

디자인전문회사 분석자료집

연구책임자: 유영선 대리(KIDP)

작성자: 이소영 연구원(KIDP)

디자인전문회사
분석자료집

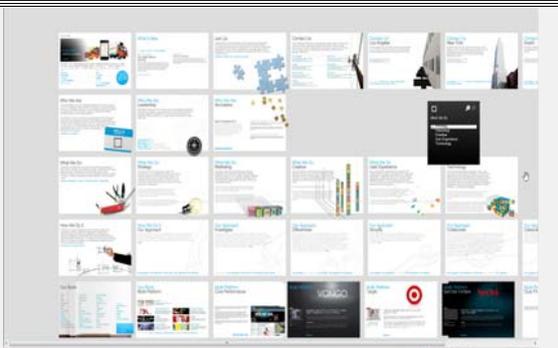
목차

SCHEMATIC
FUSEPROJECT
OMA*AMO
THEALLOY
FROG
FITCH
ZIBA DESIGN
DROOG
CONTINUUM
SEYMOURPOWELL
IDEO
TANGERINE

[해외 디자인 전문회사 사례분석]

1. SCHEMATIC

1) 개요

<ul style="list-style-type: none"> · 설립년도: 1999년 · 업종: 인터넷 · 회사형태: 상장 (2007년 글로벌 마케팅 커뮤니케이션 그룹 WPP에 인수합병) · 본사 소재지: 미국 로스앤젤레스오피스 · 분포현황: 3개국 8개 도시 (뉴욕, 아틀랜타, 오스틴, 로스앤젤레스, 런던, 미네아폴리스, 샌프란시스코, 산호세, 코스타리카) · 웹사이트: www.schematic.com 	
--	---

· 인원	· 인력구성	· 출신학교 현황
종사자수: 400명	아트 디렉터 7%	New York Univ. 5%
평균연령: 31세	UX 디자이너 7%	The Univ. of Texas at Austin 5%
성비 남성 : 68% 여성 : 32%	프로젝트 매니저 7%	Univ. of California, Los Angeles 4%
	시니어 프로젝트 매니저 5%	Universidad de Costa Rica 4%
	크리에이티브 디렉터 4%	

- 연수입 : 2천 9백 6십만 달러 (2006년 기준)
- 전문분야 : 인터랙티브 마케팅(UX), 광고(카피), 디자인, 테크놀러지, 품질관리, 생산, 실적측정

세계 각국의 거대기업들에 강력한 멀티 플랫폼 기반의 인터랙티브 익스피리언스 솔루션 제공하고 있는 SCHEMATIC은 사용자에게 초점을 맞춘 인터랙티브 마케팅과 혁신전략으로 클라이언트가 브랜드를 탄탄하게 구축하고 디지털 채널을 통해 소비자들의 감성을 만족시킬 수 있도록 하고 있다.

SCHEMATIC는 Advertising Age와 AdWeek이 선정한 업계의 가장 혁신적인 회사 중 하나로 웹, 인터랙티브 텔레비전, 모바일, 디지털환경 등의 분야에서 다수 수상 경력이 있으며 새롭게 떠오르는 플랫폼을 발견해내고 활용하는 데 있어서 세계적인 리더로 인정받고 있는 추세이다.

유수의 미디어, 엔터테인먼트 업체 및 리테일러들과 일해온 경험을 바탕으로, 전략적이고 창의적인 마케팅과 테크놀로지의 풀 서비스를 제공하고 있다. 테크놀로지의 창의적인 사용은 고객경험을 질적으로 향상시켜 눈에 보이는 사업성과를 창출하기 때문에 SCHEMATIC는 가장 창의적인 회사가 되기 위해서는 가장 먼저 테크놀로지에 대한 이해가 깊은 회사가 되어야 한다는 믿음 하에 디자인 솔루션 개발진행을 새로운 미디어 환경을 수용함으로써 기존 디자인 에이전시 모델과 차별화를 두고 있다.

· LEADERSHIP

Schematic의 고위간부들은 디지털 업계에서 가장 영향력 있고 잘 알려진 인물들로 구성되어 있으며 다양한 전문분야에서의 활동경력 보유하고 있다.

Trevor Kaufman (Chief Executive Officer)

Nicholas Worth (President)

Dale Herigstad (Chief Creative Officer)

Diane Holland (Chief Financial Officer)

Andrew Solmssen (Executive Vice President)

2) 비즈니스 현황

SCHEMATIC는 서비스, 전략, 마케팅, 테크놀러지, UX, 크리에이티브, 광고카피, 품질관리, 생산, 실적측정 등을 기반으로 혁신적인 플랫폼(웹, 텔레비전, 모바일, 터치, 온라인 광고, 멀티 플랫폼)을 발견하며 제공하는 서비스를 창출하고 있다.

① 전략

SCHEMATIC는 테크놀로지, 디자인, 마케팅 부서와 협력해 클라이언트의 사업운영 목적, 프로젝트 달성목표, 법적 문제, 소비자 요구사항 등을 다양한 각도에서 분석한다. 통합적인 접근방식으로 경쟁력 있으면서도 기발한 고객경험 솔루션을 구상, 개발, 도입하고 있으며 고객경험에 초점을 맞춘 비즈니스 모델 개발, 시장조사, 사용자 테스트 및 결과분석, 경쟁력 조사 분석, 프로세스 관리에 걸친 폭넓은 서비스를 펼치고 있다.

② 마케팅

테크놀로지, 프로덕션 분야에서 Schematic의 우수한 경쟁력은 마케팅 환경의 다양한 위험요인들을 기존 업체들과는 다른 방식으로 해석해야 한다.

Schematic은 마케팅 메시지를 조작해 고객들에게 퍼뜨리는 데 초점을 맞추는 것이 아니라, 브랜드의 특성이 가미된 경험을 접한 고객이 이에 친밀감을 느끼고 자발적으로 상호작용 하도록 하는 방식을 선호하고 있다.

총체적이고 포괄적인 Schematic전략은 고객이 브랜드 인지하기 시작하는 시점부터 충성도를 갖게 될 때까지의 소비자 라이프사이클 전체를 들여다볼 수 있도록 하고 있으며 포커스그룹, 테스트마켓, 언론으로부터 받은 피드백과 서버 트래픽, 가입, 다운로드, 샘플링, 구매와 관련된 수치를 바탕으로 경쟁상대 설정하고 있다.

③ 크리에이티브

Schematic는 개별적인 맞춤형 솔루션, 접근방식을 개발하고 클라이언트의 니즈에 부응하기 위해 새로운 프로세스를 만들어내기도 하지만 클라이언트는 Schematic을 독립된 브랜드로 인식하기 이전에 타 업체들의 작품에 비해 유동적이고, 재미있으며, 단순하고, 우아한 Schematic의 프로젝트 이미지로 인식한다.

④ UX

Schematic의 모든 원칙과 규범은 분야에 관계없이 '컨셉 구상, 디자인 및 탁월한 사용자경험 개발'에 초점을 맞춰져 있다. Schematic의 디자인은 단순하고, 사용하기 편리하며, 안정적이고, 일관성 있는 어플리케이션을 만들어내는 것이 궁극적인 목표가 된다. 철저한 사전기획과 기발하며 창의적인 UX 접근방식으로 획기적인 사용자경험 창출하며 검증된 전문성, 통찰력, 비전, 도전정신-혁신에 대한 열정과 실험정신이 급변하는 테크놀로지에 빠르게 대처할 수 있도록 디자인 된다.

Schematic의 주력분야는 인터랙션 디자인, 인포메이션 아키텍처, 사용자 평가, 대중 분석, 편의성 제고하는 것으로 모든 어플리케이션이 특정고객을 정확하게 겨냥하고 있다.

⑤ 테크놀로지

Schematic는 탁월한 소프트웨어가 성공적인 비즈니스를 만든다는 신념으로 웹, 텔레비전, 와이어리스를 비롯한 다양한 플랫폼을 위한 어플리케이션을 제작 개발하여 비즈니스의 효율성을 높이고 의사결정 과정을 용이하게 하며 고객경험을 강화하고 있다.

전략, 시스템설계, 인터페이스를 주력으로 모든 솔루션과 관련된 결정사항은 시기 적절함, 효율성, 영향력, 편의성, 가격경쟁력, 호환성, 수명, 확장가능성을 최우선 요소로 고려한다.



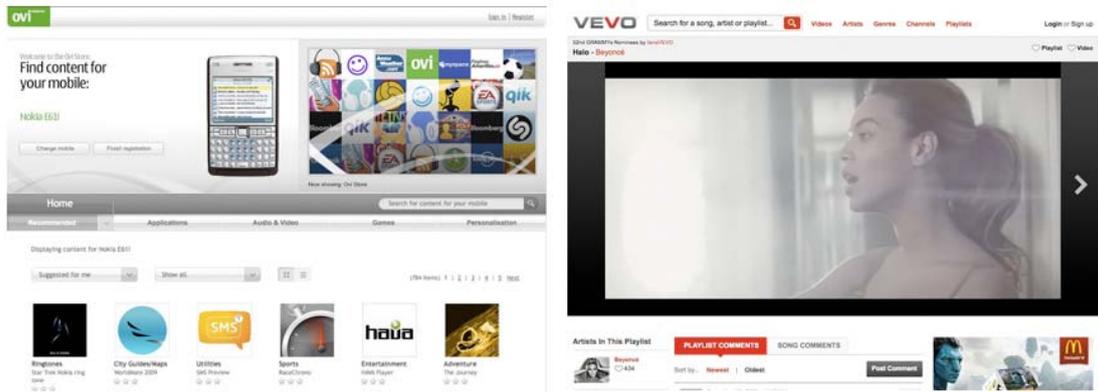
3) 디자인 프로세스

· 포괄적 프로세스

Investigate (문제점을 발견하고 인식하는 단계)	클라이언트에 대한 철저한 조사 분석 클라이언트의 언어와 조직 시스템의 구조를 이해하고, 강점과 시장상황을 조사하고 내부요인과 역사를 짚어봄
Differentiate (차별화)	전통적인 방식이나 보편적인 틀에서 벗어날 줄 아는 클라이언트를 위한 경쟁력 있는 솔루션 개발에 주력
Simplify (단순화)	프로젝트 기획, 전략, 전달하고자 하는 메시지, 예상되는 결과가 단순명쾌 할수록 성공의 가능성도 커진다는 믿음
Collaborate (협력)	클라이언트 업체 내의 부서들과 시너지 효과를 창출
Celebrate (상생)	서로의 노력을 인정하고 가치를 부여

4) 클라이언트

Disney, NBC Universal, Target, Nokia, Coca-Cola, Comcast, CondeNast, Time Warner, Panasonic, SanDisk, Turner, Microsoft, Intel, Discovery, Electronic Arts, Sony, Accenture, Yahoo!, CNN, Motorola, Fox, AOL, MTV, BMW, Volkswagen, Pfizer, NFL



5) AWARDS

- OMMA Web Excellence Award 2009 - 탁월한 비주얼, 콘텐츠, 유저 인터페이스를 통해 사용자에게 지속적으로 유용한 가치를 제공한 웹개발자에게 주어지는 상
- Best of Bullseye 2009 - Target의 마케팅팀이 우수한 협력업체에 수여하는 영예로운 상으로, 선별된 몇몇의 크리에이티브 에이전시, 프로덕션 파트너와 개인에게 주어짐
- Microsoft Worldwide Partner Conference Awards - MS를 기반으로 한 경쟁력 있는 솔루션을 개발, 활용한 업체에게 주어지는 상
- Webby Awards 2009 - 550여 명의 세계적인 웹 전문가, 온라인 비즈니스 명사, 창의적인 사상가들이 소속되어 있는 Academy of Digital Arts and Sciences이 인터넷에서 우수한 사업 활동을 선보인 업체에게 수여하는 상

2. Fuseproject

1) 개요

<ul style="list-style-type: none"> · 국가 : 미국 · 설립년도 : 1999년 · 대표: Yves Behar(입스 베허) · 홈페이지 : http://www.fuseproject.com · 전화번호 샌프란시스코 : 415.908.1492 528 Folsom Street, San Francisco, CA 94105 뉴욕 : 415.908.1492 415 Broadway, 3rd floor, New York City, NY 10013 · 지사현황 : 2개, 샌프란시스코, 뉴욕 	
---	--

· 인원	· 직급별 인력분포 현황	· 출신학교 현황
종사자수: 50명	industrial designer 21%	California coll of the aris 17%
평균연령: 29세		
성비 남성 : 89% 여성 : 11%		

서사와 유동성의 융합이라고 말할 수 있는 퓨즈프로젝트의 디자인은 테크놀로지와 시, 상업과 문화가 현실세계와 조화를 이룰 수 있는 잠재력을 품은 디자인이다. 1999년 설립된 퓨즈프로젝트는 1967년 스위스 로잔에서 터키인 아버지와 독일인 어머니 사이에서 태어난 Yves Behar(입스 베허)에 의해 설립되었다. Yves Behar(입스 베허)는 유럽과 미국에서 산업디자인을 공부했으며 캘리포니아 패서디나 디자인 아트센터 칼리지에서 산업디자인 B.S. 학위를 받았다. 이후 실리콘 벨리에 위치한 프로그 디자인(Frog Design)사에서 애플, 휴렛팩커드, 실리콘 그래픽스 등의 고객을 상대로 제품 아이덴티티를 개발하는 업무를 맡았다. 1992년부터는 디자인 회사 루나(Lunar)에서 3년간 근무했고, 1999년 마침내 자신의 스튜디오 '퓨즈 프로젝트(Fuseproject)'를 설립하였다. 이브 베하의 클라이언트로는 버켄스탁, 허먼밀러, 스와로프스키, 미니, 나이키, 도시바, 후세인 살라얀, 휴렛팩커드 등을 꼽을 수 있다. 그 밖에도 네그로폰테 교수의 100달러 노트북 프로젝트 OLPC의 디자인과 같은 사회참여적 디자인에도 기꺼이 자신의 재능을 할애했다.

Fuseproject는 스케일, 기능성, 테크놀로지, 제조 과정 등 서로 다른 프로젝트들에 디자인을 접근시키며 손대는 그 모든 것들에 특정한 스타일이나 시각적 서명을 남긴다는 의미가 아닌 콘텐츠와 아이디어를 수립하고, 내부에 있는 것을 바깥으로 꺼내어 디자인하고 아름다운가? 그렇지 않은가에 관한 특정한 아이디어가 아닌, 보다 개성적이고 고객에게 최적화된 제품을 디자인 한다는 것에 철학을 두고 있다.

기술적 측면이 제품의 외관에 드러나지 않도록 하는데 중점을 두고 있다. Yves Behar(입스 베허)는 디자인이 삶에 이야기를 붙여넣는다고 말할 만큼 디자인을 통해 인간의 삶을 차별화에 관심을 두고 있다. 미국을 기반으로 한 대부분의 디자인 예이전시들은 테크놀로지와 의료용 제품에만 관심을 쏟고 있었고 이 두 영역은 소비자와 감성적으로 맺게 되는 관계라던가, 사람들이 사랑하는 브랜드를 구축하는 일과는 무관했기 때문에 Yves Behar(입스 베허)는 디자인과 기술을 아주 흥미로운 소비자 브랜드에 적용시켜 보았다. 그리하여 퓨즈프로젝트는 테크놀로지가 침체하던 시점에서조차 성장을 보이게 된 것이다.¹⁾

Yves Behar(입스 베허)의 디자인은 2004년 시카고 아테나움 굿디자인 어워드, 2003년 IDEA/비즈니스 워크 주최 골드 엑셀런스 어워드 등에서 수상하면서 그 명성을 확고히 하게 되었다. LED를 비롯한 최신 기술과 소재를 혁신적으로 활용하면서 인간중심, 자연 친화적이며 실용적인 디자인을 추구하는 것으로도 유명하다.

· LEADERSHIP

- 대표 : Yves Behar(입스 베허) / fuseproject 설립자

Yves Behar(입스 베허)는 샌프란시스코 디자인 스튜디오인 퓨즈프로젝트의 설립자이다. 그는 인간의 감정과 연결되어 자기표현을 가능케 하는, 계속되는 미래의 필요에 세심하게 맞춘 창작 프로젝트라는 목표를 가지고, 인간중심 디자인과 그의 직업의 “주는” 요소에 초점을 맞춘다. 그의 작업은 London Design Museum이 선정한 'Designer of the year 2008', Time지가 선정한 '2007년을 빛낸 선각자 25명' 중 한 명으로 선정된 바 있으며, 2004년 이후 세계 3대 디자인상 중 하나인 레드닷(Red Dot)

1) designboom.com all rights reserved (translated from designboom.com)

디자인 어워드를 10회 수상하고 미국의 IDEA 디자인 어워드를 19회나 수상하는 등 화려한 디자인 수상 경력이 있다.

이러한 수상경력과 함께 그의 작업은 전 세계의 국제 박물관의 영구적 컬렉션으로 자리잡았다. 퓨즈프로젝트에 대한 책임에 더하여, 그는 샌프란시스코에 있는 캘리포니아 예술대학(CCA) 산업디자인 프로그램의 학과장으로 활동하고 있으며 알리프 조 본과 다른 고객 회사의 창조적인 비즈니스 파트너로 일하고 있다.

