

2023
서울디자인
백서

목차

Part 01

서울디자인정책

1-1. 비전과 전략	
1-1-1. 서울시	10
1-1-2. 서울디자인재단	14
1-2. 조직과 예산	
1-2-1. 서울시	16
1-2-2. 서울디자인재단	20
1-3. 제도(조례)	
1-3-1. 공공미술	26
1-4. 운영시설	
1-4-1. DDP	30
1-4-2. 서울생활용플라자	34
1-4-3. 서울디자인창업센터	37

Part 02

경제·산업

2-1. 디자인산업	
2-1-1. 디자인주도 산업 혁신을 위한 디자인기업 육성	42
2-1-2. 서울디자인 2023	60
2-1-3. DDP디자인론칭페어	70
2-1-4. DDP디자인스토어 운영	72
2-1-5. 글로벌 디자인시장 판로 개척 지원	76
2-1-6. 지속가능 디자인산업 지원	82
2-1-7. 디자인창업센터 프로그램 운영	85
2-2. 생활용산업	
2-2-1. 제로웨이스트 전진기지 서울생활용플라자	89

Part 03

사회

3-1. 사회문제해결디자인

3-1-1. 액티브디자인	98
3-1-2. 약자동행 디자인산업 활성화 지원	100
3-1-3. 빛공해 없는 편안한 빛환경 조성	103

3-2. 유니버설디자인

3-2-1. 유니버설디자인 기본계획 수립	107
3-2-2. 유니버설디자인 적용	109
3-2-3. 복지시설 유니버설디자인 가이드라인 고도화	112
3-2-4. 유니버설디자인 활성화 및 확산	114

Part 04

도시·환경

4-1. 도시경관디자인

4-1-1. 도시경관 개선	126
4-1-2. 빛 디자인	131
4-1-3. 간판이 아름다운 도시	134
4-1-4. 미디어아트 서울	136

4-2. 공공디자인

4-2-1. 서울 편 디자인	143
4-2-2. 2024 서울색 개발	147
4-2-3. 지하철 노선도	152
4-2-4. 디자인협력 프로젝트 '서울디자인 X ㄷ'	159
4-2-5. 디자인 행정서비스 및 공공디자인 컨설팅 서비스	161

4-3. 공공미술

4-3-1. 공공미술정책 기반 조성	164
4-3-2. 시민참여 공공미술 프로젝트	168
4-3-3. 서울숲 공공미술 프로젝트	174

Part 05

문화

5-1. 전시

5-1-1. 디자인 융합 기획전시	180
5-1-2. 디자인&디자이너 전시 및 DDP 포럼	187
5-1-3. 오픈큐레이팅	196
5-1-4. 협력전시	201
5-1-5. K-컬처 전시	206
5-1-6. 서울디자인정원	208
5-1-7. 디지털디자인 45133	210

5-2. 행사

5-2-1. 서울라이트	216
5-2-2. DDP 시즌별 콘텐츠	224
5-2-3. DDP 투어	228
5-2-4. 서울디자인어워드	231

Part 06

소통

6-1. 연구

6-1-1. 서울디자인백서 확산 패키지	240
6-1-2. 디자인 트렌드 리포트	244
6-1-3. 서울디자인자산	248
6-1-4. 서울디자인리포터	251
6-1-5. 디자이너 아카이빙	254
6-1-6. 매거진 라이브러리 운영	256

6-2. 교육

6-2-1. 새활용 교육	258
---------------	-----

6-3. 네트워크

6-3-1. 국내외 디자인 협력, 디자인 교류, 디자인 외교	262
6-3-2. 유네스코 창의도시 네트워크	264
6-3-3. 세계디자인기구(WDO)	267
6-3-4. DDP 멤버십	269

Part 01



서울디자인정책

- 1-1. 비전과 전략
- 1-2. 조직과 예산
- 1-3. 제도(조례)
- 1-4. 운영시설

2023년은 서울이 디자인서울 2.0을 통해 새로운 도약을 이룬 해였다. 디자인서울 2.0은 서울시가 디자인으로 도시를 활기차고 매력적으로 만들기 위한 프로젝트로, 인간, 문화, 콘텐츠 중심의 소프트서울(Soft Seoul)이라는 디자인서울 1.0의 디자인 철학을 계승하면서, 세계적 기준에 부합하는 서울의 디자인 정체성을 정립하는 것을 목표로 했다. 2023년은 이 프로젝트를 통해 서울을 글로벌 TOP5의 경쟁력 있는 디자인 도시로 도약시키기 위한 첫 발걸음을 내딛은 해였다. 또한 서울디자인재단은 새롭게 발표된 디자인서울 2.0에 발맞춰 다양한 디자인정책 및 사업을 도입했다.

DDP



역대 최대 방문객
최대 가동률
최대 영업수익



최대 방문객
13,735,591 명



시설 가동률
79%

※ 국내 대관시설 중 최고 수준의 가동률('23년 국내 타 기관 가동률: 일산 킨텍스 54%, 부산 벡스코 61%)

서울 새활용플라자



방문객
58,779 명



교육 프로그램 참여자
16,648 명

서울디자인 창업센터



입주기업
34 개



창업지원 프로그램 실적 만족도
92.8%

1-1. 비전과 전략

1-1-1. 서울시




서울시는 2007년부터 2010년까지 디자인서울 1.0을 통해 하드시티에서 소프트시티로 정책 패러다임을 전환했다. 이는 기능 중심에서 인간 중심으로, 자동차 중심에서 보행자 중심으로, 엄숙주의에서 즐거운 도시로, 관조형 도시에서 참여형 도시로의 전환을 의미한다. 서울시는 도시이미지 조성 사업이 상대적으로 축소되고 사회문제 중심으로 사업이 추진됨에 따라 새로운 디자인정책을 통해 활력있는 도시를 만들고자 했다. 이에 디자인서울 2.0을 통해 소프트서울(1.0)에 액티브서울(2.0)을 더하여 즐거운 활력도시를 조성하고, 기본만들기(1.0)에서 이미지 만들기(2.0)를 통해 서울을 글로벌 TOP5 도시로 성장시키는 것을 목표로 했다. 디자인서울 2.0의 주요 내용은 시정 전반에 디자인 관점을 도입해 서울을 고품격 스마트 디자인 도시로 만들고, 우수 디자인 건축 인센티브제 등을 통해 공공은 물론 민간 영역까지 예술적 감성의 디자인을 확대하는 것이다. 또한, 도시경관을 획기적으로 개선하여 서울을 '디자인 랜드마크'로 복원하는 것을 목표로 하고 있다.

디자인서울 2.0의 주요 차별점은 소프트서울(유연함)과 펀더멘털(기본)을 넘어 즐거운 활력 도시를 만들고, 가이드라인 중심 관리체계에서 디자인플랫폼을 통해 협력하는 도시로 진화하는 것에 있다. 이 단계에서는 공감 디자인, 포용 디자인, 공헌 디자인, 회복 디자인, 지속가능 디자인이라는 5가지 원칙이 새롭게 제시되었고, 이를 뒷받침하는 15개의 소원칙이 함께 적용된다.

2023 서울시 디자인정책 비전과 전략

비전	도시 매력과 품격이 살아있는 디자인도시 서울
추진 목표	시민이 일상에서 체감하는 디자인감성 도시, 디자인계의 성장과 공헌이 활발한 디자인산업 도시, 낮과 밤의 경관이 아름다운 디자인경관 도시

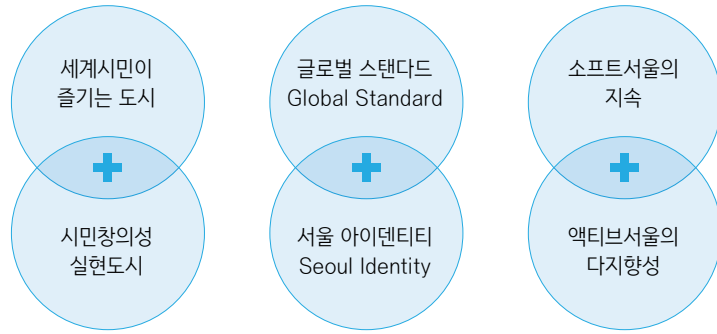
핵심과제

 <p>01 서울형 경관과 매력공간을 창조하는 공감디자인</p>	 <p>02 세대와 약자를 포용, 세계시민이 즐기는 포용·공헌디자인</p>	 <p>03 안전, 안심, 건강과 디자인생태계를 위한 회복·지속가능디자인</p>
<ul style="list-style-type: none"> ① 일상에 즐거움과 재미를 더하는 서울 편 디자인 추진 ② 서체·빛·색으로 서울다움 구현 ③ 서울의 이미지가 되는 특화경관 조성 ④ 활력있는 야간경관 연출 ⑤ 시민 누구나 즐기는 미디어아트 서울 구현 ⑥ 옥외광고물 질적 향상으로 쾌적한 도시미관 조성 	<ul style="list-style-type: none"> ① 모든 세대와 약자를 포용하는 유니버설디자인 추진 ② 도시 곳곳이 예술이 되는 도시예술 프로젝트 추진 ③ 약자와 환경을 생각하는 디자인산업 육성 ④ 디자인관점 도입을 통한 창의행정 고도화 	<ul style="list-style-type: none"> ① 안전·편의·매력 증진을 위한 표준 공공디자인 개발 ② 안심 보행환경 조성을 위한 골목길 스마트 보안등 설치 ③ 건강하고 행복한 일상을 위한 액티브디자인 추진 ④ 지하철 유휴공간 혁신 프로젝트 추진 ⑤ 디자인 주도 산업혁신을 위한 디자인기업 육성 ⑥ DDP 행정재산 일부 SBA 관리위탁

디자인서울 1.0 vs 디자인서울 2.0

디자인서울 1.0 2007-2010	디자인서울 2.0 2023-2027
소프트서울	액티브서울
글로벌 TOP10	글로벌 TOP5
도시기본 만들기(펀더멘털)	도시이미지 만들기(아이덴티티)
공공디자인 가이드라인 확립	모든 부서가 협업하는 디자인서울플랫폼
디자인서울 4원칙	디자인서울 5원칙 15소원칙
비우는 디자인, 통합하는 디자인	공감디자인, 포용디자인, 공헌디자인
더불어하는 디자인, 지속가능디자인	회복디자인, 지속가능디자인

디자인서울 2.0의 지향점



글로벌 TOP 10

하드시티에서 소프트시티로
SOFT SEOUL
2007-2010

ACTIVE SEOUL
2023-2027

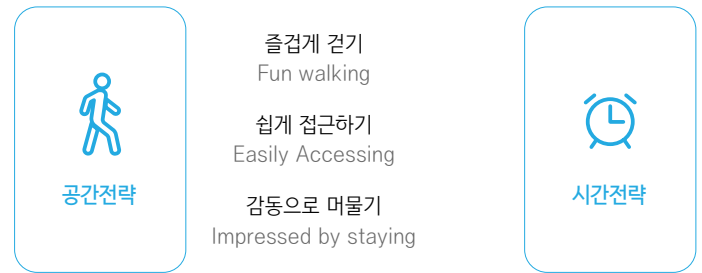
소프트서울의 지속

- 비우는 디자인
- 통합하는 디자인
- 더불어하는 디자인
- 지속가능디자인

즐거운 활력도시 서울 글로벌 TOP 5

- 서울경관 보존과 관리에서 형성으로
- 서울정체성 표준디자인에서 개성으로
- 편 디자인 엄숙근엄함에서 즐거움으로
- 포용·회복디자인 여러세대가 함께 편안한
- 공헌디자인 디자인으로 도움을 주는

디자인서울 2.0의 5전략



디자인서울 5원칙



디자인서울 15소원칙

- 공감디자인** (Empathetic design): 1 서울스케이프, 2 서울아이덴티티, 3 서울 편
- 포용디자인** (Inclusive design): 4 세대포용디자인, 5 문화융합디자인, 6 유니버설디자인
- 공헌디자인** (Contribution design): 7 디자인협력, 8 디자인교류, 9 디자인외교
- 회복디자인** (Resilient design): 10 안전디자인, 11 건강디자인, 12 일상회복디자인
- 지속가능디자인** (Sustainable design): 13 생태지속디자인, 14 경제지속디자인, 15 학습지속디자인



1-1-2. 서울디자인재단

서울디자인재단은 2008년 12월 16일 설립되어, 디자인을 통해 시민의 삶의 질을 향상시키고 디자인문화의 확산과 디자인산업 진흥을 위해 다양한 사업을 수행하고 있다. 재단은 디자인을 통한 변화와 확산을 꿈꾸며, 서울이 직면한 문제들을 디자인을 통해 해결하기 위해 다양한 사업을 실행하고 있다.

설립 개요

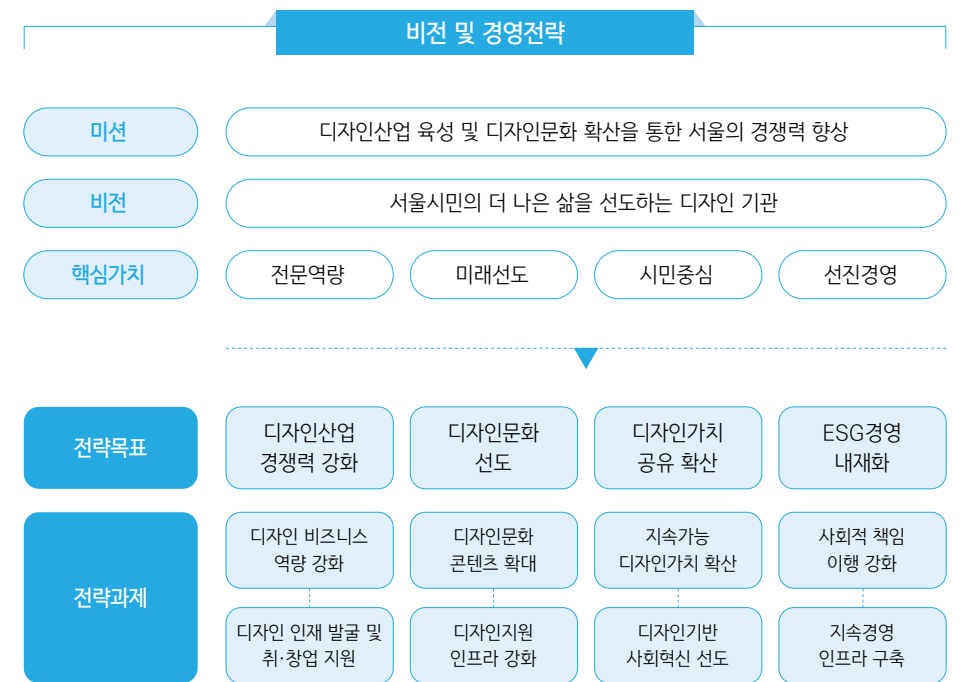
설립일	2008. 12. 16.
위치	종로구 율곡로 283
인력	정원 160명
주요 사업	DDP 운영, 디자인기반 사업, 디자인산업 지원
설립 목적	DDP 시설을 기반으로 서울의 디자인 진흥 및 디자인문화 확산에 필요한 각종 사업을 성공적으로 수행함으로써 시민 삶의 질 제고 및 서울의 디자인 경쟁력을 국제적 수준으로 향상
설립 근거	민법 및 서울특별시 재단법인 서울디자인재단 설립 및 운영조례

연혁



서울디자인재단의 미션은 디자인산업의 육성과 디자인문화 확산을 통해 서울의 경쟁력을 향상시키는 것이며, 비전은 서울시민의 더 나은 삶을 선도하는 디자인 기관이 되는 것이다. 이를 위해 재단은 핵심 가치를 전문역량, 미래선도, 시민중심, 선진경영에 두고 디자인산업 경쟁력 강화, 디자인문화 선도, 디자인가치 공유 확산, ESG 경영 내재화라는 4개의 전략 목표를 설정했다.

디자인산업 경쟁력 강화를 위해 서울디자인재단은 디자인 비즈니스 역량 강화와 디자인 인재 발굴 및 취·창업 지원이라는 두 가지 과제를 수행하고 있다. 디자인문화 선도를 위해서는 디자인문화 콘텐츠 확대와 디자인지원 인프라 강화를 목표로 하고 있으며, 디자인가치 공유 확산을 위해서는 지속 가능 디자인가치 확산과 디자인기반 사회혁신 선도라는 두 가지 과제를 추진한다. 마지막으로 ESG 경영 내재화를 위해서는 사회적 책임 이행 강화와 지속 경영 인프라 구축이라는 두 가지 전략 과제를 수행하고 있다.



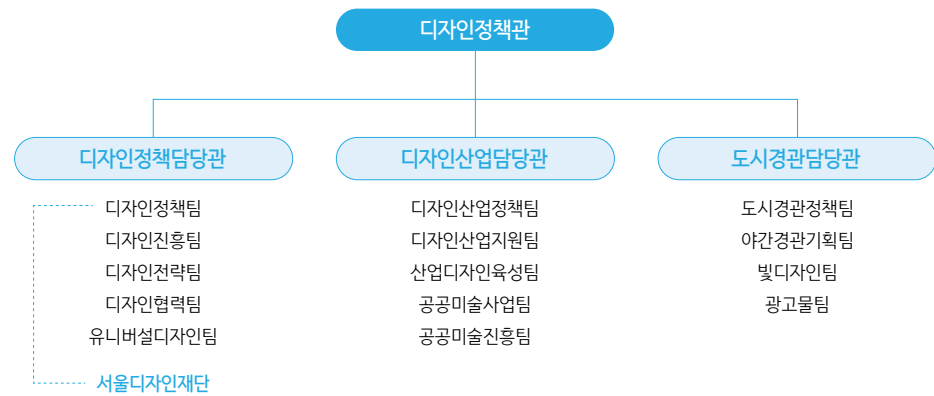
1-2. 조직과 예산

1-2-1. 서울시

2023년 9월 말 기준 서울시 디자인정책관은 1본부, 3과로 구성되어 있다. 디자인정책담당관에는 디자인정책팀, 디자인진흥팀, 디자인전략팀, 디자인협력팀, 유니버설디자인팀이 있다. 디자인정책팀은 서울디자인재단의 주무부서이다. 디자인산업담당관 산하에는 디자인산업정책팀, 디자인산업지원팀, 산업디자인육성팀, 공공미술사업팀, 공공미술진흥팀이 속해 있다. 도시경관담당관에는 도시경관정책팀, 야간경관기획팀, 빛디자인팀, 광고물팀이 포함되어 있다.

조직

3과 14개팀 / 1출연기관(2023년 9월 말 기준)



2022년 기준 디자인정책담당관은 디자인정책팀, 공공디자인사업팀, 공공디자인진흥팀, 유니버설디자인팀, 공공미술사업팀, 공공미술진흥팀 6팀으로 구성되어 있었다. 공공디자인업무는 2014년 도시공간개선단으로 이관되었다가 2018년 8월 30일 자로 디자인정책과로 재편되었다. 유니버설디자인은 단일 사업이었으나 2020년 7월 10일 유니버설디자인팀으로 분리되었다.

2022년에는 공공디자인사업팀과 공공디자인진흥팀이 디자인정책담당관에 귀속되어 있었으나, 2023년 디자인산업담당관으로 편입되면서 디자인산업담당관은 5개의 팀으로, 디자인정책담당관도 5개의 팀으로 구성되는 등 변화가 있었다.

인력 정원 71명 / 현원 69명

(단위 : 명, 2023년 9월 말 기준)

구분	계	개방형·일반직					관리운영	임기제
		3급	4급	5급	6급	7급 이하		
계	71/69	1/1	3/3	16/16	19/19	19/18	1/1	12/11
디자인정책담당관	27/27	1/1	1/1	4/4	8/6	4/7	1/1	8/7
디자인산업담당관	21/19		1/1	6/6	4/4	7/5		3/3
도시경관담당관	23/23		1/1	6/6	7/9	8/6		1/1

부서별 주요 업무

부서	주요 업무
디자인정책담당관	<ul style="list-style-type: none"> 디자인정책 총괄·기획, 서울디자인재단 지도·감독, DDP 관리위탁 공공디자인 사업 및 진흥을 위한 사업 추진, 위원회 운영 국내·외 디자인협력, UD를 위한 사업 추진, 성과 확산, 제도 개선
디자인산업담당관	<ul style="list-style-type: none"> 디자인산업 진흥정책 수립 및 시행, 사업 발굴 및 기획 디자인기업 및 우수 디자이너, 산업디자인 발굴·육성·지원에 관한 사항 공공미술 사업 및 진흥을 위한 사업 추진, 제도 개선, 위원회 운영
도시경관담당관	<ul style="list-style-type: none"> 도시경관 정책 수립 및 시행, 경관협정 및 경관 사업 시행에 관한 사항 좋은빛 환경 조성 및 빛 활용 축제, 빛 미디어 사업 시행 옥외광고물 정책 총괄 기획, 옥외광고물 자유표시구역 및 특정구역 지정

서울시 디자인정책 사업예산

세입·세출별예산(2023년 9월 기준)

(단위: 백만 원)

구분	2023년		2022년(B) (최종예산)	증감		
	본예산(A)	예산현액		증감(A-B)	증감률	
계	498	673	769	△271	△35.2%	
일반회계	498	673	769	△271	△35.2%	
세입	재산임대 수입	139	139	2	1.2%	
	이자 수입	20	20	△11	△35.9%	
	보조금 반환 수입	339	339	△254	△42.9%	
	기타 수입	-	175	-	-	
	과년도 수입	1	1	8	△7	△87.5%
	계	64,700	73,921	45,798	18,902	41.3%
세출	일반회계	64,400	73,621	45,563	18,837	41.3%
	도시개발특별회계	300	300	235	65	27.7%

부서별 세출예산

(단위: 백만 원)

부서명	2023년		2022년(B) (최종예산)	증감액(A-B)	증감률
	본예산(A)	예산현액			
계	64,700	73,921	45,798	18,902	41.3%
디자인정책담당관	40,181	47,071	33,230	6,951	20.9%
디자인산업담당관	7,197	8,093	228	6,969	3,056.6%
도시경관담당관	17,322	18,758	12,341	4,981	40.4%

※ 예산현액: 본예산 + 이월·추경예산 / 최종예산: 본예산 + 추경예산(이월예산 미포함)

※ 2023.7.1.조 조직 개편에 따른 일부 사업 예산 및 기본경비 이체(디자인정책담당관 → 디자인산업담당관)로 인해 2023년 부서별 본예산 및 예산현액 변경

2023년 서울시 디자인정책과의 '도시매력과 품격이 살아있는 디자인도시 서울'을 실행하기 위한 단위 사업은 크게 서울형 경관과 즐거움을 창조하는 공감디자인, 세대를 통합하고 세계시민이 즐기는 포용·공헌디자인, 안심일상과 디자인생태계를 위한 회복·지속가능디자인으로 구분된다. 서울형 경관과 즐거움을 창조하는 공감디자인에서 첫 번째, 자연·도시·사람을 아우르는 도시경관 디자인 추진에 사업예산 3,950백만 원이 소요되었으며 해당 사업의 추진 실적으로 2040 서울특별시 경관 계획 수립 용역 추진 및 도시경관 개선사업의 추진이 있었다. 두 번째, 아름다운 야간경관을 위한 빛 디자인 추진은 서울을 상징하는 빛을 통해 멋과 감성이 살아있는 아름다운 밤 풍경을 조성하고 서울시의 빛정책 홍보를 위해 국제 도시빛 정책교류 활동을 강화하기 위한 것으로, 사업예산 2,910백만 원이 소요되었다. 세 번째, 간판이 아름다운 도시 조성은 좋은간판 공모전과 전시로 시민참여 중심의 좋은간판 발굴, 확산 및 불법 광고물 정비를 통해 쾌적하고 아름다운 도시환경을 조성하기 위한 것으로, 1,270백만 원의 예산이 소요되었다. 네 번째, 세계적인 미디어아트 서울 추진은 광화문

광장, 한강 수변에 미디어아트 빛축제 개최를 통한 서울 빛 랜드마크를 조성하고 상설 전시플랫폼을 운영하여 관광활성화 및 관련 산업을 육성하기 위한 것으로, 6,040백만 원의 예산이 소요되었으며 해당 사업을 통해 서울라이트 광화문, 서울라이트 한강 빛섬, 미디어아트 전시플랫폼 등을 진행했다. 다섯 번째는 일상에 즐거움과 재미를 더하는 서울 편 디자인의 추진이며, 시민 힐링 시설물 개발 및 시민 휴식공간 조성 등 편 디자인 프로젝트 추진을 통해 시민들에게 일상의 즐거움과 활력을 제공하기 위한 것으로 1,687백만 원의 예산이 소요되었다.

세대를 통합하고 세계시민이 즐기는 포용·공헌디자인 사업은 총 세 개의 세부 사업이 추진되었다. 첫째로 모든 세대와 약자를 포용하는 유니버설디자인 추진을 통해 서울시 전역에 유니버설디자인(UD)을 보편적으로 적용하여 모든 세대와 약자를 포용하는 '유니버설디자인 도시, 서울'을 구현하고자 하였으며 969백만 원의 예산이 소요되었다. 고품격 도시형 공공미술 프로젝트 '서울은 미술관 2.0'은 도시 매력을 창출하는 품격 높은 공공미술로 서울 도시예술평대 명소 조성 및 참신한 작가와 대학생들이 참여하는 실험적 공공미술 프로젝트를 추진하는 것으로, 3,348백만 원의 예산이 소요되었다. 국내외 디자인협력·디자인교류·디자인외교 추진은 시 내부 조직 간, 자치구, 기업이 디자인으로 협력하는 협력플랫폼을 구축하고 우리시가 선도적으로 추진하고 있는 디자인 시장의 세계화를 추진하기 위한 것으로 1,335백만 원의 사업예산이 소요되었다.

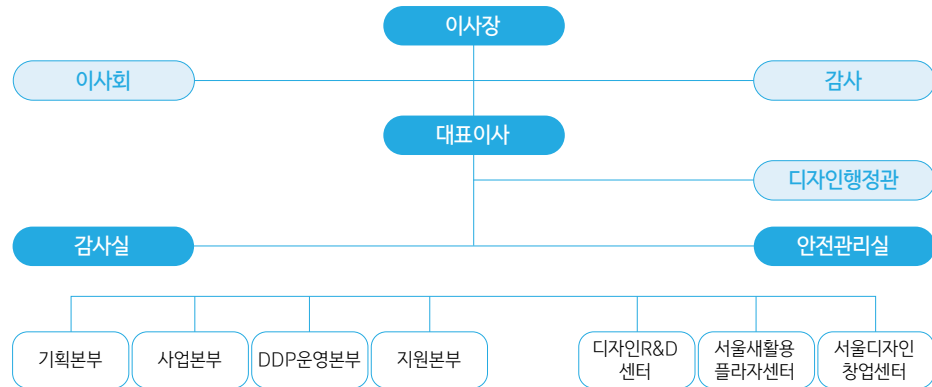
안심일상과 디자인생태계를 위한 회복·지속가능디자인은 네 개의 세부 사업이 시행되었으며, 첫째로 안전한 산업현장과 안심일상을 위한 안전디자인 추진은 '중대재해처벌법' 시행에 따른 산업현장 근로자의 안전관리를 강화하고 시민들이 체감할 수 있는 예방중심 안전관리 가능 환경을 조성하기 위한 것으로, 785백만 원의 예산이 소요되었다. 두 번째로 건강하고 행복한 일상을 위한 액티브 디자인 추진을 통해 상황별·대상별 운동 약자들을 포함한 시민 누구나 건강한 삶을 누릴 수 있는 환경을 조성하여 시민의 건강·행복·공감 지수를 제고하였으며, 948백만 원의 사업예산이 소요되었다. 세 번째로 약자와 환경을 생각하는 디자인산업 육성은 서울시 디자인산업 기반을 조성하고 약자의 일상 편의성 제고 및 지속가능 디자인 제품 개발을 통해 디자인산업의 경쟁력을 강화하려는 취지에서 진행되었으며, 1,740백만 원의 예산이 소요되었다. 디자인 주도 산업 혁신을 위한 디자인기업 육성은 중소기업 및 디자인기업의 상생환경 조성으로 디자인산업 생태계를 확장하고, 디자인 스타트업 지원으로 디자인산업을 활성화하고 저변을 확대하고자 하는 취지에서 전개되었으며 2,210백만 원의 사업예산이 소요되었다. 마지막으로 빛공해 없는 편안한 빛환경 조성은 건강하고 쾌적한 환경에서 생활할 수 있는 빛환경 조성 및 안전사각지대 해소와 시민 안심귀가 환경 조성을 위해 실시되었으며, 스마트보안등 1,828백만 원, 공모전 70백만 원으로 총 1,898백만 원의 예산이 소요되었다.

1-2-2. 서울디자인재단

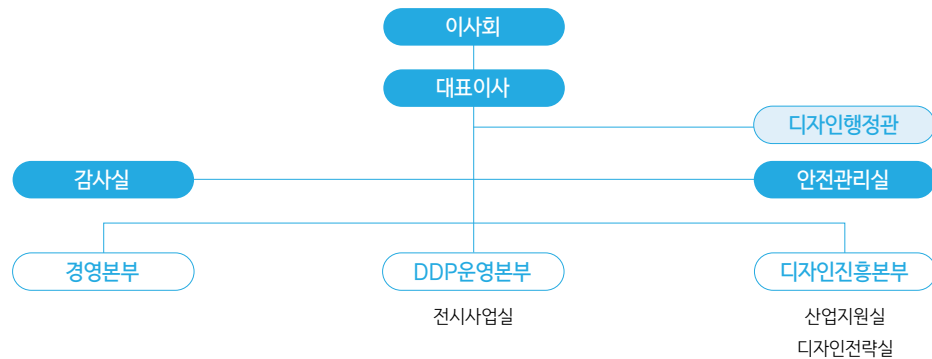
2023년 서울디자인재단 조직은 3본부 5실 1관으로 구성되어 운영되었다. 행정안전부 및 서울시의 투자·출연기관 조직혁신 기조에 따라 기획본부와 지원본부가 경영본부로 통합되었고, 사업본부는 디자인진흥본부로 변경되었으며, DDP운영본부까지 3본부 중심의 조직으로 개편되었다.

디자인서울 2.0 추진 및 디자인산업 육성사업 대행 등 서울시 디자인정책관과의 업무 협력실행 구조화 추진에 따라 DDP운영본부와 디자인진흥본부에 전시사업실, 산업지원실, 디자인전략실을 신설하였다. DDP운영본부의 전시사업실은 DDP의 전시행사 콘텐츠의 운영 강화를 위해 전시1팀, 전시2팀, 디지털디자인팀으로 구성되었다. 디자인전략실의 업사이클디자인팀, 산업지원실 창업지원팀은 기존 서울새활용플라자센터, 서울디자인창업센터가 팀 단위로 개편되었으며, 디자인전략실 유니버설디자인팀은 서울특별시 유니버설디자인센터 운영 업무가 서울시에서 재단으로 이관되어 고 유사업화되면서 신설되었다.

2022년 조직도



2023년 조직도



서울디자인재단 본부별 주요 업무

본부	실/팀	주요 업무
경영본부	기획팀	- 재단 중장기 비전 및 예산·사업·조직 계획 - 시·의회, 이사회, 경영평가, 재단 규정 제·개정 등
	홍보팀	- 국내외 홍보 및 언론·매체 협력 - 홈페이지, 뉴미디어 운영 및 온라인 홍보 운영
	인사팀	- 인사 및 노무관리(인력, 채용, 보수, 복무, 근무평가 등) - 인재 육성 교육 기획·운영, 조직문화 개선 등
	총무팀	- 행정정보 물품관리, 복지제도, 사회공헌 활동 운영 - 정보화관리, 전산시스템 지원 기획·운영 등
	재무팀	- 예산 집행 관리, 회계 및 세무, 업무추진비 관리 - 계약 및 공공구매 운영 등
DDP 운영본부	마케팅팀	- DDP 운영 전략 수립 및 실행 관리, DDP 운영지표 관리 - DDP 대관 기획 및 마케팅, 지역상권 협력 및 활성화 지원
	시설팀	- DDP 시설 개보수 및 안전 유지 관리 - DDP 임대 사업 운영
디자인 진흥본부	전시사업실	전시1팀 - DDP 기획전시, 청년 창작자 양성 사업 및 포럼 기획·운영 - 수장고, 소장품 관리·운영 전시2팀 - 서울라이트 기획·운영, DDP 투어 기획·운영 - 시민 참여 문화행사 및 협력 콘텐츠 유치
	디지털 디자인팀	- 디지털디자인 사업 기획·운영, DDP메타버스 기획·운영 - 디자인 라이브러리 및 디자이너 아카이빙 기획·운영
	디자인 산업팀	- 디자인 전문 MICE '서울디자인 2023', 'DDP디자인페어' 기획·운영 - '서울디자인 대학생 워크숍' 기획·운영
디자인 전략실	산업지원실	디자인 브랜드팀 - DDP디자인스토어 상품 발굴 및 기획상품 개발 - 우수디자인상품 국내외 판로 개척 및 확산 위한 스토어 운영 - 지속가능한 디자인제품서비스 판로 개척 지원 대행 사업 운영 등 창업지원팀 - 청년 디자이너 창업 및 입주기업 육성 프로그램 기획·운영 - 중소기업 산업디자인 개발 지원 대행 사업 운영 - 서울디자인창업센터 시설 안전·유지 관리 등
	대외협력팀	- 국제 서울디자인어워드 운영, 서울디자인자산 사업 - 유네스코디자인창의도시 등 글로벌 네트워크 협력
	유니버설 디자인팀	- 서울특별시 유니버설디자인센터 운영 - 유니버설디자인 인식확산 및 활성화 사업 기획·운영
안전관리실	업사이클 디자인팀	- 새활용산업 육성 및 시민참여 프로그램 기획·운영 - 민간 제로마켓 활성화 사업 운영 - 서울새활용플라자 시설 안전·유지 관리
	안전관리실	- 재해 예방 및 안전·보건 관리 업무 수립, 점검, 시행 등 운영 - 서울디자인지원센터 시설 관리
	감사실	- 감사, 청렴·윤리경영, 분쟁·소송, 재단 감사(이사회) 업무 지원

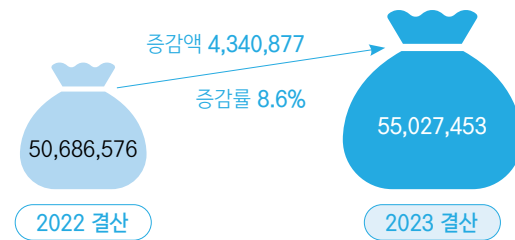
재단 이사회는 이사 14명, 감사 2명, 총 16명으로 구성되어 있다. 2021년 10월 이경돈 대표이사와 권영걸 이사장을 필두로 5대 이사회가 출범한 이후, 2023년에는 선임직 이사 1명이 임기 만료로 퇴임하고 선임직 이사 3명과 노동이사 1명이 신규로 임명되었다. 선임직 이사는 2023년 11월 공모와 임원추천위원회의 복수 추천을 통해 서울시장이 임명했으며, 노동이사는 2023년 7월에 직원 투표 결과를 100% 반영하여 서울시장이 임명했다. 임기는 선임직 이사, 노동이사 모두 임명일로부터 3년이다. 또한 2023년 1월, 7월 두 차례의 서울시 조직 개편으로 당연직 임원이 교체되었다.

서울디자인재단 이사회 구성

총 인원	이사장	대표이사	선임직		당연직	
			이사	감사	이사	감사
16	1	1	10	1	2	1

* 출처: 재단 내부 자료(기준 : 2023.11.1.)

예산



(단위: 천 원)

서울디자인재단의 2023년 세출 결산 총계는 55,027,453천 원으로 2022년 50,686,576천 원 대비 8.6% 증가했다. 이는 신규 사업 정책으로 인한 예산 증가가 반영된 것으로, 해당 사업은 서울특별시 유니버설디자인센터 이관, 서울디자인자산 전시, 서울디자인특파원, 유네스코 창의도시 운영, 서울디자인정원 조성 등이다.

2023년 세출예산서

(단위: 천 원)

부문	정책사업	단위사업	세부사업	2023년 예산	2022년 예산	(증감)
1. 디자인사업				46,712,791	40,335,258	5,708,082
1. 디자인트렌드 발신				3,065,000	3,400,000	-335,000
1. 자체 기획전시				1,650,000	1,700,000	- 50,000
1. 디자인뮤지엄 기획전시				1,210,000	900,000	310,000
2. 소장품 상설전시				-	400,000	-400,000
3. 디자인 상설전시 운영				300,000	300,000	-
4. 디자인 협력전시 운영				40,000		40,000
5. 청년창작자 양성 사업				100,000	100,000	-
2. 디자인라키비움 구축				165,000	300,000	-135,000
1. 디자인라이브러리 구축				65,000	100,000	- 35,000
2. 디자이너 아카이빙 사업				100,000	200,000	-100,000
3. 디자인지식 확산				1,250,000	1,400,000	-150,000
1. 글로벌 디자인어워드 운영				700,000	700,000	-
2. 미래세대 디자인 교육				350,000	500,000	-150,000
3. 디자이너 협력 프로그램 운영				200,000	200,000	-
2. 디자인문화 확산				20,546,400	16,810,270	3,526,130
1. DDP 명소화				4,440,000	3,600,000	820,000
1. 서울라이트 운영				2,955,000	2,500,000	435,000
2. DDP 시민참여 문화행사				1,405,000	1,000,000	405,000
3. 투어 프로그램 개발				80,000	100,000	- 20,000
2. 디자인가치 확산				2,400,000	650,000	1,750,000
1. 디자인사업 연구개발				200,000	200,000	-
2. 서울디자인특파원 운영				100,000		100,000
3. 유네스코 창의도시 운영				50,000		50,000
4. 서울디자인자산 운영				250,000		250,000
5. 유니버설디자인플랫폼 활성화				200,000	200,000	-
6. 유니버설디자인 인식 확산				600,000	-	600,000
7. 서울디자인정원 조성				1,000,000		1,000,000
8. 서울디자인 컨설턴트				-	250,000	-250,000
3. 디자인지원 인프라 강화				13,706,400	12,560,270	956,130
1. DDP 시설 운영 경비				4,640,000	2,860,270	1,779,730
2. DDP 시설관리 인력 운영				8,306,400	9,200,000	-893,600
3. 디자인지원센터 시설관리 인력 운영				150,000		150,000
4. DDP 안전관리				200,000	200,000	-
5. DDP 공간활성화 서비스				410,000	300,000	- 80,000
3. 디자인산업 경쟁력 강화				7,595,000	5,250,000	1,939,549
1. 디자인비즈니스 역량 강화				3,580,000	3,000,000	580,000
1. DDP디자인페어 개최				1,200,000	1,200,000	-
2. 서울디자인 2023 개최				1,800,000	1,800,000	-
3. 디지털디자인산업 전시 운영				300,000	-	300,000
4. 디지털디자인산업 활성화				280,000	-	280,000
2. 국내외 디자인판로 개척 지원				1,465,000	550,000	509,549
1. DDP디자인스토어 운영				1,050,000	550,000	94,549
2. 우수 디자인상품 마케팅 활성화				415,000	-	415,000

부문	정책사업	단위사업	세부사업	2023년 예산	2022년 예산	(증감)
			3. 디자인 인재 발굴 및 취창업지원	2,550,000	1,700,000	850,000
			1. 서울디자인창업센터 운영	1,400,000	1,200,000	200,000
			2. 서울디자인브랜드 개발	1,150,000	500,000	650,000
			4. 혁신경영 시스템	2,834,567	2,386,000	394,567
			1. 지속경영 인프라 구축	2,634,567	2,386,000	248,567
			1. 경영 시스템 효율화	178,000	100,000	78,000
			2. 경영정보 시스템 구축	388,567	98,045	290,522
			3. 기록물관리 운영	82,000	156,955	- 74,955
			4. 정보인프라 운영	1,020,000	1,090,000	- 70,000
			5. 통합 홍보 마케팅	966,000	941,000	25,000
			2. 안전보건 관리 운영	200,000	-	146,000
			1. 안전보건 관리 운영	200,000	-	146,000
			5. 일반관리비	12,671,824	12,488,988	182,836
			1. 디자인사업 일반관리비	9,588,858	9,495,961	92,897
			1. 인건비	6,815,422	6,733,353	82,069
			2. 운영 경비	2,773,436	2,762,608	10,828
			2. DDP 일반관리비	3,082,966	2,993,027	89,939
			1. 인건비	2,494,867	2,441,690	53,177
			2. 운영 경비	588,099	551,337	36,762
			2. 수탁사업	10,031,932	6,776,562	3,002,367
			1. DDP 시설 개보수 및 콘텐츠 공간 리뉴얼	2,810,000	1,250,000	1,460,000
			1. DDP 시설 개보수 및 콘텐츠 공간 리뉴얼	2,810,000	1,250,000	1,460,000
			1. DDP 시설 개보수	2,810,000	1,100,000	1,610,000
			3. 콘텐츠 공간 리뉴얼	-	150,000	-150,000
			2. 중소기업 산업디자인 개발 지원	1,810,000	-	1,810,000
			1. 중소기업 산업디자인 개발 지원	1,810,000	-	1,810,000
			1. 중소기업 산업디자인 개발 지원	1,810,000	-	1,810,000
			3. 지속가능한 제품 서비스 판로 개척 지원	380,000	-	380,000
			1. 지속가능한 제품 서비스 판로 개척 지원	380,000	-	380,000
			1. 지속가능한 제품 서비스 판로 개척 지원	380,000	-	380,000
			4. 서울생활용플라자 운영	4,418,604	4,591,880	-173,276
			1. 서울생활용플라자 운영	4,418,604	4,591,880	-173,276
			1. 서울생활용플라자 시설관리 및 운영	4,418,604	4,431,880	- 13,276
			2. 생활용 입주기업 지원	-	160,000	-160,000
			5. 청년디자이너 양성사업	-	395,428	-395,428
			1. 청년디자이너 양성사업	-	395,428	-395,428
			1. 청년디자이너 양성사업	-	395,428	-395,428
			6. 2022년 수탁사업 반환금	564,528	539,254	- 78,929
			1. 2022년 수탁사업 반환금	564,528	539,254	- 78,929
			1. 2022년 수탁사업 반환금	564,528	539,254	- 78,929
			7. 보조금 집행	48,800	-	-
			7. 보조금 집행	48,800	-	-
			1. 친환경 자동차 구매	48,800	-	-

부문	정책사업	단위사업	세부사업	2023년 예산	2022년 예산	(증감)
			3. 예비비	653,020	557,365	95,655
			1. 예비비	653,020	557,365	95,655
			1. 예비비	653,020	557,365	95,655
			1. 내부유보금	653,020	407,365	245,655
			2. 일반예비비	-	150,000	-150,000
			총합계	57,397,743	47,669,185	8,806,104

2023년 디자인사업 부문에는 총 46,712,791천 원이 편성되었으며 디자인트렌드 발신 3,065,000천 원, 디자인문화 확산 20,546,400천 원, 디자인산업 경쟁력 강화 7,595,000천 원이 집행되었다. 혁신경영시스템에는 2,834,567천 원이 편성되었고, 일반관리비로 12,671,824천 원이 편성되었다. 세부 사업으로는 디자인 협력전시 운영, 서울디자인리포터 운영, 유네스코 창의도시 운영, 유니버설디자인 인식 확산, 서울디자인정원 조성, 디자인지원센터 시설관리 인력 운영, 디지털 디자인산업 전시 운영, 디지털디자인산업 활성화, 우수 디자인상품 마케팅 활성화의 예산이 신규로 편성되었다.

1-3. 제도(조례)

1-3-1. 공공미술

2023년에는 「문화예술진흥법」 및 동 시행령 개정(2022. 7. 19.)에 따른 위임사항과 건축물 미술작품 관련 표준조례 및 국민권익위원회 개선권고 사항을 반영하고자 조례 일부 개정을 추진하였다. 건축물 미술작품의 자금 출연 절차를 보완하고, 철거에 관한 심의 근거를 명문화하는 등 건축물 미술작품의 설치 절차 및 심의 관련 세부사항을 구체화하였으며, 서울시 미술작품심의위원의 위촉기간 중 서울시 건축물 미술작품에 출품을 금지하는 규정을 명문화하는 등 심의 공정성을 제고하고자 했다.

서울특별시 공공미술의 설치 및 관리에 관한 조례 개정 내용

구분	시행	내용
2021	조례	2021. 4. 5. 가. 공공미술위원회의 구성 인원을 15명 이내로 구성하고, 위원의 임기는 1년으로 하되, 1회에 한하여 연임하도록 규정함(제8조). 나. 미술작품 설치계획서는 「건축법」 제21조에 따라 착공 신고 시 제출하도록 함(제19조). 다. 미술작품심의위원회의 구성 인원을 30명 이내로 구성하고, 일반 시민을 위촉하며, 임기를 1년으로 하되, 1회에 한하여 연임할 수 있도록 함(제21조). 라. 미술작품심의위원회에서 필요하다고 인정하거나 작가 또는 대리인이 요청한 경우 회의에 참석하여 설명할 수 있도록 함(제22조).
	시행규칙	2021. 4. 6. 가. 공공미술 심의 예외 대상인 '일시적인 설치'에 대한 기준을 '30일 미만'으로 구체화함(제2조). 나. 공공미술위원회 및 미술작품심의위원회의 전문가 위원 위촉 시 전문가 추천 및 공개모집을 통해 후보자를 구성하도록 함(제3조). 다. 공공미술위원회의 공공미술 작품 심의 및 평가에 관한 사항을 규정함(제4조부터 제6조까지). 라. 미술작품심의위원회의 건축물 미술 작품 심의 및 평가에 관한 사항을 규정함(제7조부터 제9조까지). 마. 공공미술의 관리에 관한 규정을 정비함(제11조). (1) 생애 기간이 만료된 작품 및 무단 설치된 작품에 대해 조치하도록 규정함. (2) 공공미술을 공공미술관리시스템에 등록하도록 의무화함.

구분	시행	내용
2022	시행규칙	2022. 8. 18. 별지 제9호 서식 중 '주민등록번호'를 '생년월일'로 개정함
	조례	2022. 11. 19. 가. 공공미술위원회의 존속 기한(2027. 11. 18.)을 명시함(부칙 제1~2조)
2023	조례	2023. 12. 29. 가. 미술작품심의위원회의 심의 대상에 '철거'를 추가하여 노후화된 작품 또는 안전의 문제가 있는 작품 등에 대해 철거 조치가 가능토록 제도를 개선함(제18조) 나. 건축주의 미술작품설치계획서 제출 시기를 '착공신고 시'에서 '착공신고서 제출 이후 180일 이내'로 변경하여 심의 신청 시기를 구체화함(제19조제3항) 다. 미술작품심의위원회의 감정·평가 절차를 생략할 수 있는 경미한 변경 사항에 대한 내용을 신설함(제19조제6항) 라. 건축물의 설계변경 등으로 미술작품 설치에 사용해야 하는 금액이 변동될 경우 그 차액을 기금으로 출연할 수 있도록 기금 출연 절차를 보완함(제19조2) 마. 건축물 미술작품의 다양성 확대를 위하여 국가기관, 지방자치단체, 공공기관 등은 공모를 통해 건축물 미술작품을 설치하도록 의무 규정을 신설함(제20조) 바. 건축물 미술작품 심의의 공정성 제고를 위해 심의위원은 위촉기간 중 서울시 건축물 미술작품 설치에 참여할 수 없도록 참여 금지 규정을 신설함(제21조)

미술작품심의위원회

미술작품심의위원회는 「문화예술진흥법 시행령」 제14조, 「서울시 공공미술의 설치 및 관리에 관한 조례」 제17조에 따라 순수문화예술의 진흥과 도시환경 개선을 통한 시민의 삶의 질 향상을 위해, 일정 규모 이상의 건축물에 설치하는 미술작품의 예술성, 공공성, 가격 적정성 등을 심의하는 것을 목적으로 한다. 위원은 30명 이내로 구성되며, 임기는 1년(1회 연임 가능)이다. 2022년에는 14회 회의가 개최되어 총 273건의 작품을 심사해 166건이 승인되었으며, 2023년에는 12회 회의가 개최되어 196건의 작품을 심사해 133건을 승인하였다.

미술작품심의위원회 주요 변경 내용

구분	조례 제정 전	조례 시행 후 (조례 시행일: 2017. 11. 19.)	현행 (조례 일부개정: 2023. 12. 29.)
위원 구성	80명 이내, 매 심의 시 13명 이내 구성(윤번제)	20명 이내, 매 심의 시 과반으로 구성	30명 이내, 매 심의 시 과반으로 구성
위원 임기	2년, 1회 연임 가능	1년, 3회 연임 가능	1년, 1회 연임 가능
위원 모집	공개모집	추천	공개모집, 추천 병행
작가 발표 기회	없음	없음	부여
심의 신청	건축물 준공 전	건축물 허가 시	건축물 착공신고서 제출 이후 180일 이내

미술작품심의위원회 위원 구성

(2024년 4월 기준)

계	위촉직					공무원
	미술(조각, 디자인, 회화, 미디어)	기획·평론	건축·조경	안전·유지관리	시의원	
30	20	4	2	1	2	1

미술작품심의위원회 위원 명단

(2024년 4월 기준)

직책	성명	소속	직책	성명	소속
위원장	최예희	작가	위원	윤성필	작가
위원	구기연	지에스코	위원	이금희	가천대학교
위원	김기라	작가	위원	이상윤	이화여자대학교
위원	김영준	서울예술대학교	위원	이선영	한국미술평론가협회
위원	김영철	서울특별시의회	위원	이지은	명지대학교
위원	김연주	디자인산업담당관	위원	이호근	이엔이건설
위원	김지훈	단국대학교	위원	이현경	연세대학교
위원	김한규	세종대학교	위원	오원영	성신여자대학교
위원	김희영	국민대학교	위원	임만균	서울특별시의회
위원	노진아	경희대학교	위원	정진아	작가
위원	류지영	서울예술대학교	위원	정해나	서울대학교
위원	박영철	작가	위원	조서은	호반문화재단
위원	안진의	홍익대학교	위원	최현주	난나아트
위원	엄태길	디자인메이븐건축사사무소	위원	한호	작가
위원	유송영	한국조경학회	위원	황승욱	충남대학교

2022-2023 미술작품심의위원회 운영 결과

구분 연도	심의 개최	심의 작품 수	승인 건수	승인율	비고(공모 대행)
2022	14회	273	166	61%	14개, 1작품
2023	12회	196	133	68%	109개, 11작품

건축물 미술작품 공모대행제

서울시는 「문화예술진흥법」 제9조의 4 및 「서울특별시 공공미술의 설치 및 관리에 관한 조례」 제 20조와 제30조, 시행규칙 제9조에 따라 공개모집을 통해 전문성을 갖춘 다양한 작가의 참여를 유도해 우수한 미술작품이 설치될 수 있도록 건축물 미술작품 공모를 권장하고 있다. 건축주가 자체 공모를 통해 작품을 선정할 경우 비용과 행정 절차 등에 어려움이 있으므로 인허가 기관에서 공모를 대행할 수 있게 한 것이다. 공모 대행은 건축주가 자치구나 서울시에 신청하며, 공모 당선작은 「서울특별시 공공미술의 설치 및 관리에 관한 조례」 제18조 규정에 따라 미술작품심의위원회에서 선정한다. 2022년에는 강남구 1개, 2023년에는 서초구, 송파구 등 4개 사업지에 대하여 작품 공모를 대행했다.

2022-2023 건축물 미술작품 공모대행제 운영 결과

연도	구분	대상	선정 작품명	작가명
2022	강남구	자곡동 수서역세권 공공주택지구 내 A3BL 아파트 미술작품 공모	스프레드 스페이스 (Spread Space)	손종철
			축제	나수정
2023	서초구	신반포3차 강남아파트 주택재건축정비사업 미술작품 공모	COEXISTENCE(공존)	조규형
			Journey of One BAILEY	이정민
			이슬 꽃	이계정
			동물원 나들이	오순미
			자연을 담은 풍경	이상화
			A Resilience-nature-이수목 I B Resilience-nature-이수목 II C Resilience-nature-이수목 III	권치규
	송파구	올림픽포츠콤플렉스 미술작품 (미디어아트)제작·설치 공모	화합과 전진 (Harmony and Progress)	이돈아
	서초구	신반포15차 아파트 주택재건축 미술작품 공모	LOVE	신혜정
	서울시	고덕강일 공공주택지구 3단지 아파트 미술작품 공모	코나투스 Conatus; 활착	이원호
			HEART WAVE	이강준

1-4. 운영시설

1-4-1. DDP

DDP는 2014년 3월 21일 개관 이래 글로벌 행사, 신제품 발표회, 패션쇼, 포럼, 콘퍼런스 등 다양한 문화행사를 진행하고 국내외 유명 디자인·문화예술 전시를 개최함으로써 시민들이 문화생활을 향유할 수 있도록 기여해왔으며, 디자인문화의 중심축이자 서울의 미래 지향적 역동성을 상징하는 랜드마크로 자리 잡았다.

DDP 개요

위치	서울시 중구 을지로 281 *옛 동대문운동장 부지(65,232㎡)
규모	연면적 86,574㎡, 지상 4층, 지하 3층
준비기간	2006. 9. ~ 2014. 2.
개관	2014. 3. 21.
총 사업비	4,840억 원(건설 4,212억 원, 운영 준비 628억 원)
시설 구성	5개 공간(아트홀, 뮤지엄, 디자인랩, DDP마켓, 어울림광장, 동대문역사문화공원)

2022년 7월에는 DDP 개관 시점부터 사용해 온 주요 시설과 공간 이름을 일부 변경해서 적용했다. DDP에서 글로벌 행사가 늘어나고, DDP를 찾는 외국인이 증가하며, 세계시민의 편의성을 고려한 네이밍 최종안을 확정했다. 그 결과 알림터는 아트홀, 배움터는 뮤지엄, 살림터는 디자인랩으로 명칭이 변경되었다.



DDP 시설 구성과 역할

구분		역할
아트홀	아트홀1관, 아트홀2관, 컨퍼런스홀	- 컨벤션 시설로 창조산업의 론칭 패드 - 디자인·패션산업 신제품 발표회, 패션쇼, 콘서트, 시사회, 공연 등
뮤지엄	전시1관, 전시2관, 디자인둘레길, 디자인놀이터	- 디자인문화의 전통과 창조성을 세계·미래로 전파·전승 - 디자인·패션 전문 전시, 어린이 디자인체험 등
디자인랩	디자인숍, DDP디자인스토어, 디자인랩 2층, 화상스튜디오(서울-온) 디자인홀, 매거진 라이브러리, 잔디사랑방	- 민간 창의 아이디어 교류·공유, 창조 산업 지식·정보 제공 - 디자인 비즈니스 프로모션 및 플랫폼, 시민 디자인·브랜드 체험
동대문 역사문화공원	이간수문전시장, 갤러리문 동대문역사관, 동대문운동장기념관	- 소규모 디자인·문화 전시·이벤트 - DDP부지의 역사적 기억 전승을 위한 전시
DDP마켓		- 방문객의 만남과 휴식, 편의 지원

DDP 주요 운영 지표

운영지표	방문객(명) (일평균, 명)	시설 가동률(%)
2014년	6,883,456(24,068)	78.9
2015년	7,389,537(20,245)	88.7
2016년	8,007,681(21,879)	72.1
2017년	9,237,337(25,308)	77.9
2018년	10,604,794(29,054)	74
2019년	11,714,754(32,095)	72.3
2020년	6,718,701(18,357)	18.9
2021년	7,392,372(20,253)	43.8
2022년	10,510,911(28,797)	70.1
2023년	13,735,591(37,632)	79

DDP 역대 최대 방문객과 최고 수익 달성

2023년은 DDP가 개관 이래 최대 방문객, 최대 가동률과 영업수익을 기록한 해다. 2023년 한 해 동안 DDP 총수입은 166억 원, 가동률은 79%로 국내 대관시설 중 최고 수준의 가동률을 기록했다. 이는 시설 보수기간과 휴일 등을 제외하면 연중 전시장이 꽉 차 있었던 것으로 볼 수 있다.

공간 활성화와 방문객 증대는 DDP수입 증가로 직결되어 대관·임대·주차·디자인스토어 매출 등도 함께 증가했다. 특히 코로나19가 유행할 당시 공실이었던 임대시설은 유명 카페와 식당이 채우며 더욱 활기를 불어넣었다. 2023년 수입 중 대관이 107억 원으로 64%를 차지하며 가장 큰 비중을 차지했으며, 임대 37억 원, 주차 17억 원, 기타 5억 원 순으로 벌어들였다. 수입 증가는 서울라이트 등 DDP 자체 콘텐츠에 재투자돼 방문객을 증가시키는 선순환 구조를 만들었다. 서울라이트 기간 중 미디어아트로 구현한 인공 오로라를 보기 위해 하루 6만 명이 DDP를 찾기도 했다.

글로벌 MICE 중심지로 부상한 DDP

DDP는 최근 K-컬처의 세계적 인기로 힘입어 아시아를 대표하는 글로벌 MICE 시설로 자리잡았다. DDP는 반클리프 아펠, 페라리 등 글로벌 브랜드의 전시와 사우디아라비아의 신도시 건설 프로젝트인 네옴시티와 같은 국가 전시를 개최하며 주목받았다. 또한 글로벌 컨설팅 회사 맥킨지는 2023년 10월 세계경영진회의를 DDP에서 개최하며 “DDP가 아니면 다른 나라에서 회의를 열겠다”고 정부 차원의 협조를 요청하기도 했다. 2022년에는 영화감독 팀 버튼이 “한 도시에서 한 번만 전시하는 방식을 고수해왔지만, DDP에서 꼭 전시하고 싶어 원칙을 깰다”며 존경하는 자하 하디드 건축물에서 전시하고 싶은 소망을 이뤄 무한한 영광이라고 밝혔다. 서울디자인재단은 지난 10년간 쌓아온 DDP의 저력을 바탕으로 더 많은 세계인을 불러 모으고 서울의 문화 및 관광 경쟁력을 높이는 데 기여하고자 한다. 나아가, 앞으로 10년 동안 DDP를 세계적인 전시문화 공간으로 도약시키겠다는 각오도 다지고 있다. 서울디자인재단 이경돈 대표이사는 “DDP는 서울의 매력을 가장 대표적으로 보여주는 시설로, 명실상부 서울의 랜드마크 역할을 톡톡히 하고 있다”며 “최고 실적을 거둔 2023년을 발판 삼아 서울시민에게 수준 높은 콘텐츠를 선보이기 위해 세계적인 전시이벤트를 꾸준히 기획하고 유치할 것”이라고 밝혔다.

