮤니케이션)

지식 정보를 공유하고 아이디어를 만들어내는 사람들의 창의성이 중요해지는 시기가 되었고 오늘날의 오피스는 다양한 업무와 자유로운 협업을 지원해 주고 조직 내 정보의 깊이와 폭을 확장시켜 주는 토대가 될 수 있도록 계획되

7) 퍼시스 제품 카다로그 별첨 내용

기 시작했다. 좋은 사무환경은 기업 브랜딩의 도구, 경영 방침을 표현하는 전략적인 도구로 효과적으로 활용되기 위해 구성된다.



2.3 시스템 가구의 해외사례

시스템 가구는 1950년을 전후하여 미국에서 시작되었으며 사무용 가구 분야에서 괄목할 만한 성공을 얻었으나 가정용 가구를 시스템화하려는 시도는 1976년경 이탈리아와 서독에서였다. 주방용 가구뿐만 아니라 침실용, 거실용, 아동용 가구까지 개발의 대상이 되어 인체 공학이 요구하는 범위 내에서 여려 가지 규격, 형태와 재료로 꾸준히 변화되어 왔다. 시스템 가구의 원형은 미국의 가구 디자이너 조지 넬슨(G. Nelson)이 가구회사 허만 밀러(Herman Miller Co.)의 주문으로 1949년에 디자인한 Basic Storage Component인데 일정 한 사양의 패널(Panel)과 부품(Fitting)으로 공간과 기능에 따라 연속적인 수납장과 선반을 조립하도록 하였다. 10년 후 넬슨은 더 발전시킨 모델인 Comprehensive-Storage System도 디자인하였다.⁸⁾

미국에서 시작된 시스템 가구는 25년이 지난 후 이탈리아에서 가구유통 구조의 개선으로 비용을 줄이고 유럽의 감성을 가구에 표현함으로써 가정용 가구에서 시스템의 개념을 정착시켰다. 1976년 가구 카탈로그(Catalogue)만으로 소비자에게 제품의 구성과 특징을 알려 중개인이나 대리점이 없이 소비자가 직접 필요한 제품을 회사에 주문, 판매한 이탈리아의 플로또(Flotto)사의 시스템 가구와 1977년 특별한 판매 기술 없이 저렴한 가격과 완벽한 조립 설명서만으로 가구 시장을 석권한 스웨덴의 이케아(Ikea)사의 낙다운(Knock-down)가구는 기존의 가구 판매 방식에서 탈피하여 새로운 마케팅 개념을 도입하여 출발한 사례로서 혁신적인 방법을 보여 주었다. 이탈리아의 경우 종합 가구 회사인 메트로폴리스(Metropoles)사의 시스템 가구는 초기의 진회색의 인공 소재로 만든 거실용 가구인데 3개의 유닛에 각각 줄무늬 문짝 등을 달고 인접한 흰색의 문짝 사이에 굽고 진회색의 문틀이 강조되어 수납된 오디오, 비디오 기기들과 장식들이 거실 저편에 다른 공간을 느끼게 하고 있다.

또한 이탈리아 사무용 가구로 세계적인 명성을 얻고 있는 폴리폼(Polifom) 사도 거실용 시스템 가구를 제작하고 있는데 180도로 열리는 도어가 그 특징

8) 김경수, 거실용 시스템 가구에 관한 연구, 흥익대학교, 1992, 11, p13

이다. 화이트 실크 래크와 천연 체리목 그리고 금속 사다리로 구성되어 있다. 자연 소재로 만든 고가품과 인공 소재의 저가품 등으로 시장을 차별화하는데 성공했다. 고급제품중 거실장 International은 박스형 유닛 사이에 선반을 연결하고 각 유닛에는 유리문과 나무문을 달아 변화를 주었다.



〈Poliform의 wall system〉

이 두 기업의 제품들은 현대적인 분위기인데 비해 판또 빠사아(Fanto Passaia)사의 CANOVA는 고전적인 느낌이다. 마감을 2가지 종류로 원목을 그대로 사용한 제품과 불투명 흰색 락카를 도색한 제품이 있어 공간의 분위기에 따라 소비자가 원하는 제품을 선택할 수 있다. 독일의 시스템 가구는 수출에도 세계적이며 이것은 기간산업의 발달로 가구의 부품과 같은 하드웨어의 기능과 품질이 우수해 하드웨어의 의존도가 높은 시스템 가구 개발이 다른 나라 보다 유리한 입장에 있다. 세계적인 시장을 확보하고 있는 인터리브케사의 스튜디모플러스(Studimo Plus)는 한쪽 면을 유닛으로 가득히 조합하고 천장과 바닥까지 길게 문을 달아 필요한 부분을 열어 사용하도록 디자인되었다. 문틀은 목재로 짜고 가운데 판재는 인공 소재인 멜라민 보드로 마감하거나 혹은 거실의 벽과 같은 벽지로 도배하기도 한다. 또 다른 제품으로 Medium Plus는 책상 높이의 낮은 박스형 유닛이 주류를 이루는데 Studimo Plus와 같이 낮은 유닛만을 사용할 경우 상부를 고광택이 있는 천판을 덮어 고급스럽게 디자인했고 벽면에서 돌출되는 형태도 조합할 수 있도록 되어 있다. DUO는 일반적인 거실과는 달리 술병과 술잔을 수납할 수 있는 흡 바 기능을 추가하고 있다.

일본의 시스템 가구는 구조와 형식면에서 독일과 이탈리아 제품을 차용한 것인데 야마하(Yamaha)와 오츠카(Otsuka)같은 대기업의 가구 사업부를 선두로 여러 가지 시스템 가구들을 선보이고 있다. 이들은 주로 학생층과 신혼부부와 같은 젊은 소비층을 대상으로 거실, 침실, 소품까지 많은 유닛을 시리즈로 구성했기 때문에 제품의 카다로그가 비교적 복잡하게 되어있는 단점이 있다. 화장품 회사가 모 기업인 오츠카 그룹의 가구사업부에서 제작한 시스템 가구인 ECOS는 박스형을 기본 유닛으로 하여 좌우 또는 상하로 기능별로 조합하

도록 되어있고 자연 소재인 소나무 원목에 투명한 락카로 마감하여 자연스럽고 부드럽다는 장점이 있다.

1977년 IKEA는 특별한 판매기술 없이 저렴한 가격으로 대량판매를 할 수 있는 새로운 시장을 개척하였다. 특히 분해된 상태로 구입한 후 소비자가 직접 조립하여 완성시키는 조립식 가구를 선보였다.

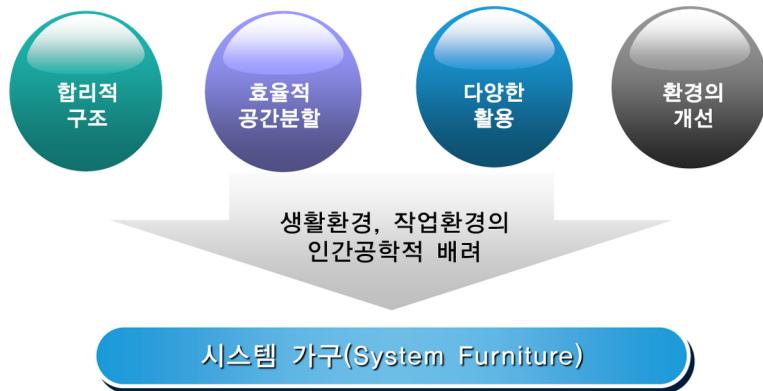


〈IKEA의 배송된 제품형태와 조립설명서〉

IKEA는 주방, 거실, 욕실을 포함한 가정용가구는 물론 사무실용 가구시장을 석권하면서 젊은 소비층 시장을 타겟으로 현재 30여개의 나라에서 마케팅 활동을 전개하고 있다. 유럽의 가구시장에서 최고의 인기로 조립식 가구를 주요 마케팅 전략으로 사용하고 있는 대표적인 회사로 부상했다. 스웨덴 주재 디자이너 30여명과 100여명의 엔지니어들에 의해 기획된 낙다운 타입 (Knock-Down Type)으로 제작, 수송 및 판매되며 소비자들은 IKEA에서 발간되는 카탈로그나 변두리에 있는 전시장에서 제품을 선정, 우편 또는 소비자가 직접 구입하는 방식이다. 전시장에는 판매원이 존재하지 않으며 소비자가 직접 설명 필요 없이 Self-Explaining제품을 선정, 구입 한다. IKEA의 사업 철학은 제품의 내용을 전반적으로 최소화시키고 가격을 저렴하게 판매하는 것이며 가구제품의 대부분은 스위스 연구소가 정한 'Möbel Ifakta' 재료의 품질, 내구성 및 고도의 정밀성을 보증하는 우수상품의 표준에 합당하도록 하고 있다. 제품의 조립작업이 용이하도록 표준화 생산하여 소비자가 직접 할 수 있도록 Knock-Down상태로 포장된다. 상세한 조립설명서는 어떤 사람이 구입해도 이해할 수 있도록 배려되어 있는 것 또한 중요한 특징이다.

2.4 시스템 가구의 디자인 조건

시스템 가구를 이용한 디자인을 위해서는 작업환경의 인간화를 위한 방법으로 가구의 디자인에 있어 형태와 재료, 소재 등 인간공학적인 면을 고려하여야 하며 모듈화를 통해 조립이 가능한 가변성과 유동성이 있는 합리적이고 능률적인 것으로 기하학적인 형태를 기본 조건으로 한다.



가구의 시스템화를 위해서는 환경의 인간화를 위한 방법으로 디자인의 형태와 재료, 소재 등 인간공학적인 면을 반드시 고려하여야 하며, 모듈화를 분해, 조립이 가능한 가변성과 유동성이 있는 합리적이고 능률적인 것으로 기하학적인 형태를 기본 조건으로 하게 된다.

〈시스템 가구의 등장배경에 의해 구성된 디자인 조건〉

개인의 작업영역의 확보를 고려하는 기능적인 면과 기능을 충족시키기 위한 올바르고 적당한 단위 설정, 그리고 형태 및 소재가 선택되고 심리적인 면을 고려하는 종합적인 디자인이 되어야 한다. 공간의 크기에 따라 가구의 높이가 적절히 배치되어야 하고 다양한 기능을 수행할 수 있도록 가변성을 최대화 할 수 있어야 하며 가구와 인간과의 관계를 고려하여 사용 편의성도 함께 검토하는 것이 가장 중요한 조건이다. 시스템 가구는 이러한 조건들을 근거로 계획되어야 한다. 가구의 형태적 측면에서는 가능한 동일한 모티브를 적용하여 디자인함으로써 통일성을 추구하는 것이 바람직하다.