Josh Morenstein, design director

Mitch Pergola, Owner

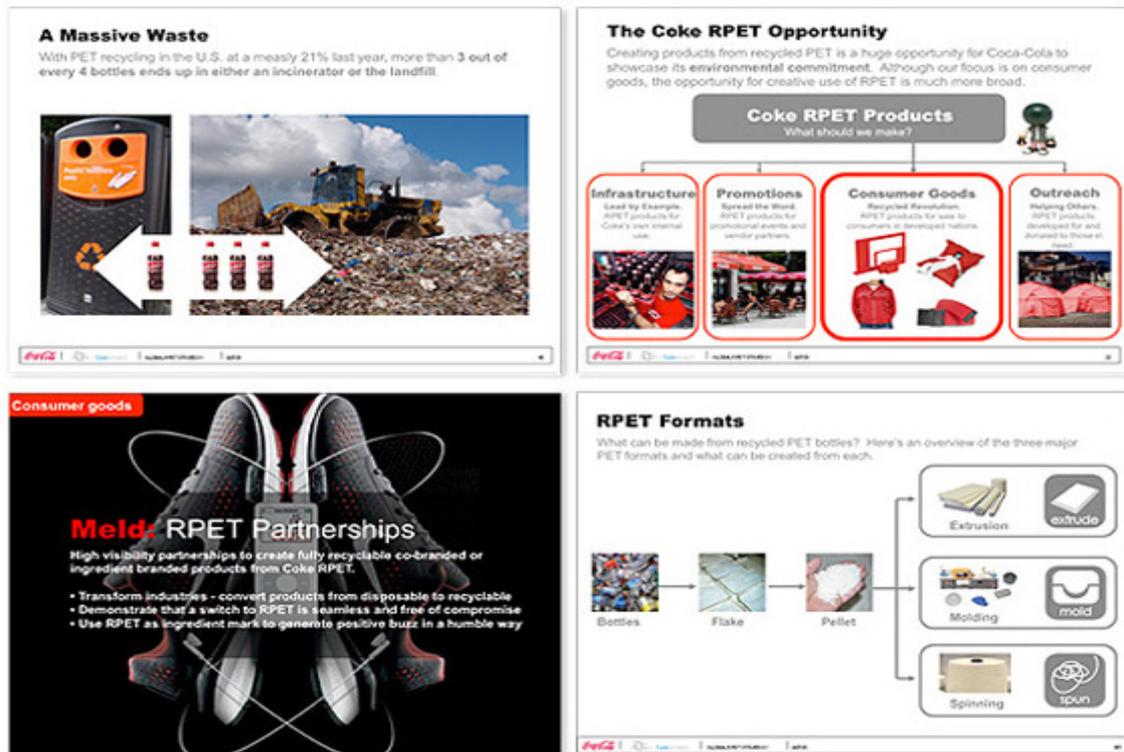
Sam Amis, Design Intern

Angie Tadeo, Strategy lead

Logan Ray, Senior Strategist

2) 비즈니스 현황

① 전략



퓨즈프로젝트에서, 어떠한 프로그램에서든지 "왜?" 라는 질문은 첫 번째이며 가장 중요한 단계이다. 전략은 현재 시장의 니즈와 트렌드를 탐색하고 미래의 기술적, 사

회적인 니즈와 트렌드의 시나리오를 창조한다. 우리의 전략은 계정에 대한 모든 작업을 알리는 관점을 개발하는데 초점을 맞추며 모든 노력은 전략적 요소들을 수반한다. 높은 수준의 브랜드 전략에서부터 소비자 자료수집까지, 상품시장 분석에서부터 기술 평가까지, 디자인 전략에서부터 커뮤니케이션 계획까지 퓨즈프로젝트의 전략적 노력은 총괄적이고 행동 지향적이다.

② 서비스 분야

비즈니스 위크 선정 미국 3대 디자인회사로 꼽힐 만큼 디자인 경쟁력을 인정받고 있는 동시에 글로벌 프리미엄 스타일의 디자인을 주도하고 있다는 평을 받고 있다. industrial design, packaging, graphics, naming, UI, environmental design 로, 다양한 분야에 걸친 디자인 서비스를 펼치고있다.

③ 서비스 유형

무형의 프로젝트 비중 (브랜드이미지, 전략마케팅, 트렌드리서치, 소비자리서치 및 관련 컨설팅)

④ 접근법

퓨즈프로젝트는 브랜드의 이미지를 개발시키기 위해서 장기적이고 전략적으로 접근하였는데 프로젝트 익스피리언스를 통해 커뮤니케이션 될 수 있는 컨셉처한 네러티브와 메시지를 개발함으로써 브랜드 구축을 통한 혁신을 창조하였다.

“프로덕디자인 + 브랜딩” 프로그램에 대한 더 넓은 사고를 제공하는 접근을 통해 클라이언트는 큰 이점을 누릴 수 있음을 내세워 industrial design, packaging, graphics, naming, UI and environmental design 각 분야의 효과적인 전략들을 활용하면서 변화를 촉진시키고, 브랜드의 진화를 유도하였다.

Brand + Product	Market Disruption/ Market Building	Decidedly Non-specialized
<p>퓨즈프로젝트는 브랜드와 제품은 뗄 수 없는 긴밀한 관계를 가지고 있다고 생각함. 브랜드 스토리는 그것의 물질적인 표현물(제품)과 절대 분리되어 고려될 부분이 아니라 거대한 하나의 전체적인 것으로 다루어야 하는 것.</p>	<p>퓨즈프로젝트의 포커스는 새롭고 강렬하며 설득력있는 브랜드 &비즈니스 스토리를 창조해내는 것.</p>	<p>마켓섹터에서 퓨즈프로젝트는 전문섹터를 가지고 있지 않음. 한 분야의 산업에 치중한 프로젝트를 하는 것 보다 다양한 클라이언트와 프로젝트의 경험이 더 센서티브하고 유연하며 플렉서블함을 유지하게 하기 때문.</p>

3) 클라이언트

- 포춘지 선정 100대기업, 신생기업, 비영리기관, 정부, 뮤지엄, 갤러리, 대학교 등
- 기업, 공공기관, 비영리기관, 박물관, 갤러리 등
- Affymetrix, American Express, AMF, Amplifon, Andersen, Allsteel, APC, Aspect Medical, Astrazeneca, California Pizza Kitchen, Cambridge SoundWorks, Campingaz, Cesscom, Cervelo, Coca-Cola, Coleman, Corob, Davol, Dell, Dunkin Donuts, Denver Instrument, E Ink, Electrolux, Fantom, Felix Doolittle, FluidSense, Gillette, Gymboree, Haemonetics, Hamilton Medical, Harvard Clinical, Herman Miller, HP, Holiday Inn Express, Hughes, Hunter Industries Ideal Standard, Intercube, LG, IPC, J&J DePuy, Johnson Controls, KFC International, Koflach, La Germania, LeCroy, LG Telecom, LL Bean, Logitech, Luxtec, MasterLock, MicroOptical, MIT Media Lab, Mobicom, Moen, National Parks, NIH, Numark, Oster, Philips, Pfizer, Polaroid, Procter & Gamble, Red Hat, Reebok, Rollerblade, Samsung, Saunier Duval, Sprint PCS, Thermador, Unisantis, US Genomics

ONE LAPTOP PER CHILD XO LAPTOP HBF C COLLECTION



HERMAN MILLER ARDEA LAMP



4) 수상경력 및 최근/대표작업

- Yves Behar(입스 베허)의 퓨즈프로젝트(Fuseproject)가 5개 메달 수상으로 2위
- 퓨즈프로젝트의 'OLPC'를 비롯해, 패키징&디자인 부문 금상 수상작인 '민주주의를 위한 디자인: 투표+선거 디자인'의 경우처럼 사회적 책임에 깊은 관심을 보인 디자인들이 다수 수상했다.

〈표〉 Fuseproject의 'Y Water bottle'



누구나 알고 있듯, 생수병이란 일단 내용물들이 비워지고 나면 5분 만에 쓰레기가 되어버린다. 그러나 Yves Behar(입스 베허)의 퓨즈프로젝트(Fuseproject)는 용기로서의 생을 다한 후에도 조금 더 오래 살아남을 수 있는 생수병을 디자인했다. 'Y워터'의 디자인에 있어 핵심은 두 가지이다. 퓨즈프로젝트는 생수병에 두 개의 삶을 선사했다. 'Y워터'는 기본적으로 일반적인 생수병으로서의 기능과 더불어, 사용 이후에는 장난감으로도 활용할 수 있는 디자인을 보여준다. 이 견고한 9온스들이 용기는 Y자 모양의 고무 이음매를 이용해 다른 병들과 연결할 수 있는데, 이러한 방식으로 우주선이나 동물, 로봇 등 아이가 상상하는 무엇이라도 만들어낼 수 있다. 고무 이음매는 미생물 분해 소재로 제작되어, 환경에 대한 걱정도 덜었다.

"Y 워터가 어린이의 창의력을 증진시켜주며 또한 아이들에게 그저 간단한 분리 배출하는 이상의 '재활용'에 관해 생각해 볼 수 있는 기회가 되길 바란다. 어린이 제품 분야에서 독특하고 새로운 행동을 창조하고, 제품의 사후 생산성까지도 장려하는 새로운 패러다임을 만들어내고 싶다." Yves Behar(입스 베허)의 설명이다.

물론 어린이들은 계속해서 자랄 터이고, 장난감은 결국 쓰레기가 될 것이다. 하지만 걱정마시길, 'Y 워터'는 100% 재활용이 가능하다.www.ywater.us에 접속하면 생수병의 재활용을 위한 무료수거를 신청할 수 있다. 2)

2) www.fuseproject.com

3. OMA*AMO

1) 개요

<ul style="list-style-type: none"> · 설립년도: 1975년 · 업종: 아키텍처 & 플래닝 · 회사형태: 비상장 · 웹사이트: http://www.oma.nl · 본사 소재지: 네덜란드 로테르담오피스 분포현황: 로테르담(유럽), 뉴욕(북미), 베이징(아시아) *증가하는 아시아 수요를 충족시키기 위해 홍콩지사 설립예정 	
---	--

- 종사자수: 35개 국적 220여명
- 서비스: 현대건축, 도시계획, 문화 분석

· 인원	· 직급별 인력분포 현황	· 출신학교 현황
종사자수: 220명	건축가 42%	Technische Univ. Delft 9%
평균연령: 31세		
성비 남성 : 67% 여성 : 33%	매니저 6%	

뉴욕의 수직적인 건물 숲에서 수평적이며 기하학적 단순함을 보여주고 있는 OMA*AMO는 건축의 영역을 벗어나 다른 모든 예술분야에 걸쳐 창조적인 건축디자인을 실현하고 있다. OMA*AMO는 전 세계적 네트워크와 협력하여 창조적인 조형물을 선보이며 OMA*AMO는 구조혁명을 피하기 위해 경영과 디자인을 분리하였다. OMA는 이론과 실제의 측면에서 건축과 현대 문명 사이의 새로운 관계 정립을 모색하기 위한 곳이며, AMO는 그에 반해 학술적 연구에 집중하고 있는 곳이라고 할 수 있다. 종종 AMO와 같은 클라이언트를 상대하나 AMO가 빌딩의 구상, 기획, 건축에 주력하는 반면 OMA는 전시, 캠페인, 이벤트, 출판 등 비건축 프로젝트를 기획 진행한다.

AMO의 기원은 Universal HQ 프로젝트에서 비롯되었다. 지난 1995년, 렘쿨하스의 OMA는 심혈을 기울여, 여러 차례에 걸쳐 브리핑을 하였고, 심지어 1/100모델, 1/50 모델에 이르기까지 공을 들였지만, Seagram co.의 주가하락으로 결국 취소되는 상황

이 되었다. 그에게 있어, 건축은 Political한 면이 가장 주요한 요소로 자극되었고, 새로운 전략그룹 AMO를 결성하게 되었다. 1998년 설립된 AMO는 OMA의 자회사로 디자인과 리서치를 전문으로 하는 씽크탱크이다. AMO에는 하버드 출신과 데프트 공대출신, AA 스쿨등 세계 유명건축학교 출신 뿐 아니라, 세계 우수 대학의 MBA 출신들이 포진하고 있다. 그들은 자본과 건축의 역학관계를 연구하고 있으며, 이미 브랜드가 포진하고 있는 유럽이 아닌, 미국과 아시아, 아프리카에 신 시장을 공략하고 있다.³⁾

공적공간과 사적공간, 공간과의 연결구조, 외부와의 차단요소인 벽의 설치구성단계에 이르기까지의 과정을 그의 건축설계사무소인 OMA(Office for Metropolitan Architecture)와 90년대 후반 설립한 AMO연구소(아이디어 산실)에 이르는 다양한 이론과 시도를 보여주고 있다.

OMA*AMO는 베를린 네덜란드 대사관, 포르투갈 포르토의 '카사 다 무지카', 베이징 'CCTV사옥', 한국의 삼성리움미술관, 서울대미술관 등을 설계한 렘콜하스는 특히 우리나라 경희궁에서 2009년 4월 23일부터 6개월간 '프라다 트랜스포머 프로젝트'를 맡기도 했으며 인천신도시 공모전에 당선되어 우리나라에서도 도전적인 활동을 하고 있다.

· LEADERSHIP

- 건축, 디자인, 법률, 경영 등 다양한 배경의 대표 6명(Rem Koolhaas, Ole Scheeren, Ellen van Loon, Reinier de Graaf, Shohei Shigematsu and Managing Partner, Victor van der Chijs)을 포함
- 건축가, 조사 분석가, 디자이너, 모델메이커, 산업 및 그래픽 디자이너가 긴밀한 공조 하에 작업을 진행하며 전문 컨설턴트가 디자인 프로세스 초반부터 개입

2) 비즈니스 현황

OMA*AMO는 미디어, 정치, 사회학, 테크놀러지, 패션, 전시기획, 출판, 그래픽 디자인 등을 클라이언트가 원하는 건축적 성향, 방향에 접목시켜 더욱 지적이고 시너제틱한 결과물을 얻을 수 있도록 새로운 영역에 대한 호기심을 멈추지 않고 있다.

건축에 대한 컨셉추얼한 접근과 사회, 경제, 과학기술의 발전에 주목하며 건축과 현대 사회의 이슈들을 넘어선 영역들을 총체적이고 실험적으로 다루고 있다.

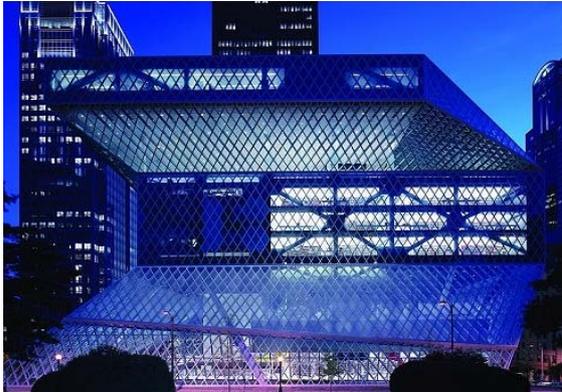
3) 출처:<http://www.archinude.com>



▲ 독일, 베를린 「네덜란드 대사관」 2003



▲ 중국, 베이징 「CCTV」 2002



▲ 미국, 시애틀 「시애틀 도서관」 2004



▲ 포르투갈, 포르토 「CASA DA MUSICA」 2005

① 프로젝트현황

전체 (257) 문화 (33) 교육 (19) 전시 (28) 호텔 (11) 인프라 (30) 도서관 (6) 마스터 플랜 (49) 복합구조물 (30) 뮤지엄 (28) 사무실 (40) 재개발 (19) 조사분석 (27) 주거 공간 (46) 상업공간 (18) 스포츠 콤플렉스 (3) 초고층빌딩 (21)

주요 컨테스트에 창의적이고 획기적인 작업들을 출품, 입상하면서 이름을 날리기 시작하였다. 이름이 알려지기 시작하던 초창기, OMA는 개인 주거공간부터 대형 도시계획에 이르는 다양한 스케일의 야심 찬 프로젝트를 진행했다.

Parc de la Villette, Paris, France (1982)

ZKM, Karlsruhe, Germany (1989)

Tres Grande Bibliotheque and Two Libraries for Jussieu University, Paris, France (1993)

Villa dall'Ava, Paris, France (1991)

Nexus Housing, Fukuoka, Japan (1991)

Kunsthal, Rotterdam (1992)

Euralille, France (1994)

Maison a Bordeaux (1998)

3) 최근/대표작업 및 클라이언트

OMA*AMO는 국가, 규모, 장르를 초월한 프로젝트 진행하고 있다. 뉴욕/로스앤젤레스 프라다 매장프로젝트에서 AMO의 클라이언트 아이덴티티, 테크놀로지, 새로운 콘텐츠 생산 가능성 등에 대한 면밀한 조사 분석이 OMA의 건축 디자인을 있게 했다. AMO는 프라다 스토어 인포메이션 테크놀로지 구축하였고 웹사이트와 미디어 콘텐츠 제작, AD 캠페인, 비즈니스 컨설팅 진행하였다. OMA는 뉴욕, 샌프란시스코, 로스앤젤레스 등에 위치한 5개 주요 매장 디자인을 맡았다.

이외에도 영화사(Universal Studios), 공항(Amsterdam's Schiphol airport), 주류회사(Heineken), 가구회사(Ikea), 출판업체(Conde Nast), 교육기관(Harvard University), 공공기관(European Union) 등과 프로젝트를 진행했으며 베니스 비엔날레, 비트라 뮤지엄 전시 및 Wired와 Domus 매거진의 특별호를 제작하기도 했다.