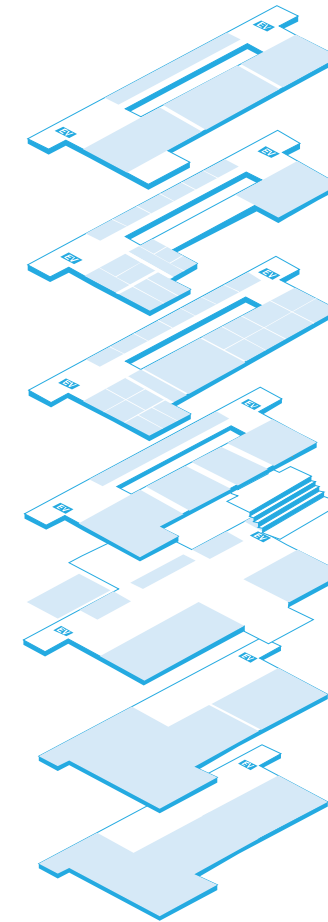
1-4-2. 서울새활용플라자

서울새활용플라자는 세계 최대 규모의 새활용 복합 문화공간으로, 새활용(업사이클링)에 관한 모든 것을 보고, 배우고, 경험할 수 있는 장소다. 이 시설은 서울시의 자원순환 도시 서울시 비전 2030의 실천을 위해 재생 특구인 성동구 용답동에 지상 5층 지하 2층, 연면적 23,265㎡의 규모로 조성되어 2017년 9월 5일 개관했다. 서울새활용플라자는 버려지는 자원을 새로운 소재와 디자인으로 활용하여 제도, 유통을 한곳에 모아 산업적으로 성장시키고, 다양한 새활용 문화 확산 활동을 통해 시민들에게 업사이클링 라이프스타일을 제안하고 있다. 서울새활용플라자의 주무부서는 서울특별시 기후환경본부 자원순환과이며, 서울디자인재단에서 위탁 운영하고 있다. 2023년 1월부터 2층~4층은 서울특별시 경제정책실 창업정책과에서 분임 관리하고 있다.

운영 현황

위치	서울특별시 성동구 자동차시장길 49
준공일	2017. 5. 19.
개관일	2017. 9. 5.
주용도	폐기물 재활용 시설 및 근린 생활 시설
면적	건물 연면적 16,679㎡, 대지 면적 6,943㎡, 건축 면적 2,954㎡ 지상 5층, 지하 2층
운영시간	월-토 오전 10:00~오후 6:00(토요일 탐방/교육 예약자만 입장 가능)
	* 매주 일요일, 1월 1일, 설날 및 추석 연휴 휴관

층별 정보



- 5층**
운영사무실, 교육실, 레스토랑, 회의실
- 4층**
입주기업 스튜디오, 교육실
- 3층**
입주기업 스튜디오, 카페
- 2층**
새활용배움터, 성동구친환경학습센터, 친환경학습센터, 서울녹색구매지원센터
- 1층**
새활용하우스, 꿈꾸는공장, 미디어룸, 야외창작실
- 지하 1층**
소재은행, 재사용작업장(입주기업)
- 지하 2층**
주차장, 전기실, 기계실, 창고



서울새활용플라자 운영 지표(2017-2023)

년도	직접 방문 시민 수	교육 프로그램 참여자 수	대면 교육 참여자 수	비대면 교육 참여자 수	새활용 교육 키트 보급 건수
2017	40,783명	7,115명	7,115명	-	-
2018	106,337명	19,816명	19,816명	-	-
2019	133,185명	32,177명	32,177명	-	-
2020	37,033명	7,726명	4,777명	2,949명	8,503건
2021	71,922명	13,362명	4,048명	9,314명	16,801건
2022	87,510명	15,689명	14,969명	720명	-
2023	58,779명	16,648명	16,648명	-	-

* 2017년 9월 5일 개관 이후, 2020~2021년 코로나19로 인한 사회적 거리두기 단계 강화로 일정 기간 휴관 조치

서울새활용플라자는 다양한 기능을 갖춘 여러 공간으로 구성되어 있어 입주기업과 시민들이 새활용을 직접 체험하고 실천할 기회를 제공한다. 주요 공간은 다음과 같다. 먼저, 꿈꾸는공장은 버려지는 소재를 활용해 새로운 창작물을 만들어 내는 메이커들을 위한 복합 공간이다. 이곳에서는 장비 사용, 교육, 제작이 동시에 이루어져 창작자들이 자유롭게 작업할 수 있다. 다양한 새활용 프로젝트가 이 공간에서 탄생하며, 창작자들이 창의력을 발휘할 수 있는 최적의 환경을 제공한다. 다음으로, 소재은행은 일상생활에서 쉽게 버려지는 폐기물들이 새활용 상품으로 재탄생되는 과정을 직접 보고 경험할 수 있는 공간이다. 또한, 새활용하우스는 업사이클링 작품을 전시하고 워크숍이나 시민 행사를 진행할 수 있는 공간이다. 이곳에서는 다양한 새활용 관련 행사가 열려 시민들이 참여하고 배울 기회를 제공하며, 업사이클링 문화를 확산시키는 데 중요한 역할을 한다.



1-4-3. 서울디자인창업센터

서울디자인창업센터는 마포구 홍대입구역 복합역사·공공업무시설인 코스테이션 3층 일부와 4~5층에 자리 잡고 있으며, 2020년 7월 1일 개소했다. 2층과 3층 나머지 공간에는 마포구에서 운영하는 마포출판 문화진흥센터가 입주해 있다. 서울디자인창업센터는 서울시와 마포구가 무상 사용 협약을 맺어 공공업무시설의 사용 공간을 협의하고 공동 사용 양해각서를 체결한 결과로 탄생했다. 2018년 8월 31일 문을 닫은 재단 DMC 창업센터의 업무가 서울디자인창업센터로 이관되면서 관련 지원 프로그램을 강화해 운영하고 있다.

운영 현황

위치	서울시 마포구 신촌로2길 19 코스테이션 3~5층(경의선 홍대입구역 복합역사 내)
규모	연면적 2,987.32㎡, 공공업무시설(5층)의 3층 일부, 4~5층 디자인 창업 기업
역할	공간 제공 및 컨설팅 등 프로그램 운영
조성비	2,780백만 원
전용 면적	2,332.84㎡



4층은 입주기업 전용 공간으로, 사용자 관점을 고려한 동선으로 설계되어 '기획-제작-시연-전시'가 한 번에 이뤄질 수 있는 One-Stop 개방형 업무 공간이다. 이곳에서는 3D 프린터, 커팅플로터, 레이저 커팅기 등 장비 사용이 가능한 메이커스 스페이스가 마련되어 있다. 또한 제품 촬영을 위한 포토스튜디오, 음료가 제공되는 오픈키친 및 바(Bar) 등의 편의시설을 제공하고 있다. 음료가 제공되는 오픈키친에서는 국내외 디자인 관련 서적과 매거진을 열람할 수 있으며, 디자인갤러리에서는 입주기업의 상품 및 디자인 전시가 진행되고 있다.

5층 멤버십 라운지는 디자인과 창업에 관심 있는 시민 누구나 이용할 수 있는 회원제 공유 오피스 공간이다. 이곳에는 88명을 수용할 수 있는 워크라운지와 소규모 회의가 가능한 회의실이 마련되어 있다.

서울디자인창업센터 공간 구성

구분	면적	공간 콘셉트	용도
5층	846.10㎡	만남과 교류의 공간 (지역사회 x 디자인 창업 분야)	멤버십 라운지 및 시제품 전시 공간 공유 오피스, 갤러리, 회의실, 오픈키친 등
4층	1,102.76㎡	디자인 특화 창업 공간 (입주기업 x 입주기업)	입주기업 전용 공간 업무 공간, 회의실, 포토스튜디오, 공용 장비 및 작업실 등
3층	383.98㎡	디자인 창업 역량 강화 공간 (창업자 x 전문가)	지원 공간 컨퍼런스홀, 운영사무실, 라커 등



Part 02

2-1. 디자인산업

2-2. 재활용산업

서울특별시와 서울디자인재단은 서울의 디자인 경쟁력을 강화하고 미래 성장동력을 확보하기 위한 다양한 프로그램을 추진하고 있다. 2023년에는 바이오·의료, 디지털문화 콘텐츠, 지능형 ICT, 리빙·소형가전 분야의 중소기업이 우수 디자인기업과 협력할 기회를 제공했으며, '가치 있는 동행(Valuable Life)'을 주제로 서울디자인2023을 통해 사회적 이슈와 최신 트렌드를 접목시킨 디자인 관점을 제시했다. DDP디자인론칭페어를 통해 디자인과 제조업의 시너지를 촉진했고, DDP 브랜드와 신진 디자이너 제품을 세계에 알리기 위해 'SEOUL.IZE'라는 컨셉으로 2023년 밀라노 디자인 위크에 참여했다. 또한 지속가능한 디자인 제품의 시장 경쟁력을 강화하기 위해 지속가능 디자인 기업을 발굴 및 지원했다. 이와 같은 활동은 서울의 디자인산업을 글로벌 무대에서 인정받게 하고, 중소기업의 혁신과 성장을 도모하는 데 중요한 역할을 하고 있다.

경제·산업



중소기업 산업디자인
개발 지원 종합 만족도

4.2 점(5.0점 만점)



서울디자인 2023 방문객

120 만 명 달성



DDP디자인스토어 역대
최대 월 매출 및 최대 방문객

2-1. 디자인산업

2-1-1. 디자인주도 산업 혁신을 위한 디자인기업 육성

중소기업 산업디자인 개발 지원

개요

구분	서울시, 서울디자인재단
사업명	중소기업 산업디자인 개발 지원사업
팀명	디자인정책관 디자인산업담당관 산업디자인육성팀, 디자인진흥본부 산업지원실 창업지원팀
예산명	중소기업 산업디자인 개발 지원
키워드	#중소기업 #디자인전문회사 #중소기업혁신 #디자인혁신 #디자인산업 #산업디자인 #디자인개발지원 #동반성장

서울디자인산업의 규모는 전국의 60% 수준으로, 서울은 대한민국 디자인산업의 중심지라 할 수 있다¹. 그러나 대기업에 비해 중소기업에서 디자인의 중요성은 상대적으로 저평가되어 왔고, 디자인기업들 역시 IT, 콘텐츠 등 타 지식산업에 비해 매출 규모가 매우 영세한 편이다².

디자인은 제조업에서 서비스업으로 변화하는 산업 경제의 핵심 동력이며, 산업 전반의 부가가치를 높이는 소프트웨어로서 투자 대비 매출 증대 효과가 탁월하여 최근 그 역할과 중요성이 전 세계적으로 확대되는 추세다. 이러한 상황에서 서울시와 서울디자인재단은 서울디자인산업의 지속적인 경쟁력 강화를 위해 중소기업의 디자인지원이 필요하다고 판단하여 이 사업을 기획하게 되었다.

1 전국 20.3조, 서울 11.7조 [디자인산업 기본계획 학술용역(2024)]

2 서울 주요 지식산업매출액(백만 원) : 금융 57,505, IT 8,305, 콘텐츠 6,178, 디자인 411 [디자인산업 기본계획 학술용역(2024)]



중소기업 산업디자인 개발 지원사업 포스터

2023년 2월부터 시작된 공모를 통해 총 158개 팀이 지원했으며, 심사를 거쳐 61개의 컨소시엄이 선정되었다. 디지털 헬스케어 기기, 장애인의 재활을 돕는 휠체어, AI 기반 맞춤형 학습 서비스 등 시민 라이프스타일을 반영한 다양한 아이템들이 공모에 참여했고, 제품 구매부터 마케팅, 서비스에 이르기까지 모든 여정에서의 고객 경험을 강화하기 위한 브랜드 개발 과제도 눈길을 끌었다. 선정된 61개의 컨소시엄에는 중소기업 제품·서비스 디자인 혁신을 위한 디자인 개발 과정을 코디네이팅하고, 팀별로 최대 2,200만원의 디자인 개발비를 지급했다. 여기에 더해 디자인 결과물 완성도가 높은 9개의 우수팀을 선발하여, 시장성 분석과 사용성 테스트 등을 위해 최대 1,500만 원의 추가 지원금을 지급했다. 이 자금은 디자인 개발 초기 단계의 리서치부터 프로토타입 제작, 최종 제품의 시장 테스트에 이르기까지 폭넓게 사용되었다.

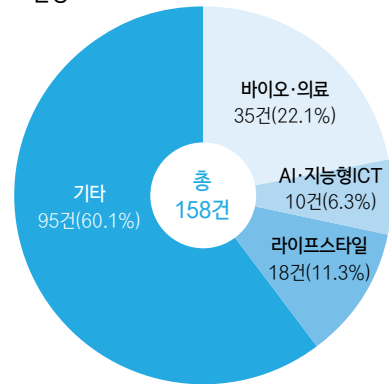
중소기업 산업디자인 개발 지원사업 모집공고를 통해 2023년 2월 말부터 중소기업 제품·서비스의 디자인 개발을 위한 접수를 받고 지원 대상자와 우수 과제 심사를 진행했다. 중소기업 산업디자인 개발 지원사업은 프로젝트 수행을 지원하며 이 중 디자인 결과물의 완성도가 높은 9개의 우수 과제를 선정했다. 제품디자인 6개, 브랜드디자인 2개, UI·UX 1개 팀이 선정되었으며 이들은 추가 지원금을 통해 디자인 결과물의 사용성과 시장성 등의 테스트와 디자인 개선 작업을 진행했다.

컨소시엄이 선정되기까지 투자 전문가, 유통마케팅 전문가, 디자인 전략 전문가, 제품디자인 전문가, 브랜드디자인 전문가, UI·UX 전문가 등 28명의 전문가 심사위원이 참여해 프로젝트를 검토하고 치열한 논의를 거쳤다. 이를 통해 결과물의 최소한의 질적 수준을 확보했으며 중간보고회와 결과발표회 심사에서도 분야별 디자인 전문가가 공정하게 성과를 심사하며 전문성과 객관성을 확보했다.

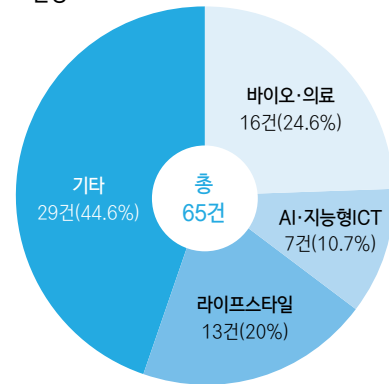
최종 선정된 컨소시엄에는 중소기업 제품·서비스의 디자인 혁신을 위한 디자인 개발 과정을 코디네이팅하고 지원했으며 그 일환으로 디자인 개발비를 지급했다. 이들은 최대 2,200만 원의 디자인 개발비를 지원받았으며 디자인 결과물 완성도가 높은 우수팀으로 선정된 9개 팀은 시장성 분석과 사용성 테스트 등을 위해 최대 1,500만 원의 추가 지원금을 받았다.

중소기업 업종별 선정 현황

- 신청

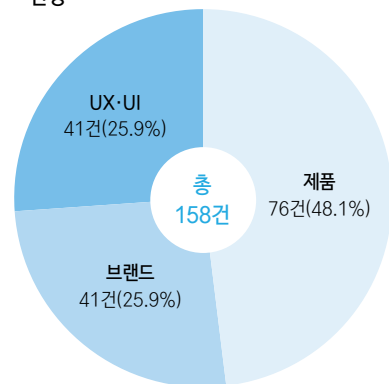


- 선정

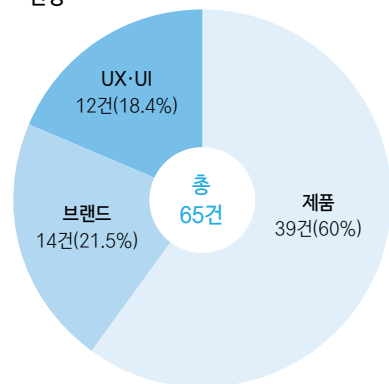


디자인 분야별 선정 현황

- 신청



- 선정



전문가 멘토링



브랜딩 교육



자사몰 구축 및 온라인 쇼핑몰 교육

분야별 지원 금액

(단위: 천 원)

지원 분야	지원 비율	지원 한도(A) (개발비 90%)	기업부담금(B) (개발비10%)	부가세(C) (A+B의 10%)	총 개발비 (A+B+C)
제품디자인	개발비의 90%	22,000	2,200	2,420	26,620
브랜드디자인		15,000	1,500	1,650	18,150
서비스·경험디자인		17,000	1,700	1,870	20,570

본격적인 디자인 개발에 착수하기에 앞서 중소기업의 니즈와 디자인 솔루션 방향에 대한 사전진단이 이뤄졌다. 또한 디자인 결과물의 품질 제고를 위해 분야별 전문가 멘토링을 거쳐 디자인 개발이 진행되었다.

분야별 지원 내용

구분	지원 내용
제품디자인	- 아이디어 구체화(2D, 3D) 및 제품디자인 개발 - 목업 제작 및 검증, 시제품 제작 등
브랜드디자인	- 기업·상품 및 서비스 BI, CI 등 개발(네이밍, 로고, 기본 매뉴얼 등) - 패키지 디자인, 지기 구조 개발, 리플렛 개발 등
서비스·경험디자인	- 제품·서비스 소비자 사용성 분석 및 문제점 진단 - 제품·서비스의 UX·UI 디자인 개발 및 개선 등

모든 참가기업을 대상으로 실시한 교육 프로그램을 통해 역량 강화에도 지원을 아끼지 않았다. 멘토링과 교육 프로그램은 마케팅과 유통 투자 분야 등 전문가들과의 네트워킹으로 이어져, 중소기업은 디자인으로 상품성을 제고하고 디자인기업은 다양한 디자인 능력과 경험을 강화할 기회를 누릴 수 있었다.



아카이빙 홈페이지



우수 컨소시엄 인터뷰 영상

교육 및 멘토링 프로그램

구분	공통 교육(3회)	트랙별 교육(4회)	1:1 멘토링(24개 팀 각 1회)
분야	① Lighthouse 진단 워크숍 ② 브랜딩 교육 ③ 디자인경영&혁신	① 홈쇼핑 ② 크라우드펀딩 ③ 자사몰 구축 ④ 온라인 쇼핑몰	① 브랜딩 ② 전시 ③ 어워드 ④ 양산

컨소시엄 공모 및 선발(2~4월) → 코디네이팅 및 개발지원(5~8월) → 분야별 교육·멘토링(5~8월)
 → 중간보고회(8월) → 최종보고회 및 우수 컨소시엄 선정(9월) → 촬영 및 매체홍보(10월)
 → 최종성과공유회(11월)로 이어지는 10개월여의 기간 동안 각 중소기업과 디자인기업은 치열한 시간을 보냈다.

이렇게 개발된 결과물은 월간 디자인, 한경비즈니스, 디자인북(인스타그램) 등 국내외 디자인 관련 미디어 및 인플루언서를 통해 적극적인 홍보 활동을 진행하여 그 성과를 널리 알렸다. 이를 통해 디자인 개발 성과가 매출 증진과 보다 활발한 기업 활동으로 이어질 수 있도록 했다. 또한 결과물을 도



최종성과공유전시회



2023 중소기업 산업디자인 개발 지원사업 기념

출하기까지 거친 과정과 협업 프로세스, 결과물 등이 아카이빙 북에 기록되었다. 아카이빙 북은 오프라인으로 200부 배포되었으며, 데이터 관리와 사업홍보의 구심점으로 활용하기 위해 구축한 온라인 플랫폼에서도 내용을 확인할 수 있게 하였다. 우수컨소시엄으로 선정된 기업은 별도의 인터뷰 영상을 제작하며 디자인 개발 히스토리와 결과물을 공개했다. 연말에는 최종성과공유전시회(11월 20~27일 8일간, DDP D-숲)를 통해 본 사업에 함께한 참여자들이 서로의 결과물을 공유하며 인적 네트워크를 강화할 수 있는 시간을 마련했다. 집을 콘셉트로 한 전시장에서 60개의 결과물을 확인할 수 있었으며, 전시회를 방문한 시민들은 다양한 제품을 경험하고 즐겼다.

사업을 마무리하며 사업 전반의 성과 및 만족도를 조사하기 위한 참여기업 대상 온라인 서베이를 시행한 결과, 종합만족도 4.20점(5점 만점)이라는 긍정적인 결과를 얻어내었으며 제품 서비스 론칭, 컨소시엄 파트너 기업과의 추가 협력, 홍보 및 마케팅 등에서 특히 높은 만족도를 기록하였다.

중소기업 산업디자인 개발 지원사업을 통해 참여기업은 제품 및 서비스 론칭부터 특허 출원, 매출 성과와 판로 확대, 어워드나 전시 출품 등의 성과를 이뤘으며, 다양한 영역에서의 성과를 통해 기업이 경쟁력을 갖추기 위해 디자인이 중요한 원동력이라는 것을 증명했다. 2023년 중소기업 산업디자인 개발 지원사업에 참여한 기업들은 이러한 성과를 추진력 삼아 보다 단단한 경쟁력을 갖추고 앞으로 나아갈 수 있을 것으로 기대된다. 시와 재단 또한 2023년에 축적한 사업 경험을 통해 2024년에도 중소기업과 디자인기업의 커다란 잠재력이 시장에서 빛을 발할 수 있도록 노력할 것이다. 이를 통해 앞으로 디자인이 단순한 외형적 개선을 넘어, 기업의 핵심 경쟁력을 강화하는 중요한 동력으로 자리매김하기를 기대한다.



QR코드 링크



중소기업 산업디자인 개발 지원사업 아카이빙 홈페이지



디자인북 인스타그램 관련 피드

우수 과제 개발 내용 및 주요 성과

2024년 5월 기준

연번	우수 과제	중소기업	디자인기업	주요 성과
1	로컬스티치 웨케이션 (코리빙·코워킹) 사용자 경험 설계를 위한 서비스 디자인	로컬스티치	(주)텐지노그림	- 서비스 론칭 완료
2	AI 자율비행이 가능한 공공 및 산업용 드론 제품디자인 개발	(주)니어스랩	(주)디파트너스	- 디자인 특허 출원 완료(2023. 8.) - 한국산업기술기회평가원 디자인산업기술개발사업 (2023-2025, 총 사업비 1,173백만 원) 선정 - IF Design Award 최종선정 (2024년 초) - 제품 론칭 및 해외시장 진출 준비
3	코보블록스 신규 제품디자인 개발	(주)코보	아이디앤	- 코엑스 한국 전자전(2023. 10.)참가 - 미국교육청(POWAY)와 MOU체결 - 디자인특허출원 완료(2023. 8.)
4	CD음반 대체를 위한 디지털플랫폼 앨범 개발	(주)바이브존	(주)파운드 파운드	- 일본 굿즈 시장 등 해외 진출 준비 (일본 '루트디비전' 과 계약 체결)
5	라이프 스타일 침구 자사 브랜드 개발	락앤드위즈덤	(주)비디씨아이	- 패키지 제품 양산
6	한 손으로 간식 급여가 가능한 덩코인(반려견) 덩츄르(반려묘) 제품 개발 및 디자인 개선	(주)펫투데이	(주)한매디자인	- 디자인 특허 출원 완료(2023. 8.) - 국내외 크라우드펀딩 (누적 금액 64,265,277원) - 자사몰, 스마트스토어 등을 통한 D2C 판매
7	AMR기술을 적용한 자율주행 발렛 주차 로봇 제품디자인 개발	(주)신우 유비코스	(주)디파트너스	- 디자인 특허 출원 완료(2023. 8.)
8	음이온 및 체지방 분석 기술이 접목된 스마트 원격외선 향문케어 시트 디자인 개발	(주)포비코	인디자인	- 디자인 특허 출원 완료(2023. 8.) - 제품 양산
9	편두통 치료 전자약의 환자로그 및 두통일지 기반 환자 관리 어플리케이션 UX·UI 디자인 개발	뉴아인	(주)유니체스트	- 앱 서비스 사용성(안드로이드) 개선

지원 컨소시엄 현황

연번	디자인 과제명	중소기업	디자인기업	분야
1	2~3인이 탑승할 수 있는 도심형 전동 모빌리티	(주)스마트가이	(주)파인디자인	제품
2	AI Food Scanner 제품디자인 개발	(주)누비랩	(주)피앤디디자인	제품
3	AI 자율주행이 가능한 공공 및 산업용 드론 제품디자인 개발	(주)니어스랩	(주)디파트너스	제품
4	AI 홍구강검진용 구강카메라 디자인 개발	(주)올쏘웨이	(주)체라	제품
5	AI기반 반려동물 건강예측 IoT를 해외수출이 가능한 창작 캐릭터를 적용한 스마트 하우스 조립형태의 제품으로 개발	열사람(주)	모바일앱개발협동조합	제품

연번	디자인 과제명	중소기업	디자인기업	분야
6	AMR기술을 적용한 자율주행 발렛 주차 로봇 제품디자인 개발	(주)신우유비코스	(주)디파트너스	제품
7	CD음반 대체를 위한 디지털플랫폼 앨범 개발	(주)바이브존	(주)파운드파운드	제품
8	Combined signal 과 자극피크 기술을 적용한 직관적인 디자인의 페인스크램블러	주식회사 리솔	디자이너	제품
9	e-bike(POP-CYCLE) 프레임 및 배터리케이스 디자인 개발	(주)복용	주식회사 비밥	제품
10	공공시설 및 개인 위생 관리를 위한 천연성분이 함유된 친환경 살균 디스펜서 디자인 개발	(주)파워풀엑스	(주)바인디자인어소시에이츠	제품
11	도서문화 콘텐츠 서비스 구축을 위한 데이터 디지털화 제품(장서점검기) 디자인	(주)이씨오	(주)디자인뮤컴퍼니	제품
12	딥러닝 기반 가시광선 및 적외선 영상정합 감시카메라	한국씨텍(주)	크리액티브디자인(주)	제품
13	모바일앱 연동이 가능한 보급형 어린이 레이저 신장계 제품디자인 개발	(주)맥파이테크	(주)디파트너스	제품
14	바이오 플라즈마 기술을 활용한 전자 데오도란트 기기, 플라데오 디자인 개발 및 검증	주식회사 코드스테리	(주)디자인넥스트	제품
15	반려동물 치약 일체형 칫솔-치카펜2.0	조이포커스	주식회사 시작	제품
16	사용자 맞춤형 제모, 토닝 서비스를 위한 808nm 레이저 의료기기 디자인 고도화	대신엔터프라이즈(주)	유엠아이디(주)	제품
17	스마트 IoT 멀티 어댑터 박스	주식회사 무아스	바이러스디자인	제품
18	스마트수건 제품디자인	주식회사 더에스엘	(주)제이디자인웍스	제품
19	아동 미술교육 콘텐츠 담긴 패턴 리빙 오브제 개발	주식회사 에이드런	주식회사 사일사랩	제품
20	유아용 이동식 트롤리 개발	(주)제이월드산업	(주)제이디자인웍스	제품
21	음이온 및 체지방 분석 기술이 접목된 스마트 원격외선 향문케어 시트 디자인 개발	(주)포비코	인디자인	제품
22	의료기기 하드웨어 리뉴얼을 위한 디자인 개발	(주)팀엘리시움	주식회사 사일사랩	제품
23	이동식 메타버스 큐브 개발	크리스피	세종대학교 산학협력단	제품
24	이동형 전기자동차 충전기를 위한 제품디자인 개선 및 시제품 제작	(주)알파오메가	씨오지 주식회사	제품
25	자개 소반백 시리즈 개발	주식회사 캐시랑	(주)아트임팩트	제품
26	장애 건의 재활과 생활 개선을 위한 고급형 펫 휠체어 디자인 및 시제품 제작	(주)천일디자인	씨오지 주식회사	제품
27	중소기업 산업디자인 개발 지원사업	에스와이인 터네셔널	(주)씨씨리엑스	제품
28	진단용 이동형 엑스선 촬영장치 제품디자인 개발	(주)에코트론	주식회사 눈	제품
29	차세대 ICT형 골프 거리 측정기 디자인 개발	(주)슈가블레이드	유엠아이디(주)	제품
30	코보블록스 신규 제품디자인 개발	(주)코보	아이디앤	제품
31	쾌적한 수면환경과 자세교정을 위한 모듈형 기능성 경추 목 베개 디자인 개발	(주)비케이네트웍스	인디자인	제품
32	크리에이터 디지털문화콘텐츠 IP 제품화 사업	(주)브레이브컴퍼니	(주)피어니	제품
33	태국으로 수출 확정된 차량용 방향제 및 향수 제품디자인	(주)엠더블유케이	주식회사 한매디자인	제품
34	투명 스마트 대기환경시계 System화	(주)피투에스지글로벌	인텐시브	제품

연번	디자인 과제명	중소기업	디자인기업	분야
35	한 손으로 간식 급여가 가능한 댕코인(반려견) 댕츄르(반려묘) 제품 개발 및 디자인 개선	주식회사 팻투데이	주식회사 한매디자인	제품
36	환경 인프라 구축 Pet Bottle 차단형 식수공급 시스템 제품디자인 개발	(주)와코코퍼레이션	(주)낯쌩디자인그룹	제품
37	AI 기술 특화 지미션 CI 및 개별 브랜드 하이얼라키 재정립	(주)지미션	(주)세인커뮤니케이션즈	브랜드
38	IoT 화재감지기, 공기질측정기, CCTV 라인업 패키지 디자인 개발	(주)그림	(주)피앤디디자인	브랜드
39	ROOTONIX 해외진출용 탈모케어 전문 신규브랜드 BI 개발	주식회사 루토닉스	(주)통컴퍼니	브랜드
40	Solofit 브랜드디자인 시스템 개발	(주)딱두패밀리	주식회사 샘파트너스	브랜드
41	다회용 친환경 패키지 & 굿즈 브랜드	디자인 스튜디오 임성욱	스튜디오 누디	브랜드
42	라이브 스타일 침구 자사 브랜드 개발 건	락앤드위즈덤	비디씨아이(주)	브랜드
43	반려견 헬스케어 디바이스 및 플랫폼 서비스를 위한 브랜드 개발	품애	씨오지 주식회사	브랜드
44	브랜드 CI 개발	채움아이티(주)	(주)미르나인	브랜드
45	스마트 소변 검사키트 브랜드디자인 개발	엘로시스 주식회사	(주)스튜디오콜렉티브	브랜드
46	요아이 브랜드디자인	휴롬엘에스	(주)브랜드앤브랜드스	브랜드
47	일회용 내시경 스네어 제품의 경쟁력 강화를 위한 브랜드 개발	(주)비엠에이	(주)미르나인	브랜드
48	중소기업 산업디자인 개발 지원사업	유웰데코(주)	(주)피그마리온	브랜드
49	프리미엄 디저트 라인업 패키지 디자인 가이드라인 개발	(주)김영모과자점	(주)피앤디디자인	브랜드
50	플루 시그니처 그린 라인업 패키지 디자인 개발	(주)지분코스메틱	오세븐 주식회사	브랜드
51	AI 기반 맞춤형 학습 서비스 진단수학 고도화를 위한 UI/UX 개발	(주)카디날정보기술	(주)리앙에이지	UX·UI
52	글로벌 기업 도약 위한 의료용 레이저 디스플레이 UX·UI 개발	(주)에스엔제이	주식회사 노이다	UX·UI
53	당뇨병 환자 맞춤형 비대면 운동 및 모니터링 서비스	(주)헬스피디아	(주)메타브레인	UX·UI
54	대중의 전통문화 자발적 소비를 위한 무형문화재 상생 플랫폼 UI/UX 개발	와이비에스에듀 사회적협동조합	(주)한국디자인사이언스 연구소	UX·UI
55	디지털 다이어리 앱 '노트킷' 개발	(주)컴포지션스튜디오	주식회사 알파브라더스	UX·UI
56	로컬스티치 '코리빙·코워킹' 사용자 경험 개선을 위한 서비스 디자인	로컬스티치	(주)텐지노그룹	UX·UI
57	머신러닝 기반 크로스보더 이커머스 물류플랫폼 사용성 개선	(주)어크로스비	(주)팀인터페이스	UX·UI
58	셀바이뮤직 글로벌 서비스 개발	(주)뮤직플랫	주식회사 웹자운	UX·UI
59	장애인 생산시설을 위한 장애인 이커머스몰(상생몰) UX·UI 고도화	(주)한국직업개발원	주식회사 노이다	UX·UI
60	편두통 치료 전자약의 환자로그 및 두통일지 기반 환자 관리 어플리케이션 UX·UI 디자인 개발	뉴아인	(주)유니체스트	UX·UI
61	합배송 기반 탄소중립 커머스 '라이프라이크' UX·UI 개편	주식회사 그라인더	(주)익시	UX·UI

우수 과제 선정 디자인 프로젝트 9

1 디지털 LP앨범



액자형 디지털 앨범으로, 바이브존의 앱 '바이브러리 뮤직' 과 연동할 수 있게 했다. 음원을 보유한 가수와 협업해 디지털 LP 앨범을 제작한 뒤, 앱에서 해당 앨범을 클릭하면 음원을 비롯한 다양한 콘텐츠를 감상할 수 있다. 디자인 과정에서 함께 개발한 전용 스피커에 디지털 LP 앨범을 장착하면 음악을 자동 재생한다. 프로젝트 초기에는 CD 앨범의 대체재로만 설정했으나, 파운드/파운드드가 사용성을 높일 방안으로 전용 스피커를 제시한 덕분에 새로운 가치를 창출할 수 있었다. 앨범 디자인 과정에서는 CD와 CD 플레이어에 익숙한 세대도 디지털 LP 앨범을 쉽게 받아들일수 있게 했다. 직관적인 경험 설계로 생소한 제품의 개념을 수용할 수 있도록 도운 것이다. 사업 추진 결과 앨범 디자인과 스피커 목업을 완성했으며, 이를 바탕으로 바이브존은 해외 진출을 준비 중이다.

클라이언트 바이브존(대표 박상범), vibezone.kr

디자인 파운드/파운드드(대표 송규호·김준구), foundfounded.com

3 공공 및 산업용 소형 인공지능 드론



인공지능을 기반으로 다양한 현장에서 안전하고 손쉽게 다룰 수 있는 소형 드론 개발을 목적으로 디자인을 진행했다. 니어스랩은 숙련된 파일럿의 강도 높은 조종 업무가 수반되어야 했던 기존 공공·산업용 드론에서 탈피하고자 했다. 이에 따라 경험이 많지 않더라도 우수한 활용 성과를 낼 수 있도록 사용성을 개선했다. 초기에 설정한 사업 범위는 외형 디자인과 목업 개발을 통해 심미성을 검증하는 것까지였으나, 두 기업의 장점과 노하우를 결합한 결과 실제 양산 가능한 수준의 워킹 목업을 만드는 데 성공했다. 접이식 드론으로 설계해 편의성을 높였고, 산업용임을 강조하고자 각진 조형을 채택했다.

클라이언트 니어스랩(대표 최재혁), nearthlab.com

디자인 디파트너스(대표 이영재), d-partners.co.kr

2 ARMOT



자율주행 로봇 기술을 활용한 발레파킹 로봇이다. 사용자가 주차장에 도착하면 로봇이 자동으로 주차하고, 출차 시에는 차량을 고객 앞으로 전달한다. 신우유비코스가 3년 전 로봇의 상위 모델 설계를 완료했으나, 인력 부족으로 디자인이 지연되던 차에 디파트너스를 만나 외관 디자인 작업을 진행했다. 대량 생산을 감안한 디자인은 단가 절감을 위해 최소한의 조립을 거쳐 경제적으로 제품을 만들 수 있는 디자인을 제안했다. 그 결과 바퀴와 결합하는 부분을 제외하고는 지면에 밀착한 형태로 설계되었다.

클라이언트 신우유비코스(대표 이영달), swuc21.com

디자인 디파트너스(대표 이영재), d-partners.co.kr

4 당트릿



반려동물에게 간식을 주는 용도로 쓰이는 기동 형태의 트릿 디스펜서 Treat Dispenser이다. 한 손으로 밀어 올려 제품 안에 든 간식을 꺼내는 방식으로 사용한다. 디자이너는 기존 제품을 다시 디자인하는 한편 양산 가능하도록 설계 고도화에도 중점을 두었다. 반려동물 관련 트렌드를 주시하며 디자인했고, 특히 사용자가 쥐기 좋은 최적의 형태를 구현하는데 집중했다. 하단에 끈을 부착해 손에서 놓치더라도 제품을 떨어뜨리지 않게 하는 등 디테일한 부분에서도 사용성과 실용성을 부각했다.

클라이언트 펫투데이(대표 이성호), petoday.co.kr

디자인 한매디자인(대표 이현형), hanmae.net

5 코보블록스



전자 블록과 로봇 카를 활용한 코딩 교구로, 컴퓨터나 스마트폰 없이도 코딩 학습이 가능하다는 점이 특징이다. 사용자인 어린이들의 흥미를 끌 수 있으면서도 안전성과 사용성을 모두 충족해야 했다. 이를 위해 디자이너는 기존 제품인 로봇 카의 디자인을 개선했다. 원래 형태상으로 각진 모습이었으나 유아 친화적인 디자인을 고려해 곡선형으로 바꾸었다. 또한 아이들이 앉아서 사용하는 점을 고려해 디스플레이가 위를 향하도록 각도를 조정했다. 전자 블록에는 코딩 명령어를 텍스트 대신 아이콘으로 기입해 아직 글자를 모르는 아이들도 쉽게 사용하게 했다. 코딩 개념을 익히는데 오해가 없도록 블록은 모두 같은 크기와 형태로 디자인했으며, 종류에 따라 색상만 다르게 설정했다.

클라이언트 코보(대표 이영숙), coboblocks.com

디자인 아이디앤(대표 강상훈), designidn.com

6 스마트 원격외선 향문 케어 시트



원격외선 향문 케어 시트의 디자인 및 기능 업그레이드를 위한 프로젝트다. 직접적인 삽입이나 약품 없이 혈액을 높은 곳에서 낮은 곳으로 옮기는 정수압 기술로 향문에서 빠져 나온 조직 덩어리를 치료하는 기능을 지닌 제품이다. 기존에 시각적으로 드러나지 않았던 원격외선 기술을 사용자에게 인지시키는 것이다. 기업의 핵심 기술인 정수압을 표현한 나비 모양의 프레임을 유지하면서도 디자인에 변화를 주는 것이 중요한 과제들이었다. 외형에 큰 변화를 줄 수 없는 한계가 있었으나, 디자이너는 프레임에 조명을 부착하는 방식으로 기존 제품과 차별화했다.

클라이언트 포비코(대표 정철규), fobico.co.kr

디자인 인디자인(대표 정민현), idindesign.com

7 크리에이터 타운 서교 서비스 디자인



로컬스티치가 올해 오픈한 대규모 코워킹·코리빙 공간을 안정적으로 운영하기 위한 서비스 디자인 프로젝트이다. 디자이너는 거주자를 위한 웰컴 키트, 입주자안내 가이드, 멤버십 커뮤니티 활성화 프로그램, 스티처(매니저) 매니지먼트 시스템 등을 개발했다. 디자인 이전에 임직원을 대상으로 디자인 씽킹 워크숍을 진행하며 다양한 아이디어를 취합했다. 이를 통해 도출한 서비스 디자인 원칙을 기반으로 웹사이트의 주요 콘텐츠와 멤버십 구축을 위한 UX·UI 디자인도 진행했다. 도시 창작자와 지역 네트워크를 연결하는 플랫폼이자 로컬스티치의 문화발신지라는 이미지를 강화하며, 워크숍 과정에서 재정의한 기업의 비전과 미션을 구체화하고자 했다.

클라이언트 로컬스티치(대표 김수민), localstitch.kr

디자인 텐지노그룹(대표 오영미), tangingogroup.com

8 호텔 리아 브랜딩 및 패키지 디자인



호텔 침구 브랜드로, B2B에서 B2C로 비즈니스 모델을 전환하려는 기업을 위해 제품과 품질에 대한 철학을 디자인으로 표현하는 것이 중요한 프로젝트였다. BDCI 디자인은 제품과 산업, 브랜드 스토리에 대한 명확한 이해를 바탕으로 분명한 디자인 콘셉트 설정부터 로고, 라벨, 패키지 등 전반적인 브랜드 개발을 수행했다. 네이밍이 호텔 전용 브랜드임을 직관적으로 전달하고 패키지 디자인은 호텔의 깔끔한 침구류를 떠올릴 수 있도록 흰색 메인 컬러에 회색과 하늘색을 포인트 컬러로 삼았다.

클라이언트 락앤드위즈덤(대표 유송현), otellia.co.kr

디자인 BDCI 디자인(대표 이세민), bdcidesign.com

9 일렉시아 모바일 앱



전자약 개발 전문 기업 뉴아인의 편두통 치료기기 '일렉시아'와 연동하는 앱의 UX·UI 디자인 개발 프로젝트다. 사용자의 증상을 모니터링하고 기기를 제어하는 기능을 지닌 앱으로, 디자이너는 의료인이 아닌 일반 사용자들도 쉽게 사용할 수 있도록 사용자 편의성을 고려해 디자인했다. 전문 의학 용어 대신 직관적으로 이해가 가능한 카피를 썼고, 편두통과 연관된 증상들을 그래픽으로 구현했다. 고통의 정도를 색으로 표현했으며, 친근한 인상의 얼굴 그래픽에 통증을 느낄만한 여러 부위들을 세부적으로 나눠 표시해 사용자가 자신의 고통을 정확히 체크하게 했다.

클라이언트 뉴아인(대표 김도형), nueyne.com

디자인 유니체스트(대표 조성환), unichest.com

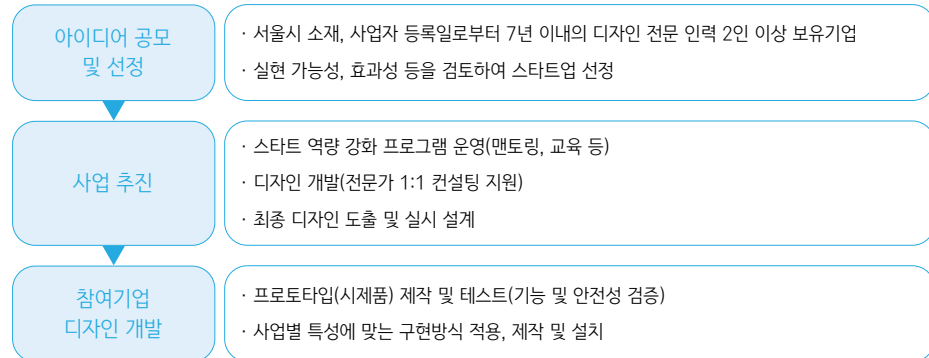
디자인 스타트업 육성 및 생존력 강화(WE UP 프로젝트)

개요

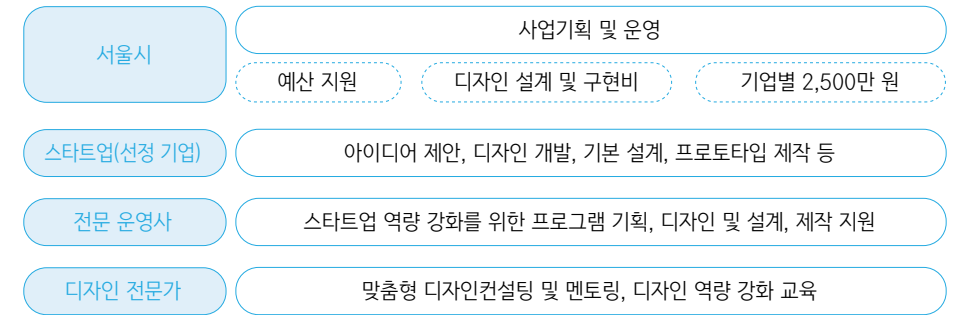
구분	서울시
사업명	디자인 스타트업 육성 및 생존력 강화(WE UP 프로젝트)
팀명	디자인정책관 디자인산업담당관 산업디자인육성팀
예산명	디자인 스타트업 육성 및 생존력 강화
키워드	#서울디자인스타트업 #WE UP 프로젝트 #디자인산업육성 #디자인역량강화

서울시 디자인 스타트업 육성 사업(2023년 WE UP 프로젝트)은 역량 있는 디자인 분야 신생기업을 디자인 전문기업으로 육성하기 위해 추진하는 사업이다. 본 프로젝트는 참신한 아이디어를 가지고 있으나 실행력이 부족했던 스타트업을 발굴하고, 스타트업이 보유한 디자인을 구체화하고 실제로 구현 및 적용할 기회를 제공한다. 아울러, 서울시는 스타트업이 다양한 경험을 축적해 디자인 전문기업으로 성장할 수 있도록 디자인 역량 강화 교육과 디자인 개발 전문가 컨설팅을 지원하며, 기업경영에 도움이 되도록 회계, 마케팅, 브랜딩, 지적 재산권, 투자유치 등도 지원한다. 이를 통해 디자인 스타트업이 역량 있는 디자인 전문기업으로 성장하여 디자인산업의 저변확대는 물론, 타 산업의 발전에도 기여할 수 있도록 지원하는 데 목적을 두고 있다.

사업 추진 과정



사업참여 주체의 역할



서울시 디자인 스타트업 육성 사업(WE UP 프로젝트)은 2018년부터 시행되어 2023년 6년차를 맞이하였으며, 창의적인 아이디어를 보유한 총 27개 기업이 참여하여 공공디자인 29개 프로젝트를 완료하였다. 그동안 이 사업에 참여한 디자인 스타트업들은 서울우수공공디자인 인증, 특허 출원, 우수디자인(GD) 출품 등을 통해 디자인의 우수성을 인정받았으며, 다양한 분야로 사업 영역을 넓혀가고 있다.

디자인 우수 사례

- 프랩디자인(2020, 자전거·공유킥보드 거치대) | 서울우수공공디자인 인증(2021. 7.)
- 오버랩/필라멘트앤코(2021, 매트백, 전시가구) | 우수디자인(GD) 출품(2022. 5.)
- 건축사사무소19341(2021, 낙석방지망) | 특허 출원(2021. 12.)
- 키뮤스튜디오(2022, 발달장애디자이너 협업) | 강동구청 도시갤러리 사업 추진, 천호동 로데오거리 4개소 시범 설치(2023. 2.)
- 하이프네이트(2023, 다국적 휴대용 충전기) | 우수디자인(GD) 국무총리상 수상

2022년에는 시민 삶의 질을 향상시키는 공공디자인을 주제로 아이디어 공모를 진행해 3개의 스타트업을 선정했다. 선정된 기업을 대상으로 디자인 개발비와 디자인 역량 강화 프로그램을 제공했으며, 시의 지원을 토대로 새로운 디자인을 개발했다. 그 결과, 덕선비의 건설 현장 안전모 디자인, 다이브의 평상형 공공벤치 디자인, 키뮤스튜디오 발달장애 디자이너의 작품(아트워크)을 활용한 공장 가림벽 등 다양한 제품이 탄생했다.

2022년 디자인 스타트업 디자인 결과물



건설 현장 안전모(수행 : 닥션비)

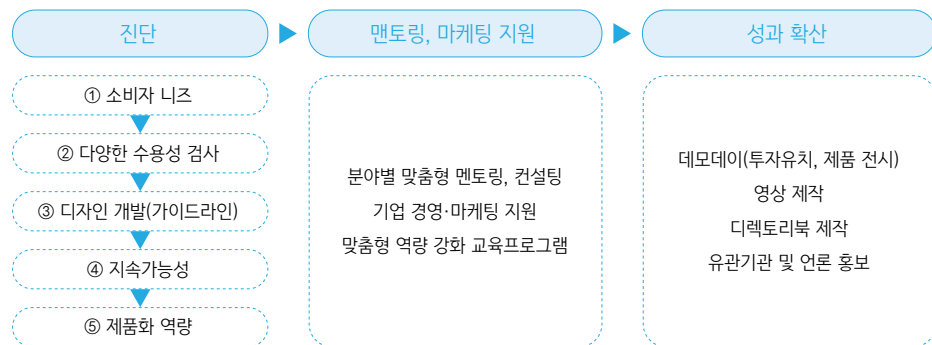
평상형 공공벤치(수행 : 다이브)

공사 가림벽(수행 : 키뮤스튜디오)

그간 디자인 스타트업 육성 사업(2023년 WE UP 프로젝트)은 공공디자인 분야를 집중적으로 지원해왔다. 그러나 2023년은 이전 사업과는 다르게 미래 디자인산업을 견인할 디자인 전 분야의 스타트업을 참여대상으로 확대했다. 이를 통해 기업들이 가진 참신한 디자인 아이디어를 구현하도록 돕고, 디자인을 구체화하여 경험과 실적을 토대로 시장에서의 경쟁력을 높일 수 있도록 사업을 개선하였다.

서울시는 2023년 3월에 '2023 WE UP Project' 참여기업을 모집하여 스타트업 40곳 중 기업 역량, 성장 가능성, 사업 효과성 및 활용성 등을 종합적으로 평가해 제품디자인 5곳, 서비스 디자인 2곳 등 7개 기업을 선정했다. 이후 7개월간 디자인 개발비 지원, 전문가 멘토링, 컨설팅, 디자인 교육, 영상 제작 등을 지원했다. 특히, 2023년에는 기업별 특성을 진단하는 방식의 맞춤형 컨설팅과 인센티브 마케팅 프로그램을 처음으로 도입하여 기업의 시장진출 및 매출 증대에 기여했다.

디자인 개발 사업화 과정



또한, 2023년 11월 23일, 프로젝트에 참여한 디자인 스타트업 7개 사를 대상으로 서울디자인창업 센터에서 첫 성과공유 데모데이를 개최했다. 성과공유회는 투자유치를 위한 기업설명회(IR 피칭)와 부스 전시를 통해 참여 스타트업들에게 투자유치 및 투자자·기업과의 협업 기회를 제공하기 위해 마련된 자리였다. 이 행사에서 스타트업 IR 피칭, 투자자 피드백 및 우수팀 시상, 디자이너가 만드는 지속가능한 브랜드 특강(한지인 브랜드 기획자), 전시 부스 운영 등의 내용으로 구성 기업들의 투자유치 경험 및 투자자와의 협업·네트워크 기회를 제공하는 장을 마련하였다.

2023년 디자인 역량 강화 교육 현황

- 교육 대상: 디자인 스타트업, 시민·대학생·예비 디자이너, 중소기업 등

- 교육 기간 및 참여: 2023년 7월 ~ 11월, 8회 224명 참여

구분	기간	분야	대상	내용	인원
1차	7. 6.	융합	일반/예비 디자이너	AI(ChatGPT)와 디자인	31
2차	7. 12.	비즈니스	스타트업(7개 사)	디지털 마케팅	19
3차	7. 19.	비즈니스	일반/예비 디자이너	ESG 디자인	38
4차	8. 30.	융합	일반/예비 디자이너	디자인 전환	31
5차	9. 19.	디자인 인식 개선	중소기업	중소기업 Design-Up	28
6차	10. 18.	디자인 인식 개선	중소기업	중소기업 Design-Up	26
7차	10. 25.	비즈니스	스타트업(7개 사)	투자자 IR/VC	18
8차	11. 9.	융합	일반/예비 디자이너	AI(ChatGPT)와 디자인	33



2023 데모데이

2023년 디자인 참여기업 성과

깃컴퍼니 | 박성민

디자인 개발 내용

하네스 개발, 리드줄 개선

- 머리와 다리를 끼우지 않고 쉽게 입을 수 있는 H형 하네스 및 특수 설계 그림(손잡이) 줄농침 2중 방지 리드줄 개발

디자인 개선

- 문제 | 타겟 시장 분석 어려움
개선 | 타겟, 색상, 브랜드 전략 수립

성과 및 향후 계획

하네스, 리드줄 특허 출원



랩엠제로 | 신태호

디자인 개발 내용

조명 타입 공기 살균기 개발

- 자체 개발한 그래핀 신소재를 사용하여 공기 중 유해물질 및 바이러스를 제거하는 조명 형태의 휴대용 살균기 개발

디자인 개선

- 문제 | 신소재 사용에 따른 비용 문제
개선 | 제품 크기 축소, 색상 개선

성과 및 향후 계획

금형 제작 완료(11월)



블랙탠저린 | 김상이

디자인 개발 내용

패션앱 UX 개선

- AI 기술에 기반하여 퍼스널 컬러와 패션 스타일 추천, 맞춤형 스타일링 등을 제공하는 코콘(Cocon) 앱 개선
- UI 사용성 피드백과 유저 리서치 및 인터뷰 분석을 통해 UX 디자인과 서비스 개선

디자인 개선

- 문제 | 고기능이나 비직관적 UI
개선 | 사용자 검증 후 UX 개선

성과 및 향후 계획

구글앱 쇼핑 분야 최고 매출 2위에 랭킹



아티스트메이트 | 홍혜진

디자인 개발 내용

유니폼 제작, 플랫폼 개선

- 온라인에서 주문부터 발주, 제작까지 가능한 3D 시뮬레이션 기반 유니폼 주문 제작 플랫폼 UX 디자인 개선

디자인 개선

- 문제 | 제공자 위주 구성
개선 | 의뢰인 위주 UX 개선

성과 및 향후 계획

서비스 추가 기능 개발 (아바타 생성, 디자인 추천)



에피팀 | 김민주

디자인 개발 내용

친환경 골프화 개발

- 친환경 소재인 선인장 가죽을 활용하여 대체 가죽을 사용하는 윤리적 소비를 지향하는 골프화 개발
- 글로벌 최초 프리미엄 친환경 골프화 개발

디자인 개선

- 문제 | 일반 가죽 제품
개선 | 선인장 가죽 적용 개발

성과 및 향후 계획

SNS 타겟 마케팅 (11월 온라인 판매 시작)
해외 백화점 입점 (2024. 1 ~ 2. 태국 Thaniya Plaza)



하이프네이트 | 최민규

디자인 개발 내용

다국적 휴대용 충전기 개선

- 돌리면 190개국에서 사용 가능한 다국적 여행용 충전기 업그레이드 모델(UC01 65W) PCBA 개발 및 PCBA 하우징 설계 완료

디자인 개선

- 문제 | UC01 30W
개선 | UC01 65W

성과 및 향후 계획

Good Design Award 2023 금상 수상



하하호호그룹 | 김경호

디자인 개발 내용

공간 공유 앱 UX 개선

- 다양한 크리에이터들이 즐겁게 작업할 수 있는 문화지향 작업공간 공유플랫폼 UX 디자인 개선
- 베타(MVP) 웹서비스 테스트를 통해 앱기능 개선 및 디자인 컨셉 구체화

디자인 개선

- 문제 | 최소 기능 베타(MVP) 테스트
개선 | 유저 인터뷰 반영한 UX 개선

성과 및 향후 계획

지역상생 프로그램인 넥스트로컬 5기로 선정되어 지방과도 협업 문화 연계



2-1-2. 서울디자인 2023

세계 유수의 도시는 오래전부터 해마다 도시를 상징하는 디자인 축제를 개최해왔다. 서울 또한 2008년 디자인서울 정책의 일환으로 서울디자인올림픽을 개최하여 이런 세계적 흐름에 발맞춰 왔다. 그 이후 서울디자인 한마당, 서울디자인위크, 디자인 클라우드, 서울디자인으로 진화했고, 현재는 서울의 대표 디자인 마이스산업으로 성장했다.

서울디자인2023의 주제는 가치 있는 동행(Valuable Life)이다. 지속가능한 미래를 위해 디자인 관점에서 사회적 이슈와 최신 트렌드를 반영한 프로그램으로 기획하고 내용을 구성했다. 2023년에도 소상공인과 디자이너, 기업과 젊은 디자이너, 국내외 기업과 저명인사, 시민과 지역사회가 어울려 행사의 문을 열었고, 함께한 모두의 역량이 응집되어 행사를 성대하게 치렀다. 행사는 서울시가 주최하고 서울디자인재단이 주관하며, 10월 24일부터 11월 2일까지 열흘간 DDP에서 열렸으며 다양한 콘셉트의 기획전을 선보였다. 주제전에는 동행의 의미를 담았다. 기업 전시 & 팝업에서는 기업의 브랜드 콘셉트와 신제품을 소개했고, DDP디자인론칭페어와 기업+영디자이너 브랜드전을 통해서 기업과 젊은 디자이너들이 협력해 개발한 신제품을 선보였다. 그리고 미래 디자인 트렌드를 제시하는 서울디자인 콘퍼런스, 시민과 함께 즐기고 공유하는 디자인 마켓 등 다양한 이벤트를 EGS 개념을 도입해 진행했다. 서울 전역의 디자인 핫 플레이스가 참여하는 서울디자인 스폿에는 200여 곳이 함께하며 뜻을 모았다.

서울디자인은 최신 트렌드를 발신하고 새로 론칭한 제품을 선보이는 디자인 플랫폼인 동시에 디자인 전문 마이스산업의 장으로서 서울의 가치를 높이는 세계적 디자인 축제로 그 역할을 강화하고 있다. 오프닝 행사에서는 국제 공모전인 서울디자인어워드 포럼을 개최하고 수상작을 전시하는 한편 시상식을 진행해 세계 각국의 수상자와 함께했으며, 서울디자인 2023에는 120만 여 명이 달하는 역대급 방문객이 찾아오는 뜻깊은 결실을 이뤘다. 서울디자인재단은 K-디자인 트렌드를 선도하는 국내외 대표 기업과 디자이너, 소상공인, 청년과 적극적으로 소통하고, K-디자인을 경험하는 대한민국의 디자인 랜드마크 DDP를 구축해 디자인산업 활성화와 디자인문화 확산에 더욱 기여하겠다는 뜻을 밝혔다.

국제 콘퍼런스 기획 운영

개요

구분	서울디자인재단
사업명	국제 콘퍼런스 기획 운영
팀명	디자인진흥본부 산업지원실 디자인산업팀
예산명	서울디자인 2023 개최
키워드	#서울디자인2023 #디자인트렌드 #ESG #콘퍼런스 #김난도

서울디자인 2023의 프로그램으로 기획된 서울디자인 콘퍼런스는 서울디자인 2023의 주제 가치인 삶(Valuable Life)에 맞춰, 지속가능한 삶을 위한 디자인의 역할과 현재 디자인산업계의 ESG 가치실현 사례를 국내외 전문가들이 청중과 공유하는 자리로 마련되었다.