—
제 2부

한국인의 생활공간 변화와
사회문화적 배경

1장. 생활환경의 변화

1. 한국인의 생활양식 변화

1.1 시대의 변화

19세기 후반기의 한국사회가 아직도 봉건제도의 틀 속에서 침체상태를 탈피하지 못하고 갖은 난관을 겪고 있을 때 세계의 정세는 격심한 변화를 맞았다. 중세시대의 허울들을 탈피하고 본격적인 근대사회를 시작한 서구사회는 자본주의 혁명에 성공하여 급속한 문화의 발전을 이루게 되었다. 고문명(古文明)을 자랑하던 동양의 여러 나라들을 계속적으로 정복하기 시작하였고 결국 중국과 일본의 문호까지 개방시켰다. 구미제국의 이러한 진출은 극동의 제국들을 크게 동요시켰으며 그 여파는 곧 우리나라에도 많은 영향을 주었다. 그들의 목적은 주로 새로운 상품시장의 개척과 원료 및 연료의 지원 그리고 수륙교통의 기반을 확보하려는 데에 있었던 만큼 조선의 개항을 적극적으로 요구하였다. 그러나 대원군을 중심으로 하는 양반관료들은 종래의 봉건왕국을 존속시키려는 것이 지배계급의 가장 큰 이익이 되며 동시에 국가의 이익이 되는 것이라는 판단으로 쇄국정책(鎖國政策)을 실시하였다. 쇄국정책을 고집하여 오래 동안 전제정치를 실시했으나 사회 내부에 잠재하는 반대세력과 강력한 민중세력의 반항에 부딪치게 되었다. 결국 고수해오던 쇄국정책을 포기하고 일본을 비롯하여 구미제국과 연달아 수호통상조약(修好通商條約)을 체결하였다.

1876년에 이르러 일본의 무력시위 아래 체결된 ‘한일수호조약’, 일명 ‘강화도 조약’은 일본의 정치적, 경제적 세력을 조선에 침투시키려는 의도



〈강화도 조약을 기록한 그림〉⁹⁾

에 의한 불평등한 조약으로 이로 인하여 조선은 서양 여러 나라와 통상을 시작하게 되었고 문호를 개방함으로써 서양의 신문명들을 수입하였다.

그 후 1897년 대한제국¹⁰⁾이 성립되었으나 1905년 일본이 한국의 외교권을 강제로 박탈한 을사조약(乙巳條約)과 1910년 한일병합조약이 강제 체결됨으로써 대한 제국 시대는 멸망하고 일제 식민지 시대가 시작되었다.

한편 조선 후기에 들어와서 전통적인 신분체제가 해체되고 사회 평등화 현상이 일어나면서 새로운 사회계층이 대두되기 시작하였다. 즉 사회 불평등의 주요한 원인이 점차 경제력에 의한 기준으로 바뀌게 되었고 때문에 농업에 있어서는 지주와 소작인의 관계가, 상공업에 있어서는 자본가와 노동자의 새로운 근대적 계급관계가 형성되었다. 그러나 전통적 신분체제의 해체와 상공업의 발전, 그리고 근대적 계층의 형성과 계급관계는 발전되지 못하고 일제식민주의에 의하여 그들이 지배계급이 되어 대다수의 우리민족들을 피지배계급으로 전락시키면서 우리나라의 근대화는 잠식되었다.

제1차 세계대전의 뒤처리를 위하여 제창된 민족자결주의(民族自決主義)는 그 동안 망명활동과 비밀결사, 혹은 교육활동, 종교운동 등에 의지하여 소극적으로 전개되어왔던 독립운동을 전국적인 대규모 민족운동으로 표면화시키는 계기를 마련하였다. 이어 수립된 대한민국 임시정부는 비록 망명정부였지만 임시 정부를 중심으로 한 활발한 활동으로 말미암아 민족적 시련을 극복하고 광복을 맞게 된다.

1945년 제2차 세계대전의 종결과 함께 해방은 되었으나 갑작스러운 정치, 사회적 변화는 혼돈을 야기 시켰고 당시의 해방은 정치적, 경제적 여건으로 완전한 독립을 이루지 못해 연합국에 의해 미소 양국이 주둔하게 되었다. 미군의 소비재 원조와 밀무역은 국민의 소비 성향을 높이는 결과를 초래하여 의타적인 경제 태도를 고양시켰다.

그 후 미군정 3년을 거쳐 1948년 8월에 남한의 대한민국정부가 수립되고 일시적 안정을 찾았으나 1950년 6월 25일 전쟁이 발발함으로서 정국은 혼란스러워지게 되었다. 1953년 7월 27일 휴전이 성립되기까지 우리 민족



〈미군정 주관으로 중앙청 광장에서 열린 8·15 1주년 기념식〉

9) 출처 : <http://mtcha.com.ne.kr/start-1.htm>

10) 1987년 8월 12일부터 1910년 10월 22일까지의 조선왕조의 국명

은 수많은 인명과 재산의 피해와 함께 정신적으로 심각한 상처를 받았고, 기존의 가치관에 대한 봉괴로 새로운 가치관의 정립이 요구된 시기였다. 그 후 미소 양국에 의해 휴전 협정이 체결되었고 종전과 함께 혼란은 차츰 수습되어졌으나 정치, 사회적인 혼란은 1960년대까지 계속되었으며 1960년대 후반에서야 정권의 안정적 기반 위에 산업화, 공업화의 길을 시작할 수 있었다.

1.2 주거생활의 변화

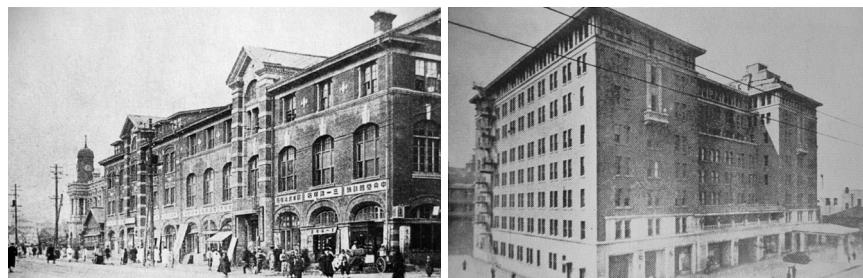
19세기 후반부터 시작된 한국을 무대로 했던 선진국들의 식민정책은 결과적으로 서구의 새로운 문화 유입을 가져왔고 또한 그리스도교의 포교(布教) 등으로 종교적 건축물들이 그들의 설계로 세워지기 시작하였다. 또한 강화도 조약의 체결에 따라 일본 거류민(居留民)들의 주택이 일본 양식의 영향을 받아 건축되었으며 이러한 일본식 주택이나 서양식 주택들의 유입은 우리나라의 전통적인 주택양식에 영향을 주기 시작하였다. 그러나 이러한 외국문화의 유입이 우리민족의 필요나 의지에 의한 것이 아니었고 그들의 주생활이 크게 달라진 것은 아니었기 때문에 대부분의 서민주택들은 조선시대의 전통적인 주거형태에서 크게 변화되지 않았다. 외국인들에 의해 지어진 서양식 주택들이나 일부 개화파 지식인들의 생활 개선 운동 및 주택 개조 행위도 일반인들의 호기심을 자극하기는 하였지만 전반적인 주거문화를 변화시킬 수는 없었다. 다만 새로운 건축양식과 함께 도입된 벽돌, 유리, 힙석 등이 신건축자재로서 사용되기 시작하였다.

일부 상류층을 제외하고 대부분의 서민들은 개항 이후에도 전통적인 주거환경에서 생활하고 있었지만 시간이 지나면서 경제력을 축적한 새로운 계급이 형성되었고 이들을 중심으로 주거문화가 변화하기 시작하였다. 상류계급을 동경하던 경제력 있는 중인계층들에 의해 가옥의 신축이 증가하는 현상을 보이며 급격한 경제 성장과 여러 가치관, 기술 등의 다양화에 따라 의식주 문화에도 많은 변화를 가져왔다.

특히 일반 국민 지식층의 정치, 사회의식이 크게 높아져 독립신문, 대한매일신문 등을 통해 주민의 주거위생과 청결에 대한 개선을 하려고 하였으며 도시로 이주하는 인구가 증가함에 따라 핵가족 형태가 시작되었다. 이는 가족의 필요공간이 좁아져 주택규모의 협소화 경향을 초래하였으며 유교사상에 의한 부부 별침이 점차 없어지면서 사랑방이라는 공간을 사라지게 하였다.

이러한 도시화 과정에서 무질서하게 팽창된 시전가 등을 규격화하는 것과 개량주택 생산과 비교하여 전통주택의 비내구성을 인지하기 시작하였으며 내구성, 구조성, 규격성, 시공성 등의 이유로 벽돌의 사용과 함께 재료의 규격화 및 분업화에 의한 대량생산의 필요성이 제시되었다. 이러한 자작운동은 식민지

하에 잠시 침체되었지만 3.1운동과 1920년대 이 후 한국인 건축가들과 대중의 근대적 자각으로 인해 사회적으로 일기 시작한 신(新)문화 운동에 힘입어 더욱 활발하게 전개되었다.



〈1920년대의 YMCA(좌), 반도호텔(우)〉

1920년대부터는 토지분할을 통해 민간업자들이 대량으로 주택을 짓기 시작하였는데 이를 ‘개량 한옥’이라 불렀다. 이는 주택의 구조를 집중형으로 변화시켜 복도로 각 방을 연결하게 하였고 마루가 입식 생활의 접객공간으로 변하였으며, 화장실, 욕실 등이 외부에서 내부로 들어오게 하였다. 그러나 이러한 분위기에도 불구하고 일반 모든 서민들에게까지는 영향이 미치지 못하였는데 그 이유는 조선재래 주택의 항구성과 습관적인 보수성, 건축가 계층과 민중의 분리, 경제적 빈곤과 불리한 금융저당권 등과 같은 이유로 추정하고 있다. 하지만 이는 유교적인 생활 방법과 가치관이 변화함에 따라 점차 실용적인 가치가 중요시 되고 주거환경을 가족생활의 편리성을 추구하는 경향으로 변화시키는 계기를 만들었다는 의미가 있다.

1930년대 말에 이르러 급변하는 사회적 변화와 관련되어 극심한 주택난을 해결하기 위해 합리적이고 규격화된 소형 주택의 대량공급 방안 등이 주된 관심사로 등장하였다. 한편 일본인들에 의해 건축되었던 일본식 주택에서는 다다미방과 마루방 이외에 한옥의 온돌방을 도입하여 내실에는 온돌방으로 함께 꾸미는 절충형을 등장시켰다. 일본식 주택 평면을 그대로 쓰고 단지 바닥 처리만을 다르게 한 형태이지만 일본식 주택과 한식 주택의 요소가 조합된 부분에서 주목된다. 이들 일본식 절충형은 소위 ‘관사’라 하여 각 공공기관에 근무하던 일본인들의 주택으로 많이 건축되었다. 한편 서양인의 주택으로 건축되었던 양식주택들은 주로 외교사절과 선교사들에 의하여 주도되었는데 벽돌을 비롯한 석재로 건축된 주택들이었다.