Prada Transformer, a rotating multi-use pavilion in Seoul (2009)

Zeche Zollverein Historical Museum and masterplan in Essen (2006)

Seoul National University Museum of Art (2005)

Casa da Musica in Porto (2005)

Prada Epicenter in Los Angeles (2004)

Seattle Central Library (2004)

Leeum Samsung Museum of Art in Seoul (2004)

Netherlands Embassy in Berlin (2003)

IIT Campus Center in Chicago (2003)



▲ 미국, 시카고 「IIT-MACCORMICK TRIVUNE CAMPUS CENTER」 2003



▲ 멕시코, 멕시코시티 「TORRE BICENTENARIO」 2007



▲ 한국, 서울 「서울대학교미술관」 2005



▲ 한국, 서울 「삼성리움미술관」 2004

4) 수상경력

Pritzker Architecture Prize in 2000

Praemium Imperiale (Japan) in 2003

RIBA Gold Medal (UK) in 2004

Mies van der Rohe - European Union Prize for Contemporary Architecture in 2005

5) GENERAL REQUIREMENTS FOR TALENTS

-마케팅&리서치, (국제) 비즈니스, 커뮤니케이션, 디자인, 건축(특히, 건축업) 관련 학위, 실무경험

-건축/부동산/개발에서의 시장조사/매입 관련 경험 우대

-상업적으로 동기가 부여되어야 함

-창의력을 요하는 상황에서 상식을 깨면서도 상업적인 솔루션을 개발할 수 있어야 함

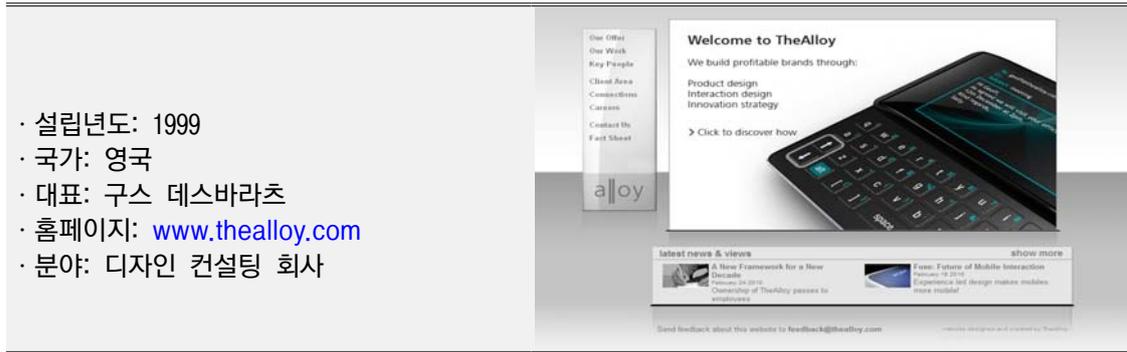
-시장조사에 큰 비중과 애착을 둬

-건축과 마스터 플래닝은 물론 문화, 예술, 디자인계에 대한 이해가 필수적으로 요구됨

-영어와 독어를 능숙하게 구사해야 하며 기타 언어에 대한 이해도 장려됨

4. THEALLOY

1) 개요



1999년 설립된 알로이는 구스 데스바라츠를 대표로 지난 몇 년동안 디자인에 관한 토털서비스를 제공하는 디자인 컨설팅 회사로 성장하였다. 클라이언트의 성공을 제 1가치로 두고 혁신과첨단 기술을 키워드로 내밀은 알로이는 전략 디자인, 혁신 디자인, 대학 내 연구팀, 각 기업의 디자인 연구실, 예술·디자인 관련 기관들과 그곳에서 배출한 졸업생들이 소속되어 있는 비영리 단체 '브라티시 디자인 이노베이션(BDI: British Design Innovation)'에서 디자이너 추천을 받게 된 것도 바로 이런 영국의 비즈니스 본위의 디자인 파워를 보여주기 위함이었을 것이다. 매년 올해의 디자이너를 선정하고 있는 디자인 뮤지엄으로부터 추천을 받는 것에 대해서도 협의해보았으나, 역시 영국의 디자인 산업이라고 하면 '글로벌 기업과의 첨단 비즈니스'라는 키워드를 빼놓을 수 없었다. 이렇게 고도로 전문화된 디자인 컨설팅 분야가 오늘날 영국 디자인을 특성화시키고 있음은 부인할 수 없을 것이다.⁴⁾

Thealloy의 응용프로그램을 통해 수익성있는 브랜드를 구축하며 제품디자인, 인터랙션 디자인, 혁신전략 등 Alloy만의 노하우를 살려 현재 HP, 도시바, BT, 테스코, 보듬, 선코프 등의 클라이언트들과 함께 성장하며 “수익성 있는 브랜드”를 만드는 데 집중하고 있다.

4) 월간디자인 (2007년 3월호)

철저한 사용자 분석을 통해 유저의 경험을 최대한 활용한 유저 인터페이스와 정교한 실현화를 통해 '영국 디자인 이펙티브니스(UK Design Effectiveness)상'을 수상하는 등 대내외적으로도 많은 인정을 받고 있다.

제품의 우수한 모양, 감촉, 성능과 스크린 인터페이스 디자인을 통해 클라이언트의 타겟 고객이 원하는 경험을 제공하며 신속함과 효율성으로 잘 알려져 있다. 평균적으로 매 6초마다 지구상의 누군가는 이들이 디자인한 제품을 구매한다고 호언장담할 만큼 많은 클라이언트를 상대하고 다양한 프로젝트를 진행하고 있는 중이다.

· LEADERSHIP

구스 데스바라츠&알로이Gus Desbarats & Alloy

1999년 설립된 알로이(Alloy). 구스 데스바라츠는 알로이의 대표다.알로이는 제품 디자인에 관한 토털 서비스를 제공하는 디자인 컨설팅 회사로 지난해 매출이 영국내 제품 디자인 전문회사 중 톱 5안에 들었다고 한다. 이들 디자인의 핵심은 혁신적인 문화를 기반으로 다양한 전공의 컨설턴트들이 심도 있게 사용자 리서치를 한다는 것이다. 그리하여 탄생된 알로이의 디자인 제품들은 클라이언트의 매출 신장을 도와 주고 브랜드 로열티가 높아지게 해준다. 그 결과 6초에 하나씩 알로이가 디자인한 제품들이 전 세계에서 판매되고 있다고 한다. 주요 클라이언트로는 HP, 도시바, BT, 테스코(Tesco), 보둬(Bodum), 선코프(Suncorp) 등이 있다. 2004년에는 가정용 전화기 업체 선코프의 제품을 디자인해줘 유럽 시장 점유율 6%대를 25%까지 끌어올렸다. 5)

2) 비즈니스 현황

① 경영

Gus Desbarabts, 사장: 전직 자동차 디자이너 기계공학과 시스템 전공 최대 관심사는 하이테크 업계에 더 나은 유저 익스피리언스와 전문적인 브랜드 마케팅 전략을 도입하는 것

현재 15명의 직원이 있으며 이들 모두 전통적인 방식으로 교육/훈련 받은 산업 디자이너들이있으며 사장 Gus Desbarabts가 비즈니스의 70%를 소유하고 있으나 현재 이를 종업원 지주제도로 변환 중이며 이가 완료될 경우 회사의 모든 수익은 직원들이 나눠 갖게 된다. 제 3자가 아닌 실제 조직구성원들이 비즈니스를 소유, 운영하도

5) www.thealloy.com

록 함으로써 이들이 능동적으로 사업내용을 결정하고 재창조할 권한, 동기를 부여하고 있다. 연간 매출이 1천 9백만 파운드를 육박하며 다양한 세대의 인력으로 구성되어 있다.

② 디자인 전략

(1) 제품 디자인

- 성공적인 제품 디자인은 사용자들의 니즈 및 욕구, 브랜드의 가치, 제품의 기능의 성능과 개발에 있어서의 리스크와 관련된 많은 위험에 대응해야한다. 필요한 경우 제품 설계 서비스의 전체 범위의 사용자와 콘텐츠, 디자인 개발의 모든 측면에 걸쳐 완전한 실현을 지원하기 위해, 기계 공학 등 3차원 CAD 및 신속한 프로토타입을 활용하며 이슈들에 대한 해결책을 제안할 수 있어야 한다.
- 사용자와 사용환경에 대한 리서치에서 시작되는 포괄적이고 총체적인 제품 디자인 서비스
- 3D CAD와 쾌속조형 시스템, 기계 엔지니어링 등을 활용해 디자인 개발, 구현

(2) 인터랙션 디자인

사용자 인터페이스의 모양과 느낌, 행동 등의 상호 작용 디자인 서비스 뿐만 아니라, 새로운 소프트웨어 개념과 연구에 의해 구동되는 콘텐츠의 창조 및 기존 시스템의 분석을 맡는다.

- 소프트웨어 유저 인터페이스의 스타일, 느낌, 기능을 제안
- 제공하는 서비스로는 기존 시스템의 평가, 분석, 사용자와 사용환경에 대한 조사를 바탕으로 한 새로운 소프트웨어 컨셉 개발 등이 있음
- 2D부터 완벽하게 실사로 재현한 인터랙티브 프로토타입까지, 다양한 버전의 모형을 통해 기능과 그래픽 디자인 테마를 개발

(3) 혁신전략

사업 전반에 걸쳐 고객의 경험과 그들의 공급 체인의 일관성을 관리하여 클라이언트를 지원한다. 상품 기획, 브랜드 정체성을 조율, 그리고 혁신적인 공정개선을 돕는다.⁶⁾

- 클라이언트가 비즈니스를 발전시킬 수 있도록 돕는 솔루션 제공
- 제품기획, 브랜드 아이덴티티 조정, 혁신 프로세스 개선 등에 주로 관여
- 브랜드 확장

6) 월간디자인 <http://www.design.co.kr>

- 제품의 시장진입과 아이덴티티 구축
- 성공적인 혁신의 시스템화
- 비즈니스, 제품 공급과정 상 고려해야 할 고객의 모든 경험에서 완벽함과 일관성을 이끌어내는 매개체 역할

③ 베스트셀러

두가지를 꼽을 수 있는데, 둘다 상업적 성공이 자격 요건인 '영국 디자인 이펙티브니스(UK Design Effectiveness) 상'을 수상했다. 'HP 조나다(Jornada) 540 포켓 PC'는 세계적으로 수만 세트가 판매되어 HP에 연간 9000억 달러의 경제적 이득을 가져다주었다. 홍콩의 선코프를 위해 디자인한 무선 전화기는 전세계적으로 판매되어 기업의 매출을 2억 달러(약 1800억 원) 이상으로 끌어올렸고, 단 2년 사이에 시장점유율을 5.9%에서 25% 이상까지 상승시켰다. 영국의 강점 경쟁이 치열하다. 하지만 지형적 위치와 영국의 표준 시간대는 태평양과 대서양을 가로질러 세계적인 비즈니스를 가능하게 한다. 덕분에 우리 같은 영국 회사들은 대부분 세계적으로 팀을 이루어 일하는 데 익숙하다. 국제 경쟁 때문에 우리는 항상 클라이언트들의 요구에 부합하기 위한 서비스 개발과 개선에 힘쓴다. 단순히 “이 디자인 좋은 겁니다”라고 말하는 것으로 부족하다. 우리의 디자인 철학이 다른 어떤 디자이너들보다도 클라이언트를 효과적으로 돕고 있다는 것을 지속적으로 입증해야 한다. 외형적으로 볼 때 ‘독일적 디자인’ 혹은 ‘이탈리아적 디자인’이 있는 것과는 달리 ‘영국적 디자인’이란 존재하지 않는다. 우리는 디자인의 미적 가치를 클라이언트 브랜드의 특성을 드러낼 수 있는 경험과 의미 창출에 맞춘다. 7)

3) 최근/대표작업 및 클라이언트

BT, HP, E2V, Intel, Lake, SunCorp, T3 Magazine, Thomson GV, Toshiba, Virgin Atlantic, Yorkshire Water 등 기업들의 브랜딩, 제품, UI 프로젝트 진행

4) 수상경력

다수의 글로벌 디자인 어워드를 포함, 디자인의 상업적인 파급효과에 초점을 맞추는 영국 DBA Design Effectiveness Award 수상경력 많음
2008 Bronze DBA Design Effectiveness Awards

7) [출처] 월간디자인 (2007년 3월호)

2008 Silver DBA Design Effectiveness Awards
 2007 Winner NAB Product Innovation Award
 2007 Winner NAB Product Innovation Award
 2004 Winner DBA Design Effectiveness Awards
 2004 Gold Industrial Design Excellence Awards
 2004 Distinction I.D. Magazine
 2004 Winner iF Design Award
 2004 Gold Industrial Design Excellence Awards
 2003 Winner Design Week Awards
 2003 Winner The Plastic Industry Awards
 2003 Gold Global Design Awards
 2002 Winner iF Design Award
 2001 Winner iF Design Award

5) GENERAL REQUIREMENTS FOR TALENTS

- 클라이언트의 경험과 관점에 감정을 이입, 깊이 있게 이해함으로써 성공적으로 소통해 본 컨설턴트 업무 경험
- 사용자중심 디자인
- 소비자 조사분석과 UI(웹, 터치스크린, 기업 또는 가정용 데스크탑 어플리케이션 등)에 관한 전문적 이해
- 프로그래밍, 그래픽, 애니메이션 스킬
- 개발자/엔지니어와 긴밀한 공조 하에 작업
- 아이디어의 시각화
- 기계적, 미적 관점에서 3D 프로토타이핑 기술 이해
- 엔지니어링 이슈들을 제기, 해결할 수 있어야 하고 최종 납품 및 대량생산에 이르기까지의 포괄적인 프로세스를 하나의 프로젝트로 인식할 수 있어야 함
- 어떻게 디자인이 다양한 비즈니스 환경에서 브랜드를 긍정적인 방향으로 끌어가는 기폭제가 될 수 있는가에 대한 명확한 이해

5. FROG

1) 개요

<ul style="list-style-type: none">· 국가:독일· 설립년도: 1969년· 대표: Mr.Hartmut esslinger· 웹사이트: http://www.frogdesign.com· 설립자 Hartmut Esslinger, Andreas Haug, Georg Spreng· 규모: 독일과 미국에 지사 7곳.· 위치<ul style="list-style-type: none">미국: 샌프란시스코(실리콘 벨리), 서니베일, 뉴욕, 오스틴독일: 뒤셀도르프, 알텐슈타이그	
---	--

1969년 산업디자이너 Hartmut Esslinger와 그의 파트너 Andreas Haug, Georg Spreng가 독일 Altensteig에서 설립된 글로벌 이노베이션 디자인회사로 Esslinger Design이라는 이름으로 성장한 브랜드로 미디어, 제품디자인 전문회사인 FROG는 애플컴퓨터와 일하기 시작하면서 독일에서 이후 현재의 헤드쿼터가 자리 잡은 미국 캘리포니아 팔로알토로 기반을 옮기고 1982년부터 (f)ederal (r)epublic (o)f (g)ermany의 약자를 활용한 frogdesign으로 활동, 2000년 frog design으로 개명하였다. 초창기에는 산업 디자인에 주력했으나 현재는 스스로 “글로벌 이노베이션 펌”이라 칭하며 제품뿐만 아니라 시장의 문화적 측면과 테크놀러지에도 주목하고 있으며 제품, 서비스, 익스피리언스를 총체적으로 아우르는 솔루션을 제안하여 가전제품과 컴퓨터 디자인으로 세계적인 명성을 얻게 되었다.

1983년 스티브 잡스와 함께 애플 컴퓨터의 디자인을 맡았으며 일본 소니 제품의 디자인을 맡아 소니 브랜드의 전설을 이룩하기도 하였다.

Frog Design의 설립자 Hartmut Esslinger는 1990년 12월호 미국 BusinessWeek의 표지인물로 실려 1930년대 이후 미국에 가장 크게 영향을 미친 산업디자이너로 소개될 정도로 그와 Frog Design의 미국내 디자인 활동은 성공적으로 평가되고 있다.

또한 Herbie Pfeifer, Paul Montgomery, Tylor Garland, Steven Skov Holt, Jon Guerra, Gadi Amit, Ross Lovegrove, Tucker Viemeister, Yves Behar 등 현재 활동 중

인 수많은 디자인리더들이 이 회사에서 커리어를 시작하였다.

frog design은 “디자인은 감성을 만족시켜야 한다(form follows emotion)” 는 기업비전을 내세워 창조적 활동을 펼치고 있다. 모든 창조활동은 개인의 일상생활을 개선시키는 데 일조한다는 견해에서 출발한 “emotional design” 은 제품이 사용자에게 미치는 정신적 영향력이 그것의 기능적 효율성만큼 크다는 개념이다.