10월 26일 오후 2시부터 약 4시간 동안 DDP 아트홀 1관에서 총 368명의 청중이 참석한 가운데 서울디자인 콘퍼런스가 진행되었다. 콘퍼런스는 특별좌담을 포함해 총 4개 세션으로 구성되었다. 특별좌담은 반 시계루 건축가, 이영혜 디자인하우스 대표, 비르짓 로만 디자인붐 공동설립자가 참여해 지속가능한 도시와 디자인의 역할을 주제로 대화가 이뤄졌다. 반 시계루는 “혁신적이고 새로운 소재를 발견하는 것은 중요하다고 생각하지 않는다. 다만 우리에게 이미 있어왔던 것들 중에서 우리가 해결해야 할 문제에 대한 답을 찾아야 한다”라고 이야기 했다. 세션1에서는 지속가능한 일상을



서울디자인 콘퍼런스

만드는 가치라는 주제로 분섬 프렘타다 방콕 프로젝트 스튜디오 대표와 서울디자인어워드 수상자 4인 등 지속가능성에 대해 고민하는 국내외 디자이너들이 각국의 사례를 공유하는 자리를 가졌다. 분섬 프렘타다는 생명체와 환경의 공존을 이끄는 가교 역할로서 건축의 의미를 설명했다. 어워드 수상자 프란체스코 베르가니(이탈리아-오프 캠퍼스 놀로), 마리아나 보바디아(멕시코-시코텐카틀 공원), 에까찬 에이마난왓따나(태국-시각장애인을 위한 교실의 변신), 조우하이르 벤 자넷(튀니지-암포라)는 디자인으로 사회 문제를 해결하고 변화시킨 프로젝트를 발표했다. 이돈태 롯데지주 디자인전략센터장이 모더레이터로 참석했다.

메가트렌드ESG와 디자인의 미래라는 주제로 구성된 세션 2에서는 김난도 서울대학교 소비자학과 교수가 2024 트렌드 키워드로 리퀴드 폴리탄(Liquid Politan)을 설명했다. 리퀴드 폴리탄은 도시와 지역이 액체처럼 유연하고, 서로 연결되며, 다양한 변화를 보이는 가변체라는 뜻으로 지역 발전의 새로운 시각과 방법론을 모색했다. 또한 정구호 피쿨리어인투이션 대표는 “우리가 쉽게 쓸 수 있는 물건을 선택하게 되는 건 당연하지만, 신중히 선택하고 귀하게 쓰고 잘 넘겨주는 마음을 통해 우리의 문제를 조금이나마 해결할 수 있다”며 물건과 쓰레기와의 현명한 동거에 대한 해법을 제시하고자 했다. 세션 3는 “디자인산업의 ESG 가치 실현”이라는 주제로 ESG 실천 기업의 사례소개로 구성됐다. 박원정(러쉬 코리아 에틱스 디렉터)은 모두가 조화로운 세상을 디자인하는 러쉬 아티비즘, 장영(현대자동차 브랜드마케팅본부 브랜드디자인실 상무)은 Road to Sustainability, 서기석(이케아 코리아 마케팅 총괄)은 더 나은 삶과 지구를 위한 이케아 지속가능성 등 각자 러쉬·현대자동차·이케아의 디자인을 기반에 둔 ESG 실현 사례를 소개했다.



서울디자인 콘퍼런스 특별좌담

콘퍼런스 프로그램

시간	프로그램	내용
14:00~14:05	개회	주제 영상 및 콘퍼런스 오프닝 영상 상영 개회 선언 및 세션 소개 - 사회자(정지영 아나운서)
14:05~14:50	특별좌담 “지속가능한 도시와 디자인의 역할”	※ 모더레이터: 최소현(NAVER디자인&마케팅 부문장) - 반 시게루(건축가, 반 시게루 건축사무소 대표, 서울디자인2023 파빌리온 참여) - 이영혜(디자인하우스 대표) - 비르짓 로만(Designboom 공동설립자, 서울디자인어워드 심사위원)
14:50~15:00		휴식
15:00~16:20	세션 1 “지속가능한 일상을 만드는 가치”	※ 모더레이터: 이돈태(롯데지주디자인전략센터장, 서울디자인어워드 2023 심사위원) Non-Human Centered, Elephant World Project 분섬 프렘타다(태국. 건축가, 2020 제2회 어워드 파이널 리스트) Off campus nolo 프란체스코 베르가니(이탈리아) 시코텐카틀 공원 마리아나 보바디아 가르시아(멕시코) 시각장애인을 위한 교실의 변신 에까찬 에이마난왓따나(태국) 암포라 주헤어 벤 재넷(튀니지)
16:20~16:30		휴식
16:30~17:10	세션 2 “메가트렌드ESG와 디자인의 미래”	리퀴드 폴리탄 김난도(서울대학교 소비자학과 교수, 『트렌드코리아』 저자) 현명한 동거 정구호(피쿨리어인투이션 대표, 서울디자인2023 주제 전시 큐레이터)
17:10~18:10	세션 3 “디자인산업의 ESG 가치 실현”	모두가 조화로운 세상을 디자인하는 러쉬 아티비즘 박원정(러쉬 코리아 에틱스 디렉터) Road to Sustainability 장 영(현대자동차 브랜드마케팅본부 브랜드디자인실 상무) 더 나은 삶과 지구를 위한, 이케아의 지속가능성 서기석(이케아 코리아 마케팅 총괄)
18:10~18:30	폐회	램업 및 폐회 - 사회자(정지영 아나운서)

서울디자인 2023 마켓

개요

구분	서울디자인재단
사업명	서울디자인 2023 마켓
팀명	디자인진흥본부 산업지원실 디자인산업팀
예산명	서울디자인 2023
키워드	#글로벌 #ESG #소상공인 #리퍼브

서울디자인 2023의 한 프로그램으로 운영된 서울디자인 2023 마켓은 ESG라는 행사 컨셉에 맞게 다양한 연령층, 국적, 관심사의 관람객들이 즐길 수 있도록 여섯 가지로 운영되었다.



1) DDP디자인론틈마켓

신규 론칭한 디자인 트렌드 제품을 구입할 수 있는 마켓



2) 글로벌 ESG 트렌드 마켓(19개국 24개 브랜드 참여)

각국의 대사관과 협력, 다양한 해외 ESG트렌드 브랜드 참여마켓



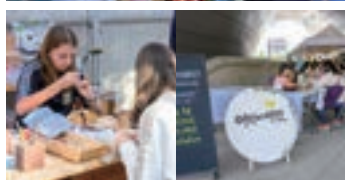
3) 소상공인 ESG트렌드 마켓(25개 마켓 셀러 참여)

MZ세대가 열광하는 핫한 트렌드 제품 판매



4) 디자인 리퍼브 마켓(8개 브랜드)

디자인 스튜디오의 하자상품, 재고 상품을 저렴하게 판매하는 마켓



5) 문호리 ESG 마켓(90개 소상공인) 및 어린이 경제 마켓(9개 부스)

ESG를 실천하는 국내 가장 인지도 높은 플리마켓 브랜드와 어린이들이 직접 셀러가 되어 본인의 사용하지 않는 물건을 판매하는 경제 마켓

마켓 총 수익 : 535,019,140원

리퍼브 디자인 마켓 참가 기업과 디자이너 모집

최근 사람들은 리퍼브(Refurbished) 디자인에 주목하기 시작했다. 가성비 있는 제품을 구매할 수 있을 뿐 아니라, 친환경 소비문화에 동참한다는 의미도 크기 때문이다. 서울디자인재단은 서울디자인 2023 행사와 관련해 리퍼브 디자인 마켓에 참여할 국내외 디자이너 및 디자인 스튜디오를 모집했다. 리퍼브 디자인 마켓은 미세한 하자가 있는 디자인 제품 또는 재고 디자인 제품을 할인 금액으로 판매하여 시민 고객에게 사용할 기회를 제공하고 브랜드 인지도를 높일 수 있는, 디자이너와 함께 만들어가는 착한 마켓이다. 10월 24일부터 11월 2일까지 DDP 야외 공간에서 운영된 본 프로젝트에 참가한 자들에게는 공동 판매부스가 무상 제공되었다.

서울디자인스팟

개요

구분	서울디자인재단
사업명	서울디자인스팟
팀명	디자인진흥본부 산업지원실 디자인산업팀
예산명	서울디자인 2023
키워드	#서울 #ESG #디자인스팟 #핫플레이스 #힙플레이스

서울디자인 2023 프로그램의 하나로 운영된 서울디자인스팟은 DDP 외에도 서울에 많은 볼거리가 있음을 알리기 위해 2022년부터 시작되었다. 서울시 내의(일부 경기도) 문화공간(미술관, 박물관, 문화복합시설), 디자인스튜디오, 맛집 218곳을 선정하였으며 각 스팟의 SNS를 통해 서울디자인 2023을 함께 홍보하고, 스팟 내 서울디자인 2023 홍보물 비치 등을 통해 오프라인 홍보에도 함께하였다. 200개의 스팟 선정을 목표로 하여 총 218개의 스팟을 선정하였다.

2023년에는 서울디자인 2023 행사의 컨셉에 맞게 제로웨이스트샵을 추가로 선정하였다.

서울디자인 2023 기간 내 서울디자인스팟 방문객 : 630,914명

영디자이너 프로젝트

개요

구분	서울디자인재단
사업명	기업+영디자이너 브랜드전시
팀명	디자인진흥본부 산업지원실 디자인산업팀
예산명	미래세대 디자인교육
키워드	#기업 #영디자이너 #산학협력

교육부가 2022년 12월 발표한 고등교육기관 졸업자 취업통계를 보면, 2021년 대학(원) 졸업생 취업률은 67.7%로 2018년 이후 3년 만에 코로나19 이전 수준으로 반등했다. 그러나 디자이너의 취업 현실은 녹록지 않다. 2021년 대학(원) 졸업생 중 예체능 계열 취업률은 66.6%로 공학/의학계열 대비 낮은 것으로 나타났다. 이에 서울디자인재단은 일자리 찾기에 어려움을 겪고 있는 예비 디자이너들에 힘을 보태고자 발 벗고 나섰다. 서울디자인 2023의 한 축인 영디자이너 프로젝트는 디자인전공 대학생, 취업준비생들 등을 대상으로 취업 컨설팅과 기업의 디자인 프로젝트 참여 기회를 제공한다. 영디자이너 프로젝트에는 영디자이너 취업컨설팅, 기업+영디자이너 브랜드 전시가 있으며, 디자인 분야의 인재들이 사회에 첫발을 내디딜 수 있도록 지원하고 있다.

영디자이너 프로젝트는 기업과 대학의 영디자이너 팀을 매칭하여 기업의 제품을 기획, 제작하는 워크숍을 운영하고 워크숍을 통해 제작된 결과물을 전시하는 사업이다. 영디자이너는 본 프로그램을 통해 기업의 제품 기획 및 브랜딩 과정을 직·간접 경험하고, 기업은 영디자이너의 참신한 아이디어를 통해 새로운 제품을 기획할 기회를 얻는다. 2023년에는 9개 대학, 13개 기업에서 기업+영디자이너+멘토로 구성된 13개 팀이 6월부터 프로젝트를 진행했다. (52명의 영디자이너, 13명의 멘토) 13개의 팀은 서울디자인 2023 기간 동안 DDP 뮤지엄 돌레길에 제품을 전시하였다. 13개의 팀 중 심사를 통해 서울시립대 X 아모레퍼시픽팀(팀명: 아무래도)이 1위로 선정되었고, 서울시장상 및 1,000만 원의 장학금을 지원받았다. 이 때 제작된 아무래도 팀의 모두를 위한 헤어브러쉬는 아모레퍼시픽의 라보에이치(LABO H)에서 실제 제작될 예정이다.

영디자이너 취업컨설팅에 멘토로 참여한 한양대학교 김진경 학생은 “혼자 하던 취업 고민을 해소하고 현직자인 멘토들의 시선에서 포트폴리오를 점검할 수 있었다.”며 “덕분에 부족한 점을 객관적으로 파악하고 취업뿐 아니라 디자이너로서의 방향성까지 잡을 수 있게 된 계기”라고 참여 소감을 전했다.



서울디자인재단 이경돈 대표이사는 “영디자이너 프로젝트를 기회로 많은 청년 디자이너가 성장하고 발전해서 참가자 모두가 원하는 기업에 취업했으면 한다”며 “재단은 청년 디자이너들의 꿈이 현실이 될 수 있도록 지원을 아끼지 않겠다”고 전했다.

기업+영디자이너 브랜드 전시 참가팀

연번	팀명	참가자	프로젝트
1	amoredo 아무래도	기업	아모레퍼시픽
		대학	서울시립대학교 산업디자인전공 (멘토: 이광후 디자이너)
2	내일의 충전소	기업	BMW 코리아 미래재단
		대학	경희대학교 시각디자인학과 (멘토: 정지연 교수)
3	KUJUNG.ST	기업	구정마루
		대학	카이스트 산업디자인학과 (멘토: 최민규 교수)
4	홍심	기업	농심
		대학	홍익대학교 디자인대학원 패키지디자인전공 (멘토: 신상윤 교수)
5	Flaneur 플라뇌르	기업	디오리진
		대학	홍익대학교 산업디자인학과 (멘토: 이길옥 교수)
6	VoL.1	기업	랩엠제로
		대학	서울과학기술대학교 산업디자인학과 (멘토: 이영은 교수)
7	데이터리움	기업	로알앤코
		대학	홍익대학교 산업디자인학과 (멘토: 이강현 교수)

연번	팀명	참가자	프로젝트
8	블루웨이브	기업 리뷰어헬스케어	제주의 자원을 활용한 반려동물 용품 브랜딩
		대학 제주대학교 융합디자인학과 (멘토: 홍지수 교수)	
9	이십일	기업 송월타올	업사이클링 제품 개발 및 브랜드 ESG 홍보영상 제작
		대학 영산대학교 시각영상디자인전공 (멘토: 정기영 교수)	
10	soulbell 소울벨	기업 종근당 건강	MZ세대에 어울리는 뷰티 브랜드 패키지 제작
		대학 한양대학교 커뮤니케이션디자인과 (멘토: 김응화 교수)	
11	vari_kyukie 베리큐키	기업 한국리노베링	지역 재생 실천가 육성 교육 프로그램 개발과 리노베이션 스킴 제작
		대학 경희대학교 시각디자인학과 (멘토: 박상희 교수)	
12	테이팩스	기업 한솔 테이팩스	ESG 경영 철학과 영디자이너의 창의성을 담은 패키지 디자인
		대학 한양대학교 커뮤니케이션디자인과 (멘토: 이복영 교수)	
13	SHINE 빛나	기업 헬로우 미스터리	환경에 대한 부담을 최소화하는 LED 전구모델 개발
		대학 목원대학교 산업디자인학과 (멘토: 윤흥순 교수)	

영디자이너 취업 컨설팅

서울디자인재단은 청년 디자이너들의 취업을 돕기 위해 특화된 취업플랫폼을 운영하여 디자인 분야의 일자리를 창출하는 것을 목적으로 하고 있다. 2023년에는 디자인대학 졸업(예정)자 및 취업 준비생 총 28명이 참가했다. 프로그램 내용은 다음과 같다. 먼저, 멘토링 세션에는 참가자들이 포트폴리오, 이력서, 자기소개서 작성에 대한 전문적인 멘토링을 받았다. 또한 모의면접 세션에서는 기업의 인사 담당자, 기업 디자인팀장, 헤드헌터들이 모의면접을 진행하고 피드백을 제공했다.

	멘토링 1차	멘토링 2차	모의면접
일정	2023. 7. 8.	2023. 8. 12.	2023. 9. 2.
내용	오리엔테이션, 개별 멘토링	개별 멘토링	모의면접
내용	커리어 설계 로드맵/포트폴리오 코칭	포트폴리오 코칭 및 자소서 검토	기업 모의면접
장소	DDP 디자인랩 2층	DDP 디자인랩 2층	DDP 디자인랩 2층



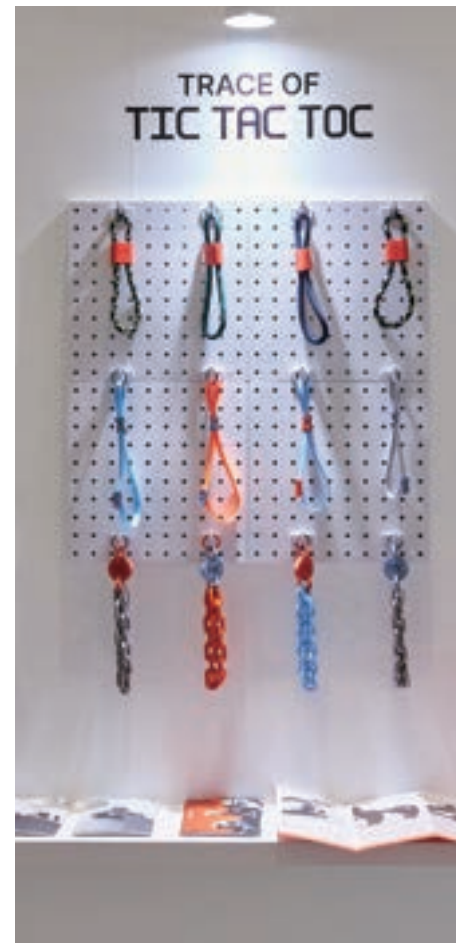
DDP 뉴스레터
서울디자인 콘퍼런스



서울디자인 2023
인스타그램



서울디자인 2023
하이라이트 영상



2-1-3. DDP디자인론칭페어

개요

구분	서울디자인재단
사업명	DDP디자인론칭페어
팀명	디자인진흥본부 산업지원실 디자인산업팀
예산명	DDP디자인페어 개최
키워드	#디자인론칭페어 #컬래버레이션 #론칭 #소상공인 #디자이너 #멘토링 #디자인교육

DDP디자인론칭페어는 2019년부터 서울디자인재단이 주관하는 사업으로, 제조산업의 경쟁력을 향상시키는 것과 디자인산업의 진흥을 목적으로 한다. 본 행사는 신제품 출시를 준비 중이거나 출시한 지 3년 이내의 신제품을 보유한 역량 있는 디자인기업의 국내외 마케팅을 제공한다. 선정된 기업(디자인스튜디오)은 DDP디자인론칭페어에 브랜드 단독 전시부스 참여 기회를 무료로 제공받으며, 디자인계와 마케팅·유통 관계자를 대상으로 발행되는 디자인 트렌드북과 DDP디자인론칭페어 홈페이지에 주목할만한 디자인회사로 소개된다. 또한 최우수 기업에는 전시지원금도 제공된다.

2023년 4월 27일과 28일 이틀간 진행된 워크숍은 디자이너의 아이디어와 이를 제품화하기 위한 소상공인의 제조기술력에 대한 기대감으로 가득했다. 약 200여 개의 팀이 결성되어 DDP 디자인론칭페어에 참여했다. 참여자들은 전문가 맞춤 멘토링과 변리사 자문 및 국내외 마케팅 교육 등을 지원 받았으며, 그 중 참여팀 중 상위 우수 60개 팀에게는 온·오프라인 전시를 위한 시제품 제작비용과 제품 스튜디오 촬영, 참가자 프로필 촬영 등의 추가 지원도 주어졌다. 이들 팀은 DDP디자인론칭페어 전시에 참여할 수 있는 기회도 부여받았다.



DDP디자인론칭페어는 소상공인·중소기업과 디자이너·디자인기업의 협업을 통해 디자인이 접목된 제품 개발을 지원하는 사업이다. 따라서 본 사업은 협업을 추진하는 기업의 파트너십뿐만 아니라 두 기업의 경쟁력 향상에 큰 도움이 된다. 참여 소상공인과 디자이너에게는 상호 매칭 서비스, 제품디자인 개선 및 제작을 위한 맞춤형 전문가 멘토링, 저작권보호·계약 등을 위한 변리사 컨설팅 및 마케팅 교육이 제공되어 제품 생산과 디자인, 저작권 등의 법률적 고민을 원스톱으로 해결할 수 있다.

최우수 3개 팀에는 각각 500만 원의 양산 지원금이 지급되었으며, 시민이 뽑은 시민상 1개 팀에는 200만 원의 상금이 추가로 지원되었다. 이 네 팀 모두에게는 서울특별시상장과 DDP 디자인스토어 입점 기회가 부여되었다. 참가한 제품들은 코로나 이후 사회적 변화를 반영한 가정용 조명장치, 캠핑용품, 바디용품 등 다양한 생활용품과 뷰티 상품이 눈에 띄게 많았다. 조명 분야 소상공인으로 처음 참가한 무딕스(배성규 대표)는 한국형 라이프스타일에 꼭 맞는 K-무드리스트 기획안을 발표해 참가자들의 많은 관심을 받았다.

2019년부터 2023년까지 5회째 생활용품 분야 디자이너로 참여한 더블랙(배재열 대표)은 네 번의 참가 사례를 소개하며 올해 개발할 제품에 대한 자신감을 보였다. 워크숍 현장에서는 MZ세대 신진 디자이너의 당찬 의지도 돋보였다. 조명 분야 디자이너 베리히(이수희, 이효리)는 함께 팀을 이룬 가구분야 소상공인 원그레인(Onegrain, 정한결)과 기존 목업 방식이 아닌 새로운 방식과 소재를 이용해 제품을 개발하겠다는 각오를 다졌다. 이 프로젝트에는 소상공인과 디자이너 협업이 시너지를 낼 수 있도록 다양한 분야의 전문가들이 큐레이터로 투입되어 약 4개월 간의 상품 개발 과정을 함께했다. 컬래버레이션 부문에는 안강은(inne 대표), 정미(이온에스엘디 대표), 조은환&신태호(MAEZM 공동 대표), 하지훈(계원예술대학 교수)이 각 분야에 대한 정보와 네트워크를 활용해 제조 소상공인과 디자이너의 매칭을 추천하고, 전문지식을 활용한 멘토링으로 최상의 제품을 개발할 수 있도록 지원했다. 론칭 부문에는 김종완(종킴디자인스튜디오대표), 박근하(루밍 대표), 송봉규(BKID 디자인 디렉터), 오세은(롯데백화점라이프스타일 부문 퍼니처&홈데코 팀장), 이달우(마음스튜디오대표)가 참여하여 역량 있는 디자인 스튜디오들의 신제품 발굴 및 섭외를 도왔다.

행사는 2023년 10월 24일부터 11월 2일까지 서울디자인 2023과 함께 DDP에서 진행되었다. 참가자들의 포트폴리오는 DDP 디자인론칭페어 홈페이지에서 확인할 수 있다.

QR코드
링크



DDP디자인론칭페어
홈페이지

2-1-4. DDP디자인스토어 운영

개요

구분	서울디자인재단
사업명	우수 디자인상품 마케팅 활성화
팀명	디자인진흥본부 산업지원실 디자인브랜드팀
예산명	DDP디자인스토어 운영
키워드	#디자인스토어 #디자인상품 #유통 #마케팅 #디자인산업 #DDP브랜드

DDP디자인스토어 리뉴얼 오픈

DDP디자인스토어는 세계에 알려진 국내 스타 디자이너의 작품, 생생한 아이디어의 유니크한 브랜드, 그리고 '디자인 서울' 대표 상품을 판매하고 새로운 라이프스타일을 체험하는 공간이다. 이곳에서는 국내 대표 디자이너부터 신생 기업에서 만든 제품까지 다양한 카테고리의 상품을 선보인다.

DDP디자인스토어는 매년 입점 브랜드 모집 및 심사를 통하여 신진 디자이너 및 디자인기업을 발굴하여 이들에게 판매와 홍보의 기회를 제공하고 있다. 또한 민간협력 행사 및 시즌별 온·오프라인 이벤트를 개최함으로써 스토어를 찾는 시민에게 디자인문화를 향유할 기회를 제공하며 디자인산업의 활성화를 도모한다. 2023년 11월 DDP디자인스토어는 서울을 대표하는 디자인 스토어로서의 도약을 목표로 리뉴얼 오픈하였다. 리뉴얼한 오프라인 매장(면적 138㎡)은 디자인랩 지하 2층(어울림 광장)에 위치하며 연중무휴로 운영된다. 기존 공간은 디자인랩 지상 1층으로 2, 4, 5호선 동대



문역사문화공원 1번 출구에서 바로 이어지는 어울림광장을 지나 엘리베이터를 타고 이동해야 했으나, 이전의 공간은 어울림광장에서 바로 진입이 가능하여 물리적 한계점을 보완하고자 하였다. 또한 DDP디자인스토어에서 판매하는 공예품, 서울굿즈 등 대표 상품을 전시하는 Design Seoul을 별도 운영하여 DDP디자인스토어의 운영 방향과 서울의 우수 상품을 선보일 수 있는 기회를 마련하고자 하였다.

DDP디자인스토어는 서울 디자인 스토리를 담은 공간을 컨셉으로, DDP의 정체성을 살리면서 판매 상품이 잘 돋보일 수 있는 공간 기획 및 가구디자인을 진행하였다. 또한 착각 건축사무소, 보마켓, 취그라프 등 인테리어, MD, VMD, 그래픽 디자인업계의 유명 전문가들과의 협력을 통해 통일성있고 심미적 완성도가 높은 공간 분위기를 조성하였다. DDP 외장패널을 상징하는 스테인리스 스틸과 따뜻한 목재 소재를 함께 사용해 DDP의 부속 공간으로의 이미지를 견고히 하면서도 아늑한 판매공간을 조성하였으며, 기존 DDP디자인스토어의 부족한 수납공간 및 디스플레이의 한계를 보완하기 위해 벽면과 기둥을 활용한 가구를 제작하였다. 원활한 행사 운영을 위해 중앙 매대를 팝업 및 기획 전 이벤트를 전용 매대로 사용하여 더욱 집중도 있는 공간이 구성되었다.

공간뿐만 아니라 브랜드 아이덴티티 디자인 리뉴얼도 동시에 진행하였다. 서울을 대표하는 디자인 스토어로서의 도약을 목표로 서울의 현대적 이미지를 상징하는 비비드한 킷컬러와 전통적인 먹의 표현 방식을 활용해 대표적인 DDP디자인스토어 상품 실루엣을 키비주얼 모티프로 제작하였다. 신규 개발된 킷컬러, 글꼴, 키비주얼, 패턴 등을 활용해 친환경 쇼핑백, 엽서, 유리창 그래픽, 가격표 등을 재개편함으로써 변화된 DDP디자인스토어의 방향을 시각적으로 드러내고 시민들에게 스토어의 정체성을 더욱 확실히 각인시킬 수 있었다.





DDPx벨리곰 팝업



DDPx로파서울 교류전을 진행한 로파서울 매장

2023년 8월부터 11월까지 약 4개월 반의 기간을 거쳐 2023년 11월 17일, DDP디자인스토어가 리뉴얼 오픈하였다. 리뉴얼 오픈을 홍보하고 축하하기 위해 11월 17일부터 11월 30일까지 포토부스, 경품 이벤트 등 다양한 온·오프라인 오픈 이벤트를 운영하였다. 그 결과 온·오프라인 매출 상승 및 SNS 팔로워 수 증가, 온라인 스토어 방문자 수 증가 등 유의미한 성과를 이루어 냈다.

2023년 DDP디자인스토어 정기 및 수시 입점

2023년 DDP디자인스토어는 최신 트렌드를 반영하고 우수한 디자인 상품을 입점시키기 위해 신제품 정기 입점 공모 및 수시 입점 심사를 추진하였다. 정기 입점은 공개모집으로 진행되어 리빙, 문구, 패션잡화 등 디자인 전반에 걸친 제품을 모집하였다. 심사는 디자인 전문가와 대학생 서포터즈로 구성된 평가위원회가 디자인, 사용성, 트렌드, 국내외 수상실적 및 ESG 항목을 평가하였다. 2023년 7~8월에 거쳐 진행된 정기 입점 공모에서는 22일간의 공고기간 동안 290개 브랜드가 모집되며 DDP 아트홀에서 역대 최대 규모의 심사가 진행되었으며, 심사 결과 27개 브랜드가 최종 입점 선정되었다. 수시 입점은 스토어 입점 방식을 다양화하기 위해 2022년 도입되었으며, 재단의 디자인 상품 모집과 수시 입점 평가위원회의 평가로 입점이 진행된다. 2023년 수시 입점은 DDP디자인스토어 리뉴얼 오픈에 발맞춰 우수 디자인 브랜드를 모집하기 위해 2차례 진행되었으며, 15개 브랜드가 입점 선정되었다. 입점 선정된 브랜드의 제품은 DDP디자인스토어에서 판매되며 스토어 홈페이지와 SNS 등을 통한 온라인 홍보 지원을 받았다.

민간협력 행사 및 시즌별 이벤트 운영 성과

DDP디자인스토어는 단순 제품 판매에서 벗어나 전시와 체험 등 시민에게 다채로운 디자인문화 향유 기회를 제공하기 위해 민간협력 행사를 운영하며, 입점 브랜드 홍보와 스토어 운영 활성화를 위해 시즌별 이벤트를 운영한다. 2023년 5월엔 가정의 달을 맞아 남녀노소에게 인기를 얻고 있는 벨

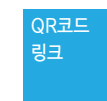
리곰 캐릭터와 함께 DDPx벨리곰 협력 행사를 개최하였다. 기존 스토어에 입점되어 있는 4개의 브랜드와 벨리곰(롯데홈쇼핑)이 협력 개발한 신제품을 선보이는 팝업스토어를 운영하였고, 스토어 외부공간(아울림광장, 미래로, D-숲)에서는 도심 숲을 연상케 하는 전시 겸 휴식 공간을 조성하였다. 팝업 및 전시의 컨셉은 'forest: 이상한 디디피의 벨리곰'이며, DDP라는 숲속에서 일어나는 재미있는 일들을 다양한 모습의 벨리곰으로 표현했다. 전시 기간 동안에는 벨리곰이 깜짝 방문해 방문객들과 만나기도 하였다.

동기간 시민 참여 유리컵 꾸미기 원데이 클래스도 운영하여 DDP디자인스토어에서 보다 다양한 체험을 할 수 있도록 하였다. 그 결과, 2023년에는 스토어 역대 최대 월매출과 최대 방문객을 달성할 수 있었다.

하반기에는 서울 로컬 디자인숍 로파서울과 협력 교류전을 추진하여 국내 트렌디한 공예 문화를 선도하는 3명의 신진 작가들과 함께 DDPx로파서울 한정판 상품을 개발하였고, DDP디자인스토어와 로파서울의 각 매장에서 상호 브랜드의 상품을 판매하였다. 이는 교류 판매전의 최초 시행으로 향후 민간협력 행사 범위가 확장되었으며, 외부 판매공간에서 DDP굿즈에 대한 높은 관심도를 확인할 수 있는 계기였다. DDP디자인스토어는 민간협력 외 스토어 단독 시즌 이벤트도 수시로 진행하였다. 새학기, 가정의 달, 연말 등 시즌별 이슈에 적합한 DDP굿즈와 입점 브랜드를 선별하여 할인 이벤트를 기획하였는데, 최초로 입점 브랜드가 참여하도록 하여 행사 참여 상품 수 및 행사 규모를 확대할 수 있었고, DDP디자인스토어 판매 활성화 및 인지도 제고에 기여할 수 있었다.

DDP디자인스토어는 입점 상품 유통 채널 다각화 및 홍보 활성화를 위해 별도의 온라인 홈페이지와 SNS 계정을 운영하고 있다. 온라인 홈페이지는 디자이너 인터뷰와 판매 기획전을 소개하는 D-Magazine과 상품 판매에 특화되어 있다. DDP디자인스토어 온라인 홈페이지 방문자들은 D-Magazine을 통해 상품 개발에 임하는 디자이너의 생생한 스토리와 DDP디자인스토어에서 제안하는 상품의 소식을 접할 수 있다. 2023년 DDP디자인스토어는 D-Magazine을 통해 신규 콘텐츠 32건을 발행하며 디자인 콘텐츠 확산 및 아카이브에 기여하였다.

SNS(인스타그램)에서는 스토어 입점 상품을 홍보하며 온오프라인 연계 이벤트를 운영하였다. 기존 스토어 팔로워 및 잠재고객은 스토어 계정(@ddpdesignstore)에서 신제품 론칭 및 입점, 이벤트 소식 등을 신속하게 접할 수 있었다.



QR코드 링크



DDP디자인스토어 홈페이지



DDP디자인스토어 인스타그램

2-1-5. 글로벌 디자인시장 판로 개척 지원

개요

구분	서울디자인재단
사업명	글로벌 디자인시장 판로 개척 지원
팀명	디자인진흥본부 산업지원실 디자인브랜드팀
예산명	우수 디자인상품 마케팅 활성화
키워드	#2023밀라노디자인위크 #서울라이즈 #DDP SEOUL.IZE

서울디자인재단은 DDP 브랜드를 알리고 DDP디자인스토어와 연계된 DDP 브랜드 상품 및 신진·청년 디자이너들의 제품을 소개하기 위해 세계 최대 규모의 디자인 축제 중 하나인 밀라노 디자인 위크에 참여할 계획을 세웠다. 재단은 DDP를 중심으로 서울의 디자인산업 발전과 디자인문화를 확장하는 사업을 꾸준히 수행해오고 있다. 밀라노 디자인 위크는 세계 최대 규모의 디자인 축제 중 하나로, 해마다 전 세계 수많은 디자이너와 관계자들이 찾는다. 행사는 밀라노 외곽의 로 피에라(Rho Fiera)와 람브라테, 토르토나, 브레라 등 시내 여러 장소에서 동시에 열렸다. 서울디자인재단은 이를 통해 유럽을 비롯한 전 세계 각지에 DDP 브랜드를 알리고자 2023년 4월 17일부터 23일까지 이탈리아 밀라노 디자인 위크 2023에서 SEOUL.IZE라는 컨셉으로 DDP 브랜드관을 선보였다. 세계에서 가장 빠르게 떠오르고 모두가 선망하는 서울과 DDP의 가능성을 DDP 브랜드관 DDP SEOUL.IZE에 녹여냈으며, 전 세계인이 방문하고 싶은 도시 서울과 트렌드를 이끄는 DDP의 모습을 역동적 디자인으로 표현하고자 했다. 전시 디자인은 종킴디자인스튜디오와 협업하였다.

DDP브랜드관 조성 및 운영

- 전시 장소 | 이탈리아 밀라노 토르토나 지구 슈퍼 스튜디오
- DDP브랜드관 규모 | 100㎡ 부스 1개
- 설치 기간 | 2023. 4. 10. ~ 4. 16.
전시 공간 구성 및 부스 설치 공사 관리
- 본 전시 운영 기간 | 2023. 4. 17. 프레스테이 ~ 4. 23.(7일간)
- 철거 기간 | 2023. 4. 23. 마감 후 ~ 4. 26.
전시 완료 후 전시품 회수, 공간 철거, 안전 관리 등 운영



서울라이즈 포스터



DDP브랜드관 'DDP SEOUL.IZE'는 전 세계의 트렌드를 이끌어 가는 도시 서울과 서울을 대표하는 디자인 허브 DDP를 역동적인 디자인 에너지로 표현한다.

DDP는 글로벌 디자인 트렌드가 시작되고 문화가 교류하는 복합 문화 공간이다.

세계 최초의 디자인과 트렌드 소식을 알리고, 새로운 전시를 통해 지식을 공유하고, 다양한 디자인 체험을 할 수 있는 콘텐츠를 운영한다.

『DDP SEOUL.IZE』

Showcases Seoul and DDP, the Global trendsetting capital of the world and the design hub representing the city, through dynamic design energy.

DDP is a complex cultural space where global design trends are initiated and different cultures come together.

It showcases the world's first designs and trend news, shared knowledge through new exhibitions, and offers various design experiences.

‘서울처럼 되다’라는 의미의 서울라이즈(SEOULIZE)는 낮과 밤이 모호한 공간인 DDP의 특성에 영감을 받았다. 정확한 형태의 원형에서 벗어난 타원과 ‘Seoul’의 알파벳 ‘O’를 결합한 타이포그래피는 스튜디오 기오에서 제작했다.

서울디자인재단은 매년 청년 및 신진 디자이너들과 협업하여 DDP를 모티브로 DDP 브랜드 상품을 개발해왔다. 이 상품들은 DDP디자인스토어에서 판매되며, 일부는 품절될 정도로 인기가 많다. 현재는 DDP의 역사, 가치, 소재를 모티브로 한 다양한 제품들이 전시되고 있다. 예를 들어 과거 동대문운동장의 트랙을 연상시키는 성정기 디자이너의 Beyond DDP 시리즈, DDP의 아름다운 조형 계단에서 영감을 받은 김슬기과 유지혜 디자이너의 Stack, DDP 건축물 모양의 화분을 디자인한 정영준 디자이너의 DD.Pium 등이 있다. 이들 제품은 전시장 복도를 따라 전시되었다.

전시장 내부에서는 초대형 프로젝션 매핑 영상쇼 서울라이트 DDP를 감상할 수 있었다. 서울라이트 DDP 영상은 한국 미디어아트와 창의성과 프로젝션 매핑의 기술력을 국제 무대에 알릴 것으로 상영 전부터 기대를 모았다. 2021년에는 박재성 작가의 「자각몽: 5가지 색」, 2022년에는 기아디자인의 「오퍼짓 유나이티드」를 상영하였다. 서울라이트는 DDP 외벽을 활용한 초대형 맵핑쇼로, 5년째 진행되고 있으며 서울시민들이 가장 좋아하고 즐기는 행사 중 하나이기도 하다.

슈퍼스튜디오 전시장 방문객 수는 6만 5천 명이었고, 방문 기자 및 프레스는 1,936명이었다. 그 중 바이어와 디자이너 등 관계자들이 73%를 차지했으며, 독일, 프랑스, 네덜란드, 일본, 영국, 스페인, 브라질, 미국, 중국 순으로 총 방문객의 30%가 외국인이었다. 세계 유명 전시회에 참가하여 글로벌하게 DDP를 홍보할 수 있는 좋은 기회였다.

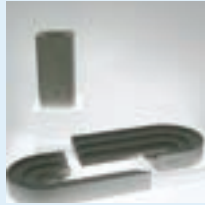


DDP 브랜드 상품



1. DDP 디오라마 오브제

DDP 건축물의 형태를 모티브로 디자인된 다용도 오브제다. 유선형의 건축물 특징을 담기 위해 3D 프린팅으로 제작했으며, 꽃이나 조화를 꽂아두거나 상품 그 자체로 공간을 연출하기에도 좋다.



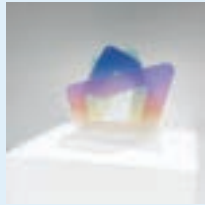
2. DDP 아카이빙 오브젝트

“DDP를 디자인으로 기억하다” 동대문의 역사를 디자인 오브젝트로 표현한 상품이다.



3. Beyond DDP A/ Beyond DDP C

Beyond DDP는 현재의 DDP의 역사, 가치, 소재와 더불어 DDP 이전부터 시민들과 소통했던 과거의 역사를 기억하게 하며 그 모든 디자인의 가치를 보다 가깝게 만나게 하는 디자인으로 우리의 일상에서 만나는 DDP, Beyond DDP를 내포하고 있다.



4. Stack

북엔드 Stack은 DDP의 공간 중 Iconic한 조형 계단의 형태에서 영감을 받았으며, 누군가의 새로운 일에 도움을 주는 책을 수납할 수 있도록 디자인된 데스크 오브제다.



5. 변화의 컵

동대문운동장이 자리했던 곳에 유선형의 DDP가 세워지며 변화한 모습을 유리컵 디자인에 담았다. 컵 하단 베이스는 과거 동대문운동장의 트랙을, 상단 립은 현재 DDP 건물의 비정형 곡선을, 가운데 볼은 과거와 현재의 시간을 자연스럽게 연결했다.

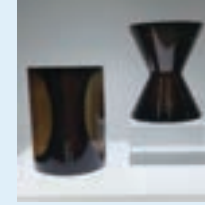


6-1. DDPC & DDPH

직장에 들어가게 되면 회사명과 자신의 이름이 있는 명함을 받게 되는데, DDPC와 DDPH는 이 순간에 필요한 명함 보관용 시리즈 제품이다. 두 제품 모두 DDP 외장 패널의 특징인 타공패턴에서 디자인 영감을 얻었다.

6-2. DDP 매터리얼 메모블록

DDP는 자연의 소재인 스톤과 메탈을 기반으로 노출콘크리트와 도트패턴의 알루미늄패널이 인상적인 건축물이며, 이 건축 소재를 바탕으로 디자인한 메모 블록이다.



7. 블랙홀

저금통 블랙홀은 한번 빨려 들어가면 어디로 가는지 알 수 없다는 점을 연관시켜 디자인한 오브제다.



8. 지오메트리카 가나페 접시

DDP디자인스토어는 서울의 라이프스타일 문화를 선도하는 상품을 개발하고, 서울의 우수한 디자인 및 공예상품을 발굴하는 플랫폼으로서 시민 라이프스타일과 트렌드에 부합하는 글로벌한 DDP 브랜드 상품 개발을 위해 세계적인 거장 알레산드로 멘디니(Alessandro Mendini) 및 한국도자기와 함께 상품 개발을 협업했다.



9. Material Seoul

서울에서 다룰 수 있는 소재를 아카이브하는 프로젝트로 ‘PURPOSE DRIVEN MATERIAL 목적지향형 소재’라는 주제를 바탕으로 환경영향을 최소화하는 지속 가능한 소재들을 소개한다. 각 소재들은 밸런싱 블록으로 제작되어 디자이너들이 가까이 두고 직접 만져 보면서 질감, 비중과 같은 소재의 속성을 체험할 수 있다.



10. Seoul bird

일상에서 만날 수 있는 서울의 다양한 풍경 요소가 생활 속에서 활용할 수 있는 오브제로 재탄생했다.



11. B-Side DDP 북엔드, 인센스워머

‘B-side DDP’는 DDP의 비정형과 비대칭의 조형예술에 주목하여 실제 서울의 생활 상에 DDP의 현재적 가치를 접목했다. 실제 DDP의 이곳 저곳에서 만날 수 있었던 거대한 스케일과 다양한 곡률의 형상에서 느끼는 A-side로 DDP를 접하였다면, 우리 생활에서 B-side로의 아주 작은 스케일의 건축, 그리고 네거티브의 형상으로 DDP를 기억하게 한다.



12. DD.Pium

DD.Pium은 어느 곳에 놓아도 아름답게 피움이라는 컨셉을 가지고 있다. 완공 전 주변 환경과 어울리지 않는다며 반대에 부딪혔던 DDP가 완공 후 아름다운 조형으로 서울의 대표 건축물과 관광지로 자리매김한 지금의 상황이 모티브가 됐다. 홈 오브제로 집 안 어디에 두어도 아름답고 잘 어울릴 수 있는 디자인이다.

2-1-6. 지속가능 디자인산업 지원

개요

구분	서울시, 서울디자인재단
사업명	지속가능한 디자인산업 지원사업 기획 운영
팀명	디자인정책관 디자인산업담당관 디자인산업지원팀, 디자인진흥본부 산업지원실 디자인브랜드팀
예산명	중소기업 산업디자인 개발 지원, 지속가능한 제품서비스 판로 개척 지원
키워드	#지속가능 #판로 개척 #지속가능디자인

가치소비란 소비자들이 제품이나 서비스를 선택할 때 자신의 가치관과 신념을 기반으로 환경·사회·미래세대를 고려하는 소비습관을 의미한다. 환경을 고려해 소비하는 그린슈머(Greensumer) 역시 가치소비의 한 갈래다. 근래 새롭게 생겨나고 있는 이런 경제용어들은 젊은 세대(MZ)를 중심으로 한 소비자들의 지속가능성에 대한 관심을 보여주는 예다. 서울시와 서울디자인재단은 최근 사회적으로 지속가능성의 가치가 부각되며 소비자들의 관심과 요구가 증가되고 있음에도, 지속가능한 디자인 제품을 보유한 디자인기업들이 마케팅 부문에 투여할 여력이 부족하여 시장에서의 경쟁력 확보에 어려움을 겪고 있는 현실에 주목했다. 이에 2023년부터 지속가능한 디자인 제품·서비스 지원 사업을 추진하여 우수한 지속가능 디자인 제품을 보유한 기업들을 발굴하고 판로 개척을 지원함으로써 디자인기업의 경쟁력 강화와 서울시 디자인산업 활성화를 도모하고 있다. 2023년, 서울시와 서울디자인재단은 우수한 지속가능 디자인 제품·서비스를 보유한 14개사를 발굴 및 지원하여 미래와 함께하는 서울 특화 디자인산업을 육성하고자 하였다.

심사 기준

1차 서류심사	지속가능성(40), 상품성(30), 완성도(30)
2차 실물심사	상품성(40), 차별성(30), 완성도(30)



가볍고 내구성을 가진 다용도 가방



교복을 재활용한 가방



쉽게 분해되는 소재를 활용한 여성 위생용품

우선 모집공고 및 서류심사, 실물심사를 통해 판로 개척을 지원할 총 14개 제품 및 서비스를 선정하였다. 선정과정 중 디자인, 마케팅, 유통분야 전문가 자문회의를 통해 판로 개척 행사 기획운영의 방향을 확정 후 서울시와의 협의를 통해 추가예산을 교부받아 지원내용의 질적 향상을 도모하고 행사규모를 확대하였다.

두 번째로, 본 사업을 위한 공동마케팅 브랜드 ‘그린칩스’(Green Chips)를 개발했다. ‘그린칩스’를 통해 문화 이슈의 공유가 빠른 MZ세대, 가치소비자, 문화소비자들을 타겟으로 감자칩을 집어먹듯이 일상에서 쉽게 실천하는 지속가능한 삶의 메시지를 전달하고자 했다. 관련하여 로고디자인, 엠블럼, 컬러시스템 등 BI가이드를 개발하였다.

세 번째로, 선정된 14개 업체를 대상으로 브랜딩, 디자인, 마케팅 분야의 전문가 컨설팅을 진행하였다. 사전 설문조사를 통해 기업별 고민과 요구사항을 파악하였고, 기업당 4~7회씩 오프라인 및 온라인 컨설팅을 지원했다. 그 결과, 브랜드 룩북 및 디자인 개선, 인플루언서 시딩 등의 결과물을 도출하였고 91.4점의 높은 만족도를 달성하였다.

네 번째로, 연남동에서 10일간 타운 단위의 지속가능한 로컬 페스티벌을 개최하여 MZ세대가 즐길 수 있는 경험 콘텐츠와 참여 기업이 함께하는 행사를 운영하였다. 이를 통해 그린칩스 브랜드의 바이럴 및 판매를 유도했다. 또한, 서울디자인 2023이 열리는 DDP에도 페스티벌을 알리는 전시부스를 운영하여 홍보 시너지를 구축하였고, DDP디자인스토어에 입점지원을 통해 실질적인 판매가 이루어지도록 지원하였다. 페스티벌은 10월 24일부터 11월 2일까지 연남동 일대 총 24개소에서 개최되었다. 오프라인 행사 결과, 10일간 총 22,720명이 방문하였고 기업들의 기간 중 매출액 증대, 카카오톡 선물하기·11번가·오늘의집 등 판로 신설 성과가 있었다.

* 지속가능한 디자인 : 개발-생산-소비-폐기(또는 재-생활용) 전 과정에서 환경·사회·경제적 영향을 고려하여 지속가능성을 염두에 두고 디자인된 제품 및 서비스



지속가능한 로컬 페스티벌



2023년 11월 지속가능한 디자인 제품·서비스 지원사업의 참여기업 만족도 조사 결과 사업 전반에 대한 만족도는 88.6점으로 나타났다. 특히 컨설팅 프로그램에 대한 만족도가 높았고 타 업체와의 네트워킹, 판매채널 확장, 고객 접점 등 다양한 관점에서 의미있는 사업으로 평가되었다.

딱딱하고 어렵게 느껴질 수 있는 '지속가능성'이라는 주제를 쉽고 재미있게 풀어준 마케팅이 너무 좋았습니다.

- 2023년 참여기업 D

같은 비전을 가진 분들과 협업이 가능했고 향후 지속가능한 디자인산업을 구축할 수 있는 좋은 파트너십이 생겼습니다. 페스티벌은 굉장히 감각적이었으며 트렌드를 잘 살린 홍보 콘텐츠도 기대 이상이었습니다.

- 2023년 참여기업 P

각각 보면 작은 브랜드지만 '지속가능한 디자인 제품'이라는 시너지를 가지고 소비자에게 전달되었다는 점이 좋았습니다. 브랜드를 알리고 소비자와 직접 만날 수 있는 기회가 많았던 점이 가장 만족스럽습니다.

- 2023년 참여기업 T

서울시는 2023년 지속가능한 디자인 제품·서비스 지원사업을 통해 지속가능성의 가치를 공유·확산하고, 향후 관련 산업군의 성장을 위한 발판을 마련했다. 해당 지원사업은 서울시 특화 디자인산업 육성을 위한 다양한 사업 중 하나로 향후 지원규모를 더욱 확대하여 추진할 계획이다.

이렇듯 서울시는 디자인산업을 통한 사회와 시민 삶의 변화를 선도함으로써 디자인산업도시로서의 역할을 공고히 하고 디자인의 사회적 기능을 확장하고 있다.

QR코드
링크



그린칩스
인스타그램

2-1-7. 디자인창업센터 프로그램 운영

개요

구분	서울디자인재단
사업명	디자인 창업지원 프로그램 운영
팀명	디자인진흥본부 산업지원실 창업지원팀
예산명	서울디자인창업센터 운영
키워드	#청년디자이너 #스타트업 #인큐베이팅

청년 디자이너들의 스타트업 성공을 위한 인큐베이팅 플랫폼

서울디자인창업센터(이하 센터)는 역량 있는 차세대 청년 디자이너들이 스타트업으로 성장할 수 있는 환경을 조성하기 위해 서울특별시와 서울디자인재단이 설립하고 운영하는 청년 디자인 창업 인큐베이팅 플랫폼이다. 센터는 디자인 청년 창업 기업의 데뷔 무대로서, 디자인 창업에 특화된 공간과 프로그램을 제공하여 젊은 디자이너들이 스타트업으로 시작하고 성장할 수 있도록 지원하고 있다. 그리고 이를 통해 디자인산업의 지속적인 성장동력을 창출하는 데 기여하고 있다. 또한 디자인 창업 기업이 다양한 정보를 나누고 교류하는 소통의 장으로서 기능하며, 디자인 창업기업 발굴 및 육성, 디자인 창업지원 프로그램 운영, 디자인 창업지원 시설 및 멤버십 운영 등의 역할을 하고 있다. 서울디자인창업센터는 2021년부터 유망 디자인 스타트업을 발굴하는 행사를 진행하고 있으며, 2023년에 3회째를 맞이했다. 참여대상은 디자인 역량을 보유한 예비 창업자 또는 창업 3년 이하의 청년(만 19세 이상 39세 이하)이다.

이 프로그램은 기본 1년의 입주 기회를 제공하며, 매년 연장 평가를 통해 최대 2년까지 연장이 가능하다. 참여기업들은 전문가와 청중 참여단 앞에서 주요 사업 계획과 비즈니스 모델을 발표한다. 심사위원들은 현장에서 실질적인 도움이 될 수 있도록 평가와 자문을 제공한다. 4개월간 진행된 전문 역량 강화 프로그램은 각 기업의 문제를 정의하고 페르소나 분석을 통해 관점을 도출하며, 아이템 구체화 및 시제품 테스트, 비즈니스 모델 진단 및 경쟁사 분석을 통해 사업계획서를 작성하는 교육 과정으로 구성된다. 또한, 전담 멘토가 배정되어 개별 지도 8회와 기업 홍보 및 비즈니스 영업을 위한 발표 지도 2회를 진행하여 전문 기업 육성에 중점을 둔다. 입주사는 센터 건물 4층에 위치한 입주기업 전용 공간에 공유 오피스형 라운지 좌석(2~4석)을 배정받고, 기업별로 라커와 우편함을 제공받는다. 이용료는 2개석 기준으로 월 66,000원부터 좌석 수에 따라 변동되며, 포토스튜디오, 메이커스페이스, OA룸, 회의실, 오픈키친바 음료, 문서 출력 서비스 등을 무상으로 이용할 수 있다.



디자인 스타트업 패키지 프로그램 - 서울디자인 창업 포럼

입주 모집 기간은 매년 상반기에 진행되며, 2023년에는 신규 입주기업 5기 13개 사가 선발되어 입주하였다.

입주 신청 기업은 1차 서류심사를 거친 후 PT 멘토링과 2차 면접 심사를 통해 최종 선발된다. 심사를 통해 선정된 입주기업은 서울디자인창업센터의 홍보 마케팅 비용 지원을 받을 수 있다. 디자인의 영역이 넓은 만큼, 각 입주기업이 고른 혜택을 받을 수 있도록 2022년부터 홍보/마케팅비 지원 프로그램이 마련되었으며, 입주기업은 인플루언서 마케팅, IR 영상 제작, 국내외 전시, 크라우드펀딩 참가 실적이 있는 경우 기업별로 350만 원의 실비 지원을 받을 수 있다. 또한, 입주기업은 재단 사업과 연계하여 유통망 확보 지원을 받는다. 기업별 브랜드 런칭이나 홍보 이슈가 있을 경우, 일간지 보도자료 배포, 디자인 전문 매체 유가 기획기사 게재, 인플루언서 채널 콘텐츠 업로드, 센터 자체 홈페이지 및 인스타그램 포스팅 등의 다양한 홍보를 지원한다. 입주기업이 판매 중인 상품을 보유한 경우, 센터 5층에 위치한 디자인 갤러리에서 상품을 전시할 기회도 제공받는다.

유통 연계 프로그램 성과

서울디자인창업센터는 재단 내 사업 협업을 통해 DDP디자인스토어, 디자인페어 등의 유통 연계 프로그램도 지속적으로 운영 중이다. 2021년에는 입주기업 3개 사가 DDP디자인스토어에 입점했으며, 2022년에는 10개 사 21개 제품, 2023년에는 9개 사 82개 제품이 입점하는 성과를 거두었다. 또한, 입주기업에는 DDP디자인페어에 참여하여 대표 상품을 소개할 기회도 주어진다. 2021년에는 입주기업 4개 사가, 2022년에는 창업센터 단체 부스 기획전을 통해 입주기업 30개 사가 참여했다. 또한 입주기업의 빠른 성장을 돕기 위해 2023년 신규로 온라인 커머스 입점 지원 프로그램을 기획했다. 이 프로그램은 29CM와 협업하여 새로운 디자인의 발견이라는 주제로 큐레이션한 입주 및 즐

업 기업 9개 사의 단독 기획전을 열어 총매출 3,200만 원을 달성했다. 텀블벅과 협업하여 10개 사의 총 매출 2,900만 원과 펀딩 모금액 평균 462%를 달성하는 성과도 이루어냈다. 2023년 텀블벅 기획전은 약 3주간 진행되었으며, 창업가들의 톡톡 튀는 아이디어가 결합된 디자인 제품을 선보였다.

디자인 스타트업 패키지 프로그램

서울디자인창업센터는 창업을 촉진하고 예비 및 초기 창업자에게 사업 운영과 성장에 필요한 핵심 콘텐츠를 제공하는 디자인 스타트업 패키지 프로그램을 운영하고 있다. 디자인 스타트업 패키지는 디자인 창업 기업이 비즈니스 문제를 예측하고 직접 해결할 수 있도록 문제 해결형 워크숍과 세미나, 선배 창업가의 사례를 들어볼 수 있는 토크 콘서트, 국내외 최정상 디자인 창업가의 성공 사례를 접할 수 있는 디자인 창업 포럼과 1:1 멘토링 등으로 구성된다. 1:1 멘토링은 디자인 창업, 홍보 마케팅, 유통, HR·노무, 비즈니스 모델·투자 유치 등 5개의 분야별 전문가가 멘토로 참여하여 예비 또는 초기 단계 디자인 창업가가 시장 분석, 투자 유치, 홍보·마케팅, 지식재산권, 법무, 조직 관리 등의 문제를 해결할 수 있도록 돕는 프로그램이다. 디자인 스타트업 패키지는 2021년에 12회, 2022년에 20회, 2023년에 18회 운영되었다. 창업 이후 성장 동력이 필요한 설립 5년 이내의 디자인 창업 기업을 대상으로는 별도의 엑셀러레이팅 프로그램도 제공한다. 3개월 과정의 이 프로그램을 통해 각 기업은 창업 초기 비즈니스 네트워킹을 구축하고, 비즈니스 모델 점검 및 기업 소개 자료를 완성할 수 있다. 심사 과정을 통해 선정된 엑셀러레이팅 10개 기업은 데모데이를 통해 3개월 간의 멘토링을 거쳐 완성된 사업 소개 자료로 AC/VC, 디자인 전문가를 대상으로 IR 발표 및 투자 유치 기회를 제공받는다.

서울디자인창업센터 5층에는 멤버십 라운지가 운영되고 있다. 멤버십 라운지는 다양한 좌석 형태로 구성된 개방형 업무 공간으로, 88석의 좌석과 소규모 회의가 가능한 회의실 3개를 보유하고 있으



며, 복합기와 제본기 등 간단한 문서 작업을 할 수 있는 OA 스페이스, 국내외 디자인 전문 서적 및 매거진이 전시된 오픈 키친, 전망 좋은 야외 휴게 공간이 구비되어 있다. 멤버십 라운지는 월 단위 유료 멤버십으로 운영되며, 월 22,000원의 이용료를 결제하면 이용이 가능하다. 멤버십 라운지 회원은 기타 창업 관련 정보를 이메일을 통해 제공받을 수 있으며, 센터 입주기업과 교류할 수 있는 프로그램도 기획 중에 있다. 멤버십 라운지는 4월과 10월에 오픈하우스 프로그램을 운영하여 라운지 방문객 대상 홈페이지 회원가입 시 1일 무료 이용권을 제공한다. 2023년 하반기부터는 멤버십 회원 자격 제한을 두지 않아 성인이면 누구나 회원가입 후 멤버십 라운지 이용이 가능하며, 현장 키오스크로 좌석 지정 후 사용할 수 있어 흥대입구역을 기반으로 활동하는 창업가들에게 유용하게 활용될 수 있다.