1945년 8월15일, 36년간의 일제의 식민통치에서 벗어난 광복 당시에는 조선시대500여 년 동안 수도로서의 한양에 건축되었던 순수한 한옥들의 성격이 일제강점 36년 간에도 별다른 변화 없이 그대로 이어진 한식주택들과 개화기 이후 양식건축과 일본식 건축의 유입으로 이루어졌던 한식과 양식 절충식 주택, 일식과 한식의 절충식 주택까지 크게 세 가지 형태의 건축형태로 나누게

되었고 이들 세 가지가 혼합된 절충식 주택, 순수한 일본식 주택, 순수한 서양식 주택들의 유형이 광복과 더불어 서울을 구성하게 되었다.

한식 주택에 양식적 요소가 결합된 것으로는 한옥에 현관을 만든 것과 화장실을 집안으로 이동시킨 형태, 양식건축과 일본식건축의 현관과 복도를 도입하여 절충한 것들이 있다. 또한 방은 온돌로, 거실은 마루로 하였고 부엌과 일반 실과의 높이 차이를 두지 않았다.

광복 이후부터 6.25 전쟁까지 5년의 기간 동안에는 새로 건축된 주택들이 많지 않았다. 광복과 더불어 정부수립을 준비했던 혼란기였고 도시로의 인구 집중은 계속되어 전쟁 피난민들은 서울 주변에 천막이나 판자로 판자집을 마련한 해방촌을 형성하게 되었다. 광복 전부터 건축되어 있던 큰 한옥의 행랑채 칸마다 한 세대가 들어가 살던 소위 ‘행랑살이’ 형태나 큰 한옥의 안채, 사랑채 할 것 없이 방마다 한 세대씩 또는 적산(敵產)가옥의 방마다 세 들어 사는 주거생활형태가 나타났다. 우리민족들은 일제 식민지 시절 대부분 사회의 하층을 이루고 있었을 뿐 아니라 광복이 되어서도 빈곤한 생활은 계속 되었고 특히 인구가 집중되어있던 서울은 몇몇 특수 계층을 제외하고는 모두가 영세민의 생활이었다.

이상에서 살펴본 바와 같이 우리나라 근대시기의 주거상태는 비교적 어렵고 낮은 수준이었음을 알 수 있다. 실내생활에 있어서는 미국인들이 가지고 온 ‘미국적 생활양식’이 서서히 영향을 주기 시작하였고 이전의 일본의 주거와 대조적인 미국식 주거는 서민들에게 이상적인 것으로 여겨지기 시작하였으며 좌식 생활에서 입식생활로의 변화가 이루어졌다. 당시의 상류층 주택에는 서양식의 응접실과 침실 등 입식 생활환경을 중심으로 가구 문화가 조성되기 시작하였다.

서양식 생활문화는 입식생활이 중심이므로 넓고 높은 실내공간에서 좌식가구나 침대가 발달하였고 특히 유럽은 건축양식을 직접 가구에 적용하여 가구 형태가 곡선적이며 크고 장식부분이 가구에서 중요한 의미를 갖는데 비하여 우리의 전통가구는 한국 고유의 온돌양식에서의 좌식생활로 인하여 온돌구조에 맞는 일정한 규격 및 형태의 가구가 발전해 왔었다.

2장. 한국인의 조형의식과 한국 근현대 가구

1. 한국인의 조형의식에 의한 가구문화의 개념

1.1 사상적 개념

사상적 개념의 요소는 가구를 구성하는 기본 정신적인 부분에 해당한다. 우리 선조들의 전통적 가구 발전사를 살펴보면 가구의 출현은 곧 인류의 사회적 수요를 동반해왔다. 인체를 지탱시키는 기능을 가지고 있는 도구로써 편안한 휴식을 취하기 위해 생성되어 예(禮)의 도구, 더 나아가 권리(權利)의 상징(象徵)이 되기도 하였으며 사용자의 신분(臣分), 사회적 지위를 나타냈다. 이처럼 가구의 사회 문화적 속성은 가구가 나타내는 실용적인 기능을 넘어섰고 가구의 공간적인 개념은 더욱 깊이 있는 측면의 사회, 윤리, 철학 등의 관념과 심미적인 심리에 의해 결정되어 온 것이다.

우리 조상들의 예(禮)는 가족을 중심으로 하고 있으며 선조에 대한 가족 숭배 사상은 가구의 문화에도 깊이 반영되어 있다. 가구의 구도는 가족의 형태에 따라 사회의 종법(宗法)관계의 윤리화(倫理化), 제도화(制度化)로 구현되었다. 또한 가구의 사용 방법과 형태는 존비유서(尊卑有序), 남녀유별(男女有別), 내외유서(内外有序)의 윤리 사상적 등급 개념을 나타냈다.

가구의 개념적 상징성은 가구의 장식 형태 및 가구의 사용에서 표현된다. 우리나라의 가구는 장수(長壽), 건강(健康), 다자자복(多子多福), 공명(功名), 이익(利益)과 관록(貫祿), 인격(人格) 인품(人品)과 덕성(德性) 등을 상징하는 도안 또는 문장의 형태를 적용하여 사용하였다. 특히 좌구(坐具)로써의 형태와 사용에서 사람과 사람간의 등급 관계를 암시하거나 상징했다.

가구 문화의 구성에서 심미와 미학(美學)은 매우 중요한 부분을 차지한다. 어떤 시대를 대표하는 특징을 내재하고 있는지가 심미적 특성에 의해 가구 형태의 특징에 나타나기 때문이다. 한국의 심미문화는 생명에 내포된 의미를 중시하는데 이는 서양의 문화와 달리 생명의 특질에 대한 우리만의 독특한 해석이다. 동양의 미학에서 생명과 예술은 언제나 서로 연계되어 있다. 때문에 유가(儒家), 도가(道家)를 막론하고 세계에 대한 깨달음과 체험은 모두 생명을 핵심으로 시작되었으며 생명과 예술은 불가분의 관계를 유지했다.

간단하고 단순한 조형은 가구의 형태와 사용 특징의 핵심이 되었다. 우리의 가구는 미학(美學)에서 음양지미(陰陽之美), 구성미(構成美), 선(線)의 미(美), 등으로 형식을 통하여 구체적인 사례로 표현된다.¹¹⁾

1.2 형태적 개념

가구의 형태적인 요소는 크게 두 가지로 구분된다. 하나는 형(形)의 요소이고 다른 하나는 상(象)의 요소다. 형(形)은 형체, 실체로, 가구를 형성하는 구

11) 유철군, 15-19세기 한·중 가구 디자인의 특성 및 비교 연구, 국민대학교, 박사학위논문, 2008, p.121~122

조, 재료, 질감, 사이즈, 비율, 장식, 무늬 등 물질적인 구성 부분이다. 이는 가구 조형을 구성하는 기본요소로 각기 서로 연계되고 의존하는 관계를 형성 한다.

상(象)은 사물의 내적부분과 외적부분으로 드러나는 표현을 의미한다. 가구의 공간적인 사용 방법과 구조적인 사용의 특징 등을 포함한다. 이렇듯 우리 가구의 형(形)과 상(象)은 서로 상호 작용한다.

한국의 가구에 영향을 주는 요소는 자연 조건, 경제, 기술 등을 포함한다. 전통 한국가구들의 공통점은 목재 구조에 있다. 목재 구조의 형성, 발전, 성숙은 모두 건축 목재 구조 발전을 기반으로 진행되었다고 볼 수 있는데 기틀 구조는 목재가구의 주요 구조형식이고 다른 한 가지는 건축 목재들의 대들보와 기둥의 구조다. 즉 가구의 세로 기둥과 가로로 놓인 재료로 구성된 목재들이 하중을 지탱하고 판재(板材)는 구조에서 칸막이와 공간을 구분하는 역할을 한다. 다른 한 가지 형식은 네모 반듯한 기틀로 가구의 범두리를 구성한 후, 기틀 내에 맞춰 넣은 판재가 가로 및 세로로 설치된 문설주의 하중을 받아내는 박스형 기틀 구조이다. 전통가구는 내부 구조상 끼워 맞추는 구조를 주로 사용하였기 때문에 가구의 부품은 서로 맞물리면서 풍부한 가구 세목(細木)을 구조로 하는 디자인을 구성하였고 이로 인해 가구의 외부 구조는 가구 내부 구조의 외적표현으로 이어진다.

우리 가구의 발전사에서 적용된 재료와 제조기술은 시대적 경제 상황과, 조건, 문화배경 및 사회상을 반영한다. 재료는 가구를 구성하는 물질적 기초이기 때문이고 서로 다른 재료마다 조합, 특징, 재료의 성질과 가치를 지니며 재료의 다양성은 한국 가구의 다양한 기능을 만족시켜왔다. 또한 우리 가구의 장식과 문양은 장식 위치, 장식수법과 장식내용에 있어 밀접하게 연관되어 있으며 동시에 서로 다른 재료를 사용한 기법은 그에 따른 예술적 특징을 나타내고 있다.

가구의 공간 구도는 가구 사용 시의 배열 방식을 의미하여 이는 현재의 시스템 가구에도 많은 관련이 있다. 가구의 공간 배치란 사용자가 일상 및 비(非)일상 생활에서 가구를 통해 여러 가지 생활 행위와 관계를 발생하는 관계를 반영한다. 가구의 조합이란 거주하는 공간에서 어떠한 유형의 생활 행위가 발생했을 때 가구간의 종합적인 관계의 구성을 나타내며 가구의 조합적 특징과 거주 공간의 구성 및 사용자의 거주 행위는 서로 직결되어 있다.

1.3 행위적 개념

한국인의 생활 방식은 한국인의 거주 공간에 영향을 주는 동시에 한국인의 가구문화에도 영향을 주며 서로 다른 생활 방식으로 인해 가구의 형상적 요소

에 미세한 차이들이 나타난다. 생활 방식에 대해 다시 말하면 주로 ‘의(衣), 식(食).주(主), 행(行)’ 등으로 나눌 수 있는데 이는 인간의 일상생활 분야를 중심으로 제한된 것이므로 생활 방식의 전부를 포함하진 않는다. 넓은 의미에서 말하면 생활 방식이란 일정한 사회 안에서 객관적인 조건의 제약 하에 개인, 집단이나 전체 구성원이 일정한 가치관의 지도하에 자신의 생존과 발전의 수요를 만족시키기 위해 진행하는 생활 활동의 형식과 행위적 특징을 말한다.