2) 비즈니스 현황

① 경영

- 사장, 창립자디자인, 운영, 개발, 테크놀러지 총괄 대표디자인, 글로벌기획, 마케팅 커뮤니케이션, 인사, 재무부 이사디자인 실장 등으로 구성
- 기업의 수평적 구조, 클라이언트와의 민주적인 파트너십을 추구
- 세계전역에 분포한 9개의 스튜디오에 400여 명의 직원 근무
- 미국 샌프란시스코, 산 호세, 오스틴, 뉴욕, 시애틀(북미), 독일 헤렌버그, 이태리 밀라노, 네덜란드 암스테르담(유럽), 중국 상하이(아시아)에 오피스를 둠

② 프로세스

소비자 문화, 욕구, 니즈에 대한 깊이 있는 통찰력을 바탕으로 한 조사분석문제 제기 -디자인 개발-솔루션 실현의 순서

문제 제기	디자인 개발	솔루션
클라이언트의 브랜드 아이덴티티, 소비자 구성, 자본 등을 면밀히 분석, 디자인에 활용	사용자 테스트, 클라이언트 피드백, 전략적 분석평가 등을 거치며 디자인의 기술, 문화, 사업적 영향력을 시험	모든 프로젝트 디테일을 상세히 기록 분류해 클라이언트에 전달, 생산 과정 검토, 파트너십 체결 도모, 소프트웨어 개발

3) PROJECT TYPES

(1) 초기

- 첫 프로젝트는 독일 TV제조업체 WEGA의 제품 디자인(1969)WEGA가 Sony에 인수된 이후에도 꾸준히 성공적인 파트너십을 유지하며 수 십 년간 100여 개의 제품 디자인을 시장에 내놓음 (대표작: Sony Trinitron TV 1975)
- 점차 비전과 성공의 대명사이자 혁신적이고, 위험을 감수할 줄 아는 용기 있는 회사로 알려지기 시작

(2) 미국 진출을 계기로 글로벌 시장에 진입

- 1981년 천편일률적인 디자인의 컴퓨터 업계에서 시장을 사로잡을 차별화 전략을 구상하던 Apple의 스티브 잡스와 수십 억 달러의 계약을 성사시킴
- 타임 매거진이 수여하는 Design of the Year Award” 를 수상한 Apple IIC를 디자인 (1982년 Apple의 매출이 7억 달러로 치솟았고 1986년에는 40억 달러 기록)

(3) ID, UI에서 통합적 솔루션으로

- 80년대: 다양한 플랫폼을 관통할 수 있는 일관된 유저 익스피리언스의 가치에 주목하며 기업 브랜딩으로 비즈니스 확장
- 제품, 그래픽, 로고, 패키지, 프로덕션Logitech의 제품/브랜드 아이덴티티 디자인으로 이들의 수익을 1988년 4,300만 달러에서 1995년 2억 달러까지 증대시킴
- Lufthansa 항공의 표지, 기내 인테리어, 기내식기 등을 포함한 운영 프로세스 전체를 재점검

(4) 다양한 고객접점을 경험

- 90년대: Digital Media group을 창설, UI 디자인(웹, 컴퓨터 소프트웨어와 모바일 기기) 시장에 진출 *Dell의 웹사이트 및 MS의 Windows XP 소프트웨어 디자인 프로젝트 참여00년대: 다양한 비즈니스 이슈들에 대한 해결책을 제시하고 장기적인 전략을 구축해주는 서비스 실시
- 디자이너, 전략분석가, 기술전문가들이 긴밀히 교류하며 프로젝트 진행

4) 클라이언트:

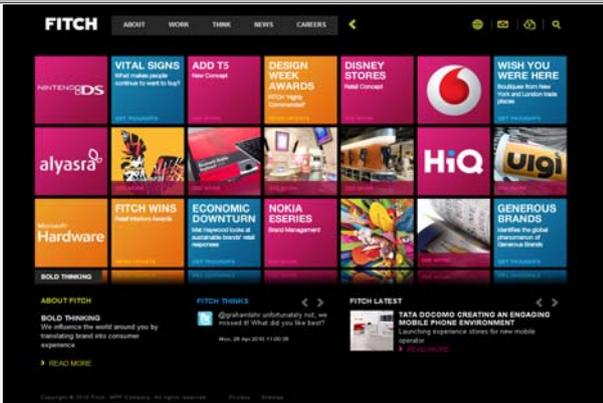
wega, apple computer, lufthansa, sony, compaq, oracle, Alltel, Disney, GE, HP, Logitech, Microsoft, MTV, Seagate, Siemens, Yahoo! 이외 다수

5) GENERAL REQUIREMENTS FOR TALENTS

다양한 경험이 있는 T자형 인재자동차, 의료, 소비자, 리테일, 소프트웨어, 테크놀러지, 금융 등을 포함한 업계를 아우르고 서로간의 방식을 연계시킬 수 있는 능력 분석적인 동시에 예술적인 보수적이지만 보편적이지 않은 기술적이면서도 위트있는 소비자의 감성과 클라이언트의 수익을 동시에 충족시킬 수 있는 밸런스를 갖춘

6. FITCH

1) 개요

<ul style="list-style-type: none"> · 설립년도: 1972년 · 업종: 디자인 · 대표: Mr.Rodney fitch · 홈페이지 : http://www.fitch.com · 규모: 영국과 미국, 싱가포르에 6개지부 · 회사형태: 글로벌 디자인 컨설턴스CEO Rodney FitchRPA(미국소재 리테일/익스피리언스 디자인 전략 전문 에이전시) 인수합병본사 소재지: 미국 콜럼버스 오하이오오피스 	
--	---

· 인원	· 직급별 인력분포 현황	· 출신학교 현황
종사자수: 200명	디렉터 12%	The Ohio St. Univ. 3%
평균연령: 33세	디자인 디렉터 6%	
성비 남성 : 52% 여성 : 48%	디자이너 5%	
	매니징 디렉터 4%	
	애널리스트 3%	

1972년 설립된 피치사는 제품개발을 중심으로 창업된 미국 콜럼버스의 리차드슨 스미스(Richardson Smith)와 영국의 유통 디자인 중심 기업인 피치사가 합병하여 현재 500여명의 직원을 가진 최대 규모의 국제적인 디자인전문회사로 성장하였다. 또한 2000년에는 미국의 커뮤니케이션 기업인 라이트 하우스(Light House)사가 피치사와 다른 소규모의 디자인전문회사를 통합·흡수하면서, 피치사는 라이트 하우스 그룹의 디자인팀을 이끌어 가는 주도적 기능을 갖게 되었다.

영국의 대표적인 디자인전문회사 중 하나인 피치사는 디자인을 경영의 도구로 활용하여 기업 경영의 모든 문제를 해결해 가는 창의적인 디자인전문 기업으로 평가받고 있다. 소비자들이 진정으로 원하는 제품 디자인 개발에 중점을 두어온 피치사는 제품 디자인, 환경 디자인, 전자 상거래, 브랜드 개발 등 디자인의 모든 영역을 다루면서 고객경험 디자인을 이용한 기업의 종합적인 문제 해결을 추구한다.

fitch사의 브랜드를 고객경험으로 풀어내려는 “Bold thinking”은 브랜드와 고객의 언어를 읽고 쓰고 말하려는 노력으로써 브랜드와 고객에 대한 깊이 있는 이해에서 출발하여 보편적인 생각에 맞서는 자신감이라는 측면에서 중요하게 여겨지고 있다.

피치사의 디자인 경영 철학은 ‘디자인으로 경영의 난제들을 해결하는 종합적 문제 해결 서비스를 제공’ 하는 것이다. 피치사는 예술성과 독창성을 지나치게 강조한 독특한 디자인 개발 대신 사업성과 경영에 초점을 맞춘 창의적 제품개발을 위하여 디자인이라는 최고의 도구를 활용하고자 한다는 점에서 국내에 대부분인 소규모 디자인전문회사와는 상당히 다른 양상을 가지고 있다.

또한 디지털 시대를 맞이하여 브랜드 및 브랜딩의 중요성이 부각되고 있는 현시점에서 지난 수년간의 통합과 흡수라는 복잡한 과정을 겪으면서 보다 다양하고 유연한 디자인 문화를 갖게 된 피치사의 특성은 피치사를 브랜딩 전문 디자인 업체로 발전할 수 있는 비전을 갖게 하였다.

이를 통해 피치사는 디자인 전략, 제품 및 환경 디자인, 브랜드 디자인, 엔터테인먼트 디자인, 소비 심리 및 색채 연구 등 디자인의 기초 연구에서부터 대단위 테마파크의 기획 및 시공까지 종합적인 디자인 서비스를 제공할 수 있게 되었다.

피치사는 비즈니스위크(Business Week)지와 미국산업디자인협회(The Industrial Designers Society of America, IDSA)가 시행하는 우수산업디자인상(Industrial Design Excellence Awards, IDEA)을 다수 수상 하였으며 비즈니스 위크지와 미국산업디자인협회가 10년 주기로 시행한 ‘Design of the Decade Awards’, IDEA GOLD, IDSA Product Design Award, Marketing Magazine Design Award 등을 수상하였다.

전세계에 분포한 스튜디오 네트워크는 시애틀, 피닉스, 콜럼버스, 런던, 런던라이브(라이브 이벤트, 필름, 디지털), 도하, 두바이, 뭄바이, 쿠알라룸푸르, 싱가포르 오피스에 위치하고 있으며 이를 중심으로 활발한 활동을 펼치고 있다.

· LEADERSHIP

크리스티안 블러프(Kristian Bluff) 피치(Fitch)의 덴마크 스튜디오를 책임지고 있는 어카운트 디렉터(Account Director). 클라이언트를 발굴하고 새로운 사업을 개발하고 프로젝트를 관리하는 역할을 한다. 1989년 덴마크 디자인 스쿨(Denmarks Design School)에서 그래픽디자인을 공부하고 10년 동안 레고(LEGO) 그룹에서 일했으며, 그 중 4년은 디자인 매니저로 활동했다. 기업 아이덴티티 및 e-커머스 웹사이트 개

발회사인 어헤드닷컴(Ahead.com)에서 크리에이티브 디렉터로 활동하기도 했으며, 이후 크누드 홀셔 인더스트리얼 디자인(Knud Holscher Industrial Design)에서 비즈니스 개발 매니저를 역임했다. 2002년에는 런던에 있는 웨스트민스터 대학교(Univ. of Westminster)에서 디자인 경영 석사를 수료했다. 올해 4월에 피치 코펜하겐에 합류했다.⁸⁾

일명 '덴마크 모던(Danish Modern)'은 1960년대 전 세계적으로 유명세를 떨친 덴마크 가구디자인을 일컫는 용어이지만, 그래픽 및 제품디자인 등 전분야에 걸쳐 장식이 적고 심플한 디자인을 특징으로 하는 덴마크 디자인(Danish Design)의 대명사로 여겨지기도 한다. 그러나 한때 세계의 디자인 경향을 주도했던 덴마크 디자인도 세계적으로 커뮤니케이션 장벽이 허물어진 현대에 와서는 국제적 양식과 결합되면서 한창 변화의 와중에 있다. 기업의 아이덴티티 디자인 개발을 전문으로 하는 피치 코펜하겐(Fitch Copenhagen)의 디자인도 그 한 예로서 덴마크식 미니멀리즘과 기능주의가 급변하는 소비자 감성과 절묘하게 조화를 이루고 있다. 피치 코펜하겐은 세계적인 디자인 회사 피치 월드 와이드(Fitch World Wide)*의 덴마크 스튜디오로서 브랜드 전략 및 개발, 커뮤니케이션, 패키지디자인 분야에서 두각을 드러내고 있다. 피치 월드 와이드(Fitch World Wide) 1972년 로드니 피치(Rodney Fitch)와 세 명의 디렉터가 콘란 디자인 그룹(Conran Design Group)을 인수하면서 미국에 설립. 현재 12개 나라에 20개 스튜디오를 두고 있다. 비즈니스와 브랜드, 소비자를 시장 안에서 연결하는 독창적인 제품과 커뮤니케이션, 경험을 창조한다. 주요 클라이언트로는 마이크로소프트, BAT, 도요타, 벤 & 제리스(Ben & Jerry's), 노키아, 아우디, 존슨 & 존슨 등이 있다. 피치 코펜하겐의 어카운트 디렉터인 크리스티안 블루프(Kristian Bluff)는 “외국의 영향, 다양한 경험과 라이프스타일의 변화, 사람과 상품의 폭발적인 교류 등이 소비자의 구매행동과 이에 대응한 제조업체의 상품개발 방식에 변화를 주고 있으며, 이들 요인들이 종합적으로 제품과 시장의 역동성을 부추기고 있다.” 라고 설명한다. 덧붙여서 이처럼 급변하는 시장 환경에서는 “감정을 촉발하는 디자인 요소들로 소비자에게 다가가야 한다.” 고 강조한다. 그 결과 애초 저가 이미지로 시장 점유율이 형편없었던 <카페 느와르>의 경우 현재 덴마크에서 가장 잘 팔리는 커피가 되었다.

FITCH WORLDWIDE GLOBAL MANAGEMENT TEAM
LOIS JACOBS - Chief Executive Officer

8) www.fitch.dk

SCOTT WALFE - Chief Operating Officer
 TIM GREENHALGH - Chief Creative Officer
 ROBERT HOCKING - Director of Global Development
 LUCY UNGER - Director for Europe and Russia

2) 비즈니스 현황

① 전략

통찰+전략
 비즈니스 환경 분석
 브랜드 커뮤니케이션
 라이브 (이벤트, 필름 포함)
 디지털
 건축디자인+설계

② PROCESS

FITCH 4D 프로세스: 소비자행동 및 브랜드와 관련해 나아갈 방향을 제시한 일련의 체크리스트로 전체를 아우르는 동시에 디테일, 사고 프로세스, 고객경험, 클라이언트 업체의 특 장점, 협업에 초점을 맞춘다.

Discover(문제발견):	<ul style="list-style-type: none"> · 정보수집 단계 · 최신동향, 소비자행동/인식 제고 · 대상그룹의 제품 및 서비스 구매/사용동기 분석 · 브랜드에 모든 초점 · 균형 있는 이해를 위해 조사분석을 바탕으로 한 경험에서 우러나온 관점을 추가
Define(목표정의):	<ul style="list-style-type: none"> · 가설수립, 테마 테스트, 크리에이티브 플랫폼 공동연구/실험/적용 · 협의를 통해 최종목표를 정하는 단계 · 아이디어가 올바른 방향으로 나아가고 있는지 브레인스토밍을 통해 확인
Design(디자인개발):	<ul style="list-style-type: none"> · 소비자에 초점을 맞춤 · 문화, 역사에 대한 이해를 바탕으로 한 디자인
Deliver(솔루션수립):	<ul style="list-style-type: none"> · 건축, 출판, 인쇄, 웹 등 다양한 매체를 통해 아이디어 전달 · 범국가적 건축디자인부터 POS expression까지 장르를 초월하는 솔루션아이디어는 통합적이고 실용적인 브랜드 커뮤니케이션 전략수립에 적용 · 고객이 경험하는 모든 터치포인트에 브랜드가 있다는 인식

③ 환경과 자원: 선도 분야 및 고객 기반과 인력 구조

피치사는 제품 디자인과 유통 디자인에 디지털 기술을 적극적으로 도입하여 제품의 개발 주기를 단축시키는 동시에 브랜드 디자인으로 적용성을 확대하는 종합적 디자인을 수용해 왔다.

디자인 사업 분야는 사용자·소비자 연구, 브랜드 전략 개발, 트렌드 예측, 인테리어 디자인, 건축, 전시 디자인, 제품 디자인, 브랜드 아이덴티티, CI, 포장 디자인, 사용자 인터페이스 디자인, 인터렉션 디자인 등 모든 디자인 분야를 다루고 있다.

최근 고객 기반으로 아마존(Amazon), 혼다(Honda), 보잉(Boeing), 까르푸(Carrefour), 휴렛팩커드(Hewlett Packard), 마이크로소프트(Microsoft), 노키아(Nokia), 스타벅스(Starbucks), 도요타(Toyota), 월마트(Walmart) 등 세계적인 기업들을 비롯한 다양한 고객층을 확보하고 있다.

④ 메커니즘

(1) 디자인에 대한 연구 및 교육열

피치의 디자인 능력은 '피치 대학'이라 할 만큼 연구 및 교육열로 인해 다양한 디자인상을 수상하며 디자인 연구 방법론을 개발해 왔다. 다양한 전공 분야의 전문인들로 구성된 전 세계 500여 명의 직원들은 새로운 디자인 연구 방법론을 꾸준히 연구하고 있으며 심리학, 사회학, 언어학 등의 인문·사회과학과 기계설비 및 전기·전자학과의 엔지니어링을 통합하는 연구는 디자인 학회에서도 꾸준히 발표되고 있으며, 이러한 디자인 연구 논문을 통해 디자인 학문의 발전에 커다란 영향을 미치고 있다.

특히, 보다 창의적인 디자인 개발을 위해 1980년 중반 시작된 '사용자 중심 디자인(User-Centered Design)'의 정성적 연구 방법론과 수평적 구조를 지닌 프로젝트 팀의 운영은 창의적인 디자인 개발을 유도하고 독특한 디자인 문화를 형성케 했다. 피치는 항상 사용자를 중심에 두고 '편리하고, 유용하고, 바람직한'이란 세 단어를 필터로 사용해 왔다.

이를 실천하기 위해 시나리오 개발 기법을 이용하여 사용자의 니즈와 사용자에 대한 지식을 얻고 다음으로 작가, 디자이너, 심리학자 등 혁신적인 디자인을 제안할 수 있는 여러 전문가나 기술적 요구를 뒷받침 해 줄 수 있는 의견 종합 등의 과정을 거쳐 디자인을 개발하고 있다.

(2) 합병을 통한 유연한 인력 구조의 활용 가능

지난 수년간 인수 합병을 통해 형성된 다양한 인력 구조는 피치사가 제품을 비롯하여 전략, 환경 디자인, 브랜드 디자인, 엔터테인먼트 디자인, 소비 심리 및 색채 연구 등 디자인의 기초 연구에서부터 대단위 테마 파크의 기획 및 시공까지 종합적인 디자인 서비스를 가능하게 해주었다. 또한 이러한 합병은 공동 디자인 프로젝트 진행시 보다 유연한 인력 활용도 가능하게 해 주었다.