서울디자인창업센터 연도별 성과

입주기업 선발

연도	선발기업 수	경쟁률	비고
2020년	23개 기업	평균 5.8:1	134개 기업 지원(1, 2기)
2022년	20개 기업	평균 13.5:1	238개 기업 지원(3, 4기)
2023년	13개 기업	15:1	192개 기업 지원(5기)

입주기업 실적

연도	입주기업 수	매출액(천 원)	투자유치액(천 원)
2021년	23개 기업	3,396,175	590,500
2022년	30개 기업	5,306,973	2,452,243
2023년	34개 기업	5,019,381	30,000

창업지원 프로그램 실적

연도	1:1 멘토링	토크콘서트	세미나&워크숍	디자인창업포럼	데모데이	만족도
2021년	102명	463명(온라인)	140명	450명(온라인)	26명	92.1
2022년	100명	218명	348명	159명/135명 (온/오프라인)	105명	91.9
2023년	118명	238명	437명	164명	150명	92.8

멤버십 회원 실적

연도	누적회원 수	누적이용자 수	유료회원 수
2021년	1,337	4,132	-
2022년	2,369	8,820	-
2023년	3,036	10,483	778명

홍보 마케팅 실적

입주기업 사업별 맞춤형 홍보 마케팅 지원 프로그램으로 개편

2-2. 재활용산업

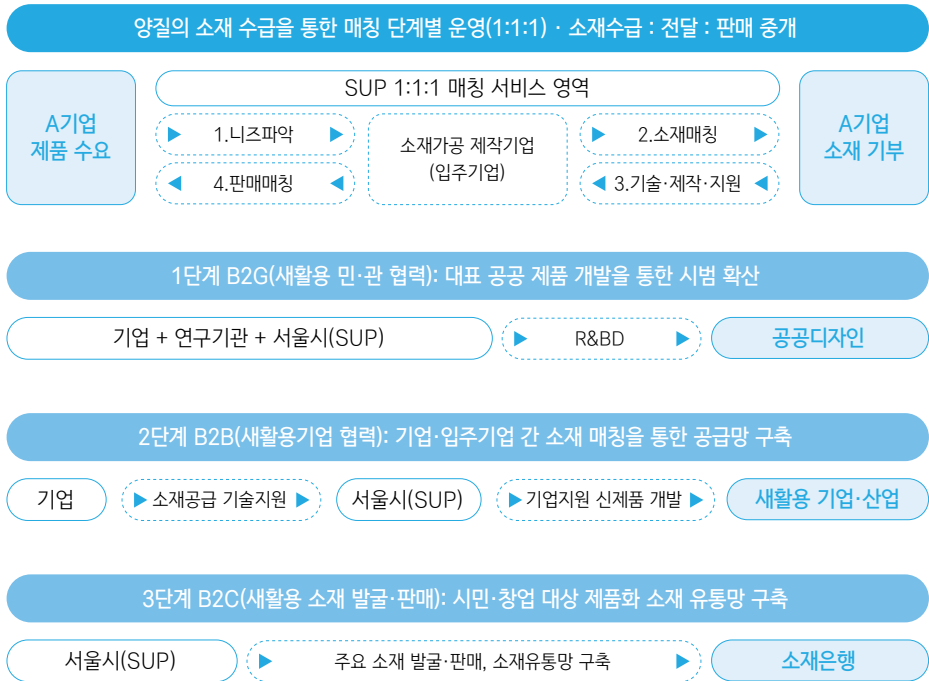
2-2-1. 제로웨이스트 전진기지 서울재활용플라자

개요	
구분	서울디자인재단
사업명	제로웨이스트 전진기지 서울재활용플라자
팀명	디자인진흥본부 디자인전략실 업사이클디자인팀
예산명	서울재활용플라자 시설관리 및 운영
키워드	#자원순환 #제로웨이스트 #업사이클

서울재활용플라자는 재활용산업을 지원하기 위해 핵심 소재를 발굴하고, 재활용 제품 개발과 시제품 제작 컨설팅, 재활용 창업 전문가 양성 교육을 진행하고 있다. 또한, 재활용 소재 수급 활성화를 위한 법적 해법을 연구하고, 자원 순환 기여도를 수치화하여 관리하고 있다.

재활용 소재 발굴 및 유통 활성화

서울재활용플라자는 재활용 공공영역의 지속가능한 순환구조를 위해 재활용 소재의 지속적인 수급·중개 프로세스를 구축했다. 2023년 한 해 동안 재활용 소재 판매, 중개, 발굴, 가공 지원을 총 1,372회 진행하였고, 소재 사용량은 10,043kg에 달했다. 양질의 소재 수급 및 전달, 판매를 위한 매칭 프로세스를 구축하여 소재를 공급하는 기관과 소재 수요 기업을 1:1:1로 매칭하는 중개 활동도 활발하게 이뤄졌다. 기업이나 기관에서 발생하는 불용·폐용 소재의 발굴 및 매칭을 지원했으며, 우리카드, 아레나, 남양유업 등의 기업에서 폐공 카드, 폐현수막, 테트라팩, 우유 페트병, 플라스틱 병뚜껑 및 빨대 등을 수급하여 이를 필요로 하는 각 재활용 기업에 매칭했다.



새활용플라자는 새활용 소재의 적정 가격 반영을 위해 소재 가격 연구도 진행했다. 이는 소재은행에서 거래되는 소재의 합리적 단가 조정과 단위 현실화를 목표로 한 것이었다. 이를 위해 재활용품 시장가격, 공급업체 판매가격, 적정 매입가 등의 현황을 조사·분석하고, 적정 가격을 산출하는 과정을 거쳤다. 그 결과, 현수막 등 130종의 소재 판매 가격을 하향 조정했다.

주요 핵심소재 가격 조정 사항

*1g당 가격(원)

분류	소재명	기존	조정
원단	현수막	60.61	14.6
원단	롤원단	6.75	4.8
플라스틱	병뚜껑	75	13
플라스틱	페트병330ml(생수)	3.33	2
고무&비닐	우산(비닐,해체전)	6.75	3.5
목재	각목(장대)	4	2.5

평균 가격(대분류 10종)

*1g당 가격(원)

구분	원단	목재	금속	플라스틱	유리	도자기	종이	고무·비닐	폐전자제품	기타
기존	7.01	7.07	8.27	13.23	7.15	2.78	1.69	3.31	5.67	0
조정	6.86	2.43	7.93	11.25	2.5	2.6	1.05	2.78	5.19	1.82



꿈꾸는공장

꿈꾸는공장 및 소재은행 공간 서비스 개선

서울새활용플라자는 2023년 1층의 꿈꾸는공장과 지하 1층 소재은행의 공간 서비스를 대폭 개선하였다.

꿈꾸는공장은 메이커스 스페이스로, 작업자의 안전을 위해 장비별 이용 및 안전 수칙, 최대 가능 자재 규격 등의 안내문을 제작하여 배치하였다. 기존 목공 작업실의 장비 구성과 종류에 따라 신규 목공작업실 내에 재배치하고, 실질적인 작업자 중심 동선에 맞춰 공간을 재구성 및 보완하였다.

소재은행은 새활용 소재를 세척하기 위한 세척실을 운영하고 있으며, 세척실의 수요에 맞춰 세탁기 등 장비를 확충하였다. 특히, 입주기업들이 자주 사용하는 공간인 만큼 새로운 장비 구입에 있어 입주기업의 의견을 적극적으로 반영하여 개선하였다.



소재은행

자원순환 측정 지표 개발 및 활용 분석

서울새활용플라자는 자원순환 도시 서울을 위한 제로웨이스트 산업 육성을 위해 자원순환 지표 개발을 추진했다. 이를 위해 제로웨이스트 기업, 기관, 제로마켓과 협력하여 폐기물 총량과 재활용 및 재활용 비율을 조사하고, 소재 자원의 회수 비율을 높여 경제적 가치로 측정 가능한 자원순환 기여도 지표를 구축하였다.

기준에는 소재 유통을 통한 탄소 절감량을 측정하고 월별 소재 거래량 실적을 기록하는 SNS 콘텐츠인 소재나무를 운영해왔으며, 2022년에는 4,634,195kg의 탄소 절감 효과를 기록했다. 2023년에는 자원순환 측정 지표인 절감 계산기 구축을 위한 기반 연구 및 체계 구축에 나서서 폐기물 총량과 재사용, 재활용 폐기물을 확인하고 측정하며 자원순환 절감 계산기 측정 기본안을 제안했다. 그 결과로 자원순환 기여도 지표를 구축하는 성과를 이루었다. 서울새활용플라자는 앞으로 기존 소재은행에서 발생한 소재거래량을 탄소 저감량으로 환산하여 내부적으로 측정하고자 한다. 그리고 이를 기록한 소재나무 카드뉴스 콘텐츠를 확장할 예정이며, 탄소 저감량을 경제적 가치로 환산하여 공신력 있는 자원순환 실천 지표를 단계적으로 측정하고자 한다. 이에 적절한 과업 대상 지역을 선정하여 폐기물 배출량을 추산하고, 폐기물 재활용 및 절감을 통해 발생한 탄소 저감량을 경제적 가치로 환산하여 제로 웨이스트 절감 계산기를 위한 지표를 개발하고자 한다. 이를 통해 시민들에게 재활용의 필요성을 인지시키고, 최종적으로 재활용률을 높이는 것이 목적이다.

자원순환 측정 지표 개발

* 위치 : 서울 동대문구 서울시립대로 163(전농동) 서울시립대학교 내

* 연구 과업 기간 : 2023. 6. ~ 2023. 11.(6개월)

* 내용적 범위

1) 폐기물 배출량 파악을 위한 적절한 대상 지역 선정 및 폐기물 배출량 추산

1-1. 적절한 대상 기관 및 기간 선정

: 분리수거 실태 집계가 원활한 기관 중 서울시립대학교를 대상으로 선정

: 학교에서 보관 중인 폐기물 발생량 데이터 및 성상 분석을 통해 서울시립대학교 폐기물 DB 구축

1-2. 폐기물 배출량 추산

: 분리수거 품목별로 배출량 집계 후 DB 구축

2) 폐기물 재활용 및 절감을 통해 발생한 탄소 저감량을 경제적 가치로 환산

분리수거 품목별 탄소 저감량 계산 및 경제적 가치 산출

: 분리수거 미시행 시 발생하는 온실가스 대비, 분리수거 시행 시 온실가스 저감량 비교하여 탄소 저감량 산출

: 탄소 발생량을 경제적 가치로 환산할 수 있는 지표 선정 및 개발

3) 제로 웨이스트 절감 계산기를 위한 지표 개발

3-1 탄소 저감을 통해 발생한 경제적 이익 표시

3-2 폐기물 발생량 비교 그래프를 통한 시각화

3-3 재활용 등급제(가칭) 도입 : 권역별 폐기물 발생량 등급화

또한 탄소 저감을 통해 발생한 경제적, 환경적 편익을 분석하고, 폐기물 발생량 비교 그래프를 시각화하였다. 앞으로는 ESG 기업과의 소재 매칭 실적을 구체화하여 탄소 저감량을 측정하고 관리함으로써 자원순환의 경제적 이익에 대한 상세 조사를 실시하고, 이를 시민들에게 홍보할 계획이다.

민간 제로마켓 활성화

서울시에서 추진하는 서울 제로웨이스트 2023을 배경으로 제로 카페, 제로 식당, 제로 마켓, 제로 캠퍼스 중 제로마켓 사업을 수행했다. 주요 목표는 포장재 감축이며, 이를 위해 포장재 없는 매장을 조성하고 지원하는 것이었다. 2023년에는 민간 제로마켓 활성화 지원사업을 1차부터 4차까지 운영했다. 지원 필수 조건으로는 무포장, 포장용품 줄이기, 소분, 리필 스테이션 운영 중 하나 이상을 충족해야 했으며, 2023년에는 참여 사업자 공모 대상을 확대하여 창업이나 매장 내 코너 신설 신규 매장, 운영 중인 기존 매장, 가맹점 운영 법인인 프랜차이즈 기업까지 지원했다. 그 결과 총 211개의 매장이 지원하였고, 이 중 203개의 매장이 선정되어 지원을 받게 되었다. 주요 성과로는 포장재 사용 횟수 절감이 있으며, 절감 품목으로는 비닐봉지, 일회용 플라스틱 용기, 플라스틱 포장재 등이 있다. 2023년에는 무포장 횟수 14,357건, 다회용기 사용 횟수 72,914건, 다회용 장바구니 사용 횟수 161,584건 등의 성과가 있었다. 지원사업에 선정된 매장에는 보조금 교육과 마케팅 교육이 제공되었으며, 온라인 교육과 오프라인 교육을 병행하여 각각 4회씩 진행되었다. 보조금법률 및 지침에 따른 사용 방법과 정산 방법, SNS 채널을 활용한 효율적인 마케팅 전략 교육 등을 통해 매장 운영자의 전문성을 강화했다.



1) 제로마켓 거점 활용 자원회수 활성화

마을 단위의 소재은행 자원순환 외부 거점 확대를 위해 제로마켓 지원매장 중 주요 거점 매장을 확보하고 자원 순환 서비스를 구축하였다. 2023년에는 자원회수 거점 매장을 28개 확보하여 플라스틱 병뚜껑이나 데님 의류 등 총 563kg의 소재를 회수했다. 회수한 자원은 소재화 작업처리 후 입주 기업 등에 소재 중개 및 연계 등으로 활용되었다. 이렇게 자원회수 활성화를 통하여 제로마켓은 단

순환 환경 보호를 넘어서 지역 경제 활성화와 시민 참여 확대, 소통 강화의 장으로 자리매김할 수 있었다.

2) 대한민국 ESG 친환경 대전 참가 지원

제로마켓 지원사업 참여 매장과 서울새활용플라자의 입주기업의 유통 및 판매를 지원하기 위해 2023 대한민국 ESG 친환경 대전 참가를 지원하였다. 제로웨이스트 실천 기업들의 시장 개척과 매출 증대를 지원하며 박람회 참여를 통한 유통 판로 기회를 제공하고자 하였다. 제로마켓 6개, 입주기업 4개가 참가하였고 코엑스에서 3일간 운영되어 10개 기업의 총 B2B 상담 건수 398건, 총 B2C 매출액 7,424,080원, 체험 인원 821명의 실적을 거두었다.

3) 제로마켓 브랜드 홍보

제로마켓 지원사업 선정 업체의 운영 지원을 위해 매장별 홍보를 지원하는 데 목적을 두고 다양한 활동을 전개했다. 보도자료, 성과 교류, 브랜드 홍보, 네트워킹 등의 지원을 통해 참여 매장별로 SNS 카드뉴스 200건을 제작 및 홍보했으며, 서울제로마켓 탐방 지도를 온라인 링크와 구글맵으로 관리하며 리플렛으로도 제작해 배포했다. 2023년 11월 15일에는 제로마켓 성과 교류회를 열어 제로마켓 매장들의 네트워킹을 지원했다. 이러한 활동 결과로 2023년에는 총 401건의 홍보 성과를 거두었으며, 제로마켓 브랜드 홍보로 개발한 제로마켓 탐방 지도는 '서울디자인스팟 2023'에 소개되기도 하였다.

서울새활용플라자의 어린이 환경전시 및 워크숍 개최

서울새활용플라자는 자원순환과 제로웨이스트 문화 확산에 앞장서며, 2023년 8월 9일부터 12월 31일까지 서울새활용플라자 1층 새활용하우스 공연장에서 『플라스틱 정글 탐험대: SUP 습격!』 전시를 개최했다. 본 전시는 기후 위기와 무분별한 자원 개발 등 현재 사회가 직면한 환경적 문제점을 어린이들에게 알리고자 기획되었다. 전시에서는 더 이상 사용되지 않는 수많은 장난감으로 만든 작품을 통해 현대 인류의 소비 방식이 지구 환경에 미치는 영향을 생각해 볼 수 있는 기회를 제공했다. 본 전시는 500년 후의 지구를 상상하며, 플라스틱 장난감과 AI 로봇이 유기물이 되어 새로운 종으로 탄생한 세상을 그려낸다. 관람객들은 2523년의 생태학자가 되어 플라스틱 정글을 탐험하며, 과거와 현재 인류가 만든 결과를 살펴볼 수 있었다. 서울새활용플라자의 입주기업 국제평화상사와 협력하여, 업사이클링 문화예술 단체 피스오브피스가 이번 전시를 기획하고 참여했다. 피스오브피스는 예술가, 제작자, 문화기획자가 모여 자투리 순환, 사물 돌봄 등을 주제로 활동하는 콜렉티브로, 그동안 다양한 프로젝트를 통해 환경 문제 인식 개선을 위한 예술적 활동을 이어왔다.



『플라스틱 정글 탐험대: SUP 습격!』 포스터와 전시

전시 기간에는 어린이를 대상으로 전시 연계 워크숍도 진행되었다. 더 이상 갖고 놀지 않는 자신의 장난감이나 전시장에서 제공하는 장난감을 워크숍 재료로 사용하여, 장난감의 재료와 해체 방법을 배우고 직접 업사이클링 작품을 만들어볼 기회를 제공하였다.

QR코드
링크



서울새활용플라자
홈페이지



서울새활용플라자
페이스북



서울새활용플라자
인스타그램



제로마켓
인스타그램

Part 03

3-1. 사회문제해결디자인

3-2. 유니버설디자인

서울특별시 디자인산업 활성화와 사회문제 해결을 위해 다양한 디자인 사업을 전개해 왔다. 그 일환으로 여의도한강공원의 서울색공원을 '여의로장'으로 새롭게 조성하여 휠체어, 자전거, 키보드 이용자들을 위한 롤링존, 스트레칭과 러닝을 위한 플레이존, 휴게존을 마련했다. 또한, 23개 중소기업을 선정하여 제품 및 서비스 개발비를 지원하고, 전문가 컨설팅과 특강을 통해 기업 역량을 강화했다. 빔공해를 방지하기 위한 사업으로는 빔환경 영향평가를 실시하고 조명환경관리구역을 지정했으며, 골목길에는 스마트보안등을 설치하여 시민 안전을 강화했다. 국제도시조명연맹(LUCI)과의 정책교류로 조명 정책을 국제적으로 홍보하는 노력도 병행해 왔다. 유니버설디자인 강화 정책의 일환으로는 2023년 제2차 서울특별시 유니버설디자인 기본계획(2024-2028)을 수립했다. 본 계획은 포용적인 도시환경 조성을 위해 일상 포용, 문화 혁신, 다양성 배려, 참여 확산이라는 네 가지 핵심 목표와 18개의 세부 추진 과제를 설정하여, 모든 시민이 안전하고 편리하게 생활하는 데 기여하고자 했다.

사회

약자동행 디자인산업 활성화 지원 최종 기업 종합 만족도
4.7 점(5.0점 만점)

UD세미나 만족도 조사
93.7 % 재참여 의사

UDP 전시 만족도 조사
91 %

방문객
60,300 명

3-1. 사회문제해결디자인

3-1-1. 액티브디자인

개요

구분	서울시
사업명	약자동행 디자인 개발
팀명	디자인정책관 디자인정책담당관 디자인전략팀
예산명	약자동행 디자인 개발
키워드	#약자동행 #액티브디자인 #여의롤장

모두를 위한 활력 공간, '여의롤장' 개장

조성된 지 10년이 지나 노후화되었던 여의도한강공원의 서울색공원이 장애인, 어린이, 직장인 등 시민의 여가 및 운동을 위한 활력 공간인 여의롤장으로 재탄생했다. 2024년 4월 20일 공개된 여의롤장은 트랙과 언덕으로 구성된 공간으로, 시민 누구나 참여하고 즐길 수 있다. 여의롤장은 휠체어, 자전거, 킥보드 등 다양한 바퀴 이용자들을 위한 롤링존, 스트레칭, 가벼운 러닝, 점프, 언덕 오르기 등이 가능한 플레이존, 휴식을 취하며 다른 사람들의 활동을 관람하고 응원할 수 있는 휴게존으로 구성되어 있다. 특히 롤링존은 휠체어와 다양한 바퀴 이용자들이 함께 이용할 수 있는 점이 특징이다. 재활체육 및 스포츠를 통해 장애인의 건강과 사회적 독립을 지원하는 사회적기업 좋은운동장의 대표 이민구 교수는 “장애인에게는 재활과 스포츠의 중간인 생활체육 단계가 없었는데, 이 공간을 통해 많은 휠체어 장애인들이 비장애인들과 함께 즐기며 운동할 수 있는 기회가 될 것으로 기대된다”고 전했다.

좋은운동장 회원들과 라이더, 보더가 함께 롤링존을 테스트해본 결과, 장애 유무에 상관없이 트랙 위에서 서로를 응원하며 즐겁게 이용할 수 있다는 점이 매력적이라는 평가를 받았다. 롤링존은 초보 코스(30m)와 일반코스(70m)로 구성되어 있어 숙련도에 따라 선택할 수 있다. 트랙에는 출입구, 동선 방향, 최상단 구간 등 안전 정보를 바닥 그래픽으로 안내해 이용자들이 규칙에 따라 안전하게 이용할 수 있도록 유도한다. 휠체어 사용자를 고려하여 일반 펌프트랙 너비인 1.2m보다 큰 2~2.5m, 코너 구간은 3.1~3.3m로 확장하였으며, 현장 안내사인에 있는 QR코드를 통해 동영상으로 이용방법을 제공한다.

플레이존은 여의도한강공원을 이용하는 러너들의 의견이 반영된 공간이다. 러닝 크루 회원들이 원형으로 모여 스트레칭할 수 있도록 바닥그래픽을 적용했고, 러닝을 끝내고 인종샷을 찍을 수 있도록 여의롤장 안내사인이 있는 상징공간도 제공한다. 러너뿐만 아니라 가족과 함께 방문할 경우 아이들이 뛰어놀 수 있는 작은 언덕과 점프 운동을 유도하는 바닥 그래픽도 마련되어 있다. 휴게존에는 보라색 벤치와 언덕이 있어 휴식을 취하며 다른 사람들의 활동을 관람하고 응원할 수 있다.

전 세계를 돌며 MTB파크 전문가로 활동해 온 Jimmy Ramsey(뉴질랜드 Skyline Queenstown 소속)는 여의롤장 현장 방문 과정에서 “많은 펌프트랙을 경험해 봤지만, 휠체어를 고려한 트랙 설계는 처음이다. 한강의 다리 하부 공간을 활용한 것도 인상적이다. 이와 같은 공간 활용이 지역사회에도 많은 도움이 될 것 같다”며 기대감을 나타냈다. 여의롤장은 놀이, 운동, 휴게의 경계를 허물고, 장애유무, 나이, 직업에 상관없이 누구나 함께 어우러져 운동하고 즐길 수 있는 새로운 개념의 생활체육 공간으로, 앞으로 여의도한강공원을 찾는 시민들에게 새로운 활력소가 될 것으로 기대된다.



여의도한강공원의 여의롤장

3-1-2. 약자동행 디자인산업 활성화 지원

개요

구분	서울시
사업명	약자동행 디자인산업 활성화
팀명	디자인정책관 디자인산업담당관 디자인산업지원팀
예산명	중소기업 산업디자인 개발 지원
키워드	#약자동행 #디자인기업 지원 #사회공헌

서울시의 약자동행 디자인지원 프로젝트

약자동행 디자인은 상대적으로 열악한 사회·경제적 위치에 있는 개인 또는 집단의 일상생활 편의성을 높이고 삶의 질을 개선하는 디자인을 말한다. 계단을 계속하여 올라가기 어려운 노약자를 위한 계단 난간 휴게시설, 성인보다 낮은 신장의 아동을 고려해 높이를 다르게 제작한 세면대, 시각장애 인들을 위한 점자 스마트워치 등 국내외에서 다양한 약자동행 디자인이 개발되고 있다. 이러한 제품은 약자의 욕구와 필요를 세심히 관찰하고 감성적으로 접근하는 디자인적 사고와 문제해결 능력이 필요하다. 그러나 약자 시장은 수요가 적고 수익성이 낮아 기업들이 자발적으로 개발에 나서기 어렵기 때문에 초기 시장 형성을 위한 지원이 필요하다. 이에 서울시는 2023년부터 우수한 디자인기업들을 선발하여 약자를 위한 제품 및 서비스 개발을 적극적으로 지원하고 있다.

서울시는 약자를 위한 제품 및 서비스를 개발하는 디자인기업을 지원하여 서울시 디자인산업을 육성하고 약자의 일상생활 편의성을 증진하고자 했다. 사업의 애로사항을 줄이고 효과적인 방향을 찾기 위해 4개월간의 사전 수요조사를 실시했다. 이 과정에서 서울시의 디자인기업 약 110개사를 대상으로 설문조사를 실시하고, 각 분야 전문가와의 인터뷰를 통해 다양한 의견을 수렴했다. 약자동행 디자인의 개념 정의, 관련 디자인산업 현황, 법령 및 유사 정책, 효과적인 사업 수행 방식을 검토하여 사업을 추진할 토대를 마련했다. 2023년 하반기에는 본격적으로 기업 지원을 시작하였고, 이를 위해 디자인기업을 공모하여 총 23개의 기업을 최종 선정했다. 이들 기업은 장애인, 노인, 어린이, 보행약자 등 다양한 약자를 위한 제품 및 서비스를 개발하며, 각 기업당 최대 4천만 원의 개발비를 지원받았다. 또한, 개발 제품 및 서비스의 고도화를 위해 인간공학 설계 컨설팅, 사용자 검증 컨설팅, 사용자 경험(UX) 컨설팅, 디자인 고도화 컨설팅 등의 전문가 컨설팅을 진행했다. 개발 분야는 의료기구 및 보행 보조기기 등 제품(15), AI 기반 플랫폼 등 서비스(8) 등이 있었다. 참여 기업들은 상세한 피드백과 방향성을 제공받으며 새로운 아이디어를 도출하여 제품 개발에 큰 도움을 받았다.

참여 기업들은 특히 “디자인적인 부분을 짚어주셔서 다시 한번 더 나은 디자인을 위해 고민할 수 있었습니다”, “실제 사용자를 만나지 않고 제품을 만드는 과정에 대한 문제점을 이번에 다시 한번 깨달았습니다”, “제가 생각하고 있던 문제점 뿐만 아니라 생각하지 못했던 부분에 대한 의견을 받아서 좋았습니다”와 같은 긍정적인 피드백을 남겼다.

전문가 컨설팅 외에도 창의적인 디자인, 인간공학 디자인, 신상품 기획 프로세스 등 관련 특강을 통해 참여기업의 역량 향상에 기여하는 교육을 진행했다. 중간 성과 공유 회의와 최종 성과 평가 회의를 통해 전문가 자문을 진행하였으며, 이를 통해 각 기업이 서로 네트워킹할 수 있는 기회를 제공했다. 그 결과, 약 4개월간의 사업 추진을 통해 23개의 참여 기업은 목표했던 약자동행 제품 및 서비스 개발을 완료했다. 특히 추운 겨울에도 따뜻하게 사용할 수 있는 온열 필름 손잡이 보행 보조기기(목발), 혼자 운동하는 것에 어려움을 겪는 노인을 위한 전문 헬스케어 기구 및 콘텐츠, 키가 작은 아동과 휠체어 이용자를 위한 높이 조절 세면대 등이 우수 제품으로 선정되었다. 선정된 우수 제품은 단순히 단년도 지원에 그치지 않고, 2024년에도 마케팅 및 홍보 등의 판로 개척을 지원하여 지속적인 수익 창출을 목표로 하고 있으며, 서울시는 개발 제품을 지속적으로 모니터링하고 지원할 예정이다.

2023년 약자동행 디자인산업 활성화 우수 제품



온열 손잡이 보행 보조기기(목발)

노인을 위한 헬스케어 기구 및 콘텐츠

높이 조절 세면대

사업 종료 후 최종 기업 만족도 조사 결과, 5점 만점에 4.7점의 높은 만족도 점수를 기록했다. 특히 맞춤형 전문가 컨설팅에 대한 만족도가 높았다. 개별 기업들 중 한 기업은 “약자동행 디자인산업 활성화 지원사업 덕분에 기존에 없던 새로운 제품을 시도 및 확장할 수 있었고, 약자들에게 희망과 편리를 제공할 수 있는 디자인을 개발하여 올해 중 가장 의미있던 프로젝트였습니다”라고 말했다. 또 다른 기업은 “약자동행 사업을 계기로 아동의 현 실태를 더욱 잘 이해하게 되었고, 제품을 만들 때 사회적 약자의 입장을 생각하며 기획할 수 있었습니다”라며 긍정적인 경험을 공유했다.

2023년 약자동행 디자인산업 활성화 참여기업 목록

연번	참여기업	개발제품 및 서비스
1	김스애드	보행약자 교통사고 저감을 위한 횡단보도 3D모듈입체화 장치
2	엘와이피	높이조절 세면대
3	맥케이	아동을 위한 AI 예술 인터랙티브 체험 모션·음성인식 키오스크
4	디자인엑스플레이	청각약자를 위한 스마트 히어링 루프 결합 키오스크
5	크리액티브디자인	와상 환자를 위한 세정 보조 키트
6	이누코리아	실종자 가족 인도 서비스
7	케미스트리인더스트리	발달장애인 작가 그림 폐자원 업사이클링 패션 의류
8	유니체스트	온열필름 손잡이 보행 보조기기(목발)
9	그루파트너스	사용자 맞춤형 스마트 도어 그림
10	바이러스디자인	발달장애인 인체공학 삼푸 의자
11	에이더	뇌졸중 환자의 강직을 완화해주는 보조장갑 및 발목보조기
12	리브라이블리	노약자를 위한 전문 헬스케어 기기 및 콘텐츠
13	주차장만드는사람들	디지털 전환을 통한 장애인 주차 요금 감면 서비스
14	미담	장애물 없는 생활환경 휴게/편의 시설물
15	한국디자인사이언스연구소	장애예술인 창작 마켓플랫폼
16	씨티이안	저상버스 친화형 가로변 버스승차대 디자인
17	천일디자인	요양보호시설, 신체적 약자를 위한 비상 탈출 에어슬라이드
18	호카	스마트워치용 길 유도기(어플)
19	운약근답올핏	건강 약자의 관절 건강 개선 라이클 운동기구
20	하이퍼클라우드	AR글래스 기반 디지털약자 관광 서비스
21	에스투빅터	시각장애인 근력 발달 및 재활을 위한 필라테스 기구
22	엘토	디지털 무장애 여행지도
23	플레이31	발달장애 아동 치유 미술 놀이도구 구름도장

3-1-3. 빛공해 없는 편안한 빛환경 조성

개요

구분	서울시
사업명	빛공해 없는 편안한 빛환경 조성
팀명	디자인정책관 도시경관담당관 야간경관기획팀
예산명	도시경관 수준 향상
키워드	#빛공해 #좋은빛 #빛환경

빛공해 없는 편안한 빛환경 조성 사업은 인공조명을 환경친화적으로 관리하여 서울시민이 건강하고 쾌적한 환경에서 생활할 수 있도록 하는 사업이다. 서울시는 2008년 야간경관 계획 수립 이후 빛공해의 심각성을 인식하고, 법 제정 전인 2010년에 빛공해 방지 조례를 제정했다. 이어서 2014년에는 빛환경 영향평가를 실시하고, 2015년에는 국내 최초로 조명환경관리구역 지정하는 등의 제도적 기반을 마련했다. 먼저, 2023년 서울시는 빛공해 없는 편안한 빛환경 조성을 위해 제4차 빛공해 환경영향평가를 진행했다. 본 사업은 빛환경이 인근 지역에 미치는 환경적 영향을 평가하여, 인공조명에 의한 빛공해를 방지하는 것을 목적으로 한다. 서울시는 조명환경관리구역을 서울시 전역에 지정하고, 빛공해 환경영향평가를 통해 영향분석 및 결과 활용방안을 모색했다. 이를 바탕으로 보안등 개선 방안 등을 제안하며, 인공조명에 대한 법적 실효성을 강화하기 위한 전략을 수립해나갔다.

두 번째로, 생활 속 빛환경에 대한 시민들의 관심과 좋은빛 형성을 위해 서울시 좋은빛위원회를 운영하여 빛공해 방지·빛환경 관리계획 수립, 조명환경관리구역의 지정 변경, 공간, 장식 조명기구의 신설·개량·증설에 관한 조명계획 등 심의 및 자문을 진행했다. 좋은빛위원회는 서울시의 도시경관을 유지하면서도 빛의 영향을 최소화하고자 하는 목표를 가지고 있으며, 공간조명과 장식조명의 설치 계획을 사전에 철저히 심의하여 도시환경을 개선하는 역할을 수행하고 있다. 2023년에는 총 32회의 좋은빛 심의를 진행하였으며, 이 과정에서 276건의 심의를 처리하였다. 심의 대상은 공공청사, 숙박시설 및 위락시설, 공동주택, 교량 및 육교 등의 콘크리트 및 강철 구조물, 그리고 가로등 및 보안등 등 다양한 건축물과 시설 등이다.

세 번째는 빛공해 민원 현황 관리 분석을 통한 빛공해 개선사업이다. 서울시는 2023년에 발생한 빛공해 관련 민원이 전년 대비 4.4% 증가한 총 1,518건임을 보고하였다. 그 중 피해유형은 수면방해가 842건(56%), 생활불편이 440건(29%), 눈부심이 156건(10%), 기타가 80건(5%)으로 나타



2023 빛공해공모전 일반부 대상 - 우리가 보지 못한 서울의 풍경

났다. 공간조명 민원은 전년도 568건에서 488건으로 80건 감소했고, 광고조명 민원은 454건에서 583건으로 129건 증가하였다. 이로 인해 전체 빛공해 민원 건수는 소폭 증가하였다. 서울시는 민원 처리에 있어 공공 부문에서는 자체 조치로 513건(34%)을 처리하고, 민간 부문에서는 운영시간 및 밝기 조정 등 행정지도를 통해 927건(61%)을 처리하였다. 개선명령은 30건(2%), 기타는 48건(3%)으로 처리되었다. 눈부심 및 생활불편 비율은 감소하였지만, 수면방해 피해는 소폭 증가한 점이 개선이 필요하다는 것을 시사한다. 빛공해 관리를 위해 서울시는 보건환경연구원을 빛공해 검사기관으로 지정하고 검사 업무를 수행하며, 매년 필요한 재원을 지원하고 있다. 이러한 노력으로 서울시는 환경부에서 실시한 빛공해 방지계획 추진 실적 평가에서 4년 연속 우수 평가를 받았다. 또한, 관련 부서 직원들에게는 빛공해 관리와 관련된 직무교육 및 업무매뉴얼을 제공하여 전문성을 강화하고 있다.

네 번째로 생활 속 빛환경에 대한 시민들의 관심과 좋은빛 형성을 위해 서울시 좋은빛상 공모전 및 빛공해 공모전을 개최하였다. 서울시 좋은빛상 공모전은 2012년에 첫 개최 이후 매년 6월부터 12월까지 진행되며, 시민들이 주도적으로 참여하여 서울의 야간경관을 형성하는 데 기여한다. 공모전은 공모기간(6월부터 8월), 시상식(10월), 전시(10월부터 12월)로 구성되어 있으며, 조명학술, 조명설계, 조명시공, 미디어 파사드 분야에서 총 9작품에 대해 시상을 진행한다. 또한, 빛공해 공모전

은 2005년에 시작하여 매년 5월부터 12월까지 진행되며, 공모기간(5월부터 7월), 시상식(10월), 전시(10월부터 12월)로 진행된다. 공모전은 공해, 생명, 문명의 빛을 주제로 한 사진 및 UCC 작품 공모를 통해 어린이·청소년과 일반 부문에서 총 60작품을 시상하고 온·오프라인 전시를 통해 대중에게 공개한다. 빛공해 관리와 홍보를 위해 서울시는 빛공해 방지 안내 공문을 시행하고, 빛공해 캠페인을 통해 조명환경관리 구역의 이해, 빛공해의 종류와 피해 사례, 빛방사 허용 기준 준수 및 빛공해 방지 업무에 대한 정보를 시민들에게 전달하고 있다. 이를 위해 시민 홍보 리플릿을 작성하고 배포하여 빛공해 해소와 조명환경관리구역에 대한 인식을 확산시키고 있다. 빛공해 공모전은 2023년 제17회를 맞이하였으며, 공해, 생명, 문명의 3가지 주제로 사진과 UCC(영상) 공모전을 진행하여 자연과 인간이 공존하는 건강한 빛의 문화를 가꾸고 누리는 시민 참여의 장을 마련했다. 제17회 공모전에는 사진과 UCC 작품 총 1,598점의 작품이 응모되었으며, 수상작으로 서울시장상 총 30작품(일반부 사진 24작품, UCC 6작품), 조명박물관상 총 29작품(어린이·청소년부 사진 24작품, UCC 5작품)을 선정하였다. 수상 작품들은 빛공해 방지를 위한 홍보 및 캠페인, 정책 자료로 활용된다.



다섯 번째로 편안한 빛환경 조성을 위한 골목길 스마트보안등 설치 사업을 실시하였다. 서울시는 경찰청과 31개 경찰서 치안협의체와 협력하여 매년 주거안심 구역을 선정하여 보안등을 설치하는 프로젝트를 진행하고 있다. 이 프로젝트는 범죄 통계 분석과 주민 여론 수렴을 통해 주거 지역의 안전을 강화하기 위한 것이다. 2021년부터 현재까지 총 사업비로 10,508백만 원을 투입하고, 11,509개의 보안등을 교체하였다.

2024년부터는 스마트보안등에 생활안심 공공 디자인을 적용하여 보안등주에는 노란색을 보조색상으로 선정하였다. 노란색은 사람의 시각이 가장 민감하게 반응하는 색상 중 하나로, 시야를 확보하고 긴급 상황에서도 시선을 쉽게 집중할 수 있도록 한다. 또한, 고보조명에는 밤길 안전을 상징하는 아이콘(별, 달, 호루라기, 손전등, 비상벨)을 적용하여 시민들에게 직관적인 안전 정보를 제공하고 있다. 이 아이콘들은 서울 브랜드의 메인 컬러인 옐로우, 그린, 블루, 핑크 중에서 선택하여 사용된다. 이처럼 디자인적 접근과 기능적 강화를 통해 서울시는 공공 안전을 보다 체계적으로 관리하고 시민들의 생활 편의성을 증진시키고 있다.

여섯 번째로 서울시의 조명정책 홍보를 위해 국제도시조명연맹(LUCI) 정책교류 사업을 진행하였다. 서울시는 2007년 LUCI에 가입한 이후 현재까지 활동을 지속하며, 2022년부터는 LUCI 아시아 부회장도시로 활동 중이다. 서울시는 LUCI의 공식 행사에 참석하여 서울시의 디자인, 조명, 빛 축제 사례를 발표하고 서울시의 조명정책을 국제적으로 홍보하고 있다. 유럽 등 선진 도시의 도시 조명 및 빛축제정책과 사례를 참고하여 서울시의 조명정책 수립 및 빛 축제 기획에 활용하고 있으며, 2023년 LUCI 연례 총회(AGM)가 핀란드 이위베스퀼레에서 개최되었고, 리옹 빛 축제 포럼(LLFF)이 프랑스 리옹에서 개최되었을 때도 참석하였다. 또한, 서울시는 제7회 아시아 도시조명 워크숍을 개최하여 서울시의 정책 및 야경 홍보를 강화하고 국내외 우수 사례를 도입하며 공공 및 민간의 역량을 강화하고자 했다. 워크숍은 서울 마포구에서 13개국 28개 도시의 공무원 및 조명 전문가 145명이 참석한 국제 행사로, 사람을 모이게 하는 힘과 도시 조명과 도시 문화에 대한 주제로 다양한 활동이 전개되었다.

3-2. 유니버설디자인

3-2-1. 유니버설디자인 기본계획 수립

개요

구분	서울시
사업명	제2차 서울시 유니버설디자인 기본계획 수립
팀명	디자인정책관 디자인정책담당관 유니버설디자인팀
예산명	유니버설디자인정책 기반 조성
키워드	#유니버설디자인 #기본계획 #도시환경

서울시는 성별, 연령, 국적, 장애 유무 등과 관계없이 모든 시민이 안전하고 편리하게 도시환경을 이용할 수 있는 유니버설디자인을 강화하기 위해 노력하고 있다. 이를 위해 2023년에는 「제2차 서울특별시 유니버설디자인 기본계획(2024-2028)」을 수립하고 발간하였다. 기본계획은 서울특별시 유니버설디자인 도시조성 기본 조례에 따른 필수 계획으로, 1차 기본계획(2018~2023)이 만료되면서 새롭게 마련되었다. 2차 기본계획은 고령화 사회와 디지털화 시대에 맞추어, 더 넓은 사용 범위와 더 많은 사용자들을 위한 더 개선된 사용성을 목표로 하고 있다. 서울시는 유니버설디자인의 확대 적용을 통해 모든 시민들이 유니버설디자인의 가치를 경험하고 향유할 수 있도록 하고, 포용적인 도시환경을 조성하기 위한 계획을 추진하고 있다.

서울시의 제2차 유니버설디자인 기본계획(2024-2028)은 체계적인 계획 수립을 통해 모든 시민이 쉽게 이용할 수 있는 도시환경을 조성하는 것을 목표로 하고 있다. 실태조사 및 분석을 통해 정책목표와 비전을 도출하고, 5개년에 걸쳐 실행할 구체적인 추진과제를 단계적으로 구분하여 정책 로드맵을 체계화하고자 했다.



기본계획 수립 첫 단계에서는 사회 환경 및 정책 수요의 변화를 파악하기 위해 다각적인 실태조사와 분석을 실시하였다. 이 과정에서 서울시의 일반 현황, 추진 정책, 유니버설디자인에 대한 시민 인식을 포함한 다양한 요소를 조사하였으며, 1차 기본계획의 모니터링 결과도 반영하였다. 이를 바탕으로 향후 5년간 추진될 유니버설디자인정책의 기본 방향을 설정하였다. 2차 기본계획은 “누구나 이용하기 쉬운 도시, 인지가 쉬운 서울”이라는 비전을 기반으로 하였다. 이를 실현하기 위해 일상 포용, 문화 혁신, 다양성 배려, 참여 확산이라는 4가지 핵심 목표를 구체화하였고, 각 핵심 목표별로 장기와 단기 로드맵을 설정하여 18개의 세부 추진과제를 마련하였다. 그 과정에서 유니버설디자인 관련 조례, 위원회, 가이드라인의 운영을 모니터링하여 관리 및 운영 시스템을 개선하고자 했다. 서울시는 이처럼 유니버설디자인정책의 체계적인 추진을 통해 모든 시민의 다양성을 존중하는 유니버설디자인 도시를 구현하고자 한다.



3-2-2. 유니버설디자인 적용

수변공간 유니버설디자인 적용

개요	
구분	서울시
사업명	수변공간 유니버설디자인 적용
팀명	디자인정책관 디자인정책담당관 유니버설디자인팀
예산명	유니버설디자인 추진
키워드	#유니버설디자인 #공공 공간 #수변공간 #한강공원

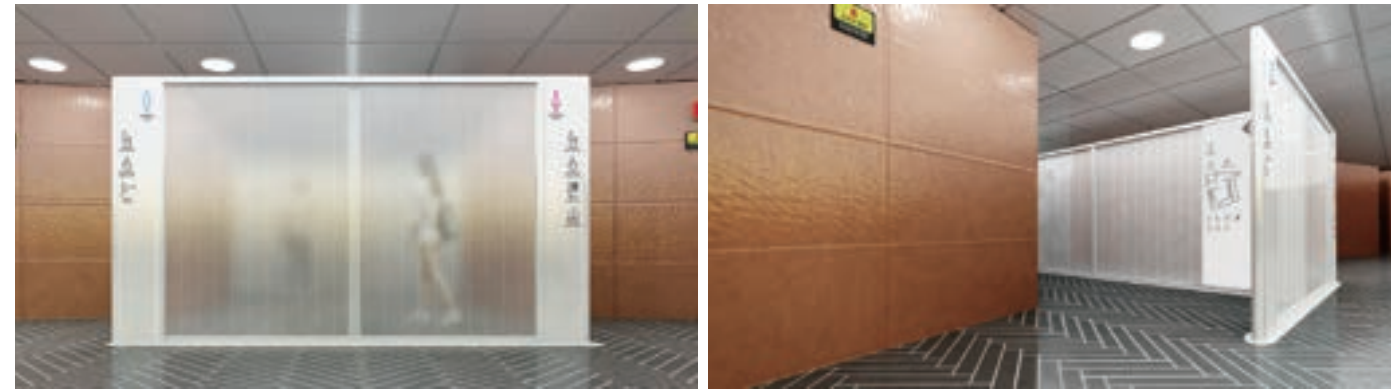
서울시는 다양한 시민이 이용하는 공공 공간에 유니버설디자인을 확산 및 적용하기 위한 다양한 노력을 지속적으로 추진해왔다. 2015년부터 현재까지 해마다 각 공간유형에 특화된 디자인을 개발하고, 우수 모델을 구현하는 사업을 진행하고 있다. 공공 공간, 공공건축물 유형별 유니버설디자인 우수모델 개발을 목표로 하여 2022년도에는 ‘공원·광장’을 중심으로, 2023년도에는 수변공간으로 개발 유형을 확대해나가고 있다. 이와 같은 노력으로 공공 공간 유니버설디자인 적용 사례 확대를 위해 매년 대상지를 선정하여 디자인 우수 사례를 구현하고, 동일 유형의 공간에 적용 가능한 유니버설디자인 가이드북을 발간하여 선도 사업 구간 외 지역에 확산할 수 있는 기반을 마련했다.

2015년~2023년 공공 공간 유니버설디자인 추진 현황

- 2015년, 1개소 공원(종로구)
- 2016년, 2개소 커뮤니티공간(금천구)
보행로(종로구)
- 2017년, 1개소 보건소(성동구)
- 2018년, 1개소 공개공지(금천구)
- 2019년, 2개소 경로당(동대문구)
주거지(종로구)
- 2020년, 1개소 전통시장(강서구)
- 2021년, 1개소 보행로(송파구)
- 2022년, 1개소 공원·광장(송파구)
- 2023년, 1개소 수변공간(미래한강본부)



본 사업은 누구나 쉽게 수변공간에 접근하고 안전하게 공간을 이용할 수 있도록 보행의 편의성과 이동성을 확보함으로써 물리적·심리적 접근성을 높이는 것을 목적으로 했다. 2023년에는 서울시가 공모를 통해 이촌한강공원 일대를 대상으로 선정하여, 시민 누구나 한강공원을 비롯한 수변공간에서 편리하게 여가 활동을 즐기고 아름다운 경관을 향유할 수 있도록 사업을 추진했다. 또한, 수변공간 특화 유니버설디자인 가이드북을 개발하여 이촌한강공원 외의 다른 수변공간에도 적용할 수 있는 디자인 원칙을 제시했다. 이를 통해 서울의 한강공원과 지천의 수변공간으로 유니버설디자인이 확산될 수 있게끔 유도했다. 아울러, 한강 일대의 명소화를 위한 ‘그레이트 섀넌 한강 프로젝트’와 연계하여 사회적 약자를 포함한 모든 시민이 차별 없이 여가 및 문화 활동을 경험할 수 있는 매력적인 수변공간을 구현하고자 했다.



공중화장실 유니버설디자인 적용

개요	
구분	서울시
사업명	공중화장실 유니버설디자인 적용
팀명	디자인정책관 디자인정책담당관 유니버설디자인팀
예산명	공중화장실 유니버설디자인 적용
키워드	#유니버설디자인 #공중화장실 #안전 #CPTED

서울시는 시민 누구나 안심하고 안전하게 이용할 수 있는 공중화장실을 조성하고자 ‘모두를 위한 공중화장실 유니버설디자인 적용지침’을 개발했다. 공중화장실에서 발생한 범죄 사건 등으로 높아진 시민들의 불안감을 해소하기 위해 공중화장실의 편의 개선뿐만 아니라 범죄와 안전사고 예방 측면에서도 강화된 적용 지침의 필요성이 대두된 것이다. 이에 서울시는 2021년 개발된 『편의 공간 유니버설디자인 적용 안내서(공중화장실 편)』을 고도화하여 새 지침을 제작했다. 이 적용지침은 공중화장실의 공간 구성 방향부터 시설 배치 기준, 체계적 관리와 운영방안까지 전방위적으로 유니버설디자인 적용 원칙을 제시하고 있다. 또한 설계 단계부터 심의와 운영까지 모든 단계에서 적용지침을 활용할 수 있도록 구성하였다.

특히 이동약자를 포함한 모두가 편리하게 이용할 수 있는 공중화장실 환경 조성을 위해 다양한 사용자의 행동특성을 고려한 유니버설디자인 원칙을 수립하였다. 아울러, 범죄예방환경디자인(CPTED) 개념을 접목하여 이용자가 범죄에 노출되지 않고 심리적, 물리적으로 안전하게 이용할 수 있는 공중화장실 설계·운영 지침을 마련하는 것을 목적으로 했다.

새로운 공중화장실 적용지침은 공간 구성의 기본 방향, 내부 공간 구성, 안내시설 설치, 화장실 운영 방안 등의 세부 기준까지 제시하여 시설 설계, 공사, 운영 및 유지보수 단계에서 실무적으로 활용할 수 있게 했다. 본 지침은 모든 이용자가 신체적 특성에 구애받지 않고 편리하게 화장실을 이용할 수 있도록, 이용자 유형별 행동특성을 검토하여 설계되었다. 또한, 남녀 화장실 출입구가 확실히 구분될 수 있도록 동선분리 방안을 제시하고, 비상벨, 안심거울, CCTV 등 안전시설 설치 및 운영 기준을 구체화하여 범죄예방디자인(CPTED)을 적용함으로써 심리적으로 안정된 환경을 제공하도록 했다. 또한 설계담당자, 시공자, 심의자 등 다양한 사용자들이 각 단계에서 실무적으로 이용할 수 있는 사용자 유형별 점검표를 수록하여 공중화장실 설계 단계부터 유니버설디자인을 체계적으로 적용할 수 있도록 했다. 본 적용지침 개발 과정에서는 유니버설디자인, 건축, 공공디자인, 범죄예방디자인 등 분야별 전문가의 자문과 검증 과정을 거쳤다. 아울러, 관련 기관과 자치구 등에 적용지침을 배포하고, 담당자를 대상으로 활용방안 설명회를 개최하여 개발된 적용지침이 실무적으로 활용될 수 있도록 했다. 향후에는 유니버설디자인 컨설팅과 연계하여 다양한 시민이 이용하는 공공 공간의 화장실을 중심으로 유니버설디자인이 확산 적용될 수 있도록 관련 부서와 기관에 맞춤형 컨설팅을 지원할 계획이다.

QR코드 링크

공중화장실 유니버설디자인 적용지침 점검표

3-2-3. 복지시설 유니버설디자인 가이드라인 고도화

개요	
구분	서울시
사업명	복지시설 유니버설디자인 가이드라인 고도화
팀명	디자인정책관 디자인정책담당관 유니버설디자인팀
예산명	유니버설디자인정책 기반 조성
키워드	#유니버설디자인 #복지시설 #접근성 #가이드라인

서울시는 이용자 친화적인 복지시설 디자인 방향을 제시하기 위해 2010년부터 2013년까지 24종의 복지시설 유니버설디자인 가이드라인을 개발하고 이를 다양한 복지시설 현장에서 활용할 수 있도록 했다. 이후 복지시설 및 건축 관련 법규와 규정의 개정, 복지시설 이용자와 담당자의 요구 수준이 높아짐에 따라 가이드라인 개정의 필요성이 부각되었다. 이에 서울시는 2019년부터 2023년까지(2022년 미추진) 4개년에 걸쳐 복지시설 6종의 가이드라인을 매년 고도화하여 총 24종의 가이드라인 개정을 완료했다.

복지시설 유니버설디자인 가이드라인 24종

연도	개정된 시설
기존 가이드라인	2010년: 데이케어센터, 아동양육시설, 어린이집, 장애인복지관, 종합사회복지관, 한부모가족복지시설
	2011년: 노인요양시설, 경로당, 노인복지관, 노인복지센터, 노인복지주택, 노인요양공동생활가정
	2012년: 노숙인시설, 장애인 공동생활가정, 장애인 영유아거주시설, 장애인종합복지관, 장애인주간보호/단기거주시설, 지적장애인 거주시설
	2013년: 아동공동생활가정, 아동일시보호시설, 여성보호시설, 정서행동 발달장애아동시설, 정신장애인 사회복귀생활시설, 정신장애인 사회복귀이용시설
가이드라인 고도화	2019년: 노인종합복지관, 데이케어센터, 장애인종합복지관, 장애인단기거주시설, 장애인주간보호시설, 장애인공동생활가정
	2020년: 종합사회복지관, 아동양육시설, 아동일시보호시설, 노인요양시설, 노인복지주택, 경로당
	2021년: 어린이집, 노인요양공동생활가정, 한부모가족복지시설, 노숙인시설, 노인복지센터, 아동공동생활가정
	2023년: 아동·청소년 정신건강지원시설, 장애영유아거주시설, 정신장애인공동생활가정, 정신장애인주간재활시설, 지적장애인거주시설, 여성보호시설

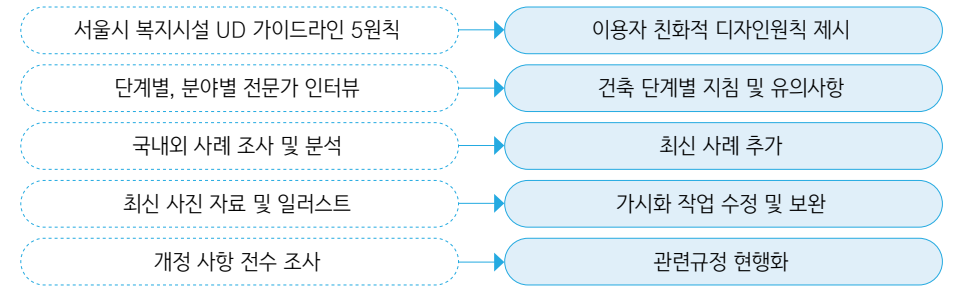


개정된 가이드라인은 물리적인 편의성 개선 뿐만 아니라 이용자 안전 확보, 심리적 안정감 제공 등 다양한 관점을 고려한 디자인 지침을 포함하고 있다. 신체, 행동, 상황별 특성을 반영하여 이용자 친화적인 관점을 강화하고 공간 기능별로 지침을 세분화했다. 시설별 가이드라인에는 시설 및 이용자 이해, 환경 요소, 기능별 공간 계획, 참고 사례, 관련 법규 등이 상세히 수록되어 있다.

이 가이드라인은 국내외 사례 조사와 분석을 통해 구체적인 유니버설디자인 적용 사례를 추가하고, 복지시설 담당자, 건축가, 디자이너 등 전문가 인터뷰를 통해 실제 현장에서 요구되는 디자인 요소를 파악하여 적용 가능성을 고려한 세부 지침을 수록했다. 또한, 건축 단계별 유니버설디자인 요소를 상세하게 제시하고, 실제 현장에 적용된 사례를 사진 등 시각 자료로 제공하여 복지시설 운영자뿐만 아니라 건축, 시공 현장 담당자도 유용하게 참고할 수 있도록 했다.

개정된 복지시설 가이드라인 24종은 서울시 누리집의 분야별 정보에서 전자책으로 다운로드할 수 있다.

가이드라인 고도화 방향



QR코드 링크



복지시설 유니버설디자인 가이드라인 단행본

3-2-4. 유니버설디자인 활성화 및 확산

개요	
구분	서울디자인재단
사업명	UD 컨설팅 사업
팀명	디자인진흥본부 디자인전략실 유니버설디자인팀
예산명	유니버설디자인 인식 확산
키워드	#유니버설디자인 #UD #컨설팅

UD 컨설팅

서울디자인재단은 ‘모두를 위한 포용디자인 Design for All’을 주제로 교육, 연구, 컨설팅, 환경개선사업을 전개하고 있다. 이 사업은 시민참여 프로그램, 교육 및 세미나, 민·관·학 협력을 통해 유니버설디자인의 활성화와 인식 확산에 기여하고자 한다. 서울시와 서울디자인재단은 모든 시민이 안전하고 편리하게 이용할 수 있는 사회적, 물리적 도시환경을 조성하기 위해 서울시에서 조성하는 모든 공공건축물 및 시설물에 유니버설디자인을 의무적으로 적용하고 있다.

재단은 서울시의 ‘디자인 서울 2.0’에 부합하는 모두를 위한 디자인 감성도시를 만들기 위해 노력하고 있다. 생활 안전을 넘어서 심리적 안정감과 시각적 매력 향상을 위한 유니버설디자인을 구현하고자 하며, 이를 통해 모든 시민이 편리하고 안전하게 이용할 수 있는 도시환경을 조성하고자 하였다.

2023년 5월부터 진행된 유니버설디자인 컨설팅은 누구나 사용할 수 있는 포용성 있는 디자인 표준을 적용하는 사업이다. 이 사업을 통해 서울시의 공공건축물을 사업의 단계와 유형에 따라 맞춤형 컨설팅으로 지원하며, 서울시를 대표하는 우수 모델을 조성하고 공간 및 시설 이용자의 만족도를 제고하고자 한다. 유니버설디자인 컨설팅은 서울시나 자치구 등의 요청에 따라 사전 협의 후 공문으로 접수되어 진행된다. 사전에 정해진 일정에 수행되는 여부에 따라 사전컨설팅과 수시컨설팅으로 나뉘는데 사전컨설팅은 기본 및 실시설계 단계에서 진행되며, 수시컨설팅은 금천구의 G밸리 사업과 기존 건축물을 개보수할 경우로 구분될 수 있다. UD컨설팅은 공공건축물과 관련된 심의자료를 내부 검토 후 해당 시설의 특성에 따라 분야별 UD전문가 자문위원회를 구성하여 최종적으로 반영해야 할 항목과 상세내용, 관련 이미지 자료가 제공되며, 수정된 요청 건을 제출할 경우 반영 결과를 확인하여 최종 확인서를 공문으로 발급한다. 발급된 확인서는 사전컨설팅과 G밸리 사업(수시컨설팅)의 경우 사업 진행의 다음 단계인 공공디자인진흥위원회와 건축허가 등에서 필수 서류로 제출된다. 즉, 유니버설디자인을 의무적으로 적용해야 서울시 공공건축물을 시공할 수 있다는 의미이다.

2023년에는 총 14건의 유니버설디자인 컨설팅이 진행되었으며 사전컨설팅이 11건, 수시컨설팅이 3건 수행되었다. 사전컨설팅의 경우 보도 및 도로에 대한 사항이 주를 이루었으며, 수시컨설팅은 금천구의 G밸리 사업과 기존건축물에 대한 개선으로 진행이 되었다. 서울디자인재단은 서울시 공공건축물이 유니버설디자인을 선도하여 민간에서도 참여할 수 있는 기회와 문화를 조성하기 위해 지속적으로 컨설팅 사업을 진행할 계획이다.