한국인의 주거 공간에서의 가구들은 바로 이런 행위를 담는 용기로 작용한다. 공간과 가구의 사용 과정에서 사용자의 생리적, 심리적 수요를 만족시켜야 하며 생활의 설계로 인간의 다양한 생활 수요에 부응해야 한다.

서양의 공간은 다양하고 구체적인 기능적 수요로 출발해 각자의 독자적인 단일 기능적 공간을 형성했다. 이에 비해 우리나라의 주거 공간은 대부분 일반화된 공간 단위를 선택해 다양한 사용의 유연성을 최대한 유지하려고 노력했다. 때문에 공간에 대한 포용성이 강하고 어느 유형의 생활이나 적용 가능하여 주거 공간 안에서의 다기능적 특징을 강조한다.

한국인의 각종 의식과 예식은 주거 공간에서 펼쳐져 왔으며 생활 문화가 주거공간과 가구의 표현 방식을 결정했다. 우리만의 생활 방식과 풍습이 발전되어 생활문화를 형성하고 또한 이에 대응하는 공간 의식과 심미관을 키워주기도 했다. 한국인의 일상생활에서 가장 중요한 것은 결혼과 장례였으며 이외에 조상에 대한 제사를 비롯한 다양한 예의 풍속 활동 속에서 가구들은 존재해 왔다. 혼례의 예식과 문화는 현재까지도 주거 공간 및 가구문화에 직접적인 영향을 주고 있다.

제 3부

한국 근현대 가구디자인의 특징

1장. 한국 근현대 가구디자인의 변화

1. 시대별 변화

1.1 1950년대~1990년대

▶ 1950년대

가구란 주택양식의 구조와 생활의 변화에 따라 민감한 반응을 보이는 생활 도구이기 때문에 주택양식의 변화가 곧 가구양식의 변화를 의미한다. 우리의 전통적 주택구조와 가구양식은 앞서 설명한 바와 같이 6.25 전쟁의 종전 이후 미국의 무상원조를 받아 서구의 문물을 접하게 되면서 변화하게 되었다. 이 시기는 좌식생활에서 입식생활의 공간으로 바뀌게 됨에 따라 이에 따른 가구문화가 변화하는 중요한 시기라 할 수 있으나 현대적인 가구로의 급격한 변화는 이루어지지 않았고 디자인 측면에 있어서는 일본의 영향이 잔존하였다.¹²⁾

한국의 가구산업은 1950년대를 기점으로 하여 그 이후에서야 비로소 근대적 제조업 형태의 기틀이 마련되었다고 볼 수 있다¹³⁾. 1950년대의 가구 제작은 소규모의 공방과 공장을 중심으로 이루어졌다. 공방에서는 재래식 수공업을 사용하여 지역의 수요를 담당하였다. 소규모 공장에서는 비교적 양산체제를 갖춰 같은 디자인의 가구들을 제작하였고 주문가구의 제작도 병행하였다. 6.25 전쟁 직후 건설수요의 급증, 관공서의 대량 건립, 인구의 팽창 등으로 내수가 급증하였으나 영세적인 한계를 벗어나지 못하였고 기술과 디자인의 수준이 매우 낮았다.¹⁴⁾ 1950년대 가구에서 가장 대표적인 것은 옷장이라고 할 수 있는데 해방 후에는 기존 전통 양식의 장롱과 서구식으로 변화된 현대 양식의 옷장이 동시에 사용되었으나 주로 현대 양식의 옷장이 많이 사용되었다. 옛 의걸이장의 형태를 서구의 형태로 변형한 이것은 전통양식의 옷장에 비해 사용하기 편리하도록 제작되었다.¹⁵⁾ 기존의 반닫이와 놓 위에 올려놓았던 이불이 장 안으로 흡수되었으며 서랍화되면서 다용도 수납공간의 기능을 지니게 되어 장 안에 접어서 보관하던 외복들을 쉽게 꺼낼 수 있었다. 장식요소는 전통양식에서 나타나는 조각이나 나전을 대신하여 유리 위에 간단한 문양을 새겨놓았으며, 거울 주변에 백수백복(百壽百福)을 기리는 문자나 당초문이 시문되기도 하였

12) 김정근, 한국인의 혼수규범과 혼례가구의 조절과 변천에 관한 연구, 경희대학교, 석사학위논문, 1998, p.134

13) 김진수, 한국 가구공업의 현황과 수출전략에 관한 연구, 단국대학교, 석사학위논문, 1989, p.16

14) 서현선, 가구산업의 현황분석과 개선방안, 홍익대학교, 석사학위논문, 1996, p.4

15) 이성계, 전통양식과 현대양식으로 이원화된 한국장롱에 대한 연구, 중앙대학교, 석사학위논문, 1994, p.18

다. 점차 금구장식은 사라지고 기능을 위주로 한 형태로 제작되었는데 미국의 실용주의 디자인이 영향을 받았다. 1950년대의 가구는 동란 후 7년이라는 짧은 시간 속에서 큰 변화를 이루지는 못하였다. 그러나 일본 성향의 가구가 근대화되어 본격적으로 서구식 가구로 변화하기 시작하였으며 이러한 서구식 형태는 기본 틀로써 계속 이어지게 되었다. 또한 합판 등의 새로운 재료와 기술 도입, 가구의 수요증가로 다양한 용도의 가구를 제작하여 전문성과 개성을 보여줄 수 있었다. 그러나 물자부족과 외국가구의 변형복사 때문에 가구의 질은 저하되었다.

▶ 1960년대

1960년대에는 산업화 초기 인구가 농촌에서 도시로 집중됨으로 인하여 도시가 팽창되고 주택 부족을 해소하기 위해 아파트 건설이 시작되는 시기였다. 아파트는 입식을 지향하는 서구적 공간개념이기 때문에 전통주택에 사용되었던 좌식가구인 장, 놓, 반단이, 경대, 문갑 등에서 탈피하여 입식가구가 제작되기 시작하였다. 인구증가, 주택건설, 경제력의 신장에 따른 생활의 안정은 가구의 소비를 증가시키는 원인이 되어 1960년대 초기까지 소규모의 공방체제로 이루어졌던 가구업체는 1960년대 중반기 이후 가구제조업이 발전할 수 있는 기반이 마련되었다.¹⁶⁾ 공공건물, 교육기관, 사무실, 주거용 가구 등의 생산을 위한 다양한 생산체계가 확립되어 전국규모의 시장을 상대로 서구형 현대식 가구를 생산하였고, 이러한 기업들은 조합을 결성하여 유대 관계를 유지하였으며 신속한 해외 정보 등의 교환에 의해 급속한 성장을 이루하였다. 그러나 이 시기의 가구산업은 대량생산의 규모에는 미치지 못했으며 간단한 기계의 도입으로 수공 작업을 부담을 줄이는 정도에서 한계를 두었다. 섬세한 조각을 필요로 하는 공방 가구는 1960년대 말까지 함께 제작되었다.

당시 가장 널리 보급된 것은 호마이카¹⁷⁾로 불리웠던 가구로 값이 저렴하여 중산층이하 저소득층에서 많이 사용하였다. 이는 일정의 고광택 투명 도료로 알키드 수지 도료를 두텁게 칠하여 가구의 표면에 광택을 주어 호화롭게 보이는 효과를 얻을 수 있는 가구였다. 옷장은 협소한 방의 공간을 넓게 활용하기 위해 중앙의 쪽장 부분에 경대와 서랍장 기능을 겸비한 형태가 주류를 이루었으며¹⁸⁾, 미닫이 스타일이 유행하였다. 문갑식 좌식형 화장대는 옷장과 함께 마련되었는데 몸통이 문갑규모의 큰 수납공간을 지닌 화장대로서 이러한

16) 김진수, 한국 가구공업의 현황과 수출전략에 관한 연구, 단국대학교, 석사학위논문, 1989, p.17

17) 사전적인 해석으로는 Formica(포마이카, 열경화성 합성수지)를 뜻함, 나뭇결 무늬 또는 대리석 표면의 장식 라미네이트 재료로 테이블의 상판 등에 사용하는 가구 마감재를 의미한다. '호마이카'라는 기업이 1927년 이 제품을 출시하면서 널리 알려지게 되어 일반적으로 이러한 형태로 제작된 가구들을 호마이카 가구라고 부르게 되었다.

18) 최영구, 가구 구매자의 구매행동에 관한 연구, 인하대학교, 석사학위논문, 1998, p.12

화장대의 형태는 이후 기본 형식으로 고정되었다.



〈호마이카 테이블〉

이 시기에는 원목이 아닌 뒤틀어짐이나 휩, 장시간 건조를 요하는 단점을 해결한 합판의 보급으로 문양의 장식은 감소하였다 합판이 사용된 가구의 장식은 무늬목 판재에 의하여 색채의 대비효과를 표현하거나 판재를 덧붙여 층을 이루는 방법으로 표현되었다. 1960년대 가구의 기본 형태는 생활습성과 소규모 주거 공간의 여건 등으로 큰 변화 없이 지속되었고 색상이나 장식, 새로운 부속품에 의한 구조가 변화되었다. 합판과 화학도료의 보급으로 인한 기술 발달과 제작의 용이성이 큰 혁신을 가져와 원목가구, 나전칠기 가구, 사무용 철제가구 등으로 전문성과 다양성이 나타났다

▶ 1970년대

1970년대에는 국가경제성장에 따른 소득의 향상과 핵가족화의 전개, 민간주택의 대량건설 등으로 내수가 급증하게 되었고 이에 힘입어 가구산업의 기업화가 진행되었다. 특히 1970년대 전반기에는 현대식 생산체제를 갖춘 대기업들이 출현하였고 현대식 기계 설비를 바탕으로 대량생산 체제를 갖추어 다양한 가구를 생산, 내수 산업으로 구축되는 발판을 마련하였다. 이에 따라 가구는 실용성뿐 아니라 디자인과 패션도 중시되며 상품의 인지도가 소비자의 구매 행위에 적지 않은 영향을 미치게 되어 상업화 현상이 나타났으며, 또한 이 시기부터 수출이 시작되었다.