또한 피치사는 라이트 하우스내의 다른 디자인전문회사 및 조사 연구 기관과 연계되어 디자인 프로젝트의 개발과 적용에 있어 자원과 인력을 폭 넓게 활용할 수 있는 독특한 구조를 갖고 있다. 특히 라이트 하우스 그룹과의 통합은 건축 및 인테리어 전문 업체(AAD), 브랜드 개발 전문 업체(Leonhardt Group) 등과 공동 디자인 프로젝트를 진행할 여건이 형성됨으로써 보다 유연한 기업의 인력 활용을 가능하게 하였다.⁹⁾

3) CLIENTS

-in airports, museums, shops, public spaces; on websites and blogs; at the checkout, in the street, on the airwaves

Aditya Birla, Al Jazeera, Al Muhaidib Group, Alyasra, Asian Paints, Atlantis, BILT, British Airways, British Army, Coca Cola, Corona, Courts, Deek Duke, Dell, Diageo, Disney, Dixons Group, Dubai Pearl, Emaar - Old Town, Dubai, Fresh Express, Gallery One, General Motors Europe, Guinness Anchor Berhad, HiQ for Dunlop, Hiwar, Jimmy Choo, Jumeirah, Lend Lease, Majid Al Futtaim Group, Masdar, Mattel, Microsoft, My for Tesco, Nintendo, Nokia, Oqyana, Pacific Sunwear, Paradise Bakery, Pei Wei Asian Diner, Procter & Gamble

9) 산업정책연구원 디자인전문회사 TOP100 선정평가지표개발 보고서

7. Ziba design

1) 개요

- 국가 : 미국
- 설립년도 : 1984년
- 홈페이지 : www.ziba.com
- 대표 : Sohrab Vossoughi
- 지사현황 (지사 수, 지역) : 4개
Portland, Oregon / San Diego, California
Tokyo, Japan / Taipei, Taiwan
- 전화번호 :Portland, Oregon : +1 503.223.9606
- 주소 : 1044 NW 9th Avenue, Portland, OR 97209

· 큰 규모의 다양하고 많은 비즈니스 고객들을 대상으로 연간 1200만 달러의 매출

· 인원	· 직급별 인력분포 현황	· 출신학교 현황
종사자수: 80명	-designers, social scientists and product engineers. -Research & Planning	-
-다양한 국적과 언어를 구사하는 직원 보유 (17명의 외국인, 총 24개국 정도의 언어를 구사)		

미국 포틀랜드에 기반을 둔 세계적인 산업디자인 회사 중 하나로 밴쿠버에 있는 휴렛패커드에서 디자이너로 근무하던 Sohrab Vossoughi씨가 17년전에 설립하였다. 미국 내 유명 디자인회사들이 대부분 뉴욕이나 샌프란시스코에 위치해 있는데, ZIBA Design은 오리건 주 포틀랜드에 위치해 있다는 지리적 불리함에도 불구하고 다양한 수상경력을 거두는 등 매우 성공적으로 디자인을 수행하고 있다. 지난 5년간 미국 IDEA 수상실적 2위인 실력있는 회사로 평가되고 있으며 신생기업부터 대기업에 이르기까지 다양한 클라이언트를 대상으로 프로젝트를 진행해왔다. 현재는 Microsoft, Whirlpool and P&G, 그리고 테크놀로지 신생기업, 서비스기관, 전자제품 생산기업 등이 주요 클라이언트이다.

2) 비즈니스 현황

① 서비스 분야

-**Environmental Design** (Interior Architecture, Retail Design, Exhibit Design, Kiosk Design, Furniture Design, Fixture Design, Environmental Graphics, Wayfinding and Signage Systems)

-**Product Design** (Human Factors/Ergonomics, Industrial Design, Engineering, Prototyping, Manufacturing Support)

-**Interaction Design** (Interactive Branding, Information Architecture, User Interface Design, UI Prototype Development, User Interface Strategy, Product Interface Design, Web Design, Interactive Products, Handheld Interfaces, Interactive Environments)

-**Communication Design** (Corporate Identity, Brand Identity, Point of Purchase, Collateral Design, Information Design, Packaging Design, Product Graphics, Naming, Color Consulting)

-**Research and Planning** (Design Research, Rapid Ethnography, Design Planning, Brand Strategy, Competitive Benchmarking, Innovation Workshops, Human Factors/Ergonomics/Usability, Contextual Studies, Scenario Planning)

② 프로세스

Ziba는 전 세계 다양한 배경의 전문가들이 함께 모여 일함으로써 360도의 다양한 관점을 가지고 문화적, 인터넷, 창조성, 익스피리언스 등의 측면에서 놀랄만한 융합 시너지를 이끌어 내고 있어 혁신적인 프로세스 평가되고 있다.

소비자들에 대한 다각도의 이해와 넓고 깊은 리서치를 통해 소비자 인사이트를 표현하며 새로운 소비자층 (예 : 중국 10대)을 이해하고 바로 바라보기 위하여 리서치 팀을 결성하여, 현지에서 한 달 이상 거주하며 소비자층의 행동을 파악하고 분석하고 있다.

3) 클라이언트

Ziba의 클라이언트 70%가 재고객이 되는데 이는 장기적 관점의 클라이언트와 릴레이션십 발전을 추구할수 있다.

3M, Fujitsu, Motorola, Acer, GE, Interlogix, Nike, AT&T, GlaxoSmithKline, Panasonic, Baxter, HP, Pepsi, Black & Decker, Intel, Procter & Gamble, Clorox,

OREGON
COLLEGE
OF ART
& CRAFT

Before



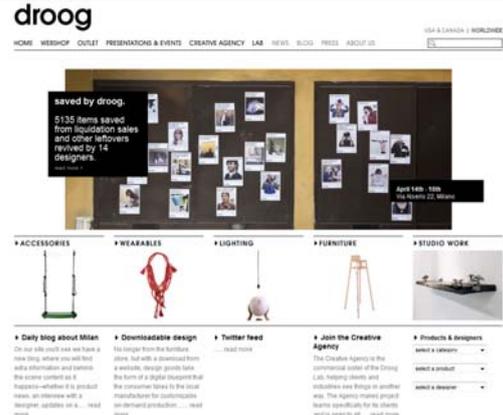
Kenwood, Sharp, Coleman, KitchenAid, Siemens, Dell, Lenovo, Sirius, Ethicon, Logitech, Starbucks, FedEx, Matsushita, Texas, Instruments, Ford, Microsoft, Whirlpool, Frito-Lay, Minolta

4) 수상경력 및 최근/대표작업

- Industrial Design Excellence Awards 수상 다수

8. Droog

1) 개요

<ul style="list-style-type: none"> · 국가 : 네덜란드 · 설립년도 : 1993년 · 홈페이지 : http://www.droog.com/ · 전화번호 : +31 (0)20 - 523 5050 · 지사현황 : 도쿄갤러리, 뉴욕갤러리 (홍콩2010예정) · 주소: Staalstraat 7a/b, 1011 JJ Amsterdam, the Netherlands · 대표 : 창립자 레니 라마커스(Renny Ramakers)-저널리스트, 하이스 바커(Gijs Bakker)-60년대 보석디자이너 	
---	---

· 조직구성	
factory and outlet	<p>제품을 생산, 전시하고 판매하는 곳 (네덜란드, 도쿄, 뉴욕, 홍콩(예정))</p> <p>갤러리 형태의 샵이 설립되어 판매를 겸하고 있지만, 샵은 단순히 물건을 판매하기 위한 매장이 아닌 사소한 인테리어부터 모든 제품들이 모두 Droog의 정신을 살려 설계됨으로써 갤러리와 같은 의미를 담고 있는 특별한 공간임.</p>
Droog lab	<p>2008년 시작됨. 프로젝트에 맞게 Droog 대표, 지역파트너기업, Droog 인턴쉽, 유명디자이너 등으로 결성되어 하나의 프로젝트를 진행. 세계적으로 시급한 문제들을 찾아내어 지역 컨텍스트를 창조하여 글로벌 컨텍스트에 적용해 보는 것.</p> <p>Project 예: 두바이가 같은 구조와 생김새의 빌딩들과 쇼핑몰 등으로 둘러싸인 평범한 도시로 전략하고 있어 “도시 아이덴티티 확립” 이 시급한 문제임을 인식, 두바이만의 아이덴티티를 구축하기 위한 프로젝트를 구성된 Droog lab 멤버와 지역파트너와 함께 진행.</p>
Creative agency	<p>Droog lab을 운영하며 생기는 것들로부터 전략, 시스템, 컨셉을 가져와 기업체, 교육기관, 정부등과 연계시키는 일을 하는 곳. (두바이에서 새로운 타입의 교통수단을 제안하는 아이디어가 나왔다면 creative agency에서 정부에게 직접 제안해보는 매개체 역할)</p>

Droog는 1993년에 설립되어, 설립 초기에는 독창적인 아이디어, 명백한 컨셉과 컨셉트 그리고 절제된 디자인을 국제적으로 알리는 데 주력했다. 1993년, Droog Design은 저널리스트인 레니 라마커스 (Renny Ramakers)와 60년대 보석디자이너 하이스 바커(Gijs Bakker)에 의해 설립된 디자인 회사로 디자인 활동을 통해 발굴 선

정한 외부 디자인 전문가를 'Droog Collection'으로 구성하여 활용하는 시스템으로 Droog Design은 Item과 인력의 정체성을 관리하는 아트 디렉터의 역할을 수행하고 있다¹⁰⁾.

1999년 이후의 주요 이슈는 브랜드 컨셉에 대한 숙고와 경험적 디자인으로, 1999년 밀라노 쿨레르 로칼(Couleur Locale) 에서 ‘오라니엔바움(Oranienbaum) 프로젝트’ 발표하였다.

초기의 Droog는 순수한 정신을 지켜야 한다고 절대로 디자인 스튜디오나 사업을 의도하지 않음. 현재에는 판매도 하고 있지만 매장은 단순히 매장이 아닌 갤러리 같은 의미를 담고 있어 제품 뿐 아니라 사소한 인테리어 모두 Droog의 정신을 살려 설계되고 있다,

Droog는 디자이너들의 컬렉션이나 스토어가 아니라 다양한 프로젝트를 진행하는 기업으로 Factory and outlet, Droog lab, Creative Agency 이렇게 세 가지 부서로 나뉜 조직구성 형태를 취하고 있으며 Droog의 대표 디자이너로는 리 에델코르트(Li Edelkoort), 헬라 용에리위스(Jongerius), 마르셀 반더(Marcel Wander), 위르덴 베이(Jurden Bey), 토르트 본트예(Toord Boontje), 마르티 귀세(Marti Guix) 등이 있다.

유명한 디자이너 뿐 아니라 아직 잘 알려지지 않은 디자이너들도 발굴하여 협업 디자이너 멤버로 활동하며 초기에는 Droog의 제품을 생산하고 그에 기여하는 업체들과 함께 협력했으나, 5년 전부터 기업 대상으로 비즈니스를 하지 않고 모든 것을 자체적으로 해결하고 있다. Droog는 성격에 맞는 디자이너들을 직접 찾아서 자신들을 위한 특별한 제품을 제작 의뢰하는 구조를 띄고 있다.



Droog Design은 네덜란드 암스테르담에 Flagship store(본점)과 Creative agency를

10) 현재 300개 이상의 Droog Products와 200명 이상의 협력 디자이너를 보유, 대표 디자이너로는 리 에델코르트(Li Edelkoort), 헬라 용에리위스(Jongerius), 마르셀 반더(Marcel Wander), 위르덴 베이(Jurden Bey), 토르트 본트예(Toord Boontje), 마르티 귀세(Marti Guix) 등이 있음

운영하는 사무실, 그리고 팩토리 & 아웃렛이 위치해 있으며 뉴욕, 도쿄 샵 등을 더
붙여 전 세계적인 유통망을 가지고 있다.

2) 비즈니스 현황

① 서비스 분야

Droog는 주로 제품 디자인 작업을 하며 제품디자인 외에 각종 디자인 전시나 지역
디자인 페스티벌, 행사 등을 기획하고 디자인에 참여. 국제적으로 교육기관, 해외디
자이너, 정부기관 또는 지역청과 협력하여 다양한 프로젝트를 진행한다. 2008년부터
시작한 Droog lab에서는 어떤 지역에 필요한 것을 찾아 새로운 컨셉을 제안하는 컨
설팅 개념의 프로젝트를 수행 중에 있다. 또한 Droog만의 자체적인 제품 디자인을
개발하고 생산(type - Accessories, Wearables, Lighting, Furniture, Studio work)하며
이 상품들은 현재 네덜란드, 포르부르크(Voorburg)에 있는 DMD 사에 의해 세계로 널
리 시판되고 있다.

3) 클라이언트

-드탈리아의살비아티(Salviati), 만다리나덕크(Mandarina Duck), 발리&발리(Vali &
Vali), 덴마크의뱅&올루프센(Bang & Olufsen), 피에라밀라노(Fiera Milano), 소트사스
아소치아티(Sottsass Associati), 네덜란드의케셀스크람머(KesselsKramer), WE, DMD,
미국의뉴욕타임즈, 레비스트로스(Levi Strauss) 등이 주요클라이언트

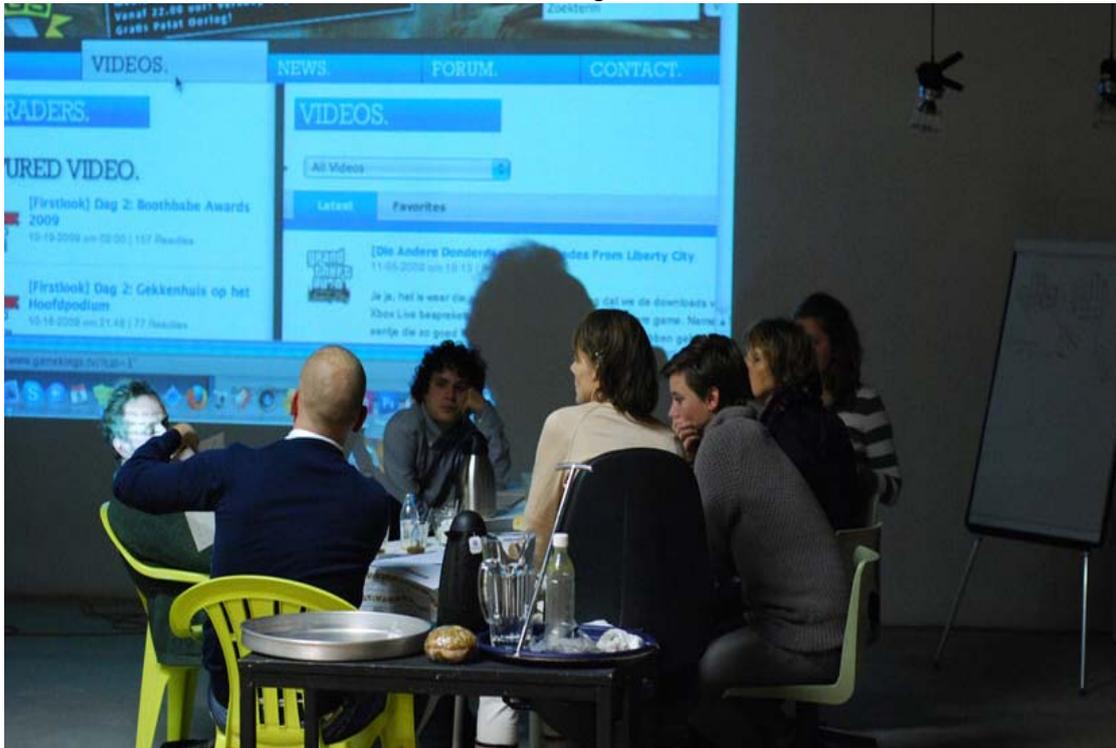
4) 수상경력 및 최근/대표작업



〈표〉 Droog의 다양한 비즈니스11)

11) Droog design(드루그 디자인) 홈페이지, <http://www.droog.com/>

〈그림〉 Droog lab¹²⁾



□ 주요 프로젝트

〈그림〉 ‘오라니엔바움(Oranienbaum) 프로젝트’

‘오라니엔바움(Oranienbaum) 프로젝트’는 지역정체성을 구심점으로 하는 응집된 형태를 취하고 있는 20개 이상의 유니크한 작품들로 구성돼 이들 작품들은 단독적인 컨셉이 아니라 전체적인 더 큰 목적을 위한 한 부분으로 제시되고 있는데, 그 목적이란 바로 동독지역 중 쇠퇴해가는 오라니엔바움을 신선하고 풍부한 자연공원으로 바꾼다는 것이었다. 오라니엔바움이란 17세기에 네덜란드인에 의해 구동독에 세워진 성(城)으로 네덜란드 정부는 이 성의 복구에 많은 노력을 했는데, 데사우뵈리리츠(Dessau Wörlitz) 문화재단은 지역정체성에 새로운 자극을 줌으로써 이 지역을 활성화 시킬 수 있는 방안을 드루그디자인에게 주문했다. 드루그디자인은 선별된 소수의 정예 디자이너들과 이 일에 착수했다. 마르셀 완더스(Marcel Wanders)는 이 지역의 소재를 이용하여 버드나무 의자를 디자인하였으며 마르티 귀세(Marti Guix)는 오렌지와 리큐르(liqueur) 같은 토산품 생산에 대한 몇 개의 컨셉을 제시하였다. 헬라정게리우스(Hella Jongerius)는 시가 밴드(cigar bands)를 디자인함으로써 잊혀지고 있는 이곳의 장인적 전통을 되살리려고 하였다. 또한 유르겐 베이(Jurgen Bey)는 사람들이 산책과 피크닉을 즐길 수 있는 이 18세기식 공원을 위해 떨어진 잎사귀와 건초 등을 압축한 인상적인 의자를 디자인했다. 또한 그는 죽은 나무에 청동 팔걸이와 등받이를 붙여 화려한 의자를 만들었다. 이것들은 사용자와 사용자의 환경을 동시에 고려하는 드루그의 친절정신으로 평가된다.

12) Droog design(드루그 디자인) 홈페이지, <http://www.droog.com/lab/about-the-lab/>

〈그림〉 Droog 암스테르담 사무실 및 전세계의 store 등¹³⁾

droog at home



droog New York



droog Tokyo



Other stores



13) Droog design(드루그 디자인) 홈페이지, <http://www.droog.com/>

9. CONTINUUM

1) 개요

<ul style="list-style-type: none"> · 국가 : 미국 · 대표: Mr.Gianfranco ZACCAI · 설립년도 : <ul style="list-style-type: none"> -Continuum Boston : 1983년 -Continuum Italia : 1986년 -Continuum Korea : 2000년 · 지사현황 : 총 5개 (보스턴, 밀라노, 서울, 상하이, 싱가포르) · 홈페이지 : http://www.dcontinuum.com · 전화번호 <ul style="list-style-type: none"> -Continuum Boston : +1 800 625 5115 · 주소 : <ul style="list-style-type: none"> -Continuum Boston : 1220 Washington StreetWest Newton, MA 02465 	
--	---

· 인원	· 인력구성	· 부서
<p>종사자수: 170명</p> <p>보스턴: 120명 밀라노: 25명 서울: 25명</p>	<p>비디자이너의 전공분야: 심리학, 기계공학, 경영학, 화공학 등 다양한 배경의 전문가로 이루어진 집단.</p>	<p>부서 : 전략(Stratgy), 제품(Product), 브랜드(Brand) 3개의 메인그룹으로 나뉘어 운영되며, 효율적이고 폭넓은 서비스를 제공하기 위하여 각 프로젝트 상황에 맞게 그룹 간 협력 체계를 가지고 있음.</p>

Continuum(컨티눔)은 미국 보스턴(본사)에 위치한 종합 디자인 컨설팅 회사이다. 1983년 잔프랑코 자카이(Gianfranco Zaccai) 디자이너와 제럴드 진들러(Jerrold Zindler)라는 엔지니어에 의해 설립되었다. 다분야 컨설팅을 배경으로 출발하여, 1986년 밀라노, 2000년 서울에 이어 최근 상하이, 싱가포르에 지사를 둔 국제적인 대규모 디자인 기업이다. 초기 주력 비즈니스였던 '제품 디자인'에서 확장되어 '브랜드 익스피리언스', '디자인전략'까지 크게 세 가지 핵심서비스를 중심으로 종합컨설팅을 제공하고 있다.