2023년 유니버설디자인 추진 실적

총 14건 추진 (사전컨설팅 11건 / 수시컨설팅 3건)

사전컨설팅 : 11건 추진

번호	시설유형	사업명	신청기관	단계
1	보도, 도로	「노원 문화의 거리 시설 개선」 디자인 및 실시설계 용역	노원구	기본 및 실시설계
2	보도	답십리근린공원 진입로 보행편의 개선사업 기본 및 실시설계	동대문구	기본 및 실시설계
3	보도, 도로	성동구치소 이전지 개발사업 기반시설 조성공사	서울주택 도시공사	기본 및 실시설계
4	보도, 도로	동부간선 지하화(영동대로) 건설공사	도시기반 시설본부	기본 및 실시설계
5	보도, 도로	동부간선도로 지하화 민간투자사업	도시기반 시설본부	기본 및 실시설계
6	보도	우이천 수변환경 개선사업	강북구	기본 및 실시설계
7	보도, 도로	광운대역~월계로간 도로개설(정비) 기본 및 실시설계	노원구	기본 및 실시설계
8	노점가판대	서울시 거리가게 디자인 가이드라인	도로관리과	기본 및 실시설계
9	보도, 도로	올림픽대로 확장 및 강일C 우회도로 신설사업	한국토지 주택공사	기본 및 실시설계
10	승강기	연대병원 앞 보도육교 승강기 교체공사	서대문구	기본 및 실시설계
11	자전거도로	천호대로 자전거 간선도로망 구축 기본 및 실시설계	보행자전거과	기본 및 실시설계

수시컨설팅 : 3건 추진

번호	시설유형	사업명	신청기관	단계
1	건축물	유락종합사회복지관 골절예방 시설물 조성 사업	중구	기존 건축물
2	건축물	가산동 60-23 지식산업센터 신축 사업	금천구	기본 및 실시설계
3	건축물	서울시의회 본관 건축물 UD적용 사업	서울시의회	기존 건축물

QR코드 링크



UD 컨설팅 사업 안내

개요

구분	서울디자인재단
사업명	UD 시민참여 사업
팀명	디자인진흥본부 디자인전략실 유니버설디자인팀
예산명	유니버설디자인 플랫폼 활성화
키워드	#유니버설디자인 #시민참여 #디자인가치

서울시는 민선 8기 조직개편에 따라 조직 기능 및 업무 책임성 강화를 위해 그간 유니버설디자인센터가 민간에 위탁하여 진행했던 여러 사무를 서울시가 직접 수행하기로 결정하거나, 서울디자인재단의 고유 업무로 전환했다. 이에 서울디자인재단은 업무 이관을 받아 2023년 5월 1일부터 본격적으로 유니버설디자인 업무를 운영하게 되었다. 기존의 사업과 이관 사업을 유기적으로 연계하고 통합 운영하여 시민 참여 콘텐츠를 확대하고, 시너지를 극대화하기 위한 방안으로 교육 및 홍보 사업을 구축하였다. 재단은 '디자인서울 2.0'의 5원칙 중 포용디자인의 유니버설디자인(디자인서울 15소원칙)을 통해 글로벌 스탠다드 및 서울 아이덴티티 확립을 목표로 사업을 기획하고 운영하였다. 물리적 유니버설디자인을 넘어 심리적, 인지적, 심미적 유니버설디자인으로 확장하여, 상황별, 대상별 특화된 유니버설디자인 콘텐츠 개발 및 민간 확산과 디자인 교류를 위해 다양한 시민참여사업이 기획되고 운영되었다.

시민들에게 세대를 융합할 수 있는 유니버설디자인 콘텐츠 발신을 목적으로 둔다. 특히 기존 재단 사업과 이관 사업 간의 유기적 연계 및 통합 운영을 통해 적극적 시민참여와 시너지를 극대화하고자 했다. UD 어워드에서 유니버설디자인 우수 사례 선정을 통해 성공모델 발굴과 확산하는데 주력하고 있으며, UD 교육은 유니버설디자인 공감대 형성을 위한 콘텐츠 고도화와 대상별 맞춤교육으로 운영되었다.

UD 어워드

2023년 제3회 서울유니버설디자인어워드에서는 총 113점의 작품이 응모되었다. 이는 목표치의 113%에 해당하며, 2022년 대비하여 462%의 증가를 기록하였다. 응모자격은 대한민국 기업 및 공공기관이며, 공모 분야는 유니버설디자인 환경조성(공공) 부문, 환경조성(민간) 부문, 서비스 부문, 제품 부문 총 4개 부문으로 이루어졌으며, 수상은 4개 부문과 심사위원특별상으로 구성되었다. 이번 3회 어워드는 기존 1, 2회와의 차별화를 강화하고 운영에 있어서도 놀라운 발전을 보였다.

1) '서울유니버설디자인대상'에서 '서울유니버설디자인어워드'로 브랜드 로고와 명칭 변경 2) 어



2023 유니버설디자인데이

워드 주관사 '서울디자인재단'으로 변경 3) 1, 2회 '환경조성', '서비스' 2개 분야 진행에서 올해는 총 4개 부문으로 '제품부문' 신규 신설 5) 국제적인 인지도와 전문성을 갖춘 부문별 전문가 심사위원단 10명으로 구성 6) 공정한 선정 과정 강화를 위해, 3차에 걸친 심사와 공개 검증 절차 추가 7) 당사자성을 가진 32명의 UD시민참여단의 모니터링을 통해 사용자 의견 반영 8) 본상 11작, 특별상 2작 총 13개 작품을 수상하고, 상금도 4,100만 원으로 증액 9) UD세미나와 연계한 시상식 개최 등 어워드를 통해 유니버설디자인에 대한 인식 확산과 모두 함께 참여하고 즐길 수 있는 UD시 민행사인 '2023 유니버설디자인데이'로 확대하였다.

UD교사 교육

2019년에 개발되어 코로나로 활용이 잠정 중단되었던 초등학교용 '유니버설디자인 교재'와 '교육 키트'를 학교 현장에 적극 활용하기 위해 UD교사 교육을 새롭게 재편하였다. 교재 집필진 및 지침서 자문으로 참여한 초등교사 6명과 3차에 걸친 자문회의를 진행하고, 학교 현장 활용을 위해 교사 자율연수 및 학교탐방 교육에 대한 논의하는 과정을 거쳤다.

'UD교사 자율연수'는 모집을 통해 서울시 초등교원 55명을 대상으로 9월 13일 DDP 서울-온, 북세미나실, 돌레길 라운지에서 실시하였다. 1부에서는 유니버설디자인의 이해와 학년별 UD교육 시연으로 진행하였고, 2부에서는 유튜브 '굴러라구르님'의 전문가 강연이 있었다. 3부에서는 UD 교육 꾸러미 활용 및 대여 안내가 이어졌다. 한편, 학교탐방교육인 'UD교육 꾸러미' 활용 교육은 2023년 9월 18일부터 11월 30일까지 총 39회에 걸쳐 서울시 각 초등학교 교내에서 이루어졌으며, 서울시 초등학교 2,774명이 참여하였다. 'UD교육 꾸러미'는 사전 신청을 통해 학교로 배송되는 형태로 진행되었다.

UD 청소년 캠프

UD 청소년 캠프 『찾아라! 모두의 DDP』는 사회적 약자 입장에서 바라본 UD 탐방 활동의 창의·인성 워크숍이다. 서울시 및 수도권 중학생을 대상으로 7월 26일, 27일 2회에 걸쳐 DDP 내외부 및 디자인랩 3층 디자인홀에서 진행되었다. 서울시 교육청 및 지원청 홍보 연계를 통해 총 71명의 참가자가 사전에 모집되었다. 참가자들은 10인 1팀이 되어 각 팀의 퍼실리테이터와 함께 5개의 페르소나를 설정하였다. 5개의 페르소나는 외국인, 유아차 동반자 및 임산부, 고령자, 저시력자, 휠체어 이용자이다. 각 팀은 페르소나 체험 키트를 착용한 페르소나 3명, 관찰자 2명, 기록자 2명, 시나리오 작성자 1명, 촬영자 2명으로 각 역할을 맡았다. 이들은 DDP에 적용된 유니버설디자인 요소를 탐색하고 추가 개선 아이디어를 제안하였다. 이 과정에서 각 페르소나별 UD 경험 여정지도를 최종적으로 작성하였다.

참가자들에게는 미리 구성된 UD활동키트와 재단 대표이사 수료증이 제공되었으며, 총 수료자를 대상으로 한 만족도 조사에서 85.4%가 재참여 및 추후 관련 프로그램 참가 의사를 밝혀 프로그램의 성공적인 운영을 확인할 수 있었다.

QR코드
링크



청소년 UD캠프
『찾아라! 모두의 DDP』
SNS 영상



UD청소년캠프 1차

UD 세미나

재단은 “같은 세상을 사는 모두를 위한 노력”을 주제로 연간 총 2회의 유니버설디자인 세미나를 기획 및 운영하였다. 첫 번째 세미나는 '일상 속 스머든 유니버설디자인'을 주제로 8월 26일 DDP 디자인랩 3층 디자인홀에서 개최되었다. 본 세미나는 사전·현장예약을 통해 유니버설디자인에 관심 있는 전 시민을 대상으로 모집하였고, 총 140여 명이 참가하였다. 세미나에서는 일상 속 서비스, 커뮤니티, 제품, 건축공간 분야에서 마주하는 유니버설디자인의 사례와 가치, 확장에 대한 각 분야 전문가들의 발표와 소통이 이루어졌다. 연사로는 서비스 분야에 송민표 대표(주식회사 코엑터스), 커뮤니티 분야에 박수빈 대표(계단부서클럽), 제품 분야에 김병수 대표(주식회사 미션잇), 건축공간 분야에 김은지 대표(콕집)가 함께하였다. 본 세미나에서는 소외 없는 모두를 위한 세미나를 위해 자막통역 서비스, 휠체어존, 점자 키트 체험존, UD 비상 피난 경로 등 유니버설디자인 요소를 적극적으로 도입하였다. 더 나아가 오픈 카톡방을 활용하여 강연 중 실시간 질문을 가능케 하여 시민 참여를 극대화함으로써 온·오프라인을 넘나드는 소통의 장을 마련하였으며, 세미나 마지막 순서인 라운드 테이블에서는 구유리 교수(홍익대학교 서비스디자인전공)가 진행을 맡아 전 연사와 함께 각 분야에서 바라보는 유니버설디자인에 대한 견해를 공유하는 자리를 마련했다.

유니버설디자인 세미나 Vol.1 연사 및 주제

2023 서울유니버설디자인 세미나 Vol.1 일상 속 스머든 유니버설디자인		
14:00~14:05	오프닝	세미나 소개 및 연사 소개
14:05~14:35	세션 1	[서비스] 송민표 대표 / ㈜코엑터스 '전용'이 아닌 '겸용'으로 '모두'를 포용하는 유니버설디자인
14:35~15:05		[커뮤니티] 박수빈 대표 / 계단부서클럽 뜻밖의 계단, 모두를 위한 지도 함께 해결하는 유니버설디자인 커뮤니티
15:05~15:15	Break Time	
15:15~15:45	세션 2	[콘텐츠] 김병수 대표 / ㈜미션잇 포용적인 사회를 만드는 인클루시브 디자인 프로세스
15:45~16:15		[건축 공간] 김은지 대표 / 콕집 모두의 생애주기를 고려한 생활공간 속 유니버설디자인
16:15~16:25	Break Time	
16:25~17:00	세션 3	[스페셜 토크] 모더레이터 구유리 교수 / 홍익대학교 서비스디자인전공 라운드테이블 및 Q&A

두 번째 세미나는 2023 서울유니버설디자인 Day(이하 UD데이)의 일환으로, 「Vol.2 지속가능한 유니버설디자인의 미래」를 주제로 11월 8일 DDP D-숍에서 개최되었다. 전 시민을 대상으로 사전 및 현장 예약을 받았고 총 591명의 시민이 참가하였다. 특히, 관련 지자체를 비롯한 유관기관의 적극적인 참여가 돋보였으며, 유니버설디자인적 관점에서 디자인, 공간, 서비스를 구축했다. 포스터

의 경우, 기존과 달리 명도 차이를 두어 진회색과 레몬 옐로우 색을 통해 시인성을 확보했다. 그리고 한-일 동시통역 서비스, 자막 서비스, 휠체어존, 차징존, 체험 키트존 등의 서비스를 마련했다. 본 세미나의 연사로는 기업 및 연구에 계시는 전문가 네 분을 모시고 디자인가치, 도시건축, 라이프스타일, 모바일 접근성 분야에서의 지속가능한 미래 지향점과 노력, 과정, 결과를 제안했다. 해외 연사를 포함한 국내외 유니버설디자인 전문가들이 강연을 통해 참가자들에게 다양한 시각을 제공하였고, 마지막 UD토크에서는 시민들과의 직접적인 대화가 이루어졌다. 연사로는 디자인가치 분야에 배상민 교수(KAIST 산업디자인학과), 도시건축 분야에 마쯔다 유지 교수(동경대학교 건축학과), 라이프스타일 분야에 김수연 상무(LG 디자인경영센터), 모바일 접근성 분야에 강수영 디자인 전략 리드(토스 UX Platform Tribe)가 함께했다. 세미나 마지막 순서인 UD토크에서는 모더레이터 김지수 대표(마인즈 커넥트)의 진행으로 시민들과의 현장 질의를 통해 전 연사들과 담론의 장을 펼쳤다. 2023년 서울유니버설디자인 세미나는 총 2회로 운영으로 총 731명의 시민이 참가했다. 참가자 대상의 만족도 조사에서는 93.7%로 재참여 의사를 확고히 밝혔고, 만족도 역시 높은 결과를 이루었다. 유니버설디자인 사업이 재단으로 이관된 이후, 국내외를 막론한 대외적인 유니버설디자인 세미나 개최를 통해 관련 전문가와 일반 시민들에게 유니버설디자인의 개념과 가치에 대한 지식을 확산하는 기능을 강화할 수 있었다.

유니버설디자인 세미나 Vol.2 연사 및 주제

2023 서울유니버설디자인 세미나 Vol.2 지속가능한 유니버설디자인의 미래		
15:00~15:05	오프닝	세미나 소개 및 연사 소개
15:05~15:30	세션 1	[디자인가치] 배상민 교수/ 카이스트 산업디자인학과 창의적 디자인과 그를 통한 사회공헌활동
15:30~15:55		[도시, 건축] 마쯔다 유지 교수/ 동경대학교 건축학과 도쿄올림픽 이후 도시 내 유니버설디자인 적용사례와 시사점
15:55~16:00	Break Time	
16:00~16:25	세션 2	[라이프스타일] 김수연 상무/ LG 디자인경영센터 Universal Design, 가전이 가야 할 길, 디자이너가 해야 할 일
16:25~16:50		[모바일접근성] 강수영 디자인 전략 리드/ 토스 UX Platform Tribe Toss Design System을 통해 자동으로 지켜지는 유니버설디자인
16:50~16:55	Break Time	
16:55~17:40	세션 3	[스페셜 토크] 모더레이터 김지수 대표 / 마인즈 커넥트 라운드테이블 및 Q&A

2023년 UDP 운영 및 UD시민단 운영

개요	
구분	서울디자인재단
사업명	2023년 UDP 운영 및 UD시민단 운영
팀명	디자인진흥본부 디자인전략실 유니버설디자인팀
예산명	유니버설디자인 플랫폼 활성화
키워드	#유니버설디자인 #UD #UD시민단 #UDP

서울디자인재단은 '모두를 위한 포용디자인 Design for All'을 컨셉으로 다양한 활동을 전개하고 있다. 주요 활동으로는 교육, 연구, 컨설팅, 환경개선사업을 통해 시민참여 사업, 교육 및 세미나, 민-관-학 협력을 통해 유니버설디자인의 활성화와 인식 확산에 기여하고 있다. 특히 포용적 디자인 문화 확산 및 약자와의 동행을 위해 UD 라이프스타일 플랫폼을 운영하고 있다. 또한, 실 사용자 중심의 UD시민단 운영을 통해 활용성 높은 유니버설디자인을 발굴 및 개선해나가고 있다.

서울디자인재단은 UDP 운영 및 관리를 통해 다음과 같은 전략을 추구하고 있다. 첫 번째로, UD 라이프스타일 플랫폼 운영을 통해 "약자와의 동행" 가치를 확산하기 위해, 유니버설디자인에 대한 설명이 담긴 리플렛을 제작하고 UDP 음성해설 가이드를 보완하여 관람객이 효과적으로 이용할 수 있도록 지원한다. 이를 통해 이용자의 만족도를 제고하고 유니버설디자인에 대한 인식을 확산하는 데 주력하고 있다. 두 번째로, UD 대상자 모집 및 UD시민단을 구성하여 실 사용자의 관점에서 의견을 수렴하고 개선방안을 도출하는 선순환 구조체계를 수립하고 있다. 이를 통해 유니버설디자인의 가치적 기반을 확장하고 신뢰성을 확보하는 데 집중하고 있다.

유니버설디자인 운영 및 관리에서는 다양한 개선과 홍보 활동이 이루어졌다. 먼저, 유니버설디자인을 소개하는 리플렛 제작 및 QR코드 제작을 통한 전시관 각 콘텐츠 추가설명을 보완하고 외국인을 고려한 영문 음성해설 가이드 제작 및 기존 국문 음성해설가이드를 새롭게 제작하였고, 변경된 UD 라이프스타일 플랫폼 전시공간 재정비로 효과적인 관람 유도 및 전시관을 운영하였다. 또한 만족도 조사를 통한 UDP 방문 이벤트, 무빙포스터, 영상 제작, SNS 홍보 등 다양한 방법을 통한 홍보 방법을 개선하였다. 관련 기관·기업 방문에 UDP 직접 안내 및 적극 홍보 진행으로 UD인식확산을 위한 기관·기업 협력도 진행하였다. 2023년 UDP플랫폼 재정비 및 운영에서는 전시관 방문객이 60,300명 이상으로 전년 대비 212% 상승하였고, 협력기업 총 13개사 홍보 건수 30건 이상을 달성하였다. 전시 방문객 887명 조사의 결론으로 응답자의 91%가 매우 만족과 만족을 답변하여 대부분이 만족하는 결과를 보였으며, 유니버설디자인 라이프스타일 플랫폼 전시관을 주변에 추천



유니버설디자인 라이프스타일 플랫폼 전시관

할 의향이 있는 응답자는 전체의 84.4%로 대부분을 차지했다. 외국인 방문객 전반적 만족도 또한 94.1%로 매우 높은 수준을 보였다.

UD시민단 운영 및 관리에서는 25개 자치구 및 관련 기관과 직접 연락하여 UD 대상자별 신청자를 추천 모집하여 오리엔테이션(OT) 및 모니터링을 진행하였다. 유형에 따라 모니터링 대상을 그룹화하여 보다 다양한 의견이 수렴될 수 있도록 기획했다. 또한 사전 회의를 거쳐 현장 계획을 수립하고 운영함으로써 모니터링 결과를 수렴하여 도출한 개선 방안이 각 연계 사업에 반영될 수 있도록 했다. 실행연구사업에서의 UD시민단 활동은 두 차례로 나누어 진행되었다. 1차는 서울시 구청 접근성 안내지도 제작을 위한 모니터링, 2차는 시각자료 사용성 평가였다. 1차는 제작된 체크리스트에 의해 실제 공간의 UD적용, 사용평가에 대한 모니터링이었고 2차는 제작된 시각자료와 현장에서



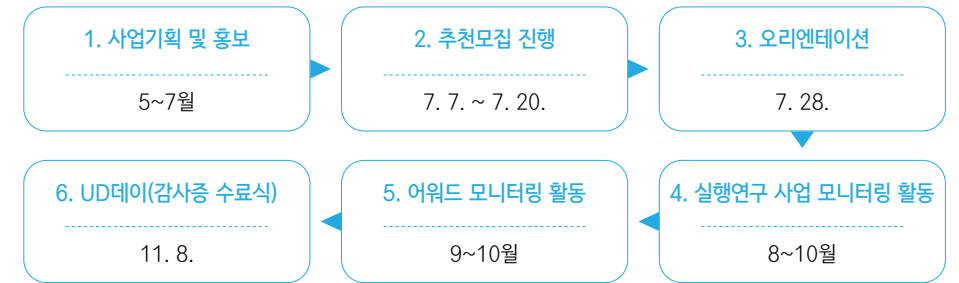
시민단·시민기자단 오리엔테이션



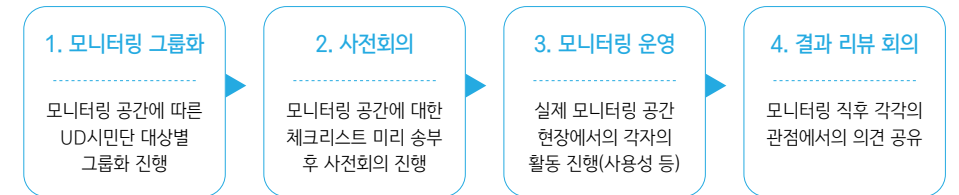
시민기자단

의 실제 사용성과 비교하여 시각자료에 대한 개선방안을 도출하였다. 유니버설디자인어워드에서의 UD시민단 활동은 환경조성, 제품, 서비스로 총 3가지 파트로 나누어 진행되었다. 각각에 따른 체크리스트를 제작하여 사용자 평가를 진행하였다. 2023년에서 UD시민단은 총 32명으로 구성되었으며 총 그룹별 29회, 개인별 113회의 모니터링을 수행했다.

UD시민단 모니터링 활동 추진 과정



사업 추진 절차



UD데이 행사 개요

일시	2023. 11. 8. 14:00 ~ 14:40	
장소	DDP 디자인랩 1층 D-숲	
참석자	87명(UD시민단, 재단 대표이사, 시상식 관련자 그 외)	
기타사항	시상식 종료 후 UD세미나 Vol.2 연계 진행	

소요 시간	내용	발표
14:00~14:08	환영사 및 축사	재단대표이사, 市디자인정책관
14:08~14:10	어워드 추진 경과	영상 상영
14:10~14:12	심사 총평	심사위원장
14:12~14:40	시상 및 감사장 수여	UD시민단 고정희님(대표), 재단 대표이사

Part 04

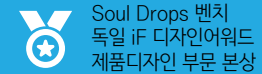
4-1. 도시경관디자인

4-2. 공공디자인

4-3. 공공미술

서울특별시시는 경관법과 경관 조례에 따라 도시경관 개선사업을 추진하여 지역별 특성을 반영한 매력적인 경관을 조성하고자 한다. 이를 통해 주민 삶의 질을 개선하고, 서울의 정체성을 반영한 도시 브랜드화를 이루어 경쟁력을 확보하는데 기여하고자 한다. 또한, 시민의 일상에 재미와 유쾌함을 더하기 위해 '서울 편 디자인' 사업을 추진하여 활기찬 도시 환경을 제공하고자 하였다. 디자인 협력 프로젝트인 '서울디자인 X'를 통해 시민과 기업의 참여를 촉진하고 창의적인 정책을 구현하는 한편, 공공미술을 활성화하여 도시 환경을 개선하기 위해 대학협력 공공미술 프로젝트, 공공미술 기록화 사업 등 다양한 사업을 추진했다.

도시·환경



Soul Drops 벤치
독일 iF 디자인어워드
제품디자인 부문 본상



Soul Drops 벤치
Reddot 디자인어워드
브랜드&커뮤니케이션 부문 본상



2024 서울색 개발

4-1. 도시경관디자인

4-1-1. 도시경관 개선

개요

구분	서울시
사업명	도시경관 개선사업
팀명	디자인정책관 도시경관담당관 도시경관정책팀
예산명	도시경관 개선
키워드	#도시경관 #경관개선 #디자인

서울시는 「경관법」과 「서울특별시 경관 조례」에 따라 아름답고 쾌적하며 지역별 특성과 상징성이 반영되는 매력적인 특화경관을 조성하기 위해 도시경관 개선사업을 추진하고 있다. 이를 통해 주민 삶의 질을 개선하고, 서울의 정체성을 반영한 경관 개선을 통해 도시브랜드화 및 도시경쟁력 확보에 기여하고자 한다.

도시경관 개선사업은 2009년부터 2022년까지는 자치구 공모를 통해 선정된 소외·낙후지역의 경관 개선에 중점을 두고 서울시와 자치구 예산 매칭사업 방식으로 진행되었다. 본 사업으로 가로환경 정비·개선, 지역 녹화 관련 사업, 야간경관 형성·정비 사업, 역사문화 경관 형성 사업, 기타 도시의 주요 공간 및 시설물 설치·관리를 위한 경관 사업 등을 내용으로 하는 20개 자치구의 70개 세부 사업을 수행했다. 2023년에는 기존의 소외·낙후지역의 단순 노후 시설물 개선을 뛰어넘어 더욱 쾌적하고 실질적인 개선 효과를 낼 수 있도록 디자인 관점을 확대 반영하고 벽화 등 단순 도시재생 성격의 사업은 지양하도록 사업 방향을 전환하였다. 또한, 재개발·재건축 등 각종 개발 사업 대상지 또는 예정지는 사업 선정대상에서 원천적으로 제외함으로써 자치구 개발사업 추진에 영향을 주지

않도록 했다.

서울시는 2023년 민선8기 시정 핵심 사항 중 하나로 시정 전반에 디자인 관점을 도입하여 도시경관 개선의 실효성을 높이는 방안을 계획했다. 도시경관의 개선을 통해 서울시의 브랜드 이미지를 제고하고자, 도시에 ‘디자인을 입히는’ 방안을 고민한 것이다.

오세훈 시장 취임사(2022. 7. 1.)

‘디자인서울 2.0’을 추진해서 서울을 고품격 스마트 디자인 도시로 만들겠습니다.

- ① 예술적 감성의 디자인을 공공은 물론 민간영역까지 확대해서 도시경관을 획기적으로 개선하고
- ② 재미있으면서도 품격 있는 디자인의 공공시설물을 만들어서 서울을 ‘디자인 랜드마크’로 복원하겠습니다.

서울시 도시경관 개선사업은 자치구와의 협업(예산 1:1 매칭, 공모 사업)을 통해 2개년 사업 방식(1년차 설계, 2년차 공사)으로 추진하였다. 2022년에 선정되어 설계를 마친 중구 등 5개 자치구 사업에 대해서는 해당 자치구별로 공사를 시행하여 12월까지 완료(종로구 자하문로4·6길 일대 마을경관 개선사업은 2024년 6월 완료 예정)하였다. 시는 앞으로도 지역자원과 스토리텔링, 디자인적 요소를 고려하여 구체적인 도시경관 개선 프로세스를 마련할 계획이다. 그리고 이를 통해 도시경쟁력 확보에 박차를 가했다.



시흥행궁 역사문화 보존 경관 사업 - 조명 오브제



둔촌동 진황도로 경관 사업 - 자전거 거치대 개선



북창동 음식거리 경관 개선사업 - 미디어월



창동골목시장 주변 경관 개선사업 - 바닥 디자인동판

2023년 공사시행 도시경관 개선사업 개요

자치구	사업명	공사 기간	사업 대상지(규모)	사업 내용
중구	북창동 음식거리 경관 개선사업	2023. 3. 10. ~ 12. 15.	북창동 먹자골목 (3,890㎡)	· 도로포장, 상징물(3) 설치, 미디어 월(1) 및 포토존(2) 설치, 금연 환경그래픽 조성
금천구	시흥행궁 역사문화 보존 경관 사업	2023. 4. 11. ~ 11. 15.	시흥동 금하로 705 (연장 760m, 폭원 8m)	· 보도폭 조정, 띠녹지 개선, 조경식재 이식, 심터 조성 및 담장 쌓기, 시장입구 문주 철거·설치, 마을버스 정류장·스마트 그늘막·안내사인· 디자인 펜스 설치 · LED전광판 및 조명 오브제 신설, 거리명칭 조형물 설치, 게시판 등 조명 설치 등
종로구	자하문로4·6길 일대 마을경관 개선사업	2023. 8. 3. ~ 2024. 6.	통의동 자하문로 4길·6길 일대 (1,580㎡)	· 도로 포장, 담장 정비, 빗물받이 설치 · 고공등 및 경관조명 설치
도봉구	창동골목시장 주변 경관 개선사업	2023. 6. 22. ~ 12. 21.	창동 552-12~산192-11 덕릉로 일대 (B=2~4m, L=730m)	· 보도·스텐실 포장, 경계석 정비 및 세척, 판석 포장 · 은행나무 암수교체 및 가로수보호판 정비 · 창동골목시장 게이트·바닥 디자인동판 및 광고물부착 방치시트 설치
강동구	둔촌동 진황도로 경관 사업	2023. 9. 1. ~ 12. 31.	둔촌2동 진황도로 145 (420m)	· 둔촌어린이공원 주변 보행로 조성 · 진황도로변 택시 차고지 가림막 개선 및 광고물 부착방지시트 설치 · 바닥신호등 설치

또한, 2023년도 설계사업 추진을 위해 서울시는 2022년 11월 3일에 “동행·매력특별시 서울 조성”을 위한 2023년 도시경관 개선사업 시행계획”을 수립하였다. 2023년 계획에서는 지역 개발을 위해 주민동의 절차가 진행 중인 지역, 주택 재개발·재건축 사업, 가로주택 정비 사업 등 각종 개발 사

업(예정)지, 소규모의 단순 시설물 보수·정비를 위한 사업지는 신청 대상에서 원천적으로 제외하였다. 이는 주민들의 지역 개발 사업 추진에 걸림돌이 되는 요소를 배제하고 보다 실질적인 경관 개선이 이루어질 수 있는 기반을 마련하기 위함이었다. 아울러, 좀 더 발전적인 도시경관 개선사업이 시행될 수 있도록 하기 위하여 11월 24일에 종로구 등 15개 자치구 관계자들이 참석한 가운데 설명회를 개최하여 도시경관 개선사업에 대한 이해, 디자인서울 2.0 추진에 따른 도시경관 개선사업 시행 방향, 기타 사업 관련 참고 및 유의사항 등에 관해 안내하였다.

2023년 도시경관 개선사업 추진 방향 및 전략

구분	내용
추진 방향	<ul style="list-style-type: none"> · 지역 역사·문화 등 고유자원 활용 스토리텔링 강화, 관광·문화거점 조성 및 방문코스 개발 등 도시브랜드화 추진 · 디자인(공공시설·유니버설·범죄예방(안전) 등) 관점을 반영한 도시경관 개선 · 디자인 다양성을 추구하되 주변 환경과의 조화를 이루도록 입체적 관점에서 설계·디자인(배치, 형태, 색채 등) · 기능성, 사용자 편의성, 심미성의 조화 모색
단계별 추진 전략	<ul style="list-style-type: none"> · 1단계(지역의 고유자원 분석) : 역사·문화 등 경관적으로 특성화할 요소 자원 발굴 · 2단계(공간체계 구성) : 주변 환경과의 조화를 이루며 거점 공간 및 가로 공간 등 공적 공간 구성 · 3단계(도시경관 구성) : 도시경관 창출을 위한 스토리텔링 및 디자인적 요소 개선 등을 고려한 계획 · 4단계(도시경관 개선 계획 수립) : 지역 자원을 서로 조화시켜 창출된 경관으로 지역맞춤형 경관 개선 계획 도출 · 5단계(사후 활용방안) : 방문·관광코스, 지역 축제 등 지역활성화 방안 마련

이후, 12월 1일부터 12월 16일까지 각 자치구를 대상으로 사업 공모를 진행하였다. 2023년 1월 18일에는 디자인, 경관 및 조명 분야의 외부 전문가 4명으로 구성된 심사위원회를 구성하여 자치구 제안사업에 대한 전문가 평가를 실시하였다. 평가를 통해 높은 평가점수를 받은 5개 자치구(서대문구, 종로구, 강남구, 강동구, 노원구)의 사업은 2023년 추진 대상사업으로 선정되었다. 그 이후의 사업 전개과정은 다음과 같다. 2월 3일에는 선정된 자치구 담당자 회의를 개최하여 도시경관 개선사업 추진 사항 일반, MP 선정 및 과업수행 방향, 디자인 행정서비스 등 참고사항 및 유의사항을 안내하였다. 3월에는 자치구별로 설계용역이 착수되었다. 6월 26일, 외부 전문가 2명을 초빙해 5개 선정 사업에 대한 기본 및 실시설계안에 대한 사전보고회 및 자문회의를 개최하여 사업별 설계 개선안을 제시하였다. 8월 28일에는 중간보고회를 개최하여 사전보고회 후 변경된 설계안의 적정성에 대해 외부 전문가 4명이 자문의견을 제시하였다. 12월 1일에는 외부 전문가 4명의 설계안에 대한 최종보고회를 개최하고 전문가 자문의견을 청취하였다.

2023년 선정 도시경관 개선사업(설계) 개요

자치구	사업명	사업대상지	주요 제안 사업 내용
서대문구	빛과 예술이 흐르는 문화공원 홍제천 조성	홍제천 폭포마당 일대 약 3,600㎡	· 유희부지에 휴게공간 조성(휴게의자, 블라드, 가로등 설치, 상이한 페이빙 패턴 통일, 옹벽부 디자인 개선(서대문 홍제폭포 BI 반영), 투시형 계단 조성, 경관조명 및 블라드 방습등 설치 등) · 기존 연결다리 개선 · 데크 상하부공간 개선(하부공간(유희부지)에 경사형 휴게의자 설치, 자전거 속도저감을 위한 바닥패턴, 페이빙 패턴 통일, 폭포수 조망을 위한 데크 상부 바 테이블 조성, 이동식 그늘막 설치, 투수콘크리트 포장, 간접등 및 서대문 홍제폭포 BI 조명 설치 등)
종로구	청와대-백악도보탐방코스 경관 개선	백악산 탐방로 일원 1.7km	· 인왕산 조망 백악전망대 설치(조망·포토존으로 조성) · 칠궁방면 탐방로 회전계단 개선(환영·안내의 공간으로 조성) : 입구 경관 및 보행안전 개선 · 오름쉼터 설치(휴식·조망의 공간으로 조성) : 급경사 구간 유희지를 이용한 포켓쉼터 · 비밀의 정원 조성(환영·안내의 공간 으로 조성) : 신비로운 경관을 연출하는 작은 쉼터 · 안내사인물 정비
강남구	강남대로 랜드마크 거리 조성	강남역~신논현역 사이 대로변 760m	· 블라드 설치 및 보행단차 개선 · 친환경 스마트시설 설치 · 버스정류장 및 쉼터 유니버설디자인 적용(보행장애요소 제거, 온열의자 및 핸드레일 설치, 오목형 경계석 설치 등) · 가로녹지내 수목 생육 개선 등
강동구	강동 내뿔대로 학원거리 조성	명일동 47-11번지(명일동 미관광장) 일대 89,758㎡	· 시야를 차단하는 낮은 수목 제거, 수목 조닝(Zoning) 재구성 · 큰 수목의 지반을 재활용한 인공언덕 조성 · 광장과 보행로의 바닥포장재 통일 · 바닥면을 향하는 간접조명, 수목 주변 나뭇가지를 비출 수 있는 업라이팅 등
노원구	노원역 고가하부거리 경관 개선	상계동 602-5번지 일대	· 문화의 거리 노면블럭 개선 및 횡단보도 교통섬 녹지화 · 유동량이 많은 거점공간에 커뮤니티 포켓광장 조성 · 공유 전동킥보드 방치해소를 위한 주차공간 신설 · 양방향 벤치 설치 · 버스승강장 인지정보 제공 사인 추가 설치, 원거리 인지 가능한 조명형 돌출 사인 및 바닥형 안내사인 설치 · 고가하부의 위압적인 경관 개선 · 흡연 개선을 위한 숨어있는 이색쉼터 조성 등



빛과 예술이 흐르는 문화공원 홍제천 조성



강동 내뿔대로 학원거리 조성



노원역 고가하부거리 경관 개선

4-1-2. 빛 디자인

개요

구분	서울시
사업명	서울 야간경관 개선
팀명	디자인정책관 도시경관담당관 야간경관기획팀
예산명	도시경관 수준 향상
키워드	#야간경관 #서울야경 #빛

2023년 서울시의 빛 디자인 사업은 4대지천 야간경관 개선사업과 서울 빛의 관문 야간경관 개선사업의 두 가지 축으로 진행되었다. 각 사업의 목표는 다음과 같다.

2022년 4월 서울시는 2040 서울도시기본계획 및 서울형 수변감성도시를 통해 동네 물길을 대상으로 힐링과 문화, 활력공간으로 만드는 수변 중심 공간 재편을 발표하였다. 이에 따라 서울시는 4대지천 야간경관 개선사업을 통해 시민 활동이 많은 4대지천에 경관조명을 설치하여 야간문화공간 대한 시민들의 수요에 부응하고, 밤에도 걷기 좋은 산책길 조성을 목표로 하였다.

빛의 관문 야간경관 개선사업은 서울로 진입하는 관문지역에 품격있는 야간경관을 조성하여 도시의 품격을 높이고, 서울의 정체성을 부각하여 내외국인들에게 수도 서울의 위상을 드높이기 위한 목적이었다. 한편, 빛의 관문 야간경관 개선사업은 2021년 4월부터 16개월간 용역을 통해 기본계획을 수립하게 되는데 이때 협의체 구성, 시민인식조사(2021. 9. ~ 10.), 대상지 현황 조사, 관계 기관 협의 등의 절차를 거쳤다.

빛의 관문





안양천 신정교 서측(양천구)

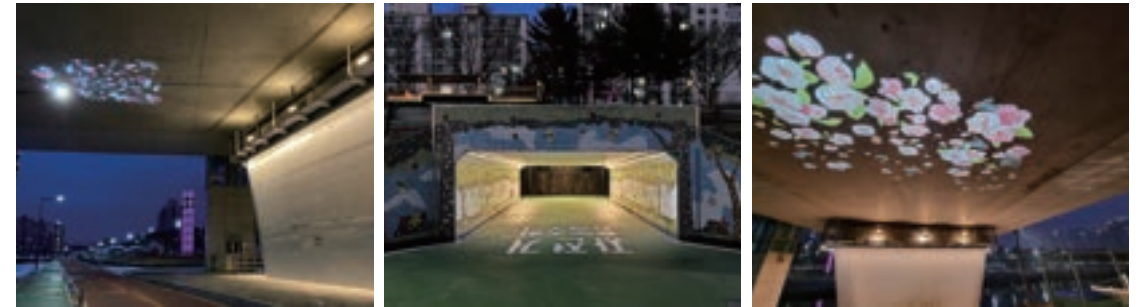
2023년에는 서울시가 4대지천 야간경관 개선사업 시범사업으로 안양천, 홍제천, 중랑천의 시민 활동이 많은 수변 공간에 경관조명을 설치해 야간에도 시민들이 즐길 수 있는 활동적이고 안전한 길을 조성했다. 안양천은 구로구·영등포구·양천구 경계에 위치하며, 각종 체육시설과 정원이 있어 시민들이 많이 찾는 신정교에 지역 특색에 맞는 경관조명을 설치했다.

영등포구 신정교 동측에는 교량 하부면 120m에 간접조명을 설치하고, 교량 기둥의 곡선 면을 밝히는 경관조명을 설치해 교량 하부 전체가 빛을 발하는 모습을 연출했다.

양천구 신정교 서측에는 교량 하부의 기둥 양 끝을 밝히는 간접조명을 설치해 명암 대비를 통한 교각 구조를 드러냈고, 지역의 특색을 살린 장미와 벚꽃 풍경의 연출조명으로 교각을 장식했다.

홍제천은 DMC파크뷰자이 등 대규모 아파트 단지과 일반 주거시설이 인접한 홍연2교에서 연가교 구간에 경관조명을 설치해 걷고 싶은 안전한 길을 조성했다. 홍남교에서 연가교까지 약 550m 구간의 교각에는 연출조명으로 일렁이는 물결을 형상화해 홍제천 위 무채색 일색의 단조로웠던 내부순환로 경관을 시민들이 보고 즐길 수 있도록 변화시켰다. 홍제천 홍연2교에서 연가교까지 약 1km 구간의 자전거 도로와 보행로는 천변에 별도의 조명이 없어 어두웠으나 새로 보안등을 설치해 안전하고 아늑한 길로 개선했다.

중랑천은 인근에 휘경주공아파트 등 대규모 아파트 단지가 있고 농구장 등 체육시설이 밀집한 검재교에 경관조명으로 수변 문화공간을 조성했다. 별도의 조명이 없어 주변 체육시설 미운영 시 더 어



중랑천 검재교

두웠던 검재교 하부에는 간접조명을 통해 어두웠던 교량 하부를 밝히고, 연출조명으로 교량 하부에 장미축제를 표현해 수변 문화공간으로 탈바꿈시켰다. 또한, 중랑구에서 중랑천 진입로 중 하나인 검재교 지하보도에 설치되어 통행자에게 눈부심을 유발하던 직접조명을 개선하여, 간접조명 설치로 중랑천 진입 순간부터 밝음과 편안함을 느끼도록 변화시켰다.

수변공간에 설치된 경관조명은 2024년 올해의 서울색인 스카이크랄 등 다양한 색상 표현이 가능하며, 연출조명은 계절변화와 각종 행사에 맞춘 다양한 이미지를 표출할 수 있다. 연출조명은 일몰 후 자동 점등되고 저녁 11시 이후 심야에는 빗공해와 수목 생육 등을 고려해 자동 소등된다.

2023년 서울시는 빛의 관문 야간경관 개선사업으로 행주대교에 경관조명을 설치해 서울 서부권을 진출입하는 내외국인들에게 수도 서울의 위상을 높이고 빛의 도시로서의 첫인상을 부각시켰다. 행주대교는 1995년 개통된 길이 1.4km, 너비 14.5m, 주탑 높이 30m의 교량으로, 서울과 경기 고양시를 잇는 중요한 다리다. 2004년 설치된 경관 조명이 노후화하여 야간 경관 개선과 가시성 보완 차원에서 주탑 상하부 및 측면에 다양한 색상 연출이 가능한 조명 274개를 새로 설치하면서 서울을 대표하는 색을 구현했다. 두 개의 주탑에 서울 대표색 중 꽃담황토색과 서울하늘색, 단청빨간색, 한강은백색 등이 연출이 가능하며 계절·시간대별로 연출을 달리할 수 있다.



안양천 신정교 동측(영등포구)



홍제천 내부순환로 교각

4-1-3. 간판이 아름다운 도시

개요

구분 서울시
 사업명 2023년 서울시 좋은간판 공모전
 팀명 디자인정책관 도시경관담당관 광고물팀
 예산명 좋은간판 공모전 개최
 키워드 #좋은간판 #아름다운 간판 #간판디자인

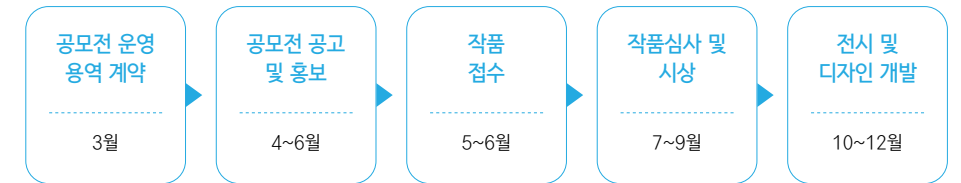
서울시는 옥외광고물의 수준을 향상시키고 바람직한 광고문화를 정착시키기 위해 시민 참여형 공모전을 추진했다. 이 공모전을 통해 아름다운 공감디자인 간판을 발굴하고, 수상작을 전시하여 디자인 개발을 통해 좋은 간판 디자인을 확산시키는 것을 목표로 하였다. 서울시의 좋은 간판 공모전은 2009년부터 시작한 사업으로, 15년 동안 서울시 내 아름다운 간판과 창작간판을 발굴하고 수상한 작품들은 서울좋은간판 누리집(<https://goodsign.seoul.go.kr/>)을 통해 디자인을 사용할 수 있도록 시민들에게 제공되었다.

서울시 좋은간판 공모전은 총 3개 분야(좋은간판, 창작간판, 간판개선지역 우수 사례)로 나뉘어 선정 및 시상(총 21점, 상금 1,450만 원)이 이뤄졌다. 수상작들은 순회전시(서울시, 자치구, 코엑스 등) 및 서울시좋은간판 누리집에 게재하였다.



창작간판 대상

추진 과정



추진결과

접수 현황	총 269점(좋은간판 199점, 창작간판 22점, 간판개선지역 48점)
심사 결과	좋은간판 11점, 창작간판 6점, 간판개선지역 2점
전시 결과	총 4회(시민청, 구로구청, 은평구청, 코엑스)

QR코드 링크



서울좋은간판 홈페이지

좋은간판 대상



4-1-4. 미디어아트 서울

개요

구분	서울시
사업명	미디어아트 서울 운영
팀명	도시경관담당관 빛디자인팀
예산명	서울라이트 광화문 빛축제 운영, 서울라이트 한강 빛섬축제 운영, 미디어아트 서울 전시플랫폼 운영, 미디어아트 서울 정책 기반 조성
키워드	#미디어아트서울 #미디어아트랜드마크조성 #서울라이트 #미디어아트전시플랫폼

서울시는 글로벌 도시로의 도약을 위해 2040 서울도시기본계획을 바탕으로 서울비전 2030, 디자인서울 2.0, 서울시 도시빛 기본계획, 미디어아트 랜드마크 조성 등 여러 프로젝트를 추진했다. ‘미디어아트 서울’ 사업 역시 서울시가 2040 서울도시기본계획을 바탕으로 진행 중인 프로젝트다. 빛 디자인과 관련된 문화예술 활동을 지원함으로써 문화·예술 허브로서의 도시 경쟁력을 키우고 서울시에 아름다운 야간 경관이 조성되는 것을 목표로 한다.

미디어아트 서울 사업은 야간경관 조성사업의 일환으로, 서울 도시 곳곳에서 미디어아트 축제 및 전시를 개최하여 미디어아트 서울 브랜드 가치를 상승시키고 국제 도시의 경쟁력을 강화하고 랜드마크 크를 조성하고자 한다.

미디어아트 서울은 서울의 빛축제인 『서울라이트 광화문』, 『서울라이트 한강 빛섬축제』, 미디어아트 서울 전시플랫폼 『서울로미디어캔버스』를 포함한 서울시 미디어아트 브랜드로서, 서울의 빛과 조명, 미디어아트에 대한 이해증진과 시민참여를 통해 서울시민의 삶의 질을 향상시키고자 하는 브랜드 아이덴티티(BI)이다. 미디어아트 서울은 빛의 서울, 빛의 전시, 빛의 축제라는 세 가지 목표를 중심으로 빛을 활용한 기술과 예술을 결합하여 참여자들에게 독특하고 매력적인 시청각 경험을 제공한다.

미디어아트 서울은 현대성(Modernity), 문화융합(Cultural Fusion), 참여와 소통(Engagement and Interaction)의 3가지 가치를 추구한다. 먼저, 도시의 현대성을 부각시키며 기술과 예술의 융합을 통해 새로운 시각과 경험을 제공하여, 서울을 세계적인 현대 도시로 소개한다. 둘째, 전통과 현대가 조화를 이루는 빛과 미디어아트를 통해 서울의 다양한 문화적 측면을 표현하며 문화의 다양성과 융합을 강조한다. 셋째, 시민과 관광객이 직접 참여하고 상호작용할 수 있는 환경을 조성하여 도시 생활에 즐거운 활력을 불어넣는다.

2022년 1월 신설된 빛디자인팀을 통해 공식적으로 출범한 미디어아트 서울은 7월 민선8기 시장 공약사업 중 ‘미디어아트 랜드마크 조성’(공약4-6번)에 부합하는 사업을 기획하여 추진하고 있다. 2022년 7월 광화문광장의 개장에 맞추어 세종문화회관 외벽 미디어 파사드를 설치하고 『아뜰리에 광화』 전시를 운영했으며 12월에는 『서울라이트 광화문』 빛축제를 개최하였다. 또한 2017년 설치하여 운영 중인 미디어아트 전시플랫폼인 『서울로미디어캔버스』 전시도 미디어아트 서울 사업에 추가하여 진행하였다. 2023년에는 서울시 최초의 대규모 야외 레이저아트 전시인 『서울라이트 한강 빛섬축제』를 10월 서래섬에서 개최하였다. 또한, 서울도심 미디어아트 서울 타당성조사 및 종합계획 수립용역을 추진하여 시청, 광화문, 한강, DDP, 삼성동 무역센터 권역 등 도심 5개의 핵심지역에서의 미디어아트 사업방향 및 전략을 분석해 미디어아트 서울 사업의 당위성과 발전 방향을 모색하였으며, 시스템을 구축하고 기반을 마련하였다.

미디어아트 서울은 대한민국의 상징인 서울에서 도시의 역사, 전통, 자연환경, 인적 자산을 활용하여 품격 높은 미디어아트 축제 및 전시를 개최함으로써 시민의 문화 체험과 야간경관의 활성화, 그리고 지역 경제 발전을 촉진하고자 한다. 이 프로젝트는 글로벌 도시 서울의 랜드마크로서 빛과 미디어아트의 상징을 만들어가고 있다.

미디어아트 서울은 빛의 축제, 빛의 전시, 기반조성 등 3개의 카테고리로 구성되어 있다.

분류	미디어아트 서울 세부 내용
빛의 축제	서울라이트 광화문 : 2022~
	서울라이트 한강 빛섬축제 : 2023~
빛의 전시 (미디어플랫폼)	아뜰리에 광화 : 2022~
	해치마당 미디어월 : 2022~
	서울로미디어캔버스 : 2017~
기반 조성	서울도심 미디어아트 서울 타당성조사 및 종합계획 수립 : 2023-2024
	『미디어아트 서울』 기록화 사업(아카이브) 2022-2023 (2024 추진)

『서울라이트 광화문』

2023 서울라이트 광화문은 수도 서울의 상징공간인 광화문광장에서 빛과 음악으로 펼쳐지는 세계적인 미디어아트 전시 행사이다. 광화문광장은 경복궁과 주변의 대형 빌딩들이 어우러져 전통과 현대가 공존하는 공간이다. 또한 세종대로와 광화문역을 바쁘게 오가는 도시민들과 북악산, 인왕산을 함께 볼 수 있는 장소로 자연과 도시가 공존하는 곳이다. 2023년 서울라이트 광화문에서는 20개국 53명의 작가들이 다양한 주제로 미디어아트를 표현하며, 빛과 음악을 통해 복합적이고 다양한 서울의 모습을 표현하였다.



『서울라이트 한강 빛섬축제』

서울라이트 한강 빛섬축제는 서울을 세계적인 미디어아트 랜드마크로 자리매김하기 위한 축제다. 한강 6개의 섬(난지도, 선유도, 여의도, 노들섬, 서래섬, 뚝섬)을 매년 순회하며 이어가는 한강 빛·미디어아트 행사로, 아름다운 한강의 밤을 레이저아트, 라이트 런, 빛섬렉처 프로그램으로 수놓으며 시민들에게 다양한 전시 관람과 참여형 경험을 선사한다.

두 번째 프로그램인 라이트 런은 시민들이 빛 액세서리를 착용하거나 손에 들고 한강변을 달리며 거대한 무빙라이트 작품을 만드는 참여형 프로그램이다. 시민이 직접 빛이 되어 달리며 함께 빛을 만들어가는 과정인 라이트 런은 시민 모두가 하나가 되어 거대한 빛의 띠를 구현한다는 컨셉으로 구성되었다.

세 번째 프로그램인 빛섬렉처는 미디어아트 기술이 적용된 실감형 야외 강연으로, 예술가와 전문가, 기술가, 기업의 강연과 인디밴드 공연으로 구성되었다. 20장의 슬라이드를 각 20초씩 짧게 발표하는 페차쿠차 형식의 강연으로, 다양한 예술과 기술의 가능성을 알리고 미래를 조망하여 미디어산업 관계자와 시민이 함께 교감할 수 있는 기회를 제공하였다. 2023년에는 빛의 도시 서울을 선포하는 오세훈 서울시장의 인사말이 있었으며, 강연에 이어 미디어아트와 결합된 신나는 공연은 시민들에게 또 하나의 즐거움을 가져다주었다.



『아뜰리에 광화』

아뜰리에 광화(세종문화회관 외벽 미디어갤러리)는 대한민국을 대표하는 복합공연장인 세종문화회관 외벽에 프로젝터와 스피커를 활용한 미디어아트 전시플랫폼이다. 『아뜰리에 광화』는 예술가의 공간을 뜻하는 프랑스어 ‘아뜰리에’와 역사와 예술의 중심지인 ‘광화’의 합성어로, 광화문광장 미디어 파사드를 광화문광장의 풍성한 문화 예술 공간으로 조성하겠다는 의미를 담았다. 본 전시에서는 기존 회화 작품을 영상화한 작품, AI 답페이크를 이용한 작품 등 총 9점의 미디어아트 작품을 선보였다.



『해치마당 미디어월』

해치마당 미디어월은 광화문광장 세종대왕 동상에서 해치마당으로 이어지는 길목에 펼쳐진 53m 길이의 미디어아트 전시플랫폼이다. 이 공간은 작가와 시민 모두가 함께 만들고 즐길 수 있도록 365일 화려한 빛과 사운드의 미디어아트를 전시하고 있다. 광화문광장에서 휴식과 산책을 즐기는 시민들에게 눈높이에서 미디어아트를 만날 수 있는 기회를 제공함으로써, 서울 도심에 예술과 소통의 공간으로 만들어가고 있다. 2023년에는 ‘Hi, Ai!’ 라는 주제로 『Ai to Seoul』, 『Ai to Art』, 『Ai to Love』, 『Ai to 세종』 총 4회에 걸친 전시를 개최했다. ‘Hi, Ai!’란, ‘인간적인 인공지능’이라는 뜻의 ‘Humanity AI’를 재조합한 표현으로, AI에 대한 우려나 거부감을 미래를 향한 기대와 희망으로 변화시키기 위해 기획된 전시다. 『Ai to Seoul』은 서울의 삶, 서울의 감흥, 서울의 역사와 미래 등 서울과 관련된 모든 연상을 기반으로 AI 창작 도구를 활용한 3점의 작품을 전시하였다. 『Ai to Art』는 비디오 아트 선구자 백남준을 오마주한 미디어아트 특별전으로 구성하였다. 서울시는 광주광역시(광주미디어아트플랫폼, G.MAP)와 협력하여 백남준의 플렉서스 정신이 어떤 모습으로 표출될까를 상상해보는 미디어아트 공모전을 개최하였으며, 국내외 작가 4명이 선정되어 독특하고 개성 있는 미디어아트를 선보였다. 『Ai to Love』는 크리스마스, 연말, 새해와 관련된 따뜻한 메시지를 담은 손글씨 및 캘리그래피를 공모받아 AI 창작 애플리케이션을 활용해 미디어아트로 재구성한 전시다. 여기에 캐럴 등 사운드를 더해 연말연시 시민들에게 즐거움을 선사하였다. 『Ai to 세종』은 세종대왕이 창제한 한글을 주제로 국내외에서 활발한 활동을 펼치고 있는 타이포 작가들의 작품을 전시하였다. 이와 더불어 『서울라이트 광화문』, 『아뜰리에 광화』와의 연계전시, 시민 참여형 콘텐츠 등 다채롭고 생동감 넘치는 미디어아트를 선보이며 광화문광장을 거니는 시민들에게 활력과 매력적인 경관을 선사했다.





『서울로미디어캔버스』

서울로미디어캔버스는 시민이 향유하고 공감할 수 있는 미디어아트와 영상 콘텐츠 등 전자적 빛으로 이루어진 예술작품을 지속적으로 전시하여 공공 미디어아트의 영역을 확장하는 미디어아트 전시 플랫폼이다. 이 플랫폼은 2017년부터 연 4회 전시를 운영해왔으며, 미디어아트 기관 연계전, 문화·예술 분야 협력전을 비롯하여 미디어 작가의 창작 활동을 촉진하고자 신진예술가 지원 전시 공모전 및 네이처 프로젝트 공모전 등을 운영하고 있다. 2023년에는 1회 14종 109점의 작품 전시를 개최하였고, 한국영상학회 협력전, 미디어아트 기관연계전, 기획공모 개인전, 뮤직비디오 연계전, 일러스트×모션그래픽전, 신진예술가 지원공모, 서울로미디어시티 비엔날레전, 문학×미디어전, 애니메이션 공모전, 네이처 프로젝트 공모전 등 다양한 공모 및 협력전시를 개최하였다.

특히 신진예술가 지원 공모전은 1차로 평면과 영상 40명의 작가를 선정하고, 기술자문을 거쳐 작품의 완성도를 높인 뒤 심사를 거쳐 최종 20명(평면 10명, 영상 10명)의 작가를 결정하여 전시하였다. 이를 통해 작품의 질적 수준을 높이고 작가를 양성하여 미디어아트 생태계를 확장하는 의미있는 전시로 자리매김했다.

서울도심 미디어아트 서울 타당성조사 및 종합계획 수립 용역

서울시는 ‘2030 서울비전’에 맞추어 서울도심 ‘미디어아트 서울’의 장·단기 비전 종합계획을 수립하기 위해 진행한 용역으로 서울 도심권 5개 권역(시청, 광화문, 한강, DDP, 삼성동 무역센터 권역)을 중심으로 빛·미디어아트 관련 실태조사와 분석을 통해 각 권역에 맞는 빛·미디어아트 축제 및 콘텐츠를 개발하고 특화계획을 수립하는 것을 목표로 했다. 이를 통해 5개 권역 중 상대적으로 집중되지 못한 서울시청권역인 서울광장 빛·미디어아트 축제 및 콘텐츠를 제안하고, 장·단기 추진 전략을 수립하였다.