1970년대는 미적기능의 실내장식 개념이 도입된 세련된 가구가 시장에 등장했다. 가구의 재료는 주로 티크, 나왕, 오크, 로즈우드, 느릅 등의 원목과 무늬목이 사용되었는데 1970년대 중반까지 티크 가구가 주류를 이루었고 중반이 후에는 로즈우드로 바뀌어 1980년대까지 꾸준히 사용되었다. 경제발전에 의한 국민소득의 향상과 더불어 맞춤가구가 유행하였으며 문짝에는 무늬목 대신 고급 패션 직물을 사용한 가구도 등장하였다. 아파트 건축열기에 힘입어 여러 형태의 아파트형 가구가 출시되었으며 일반 단독 주택의 주방과 거실의 형태 역

시 아파트 스타일로 바뀌어 주방가구 및 거실의 쇼파 세트 수요가 증가하였다.¹⁹⁾ 이 시기 가구의 양식은 가구업체의 대형화로 수공예적인 조각이나 문양을 배제한 직선적이고 평면적인 간결한 디자인이 주류를 이룬다. 이 시기의 가구는 곡선적 요소를 거의 사용하지 않으며 목리를 수직으로 세우거나 간혹 다른 색상의 무늬목을 덧내어 색상의 대비를 나타내는 정도였다. 이러한 양식은 모든 주거용 가구에 적용되어 폭넓게 사용되었다. 수출시장의 영향으로 옷장의 높이는 1.8m에서 2m로 변화되었고 내부에 넥타이걸이, 속거울 등이 부착되고 작은 서랍이 안에 설치되는 등 내부기능의 변화가 생겼다. 옷장은 전체적으로 장방형의 기본 형태에는 변화가 없지만 가구의 상단에는 변화를 주었고 중앙 장의 배치 방법에 따라 입체감을 주었다. 또한 구조적으로 조립이 가능하게 제작되어 벽면의 크기에 따라 자유롭게 배치할 수 있게 되었다.²⁰⁾ 화장대는 입식형이 보급되었으나 디자인에 있어서는 기존의 문갑식 디자인과 같이 각진 형태 외형이 유지되었다. 거울의 경우 직선 혹은 타원의 형태가 일반적이었으며 서랍의 비례는 다양한 변화를 주었다. 침실가구와 화장대는 세트화 되어 장롱의 디자인을 따르는 경향을 보였다.

▶ 1980년대

이 시기에는 상당수의 중소기업들이 대기업으로 성장하였으나 1979년 이후 제2차 석유파동과 소비절약의 풍조로 인해 가구의 수요가 감소하였다. 생산설비규모에 비해 상대적으로 협소한 내수시장의 수요부진은 업체 간의 과열 경쟁을 유발하였고 가구업계는 기업경제의 합리화를 모색하는 한편 설비의 현대화, 기술개발을 통한 가구제품의 고급화 등으로 적극적인 해외시장으로의 수출



(1980년대 보루네오의 의자 시리즈)²¹⁾

19) 최영구, 가구 구매자의 구매행동에 관한 연구, 인하대학교, 석사학위논문, 1998, p.42

20) 김정근, 한국인의 혼수규범과 혼례가구의 조절과 변천에 관한 연구, 경희대학교, 박사학위논문, 1998, p.136

21) 출처 : 행복이 가득한 집(<http://happy.design.co.kr>)

에 나섰다. 제품의 질적 향상, 신제품 개발, 제품의 다양화, 새로운 시장개척 등 다각적인 활로의 모색과 정기적인 국제가구전시회 개최를 통해 우리나라 가구산업의 국제적 인식도를 높이는 계기를 마련하였다.

1970년대의 직선적이고 평면적인 목리 위주의 가구양식은 공작기계의 발달로 인하여 새로운 장식을 가능하게 되었고 소비자의 기호에 따라 선택의 폭을 넓게 해주었다. 공작기계가 더욱 발달되고 자동화가 이루어졌으며 루터(Router)²²⁾기계로 인해 곡선의 문양과 간단한 조각이 기계의 힘만으로 가능하게 되었다. 원목 색상이 가지는 자연미에 의한 표현이 대부분이었던 가구디자인에 서구식의 당초문양과 화문 등의 표현이 가능해졌고 기계로 파낸 섬세한 선들로 장식이 이루어졌다. 1980년대 중반 이후에는 서구 스타일의 가구를 전통적인 분위기로 표현하려는 가구회사가 증가하였다. 물론 일부 중소기업에서는 일찍부터 수공업에 의한 전통양식을 나타내고 있었지만 기계의 발달로 대량 생산체계에서도 이러한 섬세한 장식의 표현을 가능하게 해준 것이다.

1980년대의 가구는 산업의 발전에 의해 매우 다양한 양상을 보여주었다. 재료 가공기술의 발달은 목재의 영역을 벗어나 철제가구나 등나무 등을 이용하여 제작되었고 원목 역시 새롭게 기공되어 패셔너블한 가구들이 등장하였다. 새로운 개성을 요구하는 소비자의 욕구에 따라 밝은 원목 색상 그대로 사용한 소규모의 캐주얼한 가구디자인이 나타나기도 하였다. 이 외에 화학 도료로 색상을 자유롭게 표현한 디자인이나 대리석의 느낌을 가진 표면 처리가 다채로워진 디자인들이 시판되기도 하였다. 아파트 문화가 완전히 정착되어 다양한 디자인의 거실장, 침대, 싱크대 세트가 개발되었고 종류는 다양해졌으나 세트로 디자인됨에 따라 특정 품목의 조형성 위주로 나머지 가구들이 디자인 되었다. 후반기에는 옷장에서 이불장의 공간이 축소되는 대신 다용도 수납장으로 형태가 변화하는 디자인들이 나타났고 가구의 고급화로 나전을 시문한 칠기가 구와 향나무, 화류목, 로크목 등의 원목가구들이 다시 등장하였지만 전통적인 기법과 양식의 한계로 판매단가의 비용이 고가였으므로 곧 대중성을 잃게 되었다. 1980년대 전반에 걸쳐 대표적인 장롱의 양식은 목리 주변에 틀을 대주고 상단부에 당초문을 조각한 형태로 이러한 기본 패턴 위에 틀의 비례나 분할, 상감기법, 조각 등을 추가하는 장식이 나타났지만 외형의 변화는 크지 않았다. 화장대는 세트화가 지속되었으나 등나무와 철재 등 사용 자재의 다양한 변화들이 시도되었고 수납공간에 있어 화장품과 액세서리를 고려하는 입식형의 복합기능식 화장대가 발전하였다.

22) 루터(Router)기계방식은 컴퓨터에 의해 작동되어 정확한 프로그래밍으로 자유로이 이동하며 목제에 여러 가지 형태의 곡선 및 몰드, 평면가공을 가능하게 해준다.

▶ 1990년대

1990년대는 수출이 침체되고 국제시장 개방 등 무역 경쟁이 심화됨에 따라 디자인과 광고의 역할에 대한 인식이 중요해졌고 다양한 측면에서 세분화, 전문화되었다.



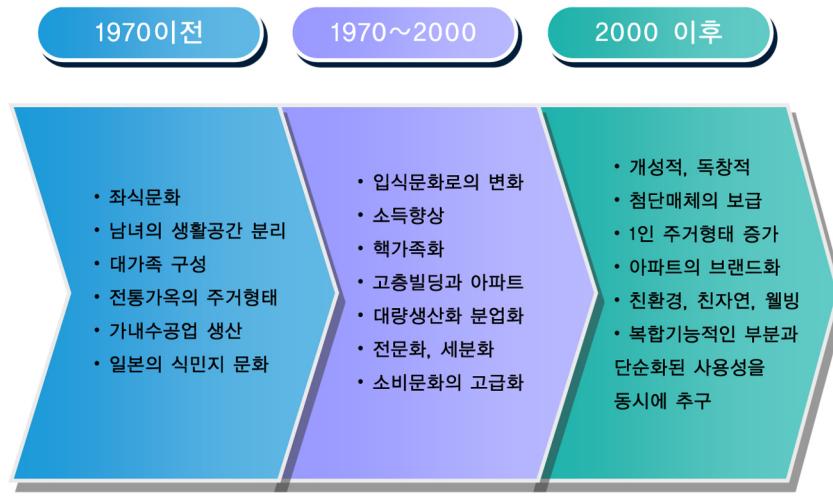
(1990년대 리바트의 침실가구)²³⁾

또한 1988년 올림픽 개최 이후 국민의식의 발전으로 사회 전반적인 감각이 상향 되었다. 또한 선진기술의 도입과 연구개발로 디자인 수준은 향상되었지만 1980년대 이후 가구시장의 급격한 팽창으로 인한 판매경쟁이 치열해짐에 따라 가구업체들의 경영악화는 곧 가격의 상승으로 이어졌고 잦은 노사충돌로 인해 가구의 질은 높아지지 못했다.

이 시기의 옷장들은 대형화되었고 옷장의 장식과 문양은 입체 조각이나 몰딩이 감소되고 가능한 장식적인 요소를 최소화하여 간결, 단순해지는 디자인 경향이 나타났다. 이와 함께 옷장의 조립과 철거가 쉬운 가변성, 다기능, 다목적 변화를 위해 모듈화 시스템이 도입되었다. 대형화된 옷장을 모듈화하여 가구의 배치 시 공간의 크기와 사용자의 필요에 따라 사용할 수 있게 한 것이다. 옷장을 사용자가 직접 조합, 설치할 수 있으며 선반과 칸막이 등의 분해, 조립을 쉽게 하여 필요에 따라 수납공간을 변형할 수 있도록 기능적으로 제작하였다. 또한 내부는 다양한 크기와 용도를 갖춘 수납공간으로 분할되어 이불과 의복의 수납은 물론 일상용품의 수납도 가능하게 하여 다양하고 가변성 있는 내부 구성과 옷장의 문짝이 반쪽으로 제작되는 반장도 일반화되어 안방의 한 쪽 벽면을 넘는 공간 없이 채울 수 있도록 시스템화하였다. 화장대는 입식가구에 전통과 현대를 절충한 단순한 유형이 선호되었으며 가구의 표면 재료는 원목

23) 출처 : 행복이 가득한 집(<http://happy.design.co.kr>)

가격의 상승으로 인하여 인공소재가 개발되어 가는 가구의 패션화로 연결되었으며 광택재료 및 인공소재의 사용이 일반화되고 첨단소재의 디자인 가구가 등장하였다.