세계적으로 170명 이상의 직원을 보유하고 있는 대규모 기업인 Continuum(컨티눔)은 다양한 인적구성으로 유명한 IDEO와 마찬가지로 디자인전공자 외 심리학, 기계공학, 경영학, 화화학 등 다양한 배경의 전문가들로 이루어져있다. 점점 확장, 혼

합되는 디자인의 영역에 맞게 다양한 배경과 경험을 가진 이들이 다양한 시각과 관점에서 문제에 접근하여 차별화된 디자인 서비스를 제공해내는 것이 바로 'Continuum(컨티늄)의 핵심 경쟁력' 이기도 하다. 이렇게 디자인 영역이 확장됨과 동시에 Continuum(컨티늄)은 기업고객 외에도 정부기관, 비영리기관, 교육기관 등 다양한 클라이언트를 상대하고 있다.

창업자의 전공 배경은 디자인 Continuum(컨티늄)의 주요 활동 분야에서도 나타나고 있다. 디자인과 공학 간의 결합(Continuum)이라고 할 수 있는 제품 및 산업 디자인 분야에서 Continuum(컨티늄)은 두각을 드러내고 있으며, 이러한 유기적인 결합을 위해서 Continuum(컨티늄)에서는 디자이너와 엔지니어들이 함께 브레인스토밍 방식으로 회의를 한다.¹⁴⁾

각 지사들은 1년에 2차례 정도 사장단 회의를 통하여 전사적으로 추구하는 과제와 미래에 대한 회의를 진행하며 긴밀하게 협업할 수 있는 체계를 구성하고 있다. 또한 글로벌한 인재 육성을 위하여 각 지사의 디자이너에게 3개월간 해외 사무소에 파견되어 다른 환경과 문화에서 일할 수 있는 기회를 제공하고 있다.

확장된 디자인 비즈니스를 위해 과거 'Design Continuum' 이라는 이름에서 제한된 의미로 통용되는 'Design'을 뺀 'Continuum'으로 새 출발을 시도했다. 김영민 Continuum Korea 대표이사는 “디자인 업계의 추세 역시 국한된 디자인 업무에서 총체적이고 전문적인 컨설팅 펌으로 발전하고 있다고 생각합니다. Continuum(컨티늄)도 10년 전만 해도 제품디자인의 비중이 70%정도였는데, 이제 30% 정도로 축소되었고 오히려 브랜드와 전략 프로젝트의 비중이 늘어나는 추세입니다¹⁵⁾” 라고 말한 바 있다.

디자인 컨티늄사는 현재까지 Industrial Design Excellence Awards(IDEA), iF Awards China, Consumer Electronics Show Innovations, Medical Design Excellence Award(MDEA) 등 175개 이상의 디자인상과 330여개 이상의 특허를 확보하고 있다.

2) 비즈니스 현황

① 서비스 분야

초기 주력 비즈니스였던 '제품 디자인'에서 확장되어 '브랜드 익스피리언스', '디자인

14) 이진구, 2001.

15) 월간디자인, 2007년 8월호, 디자인하우스

전략까지 크게 세가지 핵심서비스를 중심으로 종합컨설팅을 제공하고 있다.

제품(Product)	전략 (Strategy)	브랜드 (Brand)
인간공학, 유저 인터페이스, 산업디자인, 엔지니어링, 프로토타입, 제조	소비자 리서치, 마켓 리서치, 신제품 계획, 평가	브랜드 아이덴티티, 브랜드 커뮤니케이션, 패키징, 인터랙티브&웹, 구매 경험

② 서비스 유형

10년전 제품디자인의 비중이 70%에서 현재 30%로 축소, 컨설팅 관련 업무가 증가했다. 가시적인 결과물이 나오는 디자인 업무 외에, 무형의 리서치와 전략적 프로젝트가 회사 업무의 상당한 부분을 차지하며 총체적이고 전문적인 컨설팅 폼으로 발전하고 있다.

③ 디자인 컨티뉴사의 주체: 경영 철학 및 비전

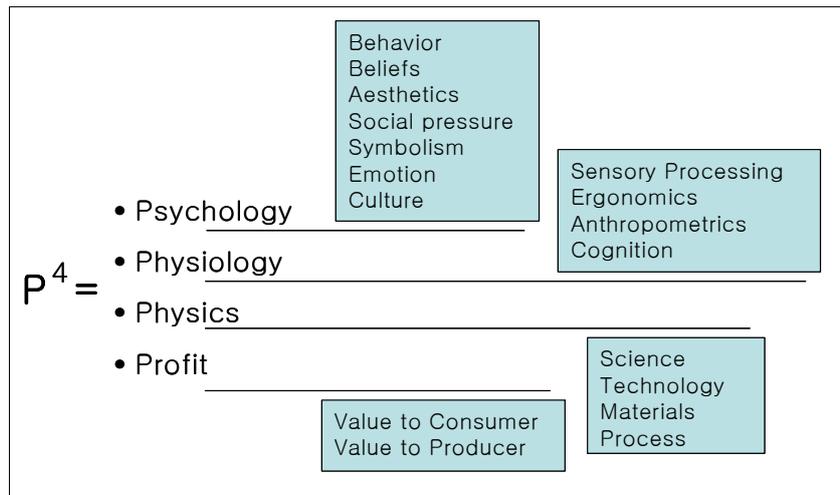
(1) CEO의 사회활동

디자인 컨티뉴사의 CEO인 잔프랑코 자카이는 산업 디자인계에서 세계적으로 왕성한 활동을 하는 것으로 유명하다. 세계 산업디자인 단체협의회(ICSID)에서 활발한 활동을 하거나 미국국제디자이너협회(IDSA)에서 동북부지역 부회장을 역임하고, 2003년에는 디자인경영협회에서 이사에 선출되기도 하였다. 이러한 CEO의 활동을 반영하듯이 잔프랑코 자카이 회장은 디자인을 전략적으로 활용하기 위해서는 빠른 시장 적응력과 다양한 협업능력, 경영자의 디자인 마인드가 중요하며 디자인전문 회사의 역할에 있어서 사회적인 네트워크와 CEO의 역할 등이 중요함을 설명하기도 하였다(한국디자인진흥원, 2003).

(2) 소비자를 이해할 수 있는 공식: P⁴

잔프라코 자카이는 소비자를 이해할 수 있는 공식 P⁴ 라는 이론을 만들었다. 이는 복잡하지만 불완전한 구성원들로 이루어진 불안정한 사회에서 사회적 변화를 읽을 수 있어야 하는 것이 디자이너의 역할로 규정짓고 그에 대해서 체계적으로 접근할 수 있도록 한 것이다. 이 네 가지의 P는 심리학(Psychology), 생리학(Physiology), 물리학(Physics), 이윤(Profit)으로 구성되어 있으며, 각각의 P는 [그림 9]와 같은 구성요소를 지닌다.

이러한 이론과 새로운 관점에서의 디자이너의 역할을 규정짓는 것이 디자인 컨티뉴사가 가지고 있는 디자인 철학과 비전에 반영이 된다고 할 수 있다.



[그림] 디자인 컨티눔사의 P⁴의 구성¹⁶⁾

④ 디자인 컨티눔사의 환경과 자원

디자인 컨티눔사는 패키지나 제품 디자인만이 아니라 총체적인 브랜드 전반에 관한 솔루션을 제공하고 있다. 브랜드 아이덴티티의 확립과 브랜드 스토리텔링 구축 등을 통하여 클라이언트의 전반적인 브랜드 가치를 향상시키는 종합적인 활동을 한다. 이는 디자인전문회사의 고객은 1차 고객이라고 할 수 있는 기업체가 아니라 최종 고객인 소비자를 대상으로 ‘소비자가 만족할 수 있는 디자인’을 제공하고자 하는 것이다.

디자인 컨티눔사의 세 개의 지사에 약 120여 명의 각 분야 전문가들이 BMW, 삼성(Samsung), 리복(Rebok), 필립스(Phillips) 등의 기업들에게 디자인 솔루션을 제공하고 있다. 디자인 솔루션은 메커니즘에 속한다고 볼 수 있다.

⑤ Continuum(컨티눔)의 메커니즘

Continuum(컨티눔)에서는 디자이너의 역할을 확장시켜 눈에 보이는 디자인 자체를 넘어서 사회 전반적인 시각을 통한 디자인을 강조한다. 디자이너는 보기에 좋은 디자인만을 하는 것이 아니라 사회적인 현상을 디자인으로 이끌 수 있어야 한다는 것으로 즉, 환경적인 요소, 정부의 정책, 과학 등 여러 분야에 대한 지식을 확대하고 나아가 이러한 부분과의 협업을 중요하게 여겨야 하는 것이다.

이는 디자인을 하기 전에 사회 전반에 대한 이해가 선행되어야 진정으로 소비자들이 원하는 것이 무엇인지를 알 수 있기 때문이며, Continuum(컨티눔)에서의 디자인이 경쟁력을 가질 수 있는 원천이 되고 있다.

16) <자료원> 한국디자인진흥원(2003), 디자인 코리아

3) 클라이언트

- American Express, Andersen Windows, Aspect Medical Systems, Boston Scientific, BMW, Cambridge SoundWorks, Fluidsense, Pfizer, Johnson Controls, LL Bean, Logitech, Master Lock, Mija Industries, Moen, Numark Industries, Oster, Paceline Systems, Photovac, Polaroid, Procter & Gamble, Reebok, Samsung, Sprint/Nextel, Sunbeam, Target, Waterloo and Zeiss 등 의료, 미용, 생활용품, 전자제품, 운송기기, 전시, 환경 등 다양한 분야의 세계적인 기업들뿐 아니라 여러 공공기관 등을 고객으로 보유하고 있다.
- 다양한 분야의 세계적인 기업들을 클라이언트로 두고 있으며, 각 지사들 모두 현지 고객 외 다양한 해외 기업들을 상대하고 있다.
- 기업 외 상업성을 목표로 하지 않는 클라이언트를 위한 프로젝트 비중 (정부기관, 비영리기관, 교육기관 등) : 싱가포르정부의 이미지 향상을 위한 프로젝트, 저개발 국가의 어린이들 공급용 랩톱 프로젝트 등 비영리 목적의 프로젝트도 진행.

4) 수상경력 및 최근/대표작업

186개 이상의 세계적 권위 있는 수상 경력과 330개 이상의 디자인 실용 특허를 보유하고 있는 Continuum의 대표적인 작품은 매우 다양하다. '21세기를 위한 50가지 위대한 아이디어' 로 선정된 100달러 랩톱(Hundred Dollar Laptop)은 사회적 문제 해결의 일환으로 저개발 국가의 어린이들에게 공급할 수 있도록 MIT 미디어랩과 공동 개발한 것이며, 한국야쿠르트의 토털브랜드 재정립 프로젝트로 사용자와 고객 정성 조사를 통하여 경험 디자인 전략 및 브랜드 전략 그리고 아이덴티티 정립을 위하여 용기, 전달카드, 패키징 전달 시스템 등을 디자인하였다



Hamilton G5 Ventilator GUI (자동 환기 시스템 GUI) (2008 IDEA, Silver)

집중 치료실 환자의 호흡관리를 위한 자동 환기기로, 모니터링 된 환자 상태에 따라 자동으로 반응하여 더 안전한 호흡관리를 가능하게끔 설계되었다. 담당자가 관리 과정에서 발생하는 실수를 줄이고 더 안전한 서비스를 제공할 수 있도록 처음으로 개발된 자동 환기 시스템이다.

〈그림〉 100달러 랩톱, 2005년, 제품디자인¹⁷⁾



〈그림〉 한국야쿠르트, 브랜드 리뉴얼¹⁸⁾



5) 특이사항

- 주로 고객의뢰를 통한 프로젝트를 하고 있으며, 때로는 자체적으로 컨셉 디자인을 개발하기도 한다.
- 전통적인 디자인영역의 한계를 극복하는 '차별화된 서비스'를 제공하기 위하여 철저하고 심층적인 연구를 하고 있다. 다양한 배경을 가진 전문가들이 여러 관점에서 문제에 접근하여 사용자의 니즈 뿐 아니라 '동경과 가치'를 찾아내려는 노력을 하고 있다. 그러한 '사용자에 대한 철저한 이해'를 바탕으로 가장 적절하고 혁신적인 디자인 솔루션을 제공한다.
- '디자인의 도덕'을 강조하는 컨티늄은 사회적 문제를 디자인적 관점에서 해결하려는 노력도 활발하게 하고 있다.

17) Continuum(컨티늄) 홈페이지, <http://www.dcontinuum.com> / 2006 IDEA, Silver Award 수상

18) Continuum(컨티늄) 홈페이지, <http://www.dcontinuum.com> / 2008 IDEA, Bronze 수상

10.SEYMOURPOWELL

1) 개요

<ul style="list-style-type: none"> · 국가 : 영국 · 설립년도 : 1984년 · 대표 : 공동창립자 Richard Seymour와 Dick Powell · 지사현황 : 런던 본사, 서울사무소, 도쿄사무소 · 홈페이지 : http://www.seymourpowell.com/ · 전화번호 : +44 (0)20 7381 6433 · 주소 : 1st Floor, 30 Park Street, London, SE1 9EQ 	
---	--

· 인원	· 인력구성	· 부서
종사자수: 80명 디자이너: 40	모델링 워크숍을 포함하는 디자인개발팀 SPF팀으로 불리는 디자인 리서치팀 생활용품및 구조적 포장 제품의 전반을 다루는 패키징팀	* 특히 디자인리서치팀 은 SPF(시모어파월포사이트 : SeymourpowellForesight)라고 불리며, 13명의 디자이너 출신 전략가들로 이루어진 그룹으로, 다양한 분야의 기업들에게 전략, 브랜드, 칼라, 트렌드 등 디자인 개발 이전의 프로그램에 대한 포괄적인 시각과 실질적이고 혁신적인 전략을 제안하고 있다. (SPF 는 전 세계를 대상으로 한 제품과 고객 성향, 사회경제학적 추세, 만족지향적인 연구를 통한 소비자 반응의 이해라는 관점을 가지고 전체적인 흐름을 조사, 팀 기능의 중요성이 커지고 있음)

런던소재 시모어 파월(Seymour Powell)은 1984 년에 설립된 현재 유럽에서 가장 영향력 있는 제품디자인 전문회사 중 하나이다. 1984년 RCA(Royal College of Art) 출신의 리차드 시모어(Richard Seymour)와 디파월(Dick Powell)이 함께 설립한 시모어 파월(Seymour Powell)은 세련되면서도 급진적이고 혁신적인 제품으로 전 세계 소비자 제조업계에 기여하고 있는 런던의 디자인컨설팅그룹이다. 19)

2004년 2007년 9월에는 최근 급성하고 있는 마케팅컨설팅사인 로위그룹(Loewy

19) Seymour powell(시모어 파월) 홈페이지, <http://seymourpowell.com/>

Group)과 성공적인 M&A를 이루어냈으며 4명의 디자인디렉터(David Fisher, Nick Talbot, Adrian Caroen, Russell Lloyd)가 회사경영에 참여하였고 아시아 등 글로벌시장에서의 이들의 활동 및 영향력이 점차 두드러지고 있다. 영국의 Design Week지가 매년 발표하는 Top 100 Design Group 발표에 따르면 시모어파월은 유럽 내 제품디자인전문 2위며, 로위그룹과의 합병을 통해 전 디자인산업분야 2위를 기록하였다. 현재 80 명의 임직원이 소비제품 및 자동차 모델링워크숍을 포함한 디자인스튜디오, 디자인리서치센터, 생활용품 및 2D 그래픽/구조적 포장제품 전반을 다루는 패키징 팀 등 3 개 분야에서 일하고 있다. 특히 디자인리서치센터는 SPF(시모어파월 포어사이트: Seymour Powell Foresight)라고 불리며 시모어 파월(Seymour Powell)의 경쟁력을 만들어 내고 있다.

(1) Seymour Powell Foresight : 디자인리서치센터

다른 전문회사와 달리 13명의 디자이너 출신으로 구성되어있는 SPF는 디자인전략, 브랜드 DNA, 칼라 및 소재개발, 트렌드 등 제품개발이전의 신제품개발 프로그램에 대한 포괄적인 시각과 매우 실질적이고 혁신적인 서비스를 제안한다.