QR코드
링크



미디어아트 서울
인스타그램

4-2. 공공디자인

4-2-1. 서울 편 디자인

개요

구분	서울시
사업명	서울 편 디자인
팀명	디자인정책관 디자인정책담당관 디자인진흥팀
예산명	편 디자인 시설물 개발
키워드	#서울형 편 디자인 #편 디자인 시설물 #편 스페이스 조성

서울 편 디자인이란, 시민의 일상에 새로운 발견, 유쾌한 소통, 감각적 재미를 더하여 이전과 다른 경험으로 도시를 매력적이고 활기있게 만드는 디자인이다. 편 디자인 사업은 서울시민의 우울감과 정신적 긴장감 극복을 위해 즐거운 공공디자인의 필요성에 의해 추진되는 프로젝트로, 재미뿐 아니라 상호 유대감과 몰입을 유도하는 디자인이다. 편 디자인 시설물과 편 스페이스 조성을 통해 서울시는 도시환경에 재미있고 창의적인 디자인을 적용하여 시민들에게 여유와 위트를 제공하고자 한다. 이 사업은 두 가지 주요 영역으로 나누어진다. 첫 번째, 편 디자인 시설물은 서울시의 도시 시설물에 재미있고 창의적인 디자인을 적용하여, 서울만의 독특하고 즐거운 도시환경을 조성하는 것이다. 이와 같은 디자인은 시민들에게 활력을 불어넣고, 서울시 전역에 걸쳐 다양하게 사용될 수 있는 보편적인 디자인을 개발하여 확산시키는 것을 목표로 한다. 두 번째, 편 스페이스 조성은 정릉천 시민 휴식공간에서 시민들이 직접 경험하고 체험할 수 있는 공간 프로그램을 개발하는 것이다. 또한, 북개주차장 액티비티 영역에 어울리는 특색 있는 콘텐츠를 활용한 디지털디자인 명소를 추진하여, 서울시의 공공장소를 더욱 매력적이고 활기찬 공간으로 만드는 것을 목표로 한다. 2023년 새로 개발한 편 디자인 벤치는 8종 27개 유형으로, 산업디자이너 8명(팀)이 참여하여 다양한 콘셉트

와 친환경적인 재료로 디자인했다. 편 디자인 벤치는 벤치의 색상이나 크기의 변형이 자유로워 서울시 어디서나 쉽게 설치할 수 있는 것이 특징이다. 참여 디자이너는 iF 디자인어워드 심사위원인 송봉규(BKID) 대표 외에 황규연(디자인팩토리 대표), 전병휘(Studio PESI 대표), 문석진(USEFUL WORKSHOP 대표), 양정모(양정모 스튜디오 대표), 조규형(Studio Word 대표), 이성용(이성용 디자인 대표), 정성모(한양사이버대학교 교수)이다.

구름빛(조명)



BKID 송봉규



디자인팩토리 황규연



STUDIO PESI 전병휘



USEFUL WORKSHOP 문석진



양정모스튜디오 양정모



STUDIO WORD 조규형



이성용디자인 이성용



SOAP 정성모



편 디자인 조명은 구름의 다양한 형상을 모티브로 디자인하여 구름빛이라는 이름을 가졌다. 다이크로익 필름을 조명에 적용하여, 낮에는 바라보는 각도에 따라 다른 색상의 거울 기능을 하고 밤에는 조명 기능을 한다. 또한 Soul Drops 벤치를 2023년 5월부터 9월까지 열린송현 녹지광장에 37개, 여의도한강공원에 70개 총 107개를 설치하였다. 서울시는 2022년 개발한 Soul Drops 벤치로 2023년 세계 3대 디자인어워드인 독일 iF 디자인어워드에서 제품디자인 부문 본상(5월)을, Reddot 디자인어워드 브랜드&커뮤니케이션 부문에서 본상(11월)을 수상했다. 공공 공간, 제품, 시각디자인 등 분야별 전문가 자문을 거쳐 완성된 물방울 모양의 Soul Drops 벤치는 각기 다른 조합과 구성에 따라 다양한 기능과 형태를 구현하여 시민들이 상황에 맞는 모듈에 앉아 자연을 조망하며 휴식을 취할 수 있는 기회를 제공하고, 서울 도시의 시적인 경험을 유도할 수 있도록 디자인되었다. 이를 바탕으로 서울시는 2023년 서울 편 디자인 레시피30 개발을 완료함으로써 편 디자인의 원칙과 기준을 수립하여 활성화를 위한 기틀을 마련했다.



Soul Drops 벤치 개발 및 설치

편 스페이스 조성

서울시는 정릉천에 시민들을 위한 휴식공간을 조성하기 위한 실시설계를 완료했다. 이 휴식공간은 상부공간과 하부공간으로 나뉘어져 있다. 상부공간은 친환경 목재 스탠드로 구성되어 시민들에게 열린 커뮤니티 공간을 제공한다. 하부공간에는 디지털 미디어를 활용한 감성 공간과 사용자 맞춤 콘텐츠를 제공하는 공간이 마련되며, 국제규격의 보울파크(Bowl Park)를 조성하여 스케이트보드의 메카로 만들 계획이다. 이 프로젝트는 시민들이 휴식과 재미있는 체험을 동시에 즐길 수 있는 차별화된 명소를 만드는 것을 목표로 한다. 특히, 시민들의 적극적인 참여와 관심을 유도하기 위해 스케이트보드장과 디지털 미디어를 활용한 감성 공간을 조성할 예정이다. 또한, 이용자 동선을 분석하여 안내 사인을 배치하고, 시민들이 안전하게 여가 활동을 즐길 수 있도록 안내 사인을 계획하고 있다.

편 디자인 가이드라인 개발

서울시는 편 디자인 가이드라인을 개발하면서 ‘편 디자인 레시피30’을 통해 편 디자인의 목적과 배경을 이해하고, 서울 편 디자인의 유형과 적용 원칙을 파악할 수 있도록 하였다. 이를 통해 공간적 맥락과 사용성에 따른 다양한 유형별 사례를 제시하여, 사업 추진 시 특징과 적용 방법을 선택적으로 재구성할 수 있도록 하였다. 이 가이드라인은 서울시 공공디자인정책 방향에 부합하는 편 디자인의 개념 및 기본 원칙을 정립하고, 서울 편 디자인의 6개 유형에 따른 30가지 형태 중심의 공간 사례를 제시한다. 또한, 사례별 편 디자인 실천 전략을 수립하여 각 사업 추진 시 유용하게 활용할 수 있도록 했다.

4-2-2. 2024 서울색 개발

개요

구분	서울시
사업명	2024 서울색·빛 개발
팀명	디자인정책관 디자인정책담당관 디자인진흥팀
예산명	읽기 쉬운 디자인도시 조성
키워드	#2024서울빛 #2024서울색 #스카이코랄

서울시는 매년 올해의 서울색을 선정하여 발표한다. 서울색은 매년 변화하는 시민의 라이프스타일과 관심사를 담고 있으며, 다양한 분야에서 활용하고 있다. 서울시는 서울색을 통해 밝고 매력적인 색상을 통해 시민과 소통하고 응원의 메시지를 전달하고, 매력 넘치는 서울을 만들어어나가고자 한다. 2024년 서울색은 스카이코랄(SkyCoral)로, 서울시민들이 여가 활동을 하기 위해 가장 많이 찾았던 한강의 핑크빛 하늘에서 추출된 색상이다. 서울시는 2008년 단청빨간색, 꽃담황토색, 한강은백색 등 총 10가지 서울색을 개발한 바 있다. 당시에는 시내 경관을 정제하기 위한 환경색을 위주로 선정했기 때문에 다방면으로 활용하는 데는 한계가 있었지만, 이번에는 시민들이 일상에서 폭넓게 활용할 수 있는 색상을 개발하는 데 집중했다.

2024 서울색 스카이코랄



스카이코랄은 한강의 핑크빛 하늘에서 비롯된 2024년 서울의 주요 이슈를 반영하면서도 서울시민의 라이프스타일을 담고, 함께 공감하고 소통할 수 있는 색이다. 서울색 개발에 앞서 시민의 일상 속 주요 관심사와 장소를 교차하여 2024년 서울시민 라이프스타일 및 트렌드를 예측했다. 도출된 키워드는 한강이었다. 시민들이 일상 속에서 많이 언급한 것은 여가 활동, 운동, 취업, 공연, 쇼핑, 카페, 트렌드, 워라밸, 여행 등이었는데, 코로나 전후로 여가 활동이 약 27.3% 늘었으며, 코로나19 유행이 점차 잦아든 2022~2023년에 서울시민이 여가 활동을 위해 가장 많이 찾은 장소가 한강으로 조사됐다.

시민 1,014명과 색채 전문가 45명을 대상으로 한 설문조사에서 서울시민이 생각하는 서울의 랜드마크, 2024년 서울에서 자주 가고 싶은 장소도 한강이 1위를 차지했다.

시민들이 한강에 가장 많이 방문하는 시간대는 낙조를 감상할 수 있는 17시, 19시였으며, 특히 6월, 9월 여름철 해질녘에 볼 수 있는 핑크빛 노을 검색량이 급증했다. 이러한 배경에서 첫 번째 올해의 서울색으로 스카이코랄을 개발하게 되었다. 실제로 소셜미디어(인스타그램) 관광명소 해시태그 상위 14개 키워드 중 4개가 한강과 연관되어 있으며, 서울야경, 한강야경, 서울노을, 한강노을, 핑크빛 하늘을 모두 합해 약 40만 건이 검색된 것으로 분석되었다.

또한, 설문을 통해 시민들은 코로나19 여파가 남아 있던 2023년을 한색(Cold Color)으로 느끼고 있음을 알 수 있었으며, 2024 서울색에는 마음이 따뜻해지는 일만 있기를 바라는 소망을 담아 온화한 느낌의 난색(Warm Color)을 반영했다. 태양의 각도에 따라 달라지는 하늘과 계절별 일몰 색도 함께 조사했으며, 봄, 가을, 겨울 하늘은 한색 계열, 여름 하늘은 난색 계열로 시민들이 희망했던 따뜻한 느낌의 핑크빛 하늘에서 최종 색상을 추출했다.

앞으로 매년 선정되는 서울색은 시내 주요 랜드마크 조명과 굿즈(기획상품)에도 활용될 예정이다. 조명 연출이 가능한 RGBW 방식으로 색감을 변환하여 남산서울타워, 롯데월드타워, DDP, 월드컵대교, 서울시청, 세빛섬, 서울식물원, 광화문 등 주요 야간 명소에 적용하고, 다양한 분야에 확대 적용하여 시민과 소통하고 공감해 나갈 것이다.








SEOUL x REMY-J



SEOUL x TOhealME

연번	연계 사업명	활용 이미지	활용 대상 및 내용
1	서울시청		<ul style="list-style-type: none"> • 2023. 11. 30. ~ 2024. 1. 1. • 서울시청 • 서울빛 조명 연출
2	DDP		<ul style="list-style-type: none"> • 2023. 11. 30. ~ 2024. 1. 1. • DDP • 서울빛 조명 연출
3	남산 서울타워		<ul style="list-style-type: none"> • 2023. 11. 30. ~ 2024. 1. 1. • 남산서울타워 • 서울빛 조명 연출
4	월드컵대교		<ul style="list-style-type: none"> • 2023. 11. 30. ~ 2024. 1. 1. • 월드컵대교 • 서울빛 조명 연출
5	롯데월드타워		<ul style="list-style-type: none"> • 2023. 11. 30. ~ 2024. 1. 1. • 롯데월드타워 • 서울빛 조명 연출
6	세빛섬		<ul style="list-style-type: none"> • 2023. 11. 30. ~ 2024. 1. 1. • 세빛섬 • 서울빛 조명 연출

연번	연계 사업명	활용 이미지	활용 대상 및 내용
7	서울 식물원		<ul style="list-style-type: none"> • 2023. 12. 31. ~ 2024. 1. 1. • 보신각 타종행사장 보신각 종루 • 서울빛 조명 연출
8	광화문 광장		<ul style="list-style-type: none"> • 2023. 12. 31. ~ 2024. 1. 1. • 자정의 태양 • 자정의 태양 조형물 도장
9	보신각 타종행사		<ul style="list-style-type: none"> • 2023. 12. 31. ~ 2024. 1. 1. • 보신각 타종행사장 보신각 종루 • 서울빛 조명 연출
10	자정의 태양		<ul style="list-style-type: none"> • 2023. 12. 31. ~ 2024. 1. 1. • 자정의 태양 • 자정의 태양 조형물 도장
11	서울라이트 (광화문)		<ul style="list-style-type: none"> • 2023. 12. 15. ~ 2024. 1. 21. • 광화문 • 서울빛 파사드 조명 연출
12	서울라이트 (DDP)		<ul style="list-style-type: none"> • 2023. 12. 31. ~ 2024. 1. 1. • DDP • 서울빛

연번	연계 사업명	활용 이미지	활용 대상 및 내용
13	서울로		<ul style="list-style-type: none"> • 2024. 3.~ (분기별 1회씩 진행 예정) • 서울로7017 • 서울빛 조명 연출
14	신행주대교		<ul style="list-style-type: none"> • 2024. 1.~ • 신행주대교 • 서울빛 조명 연출
15	안양천 홍제천 중랑천		<ul style="list-style-type: none"> • 2024. 2.~ • 안양천, 홍제천, 중랑천 • 서울빛 조명 연출



4-2-3. 지하철 노선도

개요

구분	서울시
사업명	서울 지하철 노선도 디자인 개발
팀명	디자인정책관 디자인정책담당관 디자인진흥팀
예산명	읽기 쉬운 디자인도시 조성
키워드	#서울지하철노선도 #SEOULMETROMAP

서울시는 지하철 이용자의 편의를 고려하여 ‘보기 쉽고 찾기 쉬운’ 노선도 개발에 힘썼다. 개선 방향의 중점은 노선도의 시인성을 개선하여 이용자의 편의를 높이는 데 두었다. 그간 새로운 지하철 노선이나 역사가 개통될 때마다 1980년대에 디자인된 기존 노선도에 새 노선을 추가하는 방식이었기에, 새로운 노선을 추가할 때 운영적 측면에서도 어려움이 많았다. 외국인 관광객과 같이 처음 서울을 방문하여 지하철을 이용하는 사람들 또한, 복잡한 노선과 익숙하지 않은 지명 등의 문제에 더해 이용객을 충분히 배려하지 못하는 노선도의 형태 때문에 목적지를 찾는 데 어려움을 겪을 수밖에 없었다. 이에 서울시는 지하철 안내 체계의 개선 필요성을 인지하고 노선도를 통해 현재 위치를 파악하기 어려운 구조, 일반 역과 잘 구분되지 않는 환승역 표기 방식, 노선도상에서 확인할 수 있는 지리 정보의 부족 문제 등을 해결하고자 했다.



1980년대(4개 노선) 2000년대(9개 노선) 2023년(23개 노선)

기존의 지하철 노선도는 이용객들에게 여러 가지 불편을 주었다. 첫째, 다양한 각도의 다선형 형태로 되어 있어 위치를 알기 어려웠다. 둘째, 일반역과 환승역이 잘 구분되지 않으며, 공항, 강, 바다 등 지리적 위치에 대한 정보가 부족했다. 셋째, 역번호가 표기되지 않아 이용객에 대한 배려가 부족했다. 이를 개선하기 위해, 새로운 노선도는 다음과 같은 방식을 적용했다. 첫째, 많은 노선과 환승역을 쉽게 인지할 수 있도록 8선형 형태를 적용했다. 둘째, 시인성을 개선하기 위해 신호등 방식의 환승역 표기를 도입했다. 셋째, 위치 이해도를 높이기 위해 지리 정보를 표기했다. 넷째, 노선 간 구

분이 쉽도록 색상과 패턴을 적용했다. 특히, 국제표준의 8선형과 원형 형태를 적용한 2호선 순환선을 중심에 두어 강조했다. 이를 통해 지리적 정보를 고려한 노선 적용이 가능해져, 이용자가 읽기 쉽고 효율적으로 길을 찾을 수 있도록 개선되었다.

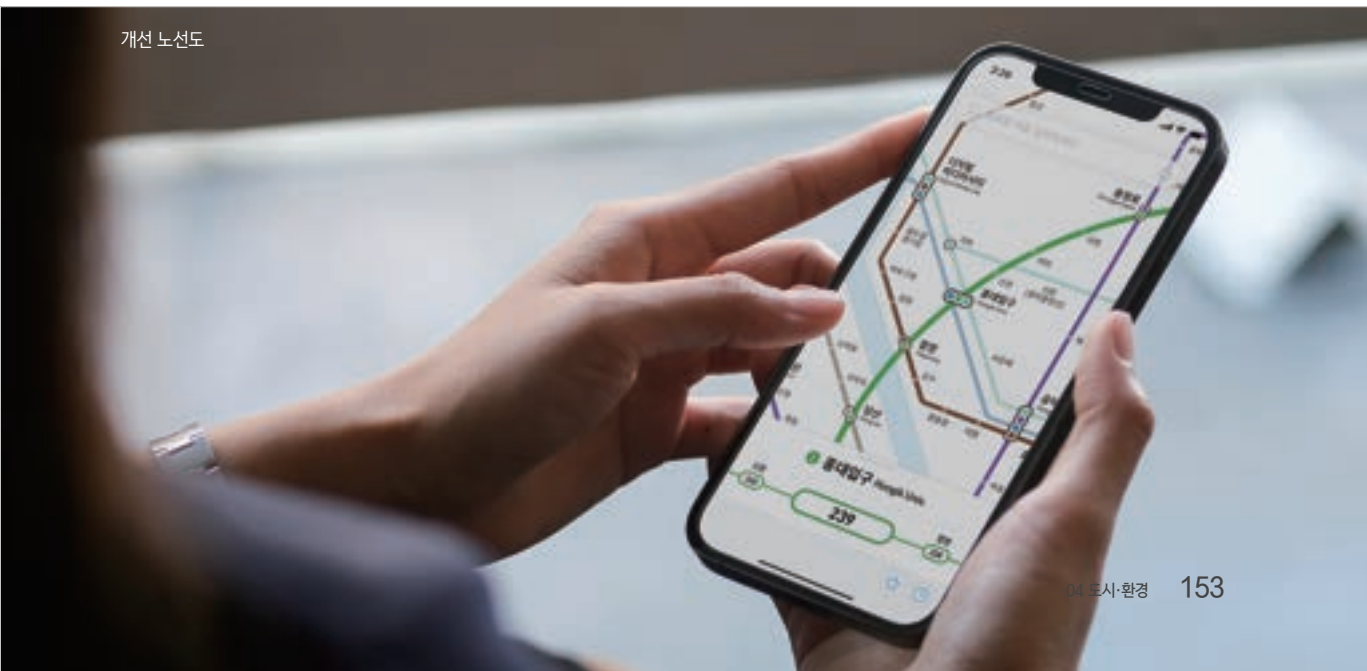


기존 노선도 개선 노선도

일반역과 동일한 형태의 태극 문양으로 혼재되어 사용되고 있는 환승역은 신호등 방식을 도입하여 환승역을 명확히 표시했다. 사용자가 쉽게 목적지를 따라갈 수 있도록 환승 되는 노선의 색상을 나열하고 연결 고리 형식으로 적용해 가독성을 높였다.

또한 관광객이 현 위치를 방위로 이해할 수 있도록 도심과 외곽 지역 경계선과 인천공항, 바다, 강 등 주요 지리 정보를 노선도에 표현했다. 내년에는 랜드마크 아이콘을 노선도에 적용하여 서울의 명소도 홍보할 예정이다.

개선 노선도

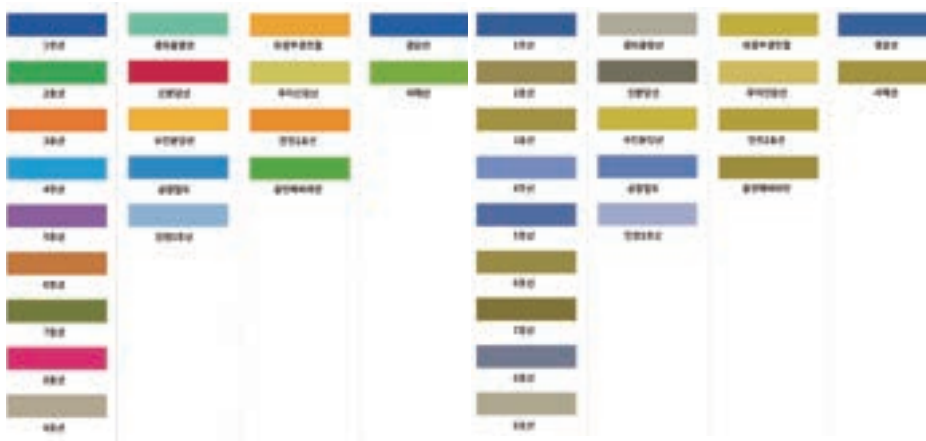




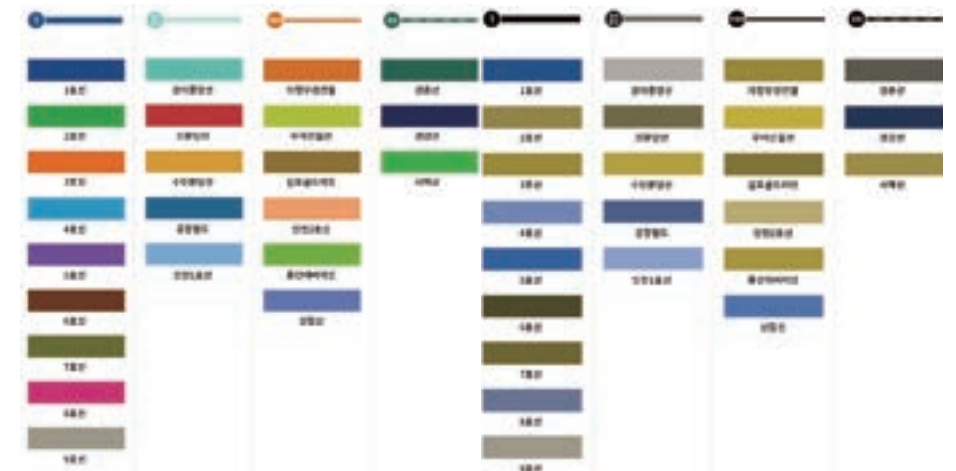
기존 노선도

개선 노선도 (좌)강 (우)바다

‘다양한 데이터 유형별 지도 언어 표현의 효과에 대해 연구(Bert, 1983; Kennedy, 1999)’에 따르면 선의 종류와 색상 차이보다 선의 굵기를 이용해 분류하는 것이 데이터 표현에 효과적이라고 한다. 서울시는 색약자, 시각약자, 고령인들도 보기 쉽도록 약자를 배려해 노선의 색상과 패턴을 새롭게 적용했다. 복잡한 지하철 노선도의 선형을 경로와 중요도에 따라 노선(메인전철, 경전철, 도시철도, 간선철도)의 색상과 종류를 분류하고 1~9호선의 메인전철을 중심으로 밝기와 선명도, 패턴을 적용하여 선의 표현을 세분화했다.



기존 노선도(색약자 테스트)



개선 노선도(색약자 테스트)

외국인을 고려한 표기 방식도 개선했다. 기존에 역번호만 표기되었던 노선도에서 역번호와 노선을 함께 표기하여 찾기 쉽도록 변경했다.



기존 노선도

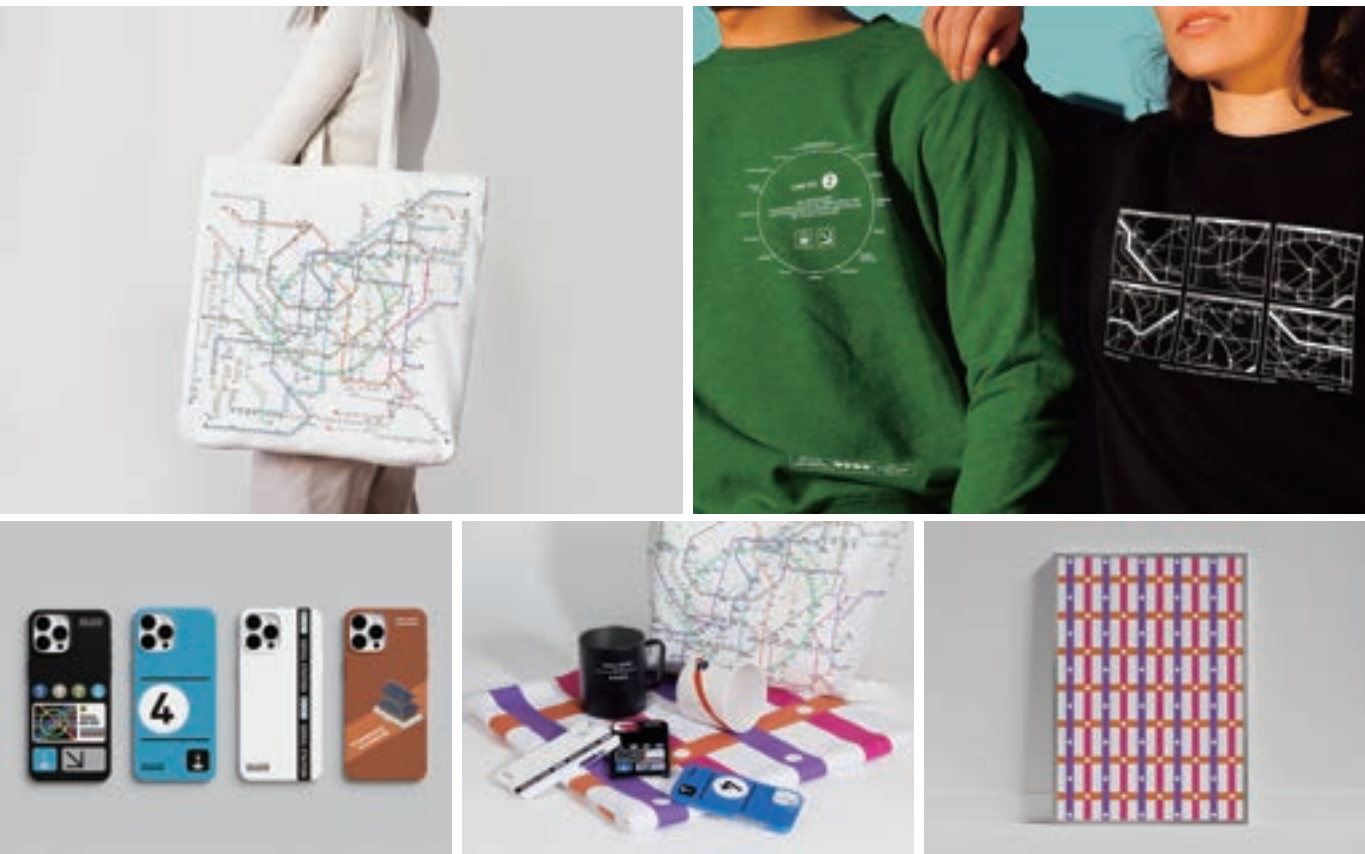
개선 노선도



개선 디자인은 20~30대 내국인, 외국인을 대상으로 아이트래킹을 실험한 결과 역 찾기 소요 시간은 최대 약 55%, 환승역 길 찾기 소요 시간은 최대 약 69% 단축되었다. 특히 외국인의 길 찾기 소요 시간 감소 폭이 내국인보다 약 21.5% 더 높게 나타나 개선 노선도가 서울을 처음 찾는 방문객들에게 많은 도움이 될 것으로 예상된다.

새롭게 발표한 노선도는 시각 약자와 외국인 모두를 배려한 읽기 쉬운 디자인으로, 지하철 이용을 더욱 편리하게 할 것으로 기대된다. 기존에는 미디어에 적합한 비율의 디자인이 부족하여 역마다 제각각으로 적용되어 있었지만, 새로운 노선도는 온라인, 디지털 정보 디스플레이(DID), 스마트폰 등 다양한 디지털 환경에 적합한 1:1과 16:9 두 가지 비율을 개발하여 사용성을 높일 계획이다. 이 디자인은 글로벌 스탠다드 기준에 맞춘 디자인을 적용하여 글로벌 TOP5 도시로의 성장과 관광 활성화에도 기여할 것으로 기대한다. 앞으로는 서울 지하철 노선도를 브랜드화하여 다양한 홍보와 연계하여 활용할 계획이다.

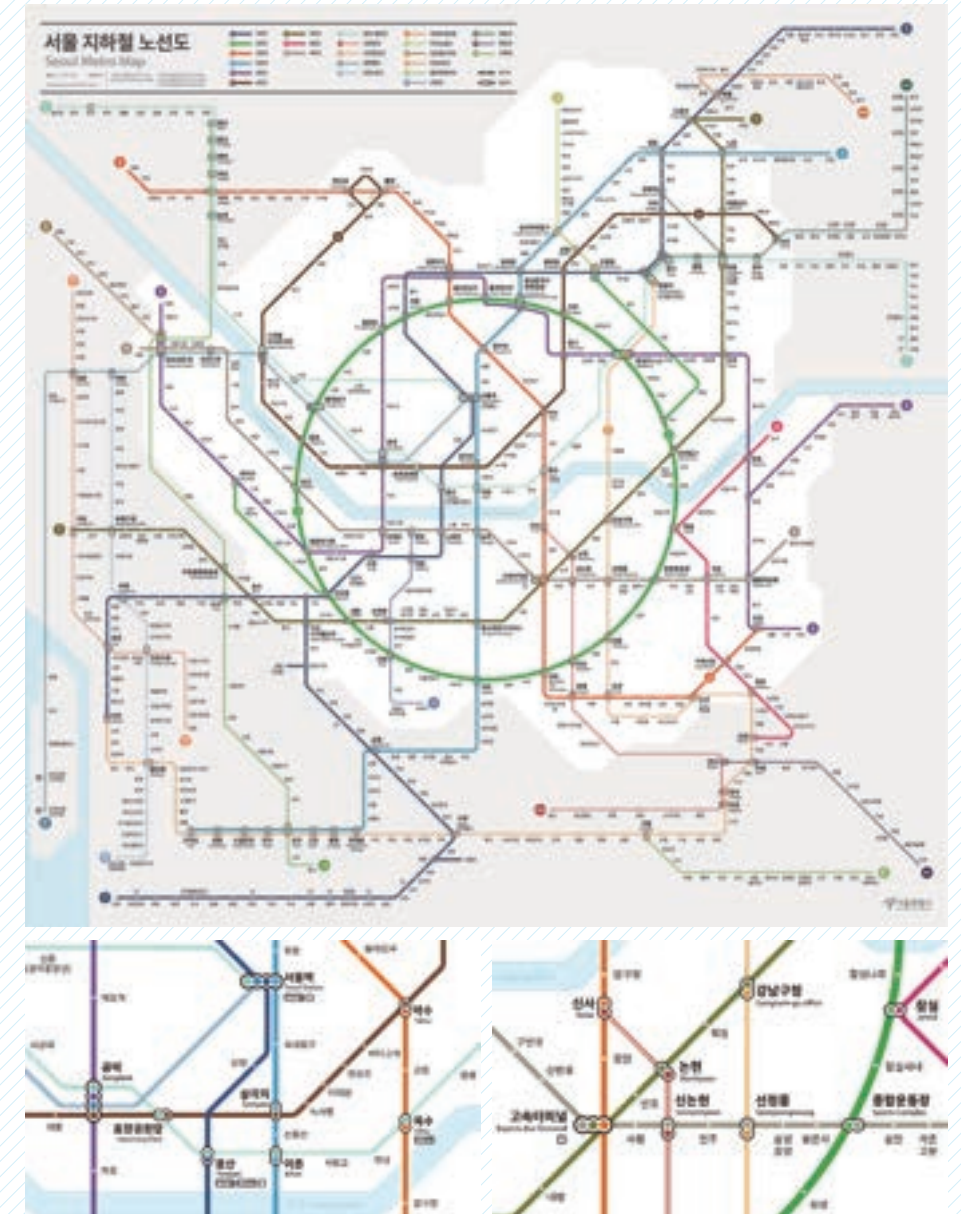
서울 지하철 노선도 굵즈



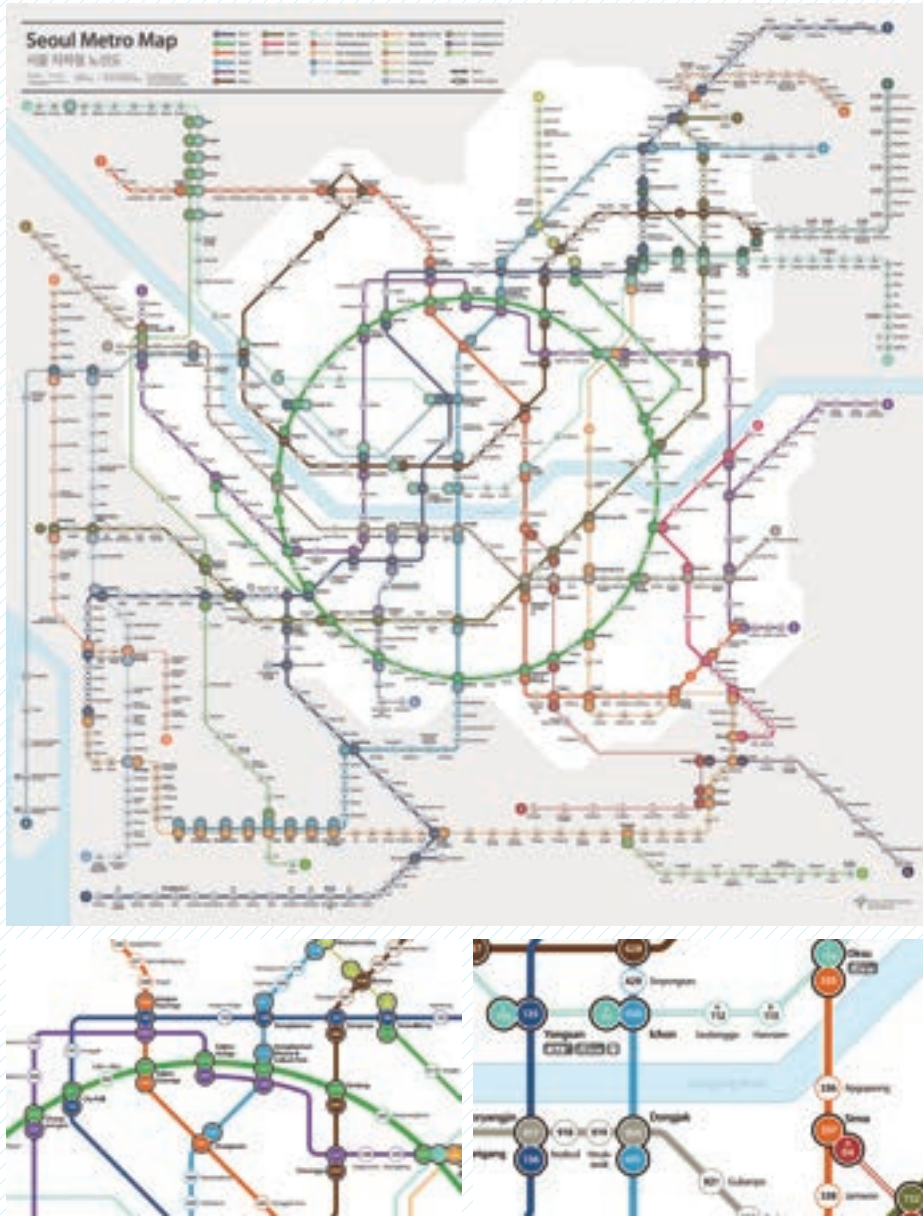
붙임

서울 지하철 노선도 디자인

1. 국문 노선도(1:1)



2. 영문 노선도(1:1)



4-2-4. 디자인협력 프로젝트 '서울디자인 X □'

개요

구분	서울시
사업명	디자인협력 프로젝트 '서울디자인 X □'
팀명	디자인정책관 디자인정책담당관 디자인전략팀
예산명	창의협력디자인 개발
키워드	#공동디자인 #부서협력 #기업공헌

'서울디자인 X □'는 서울시의 시정 전반에 디자인 관점을 도입하여 창의적인 협력정책을 고도화할 필요성에서 추진되었다. 급변하는 정책 환경과 복잡성에 대응하기 위해 행정 사무 간 상호 협력을 강화하고, 시민과 기업에 주도적으로 정책에 참여할 기회를 제공하는 것이 배경이다. 서울시는 디자인 씽킹(Design Thinking, 디자인적 사고)을 도입하여 창의적인 행정 내부 협력 시스템을 구축하고자 했다. 디자인 씽킹은 사용자를 관찰하여 그들의 본질적인 필요를 찾는 것에서 시작하며, 창의적 문제해결 방식을 통해 정책과 서비스를 개발하고 개선하는 방법이다. 이를 통해 다양한 행정 수요를 반영하고, 협업을 통해 정책과 서비스를 설계 및 구현했다. 또한, 개발된 디자인을 시범 운영하여 그 효과성을 검증한 후 자치구에 적극적으로 확산하고자 했다. 프로토타입 개발과 시범 운영을 통해 완성도 높은 결과물을 구현하고 이를 확산하고자 했으며, 다양한 유형의 기존 사례를 보급하고 노하우를 공유함으로써 디자인 시정을 견인할 계획을 세웠다. 기업과 학계 등에도 사회적 가치 실천 기회를 제공하여, 분야별 경계를 허물고 협력을 통한 새로운 가치 창출 시도를 활발히 할 계획이다. 이는 기업의 가치와 부합하는 지속가능한 공헌 수요가 증가하고 있음을 반영한 것이다.

서울시는 정책 고도화를 위해 공동디자인 프로세스를 정립했다. 디자인 협력정책 브랜드를 개발하고, 협력 추진 과정을 주제기획, 문제정의, 디자인 개발 및 구현, 확산의 5단계로 분류하여 행정 맞춤형 디자인 씽킹 프로세스를 구성했다. 실·본부·국과 연계한 공동디자인 개발 및 구현도 이루어졌다. 기후환경본부와 협력하여 버리기 쉽고 관리가 용이하며 이색적인 서울형 쓰레기통 디자인을 개발했다. 일반형 쓰레기통은 이용자의 시인성과 수거방식 및 유지관리를 고려한 기본 디자인으로, 특화형 쓰레기통은 도로형과 공원형 등 디자인 타입별로 개발되었으며 일부 재활용 소재를 활용했다. 일반형 쓰레기통 24개와 특화형 쓰레기통 6개를 광화문, DDP 일대 등 15곳에 시범 설치하여 시민 및 관리자를 대상으로 심미성, 편리성, 주변과의 조화, 청결상태, 수거 용이성 등을 평가하고 개선하여 자치구 수요조사 후 2024년부터 2025년까지 유동인구 밀집지역 등으로 보급 확산할 계획이다.

미래한강본부와 협력하여 개발한 ‘한강공원 편 디자인’은 산책, 휴식, 나무, 조망, 그늘 요소를 접목하여 사용자의 행동에 반응하는 시설 및 공간을 통해 즐거운 경험을 제공한다. 2024년에 디자인 가이드라인 3종을 배포하고, 2025년에는 디자인을 구현하여 축제·행사 등 다양한 프로그램과 연계하여 운영할 예정이다.

또한, 자치구 및 민간기업과 연계하여 사업 성과를 확산하고 있다. 학대 피해 아동의 마음치유를 위한 서비스디자인 ‘호야토토’ 키트 지원 및 캠페인을 추진했다. 용산 드래곤즈 임직원 100명과 함께 호야토토 키트를 완성하고 엽서 작성 등 부대 행사를 통해 캠페인을 진행했으며, 25개 자치구 아동 학대예방팀에 300개 세트, 아동보호전문기관 및 쉼터 18곳에 200개 세트를 전달했다.

4-2-5. 디자인 행정서비스 및 공공디자인 컨설팅 서비스

개요	
구분	서울시
사업명	디자인 행정서비스, 공공디자인 컨설팅 서비스
팀명	디자인정책관 디자인정책담당관 디자인협력팀
예산명	서울우수공공디자인 인증제 및 서울디자인클리닉 운영, 사회문제해결디자인정책 기반 조성
키워드	#디자인협력 #디자인지원 #디자인 개발 및 자문

서울시는 디자인 서울 2.0을 통해 디자인을 통한 상호협력 및 참여, 소통을 강조하고자 서울디자인 X 사업을 발표하였다. 이 사업의 일환으로 서울시 내부 협력을 강화하고자 서울시의 각 실·국·본부에서 추진 중인 사업에 전문적인 디자인 개발 및 자문을 지원하였다. 이는 서울시가 추진하는 다양한 정책을 시민들에게 더 친근하게 접근하고 설명하기 위해, 정책 또는 사업별로 브랜딩을 추진하는 과정에서 발생하는 문제를 해결하기 위함이었다. 과거에는 각 사업부서에서 개발한 결과물의 완성도가 떨어지거나 산발적인 디자인 개발로 인해 서울시만의 정체성과 고유성을 잃는 경우가 많았다. 이를 개선하기 위해 디자인정책담당관의 전문성을 활용하여 서울시 디자인 개발의 기본원칙을 수립하고, 디자인 개발 및 자문을 지원하여 서울시 디자인의 수준을 한층 끌어올리고자 했다. 그럼으로써 시민들에게 친근하면서도 정책 및 사업의 방향을 알기 쉽게 전달하도록 유도하였다.





2017년부터 서울시는 매력을 높이고 주요 정책에 대해 시민들이 더 친근하게 다가갈 수 있도록 디자인 개발을 지원하며 서울시 각 부서와 시민을 이어주는 가교 역할을 하고 있으며, 디자인정책의 일관성을 확보하고 디자인 수준 향상을 유도하기 위해 분야별 전문 디자인 개발을 지원하고 있다. 시각디자인 분야는 2017년부터 디자인 행정서비스 사업으로, 공공 공간 및 공공시설물 분야는 2022년부터 공공디자인 컨설팅 사업으로 각각 추진 중이다. 디자인 행정서비스에서는 2023년에 그

레이트 한강 BI, 서울시 병원 안심동행서비스 BI, 우리동네돌봄단 등 총 15건의 디자인을 개발하였으며, 사업을 시작한 2017년부터 현재까지 총 46건의 디자인을 개발했다. 이를 통해 각 사업부서의 정책을 브랜드화하여 시민들에게 더 친숙하고 효과적으로 사업을 홍보할 수 있도록 유도하였다. 공공디자인 컨설팅 서비스에서는 2023년에 영동대로 지하차도 가림막 디자인 개발, 시민청 건강기부 계단 디자인 개발, 부유식 수상푸드존 조감도 디자인 등 총 9건의 디자인을 개발하여, 서울시 시민들이 일상에서 다양한 디자인을 즐길 수 있는 공간과 시설물이 설치되도록 했다.

2023년의 목표는 다양한 정책 브랜드, 공공 공간, 공공시설물을 개발함에 있어 서울시민의 고유성과 일관성을 유지하면서도 다양성과 유희성을 확보할 수 있도록 디자인 개발의 기본 방향을 설정하는 데 있었다. 또한, 서울시 내부의 디자인 수요 증가로 인해 2022년도보다 디자인 개발 지원의 규모를 2배 이상 확대하여 다양한 분야와 정책을 지원하도록 하였다.

사업별 디자인 개발 대상은 실·국·군부서를 대상으로 공모를 통해 선정되었으며, 그 선정 기준은 사업부서의 추진 의지, 디자인 개발 필요성, 적합성, 예산 확보, 실·국 안배 등이었다. 2022년에는 디자인 개발 수요가 7건이었으나, 2023년에는 55건으로 늘어났다. 이는 디자인 씽킹이 시정 전반에 접목되고 있음을 반증한다. 더불어 디자인 협력을 통해 경직된 행정이 아닌 능동적이고 수요자 중심의 유연한 행정으로 변모하고 있으며, 디자인을 통해 사회적, 경제적 가치를 증대하고 도시 경쟁력을 확보하고 있다고 평가할 수 있다.

2023년 디자인 행정서비스 개발 내역

(총 15건)

2023년 디자인 행정서비스 개발 내역	사업 부서
서울시 병원 안심동행서비스 B.I 개발	1인가구담당관
제로식당 참여식당 인증 로고 개발	자원순환과
공공급식 B.I 개발	친환경급식과
기존 B.I 리뉴얼	38세금징수과
책임는 한강공원 B.I 개발	미래한강본부 한강문화관광과
청렴 B.I 개발	감사담당관
그레이트 한강 B.I 개발	미래한강본부 한강문화관광과
한강 이야기전시관 B.I 개발	미래한강본부 한강문화관광과
서울곳곳 안전리더정책브랜드 개발	소방재난본부 안전지원과
상가건물임대차분쟁조정 위원회 B.I 개발	소상공인담당관
우리동네돌봄단 B.I 개발	안심돌봄복지과
시민안전체험관 B.I 개발	시민안전체험관 운영1과
SPO(학교폭력예방 전담 경찰관) B.I 개발	자치경찰위원회 자치경찰협력과
청소년 범죄예방 관련 포스터 제작	자치경찰위원회 자치경찰협력과
서울형 민간 키즈카페인증 B.I 개발	아이돌봄복지과

2023년 디자인 행정서비스 개발 내역

(총 9건)

2023년 공공디자인 컨설팅 서비스 개발 내역	사업 부서
영동대로 지하차도 가림막 디자인 개발	도시기반시설본부 토목부
설기지/폐기를 사업장 가림막 디자인 개발	안전총괄실 도로관리과/기후환경본부 자원순환과
시민청 건강기부 계단 디자인 개발	시민건강국 스마트건강과
부유식 수상푸드존 조감도 디자인	미래한강본부 수상공간조성과
몽촌역사관 야외벤치 디자인 개발	한성백제박물관 총무과
아리수 음수대 디자인 개발	상수도사업본부 급수설비과
순환 관람차 디자인 개발	미래한강본부 기획예산과
스마트 보안등 디자인 개발	디자인정책관 도시경관담당관
유네스코 창의도시네트워크 로고 디자인 개발	디자인정책관 디자인정책담당관

4-3. 공공미술

4-3-1. 공공미술정책 기반 조성

개요

구분	서울시
사업명	대학협력 공공미술 프로젝트, 공공미술 기록화 사업
팀명	디자인정책관 디자인산업담당관 공공미술사업팀
예산명	시민참여 공공미술 프로젝트 추진, 서울은 미술관 정책 기반 조성
키워드	#공공미술 #정책기반조성 #대학협력 #기록화사업

대학협력 공공미술 프로젝트

『서울은 미술관』 대학 협력 공공미술 프로젝트는 서울시 공공미술정책을 교육 현장과 연결하여 대학생들이 직접 공공미술을 기획하고 현장에서 구현하는 프로젝트다. 이를 통해 대학생들의 창의적인 아이디어가 도시환경에 활력을 불어넣고, 지역 주민과 학생들이 예술로 소통할 수 있는 장을 마련하며, 학생들이 미래의 공공미술 전문가로 성장할 기회를 제공한다. 2017년 프로젝트가 시작된 이후, 참여대상을 서울 소재 4년제 미술대학에서 2~5년제 미술·디자인·건축 관련 대학(원)으로 확대하고 전문가 멘토링 프로그램도 도입했다. 프로젝트 종료 후에는 성과 발표회와 아카이브 전시를 개최하여 더 많은 지역 주민과 시민이 학생들의 공공미술 작품을 관람할 수 있게 했다.

2023년에도 공공미술 분야의 인재 양성과 활성화를 위해 대학 협력 공공미술 프로젝트가 추진되었으며, 여러 학과로 구성된 연합팀(2팀)과 단일 학과의 단일팀(3팀)이 참여했다. 연합팀은 국민대학교 연합학과(건축설계전공, 건축시스템전공, 입체미술전공)의 『정릉역_정릉을 엮다』와 홍익대학교 연합학과(금속조형디자인학과, 목조형가구학과, 산업디자인전공)의 『홍익 문화지도, HONGMAP』다. 단일팀은 중앙대학교 건축학과의 『반허공』, 상명대학교 조형예술학과의 『정적이 지나간 자리에』, 한양대학교 미술학과의 『Re:place Re:cycle』이다.

에』, 한양대학교 미술학과의 『Re:place Re:cycle』이다.

『정릉역_정릉을 엮다』는 목재 구조체와 고품질 스펀지로 만든 의자와 커뮤니티 공간을 통해 팬데믹으로 잊힌 공동체 감각을 되살리는 계기를 마련했다. 『홍익 문화지도, HONGMAP』은 미디어 월을 포함한 체험형 아트워크로 홍익대학교의 역사성과 장소성을 공유하며, 지역 공동체의 회복을 기원하는 설치 작품을 전시했다. 『반허공』은 하늘도 땅도 아닌 공간을 뜻하는 말로, 비닐 공으로 만든 ‘구름’을 만져보며 하늘을 경험하고, 해먹에 앉거나 누워서 땅을 경험할 수 있는 파빌리온을 보라매공원에서 전시했다. 『정적이 지나간 자리에』는 서촌과 북촌 일대 사람들에게 마스크가 주었던 의미를 탐구하고, 팬데믹을 주제로 한 인터뷰와 사진, 관객 참여형 전시를 통해 공동체의 화합과 소통을 기대했다. 『Re:place Re:cycle』은 시민들로부터 수거한 폐플라스틱을 활용해 왕십리 광장의 소통 공간이 될 파빌리온을 기획한 것으로, 전시 이후에도 해체하여 재활용하는 순환 시스템을 제안했다.

국민대학교

『정릉역_정릉을 엮다』
9. 10. ~ 9. 16.
청수교 앞 광장 등



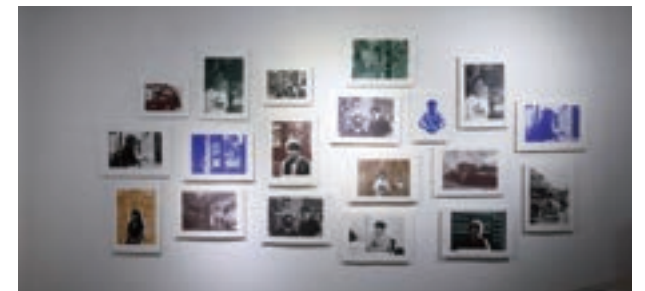
홍익대학교

『홍익 문화지도, HONGMAP』
9. 21. ~ 9. 27.
레드로드 등



상명대학교

『정적이 지나간 자리에』
9. 26. ~ 10. 2.
사이 아트 스페이스



중영대학교

『반허공』

9. 14. ~ 9. 20.

보라매공원



한양대학교

『Re:place Re:cycle』

10. 15. ~ 10. 21.

응답역 앞 공터



11월 3일에는 서울시청 다목적홀에서 성과발표회 개최를 통해 사업 소개 및 팀별 발표 후 디자인정책관의 상장수여 개최가 있었으며, 참여학생 및 지도교수 등 관계자 총 49명이 참석하여 성황리에 추진되었다.



팀별 발표



상장 수여



기념 촬영

대학생들이 직접 기획하고 제작한 작품의 상세내용과 전시 정보는 공공미술 누리집에서 확인할 수 있다. 현장 전시 종료 후에는 유튜브 채널을 통해 온라인 전시를 이어 갈 계획이다.

『서울은 미술관』 기록화 사업

서울시는 2016년부터 추진 중인 『서울은 미술관』 사업의 과정을 체계적으로 기록하고 성과를 보존 및 공유하여, 향후 서울시 공공미술정책 수립에 활용하기 위해 『서울은 미술관』 기록화 사업을 진행하고 있다.

2019년 서울시는 영상, 사진, 문서, 비평 등 기초 자료를 수집하고 정리하여 2020년에 『서울은 미술관』 성과 자료집(2016~2019)을 발간했다. 이 자료집은 서울시 공식 디지털 아카이브 채널인 '서울기록원'에 『서울은 미술관』 컬렉션 페이지를 통해 공개되었다. 일반 시민의 접근성을 고려하여 『서울은 미술관』 네이버 블로그도 개설했다. 2021년에는 공공미술에 적합한 자료 분류체계와 데이터 검색, 이벤트 기능을 갖춘 『서울은 미술관』 온라인 아카이브 플랫폼을 오픈했다. 2022년에는 2020년부터 2022년까지 추진한 『서울은 미술관』 사업을 정리한 성과 자료집을 발간했다. 이 자료집에는 지역 단위 공공미술 작품 구현, 공공미술 시민 아이디어 구현, 대학 협력 공공미술 프로젝트, 공공미술 축제, 서울로 미디어캔버스, 공공미술 콘퍼런스 등 총 6개 사업의 내용이 담겼으며, 서울시와 문체부가 코로나19 작가 지원을 위해 공동 진행한 공공미술 프로젝트 '서울, 25부작'은 별도 섹션으로 정리되었다. 성과 자료집은 전자책(e-Book)과 간행물 형태로 발간되어 배포되었다.

2023년에도 웹사이트 대상 신규 콘텐츠 추가 및 운영체계 관리를 통해 공공미술 사업 전반의 자료를 집적하고 효율적인 홍보를 추진하였다. 공공미술 관련 사업의 추진 사항 업데이트를 총 13건, 기존 콘텐츠 수정 및 보완을 9건, 뉴스룸 및 이벤트 공모전 대상 콘텐츠를 총 19건 추가하여 지속적으로 사업을 공유했다. 더불어 웹사이트의 안정적인 운영체계를 마련하기 위해 매월 시스템 점검 및 로그 확인, 데이터 백업도 진행했다. 2023년 동안 총 8,130명의 아카이브 웹사이트 사용자가 있었으며, 만족도 조사 결과 서비스 만족도는 92%, 웹사이트 정보 이해도 및 인지성 대상 만족도는 86%를 기록했다. 앞으로도 서울시는 지속적인 공공미술 사업 추진 사항을 공유하여 시민과의 소통 및 국제 홍보를 적극적으로 추진할 계획이다.

QR코드 링크



서울시 공공미술 프로젝트 아카이브 홈페이지



서울시 공공미술 프로젝트 인스타그램

4-3-2. 시민참여 공공미술 프로젝트

2023 공공미술 수변갤러리 프로젝트

개요

구분	서울시
사업명	2023 공공미술 수변갤러리 프로젝트
팀명	디자인정책관 디자인산업담당관 공공미술사업팀
예산명	서울은 미술관 정책 기반 조성
키워드	#수변갤러리 #공공미술 #잠원한강공원

서울시는 잠원한강공원 다목적운동장에서 2023년 12월 16일부터 2024년 1월 7일까지 『2023 공공미술 수변갤러리 프로젝트 : 싱싱겨울』을 개최했다. 본 전시는 겨울철 한강에 예술작품을 통해 색다른 풍경을 조성하고, 많은 시민들이 여가를 즐기는 한강공원에 색다른 즐거움을 선사하고자 마련되었다. 시민참여형 공공미술 수변갤러리 프로젝트 추진을 위해 2023년 9월 시민을 대상으로 공공미술 수변갤러리 프로젝트 아이디어 공모를 추진했으며, 총 4건의 아이디어를 선정했다. 또한 겨울철 수변이라는 특수한 여건을 고려하여 전문 미술작가와 협업한 공공미술 작품을 제작 및 설치하여 시민들이 다양한 매체의 작품들을 야외에서 감상할 수 있도록 기획하였다. 전시 주제 『싱싱겨울』은 움츠리기 쉬운 겨울철에 생동감 있는 작품을 통해 시민들에게 활력을 주고 겨울 한강도 예술 공간으로 변모할 수 있다는 의미를 담았다. 『싱싱겨울』은 강변을 조망할 수 있는 위치에 대형 투명 에어돔 3동을 설치하여 돔 내·외부에 자연을 모티프로 한 예술작품 4건을 선보였으며 시민참여 프로그램을 운영했다. 특히 시민 대상 아이디어 공모에서 당선된 작품 「물결의 시」(팀 A.P.T.작)를 한강을 배경으로 설치하였으며, 공모에 함께 선정된 「겨울의 작은 숲」(해우작)이 시민과 함께하는 프로그램으로 제공되었다. 에어돔은 지름 12~15m, 높이 5~6m 규모로 난방 기능도 갖추고 있어 시민들에게 따뜻한 전시공간으로 제공되었고, 돔을 통해 보는 한강과 어우러진 예술작품은 겨울철 한강의 새로운 볼거리로 시민들의 큰 호응을 받았다. 전시 기간 동안 에어돔을 방문한 시민을 위해 다양한 계절 재료로 만든 차를 음미할 수 있는 공간도 마련하여 더욱 다채로운 작품 감상 경험을 누릴 수 있었다.

“색다른 체험과 전시로 일상 속 예술을 즐길수 있어서 좋았어요. 박물관이나 미술관 밖에서 자연과 일상 속 어우러지는 예술 참 좋아요”

“I'm a foreigner visiting hangangfor the first time and really enjoyed the art pieces!”

관람객 인터뷰



『2023 공공미술 수변갤러리 프로젝트 : 싱싱겨울』, 잠원한강공원



2023 공공미술 작가 발굴 및 전시 사업

개요

구분	서울시
사업명	2023 공공미술 작가 발굴 및 전시
팀명	디자인정책관 디자인산업담당관 공공미술사업팀
예산명	시민참여 공공미술 프로젝트 추진
키워드	#공공미술 #작가발굴 #전시

서울시는 공공미술에 대한 시민의 인식을 제고하고, 시민참여를 확대하기 위해 참여형 공공미술 프로젝트를 추진했다. 2023년에는 작가 발굴을 위한 작품 공모가 6월 1일부터 7월 9일까지 진행되었다. 작품 선정을 위한 1차 심사가 7월 13일에, 2차 심사가 7월 17일에 이루어졌다. 최종적으로 7월 19일에 당선작 5건이 선정되었고, 8월부터 9월까지 작품 제작 및 심의 과정을 거쳐 10월 19일부터 11월 19일까지 설치 및 전시가 진행되었다.

2023년도 사업의 목적은 공공미술 작가 발굴 및 전시를 통해 시민 참여형 공공미술 프로젝트를 추진하여 공공미술을 활성화하고, 시민들이 문화예술을 향유할 기회를 확대하는 데 있었다. 이를 위해 서울시는 '자연이 예술에게, 예술이 자연에게'를 주제로 서울식물원과 협력해 '2023 공공미술 작품 공모'를 6월부터 7월까지 진행했다. 공모전에는 총 105건의 작품이 응시했고, 이 중 5건이 최종 전시작으로 선정되었다.

작가	작품 구분	작품명	설치 장소
김준	설치미술	귀를 기울일 만한 가치가 있는 모든 것들	호수원 인근 산책로 주변
박봉기	생태미술	호흡	마곡 문화관 인근 잔디밭
김예나	미디어아트	사색 없는 풍경_마곡, 물의 계절	마곡 문화관 내부
이지성	생태미술	삶이 되는 꿈, 꿈이 되는 삶	마곡 문화관 앞 상부 저수조
Team 233	설치미술	개울	호수원 인근 산책로 주변

2023년 10월 19일부터 11월 19일까지 서울식물원에서 『2023 공공미술 작가발굴 작품』 전시회를 열어, 예술과 자연의 공존을 담은 신진 및 유명작가들의 공공미술 작품 5점을 선보였다.

전시 주제인 자연과 예술의 공존성에 대한 작가별 해석에 맞춰 다양한 느낌으로 표현한 작품을 호수원 인근, 마곡문화관 내·외부 공간에서 만나보았다.