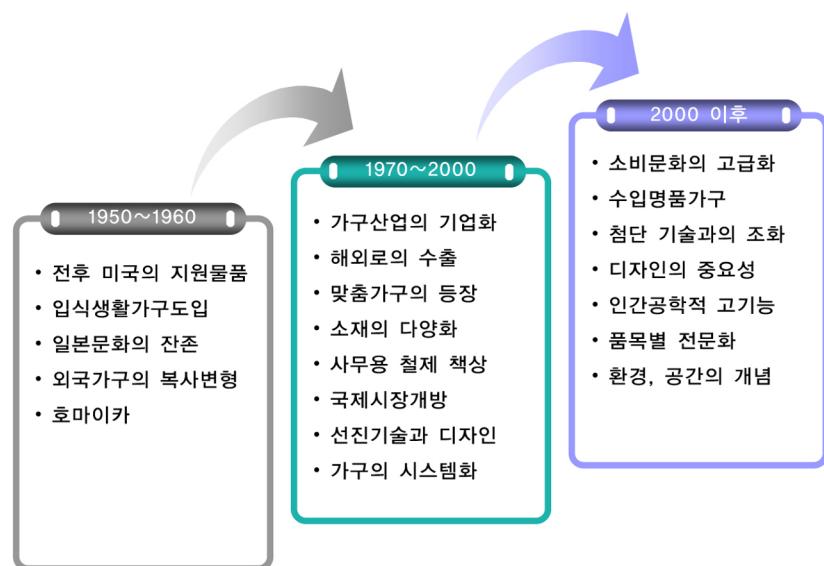
〈한국인의 시대별 생활양식의 변화내용〉

1.2 2000년대~현재

2000년도에는 수입가구 중에서도 특히 가죽소파와 식탁품목 강세를 보였다. 이것은 무관세율에 따른 영향과 동남아 시장에서의 가죽소파와 식탁이 경쟁력 있는 가격으로 수입되었기 때문이다. 이에 따라 국내 가구업체는 치열한 가격과 품질경쟁에서 큰 어려움을 맞이하였다. 2000년대 초반 대기업과 은행권의 구조조정 및 건설경기의 악재로 인하여 가구업체는 많은 어려움을 겪고 있다. 특판 물량이 큰 폭으로 감소하면서 생산량은 대폭 감소되는 추세이며 혼례용 가구시장 또한 적지 않은 영향을 받고 있다. 국내 가구업체들이 해외 명품브랜드와의 경쟁에서 밀려나면서 수입물량은 증가되고 국내 생산량은 감소하고 있다.

우리나라의 근현대 가구디자인의 변화 내용을 다시 정리해 보면 1960년대에는 이불이 이불장 안으로 수납되었고 치마저고리가 양복으로 의복문화가 바뀜에 따라 옷장이 필요하게 되어 가구의 생산이 양산체제로 전환되었던 때이며, 1970년대는 아파트형 가구가 출현한 시대로 소파 전문업체와 주방가구 전문업체가 발달하였으며 비교적 세련된 디자인의 가구가 출시되기 시작하였다. 1980년대는 가구산업이 세분화, 분업화되고 치밀한 생산조직과 영업조직을 갖추고 패셔너블한 디자인이 유행하였으며 아파트의 거실, 침실, 주방문화가 정착되어 다양한 디자인과 기능을 갖춘 가구들이 생산되어 국내 가구시장이 활

발했던 시기였다. 1990년대에 들어와서는 소비자의 구매패턴은 더욱 다양화되었으며 가구와 인테리어에 대한 관심이 매우 높아졌다. 이러한 영향으로 가구의 기능과 디자인, 색상, 쓰임새에 따른 다양한 패턴들이 나타났다.



〈한국인의 시대별 생활양식 변화에 따른 특징〉

21세기에 들어서면서 우리나라의 주거양식은 지속적으로 변화하고 있으며 주거양식과 트랜드 문화에 맞는 가구들이 배치되고 있다. 소비자의 의식변화에 따라 합목적성 가구가 일반화되었으며 경제적인 안정에 따른 중산계층의 확산은 일반서민들도 고급재료를 이용한 가구 사용의 보편화를 이루게 되었다. 부의 수단으로서의 장식적 가구를 사용했던 과거의 문화는 퇴색화 되었으며 최근 들어 각종 멀티미디어 매체, 스마트폰의 모바일 기능과 조화되는 기능적이고 편리한 가구들이 디자인되고 있다.

2장. 한국 근현대 가구디자인 분석

1. 한국 근현대 가구디자인의 특징

1.1 일반적 특징

현재 우리나라 가구분야의 디자인은 모더니즘에 입각한 현대적 디자인 성향이 강하다. 금속, 유리, 플라스틱 등의 소재가 가구의 재료로 다양하게 활용되

는 경우를 접할 수 있지만 이는 거주공간이 아닌 외부 공간에서의 아트 퍼니처 등 의 작은 부문이며 가장 많이 사용하는 대중적인 가구에서는 아직까지도 목재가 가장 유용한 재료이다. 소파와 식탁 의자 등은 다양한 색채의 특성을 보이는 반면 옷장, 서랍장, 침대, 식탁 등의 품목은 색채 활용의 범위가 다양하지 못하다. 재료로 가죽과 직물이 함께 사용될 수 있는 품목들은 목재만 사용되는 다른 품목에 비해 색상과 디자인의 자유로운 표현이 비교적 용이하기 때문이기도 하다. 장식적인 특징을 살펴보면 화려하고 큰 문양의 사용보다는 수평 방향의 가는 직선중심으로 차분하고 조용한 장식이미지들을 표현한 경우가 많다.



〈국내 주요 가구 기업들의 제품 이미지(좌측 위에서부터 시계방향으로), 한샘(시스템 키친), 에이스(침대), 보루네오(식탁), 우아미(정통)〉

▶ 옷장

옷장의 경우 외형상 직선적 요소가 많은 경우이지만 장식적인 요소 역시 직선적인 부분들이 많아 거의 대부분의 디자인이 일률적이며 다양하지 못하다. 주재료는 대부분 목재이며 부재료로 일부 금속재를 쓰고 있는 추세이다. 목재의 도장처리방식은 대부분 무광인 경우가 많아 인공적 느낌을 자제하고 보다 자연스러운 원목의 느낌을 선호하는 편이다. 색채적 특성으로는 원목재색인 체리계열의 색상이 가장 많은 편이며 도장색상으로는 아이보리색이 가장 많다. 화려하고 복잡한 디자인 보다는 대부분 차분한 월넛과 체리계열, 아이보리 계열이 대다수이며 강조색은 잘 사용하지 않는 편이다. 색상의 배색은 단색톤이 가장 많으며 아이보리색과 월넛색의 강한대비를 강조한 배색 또한 일부 선호

하고 있는 추세이다. 장식적인 요소는 거의 대부분이 직선인 선적요소이며 장식을 전혀 사용하지 않는 디자인도 많이 선호하는 편이다. 문양을 원하는 경우 부분적인 디자인의 상감, 음각기법을 이용한 디자인을 선택하는 경우가 많다.

▶ 서랍장

주재료는 역시 대부분 목재이며 부재료로는 금속재료를 쓰는 디자인이 많은 편이다. 도장의 방법은 옷장과 마찬가지로 대부분 무광의 형식이며 거의 모든 디자인적 요소가 옷장과 유사하다. 이는 우리나라의 서랍장 대부분이 옷장과 함께 세트화되어 시리즈로 출시되기 때문이다. 장식적인 요소는 주로 서랍의 문에 집중되어 있는 디자인이 많고 표현방식은 상감, 음각 중심이다. 이 부분 역시 옷장의 디자인적 특성과 동일하다.

▶ 침대

침대는 도입자체가 서구형 생활양식을 기본으로 하는 가구이므로 거의 모든 디자인이 현대적인 양식을 보이며 직선형 디자인 요소가 대부분이지만 헤드부분과 일부 장식적인 요소에 곡선적 요소가 혼합된 디자인도 존재한다. 주재료는 역시 목재이며 부재료는 금속을 사용하며 일부 직물을 혼합하여 디자인된 사례도 있다. 도장 방법은 무광을, 색채 역시 월넛계열과 아이보리계열이 대다수이다. 문양은 주로 헤드부분에서 이루어지는데 상감, 투각, 음각, 양각 등 다양한 방법으로 디자인되어지고 있다.

▶ 소파

다른 가구들과 달리 소파는 절충적인 모티브를 사용한 사례가 많으며 직선적인 요소와 곡선적인 요소를 적절히 사용하여 혼합한 디자인이 많다. 한국인이 선호하는 소파의 주재료는 가죽과 직물이 약 6.5:3.5의 비율이며 목재는 주재료, 부재료로 모두 다양하게 쓰인다. 주재료가 가죽과 직물인 만큼 보다 다양한 색상과 질감을 표현할 수 있어 주 선호색이 다양하게 분포되어 있는데 그 중 갈색톤을 사용하여 연하게 표현된 것부터 검정에 가깝게 진한 색상까지 가 주를 이루며 아이보리 색상 역시 많이 디자인 되어 지고 있다. 배색은 단색으로 된 디자인을, 화려하고 독특한 장식을 가능한 사용하지 않은 형태를 선호하는 편이다.

▶ 식탁

식탁은 주재료가 목재인데도 다른 품목과 비교하여 다양한 형태의 절충적 디자인이 많은 편이다. 주재료는 목재이지만 대부분 유리상판을 함께 사용하며 도장형식 역시 무광형태가 주를 이룬다. 장식, 문양은 식탁의 다리형태에 주로 보이지만 과장된 요소의 장식성은 가지지 않는다.

▶ 식탁의자

식탁의자의 경우 직선과 곡선을 적절히 혼합한 형태의 디자인이 많으며 등

받이와 다리부분에 장식적 요소 또는 기능적 요소를 부여하여 곡선처리하는 경우가 많다. 주재료는 목재, 부재료로 가죽 또는 직물을 혼합하는 형태로 역시 색채는 월넛계열과 아이보이 계열이 대다수이다.

1.2 세부적 특징

▶ 옷장

옷장은 밖으로 서랍의 형태와 손잡이가 노출되지 않는 디자인, 손잡이가 있는 경우 목재나 금속재로 된 세로형의 돌출 손잡이와 외곽기둥목의 형태가 특징으로 나타나며 대부분 여닫이형의 옷장문 형태를 가지고 있다. 이는 옷장의 내부공간을 한 번에 볼 수 있는 측면에서 미닫이형의 개폐구조에 답답함을 느끼고 제조 공정상에도 비교적 불편한 점이 많기 때문일 것이다. 옷장 안에 함께 설치된 서랍장의 경우 외부에서 보이지 않도록 디자인한 것을 선호하는 경우가 많다. 또한 우리나라의 옷장은 상부 및 측부에 외곽 기둥목(프레임)을 설치하는 경우가 많은데 이는 부재에서 주는 강조성과 옷장문과 기둥목의 색상 차이로 발생하는 시각적 효과를 강조한다.

▶ 서랍장

서랍장은 상판과 측판의 모서리가 직각으로 연결되는 형태로 목재나 금속재로 된 가로형이나 둥근형의 돌출 손잡이, 하단이 다리형태로 디자인 된 경우가 가장 많고 앞서 말했듯 옷장의 형식과 대부분 유사하다. 서랍의 단수는 3단과 4단이 주를 이루며 사용자가 용도를 달리 할 수 있도록 서랍의 크기를 달리 하여 디자인된 것도 상당 수 있다.