〈그림 IV-9〉 Seymour Powell Foresight



SPF 는 포어사이트(foresight)라는 말에서도 짐작할 수 있듯이 소비재를 생산하는 회사들에게 미래에 대한 통찰력을 제공하고 이를 기초로 하여 마케팅과 제품 개발에 있어서 더 나은 성과를 거두도록 하는 것을 목표로 하고 있다. 이를 위해 SPF 는 사회적인 변화와 새로운 기술에 대한 포괄적인 시각을 제시하고, 국제적인 네트워크를 활용한 글로벌 라이프스타일과 트렌드를 조사하며, 경쟁사의 브랜드 전략부터 시장, 제품에까지 전 분야에 걸친 명민한 분석, 그리고 소비자의 욕구에 대한 문화인류학적 접근과 디자이너의 본능을 결합시킨 분석과 조사 등, 매우 실질적이고 생생

한 리서치 결과를 바탕으로 전략을 제안한다. 전략 전문가들은 리서치의 결과와 기존의 제품 관련 지식을 결합시키며, 이와 같은 분석적인 정밀함과 시각화 능력은 매니지먼트, 마케팅, 디자인 부서 모두에게 중요성을 갖고 있다.

- 5명의 디렉터 Russell Lloyd, David Fisher, Adrian Caroen, Nick Talbot, Neil Hirst
- 지사현황 : 런던 본사, 서울사무소(아시아대표사무소), 도쿄사무소
- 서울사무소는 아시아 비즈니스의 중심점역할 (향후 잠재 가능성이 큰 중국 비즈니스까지 연결) 한국 비즈니스외 대만을 포함한 중국시장을 담당하는 역할
- 현재 런던 본사에서만 디자인팀 보유, 해외 지사는 없으며 사무소 두 곳.
- 향후 아시아 지역 비즈니스 증대 및 원활한 디자인 지원을 위한 현지 디자이너 채용 논의 중.

(2) 대표연혁

- 2005년 삼성이 덕 파월을 글로벌 디자인 부서의 고문으로 임명
- 2005년 유니레버 그룹의 자회사인 도브 브랜드가 리차드 시모어를 핵심 고문으로 임명
- 2007년 9월, 급성하고 있는 마케팅 컨설팅사인 로위그룹(Loewy Group)과 M&A 성공.
- 영국의 Design Week 지가 매년 발표하는 Top 100 Design Group에서, 시모어파월은 유럽 내 제품디자인전문 2위며 로위그룹과의 합병을 통해서 전 디자인산업분야 2위로 기록됨.

2) 비즈니스 현황

① 서비스 분야

- 제품디자인을 기반으로 디자인개발에 앞서 유저 트렌드 분석 등을 통한 통합서비스를 제공하고 있음.
- 서비스분야 : 민족지학적 사용자조사, 브랜드 및 디자인전략, 트렌드, 혁신프로세스, 운송기기디자인, 제품디자인개발, 구조적(structural) 패키징, 인터랙티브

② 접근법 /방법론

- 소비자의 요구에 부합하는 브랜드와 마케팅, 커뮤니케이션, 유통망과 핵심사업이슈들의 통합을 목표로 ‘완전 상품(whole product)’ 이라는 독창적인 접근법을

사용함

- ‘멀어 보이는 길이 오히려 빠른 길’ 이라는 말은 이러한 접근법을 잘 나타낸다. ‘완전상품’의 개념은 혁신의 과정 속에서 (디자인의 모든 측면을 발전시키기에 시간 여유가 없다는 이유로) 기업이 단순히 현상에 ‘반응’을 하기보다는 한발 앞서 제품 전략을 계획함으로써 장기적 전략 목표를 보유할 수 있도록 한다. 이는 연구 개발의 정확성의 측면에서 대단히 효과적이며 그 예로 혁신적인 제품 생산을 위한 기술적 도구들을 좀더 구체적이고 계획적으로 사용할 수 있다는 점을 들 수 있다. 이제 디자인은 회사의 모든 분야를 통합하고 균형을 맞추어 장기적인 사업 목표로 전환하는데 점점 더 많이 이용되고 있다.

③ 디자인 철학

이러한 시모어 파월(Seymour Powell)의 서비스는 디자인이란 제품을 정의하는 여러 가지 요소를 통합하는 과정이라고 보는 디자인 철학에서 비롯된 것이다. 새로운 제품의 이면엔 리서치, 테크놀로지, 인간공학, 마케팅, 브랜딩 등의 다양한 분야가 있으며, 디자인이 이러한 각 분야를 묶어주는 접착제 역할을 한다는 것이다. 따라서 디자이너는 다양한 분야의 언어를 구사하고 이해할 수 있는 능력을 가지고 있어야 하며, 교향곡의 작곡자 같은 역할을 한다고 본다. 시모어 파월(Seymour Powell)의 디자인 철학의 핵심적인 한 가지 요소는 바로 ‘미래’이다. 그들은 제품의 형태 안에 항상 진화와 혁신을 담고 있다고 믿고 있다. 즉 제품 디자인은 안에 미래를 담고 있으며, 미래를 예측하기 위해서는 항상 인간이 무엇을 원하며 어떻게 원하는가 하는 욕구를 연구해야 한다고 말하고 있다. 인간의 감성적인 욕구가 물질적인 욕구를 바꿔나가기 때문이다.

3) 클라이언트

- 약 136개의 글로벌 기업들을 클라이언트로 두고 있음
- 삼성, 엘지를 비롯하여 BMW, 포드, GM, 도요타, 카시오, 유니레버, 노키아, 미놀타, 테팔, 케세이 퍼시픽, 야마하 모터 등 다양한 분야의 국제적인 기업들에게 브랜드전략, 디자인리서치 등 매우 포괄적이며 혁신적인 디자인을 제안하고 있다.

4) 수상경력 및 최근/대표작업

- 기업 외 상업성을 목표로 하지 않는 클라이언트를 위한 프로젝트 비중 (정부기관, 비영리기관, 교육기관 등) : 1561개의 프로젝트
- 38개의 수상경력



1 머큐리사 주방기구 더마스톤(Thermastone) 가정용 오븐 내부에 기존의 주철 재료 대신 열 보존율이 훨씬 뛰어난 실리콘 카바이드라는 산업용 재료를 이용했다. 소비재에서 아무도 사용하지 않던 산업용 재료를 처음 도입했다.

2,3 벨사의 헬리콥터 42기 인테리어 텍스트론의 벨 헬리콥터 내부 디자인이다. 이 프로젝트를 위해 새로운 디자인을 의뢰받은 시모어파월은 호화스럽고 사치스러운 여행을 은밀, 부귀, 색시함, 극도로 호화스러운 안락함, 리무진의 은밀한 이동성으로 표현했다.

4 사이텍사의 무선 마우스 바닷가 조류에 부드럽게 깎인 조약돌 모양의 약간 큰 마우스이다. 화산으로 형성된 짙은 검은색의 유리 소재에서 이름을 딴 흑요석 마우스는 검정과 실버 투톤으로 매우 정확한 스크롤 감지 휠과 6개의 기능 버튼을 가진 초고속 광마우스다.



〈그림〉 Intelligent Energy: ENV(수소전지연료모터사이클), 2005

자동차, 브라, 휴대전화에서 컴퓨터, 가정용품, 수공예 가방에 이르는 광범위한 분야에 걸친 작업을 진행해 온 시모어 파월(Seymour Powell)의 명성은 이러한 다년간의 능숙함과 국제적 트렌드에 대한 감각, 창조적 사고를 바탕으로 이루어진 것이라고 볼 수 있다.

11. IDEO

1)개요

- 국가 : 미국
- 설립년도 : 1978년
- 설립자 : David M. Kelley 미국 스탠포드대학 제품디자인 프로그램 교수
- 홈페이지 : <http://www.ideo.com/>
- 전화번호 : +1 650 289 3400
- 주소 : 100 Forest Avenue, Palo Alto, CA 94301
- 지사현황 : 총 8개, 샌프란시스코(San Francisco), 파올로 알토(Palo Alto), 시카고(Chicago), 보스턴(Boston), 뉴욕(New York City), 런던(London), 뮌헨(Munich), 상하이(Shanghai)



· 인원	· 조직구성	· 출신학교 현황
종사자수: 550명	사회학자, 디자이너, 심리학자, 건축사, 엔지니어 등 다양한 전공자들이 모여 팀워크를 이루는 것이 차별됨	New York Univ. 5%
		The Univ. of Texas at Austin 5%
		Univ. of California, Los Angeles 4%
		Universidad de Costa Rica 4%

IDEA는 1978년 데이비드 켈리(David Kelly)에 의해 설립되었다. 스탠포드를 졸업한 공학도와 4명의 디자이너로 출발한 IDEO(아이테오)는 550여 명의 직원을 거느린 성공한 디자인전문회사로 평가받고 있다.

설립 22년 만에 3천여 디자인 프로젝트를 수행하고 현재 영국 런던, 독일 뮌헨, 미국의 샌프란시스코, 팔로알토, 시카고, 보스턴, 중국 상하이에 지사를 운영하면서 세계 디자인을 선도하고 있는 미국의 대표적인 종합 디자인컨설팅회사이다.

세계적 디자인을 선도하고 있는 IDEO(아이테오)의 설립배경을 돌아보면 현재의 명성만큼이나 놀라울 정도다. 1978년 기계공학을 전공한 데이비드 켈리(David Kelley,

현재 회장은 팔로알토의 의류상가에 작은 방 두 칸을 얻어 창업을 했고, 이후 [데이비드 켈리 디자인(David Kelly design)]으로 회사 이름을 바꾸고, 설립한지 10년이 되던 해에 증가하는 고객의 요구를 수용하기 위해 런던의 모그리지 어소시에이츠(Moggridge Associates), 샌프란시스코의 ID Two, 팔로알토의 매트릭스(Matrix)와 합병하여 새로운 기업인 IDEO(아이데오)를 출범시켰다²⁰⁾.

1978년 불과 5명의 직원으로 사업을 시작한 IDEO(아이데오)는 2010년 현재 550명 이상의 직원이 근무하고 있으며, 전 세계적으로 해외지사를 보유할 정도로 괄목할만한 발전을 거듭해왔다. 삼성전자의 컴퓨터 싱크마스터 시리즈의 모니터들이 거의 IDEO(아이데오)의 디자인이며 IDEO(아이데오)가 디자인한 모니터로 삼성전자는 각종 디자인공모전에서 수상하였다. 한국의 삼성을 비롯한 세계 굴지의 대기업에서부터 중소기업에 이르기까지 다양한 클라이언트를 확보하며 의료기기, 컴퓨터, 텔레커뮤니케이션 등 특히 첨단 분야에서 두각을 나타내고 있다. 또한 IDEO(아이데오)는 창의적이며 자유로운 사내 근무 분위기로 유명하며 최근에는 클라이언트의 요청에 의해 창의력과 혁신적인 업무수행 과정을 배울 수 교육프로그램도 진행 중이다.

IDEO(아이데오)는 1999년 미국의 비즈니스위크와 IDSA(미국산업디자이너협회)가 주최하는 최고 권위의 디자인 시상제 IDEA(Industrial Design Excellence Awards)에서 금상 2, 은상 4, 동상 6 등 총 12개의 상품에 대해 상을 받아 디자인회사 가운데 최다 수상 기록을 세우는 등 당대 미국 최고의 디자인회사 중 하나로 각광받고 있다.(1995년부터 작년까지 최근 5년간의 IDEA 최다 수상 디자인회사도 역시 IDEO(아이데오)로 총 44개 제품이 수상) 또한 IDEO(아이데오)는 'Fast Company'에서 발표한 가장 혁신적인 기업 50개 중 35위(2010), 25개 중 10위(2009)에 올랐고, '보스턴 컨설팅 그룹'에 의해 세계 혁신적인 기업 중 하나(2005-2007)가 되었으며, '포춘지' 선정 MBA학생들이 가장 일하고 싶은 100곳 중 15위(2009)에 오르는 등²¹⁾ 세계적인 주목과 함께 디자인 컨설팅 업계의 최강자로 꼽히고 있다. 또한 한국경제매거진(2004.8.8)에 따르면 IDEO(아이데오)는 '디자인회사'라기 보다는 기업의 전체적인 경영전략을 짜주는 '컨설팅회사'로 극찬 받고 있다고 하였다. 이렇게 IDEO(아이데오)는 디자인 뿐 아니라 경영 및 제품의 최종적인 이미지까지 관리해주는 '종합컨설팅기업'으로 성장하고 있고, 해외 많은 디자인기업을 포함한 디자인업계가 확장된 개념의 '디자인컨설팅기업'으로 발전해나가는 추세에 따라, 국내 많은 전문회사들도 빠른 대응이 필요하다고 생각한다.

20) 톱켈리, 조너던 리트먼, 이종인 역 (2002) 유쾌한 이노베이션, 세종서적

21) IDEO_Fact_Sheet, IDEO(아이데오) 홈페이지, <http://www.ideo.com/to-go/fact-sheet/>

2) 비즈니스 현황

① 서비스 분야

IDEO(아이데오)는 보다 편리한 디자인을 위해 '인터랙션 디자인(Interaction Design)' 과 인간적인 요소의 연구에 큰 비중을 두고 있다. 또한 산업 디자인과 엔지니어링의 유기적인 통합을 추구하는 영국 디자인의 특성을 살려 생산이 용이한 독창적인 디자인을 개발하는 것이 경영 이념이다. IDEO(아이데오)는 특히 창업자가 공학 출신답게 첨단 과학 기술을 활용하는 제품 디자인에 강세를 보인다. IDEO(아이데오)는 제품 디자인의 경쟁력을 가늠하는 지표로 사용되는 IDEO(아이데오) 우수디자인 상을 많이 수상한 업체로 디자인 개발력과 우수한 디자인 경영 사례로도 연구되고 있으며, 현재 IDEO(아이데오)는 디자인 경쟁력만을 갖춘 디자인전문회사에서 벗어나 리서치, 제품/서비스 개발, 엔지니어링, 브랜딩, 마케팅에 이르기까지 제품/서비스개발의 전 단계에 필요한 모든 서비스를 제공하며 컨설팅 및 일반 기업으로 분류되고 있을 정도이다.

주요 영역 : 브랜딩(Branding), 비즈니스디자인(BusinessDesign), 커뮤니케이션디자인(Communication Design), 전기공학(Electrical engineering), 환경디자인(Environments design), 식품영양(Food science), 의료(Healthcare), 인간공학(Human factors), 산업디자인(Industrial design), 인터랙션디자인(Interaction design), 기계공학(Mechanical engineering), 오가니제이셔널 디자인(Organizational design), 소프트웨어공학(Software engineering)

② IDEO 디자인 프로세스²²⁾

IDEO(아이데오)는 일하는 방식이 다르다고 한다. 현실을 인식하고, 실생활의 상황에서 소비자와 그들의 잠재적 욕구를 관찰한다. 시각화에서는 시뮬레이션과 시제품을 만들어내고, 스토리보드를 활용하여 고객의 경험을 구성할 때도 있다. 개선될 부분을 평가하며, 상업성을 염두에 두고 새로운 컨셉을 실천한다. IDEO(아이데오)는 이런 단순한 방법을 디자인 개발에서 비즈니스 모델개발까지 모든 사업에 적용하고 있다. “This is the IDEO way.” 라고 말하는 IDEO(아이데오)의 방식은 아래와 같다.

22) Businessweek, 2004.5.17, The Power of Design

1. Observation (관찰)	첫 번째는 ‘관찰’이다. 고객으로부터 디자인 의뢰 주문이 들어오면 IDEO는 디자이너, 고고학자, 심리학자, 사회학자 등 다방면의 전문가들로 구성된 컨설팅팀을 구성, 현장에 파견한다. 이들은 설문조사는 물론 비디오촬영, 인터뷰 등을 통해 문제점이 무엇인지 정확히 찾아낸다.
2. Brainstorming (브레인스토밍)	두 번째 단계는 ‘브레인스토밍’ (Brainstorming)의 과정이다. 관찰한 내용을 갖고 전문가들은 의견을 내놓고, 제시된 의견은 모두 수용한다. IDEO 컨설팅팀 내 토론에서는 반대 의견을 내놓을 수 없다. 엉뚱하고 이색적인 아이디어일수록 높은 평가를 받는다. 토론 과정에서 중요한 점은 1시간 이내에 최소 100개 이상의 아이디어를 모으려는 컨설팅 팀원들의 자세다.
3. Rapid Prototyping (신속한 프로토타이핑)	세 번째 단계는 ‘가상모델 만들기’의 과정. 사무실, 병원, 가전제품 등에 실제로 산업 디자인을 적용, 원래 상품과 똑같은 형태의 모델을 만들어 고객들이 직접 이용하도록 한다. TV모형을 만들어 보거나 컴퓨터 본체 모형을 만들어 소비자 반응을 조사하는 것도 이 단계에서 실시된다. 소비자들의 반응은 모조리 기록하고, 불편사항이나 개선해야 할 점은 즉각 수용해 반영한다.
4. Refining (개선)	네 번째 단계는 ‘세련화 과정’ (Refining)이다. 최적의 솔루션을 찾기 위해 적용 가능한 디자인을 몇가지로 압축, 이 가운데 한 가지를 선택하는 작업이다. 이 과정에서는 소비자들의 보다 세심한 의견을 반영, 미세한 부분에 대한 디자인 개선작업이 이뤄진다. 고객사 최고경영자(CEO)가 IDEO의 디자인에 대해 만족하지 않는다면 이 단계에서 재조정을 실시한다.
5. Implementation (실행)	마지막은 ‘실행’이다. 엔지니어, 디자이너 등 제품생산과 관련한 모든 전문가들을 동원, 최종적인 디자인을 만들어내는 것이다. 이 단계에서는 소프트웨어, 전자공학, 우주항공, 로봇, 수학, 그래픽, 자동차, 경영학, 신문방송학, 언어학자, 인체공학, 윤리학, 통계학 등에서 박사학위를 가진 직원들을 총동원, 디자인을 만들고 완성품을 내놓게 된다.

〈표〉 IDEO의 (더 나은 소비자경험을 위한) 5-step 디자인 프로세스

③ 경영 철학 및 비전

IDEO(아이데오)의 대표적 경영 철학은 평등하고 자유로운 기업 문화를 정착함으로써 가장 혁신적이고 창의적인 디자인을 개발하는 것이다. 창의적인 아이디어(Big Idea)는 의뢰기업의 성장과 소비자의 삶에 의미를 제공할 수 있는 혁신적인 것이어야 함을 강조하고 있으며, 바로 이러한 혁신성과 창의성이 IDEO(아이데오)의 경쟁력을 강조한다.