김준 「귀를 기울일 만한 가치가 있는 모든 것들」



김준 작가의 「귀를 기울일 만한 가치가 있는 모든 것들」은 식물원에서 작가가 채집하고 관찰한 소리와 이미지들을 사운드박스 형태로 제작한 작품이다. 캠핑 하우스가 연상되는 구조물에 소리 상자를 설치하고, 장소성을 가진 감각적 소리를 통해 관객들에게 새로운 경험을 제공하며 호수원 산책로에 전시하였다.

Team233 「개울」



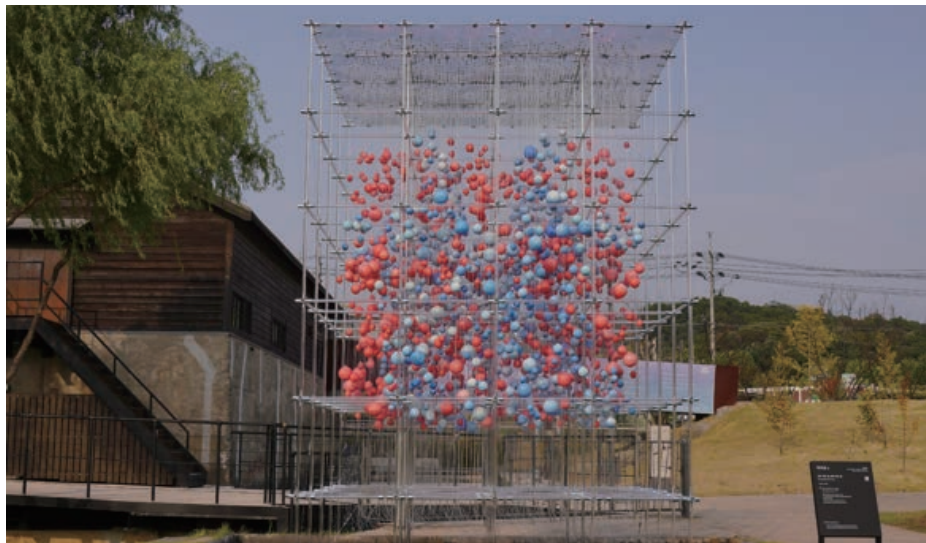
Team 233의 「개울」은 수평 방향으로 움직이는 바람개비로 이루어진 '실개울'과 회전하며 교차하는 '개여울'로 물의 움직임을 재현한다. 여러 갈래의 물이 만나 이루어진 큰 강이 쉽게 마르지 않듯, 산책로를 따라 움직이는 '사람들의 발걸음이 모여 마르지 않는 사회적 가치를 만들어낸다'는 메시지를 전한다.

박봉기 「호흡」



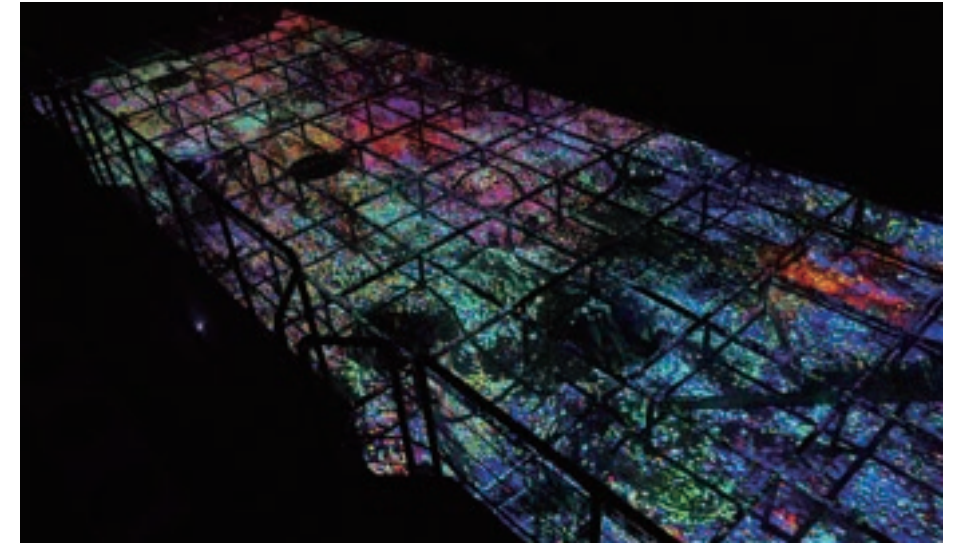
박봉기 작가의 「호흡」은 유동하는 생명체의 형상을 의미하는 작품으로 내부 공간에서 침과 놀이, 명상 등의 다양한 관객 상호작용을 즐길 수 있다. 자연으로부터 파생된 고목 및 버려진 목재, 대나무를 이용해 전문작가 4~5명의 수작업으로 약 5일 동안 전시장소에서 직접 제작되었다.

이지성 「삶이 되는 꿈, 꿈이 되는 삶」



이지성 작가의 설치조형물인 「삶이 되는 꿈, 꿈이 되는 삶」은 1,500여 개의 씨앗 꾸러미 속에 삶과 꿈을 대하는 사람들의 생각을 적은 종이와 씨앗을 함께 담아 제작했으며, 작품을 보는 방향에 따라 '삶'이라는 글자와 '꿈'이라는 글자가 다르게 보인다. 마곡문화관 앞 상부 저수조에 전시하였다.

김예나 「사색 없는 풍경_마곡, 물의 계절」



김예나 작가의 「사색 없는 풍경_마곡, 물의 계절」은 마곡을 주제로 한 미디어아트 영상이다. 마곡 관련 빅데이터를 이미지로 재해석하여 영상을 제작했으며, 관객의 움직임에 따라 반응하여 작품의 몰입감을 더할 수 있다. 해당 작품은 마곡문화관 내부에 전시했다.

시민 및 관람객들의 이해를 돕기 위해 작가가 직접 작품을 소개하는 작가 도슨트(docent, 해설사)와 함께, 김준, 박봉기, 이지성 작가가 직접 진행하는 작품 연계 시민 참여프로그램도 운영하였다. 작가 인터뷰 및 작품 정보 등 전시와 관련된 보다 자세한 내용은 서울시 및 『서울은 미술관』 누리집, 사회관계망(SNS)에서 확인할 수 있다.

4-3-3. 서울숲 공공미술 프로젝트

개요

구분	서울시
사업명	2023 서울숲 공공미술 프로젝트
팀명	디자인정책관 디자인산업담당관 공공미술사업팀
예산명	지역단위 공공미술 프로젝트, 공공미술 시민 아이디어 구현
키워드	#공공미술 #서울숲

서울숲은 과거 뚝도수원지와 경마장의 역사를 품은 도심 속 푸른 휴식처이다. 그 가운데 위치한 야외무대는 소규모 문화 활동을 지원하기 위해 만들어진 장소로, 2005년 서울숲 개원 후 2018년에 일부 보수한 플라스틱 천정과 노후된 콘크리트벽으로 이루어진 시설로 유지되어왔다. 그런 까닭에 공연 시 소음에 대한 잦은 민원이 발생하고 행사 진행을 위한 부대 공간이 없어 다양한 활용이 저하되는 문제점이 있었다. 이와 같은 문제를 해결하고 숲의 작은 쉼터이자 시민을 위한 작은 무대인 이곳에, 서울시는 세계적 기후변화에서 도심 속 숲의 역할로부터 착안하여 지속가능한 내일을 위한 -1°C를 주제로 야외무대와 그 일대를 중심으로 한 공공미술 프로젝트에 착수하였다. 이 프로젝트는 단순히 바라보기만 하는 예술작품을 넘어, 서울숲의 풍경과 시민의 새로운 체험 및 관계의 장을 마련하기 위해 추진되었다. 이를 위해 야외무대를 세계적인 작가의 작품으로 탈바꿈하는 국제지명공모, 서울숲을 주제로 한 시민의 이야기를 바탕으로 작가가 작품을 제안하는 일반공모가 동시 추진되었다. 최종적으로 국제 지명공모 당선 작품 「Ecological Matrix: 숨쉬는 그물」(작가 조남호), 「숨쉬는 그물」 내부에 설치된 조명 작품(light art) 「호흡망(Respiration Net)」(작가 할둔), 시민 백일장을 모티브로 한 일반공모 당선 작품 「감각장치」(작가 키지그림)가 2023년 5월 시민들을 맞이했다.

무대형 친환경 파빌리온 「Ecological Matrix : 숨쉬는 그물」

「Ecological Matrix : 숨쉬는 그물」은 다공성 구조로 조합된 목재 셸터(shelter)이자 공연장의 무대이다. 자연과 미래의 건축을 유기적으로 결합하는 시도를 보여주며, 언젠가 자연으로 돌아갈 자연 소재와 간결한 건축 방식을 시민들에게 소개하고 있다. 지붕과 벽의 형상과 표면은 전방형의 유닛들이 수직·수평의 균형을 이루어 차곡차곡 쌓아올린 목구조의 아름다움을 작품으로 재현하였다. 공연을 위한 무대와 동선으로 분리되어 있던 공간을 통합해 다양한 쓰임에 반응하는 열린 구조로, 다양한 개인 또는 소그룹 활동을 위한 다목적 공간으로 기능하다가 공연 때는 무대가 되는 장소로 쓰



일 수 있게 설계되었다. 생태적이고 미학적이며 기능적인 방식으로 주변을 통합하는 「숨쉬는 그물」은 느슨한 기하학적 질서를 이루는 지붕 아래 야외공연장 무대와 네 개의 동선, 두 개의 쉼터를 통합해 자연과 사람, 환경을 이어주는 중성적인 형태로 고유성이 드러난다. 전체를 구성하는 건조목은 적송과 가문비나무로. 목재 1㎡ 당 0.25t의 탄소를 저감하는 것으로 계산하면, 규모 가로 32m, 폭 10m, 높이 6m로 총 124㎡로 약 31t의 탄소를 저감한 효과를 추정할 수 있으며, 공공미술을 넘어 보편적 도시 목조화로 확장 가능성을 보여준 사례가 되었다.

창발하는 생명의 빛 「호흡망」

또한 「숨쉬는 그물」 내부에 설치된 조명 작품 「호흡망」은 안전하고 아름다운 서울숲의 밤을 경험하게 해준다. 「호흡망」은 변화하는 미래 생태계를 포용한 비어있는 다공성 구조에서 생명이 창발하는 첫 호흡의 순간을 점멸하는 빛의 신호로 표현하였다. 생명의 내부와 외부를 교류하며 허공에서 휘발되고, 흡수되는 과정을 통해 다른 생명 간의 보이지 않는 소통을 생명 호흡과 순환을 관계망으로 해석하여, 비어있는 공간에서 발생할 활발한 생명력의 순간을 연상하며 멈추지 않는 생명 감각의 다채로운 신호를 전달하고 있다. 「호흡망」은 매일 20시부터 22시까지 회당 15분씩 운영된다.

시민 아이디어를 예술작품으로 구현한 「감각장치」

「감각장치」는 2022년 서울숲을 주제로 진행된 시민 백일장 당선작(총 3편) 중 시민 김주영 님의 글 '눈을 감아야 비로소 보이는 나의 서울숲'을 재해석하여 기획된 작품이다.



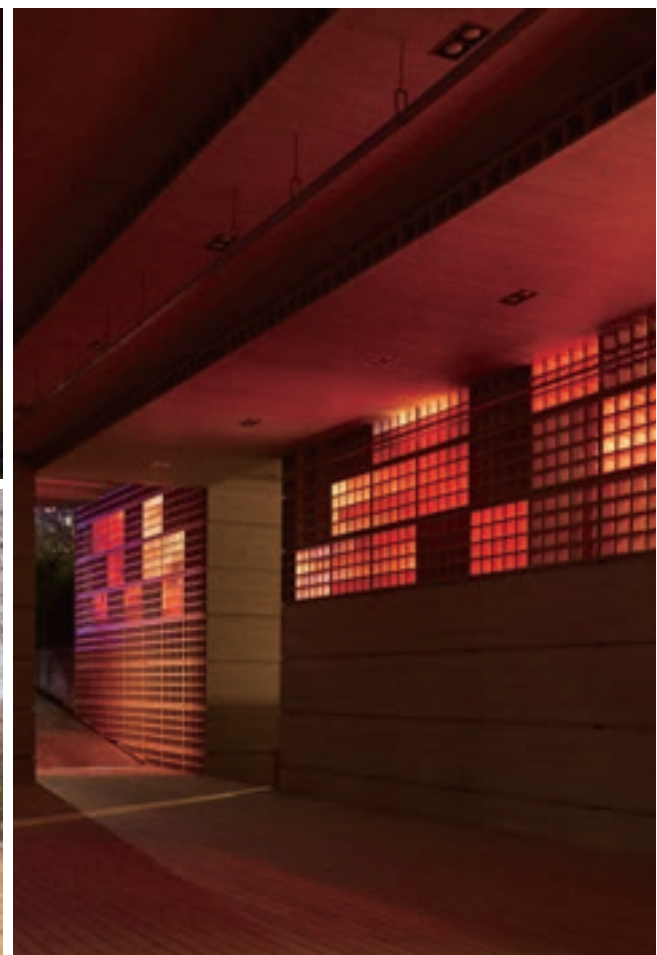
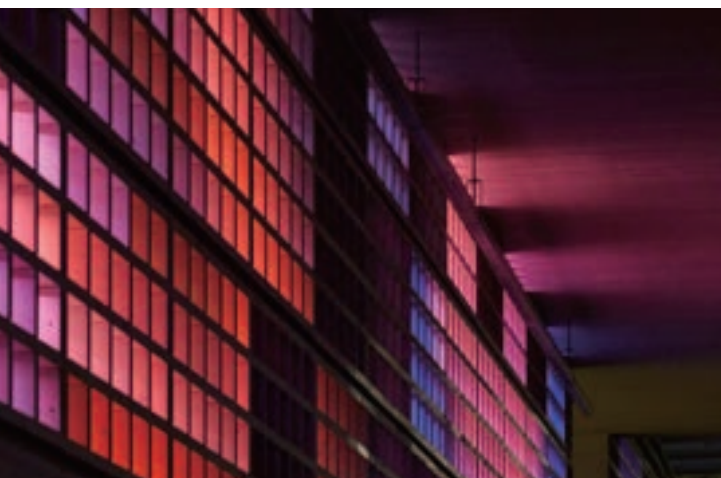
「감각장치」는 총 다섯 가지 유형의 개별 장치(도도, 레레, 미미, 파파, 솔솔)로 구성되었으며, 야외 무대 공간과 조화를 이룰 수 있도록 설치되었다. 시민들은 청각, 촉각 등 다양한 감각과 연계된 각각의 작품을 통해 숲의 자연환경과 교감하며 감상할 수 있다. 특히 「감각장치」 중 ‘도도’와 ‘레레’는 각각 라디오와 호텔을 주제로 한 음원형 상설 프로그램이 제공된다. 작품에 부착된 QR코드 또는 사운드클라우드(soundcloud.com/seoul_is_museum)에 접속하면 음원을 감상할 수 있다. 작가는 「감각장치」를 통해 서울숲을 방문하는 시민들이 반복되는 일상에서 벗어나 숲과 교감하며 휴식의 시간을 가질수 있길 바라며 작품을 기획했다. 시민 백일장 당선작은 서울시 공공미술 프로젝트 누리집(seoulismuseum.kr)에서 확인할 수 있다.

작품 정보

- 숨쉬는 그물 : 길이 32m × 높이 6m × 폭 10m, 친환경 목재로 제작된 다공성 구조의 씬터이자 무대
- 호흡망 : 「숨쉬는 그물」 내부에 조명을 설치, 생명의 호흡을 빛으로 표현(매일 20-22시 작동)
- 감각장치 : 다섯 가지 유형(도도, 레레 미미, 파파, 솔솔)으로 구성된 체험형 작품

“지금 같은 공공미술이 많이 생겼으면 좋겠습니다. 유명작가의 작품이나 해외 어느 곳이나 있는 비싼 작품보다 시민의 이야기가 스며들어 동네마다 각자 다른 특색을 가진 공공미술이 가까이 있었으면 합니다.”

- 시민 김은영 님 인터뷰



「Ecological Matrix:숨쉬는 그물」



「호흡망」



「감각장치」

5-1. 전시

5-1-1. 디자인 융합 기획전시

개요

구분	서울디자인재단
사업명	디자인 융합 기획전시 기획 및 운영
팀명	DDP운영본부 전시사업실 전시1팀
예산명	디자인뮤지엄 기획전시
키워드	#디자인 #융합 #스테판 사그마이스터(Stefan Sagmeister)

2023 DDP 디자인 융합 전시는 글로벌 디자인 콘텐츠를 발굴하여 DDP디자인뮤지엄의 브랜드를 강화하고, 해외 유명 디자이너와 공동으로 기획한 전시를 통해 자체 기획전시의 내실을 다지며 네트워크를 확장하는 것을 목적으로 추진되었다. 또한, 대중이 즐길 수 있는 전시를 통해 DDP디자인뮤지엄의 정체성을 확립하고, 시민의 문화예술 이해도를 높이며 문화 활동 참여를 유도하는 데 주안점을 두었다.

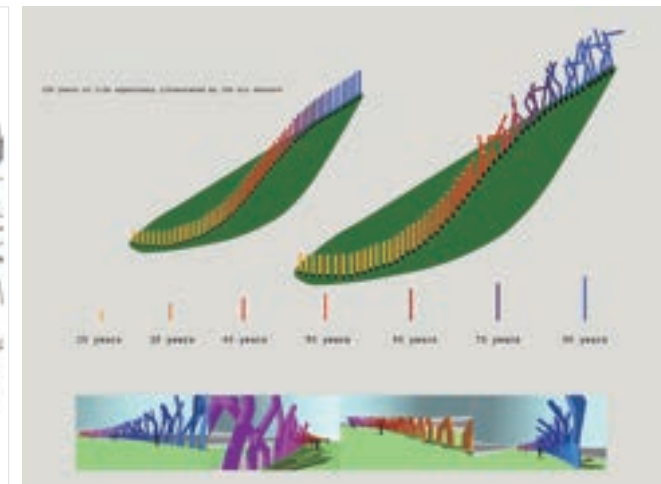
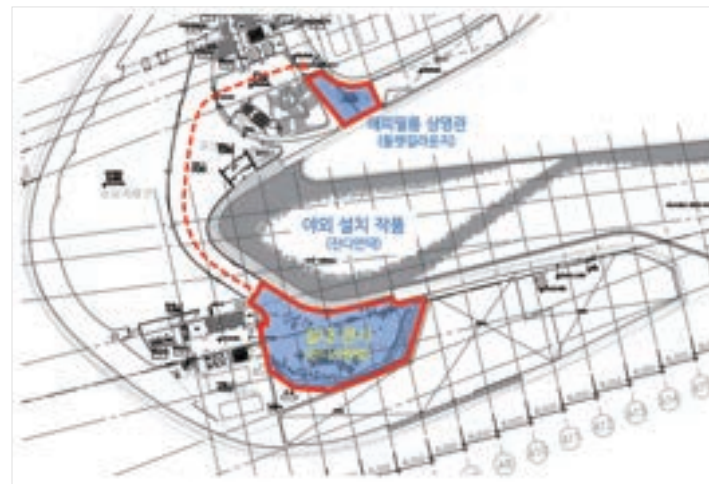
2023 DDP 디자인 융합 전시는 SBS와 동아일보 등 방송, 지면, 온라인 보도자료를 포함하여 총 34건의 언론에 노출되었다. 이 전시는 서울을 대표하는 디자인문화 향유 플랫폼으로서, 디자인계에서 인지도가 높은 해외 유명 작가의 전시를 개최하여 글로벌 문화 경쟁력을 강화하고자 했다. 또한, 야외에서 실내로 이어지는 전시를 통해 방문객에게 더 많은 작품 감상 기회를 제공했다. 이번 전시에서는 신규 작품으로 서울 에디션 5점, DDP 에디션 1점, 그리고 야외작품이 제작 및 전시되었으며, 이를 통해 DDP 자체 기획전시 콘텐츠의 내실을 다졌다.

『Now is Better』

DDP 디자인 융합 전시로 스테판 사그마이스터(Stefan Sagmeister)의 『Now is Better(지금 더 낫다)』 전시가 진행되었다. 이 전시에서는 장기적인 관점에서 전 세계가 발전해왔다는 작가의 관점을 더욱 구체적으로 확인할 수 있는 다양한 작품들을 볼 수 있었다. 스테판 사그마이스터는 특별히 서울 전시에서 한국의 데이터를 활용해 디자인한 서울 에디션 작품들과 지금까지 공개되지 않았던 새로운 작품들도 선보였다. 실내 전시의 경우 DDP 디자인랩 4층 잔디사랑방에서 2023년 11월 17일부터 2024년 3월 3일까지 개최되었다. 전시내용은 지난 50년~200년까지 삶의 질, 기대수명, 죽음, 빈곤, 범죄율, 온실가스 배출 등 글로벌 이슈와 연관된 유의미한 데이터와 근거자료를 조사하고 이를 바탕으로 앤틱화, 렌티큘러, 유리잔, 의류 등을 통해 시각적으로 표현한 스테판 사그마이스터의 혼합매체 작품으로, 100여 점을 전시했으며 DDP 전시를 위해 신규작품 제작 및 전시(서울 에디션 5점, DDP 에디션 1점)를 진행했다.







『Now is Better』의 시리즈 중 하나이자 야외 작품인 「We'd rather be ALIVE than DEAD(살은 그 어떤 경우에도 죽음보다 아름답다)」는 DDP 잔디언덕에서 2023년 9월 25일부터 12월 31일까지 개최되었다. 1904년부터 2023년까지 지난 120년 동안 한국의 기대수명 증가에 대한 데이터를 오방색 120개의 에어 댄서를 통해 은유적으로 표현한 공공 디자인 작품으로, 가장 낮은 1m 높이 에어 댄서는 약 24.1세였던 가장 낮은 기대수명을, 8m 높이 에어 댄서는 2023년 현재 83.7세에 이르는 가장 높은 기대수명을 상징적으로 표현했고 뮤지션 아리워너(Ary WARNAAR) 작곡 BGM을 송출했다.

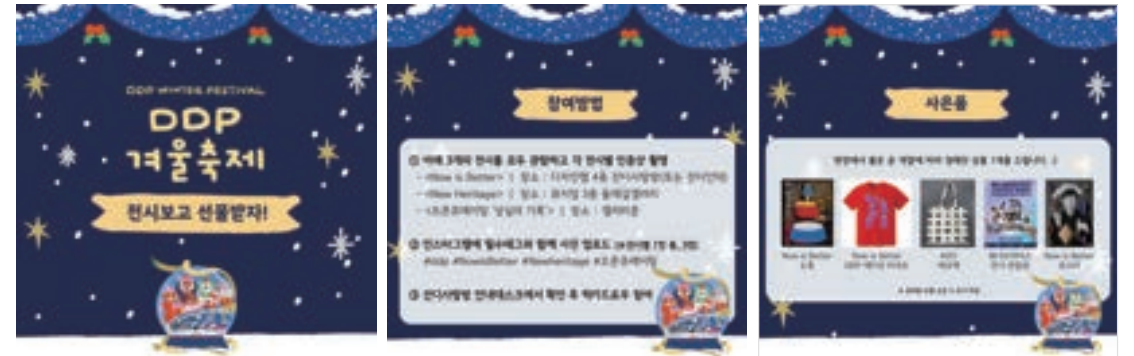
야외 전시, 실내 전시, 영상상영관 배치도





전시 구성

입구 포토존		- 실내외 전시 및 영상 상영 개요, 동선 안내
인트로		- Intro
ZONE 1		<ul style="list-style-type: none"> - 「Now is Better」 Video - Vitrine glasses 14개 - Illy espresso cups 4개 - Watch 1개 - Seoul Edition 5점 - DDP Edition 1점 - Sagmeister123 Clothes 12점
ZONE 2		<ul style="list-style-type: none"> - Lenticular 12점 - Exhibition making video
ZONE 3		<ul style="list-style-type: none"> - Historic canvases 36점 - Tear-Off Poster 2점
ZONE 4		<ul style="list-style-type: none"> - 「Beautiful Numbers」 Video - New Historic canvas 14점 - Digital canvas 1점



SNS 이벤트

그 밖에도 본 전시에는 부대행사로 기자간담회, 전시 오프닝 프로그램, DDP 포럼 Vol.37 연계 등이 이루어졌다. 연계 포럼의 주제는 Beautiful Numbers로, 2023년 11월 17일 DDP 디자인랩 3층 디자인홀에서 진행되었으며, 『Now is Better』 전시를 위한 「Beautiful Numbers」 등의 작품을 준비하며 영감을 얻고 개념화하는 디자인 과정을 공유했다.

또한 「Happy Film」이라는 제목의 영상이 상영되었는데, 내용은 행복과 삶의 목적에 대한 주제의 다큐멘터리 영화로 작가가 자신의 인생과 작품을 둘러싼 여정, 실험, 탐구, 실패와 성공에 대한 이야기를 담아낸 다큐멘터리 영화였다. DDP 뮤지엄 4층 돌레길라운지에서 2023년 11월 17일부터 12월 31일까지 휴무일을 제외하고 하루 3회차에 걸쳐서 상영되었다. 또한 전시 관람 후 인증샷 업로드 시 럭키드로우 참여기회를 제공하는 이벤트도 진행되었다.

2023 디자인 융합 전시 운영 결과, 전시 기간 방문자 수는 야외의 경우 총 167,405명으로 일평균 1,924명으로 집계되었으며, 실내 잔디사랑방의 경우 총 41,367명으로 일 평균 440명 방문한 것으로 집계되었다. 실내전시 운영 기간에만 만족도 조사에는 889명이 참여하였으며 93.46점의 만족도를 보였다. 홍보의 경우 보도자료 배포 및 현장취재 등 언론보도에 있어서 야외작품은 총 12건이 진행되었고, 실내전시는 총 22건이 진행되었다. 온라인 홍보는 SNS의 경우 DDP 공식 인스타그램과 페이스북을 통해 이루어졌으며 DDP 게시 6건, 좋아요 1,304건으로 집계되었다.

오프라인 홍보는 DDP 내·외부 멀티비전, 전광판, 미디어월, 지하철 입구 등 DID 상시 송출을 진행했다.

2023 DDP 디자인 융합 전시의 만족도 조사 결과는 다음과 같다. 설문조사는 2023년 11월 17

일부 12월 31일까지 45일 동안 구글 설문지를 통해 진행되었으며, 행사장에 QR코드를 비치하여 참여를 유도했다. 총 459명이 참여한 본 설문조사에서 전시 만족도는 93.28점을 기록했으며, 매우 만족 및 만족 비율은 87%에 달했다. 관람객의 주류는 20대(29.1%), 30대(23.2%), 40대(20.8%)의 직장인(40.1%)과 학생(29.1%) 등 일반 대중이었다. DDP 방문 목적으로 본 전시를 관람한 비율은 60.8%, 기타는 39.2%로, 전시 관람 목적으로 방문한 사람이 더 많았다.

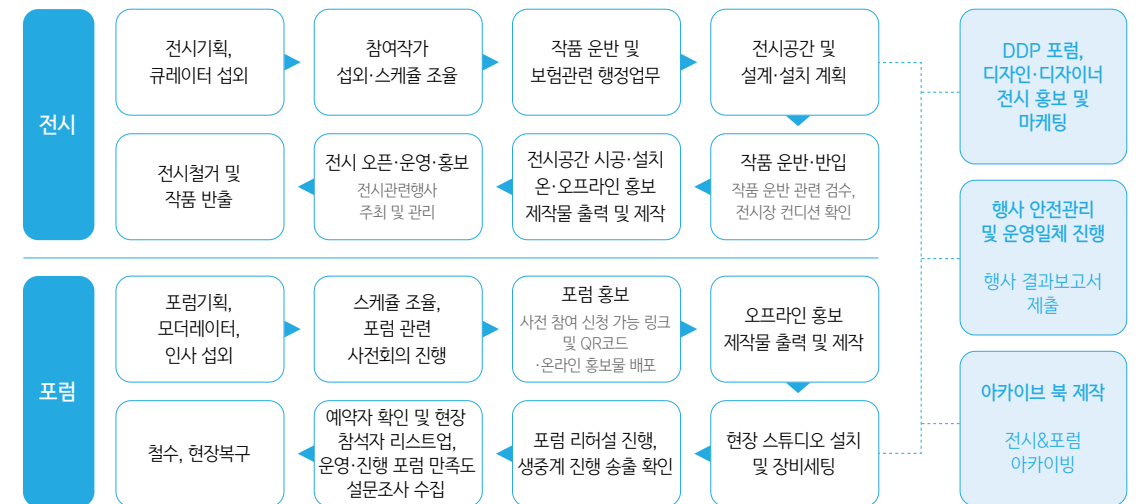
참가자들의 의견은 다음과 같았다. “전시에서 통계 데이터를 시각화하고 예술화한 것이 흥미롭고 재미있다”는 평가가 있었고, “양질의 전시를 무료로 볼 수 있어 좋았다”는 의견도 다수였다. “데이터를 다양한 방식으로 시각화한 것, 특히 렌티큘러를 이용해 시간에 따른 데이터 변화를 담아낸 방식이 신선하다”는 반응도 있었으며, “작품 설명이 리플렛에 번호와 함께 안내되어 있어 편리했다”는 평가도 있었다. “벽면 가까이 가지 않아도 설명을 볼 수 있었고, 제목을 본 뒤 설명을 읽으면 깊은 감상이 느껴진다”는 의견도 있었다. 또한 “세계적인 디자이너의 작품을 서울 DDP에서 볼 수 있어 좋았다”는 반응도 있었다. “지금이 더 낫다는 주제에 관한 작가의 의도를 심도 있게 볼 수 있었고, 깨달은 바가 있었다”는 의견도 있었다.

5-1-2. 디자인&디자이너 전시 및 DDP 포럼

개요	
구분	서울디자인재단
사업명	디자인&디자이너 전시 및 DDP 포럼
팀명	DDP운영본부 전시사업실 전시1팀
예산명	디자인 상설전시 운영, 디자이너 협력 프로그램 운영
키워드	#DDP #디자인&디자이너 #디자인트렌드 #포럼 #디자인지식 확산

디자인&디자이너 전시 및 DDP 포럼 사업의 목적은 국내외 최정상 디자이너와 전문가들의 포럼을 통해 시민들에게 디자인 지식을 확산시키고, 동시대 주목할 만한 디자인과 디자이너의 전시를 통해 디자인 전시 콘텐츠를 개발하는 데 있다. 주요 성과로는 총 관람객이 102,013명에 달해 전년 대비 300% 증가했으며, 2023년 12월 말 기준 평균 만족도는 96.49%를 기록했다. 그 중 디자인&디자이너 전시는 총 3회 개최되어 101,270명의 관람객이 방문했고, 만족도는 96.26%로 나타났다. 또한 DDP 포럼은 총 4회 개최를 하였으며 참여자는 743명이며, 만족도는 96.65%였다. 디자인&디자이너 전시를 통해 디자인 전시 상시 운영을 함으로써 디자인 전문 전시를 상설화했으며, 양질의 디자인 전시를 자체 기획하여 디자인 콘텐츠를 개발하고 확산했다. 또한 디자인 트렌드를 담은 전시 콘텐츠를 기획함으로써 자체 디자인 콘텐츠를 개발하였고, 포럼과 전시의 주제를 연계하여 디자인 트렌드를 지속적으로 발신했다.

세부 사업 추진 내용: 전시·포럼 사업 프로세스



『관계의 기록, 풍경으로의 건축』

2023년 5월 4일부터 9월 17일까지 동대문디자인플라자(DDP) 디자인랩 1층 디자인갤러리에서 『관계의 기록, 풍경으로의 건축』 전시가 열렸다. 본 전시는 서울디자인재단이 주최하고, 박성진 큐레이터(사이트앤페이지)가 참여하며, 김용관 사진작가가 작품을 선보였다. 전시는 국내에서 건축사진이라는 새로운 장르를 개척해 온 김용관 작가의 작업 세계를 탐구하고, 건축사진의 장르적 특징과 가능성을 살펴보는 것을 목표로 했다. 김용관 작가는 국내외 유명 건축가의 건축물을 사진으로 기록해 왔으며, 특히 DDP와 같은 상징적 건축물을 자신의 색채를 담아 카메라에 담아낸 작품들을 전시했다. 본 전시는 2023년 5월 4일부터 8월 6일까지 열렸으며, 관람료는 무료였다. 추진 결과 일 평균 652명의 관람객이 방문하였고, 전체 관람객 수는 89,369명에 달했다. 전시 만족도는 96.59%로 나타났다.



『THE CHEMICAL REACTION』

2023년 8월 31일부터 11월 30일까지 동대문디자인플라자(DDP) 갤러리문에서 『THE CHEMICAL REACTION』 전시가 열렸다. 본 전시는 서울디자인재단이 주최 및 주관하였으며, 큐레이터로는 SWNA(Suk Woo and Associate), 라이마스, 브리즘, 디파이어, 모델솔루션이 참여하였다. 디자인으로는 이석우 디렉터를 비롯해 강지우, 권관환, 김규창, 김주원, 박채지, 양다예, 이동현, 이연주, 이영빈, 이윤재, 유하연, 장준혁, 조영진, 천다혜 등이 참여했다. 전시는 SWNA의 클라이언트 업무와 소속 디자이너들의 창작 활동인 Liberal Office의 프로젝트를 중심으로, 이석우 디렉터와 소속 디자이너들이 서로에게 끊임없이 영향을 주고받는 관계를 정의하고 이러한 관계성을 토대로 이루어진 작업을 소개했다. 리버럴 오피스 활동의 일환으로 디자이너 개인이 선보인 신규 작업으로는 한국의 조명 브랜드 '라이마스'와 협업한 조명 디자인, 한국의 아이웨어 브랜드 '브리즘'과 협업한 안경 디자인 실물이 전시되었다. 디자인 작업 과정과 디자이너들 간의 관계와 소통을 이야기하는 본 전시는 SWNA의 디자인이 자유롭게 영역을 넘나드는 유연함이 특징임을 보여주며, 산업디자인을 중심으로 다양한 분야의 융합과 실험적인 디자인 과정을 통해 의미 있는 창조물을 선보였다. 관람료는 무료였으며, 전시 추진 결과 일평균 38명의 관람객이 방문하여 전체 관람객 수는 3,534명이었다. 만족도는 95%로 나타났다.



『NEW HERITAGE』

『NEW HERITAGE』 전시는 2023년 11월 30일부터 2024년 3월 31일까지 123일간 동대문디자인플라자(DDP) 뮤지엄 3층 둘레길갤러리에서 열렸다. 서울디자인재단이 주최 및 주관한 이번 전시는 아고(AGO)가 전시 디자인을 맡았다. 아고는 빛을 통해 아름다움과 기능의 균형을 추구하는 한국의 조명 브랜드로, 을지로에 있다. 전시는 현대의 공간과 그 안의 콘텍스트에 집중하는 브랜드의 관점에서 조명에 담긴 정성의 기록을 주제로 하였으며, 공간을 완성하는 조명의 은밀한 스토리를 통해 오늘의 삶이 반영되는 우리의 공간 모습에서 새로운 조명 디자인의 역할을 찾고 제시했다. 디자인과 제품으로 우리의 오늘을 기록하는 방식을 전시를 통해 공유했으며, 조명 디자인에 담긴 디자인 개념과 과정을 살펴볼 수 있었다. 『NEW HERITAGE』라는 전시명은 현재에 충실하며 미래에 유의미한 자취를 남기기 위해 노력하는 브랜드디자인의 철학을 담고 있다. 관람료는 무료였으며, 전시 추진 결과 2023년 12월 31일 기준 일평균 262명의 관람객이 방문해 전체 관람객 수는 8,367명에 달했다. 관람 만족도는 95.9%로 나타났다.



DDP 포럼 개최 및 운영(총 4회)

DDP 포럼은 국내외 최정상 디자이너와 전문가들을 연사로 섭외하여 시민 대상으로 디자인 지식을 확산하기 위해 진행되었다. 참여는 DDP 홈페이지를 통한 신청이나 현장 신청을 통해 이루어졌으며, DDP 포럼 Vol.34에서 Vol.37까지 총 4회가 개최되었다. 먼저, 6월 15일에 DDP 디자인랩 3층 디자인홀에서 열린 ‘건축을 대상으로 한 기록의 미학’이라는 주제의 포럼은 건축의 기록을 사진을 통해 대중에게 전달하고 그 기록물의 가치에 대해 논의했다. 이 포럼에는 건축사진가 김용관, 영화사 기린그림 대표 김종신, 드로잉 리서치 대표 권태훈, 그리고 사이트앤페이지 대표 박성진이 모더레이터로 참여했다.

다음으로, 9월 1일에 열린 Vol.35 『디지털 안의 자연』 포럼은 자연과 환경을 주제로 작품을 제작하는 두 작가의 기술과 방법, 그리고 감성을 자극하는 요소에 대해 이야기했다. 이 포럼에는 작가 미구엘 슈발리에와 댄 아셔, 그리고 모더레이터인 Hzone 창립자이자 디렉터인 이대형이 참여했다. 11월 10일에 열린 Vol.36 『낙관주의+대담성+인간』 포럼에서는 구글이 거쳐 온 디자인의 역사를 소개하고 ‘낙관적인’ 접근 방식을 가능하게 한 구글의 정신에 대해 논의했다. 이 포럼에는 구글 디자인 디렉터 클로드 젤웨거와 구글 신임 디자인 리더 박상수가 참여했다. 마지막으로, 11월 17일 Vol.37 『아름다운 숫자들』 포럼에서는 디자인의 거장 스테판 사그마이스터가 『Beautiful Numbers』의 제작 과정과 전시 주제에 대한 깊이 있는 이야기를 나누었다. 이 포럼에는 스테판 사그마이스터와 월간디자인 편집장 최명환이 참여했다.



Vol.34 건축을 대상으로 한 기록의 미학

건축의 미학적 양상은 시대의 흐름에 따라 변화하고 있으며, 이 변화를 기록하는 방식과 형식 또한 빠르게 발전하고 있다. 건축 사진은 여전히 중심적인 매체로 자리 잡고 있지만, 디지털 기술의 도입과 드론 등의 새로운 시각 표현 방법이 부각되고 있다. 또한 건축 영상은 복합적인 형태로 발전하며 건축과 도시의 새로운 콘텐츠로 자리 잡고 있다. 그리고 그림은 건축의 근본적인 기록 언어로서 역할을 하며, 건축의 생산과 기록에 모두 중요한 기능을 한다. 이러한 기록은 건축 자체를 변화시키는 것은 아니지만, 건축에 대한 인식과 가치체계에 깊은 영향을 미친다. 이번 DDP 포럼에서는 『관계의 기록, 풍경으로의 건축』 전시의 주제를 확장하여 건축의 미학적 기록 양상에 대해 살펴보았다.

발제 1 관계의 기록, 기록의 가치 김용관	사진은 건축물을 기록하고 대중에게 전달하는 가장 기본적인 매체다. 건축가의 작업을 기록하고 넓게는 도시의 일부를 사진으로 남기는 사진가로서의 관점과 역할, 그리고 그 기록물의 가치에 대해 사례를 통해 논의하였다.
발제 2 건축과 영상과 다큐멘터리 김종신	18세기 샤를루이 클레리소의 페인팅과 현대 건축 영상과 다큐멘터리를 중심으로 건축 기록의 사례를 다루었다. 빌라 사보아, 자코 따피의 극영화들과 KOSMOS, 우란 문화재단, 알로이시오 기지 등의 건축 영상 사례와 「이타미 준의 바다」(2019), 「위대한 계약」(2022), 「땅에 쓰는 시」(EIDF 개막작) 등의 건축 다큐멘터를 통해 기록과 예술적 표현의 관계를 탐구하였다.
발제 3 빌라 로톤다와 우리 집 삼광빌라 권태훈	건축 도면은 클라이언트 설득과 시공 정보 전달을 위한 도구일 뿐만 아니라, 건축가 개인의 사상과 건축관을 드러내는 도구로서의 역할을 한다. 이번 포럼에서는 「파사드 서울」, 「빌라 샷시」, 그리고 「타워 빌라 프로젝트」를 통해 건축의 기록과 분석이 창작의 과정으로 어떻게 진화하는지를 살펴보았다.



Vol.35 Digital Nature

인간과 자연 사이를 다시 연결하는 디지털 네이처

도시화의 증가와 생활 습관의 변화로 인해 사람들은 자연 세계를 경험하고 배울 기회를 점점 잃어가고 있다. 이에 따라 개인적인 웰빙뿐만 아니라 인류 전체의 생존을 위협하는 환경 문제와 사회적 연대의 부족 등 여러 부정적인 영향을 받고 있다. 하지만 우리는 디지털 테크놀로지를 통해 원격으로 자연을 간접적으로 경험하는 시대를 살고 있다. 이제는 단순히 자연의 이미지를 감상하는 것을 넘어서, 사람들을 직접 자연에 연결하는 감성적 테크놀로지를 상상해야 할 때이다. 포럼 『디지털 네이처』는 21세기 도시를 정의하는 미디어 파사드, 스마트폰, 프로젝션, 반응형 센서 등의 테크놀로지를 어떻게 이해하고 해석해야 할지에 대해 논의하며, 이를 통해 인류와 자연 사이의 감성적 상호작용과 공감 능력을 회복할 방안을 모색한다. 이를 위해 세계적인 미디어 아티스트인 미구엘 슈발리에(프랑스)와 댄 아셔(스위스)의 작품세계를 직접 만나고, 그들의 작업을 통해 사람들이 자연과 다시 연결되며 사회적 연대를 회복하고, 결국 이 지구라는 행성에서 인류 모두가 연대하여 지속가능한 삶을 살아가는 지혜를 찾는다.

SESSION 1 디지털 안의 자연 미구엘 슈발리에	미구엘 슈발리에에는 예술 작업에서 지속적으로 자연을 주제로 다루고 있다. 그의 작업은 식물의 왕국에 대한 면밀한 관찰과 디지털 우주에서 이루어지는 상상의 운반 시스템을 기반으로 한다. 그는 여러 다른 가상의 식물표본실을 창조하여 이를 통해 대형 이미지로 투사된 가상의 정원을 창조했다. DDP 포럼에서 슈발리에에는 특히 상상의 가상 자연인 메타자연 시를 선보이며, 서울라이트 DDP의 일환으로 DDP 건물에 투사하는 기념비적인 작업에서는 인공지능이 만든 꽃과 풀잎을 처음으로 담아냈다.
SESSION 2 변화를 위한 창작 댄 아셔	댄 아셔는 도시를 다양한 배경의 시민들을 위한 놀이터로 생각한다. 그는 개인 또는 집단이 상호 소통하고 시대의 이슈에 동참할 기회를 제공하며, 자연과 환경이 그의 작업에서 가장 중요한 주제임을 강조한다. 포럼을 통해 댄 아셔는 자신이 사용하는 기술과 방법을 설명하며, 감성을 자극하는 요소에 관해 이야기하고, 인간은 자신보다 더 큰 무언가를 위하여 살아야 한다는 메시지를 강연을 통해 전달하고자 하였다.



Vol.36 Human Optimistic Daring

낙관주의 + 대담성

클로드 젤웨거

2023년은 구글이 최초로 픽셀 기기를 출시한 지 8년이 되는 해다. 이 시점에서 구글은 제품 포트폴리오를 확장하며 우리 삶의 여러 부분에 혁신을 가져왔다. 특히 구글은 현재 인공지능 기반의 통합 방향으로 발전하고 있다. 본 강연에서 구글의 디자인 디렉터인 클로드 젤웨거는 구글이 거쳐온 디자인 역사를 소개하고, 청중이 기술에 대해 '낙관적인' 접근 방식을 이해할 수 있도록 안내하였다. 또한 인공지능의 중요성을 강조하며, 구글이 제시하는 미래 비전과 인공지능이 우리의 삶, 산업계, 그리고 디자이너의 역할에 미칠 영향에 관해 설명하였다.

[인간] 박상수

디자인의 역할은 더 이상 훌륭한 제품을 만드는 것에 그치지 않는다. 세계는 전례 없는 도전에 직면하고 있으며, 디자이너들은 더 큰 책임을 맡아야 한다. 이 배경 속에서 윤리적 디자인의 중요성이 강조되고 있다. 구글의 수석 산업 디자이너인 박상수는 청중에게 윤리적 디자인 프레임워크를 소개하고, 구글이 추구하는 윤리적 디자인의 방향과 함께 'Human'이라는 관점에서의 디자인에 대해 강연하였다.



Vol.37 「Beautiful Numbers」

본 강연에서는 디자인 거장 스테판 사그마이스터가 DDP 특별전 『Now is Better』의 작품 시리즈 「Beautiful Numbers」의 제작 과정과 전시 주제에 대해 깊이 있는 이야기를 나눴다. 현대 미디어에서 부정적인 묘사가 끊임없이 유입되는 상황에서, 그는 한발 물러나 보다 넓은 시각으로 세상을 관찰하도록 독려한다. 그의 작품에 사용된 다양한 데이터는 온실가스 감소량부터 민주화 진전에 이르기까지 인류의 거의 모든 측면에서 긍정적인 변화를 경험했다는 장기적인 관점을 제시한다. 이러한 '아름다운 숫자들'은 놀라운 데이터 시각화로 표현되며, 엔틱 회화, 렌티큘러, 유리잔, 의류 등 다양한 매체와 결합하여 긍정적인 메시지를 전달한다.



5-1-3. 오픈큐레이팅

개요	
구분	서울디자인재단
사업명	DDP 오픈큐레이팅
팀명	DDP운영본부 전시사업실 전시1팀
예산명	청년창작자 양성사업
키워드	#DDP오픈큐레이팅 #디자인전시 #갤러리문 #둘레길갤러리

서울디자인재단은 다양하고 창의적인 아이디어를 실현하는 플랫폼을 마련하기 위해 2015년부터 ‘DDP 오픈큐레이팅’이라는 이름으로 매년 공모를 통해 신진 전시 기획자와 디자이너를 발굴해 왔다. 이 프로그램은 다양하고 창의적인 아이디어를 실현할 수 있는 플랫폼을 제공하며, 공모를 통해 선정된 전시 기획자(팀)에게는 DDP 내 전시 공간과 운영 경비 일부를 지원한다. 또한, DDP 홈페이지와 SNS를 통해 홍보를 지원하고 있다.

‘DDP 오픈큐레이팅’은 장르와 형식에 구애받지 않고 실험적인 디자인 전시를 개최할 기회를 제공하여 청년 창작자들의 역량을 발굴하고, 시민들에게 양질의 디자인 콘텐츠를 제공하는 것을 목적으로 한다. 2023년 공모는 자율 주제로 진행되었으며, DDP의 가치를 반영한 디자인, 건축, 패션, 아트 및 서울시의 현재와 미래를 조명하는 모든 분야에서 제한 없이 제안을 받았다. 전시 기획안에는 전시 기간 DDP 공간을 활용한 홍보와 관람객 대상 교육 및 체험 활동방안도 포함되었다.

지원 대상은 전시 및 부대행사 기획과 실행이 가능한 신진 전시기획자 및 디자이너로, 전시기획 경력 최소 1회 이상 있는 단체 또는 개인이었다. 선정된 팀에게는 팀당 1,000만 원의 전시 경비를 지원했으며, 전시 장소는 DDP 갤러리문(341㎡) 혹은 뮤지엄 3층 DDP 둘레길갤러리(370㎡) 중 선택할 수 있었다. 2022년 12월 19일부터 2023년 1월 19일까지 진행된 모집 공고에는 31개의 제안서가 접수되었으며, 선정위원회의 심사를 거쳐 최종 5개 팀이 선정되었다. 2023년 오픈큐레이팅 공모 경쟁률은 6.2:1로 전년 대비 6.9% 증가한 수치였다.

DDP 오픈큐레이팅 공모 결과

구분	2022년	2023년
주제	자율 주제	자율 주제
선정	5개	5개
응모	29개	31개
경쟁률	5.8:1	6.2:1

2023년에 선정된 5개 팀의 전시(Vol.27~31)가 2023년 4월 16일부터 2024년 3월 31일까지 DDP 뮤지엄 3층 둘레길갤러리와 디자인랩 1층에서 열렸다. 27번째 오픈큐레이팅 전시이자 2023년도 첫 전시는 루체테 아트 컴퍼니가 기획한 『As Your Wish』로, 신민규, 김민직, 정동훈, 이승정 작가가 참여했다. 이 전시는 키네틱 아트와 인터랙티브 아트 작품을 통해 관람객을 과거에서 미래로 향하는 환상이 가득한 세계로 안내했다. 디지털 기술이 적용된 뉴미디어아트 작품과 관람객의 참여로 완성되는 작품들을 전시하여, 관람객의 적극적인 참여를 유도함으로써 좋은 반응을 얻었다.

이어서 28번째 오픈큐레이팅 전시는 영동상상팀이 기획한 『꿀값쇼: 동니버스, 다음 세대 문자의 침공』으로, 5월 20일부터 6월 18일까지 열렸다. 영동상상은 폰트를 소재로 다채로운 상상력을 펼치는 디자인 스튜디오로, 이번 전시에서는 글자가 중심이 되는 영동한 세계 ‘동니버스’를 테마로 글자 꿀(Form)의 값(Value)을 재정의했다. 서체를 영화 형식으로 재미있게 전달하여 MZ세대의 이목을 이끌 수 있는 감성적인 전시였다.

29번째 오픈큐레이팅 전시는 김김랩이 기획한 『I Scream』으로 6월 23일부터 8월 20일까지 18,152명이라는 기록적인 관람객을 유치했다. 김김랩이라는 이름으로 활동하는 김나운 작가는 ‘Ice cream’과 ‘I Scream’이라는 언어유희에 주목해 차가운 아이스크림이 사랑에 빠지면서 생길 수 있는 상황을 전시로 풀어냈다. 사랑에 빠질수록 마음이 따뜻해져 자신은 녹지만, 뜨거워지는 마음은 멈출 수 없다는 비극적이면서도 행복한 모순적인 결말을 관람객들에게 선사했으며, 이러한 ‘녹아내림’이라는 양면적 반응을 아이스크림이라는 매개를 통해 표현했다. 본 전시는 오픈큐레이팅 사업 목적에 맞는 신진 디자이너를 발굴하고 계절에 맞게 관람객이 쉴 수 있는 편안한 전시라는 평가를 받았으며, 참여자 307명을 대상으로 진행한 만족도 조사에서 94.3점이라는 높은 점수를 받았다.

30번째 오픈큐레이팅 전시는 스튜디오 아연실색이 기획한 『Midnight in Seoul』로, 9월 1일부터 10월 4일까지 열렸다. 양지예, 정아연, 박창규 작가는 우리가 살아가는 생생한 서울의 시간을 시각 예술로 표현하고 동시대를 살아가는 관람객들과 함께 기록하여 미래로 전달하는 미디어아트 전시를 선보였다. 이 전시는 관람객들이 서울을 다양한 관점과 시각으로 새롭게 바라보고 해석할 기회를 제공하였다.

2023년 12월 15일부터 2024년 3월 31일까지 이어진 31번째 오픈큐레이팅 전시는 『상실의 기록 - 소생하는 기억의 틈』이었다. 김재익 작가는 전시를 통해 각 도시 영역을 구성하는 도시의 재료들로 상실의 기억을 이야기하고, 각자의 경험을 재구성하여 소실된 자아를 회복하는 시간을 마련했다.

2023년 자유주제

Vol.27 As Your Wish



- 내용 : 키네틱 아트와 인터랙티브 아트 작품을 통해 우리를 과거에서 미래로 향하는 환상이 가득한 세계로 안내하는 전시
- 기획팀 : 루체테 아트 컴퍼니
- 전시 기간 : 4. 16. ~ 5. 14.
- 장소 : 돌레길갤러리
- 관람객 : 11,028명

Vol.28 끝값쇼: 동니버스, 다음 세대 문자의 침공



- 내용 : 글자가 중심이 되는 엉뚱한 세계 '동니버스'를 테마로 글자 꼴(Form)의 값(Value)을 재정의한 전시
- 기획팀 : 영동상상
- 전시 기간 : 5. 20. ~ 6. 18.
- 장소 : 돌레길갤러리
- 관람객 : 9,587명

Vol.29 Scream



- 내용 : '녹아내림'이라는 양면적인 반응을 아이스크림이라는 매개를 사용하여 저마다 뜨거웠던 기억을 떠올릴 수 있도록 하는 전시
- 기획팀 : 김김랩
- 전시 기간 : 6. 23. ~ 8. 20.
- 장소 : 갤러리문
- 관람객 : 18,152명

Vol.30 Midnight in Seoul



- 내용 : 우리가 살아가는 서울의 시간을 생생한 시각예술로 표현하고 기록하여 미래로 전달하는 미디어아트 전시
- 기획팀 : 스튜디오 아연실색
- 전시 기간 : 9. 1. ~ 10. 4.
- 장소 : 돌레길갤러리
- 관람객 : 11,519명



- **내용** : 각 도시 영역을 구성하는 도시의 재료들을 통해 상실의 기억을 이야기하고 복원을 통하여 상생을 이야기하는 전시
- **기획팀** : 디아트랙쳐
- **전시 기간** : 2023. 12. 15. ~ 2024. 3. 31.
- **장소** : 갤러리문
- **관람객** : 2,719명

재단은 DDP 오픈크레이팅이라는 공모형 협력전시를 지속적으로 운영하면서 디자인 중심의 전시 기획자를 육성하고 신진 크리에이터에게 등용문의 역할을 했다. 이와 동시에 DDP만의 특화된 디자인 콘텐츠를 확산할 수 있었다. 또한, DDP 오픈크레이팅을 통하여 실험적이고 혁신적인 전시 콘텐츠를 시도할 수 있었으며, 이를 통해 전시 관람객 수 총 53,005명, 전시 만족도 평균 92.2점, DDP 갤러리문 가동률 100% 달성이라는 성과를 이뤘을 수 있었다.

5-1-4. 협력전시

개요

구분	서울디자인재단
사업명	DDP 협력전시
팀명	DDP운영본부 전시사업실 전시1팀
예산명	디자인 협력전시 운영
키워드	#협력전시 #홍보교류 #디자인전문가 #디자인둘레길 #DDP

DDP 협력전시는 양질의 국내외 단체와의 협력을 통해 DDP를 세계와 연결하는 홍보 교류의 장으로서 정체성을 확립하고, 디자인 전문가들의 소통과 관계의 플랫폼 및 청년 디자이너 육성 및 발표의 공간으로 자리매김하여 시민들에게 다양한 문화 경험을 제공하고자 하는 목적에서 추진되었다. 공모 개요로는, 첫 번째 공모인 2022년 DDP 국내외 협력전시 정기 2차 공모가 있었으며, 모집 기간은 2022년 12월 1일부터 12월 30일까지였다. 심사는 2023년 1월 31일 오후 2시부터 5시까지 진행되었고, 전시 기간은 2023년 2월부터 2024년 3월까지 둘레길 A~C구간에서 협의 후 진행되었다. 결과적으로 7건의 전시제안서가 접수 및 심사 완료되었다. 두 번째 공모인 2023년 DDP 협력전시 모집 공고는 모집기간이 2023년 7월 10일부터 7월 15일까지였다. 심사기간은 2023년 8월 3일부터 8월 7일까지 서면 심사로 진행되었으며, 전시 기간은 2023년 11월 중 둘레길 C구간에서 협의 후 진행되었다. 결과적으로 2건의 전시제안서가 접수 및 심사 완료되었다.

2023 협력전시 사업 내용

연번	전시명/협력팀	기간	장소	성과	
				방문자 수	만족도
1	VIDAK 2023 봄 국제초대전 (사)한국시각정보디자인협회	3. 17. ~	둘레길 B 1F - 2F	2,681명 (일평균 383)	92.00
		3. 24.			
2	차원여행 Travel Across Boundaries 주한스위스대사관	5. 12. ~	갤러리문	3,170명 (일평균 102)	95.17
		6. 11.			
3	PUSH KEYSTONE 상명대학교 스페이스디자인 전공	11. 8. ~	둘레길 A B2 - 1F	4,255명 (일평균 473)	96.32
		11. 16.			
4	2023 제35회 대한민국 실내건축대전 (사)한국실내건축가협회	11. 11. ~	둘레길 C 2F - 4F	1,659명 (일평균 553)	92.27
		11. 13.			
5	비평군 상명대학교 생활예술학과	11. 22. ~	둘레길 A B2 - 1F	7,386명 (일평균 492)	94.92
		12. 6.			
6	제21회 한국색채대상, 국제초대전, 대학생 색채디자인 공모전 (사)한국색채학회	11. 23. ~	둘레길 C 2F - 4F	1,659명 (일평균 415)	92.50
		11. 27.			
7	VIDAK 2023 겨울 국제초대전 (사)한국시각정보디자인협회	12. 9. ~	둘레길 C 2F - 4F	4,067명 (일평균 581)	93.21
		12. 15.			

『VIDAK 2023 봄 국제초대전』(사)한국시각정보디자인협회

『VIDAK 2023 봄 국제초대전』의 전시 기간은 2023년 3월 18일부터 3월 24일까지였으며, 전시 장소는 DDP 뮤지엄 1층과 2층 디자인올레길 B 구간이었다. 이번 전시는 서울디자인재단과 (사)한국시각정보디자인협회가 주최했으며, 국내외 35개국 디자이너들이 대거 참가하는 국제전으로 2023년 산업과 문화예술을 이끌 디자이너들의 융합 전시를 선보였다. 부대행사로는 전시 오프닝 및 강연이 있었으며, 행사는 2023년 3월 18일 오전 11시부터 돌레길라운지와 돌레길 B 구간에서 진행되었다. 총관람객 수는 2,681명으로, 일평균 383명이 관람했다. 만족도 조사는 참여자 35명을 대상으로 실시되었으며, 만족도 점수는 92.00점이다. 만족도 평가에서는 “봄에 대한 국내외 다양한 작가의 작품을 볼 수 있어 좋았으며, 전시 방법이 흥미로웠다”는 평가가 나왔다.