▶ 침대

침대의 헤드는 대부분 측면에서 보았을 때 직선으로 내려오는 수직형 보다 약간의 기울기를 갖는 디자인이 더 많은 편이며 헤드의 구조형식은 평판형과 프레임형으로 나뉜다. 매트리스의 설치형태 디자인은 대부분 매트리스가 침대의 프레임 안으로 넣어지도록 된 형식이 대부분이며 외국의 경우에 비하면 우리나라의 침대는 기능적인 측면에서 다양한 시도가 아직 부족한 편이다.

▶ 소파

소파는 조합형으로 여러 가지 구성방법이 있으나 주로 1인용과 3인용을 기본 한세트로 하는 디자인이 가장 많은 비중을 차지하며 시스템형 소파는 아직 국내에서는 크게 보급되지 않은 편이다. 소파의 프레임이 겉으로 드러나지 않은 것을 선호하며 최근들어 침대와 소파의 기능을 다양하게 결합한 상품의 디자인도 많이 출시되고 있다.

▶ 식탁

우리나라 식탁의 대부분은 4인용으로 디자인된 형태이며 2인용과 6인용이 그 다음의 비율을 차지한다. 현재 우리나라 대부분의 가족이 4인 이내 구성의 핵가족형태이기 때문이다. 상판의 형태는 원형보다 사각형의 형태를 선호하고 이는 공간의 구성을 보다 효율적으로 하기 위함이다. 식탁의 다리는 상판에서 바닥까지 내려오는 굽기가 점점 가늘어지는 디자인이며 연결 부위가 밖으로 노출되어 있는 형태보다는 안쪽으로 숨겨져 있는 디자인이 대부분이다.

▶ 식탁의자

식탁의자의 등받이는 비교적 다양한 형태의 디자인을 보이지만 좌판의 경우 대부분 사각형이며 가정용 식탁에서 원형좌판으로 디자인된 식탁의자는 잘 사용하지 않는 편이다. 식탁과 마찬가지로 다리의 형태는 바닥으로 가까울수록 가늘어지는 형태이다.

정리하면, 디자인의 스타일에서는 전통적인 부분을 거의 따르지 않은 서구형의 현대적 디자인이 주류를 이루고 있으며 웃장, 서랍장, 침대, 식탁은 거의 대부분 직선적인 디자인 요소로, 소파와 식탁의자는 직선과 곡선의 요소를 혼합하여 디자인된 형태를 보인다. 특정된 디자인의 형식에 많은 비중을 보이는 것은 그만큼 다양한 디자인의 시도와 연구개발이 부족했던 측면도 있겠지만 우리 민족의 특성상 과한 겉치례적 장식을 선호하지 않고 큰 변화에 대한 적응을 기피하려는 부분도 엿볼 수 있다. 가정용 가구 대부분이 목재중심의 디자인에서 한계를 갖지만 사무용가구의 경우 소재의 다양화가 빠르게 진행되고 있으며 이러한 변화를 바탕으로 가정용 가구 역시 보다 독창적인 디자인과 실용적인 심미성을 실현하여 한국 가구디자인의 특징을 발전시켜나갈 필요가 있다.

제 4부

한국 가구디자인의 미래와 한국적 디자인요소의 반영

1장. 한국 가구디자인의 발전 방향

1. 한국 고유의 디자인요소 반영

1.1 한국 가구산업의 미래

해외 가구시장은 디자인, 패션, 환경성이 기본적인 구매요소에 추가되었으며 디자인 측면에서 모더니즘 가구로 공간 효율적인 가구디자인과 클래식한 디자인을 양분하여 선호하고 있다. 가구의 소재는 오크나무 중심으로 제브라, 흑단 등 무늬의 결을 살린 자연소재와 티크 같은 소급소재가 각광을 받고 있으며 모, 면, 마 등과 극세사 섬유가 비중이 확대되었다. 그 외 알루미늄, 스테인리스 스틸 등 금속재 가구도 현대적인 감각을 고양시키고 있다. 특히 가구제품은 가전제품의 발달과 더불어 가전매체의 정보화 기능이 공간 연출을 실현할 수 있도록 변화하고 있고 주방용 가구는 환경친화형 상품으로 전환되고 있다. 공간을 줄일 수 있는 가구가 증가하고 조립식 가구의 종류가 침대, 응접실용 세트, 사무실용 세트로 다양화되면서도 디자인은 점차 단순화되는 것은 소비자가 다기능, 다용도 가구를 선호하면서도 디자인과 사용성은 어렵지 않은 것을 선호하고 있음을 보여준다.

우리나라 가구업체들의 품목별 생산 비중을 살펴보면 사용공간을 기준으로 할 때 침실가구에 비교적 많은 비중을 두며 세부품목으로는 옷장, 침대, 서랍장, 소파, 거실장, 식탁, 식탁의자 등의 품목들을 집중적으로 생산하고 있다. 또한 생활양식의 변화에 따라 화장대와 문갑 등의 품목은 생산이 감소하고 있으며 서랍장의 경우 증가하고 있다. 소파, 차과탁자, 식탁, 식탁의자 등 세부 품목에서는 특정 업체에서의 집중적인 전문화 생산 경향이 나타나고 있다.

한 가구업체가 모든 가구의 품목을 생산할 필요는 없지만 특정 가구업체에만 생산이 집중된다면 디자인적 측면에서는 다양함이 부족해지고 소비자의 선택 범위는 좁아지게 된다. 따라서 각 가구업체는 특정 가구의 품목에만 집중하기보다 생산가구 품목의 다변화와 다양한 디자인 개발에 관심과 투자를 지속적으로 쏟아야 할 것이다.

과거 우리나라 가구산업이 전통적으로 높은 임금, 열등한 기술 수준으로도 국제사회에서의 경쟁에서 살아남으며 수출까지 할 수 있었던 것은 낮은 임금과 기업가 정신이 왕성한 주요 기업들의 노력에 기인한 것이었다. 그러나 오늘 날에는 임금, 금리, 기술수준, 의욕 등 어느 면에서도 우리에게만 유리한 것은 없다. 새로운 돌파구를 모색하기 위해서는 경쟁력을 결정하는 변수들 간의 관계를 재설정하는 것이 중요하다.

한국의 전통가구는 예술적인 측면에서는 세계시장에서 그 우수성이 입증되

고 있으나, 국가의 내수 및 수출품목으로 특화시켜 발전시키지 못해 국내시장에서조차 잠식당하고 있는 실정이다. 이러한 현상은 국제시장에서 우리나라의 가구산업의 경쟁력이 점차 약화되고 있음을 보여주고 있다. 앞으로 가구산업의 국제환경은 더욱 치열할 것이며 이에 대비한 우리나라 가구산업은 비교우위의 전략을 강화하기 위하여 문제점을 하나씩 검토해보고 해결방안에 대하여 여러 연구의 결과 및 현장에서 경험과 기타 가구제조업들의 애로사항 등을 종합하여 문제점을 해결하지 않는 한 국제시장에서 더욱 외면당할 것이다. 이를 위해서는 가구전문 디자인의 양성을 위한 국가적인 차원의 교육 투자가 선행되어야 한다.²⁴⁾

1.2 한국 가구디자인의 한계

과거 우리나라의 가구 설계, 디자인, 기술수준은 인력의 부족으로 신제품의 개발능력이 부족했고 투자에서도 디자인과 기술적인 부분에 치중하기보다는 양적생산의 확대 위주로 투자하여 단기적인 성과를 중심으로 경영함으로써 품질수준이 선진국에 비해 부족했다. 선진국들과 비교하여 볼 때 소비자의 기호가 실용화, 세분화, 다양화되고 심미적인 부분과 매체적인 기능성까지 원하고 있는데도 국내가구산업은 메이저급의 일부 기업을 제외하고는 전문 디자인 연구개발 부서와 인력들을 구성하거나 디자인전문회사에 별도로 의뢰하여 디자인하는 사례가 아직 많지 않은 편이다. 때문에 디자인의 독창성으로 국제시장에서 유명 외국 기업들과 경쟁을 하지 못하고 있는 것이 사실이다.

현재 가구시장은 이미 국내 지역에 한정된 시장경쟁이 아니다. 그럼에도 불구하고 한국의 가구산업은 철저하게 내수산업 중심으로 성장해 왔다. 제조과정에서도 과거에는 내수용 제품은 인체 공학적인 측면을 고려하지 않고 대량 생산 체제로만 유지하였고 생산시설도 이에 준하여 설비하였다. 때문에 한국인의 체형에 맞지 않는 외국 제품 모방 생산이 많았다. 한국인의 특징에 맞는 인체 공학적 디자인을 고려하지 않고 생산함으로써 악성재고가 누적되어 시행착오를 반복했던 업체들은 모두 어려움을 겪고 있다. 시장 개방 환경이 급변하고 있고 가격 경쟁력은 동남아시아와 중국에 기고 디자인은 유럽에 아직 많이 뒤쳐져있는 현실이기 때문에 신소재의 연구와 한국만의 디자인 개발을 하지 못하면 해외 가구업체들과 경쟁할 수 없다.

한국만이 가지고 있는 한국적 디자인의 연구개발은 이 시점에서 매우 중요하다. 하지만 앞에서 살펴보았듯 우리의 선조들이 사용해왔던 전통가구들의 양식은 현재 서구화되고 도시화된 시스템과는 많은 차이를 보인다. 예술적인 가치와 심미적인 아름다움은 세계에서 많은 찬사를 받고 있고 그 바탕이 되어준

24) 양영원 크레이디자인 대표, 본 연구 사전 인터뷰 내용 중, 2010

개념적인 정신문화와 훌륭한 가치관은 여전히 우리들에게 내재되어 오고 있다. 외형적, 구조적인 형태만을 응용하여 디자인하기에는 한국형 현대가구디자인은 한계점을 갖는다. 때문에 이러한 한국적 가치요소들을 더욱 깊게 분석하고 연구하여 현재의 생활에 맞게 재탄생 시켜야 한다.²⁵⁾

1.3 한국적 미감과의 연속성

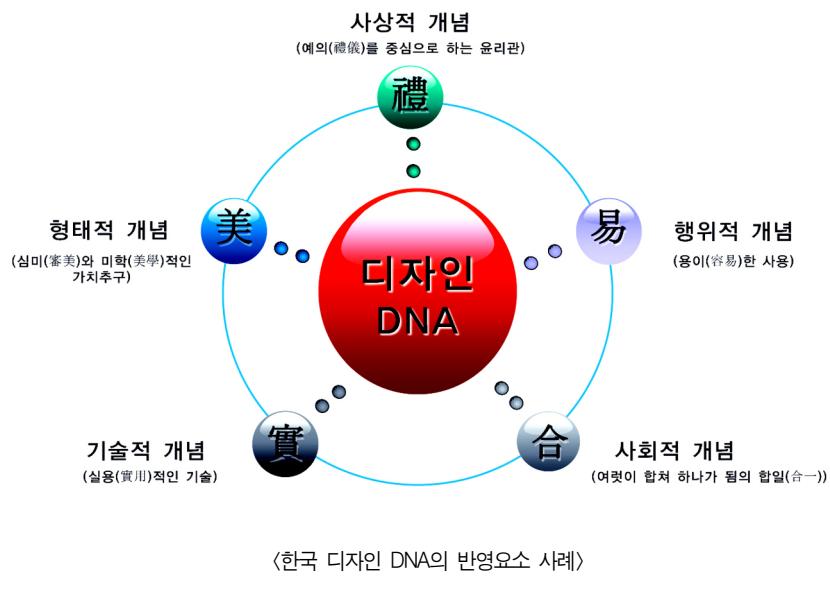
개방적이고 다원화되는 새로운 시대의 변화 속에서 한국적인 특색을 강조하여 독특한 이미지를 창출하려는 노력은 디자인 분야와 여러 예술 분야에서 오래 전부터 논의 되어 왔었고 현재를 살아가는 우리에게 생활 전반에 걸쳐 활용할 수 있는 고유한 디자인을 연구하고 개발해야 할 필요성으로 인해 한국적 디자인에 대한 연구는 반드시 이루어져야 할 부분이다.