④ 선도 분야 및 고객 기반과 인력 구조

IDEO사는 첨단 기술을 바탕으로 한 제품디자인 개발을 비롯하여 인간 공학, 기계 설비, 환경 등 여러 영역에 걸쳐 종사하고 있다. 최근 고객으로는 BMW, 인텔(Intel), 모토롤라(Motorola), 노키아(Nokia), 피앤지(Procter&Gamble), 삼성(Samsung) 등 일류 기업을 비롯하여 전 세계 다양한 고객 기반을 구축하고 있다.

IDEO(아이데오)는 디자인전문회사로서의 특성을 유지하기 위해 인원의 과다 팽창

을 막고 적정한 수의 회사 인원을 유지 하도록 하는데, 현재 전 세계 400여명의 직원들이 가족같이 편안한 분위기 속에서 일할 수 있도록 하고 있다.

특히 팔로 알토에 속한 160명의 직원을 7개의 빌딩에 설치된 9개의 스튜디오 단위로 분산시켜 그 스튜디오 속에서 다양한 방향성을 가질 수 있는 분산 구조형 기업 구조 및 작업 환경을 만들었다. 이러한 작업 환경은 수평적 의사 결정과 창의적 아이디어를 도출할 수 있는 자유로운 분위기로 연결되었다. 일반적으로 프로젝트는 그 규모에 따라서 적게는 한두 명, 많게는 12~15명 정도의 직원이 참여한다. 획일적이지 않고 혼란스러워 보이기까지 한 스튜디오는 항상 즐겁고 활기찬 분위기를 만들면서 창조적 작업을 할 수 있게 배려한다.

⑤ 메커니즘

(1) 열린 경영 구조

창의성과 혁신성을 강조하는 IDEO(아이데오)는 자신들의 디자인 철학을 구현하기 위해 기업의 조직도를 수평구조로 만들었다. 특히 의뢰인, 외부 전문가, 자사 내의 직원 간에 서로 정보를 교류하고 배워가는 열린 경영 구조는 디지털 기술의 도입으로 더욱 빠르게 변화되는 사회 요구에 신속하게 대처할 수 있는 가볍고 유연한 기업의 모델이 되고 있다.

이러한 열린 경영 구조를 바탕으로 IDEO(아이데오)는 직원들이 창의적인 아이디어를 발산할 수 있도록 하기 위해 많은 업무를 자유로운 브레인스토밍과 조직적인 인프라를 갖추는데 노력해 왔다. 대표적인 예로 다양한 재료와 생산방법에 대한 자료를 수집, 관리, 공유하는 자료 도서관인 테크박스(Techbox)를 들 수 있다. 테크박스는 혁신적인 자료에 대한 물리적 샘플과 생산성 관련 자료를 종합적으로 수집해 둔 것으로, 공학 전공자의 관리 하에 모든 자료를 전산화하여 IDEO(아이데오)의 인트라넷으로 공유된다. 이렇게 인트라넷으로 공유된 자료는 세계에 분산된 IDEO(아이데오)의 모든 사무실에서 쉽게 접속되어 모든 프로젝트의 브레인스토밍 제품 개발 과정에 중요한 자료로 활용되고 있다. 다양한 전문가들이 프로젝트 팀원으로 작업하는 IDEO(아이데오)는 이러한 작업 환경을 조성함으로써 수평적 의사 결정 체계 하에서 모든 분야의 지식을 함께 통합하고 교류할 수 있는 물리적, 가상적 환경을 갖추게 되었다.

(2) 첨단 기술과 산업 디자인의 조화

스탠포드대학교 공대 출신인 CEO와 실리콘 벨리 중심부에 위치한 자사 등에서 볼 수 있듯이 IDEO(아이데오)는 첨단 기술과 디자인의 접목을 통해 독창적 디자인 개발을 추구해 왔다. 특히 IDEO(아이데오)는 디지털 기술을 이용한 첨단 디자인 개

발을 바탕으로 제품 디자인과 이를 효과적으로 생산하기 위한 제품 생산 시스템의 연구에 중점을 두어 왔다.

스탠포드 대학 기계공학과 교수로 겸임하고 있는 IDEO(아이데오)의 CEO인 데이비드 켈리(David Kelly)를 중심으로 IDEO(아이데오)의 디자이너들은 스탠포드 대학의 제품 디자인 프로그램에서 교육하면서 산·학·연 공동 연구 체계를 효과적으로 활용하고 있다. 실제로 스탠포드 대학 출신의 공학도들은 새로운 재료와 생산 기술에 창의적인 아이디어를 도출함으로써 IDEO(아이데오)의 디자인 특수성을 유지하는데 크게 기여하고 있다.

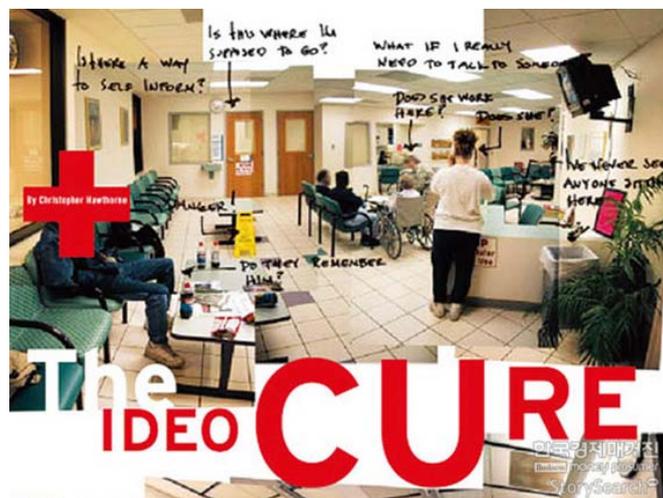
3) 수상경력 및 최근/대표작업

최근 IDEA 수상 결과를 살펴보면 IDEO가 전체 7개 메달을 수상하며 1위

- 주요 프로젝트

1,000개 이상의 특허등록에 이어, 20개의 레드닷 어워드(Red Dot awards), 19개의 iF 하노버 어워드(iF Hanover awards), 10년 연속 비즈니스 위크가 선정하는 산업디자인 대상(IDEA awards)을 수상했을 만큼 'IDEO의 이노베이션'은 유명하다.

- IDEO의 카이저병원 컨설팅 내용²³⁾



- IDEO의 카이저병원 컨설팅 내용²⁴⁾

2003년 가을, 미국의 종합병원인 카이저병원이 IDEO(아이데오)에게 여러 개의 메디컬센터와 수백 개의 사무실을 고객중심으로 개선하기 위해 병원 시설 전반에 대한 디자인 컨설팅을 의뢰하였다.

23) 한국경제매거진, 2004.8.8, [GLOBAL 미국] 산업디자인 귀재 IDEO

산업현장에서 최고의 효율성과 생산성을 끌어내는 IDEO의 능력은 이때부터 본격적으로 드러나기 시작했다. IDEO는 사회학자, 디자이너, 심리학자, 건축사, 엔지니어 등으로 구성된 컨설팅팀을 파견했다. 이들은 카이저병원의 의사, 간호원, 원무과 직원, 환자 등 관련 당사자들을 컨설팅팀의 일원으로 포함시켜 병원의 산업디자인을 재구성하기 위한 작업에 돌입했다. IDEO 컨설팅팀은 병원의 구석구석을 살폈다. 환자가 병원을 방문해 담당 의사를 만나기 전 몇 분이나 기다리는지, 환자의 보호자는 치료시간 중 무슨 일을 하게 되는지, 영어가 통하지 않는 외국인 환자를 병원 직원들은 어떤 식으로 안내하는지 등에 대해 세세한 사항까지 기록했다. 환자들에 대한 설문조사도 실시했다.

몇 달 뒤 IDEO가 내놓은 컨설팅 결과는 놀라웠다. IDEO는 철저히 고객의 입장에서, 다시 말해 환자의 처지에서 보다 편리한 건물·사무실 디자인을 고안해 냈다. 고객들이 불만으로 내놓은 의견들을 고스란히 산업디자인 개념에 접목시켜 기존의 건물을 완전히 뜯어고치는 방안을 카이저 종합병원 측에 제시했다. 카이저병원의 애덤 네머 이사는 “IDEO는 고객의 요구사항을 고스란히 디자인으로 만들어내는 데 귀재”라며 “큰돈을 들이지 않고도 환자의 불편사항을 고칠 수 있어 IDEO의 컨설팅에 대만족” 이라고 말했다.

컴퓨터 시대를 상징하는 최초의 애플 마우스와 플라로이드 카메라, 개인휴대단말기 PDA인 팜 등이 이 회사가 만든 제품들이다.



[1980년] 애플컴퓨터의 의뢰로 개발한 마우스

[1987년] 마이크로소프트(MS)와 공동 개발한 세계 최초의 에르고노믹 마우스



[1991년] 그리드 시스템을 위해서 제작한 팜 패드(Palmpad). 간호사나 경찰관 등 선 채로 정보를 취급하는 일이 많은 유저들을 위해 설계됐다.

[1991년] GO사의 '퍼스널 커뮤니케이터'. 펜에 의한 조작을 실현했다.

24) 한국경제매거진, 2004.8.8, [GLOBAL 미국] 산업디자인 귀재 IDEO



[1997년] 팜 컴퓨팅의 팜. 팜 파일럿에 이어진 프리미엄 제품.



[2001년] 핸드스피링 바이저의 디지털 카메라 모듈'아이모듈2'. 본체의 확장슬롯에 장착해 사용하는 옵션



[2002년] 상품화된 무인 양행의 벽걸이식 CD플레이어. 2005년 뉴욕의 MoMA (Museum of Modern Art)의 영구 컬렉션으로 선택됨



[2003년] 업계 첫 기내선 무선 소형 단말기를 루프트한자테크닉 AG와 공동 개발함



[2004년] 휴렛패커드(HP)를 위해 제작한 'DJammer'의 컨셉 모델.



[2010년] 싱가포르항공을 위해 제작한 기내 좌석 (퍼스트클래스)

〈그림〉 IDEO의 주요 디자인제품들의 역사²⁵⁾

4) 주요 클라이언트

3COM, BBC, BMW, Cannon, Cisco, Dell, Deutsche Telekom, Nokia, NEC, MIT Hewlett-Packard, Lucent, McDonalds, Pepsi-Cola, Xerox, Samsung, Rubbermaid, Polaroid, Procter & Gamble, Qualcomm, Whirlpool, British Airways, Ford, NIKE

25) 지디넷코리아, http://www.zdnet.co.kr/ArticleView.asp?article_id=00000039150047

12. TANGERINE

1) 개요

- 국가 : 영국
- 설립년도 영국 : 1988년 한국 : 2004년
- 대표 : Martin Darbyshire
- 지사현황 : 영국 런던 본사, 한국 서울
- 홈페이지 : <http://www.tangerine.net/>
- 전화번호
 - 영국 : +44 20-7357-0966
 - 한국 : +82 2-553-0213
- 주소
 - 영국 : Unit 9 Blue Lion Place, 237 Long Lane, London, SE1 4PU
 - 한국 : 서울시 강남구 삼성동 149-17, (우) 135-090



1988년 Martin Darbyshire (제품디자이너)에 의해 설립된 영국 Tangerine(탠저린)은 아이데오(IDEO) 등에서 20년 정도 산업 디자인 분야의 혁신전략과 관련된 일을 담당하였던 마틴 다비셔(Martin Darbyshire)와 클라이브 그린이어(Clive Grinyer)가 진정으로 소비자가 원하는 제품 디자인을 만들기 위한 열정으로 1980년대 후반 Tangerine(탠저린)을 설립하였다.

아이팟 디자인으로 유명한 조나단 이브(Jonathan Ive) 등이 Tangerine(탠저린)에 합류하였으며, 현재는 마틴 다비셔와 산업 및 제품 디자인을 전공한 한국인 이돈태가 CEO를 겸하고 있어 한국에 더욱 잘 알려진 기업이기도 하다. 영국 런던 본사에 이어 서울에 한국사무소를 설립, 이를 중심으로 아시아 시장 진출을 적극적으로 유도하고 있다.

Tangerine(탠저린)의 CEO인 마틴 다비셔는 영국의 Design Business Association을 대표하는 디자인 카운슬(Design Council)의 의장을 맡고, 세계 우수 대학의 교수직을 역임하는 등 다양한 네트워크 활동을 하고 있다. 이러한 CEO의 활동과 비전, 우수한 고객 보유, 단순 디자인을 넘어 총체적인 디자인 관련 컨설팅 활동을 한다는 점에서는 다른 전문회사와 비슷하다고 할 수 있다.

그러나 다른 디자인전문회사와의 큰 차이점은 주력 분야가 제품 디자인으로 한정되었다는 것이다. 시장조사나 상품의 방향성을 제시하는 통합적 디자인 컨설팅도 제품 분야로 한정하여 진행하고 있다. 즉 새로운 상품이 얼마나 많은 수익성을 가

저다 줄 것인지에 대해 클라이언트(기업)와 논의하고 어떠한 사업과 브랜드가 연계성을 갖게 될지 시장 조사를 통한 예측을 하는 컨설팅을 진행하는 메커니즘을 지니고 있다.

Tangerine(텐저린)은 디자인 외 재무, 마케팅, 지원 기능 등은 모두 아웃소싱 하는 형태를 취하고 있어 IDEO, Continuum, Seymour powell 등 경쟁사에 비해서 내부 근무하는 직원이 디자이너만 25명 정도에 불과, 물리적인 규모는 상대적으로 훨씬 작다. 그러나 브리티시 에어웨이의 수면이 가능한 좌석, LG전자의 핸드폰, 삼성, 유니레버, 도요타 자동차 등 세계적인 클라이언트를 상대하고 큰 제품 디자인 업계에서 진행한 프로젝트나 CEO의 활동, 수상 경력 등을 살펴보면 우수 디자인전문회사로 평가할 수 있다. 또한 'Tangerine & Partners' 하는 집단을 보유하여 국제적인 디자인 어워드에서 많은 수상을 거두며 제품 디자인에서 세계적으로 두각을 드러내고 있다.

2) 비즈니스 현황

① 서비스 분야

-제품디자인, 유저 인사이트 리서치, 혁신 전략, 브랜딩, 기업 아이덴티티, 인터랙티브 디자인, 인간공학, 컬러/소재/마감과 트렌드 예측
-다분야에 걸친 통합디자인서비스를 제공

② Tangerine & Partners²⁶⁾

특정 분야의 독립적이고, 전문적인 그룹(기업)으로 이루어진 네트워크이며, Tangerine(텐저린)과의 콤바인드 스킬로 최상의 솔루션을 도출하기 위한 파트너십 형태를 유지하고 있다. 제품디자인, 유저 인사이트 리서치, 이노베이션 전략, 브랜딩, CI, 인터랙티브 디자인, 인간공학, colour/material/finish and trend forecasting 등 주로 제품디자인개발과 관련된 모든 통합디자인서비스를 함께 제공하고 있다.

③ 프로세서

단독적으로 사업 프로세스 전체를 담당하기 보다는 비즈니스 성격에 맞게 파트너 회사와 협력체계 결성하고 있다. 브랜딩, 리서치, 트렌드 등 특정 분야의 외부 전문

26) AIG (브랜드&커뮤니케이션wm), Trinity (디자인&트렌드컨설팅즈), West 6 (Colour Material Finish & Forecasting), Viadynamics (전략 메니지먼트 컨설팅즈), Davis Associates (어고노믹스 & 인간공학 스페셜리스트)

가 그룹(기업)등으로 이루어진 네트워크. 컴바인드된 스킬로 최상의 솔루션을 도출하기 위한 “Tangerine&Partners” 파트너쉽 형태를 취하고 있다.

AIG	Trinity	West 6	Viadynamics	Davis Associates
Branding& Communications	Design & trend consultants	Colour material Finish & Forecasting	Strategic management consultants	Ergonomics & human factors specialists

〈표〉 tangerine & partners 27)

3) 클라이언트

Tangerine(텐저린)은 대규모의 기업체를 위한 프로젝트가 대부분이다.

ACCO, Alcatel, Alfi, Auping, British Airways, Cambridge Research Systems, DoCoMo, GlaxoSmithKline, Hyundai, Kodak, LG, Motorola, Nissan, O2 Micro, Orange, Raemian, Rowenta, Samsung, Sanyo, Sky, Toshiba, Toyota, Transport for London, Unilever, Wedgwood, Wilcon homes, Wilkinson Sword

4) 수상경력 및 최근/대표작업

- 27개 이상의 국제적인 디자인 어워드 (red dot, ID, iF, good design 등)
- 대표 작업으로는 영국 항공사 ‘브리티시항공(BA)’의 비즈니스클래스 좌석, 일본

27) tangerine homepage

도시바와 미국 모토롤라의 휴대전화 디자인 등이 대표적이다.



〈그림Ⅳ-7〉 BRITISH AIRWAYS, Club World Sleeper Seat

영국 항공(British Airways)의 새로운 비즈니스 클래스 좌석. 세계 최초로 수평으로 누울 수 있도록 디자인된 이 비즈니스 좌석은 공간의 효율성을 위해 앞뒤로 마주보는 두 개의 좌석이 한 쌍을 이룬다. 이 디자인이 처음 구체화될 때, 뒤로 비행하는 좌석은 승객에게 대단한 저항을 불러일으킬 것이라는 의견이 영국 항공 내에서 지배적이었다. 하지만 비행기 안에서도 편안한 침실을 사용할 수 있다는 상상력에 확신을 가지고 런칭 하였다. 이후 영국 항공은 이 좌석을 통해 현재까지 8년여 동안 비즈니스 클래스에서 연평균 1조 원 이상의 순이익을 올리고 있다.