한국적 정체성은 지형적으로 반도의 특징을 기후는 온난지대와 뚜렷한 사계절을 가지며 역사와 사상적으로는 중국의 영향을 크게 흡수하여 대륙의 응대함과 해양의 감성이 적절히 융합되어진 우리민의 문화와 미적 성질을 형성하여 왔다. 한국적인 DNA를 담은 디자인이라는 것은 우리민족의 건강한 정신성을 담은 표현으로 대중적 공감을 형성할 수 있으면서도 매우 독창적 표현에 의한 디자인을 의미할 것이다. 이러한 한국적인 디자인은 가장 민족적이면서도 가장 세계적이어야 하는 모순된 듯 보이는 당위성을 갖는다. 다시 말하면 대중화된 보편적 진리에 가장 가까우면서도 우리만의 독창성이 뚜렷한 요소를 갖추어야 한다는 것이다. 따라서 세계적으로 공감할 수 있는 한국적인 디자인은 결국 보편적으로 인간이면 누구나 받아들일 수 있는 디자인을 의미하며 모든 인간이 공감한다는 것은 결국 한국적 디자인의 세계화를 의미하는 것으로 한국의 독자적 문화성을 세계인이 받아들이고 상품성까지 인정한다는 것으로 말할 수 있다. 한국인의 생활 전반에 존재하고 있는 것들을 무조건적으로 디자인화 하자는 것이 아닌 우리만의 생활 문화와 가치관을 우리의 디자인에 표현함으로써 고유하고 독창적인 한국의 미를 느낄 수 있도록 하자는 것이며, 사용하는 이들로 하여금 우리가 가진 고유문화나 역사와 같이 우리의 정체성을 느낄 수 있도록 하는 디자인을 만들자는 것이다.

21세기에 들어선 이후 한국의 현대디자인은 과거 서구적 시선이 호기심의 동경 대상으로 관심을 가졌던 오리엔탈리즘의 한계를 뛰어 넘어 한국문화의 힘을 표현하고 민족문화의 정체성을 확립하려는 가능성으로 거듭나야 한다.

한국의 가구디자인분야는 앞으로 많은 요소들이 분석되고 연구개발 되어야

25) 양영원 크레이디자인 대표, 본 연구 사전 인터뷰 내용 중, 2010



하겠지만, 앞에서도 밀했듯 근본적으로 가구를 디자인한다는 것은 생활문화를 디자인하는 것과 다르지 않다. 한국인으로서의 생활양식이 서구화 되었더라도 현재 우리의 생활양식이 서양의 것과 완전히 동일하지 않으며 과거 중국과 일본의 사이에서 외래문물을 도입하여 우리의 정서와 양식에 맞게 바꾸어 개발하는 선조들의 지혜는 이미 여러 가지 전통 유산에서 증명되어지고 있듯이 현재의 우리 역시 많은 분야에서 그러한 지혜를 발휘하여 우리만의 디자인을 세계 전역에 전파하여 우수성을 증명하고 있다. 가구 분야 역시 빠르게 변화하고 있는 디자인 환경에서 전통문화의 현대화를 주도하는 디자인이라는 관점에서 더 나아가 현대적 가치와 전통적 가치, 서구적 가치와 동양적 가치가 조화를 이룬 디자인을 만들어 내야 할 것이다.



제 5부

디자인 사례 소개

1. 유로테크(EUROTECH) 시리즈



- ▶ 제작년도 : 1986년
- ▶ 제작사 : 퍼시스
- ▶ 제품의 특징 : 한국 최초의 시스템 목재가구로서, 1986년 출시 당시 PC가 업무의 보조적인 수단으로 등장하였던 배경을 반영하여 보조책상이나 사이드 테이블에서 컴퓨터 사용이 가능하도록 구성한 현대적 사무가구이다. 서구의 모던한 유러피안 스타일을 따라 디자인되어 당시 철제 책상 일색이었던 국내 오피스의 분위기와는 다른 밝은 컬러를 사용하였으며 국내 최초로 포스트포밍(U-Forming)공법을 사용하여 안전하게 디자인되었다. 또한 시스템 모듈화를 도입하여 책상 의자 캐비닛이 한 세트로 구성되던 기존 사무가구와는 차별화 되는 디자인이다. 사이드 테이블, 서랍, 45도/90도 연결 책상, 데스크 라이저 등 여러 부분으로 구성하였으며, 테이블 수납장 파티션의 크기나 모양도 다양하여 조직 구성 방법에 맞게 조합이 가능하도록 디자인되었다. 유로테크는 한국 오피스를 기능적으로 고급화된 풍경으로 바꾸어놓은 대표 제품으로써 의의를 갖는다.

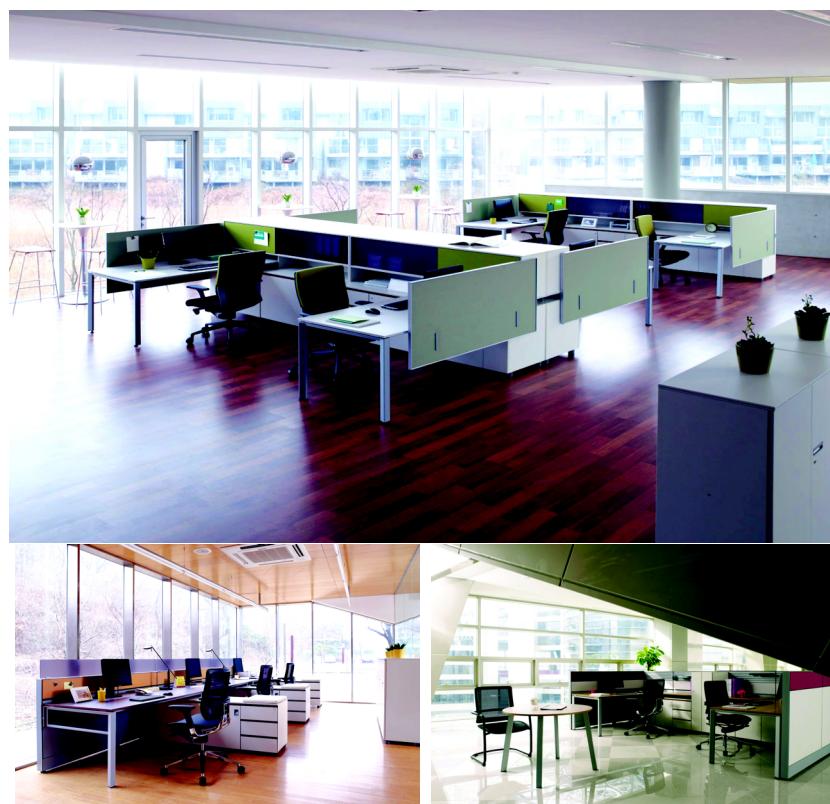
2. 퍼즐플러스(Puzzle Plus) 시리즈



▶ 제작년도 : 2003년
▶ 제작사 : 퍼시스
▶ 제품의 특징 : 1인 1PC 시대를 맞이하여 컴퓨터, 서류 업무 모두를 총족 시키는 확장된 작업면과 사용자의 자유로운 움직임을 고려한 인간공학적 설계를 염두해 디자인 된 국내최초 L형 타입 시스템 가구이다. 퍼즐처럼 다양한 유닛을 이리저리 조합하여 여러가지 레이아웃을 구성할 수 있는 것이 특징이며 다양한 데스크와 연결 유닛은 컴팩트한 모듈 내에 작업면의 확장, 수납 확충 등의 여러 기능을 수용할 수 있게 한다. 책상 다리와 상판 뒷면의 수직수평배선 덕트 계획으로 안전한 배선이 가능하며 톨유닛은 수납장+옷장의 역할을 하면서 동시에 동료들간의 스탠드미팅 공간으로도 활용 가능하도록 실용적으로 디자인되었다.

세련된 분위기 연출을 위해 고급 ABS소재에 서랍앞판에 결무늬를 적용하였으며 곡선형 디자인에 엑체스프레이 도장과 부드럽고 강한 PUR-Form엣지로 안전하게 마감해 사용자 친화적인 제품을 완성하였다. 한국의 오피스에서 볼 수 있는 가장 보편적인 형태의 시스템으로 많은 사랑을 받으며 오피스 가구를 대표하는 이미지로 자리하였다.

3. 에프엑스원(FX-1) 시리즈



- ▶ 제작년도 : 2009년
- ▶ 제작사 : 퍼시스
- ▶ 제품의 특징 : 베이직한 디자인에 다양한 스토리지의 유동적인 조합과 폭넓은 컬러를 가진 패널로 사용자의 개성과 필요에 맞는 여러 타입의 구성이 가능하도록 만들어진 워크스테이션. 기존의 폐쇄된 오피스시스템과는 달리 커뮤니케이션과 협업 지원이 용이하도록 설계되었으며 침체된 경제상황 및 실용성을 고려해 최대한 심플하면서 동시에 각 아이템의 멀티유즈가 가능하도록 하였다. 광범위한 조합으로 개방성의 레벨이 다양한 세트구성이 가능해 업무특성에 따라 실용적으로 구성하도록 디자인되었다. 또한 국내 최초로 전품목을 E0재료 만을 사용한 것 역시 특징이다. 밝은 컬러와 직선을 강조한 슬림하고 미니멀한 디자인 및 한 시스템 내 다양한 구성으로 현대사회에서 요구되는 다양성과 사용자의 개성, 심미성을 모두 충족시키면서 현대적인 감각을 대표하는 시스템 가구이다.