『차원여행 Travel Across Boundaries』주한스위스대사관

『차원여행 Travel Across Boundaries』의 전시 기간은 2023년 5월 12일부터 6월 11일까지였으며, 전시 장소는 DDP 갤러리문이었다. 이번 전시는 서울디자인재단과 주한스위스대사관이 주최했으며, 한-스위스 수교 60주년을 기념하여 취리히 연방공과대학교와 취리히 대학교의 연구를 토대로 인공지능과 메타버스가 우리 사회와 지구 환경을 위한 연구 도구로 사용되는 사례를 보여주는 전시였다. 전시장에 들어서면 양국의 우정을 나타내는 나란히 걷는 꽃(스위스:에델바이스, 한국:무궁화) 캐릭터가 관람객을 맞았다. 전시 공간은 혼합현실 전시를 선보인 ‘메타 관광’과 세계 곳곳에 설치된 카메라에 찍힌 동물영상을 인공지능(AI) 기술이 분석한 결과인 ‘움직임으로 촉발되다’로 나뉘어, 관람객에게 디지털 기술을 이용해 시공간을 넘나드는 차원 여행을 선사했다.



차원여행 Travel Across Boundaries



부대행사로는 전시 오프닝 행사가 있었으며, 행사는 5월 11일 저녁 6시부터 7시까지 갤러리문에서 진행되었다. 총관람객 수는 3,170명으로, 일평균 102명이 관람했다. 만족도 조사는 참여자 180명을 대상으로 실시되었으며, 만족도 점수는 95.17점이었다. 만족도 평가에서는 “가상현실이 환경과 사회 커뮤니티에 어떤 영향과 힘을 가질 수 있는지 생각해 볼 수 있는 전시”라는 평가가 나왔다.

『PUSH KEYSTONE』상명대학교 스페이스디자인전공

『PUSH KEYSTONE』전시는 2023년 11월 8일부터 11월 16일까지 열렸으며, 전시 장소는 DDP 뮤지엄 B2F에서 1F 디자인올레길 A까지였다. 이번 전시는 서울디자인재단과 상명대학교 스페이스디자인전공이 주최했으며, 상명대 스페이스디자인전공의 우수 학생들이 서로 다른 시선과 그들이 각각 가지고 있는 공간적 경험을 통한 상상력으로 공간 네러티브를 재구성한 전시였다. 부대행사로는 전시 오프닝 행사가 있었으며, 행사는 11월 11일 오후 1시 30분에 돌레길 A에서 진행되었다. 본 전시의 총관람객 수는 4,255명으로, 일평균 473명이 관람했다. 만족도 조사는 참여자 57명을 대상으로 실시되었으며, 만족도 점수는 96.32점이었다. 만족도 평가에서는 “학생들의 열정이 돋보이며, 통로를 전시 공간으로 활용하여 이동하는 동안 전시를 관람할 수 있어 매우 흥미로웠다.”라는 평가가 나왔다.

『제35회 2023 대한민국 실내건축대전』(사)한국실내건축가협회

『제35회 2023 대한민국 실내건축대전』의 전시 기간은 2023년 11월 11일부터 11월 13일까지였으며, 전시 장소는 DDP 뮤지엄 2층에서 4층 디자인올레길 C까지였다. 본 전시는 서울디자인재단과 (사)한국실내건축가협회가 주최했으며, 대한민국 실내건축대전으로서 실내건축 디자인의 저변



차원여행 Travel Across Boundaries

을 확대하고 유능하며 참신한 디자이너를 발굴하는 공모전에서 선정된 100개의 패널 및 입체모형 작품을 전시했다. 부대행사로는 전시 오프닝 및 우수 전시 작품 수상 행사가 있었으며, 행사는 11월 11일 오후 2시에 디자인홀, 돌레길 라운지, 돌레길 C에서 진행되었다. 총관람객 수는 1,659명으로, 일평균 553명이 관람했다. 만족도 조사는 참여자 22명을 대상으로 실시되었으며, 만족도 점수는 92.27점이었다. 만족도 평가는 “다양한 실내건축에 대한 작품을 볼 수 있어서 만족한 전시” 등의 평가가 나왔다.

『비평균』 상명대학교 생활예술학과

『비평균』의 전시 기간은 2023년 11월 22일부터 12월 6일까지였으며, 전시 장소는 DDP 뮤지엄 B2층에서 1층 디자인돌레길 A까지였다. 이번 전시는 서울디자인재단과 상명대학교 생활예술학과가 주최했으며, 상명대학교 생활예술전공 학생들이 각자의 ‘비평균’을 아트퍼니처와 텍스타일이라는 매개체를 통해 표현한 전시를 선보였다. 부대행사로는 전시 오프닝 행사가 있었으며, 행사는 11월 22일 오후 6시에 돌레길 A에서 진행되었다. 총관람객 수는 7,386명으로, 일평균 492명이 관람했다. 만족도 조사는 참여자 61명을 대상으로 실시되었으며, 만족도 점수는 94.92점이었다. 만족도 평가에서 “감성이 살아있는 것 같은 작품과 각각의 작품의 완성도와 그 의미들이 흥미로웠던 전시” 등의 평가가 나왔다.



비평균



제35회 2023 대한민국 실내건축대전

『제21회 한국색채대상, 국제초대전, 대학생색채디자인 공모전』 (사)한국색채학회

본 전시의 전시 기간은 2023년 11월 23일부터 11월 27일까지였으며, 전시 장소는 DDP 뮤지엄 2층에서 4층 디자인돌레길 C까지였다. 이번 전시는 서울디자인재단과 (사)한국색채학회가 주최했으며, 색채에 대한 과학적, 학술적 탐구뿐만 아니라 색채 예술 및 디자인 활성화를 위해 다양한 분야에서 활동하고 있는 회원 프로젝트 및 색채 이미지 작품을 전시했다. 부대행사로는 전시 오프닝 행사와 학술발표대회가 있었으며, 행사는 11월 25일 오후 1시에 디자인홀, 돌레길라운지, 돌레길 C에서 진행되었다. 총관람객 수는 1,659명으로, 일평균 415명이 관람했다. 만족도 조사는 참여자 12명을 대상으로 실시되었으며, 만족도 점수는 92.50점이었다. 만족도 평가는 “전시 디스플레이 및 기획이 흥미로운 전시”라는 평가가 나왔다.

『VIDAK 2023 겨울 국제초대전』 (사)한국시각정보디자인협회

『VIDAK 2023 겨울 국제초대전』의 전시 기간은 2023년 12월 9일부터 12월 15일까지였으며, 전시 장소는 DDP 뮤지엄 2층에서 4층 디자인돌레길 C까지였다. 이번 전시는 서울디자인재단과 (사)한국시각정보디자인협회가 주최했으며, 주제는 ‘전쟁과 평화 그리고, 지금_국경을 넘는 평화의 시작’이었다. 국내외 디자이너들이 다양한 시각으로 이 주제를 풀어내었다. 부대행사로는 전시 오프닝 행사와 강연이 있었으며, 행사는 12월 9일 오전 11시에 디자인홀, 돌레길 C에서 진행되었다. 총관람객 수는 4,067명으로, 일평균 581명이 관람했다. 만족도 조사는 참여자 78명을 대상으로 실시되었으며, 만족도 점수는 93.21점이었다. 만족도 평가는 “시의적절한 주제를 전문가들의 그래픽 디자인으로 볼 수 있어서 무척 인상적이었던 전시”라는 평가가 나왔다.

5-1-5. K-컬처 전시

개요

구분	서울디자인재단
사업명	K-컬처(서울디자인자산) 전시
팀명	DDP운영본부 전시사업실 전시1팀
예산명	서울디자인자산 운영, 디자인뮤지엄 기획전시
키워드	#K-팝 #K-스팟 #관광객

서울디자인재단은 K-컬처의 위상을 높이고 지속적인 관심을 유도하기 위해 K-팝과 K-스팟을 흥미롭게 경험할 수 있는 전시를 기획했다. 전세계적으로 사랑받고 있는 K-팝의 변화와 발전을 시간의 흐름을 통해 보여주고, 현재의 K-팝을 직접 체험할 수 있는 공간을 마련하여 국내외 방문객들의 관심과 흥미를 끌고자 하였다. 또한 서울의 우수한 문화, 역사, 도시환경을 디자인 관점에서 재발견하고, 2022년 선정한 서울디자인자산 40선을 K-컬처와 연계된 방식으로 소개하여 K-스팟으로서의 가치를 높이고자 하였다.

여기에 한류의 중심인 K-팝에 디자인, 패션, 일러스트 작품 등 다양한 시각적 요소를 접목하여 『Design Dream Land: Fall in K-POP』 전시를 개최하였다. 이 전시에서는 K-팝이 세계적으로 알려지기까지의 발전과정과 현재의 K-팝을 디자인적 요소와 함께 흥미롭게 보여주었으며, DDP 디자인랩 3층의 공간을 활성화하고 방문 유도하기 위해 해당 공간에서 전시하였다. K-팝의 시간을 보여주는 연표를 전시하기 위해 K-팝 저서의 저자와 협력하여 자문을 받았고, 서울디자인자산 중 K-팝과 관련된 특별한 장소들을 소개하는 K-스팟 지도를 제작하여 외국인 관광객들에게 서울을 더욱 잘 알릴 수 있도록 하였다. 또한 엔터테인먼트 산업 관계자들과 미팅을 통해 현재 K-팝의 주요 관심사가 무엇인지를 조사하고, SM엔터테인먼트의 아이돌 의상을 대여하여 전시에 활용함으로써 전시의 방향성을 설정하였다. 이를 통해 K-팝 그룹의 세계관과 음반 컨셉을 보여주는 내용을 구성하였다. 홍보 부분을 살펴보면 총 27건의 온라인 매체 보도를 통해 K-팝 전시를 성공적으로 소개하였고, DDP 공식 인스타그램 계정에서는 총 4건의 게시물이 9,346명의 좋아요를 받았다. 또한 SM엔터테인먼트의 공식 인스타그램 계정에서 올라간 전시 홍보물은 약 99,376명의 좋아요를 받으며 K-팝에 대한 세계적인 관심을 확인할 수 있었다. 전시 기간 총관람객 수는 25,488명이며, 일평균 254명을 기록하여 DDP 3층 디자인랩의 활성화에 크게 기여하였다.

QR코드
링크



K-컬처 전시 소개



5-1-6. 서울디자인정원

개요

구분	서울디자인재단
사업명	2023순천만국제정원박람회 서울디자인정원 운영
팀명	DDP운영본부 마케팅팀
예산명	서울디자인정원 조성
키워드	#서울디자인정원 #2023순천만국제정원박람회 #DDP

서울디자인정원은 2023년 4월 1일부터 10월 31일까지 2023순천만국제정원박람회 순천만국가정원 내 규모 600㎡로 조성되었다. '서울의 열정과 디자인을 담다'를 주제로 서울의 창조성, 열정을 상징하는 붉은색 흐름의 수목과 DDP 유기적 형태를 모티브로 한 디자인 조형물 시민쉼터, 동대문운동장의 조명탑을 모티브로 한 가로등 조형물 등을 운영했다. 해치 조형물 설치 및 이벤트, 하트장미 포토존, 수국 포토존 등 시민참여 체험프로그램을 통해 서울디자인정원 방문객들에게 행복을 줄 수 있었다. 많은 관심과 성원에 감사하는 마음으로 굿바이 서울디자인정원 온라인 이벤트를 통해 시민들과 소통을 하기도 했다. "DDP에서 순천만국제정원박람회까지 '서울디자인정원'을 만들



었는지 몰랐다. 가보고 싶다.", "작은 DDP 서울디자인정원이 있어 정말 신기하다." 등 1,217명의 진심 어린 응원과 축하 메시지가 가슴을 따뜻하게 만들어 주었다.

2023년 순천만국제정원박람회는 980만 명의 관람객을 기록하며 10월 31일 성공적으로 폐막했다. 본 박람회는 DDP를 운영하는 서울디자인재단이 '서울디자인정원'을 조성한 곳으로서, 특히 DDP의 형상을 현대적으로 표현한 휴게공간과 독특한 디자인 조형물로 관람객들에게 주목받았다. 폐막 이후, 서울디자인재단은 '서울디자인정원'을 순천시에 기증하여 서울과 순천의 문화 교류와 협력을 지속하고 있다.

2023순천만국제정원박람회에 참여한 '서울디자인정원'은 순천과 서울 간의 연결고리로 주목받았다. 서울디자인재단이 조성하고 운영한 이 정원은 노관규 순천시장의 요청에 따른 협력 결과물로, 서울시는 기존 '서울정원'에 추가하여 올해 '서울디자인정원'을 새롭게 조성했다. 정원은 순천만국제정원박람회의 국가정원 내 600㎡ 부지에 위치하고 있으며, 주요 기능은 관람객들에게 휴식공간을 제공하는 것이다. DDP를 형상화한 시민쉼터 아래서 편안한 음악을 감상하며 휴식할 수 있도록 하였고, 독특한 조형물을 설치하여 사진 촬영을 유도하는 포토스팟으로 자리 잡았다. 특히 야간에는 DDP의 과거와 현재를 상징하는 조명탑과 화려한 조명이 관람객들에게 인기를 끌었다. 2023순천만정원박람회는 목표치인 800만을 훌쩍 넘어 980만 관람객을 기록하며 성공적으로 폐막하였다. 순천시는 이후에도 방문객들의 요구에 부응하기 위해 국가정원을 재개방하고 서울디자인정원의 지속가능한 운영을 위해 보수 및 조경 작업을 진행했다.

순천과 DDP의 협력은 박람회 이후에도 지속될 전망이다. 순천시는 애니메이션과 결합한 'K-문화 콘텐츠 산업 특구'로 박람회장을 발전시킬 계획을 발표하였다. 서울디자인재단의 이경돈 대표이사는 "DDP가 다양한 K-문화콘텐츠를 선보이는 문화시설로서 한국을 대표한다면, 순천과의 지속적인 협력을 통해 더 많은 성과를 기대할 수 있을 것"이라 말했다.

5-1-7. 디지털디자인 45133

개요

구분	서울디자인재단
사업명	DDP 45133
팀명	DDP운영본부 전시사업실 디지털디자인팀
예산명	디지털디자인 전시 운영, 디지털디자인 활성화
키워드	#디지털디자인 #NFT #외장패널45133 #공공가치나눔

DDP의 외벽은 총 45,133개의 알루미늄 패널로 이루어져 있다. 이 패널은 혁신적인 기술을 적용해 크기, 기울기, 타공, 색깔 등 각기 모양이 다른 세계적인 비정형 건축물을 탄생시켰다. 그리고 서울디자인재단은 DDP의 외장패널에 디지털 기술을 접목한 『DDP 45133』 사업을 추진하였다. 『DDP 45133』은 45,133개의 DDP 외장패널을 웹3.0을 대표하는 분야 중 하나인 NFT화 하여 시민들과 함께 나누며 새로운 가치를 창출하고자 진행된 프로젝트이다. 공공시설물을 NFT화 하고 그 가치를 시민들과 함께 나누는다는 개념은 공공분야에서 첫 사례이기도 하다.

2023년, 재단은 『DDP 45133』의 첫 시작으로 DDP를 설계한 자하 하디드 아키텍츠와 협력으로 NFT를 발행하고, 이를 통해 DDP 브랜드의 신(新) 가치 창출 및 시민들에 새로운 디지털디자인문화 향유의 기회를 제공하고자 하였다.

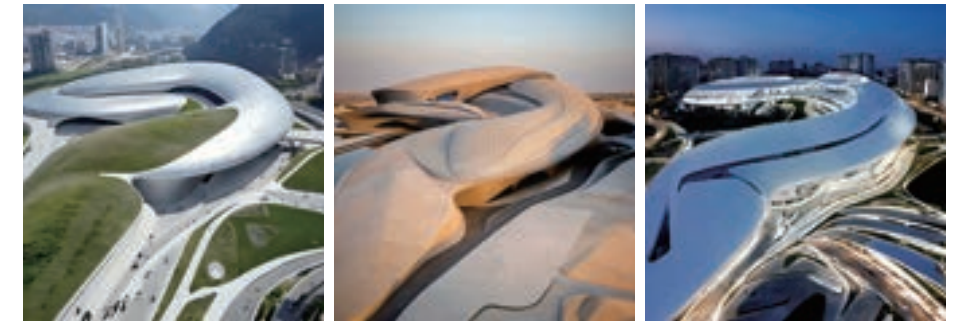
건축물을 NFT로 발행하는 프로젝트는 공공분야에서 첫 사례이기에 사업 초기 단계부터 변호사, NFT 사업 관련 기관, 기업에 다양한 자문 및 법률 검토를 추진하였고 NFT 및 미디어 분야의 전문가로 구성된 협력네트워크를 구성했다.

또한 『DDP 45133』사업에 대한 이해도를 높이고 내러티브를 구축하기 위해 DDP의 외장패널을 모티브로 ‘예술과 기술이 하나되는 DDP 45133’이라는 슬로건 아래 예술과 기술이 결합된 미래지향적 경험을 제시하는 브랜드로서 정립하고자 했다. 또한 『DDP 45133』의 브랜드 로고와 이를 활용한 디자인 가이드라인을 개발하였다.

그리고 ‘예술과 기술이 하나되는 DDP 45133’의 첫 번째 작품으로서 자하 하디드 아키텍츠와 협력하여 『45133 스페셜 NFT』를 개발·발행하였다. 자하 하디드 아키텍츠는 건축가 자하 하디드

(1950~2016)가 설립한 영국의 건축 스튜디오로서 주요 작품으로는 동대문디자인플라자(DDP)를 비롯해 로마의 막시 국립 미술 박물관, 런던 2012 올림픽 수영장, 라이프치히의 BMW 중앙 건물, 옥스퍼드 대학교 중동 센터, 그리고 베이징 다싱 국제공항 등이 있으며, 이번 프로젝트를 위해 서울디자인재단과 9월부터 12월까지 12회에 걸친 자하 하디드 스페셜 NFT 기획 협력회의를 진행하고 업무협약 계약을 체결하는 등 적극적으로 개발에 참여하였다.

『45133 스페셜 NFT』는 자하 하디드 아키텍츠가 초기 설계한 DDP의 3D 모델을 기반으로 AI 기술을 활용하여 3가지 스타일로 변형한 DDP 트랜스포메이션스(DDP Transformations) 애니메이션 아트를 담았다. 해당 NFT는 2023년 12월 21일 1차 발행을 시작으로 2024년 1월 3일, 2024년 1월 15일 각 2, 3차 발행되었다. 발행 회차별 11종 100개 에디션씩 발행되어 총 33종 3,300개의 NFT가 발행되었고 개당 30,000원에 판매되었다.



1차 발행(2023. 12. 21.)
11종 100개 에디션

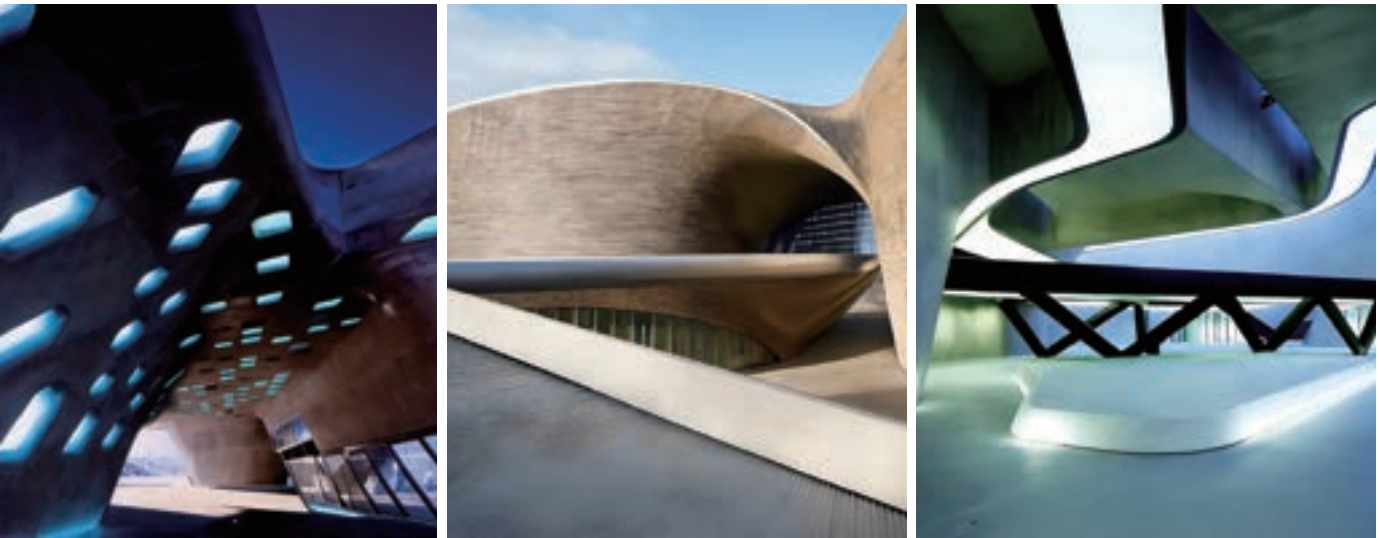
2차 발행(2024. 1. 3.)
11종 100개 에디션

3차 발행(2024. 1. 15.)
11종 100개 에디션

DDP 최초 설계 3D모델 및 AI 기술을 활용한 이미지 개발

1차 발행된 DDP 스페셜 NFT에 담긴 건축물 이미지에 AI 모델을 입혀 상상의 공간으로 새롭게 연출





DDP와 시로 결합된 건축물(NFT)

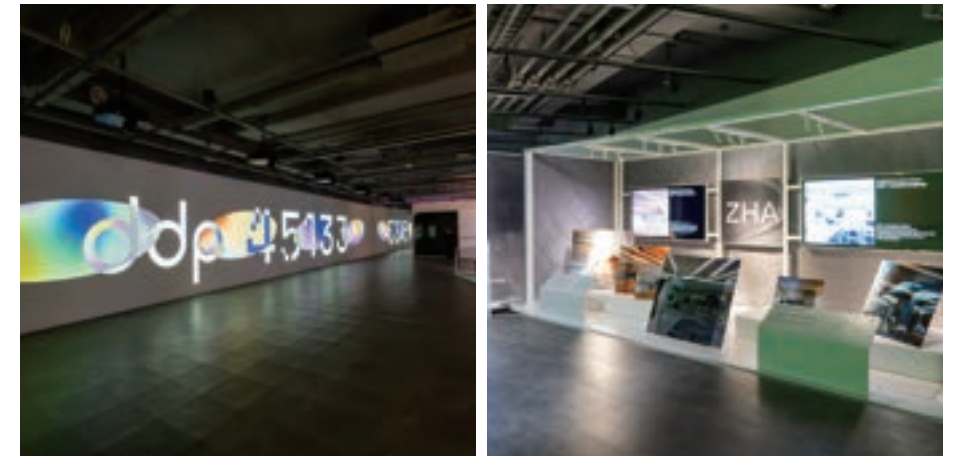
비트라소방서(독일), 도미니언 타워(러시아), 갤럭시 소호(중국), 파에노과학센터(독일), 헤이다르 알리에프 센터(아제르바이잔), BMW 공장 센트럴빌딩(독일), 인피니투스 플라자(중국), BEEAH 그룹 본사(아랍에미리트) 등

특히 NFT를 구매한 시민은 2024년부터 DDP 주요전시 행사 할인 및 DDP디자인스토어 10% 할인 등의 혜택을 받는다. 또한 서울디자인재단은 『45133 스페셜 NFT』 판매 수익금을 기후변화, 전쟁, 지진 등 고통받은 세계인들을 위해 사용하여 인류애를 실천하고자 하였다.

이 외에도, 서울디자인재단은 『DDP 45133』을 홍보하기 위해 '우주'를 키워드로 예술과 기술로 하나되는 스페이스라는 의미를 담은 10초 분량의 아트워크 2종을 각 3,300개의 NFT로 발행하여 총 6,600개의 NFT를 무료로 에어드롭 하는 이벤트를 진행하였다. 특히 1차는 발행 3일, 2차는 발행 1일 만에 전량 소진되는 성과를 얻었다.

NFT 에어드롭이란?

NFT 플랫폼에서 사용자에게 NFT를 무료로 나누어 주는 것을 의미한다. 기업의 마케팅이나 고객의 충성도를 높이는 데 활용된다.

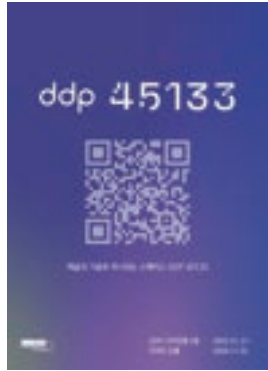


DDP 45133 NFT 전시

이 과정에서 서울디자인재단은 NFT에 대한 진입장벽을 낮추기 위해 카카오계열사인 그라운드엑스와 MOU를 체결하여 카카오 앱에서 손쉽게 접근할 수 있는 클립드롭스 NFT 마켓을 통해 발행할 수 있었다.

클립드롭스란 한정판 디지털 창작물을 큐레이션 하여 판매하는 서비스로서, 기존 암호화폐를 활용한 NFT 구매는 물론 다양한 결제수단(휴대폰 소액결제, 카드결제)까지 지원하고 있으며 카카오톡 앱을 통해 누구나 간편하게 가입, NFT 구매, 소장이 가능하다는 장점이 있다.

또한, 서울디자인재단은 『DDP 45133』의 비전과 소개 및 『45133 스페셜 NFT』 소개를 위해 DDP 디자인랩 3층 디자인쇼룸에 전시관을 조성하고 DDP 45133 전시를 진행하였다. 이 전시는 2023년 12월 21일부터 2024년 11월 30일 기간 내 진행될 예정이다. 전시 관람객은 2023년 12월 31일 기준 4,115명으로 전시의 만족도는 95.2%였다.

	전시명	『DDP 45133』
	전시 기간	2023. 12. 21. ~ 2024. 11. 30.
	전시 장소	DDP디자인랩 3층 디자인쇼룸
전시 설명	DDP를 둘러싼 총 45,133개의 알루미늄 패널이 저마다 다른 모습을 하는 것은 마치 우주를 구성하는 모든 존재의 다양성과 유사하다. 서로 다른 다양성과 그 조화를 통해 만들어내는 우주는 바로 DDP 45133이 추구하고자 하는 새로운 공간이며 지향하는 가치이다. DDP의 철학이 담긴 고 자하 하디드의 작품으로 시작한 DDP 45133은 세계적인 아티스트 및 시민과 함께 다양성과 조화를 이뤄낼 것이다.	



협력전시 『to the Future』

특히, 12월 21일에 열린 『DDP 45133』의 전시관 오픈식에는 VIP, 및 에어드롬 NFT 소지자를 초청하였고 시민 501명이 참석하여 사업 소개 및 전시, 스페셜 NFT 소개 및 전시 라운딩에 참여하였고 2023년 겨울축제 기간 중 어울림광장에서 진행된 『DDP 45133』 야외 전시도 173,186명이 디지털트윈 전시를 경험하였다.

서울디자인재단은 『DDP 45133』 사업을 추진하며 브랜드 정립과 전문협력 네트워크 구축, 법률 검토, NFT 발행 및 전시장 조성 외에도 다양한 마케팅 활동을 통해 NFT 및 사업에 대한 이해도를 높이고자 노력하였다. 먼저 사업의 사전 홍보를 위해, 웹 3.0 아트 지원플랫폼인 아트디파이낸스(이하 ADF)와 협력전시 『to the Future』를 개최하였다. 이 전시는 7월 31일부터 9월 10일까지 DDP 디자인랩 3층 NFT갤러리에서 진행되었으며 김경수, 김땡땡, 김보슬, 김혜연, 내친구윌슨, 레지나킴, 모준석, 박정인, 왕다연, 이세혁, 임정철, 조산구, 준케이, 최종열, 킨더가든, HuHu, mu_ove, uRock, Weird Nomad Club, WhyR 등 아티스트 총 20명이 참여하여 5가지 주제(DDP 45133, 기후위기, 웹3.0, 비디오아트, 1인 미디어)와 관련된 다양한 디지털미디어 작품을 선보였다. 전시 기간에 총 11,526명이 관람하였고, 전시 만족도는 95.6%였다.


또한 협력전시와 함께 DDP NFT 포럼을 개최하여 『DDP 45133』 사업발표 및 홍보하였다. DDP NFT 포럼에는 프린트베이커리의 다다즈, 마브렉스의 홍진표, 핑거랩스의 남기태, 워커힐호텔&리조트의 김세한 등이 연사로 참여하여 예술과 NFT에 대한 주제로 진행하였다.

『DDP 45133』의 홍보는 오프라인에서 그치지 않고 11월 22일에 서울시에서 구축·운영하는 메타버스 서울 2단계의 DDP맵을 런칭하여 내부 전시장에 『to the Future』 메타버스 협력전시

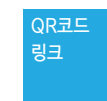


메타버스 내 『to the Future』 협력전시

를 진행하였다. 이 전시를 통해 MZ세대 이용자들에게 디지털디자인 트렌드 경험을 제공하며 동시에 『DDP 45133』의 사업 홍보를 지속하였다.

	공간명	메타버스 DDP
	오픈일	2023. 11. 22.
	전시 장소	메타버스 서울 DDP맵 내외부
공간 설명	메타버스 서울은 2023년 1월 서울시가 출시한 공공 메타버스 플랫폼으로, 3차원 가상공간에서 나를 대신하는 아바타를 통해 활동할 수 있는 소통 채널이다. 2023년 10월 이후 일평균 700명 이상이 방문하며 11월 기준 누적 방문자 수는 15만여 명을 달성했다. DDP맵에서는 DDP 건물의 외벽에서 펼쳐지는 『서울라이트 DDP』를 관람할 수 있다. 내부 전시공간에는 『DDP 45133』 프로젝트의 협력 전시 프로그램을 만나볼 수 있다.	

이 외에도, ‘미래에 대한 생각을 디지털 아트로(6. 20.)’, ‘DDP 45133 중장기 발전위해 맞손(10. 26.)’, ‘예술과 기술로 하나되는 DDP 45133 첫 공개(12. 15.)’ 등 언론홍보 507건 보도하였고, 2023년 11월에는 『DDP 45133』의 글로벌 홍보를 위해 서울디지털재단 협력 스페인 SCEWC 서울관에서 『DDP 45133』 프로젝트를 소개하였다. 또한 2023년 12월에는 시청, DDP, 지하철역사는 물론 서울대공원, 청년허브센터, 전태일 기념관 등 유관시설 110곳에 『DDP 45133』 홍보 영상을 송출하는 등 다양한 홍보 활동을 통해 『DDP 45133』 사업의 취지와 내용을 알리고자 하였다.



DDP 45133
전시 소개



DDP 45133
사업 소개 영상

5-2. 행사



5-2-1. 서울라이트

개요

구분	서울디자인재단
사업명	서울라이트 DDP
팀명	DDP운영본부 전시사업실 전시2팀
예산명	서울라이트 운영
키워드	#서울라이트 DDP #미디어 파사드 #빛축제 #지역상생

서울디자인재단은 DDP를 통해 동대문을 세계적인 명소로 만들기 위해 2019년부터 서울라이트 사업을 추진해 왔다. 서울라이트는 DDP의 굴곡진 외관을 활용하여 222m 초대형 미디어 파사드를 통해 화려한 빛과 영상, 음악을 결합한 도시의 빛 축제로 자리매김하고 있다. 레픽 아나돌(Refik Anadol) 총감독과 국내외 작가들이 협업하여 첨단 기술을 활용한 미디어 파사드를 제작하여 전 세계적인 주목을 받았다.

2023년 서울라이트 DDP는 최초로 가을과 겨울, 총 2회에 걸쳐 개최되었다. 가을 행사는 서울아트위크와 협력하여 8월 31일부터 9월 10일까지 11일간 진행되었으며, 미디어 파사드 외에도 야외 전시, 오프닝 파티, 포럼 등 다양한 프로그램을 통해 참여자들에게 풍성한 문화 경험을 제공했다. 겨울 행사는 12월 21일부터 31일까지 11일간 진행되었으며, 카운트다운 행사, 특별 공연, 크리스마스 마켓 등이 함께 이루어져 다양한 연령대의 관람객들에게 즐거운 축제의 장을 만들었다.

『서울라이트 DDP 2023 가을』

8월 31일부터 11일간 개최된 『서울라이트 DDP 2023 가을』은 미디어 파사드(2종, 59회 상영) 및 야외전시, 부대프로그램으로 구성되었다. 미디어 파사드는 행사 기간에 매일 20:00~22:00 매시 정각 및 30분, 하루에 총 5회 상영되었다. 주말에는 23:00까지 연장하여 하루 총 7회 상영되었다. 보레알리스 DDP는 매일 오후 7시 30분부터 저녁 11시까지 운영되었다. 서울라이트 DDP 2023 가을행사에서는 미디어 파사드 송출 외에도 『DDP가을축제: 디자인&아트(DnA)』 연계 오프닝 파티, 『DDP 포럼 Vol.35』, 『기아 오피짓 유나이티드: 로맨싱 쟈스톤』 등의 다채로운 부대행사가 펼쳐졌고 오세훈 서울시장, 미구엘 슈발리에, 댄 아셔를 포함한 문화예술, 디자인 분야의 관계자 및 애호가들이 참석하였다.

작품명	「메타-네이처 AI」	「인터널 저니 오브 커뮤니케이션즈」	「보레알리스 DDP」
작가	미구엘 슈발리에	기아	댄 아셔 x LG올레드
개요	상영 : 매시 정각 상영 ※20:00, 21:00, 22:00. (토, 일 한정 23:00 연장) 장소 : DDP 전면 영상길이 : 14분	상영 : 매시 30분 상영 ※20:30, 21:30, (토, 일 한정 22:30 연장) 장소 : DDP 전면 영상길이 : 10분	운영시각 : 19:30~23:00 전시장소 : DDP 잔디언덕
이미지			

『서울라이트 DDP 2023 가을: 부대 프로그램』



『DDP가을축제: 디자인&아트(DnA)연계 오프닝 파티』

일시 : 2023. 8. 31. / 20:00~22:00
 장소 : 디자인랩 4층 잔디사랑방
 내용 : 디자인&아트(DnA) 연계 오프닝 파티로
 오세훈 서울시장, 서울라이트 DDP 가을 작가
 미구엘 슈발리에, 댄 아셔 등 400여 명의
 관계자 참석하였다.



『DDP 포럼 Vol.35』

일시 : 2023. 9. 1. / 16:00~18:00
 장소 : 디자인랩 3층 디자인홀
 내용 : 자연, 환경을 주제로 한 '미구엘 슈발리에',
 '댄 아셔' 두 작가의 기술과 방법, 감성 자극
 요소 이야기 등 포럼 진행. 해당 포럼에는
 문화예술 관계자 및 디자인애호가 211명이
 참석하였다.

『기아 오퍼짓 유나이티드 : 로맨싱 잼스톤』

일시 : 2023. 9. 1. ~ 9. 2.
 장소 : 미래로 광장 하부
 내용 : 기아와 서울디자인재단 파트너십을 통해 진행한 이벤트로서 기아의 디자인 철학 '오퍼짓 유나이티드'를
 아티스트 6팀이 문화, 예술, 디자인 관련 공연을 펼쳤고 총 1,500명이 참석하였다.

Day 1(9. 1.)				
18:00 ~ 18:30	18:30 ~ 19:30	19:30 ~ 20:00	20:00 ~ 20:30	20:30 ~ 21:00
카림 하비브 (센터장,기조연설) Karim A.Habib	미싱 이어 (사운드 디자이너) Missing Ear	이양희 (안무가) Yanghee Lee	오토랩 (시청각 예술가) OTOLAB	오퍼짓 유나이티드 (미디어 파사드) Opposites Unites
Day 2(9. 2.)				
17:30 ~ 18:30	18:30 ~ 19:30	19:30 ~ 20:30	20:30 ~ 21:00	
나잠수 (프로듀서) NAHZAM SUE	알레이아 (DJ) ALEWYA	아프로뒤세 (프로듀서) AFRODEUTSCHE	오퍼짓 유나이티드 (미디어 파사드) Opposites Unites	

서울라이트 DDP 가을 관람객은 총 53.8만 명으로, 일평균 4.8만 명이 관람하였다. 이는 전년 관
 람객 대비 1.5배 상승한 결과이다. 또한 밀려드는 관람객으로 인해 긴급히 주말 연장을 결정하는 등
 독보적인 행사 기획을 통한 DDP 가을축제 및 서울라이트가 성공적으로 개최되었다는 증거이기도
 하였다. 현장 반응은 전체 현장 만족도 97%, 재참여 의사 98.1%로 “놀랍다”, “이런 멋진 행사를
 열어주셔서 감사”, “환상적인 빛 매료”, “멋지다” 등 긍정적인 반응이 주를 이루었다. 본 행사는 안전
 한 진행을 위해 시설팀과 협조하여 중부경찰서/소방서, 중구청 등 안전 협조체계를 구축하여 안전
 을 강화하는 등 노력한 결과 미아, 화재, 범죄 등 안전사고가 전혀 발생하지 않았다. 서울디자인재단
 은 이 외에도 서울라이트 DDP 콘텐츠가 국내는 물론 글로벌로 발신될 수 있도록 홍보하였다. 언론
 보도 총 512건 이상 보도, 유관기관과 협력하여 다양한 채널을 통한 홍보 진행은 물론 뉴욕 타임스
 퀘어, 런던 피카딜리의 LG 전자 전광판에 21일간 20~25분에 1회씩 송출하는 등 국내외 옥외매체
 를 통한 효율적인 타겟 홍보로 전 세계에 서울라이트 DDP 콘텐츠의 우수성을 널리 알렸다.

『서울라이트 DDP 2023 겨울』

12월 21일부터 11일간 개최된 서울라이트 DDP 2023 겨울은 미디어 파사드(3종, 92회 상영) 및
 DDP가을축제 연계 개막식 행사, 크리스마스 마켓, DDP 새해맞이 카운트다운 행사로 구성되었다.
 미디어 파사드는 행사기간 중 매일 18:00~22:00 매시 정각 및 30분, 하루에 총 8회 상영되었으며
 12월 31일에 진행되었던 DDP 새해맞이 카운트다운 행사는 다음 날인 1월 1일 새벽 1시 30분경
 에 종료되었다. 주요 콘텐츠인 자이언트스텝의 「디지털 아틀란티스」는 자연과 인간의 질서를 찾는
 디자인적 여정에 시민들을 초대해 희망의 장을 선사했다.

작품명	「디지털 아틀란티스」	「크리스마스에는 쿠키를」	「빅 마치」
작가	자이언트스텝	쿠키런 킹덤	일러스트레이터 김샘
개요	상영 : 매시 정각 상영 ※ 18:00, 19:00, 20:00, 21:00, 22:00 장소 : DDP 전면 영상길이 : 10분	상영 : 매시 30분 상영 ※ 18:30, 19:30 20:30, 21:30 장소 : DDP 전면 영상길이 : 10분 (5분 영상 2회 반복)	상영 : 12. 31. ※ 23:55~24:00 1회 장소 : DDP 전면 영상길이 : 5분
이미지			

서울라이트 DDP 겨울행사에서는 미디어 파사드 송출 외에도 『DDP 겨울축제』와 연계한 『서울라
 이트 DDP 2023 겨울』 개막식 행사, 『DDP 크리스마스 마켓』, 『DDP 새해맞이 카운트다운』 등
 다양한 부대행사를 통해 다양한 연령층이 함께 즐길 수 있는 겨울 대표 축제의 장을 만들었다.



『DDP 겨울축제 연계 ‘서울라이트 DDP 2023 겨울’ 개막식』

일시 : 2023. 12. 21. / 17:30~18:30

장소 : 어울림광장 특설무대

내용 : DDP겨울축제와 연계하여 서울라이트 DDP 겨울 개막식을 진행하고 개막선언 및 1회차를 시작하였다. 오세훈 서울시장, 도문열 도시계획균형위원회 위원장, 박중현 패션관광특구 협회장 등 총 1,072명이 참석하였다.



『DDP 크리스마스 마켓』

일시 : 2023. 12. 21. ~ 12. 30.

평일 15:00~20:00 / 주말 13:00~21:00

장소 : DDP 마켓 내부

내용 : DDP 마켓 내외부에 크리스마스 트리 등 색다른 분위기를 조성/연출하고 크리스마스 마켓을 진행하였다. 행사 기간 중 17.3만 명이 방문하였으며, 특히 이번 행사는 창신시장의 첫 참여로 지역 협업 범위를 확대하는 등 지역상생에 기여하였다.



『DDP 새해맞이 카운트다운』

일시 : 2023. 12. 31. 23:00 ~ 2024. 1. 1. 01:30

장소 : DDP 일대

내용 : 222m의 초대형 비정형 파사드, DJ공연, 새해 카운트다운, 불꽃쇼 등 다채로운 새해맞이 카운트다운 행사로 4.8만 명이 참여한 것으로 추산된다. 이번 행사에서는 음악, 관객, 비주얼 등 세가지 요소를 연결하여 하나의 프로그램으로 기획·연출하였으며 관객들과 비주얼적 커뮤니케이션을 진행하였다.

『서울라이트 DDP 2023 겨울』은 행사 기간에 총 62.8만 명이 관람한 행사로 전년 대비 총 24%가 증가하였으며 카운트다운 당일 00시 기준 현장 운집 인원 약 3만 명으로 추산되는 등, 서울의 대표 겨울빛 축제로 자리매김하고 관광 명소화하였다. 그리고 이를 통해 지역상권 활성화에 기여하였다. 특히 금년 서울라이트 DDP 겨울에서는 카운트다운 시그니처 프로그램으로 불꽃쇼를 처음 개최하는 등 카운트다운 신규 명소화로 등극하였다. 또한 MZ세대를 타겟으로 한 미디어 인터랙션 공연 기획으로 시민과 함께 호흡하고 참여하는 축제의 장을 열었다.

본 행사는 가을과 동일하게 유관기관 합동 안전 협조체계 구축 및 점검을 통해 안전한 행사를 운영

하였다. 또한 만족도 조사 결과에 따르면 현장 만족도 91.2%, 재참여 의사 95.9%로 “4차원 공간에 있는 압도감”, “DDP도 이젠 랜드마크다”, “다른 곳에서는 만날 수 없는 특별하고 색다른 새해맞이” 등 긍정적인 의견들이 주를 이루었다.

이 외에도 서울디자인재단은 가을 시즌에 이어 LG OLED의 후원으로 뉴욕 타임스퀘어에 28일간 20~25분에 1회씩 서울라이트 홍보를 송출하였고, 삼원(보신각, DDP, 광화문) 생중계를 통해 카운트다운 행사 조회수 총 224만 회를 달성, 언론에도 289건 이상이 보도되는 등 활발한 홍보 마케팅 활동을 통해 우수한 성과를 이루었다.

서울라이트 DDP는 가을, 겨울 추진 성과 외에도 공신력 있는 해외 어워드 포함하여 국내외 어워드 총 4건을 수상하였다. 해외에서는 레드닷 디자인어워드 본상, IEDA 디자인어워드 동상을 수상하였고, 국내에서는 서울시 좋은빛상 공모전 통합대상, 피너클 어워드 한국대회 동상 등 뛰어난 수상실적을 달성하며 국내외에서 한국의 대표적인 빛축제로 인정받았다.

QR코드 링크



댄 아셔 x LG OLED
『보레알리스 DDP』



기아글로벌디자인센터
『오피짓 유나이티드』



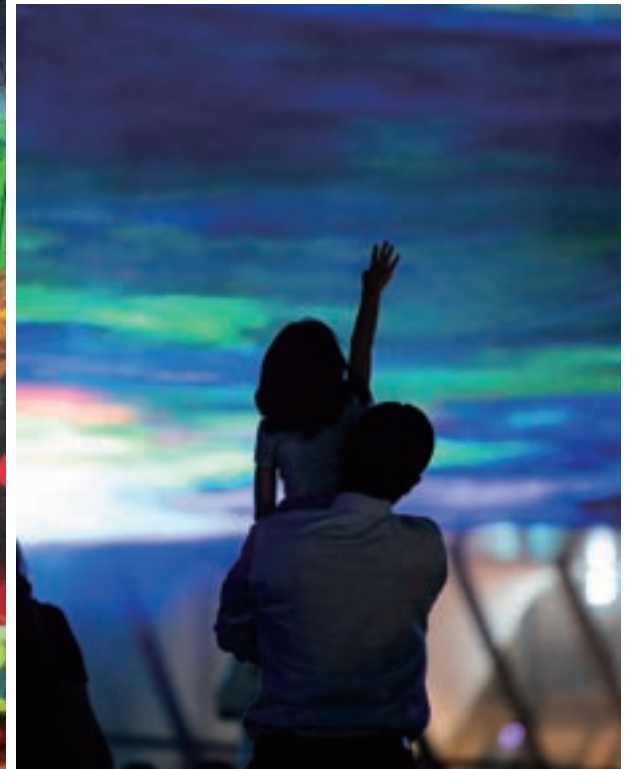
자이언트시스템
『디지털 아틀란티스』



쿠키원
『크리스마스에는 쿠키를』



김점
『빅 마차』



5-2-2. DDP 시즌별 콘텐츠


개요

구분	서울디자인재단
사업명	DDP 시즌별 콘텐츠
팀명	DDP운영본부 전시사업실 전시2팀
예산명	DDP 시민참여 문화행사
키워드	#DDP디자인놀이동산 #DDP가을축제DnA #DDP겨울축제크리스마스마켓

서울디자인재단은 2021년부터 DDP의 인지도를 높이고 지역 상권을 활성화하는 것을 목표로, DDP 야외 공간의 특성을 살려 계절마다 다양한 프로그램을 운영해왔다. 이를 통해 시민들에게 디자인과 문화를 경험할 기회를 제공하고자 했다. 2022년부터는 봄과 가을에 정례화된 문화행사를 통해 DDP를 디지털 감성 문화 도시의 중요한 플랫폼으로 자리매김했다. 이로써 DDP는 디자인의 가치를 더욱 폭넓게 전달하며 시민들에게 깊은 인상을 남길 수 있었다. 2023년부터는 연간 4회(봄, 여름, 가을, 겨울)로 행사를 확대하여 사계절 축제로 자리 잡았다. 봄에는 어린이와 가족을 위한 어린이날 행사를, 가을에는 디자인과 아트를 주제로 한 행사를, 겨울에는 크리스마스 마켓 등 다양한 특색 있는 프로그램들을 운영했다. 이러한 다채로운 프로그램들을 통해 타 행사들과의 차별화를 꾀하면서도 DDP만의 독특한 매력을 시민들에게 선보일 수 있었다.

『DDP 봄축제 : 디자인 놀이동산』

『DDP 봄축제 : 디자인 놀이동산』은 2022년 5월 4일부터 7일까지 어울림 광장과 DDP 전역에서 개최되었다. 이 기간에 약 18만 명의 방문객이 참석하며, 관련 보도는 총 265건에 이르렀다. 어린이날을 맞아 어린이와 가족들이 즐길 수 있는 다양한 프로그램을 선보였으며, 시민들에게 높은 만족도를 제공하는 문화행사로 주목받았다.

	행사 기간	5. 4.~ 5. 7. / 4일간
	주요 내용	<ul style="list-style-type: none"> - 어울림광장 공공 프로젝트: DDP 회전목마 - K-캐릭터 전시 및 퍼레이드: 쿠키런, 벨리곰 - 디자인마켓&푸드스트리트 - 잔디언덕 시네마&음악회 - 체험 프로그램 및 부대행사
	주요 성과	<ul style="list-style-type: none"> - 곳은 날씨에도 총 18만 명 방문 - 신당꿈꾸립아동센터 등 문화소외계층 아동 150여 명 초청 - 사전 우천 대비로 어린이날 행사 중 유일하게 정상 운영 - 방문객 만족도 97%, 재참여 의사 98% - 방송 2건(서울경제TV, MBN) 포함 총 보도건수 250건 이상

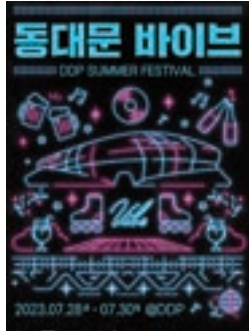
재단은 이번 봄축제 기간 어울림 광장에 회전목마를 전시하였다. 이 회전목마는 2022년 크리스마스에 서울 롯데타워에 설치된 것으로, 롯데물산과 협업하여 DDP에서 재설치되었다. 이는 ESG(환경, 사회, 지배구조)의 관점에서 자원 공유를 통해 지속가능한 삶의 가치를 실현하는 재단의 노력을 반영한 사례이다. 또한, 인근 상점에서 구매한 영수증을 제시하면 회전목마 탑승권을 지급받을 수 있는 시스템을 도입하여 지역 경제 활성화에 기여했다.

재단은 다양한 대내외 협력 문화 프로그램을 통해 행사를 운영하였다. 데브시스터즈와의 협업을 통해 '쿠키런킹덤' K-캐릭터를 활용한 전시와 캐릭터 퍼레이드를 진행하여 DDP를 다양한 연령대의 시민들이 편안히 즐길 수 있는 휴식공간으로 조성하였다. 또한, KBS교향악단과 협력하여 콘서트를 개최하였고, 굿네이버스와 신당꿈꾸립아동센터의 아동들을 초청하여 특별한 문화예술 경험을 선사하였다. 인근 중부경찰서와의 협업을 통해 어린이 경찰 캠페인도 진행하여 의미 있는 문화 축제로 자리매김하였다.

축제 기간 열린 DDP 디자인마켓은 어린이 가족을 대상으로 한 주요 행사로, 개인 디자이너 브랜드와 디자인 지향 F&B 브랜드, 그리고 다양한 체험 셀러들이 참여하였다. 총 143개 팀이 신청하고, 그중 40개 팀이 엄선되어 축제 기간 5천 2백만 원의 매출을 기록했다. 이번 디자인마켓은 지역 상권 활성화를 위한 중요한 행사로서, 친환경 ESG 제품과 건강한 먹거리 판매를 통해 시민들의 삶을 디자인적인 관점에서 변화시키는 데 목표를 두고 진행되었다.


『DDP 여름축제 : 동대문 바이브』 * 기상악화로 미개최

DDP 여름축제인 『동대문 바이브』는 도심 속 휴가를 주제로 기획되었다. 이 축제는 DDP에서 처음으로 개최될 맥주 축제로, 동대문의 레트로 감성을 살린 롤러스케이트장과 국내 대표 수제 맥주 브루어리 15곳이 참여하였다. 또한 지역 상권과 협업하여 와인 부스도 유치하고, 신중부시장과 협력하여 합리적인 가격대의 안주 패키지를 제공하였다. 디제잉 공연 등 다채로운 프로그램으로 구성되었으나, 집중호우에 따른 안전 문제로 인해 행사 직전에 취소되었다.

	행사 기간	7. 28. ~ 7. 30. / 3일간 ※집중호우에 따른 안전 이슈로 행사 직전 취소
	주요 내용	- 디디펍(DD-Pub): 15개의 수제맥주 브루어리와 와인샵 - 디디밀(DD-Meal): 지역 상권과 함께하는 먹거리 - 디디롤(DD-Roll): 레트로 감성 가득한 롤러스케이트장 - 부대행사: LP 디제잉
	주요 성과	- 도심 속 휴가를 주제로 DDP 첫 맥주 축제 기획 - 국내 최대 맛집 예약플랫폼 '캐치테이블'에 지역축제 최초로 티켓 오픈


『DDP가을축제 : 디자인&아트(DnA)』

DDP 가을축제는 서울라이트 DDP와 DDP 기획전시, 대관전시를 동시에 관람할 수 있는 아트 축제로, 총 136만 명의 방문객이 참여하여 아트 전문가, 애호가, 그리고 관광객들에게 다채로운 문화적 향유의 기회를 제공했다. 본 축제는 DDP의 첫 아트 축제로 기획되었으며, 'DnA(디자인 앤 아트)'라는 네이밍과 키 비주얼을 개발하여 한 달 동안 진행되는 DDP 내 전시 콘텐츠에 일관된 브랜딩을 적용했다. 또한 아트 작가들과 디자인 계열의 유관 기업들을 초대하여 오프닝 행사를 통해 네트워킹의 자리를 마련하여 디자인&아트 분야의 인사들이 함께 소통할 수 있는 기회를 제공했다. DnA의 개최로 인해 DDP는 서울의 랜드마크이자 독창적인 디자인 뮤지엄으로서의 위상을 한층 높일 수 있었다.

	행사 기간	8. 31. ~ 9. 30. / 31일
	주요 내용	- 서울라이트 DDP, DDP 기획전시 & 대관전시를 한번에 관람할 수 있는 아트 축제 - 디자인&아트를 DnA로 브랜딩, 키비주얼 개발 - DDP 첫 아트축제 개막식 진행
	주요 성과	- 기간 내 총 방문객 136만 명, 오프닝(8.31.) 500여 명 참석 - 국내외 주요 아트 축제(키아프 서울, 프리즈 서울, 서울아트위크) 연계 아트 전문가 및 애호가, 관광객들에게 다채로운 문화적 향유 기회 제공 - DDP만의 독창적인 전시 콘텐츠를 엮은 '디자인&아트' 축제 기획으로 디자인 뮤지엄으로서의 DDP 위상 제고

『DDP 겨울축제 : 크리스마스 마켓』

DDP 겨울축제는 서울라이트 DDP 2023 겨울과 협업하여 시즌에 어울리는 포토존과 함께 크리스마스 마켓을 운영하였다.

	행사 기간	12. 21. ~ 12. 31. / 11일간
	주요 내용	- 서울라이트 DDP 2023 겨울과 협업, 동기간 진행 - 크리스마스 마켓 운영 - 시즌에 어울리는 포토존 외 공간 연출
	주요 성과	- 마켓 모집 경쟁률 6:1 - 상생마켓에 첫 시장상권 참여 - 축제기간 내 DDP 방문객 63만 명 - 크리스마스 마켓 방문객 총 17만 명 - 마켓 총 매출 9천 2백만 원

DDP 크리스마스 마켓은 연말 시즌 동안 디자인산업과 트렌드를 반영한 디자인 마켓을 운영하여 신진 디자이너들이 시장에 진출할 기회를 제공하였다. 또한 신규 브랜드 발굴과 함께 시민들에게 새로운 디자인 라이프스타일을 제안하고 동대문 상권 활성화에 기여했다. 모집을 통해 216개 팀의 셀러가 지원했으며, 엄선된 34개 팀이 참여하여 다양한 디자인 상품과 친환경 공예·체험을 선보였다. 또한 지역 상권과의 협업을 통해 10개 팀의 지역 패션상권 및 창신시장 셀러가 참여하여 협력의 폭을 넓혔다. 겨울 디자인 마켓은 DDP뿐만 아니라 동대문 상권의 확대를 통해 동반 성장하는 길을 모색했다.

시즌 연출 포토존 및 기타 프로그램으로는 아동도서 출판사 그레이트북스와 협업하여 어린이들이 좋아할 도서를 선정하여 DDP 디자인 마켓 내 특별한 포토존을 마련하였다. 또한 DDP 마켓 내 건물 기둥을 활용하여 독특한 기둥 트리를 조성하여 크리스마스 시즌에 시민들이 즐길 휴식 공간으로써의 역할을 하였다.

서울라이트 DDP 2023 겨울과 동 기간 진행된 크리스마스 마켓은 더욱 분위기를 살렸으며, 사랑스럽고 유틸리티 있는 일러스트를 그리는 김쌤 작가와의 협업을 통해 따뜻한 감성을 전달하고 연말 분위기를 고조시켰다.

재단은 DDP의 시즌별 특화된 사계절 축제를 통해 다채로운 문화 프로그램을 시민들에게 선보이고, 지역 상권과 아티스트들과의 다양한 협업을 추진하여 상생의 기회를 확대했다. 매년 시즌별 키워드를 바탕으로 기획된 문화행사는 DDP 공간의 활성화와 방문객 증가를 이끌며, DDP만의 차별화된 사계절 행사로 발전시킬 계획이다.

5-2-3. DDP 투어

개요

구분	서울디자인재단
사업명	DDP 투어 프로그램
팀명	DDP운영본부 전시사업실 전시2팀
예산명	투어 프로그램 개발
키워드	#DDP 투어 #건축투어 #동대문투어

서울디자인재단은 DDP 시설을 활용하여 다양한 콘텐츠를 개발하고 있다. 이를 통해 DDP 건축물의 우수성을 시민들에게 알리고, 동시에 세계적 랜드마크로 자리매김한 DDP와 동대문 지역의 역사를 연계하여 과거부터 현재까지의 발전과정을 경험할 수 있는 투어 프로그램을 운영하고 있다. 2022년 7월, 기존에 유료로 운영되던 DDP 건축투어 프로그램을 전면 무료화하여 많은 시민과 국내외 관광객들이 DDP를 자유롭게 체험할 수 있도록 하였다. 2023년에는 주 6일로 운영일을 확장하고, 한국어와 영어 두 가지 언어로 해설을 제공하여 다양한 방문객들의 접근성을 높였다. 2023년에는 DDP 투어를 통해 총 6천여 명 이상의 방문객들이 찾았다. 이를 바탕으로 재단은 투어 프로그램의 핵심 가치를 강화하고, 고객의 다양한 요구와 시즌 행사와의 연계를 고려한 프로그램 기획 및 운영에 힘쓰고 있다.

2023년 DDP 건축투어 구성

운영 일정	화~일 상시 운영 ※매주 월요일, 신정·설·추석 당일 휴무	
운영 시간	1회차: 10:30(한국어) / 2회차: 13:30(영어) / 3회차: 15:30(한국어)	
투어 장소	DDP 뮤지엄 1층 투어데스크	
소요 시간	60분	
참여 대상	만 13세(중학생) 이상 ※13세 미만의 경우 보호자 동행 필수	
참여 방법	온라인 예약(권장)	개인(1~8명) / 단체(9명~20명) ※보호인솔자 동행 필수
	유선 예약	02-2153-0310 / 0311
	이메일 예약	ddptour@seouldesign.or.kr
	현장 접수	잔여석에 한해 투어 시작 10분 전부터 접수 가능

2023년에는 DDP에서의 특별한 경험을 제공하기 위해 건축투어 외에도 대내외 협업을 강화하고 투어 프로그램을 다각화하는 데 주력했다.

먼저, 어린이 투어는 2021년 첫선을 보인 이후 해마다 5월 DDP 봄축제 기간에 다양한 주제로 어린이들을 위한 무료 참여 프로그램을 제공하고 있다. 본 투어 프로그램은 어린이들이 쉽게 이해할 수 있도록 시나리오를 재해석하여 구성되었으며, 건축 관련 만들기 활동을 통해 DDP를 오랫동안 기억할 수 있도록 워크숍을 함께 진행하고 있다. 또한, 2023년에는 친환경적인 관점에서 버려지는 자원을 활용한 미술 교재를 개발하여 총 4일간 16회의 프로그램을 운영했다. 이 프로그램에는 500 명이 참여하였으며, 참여자들의 96%가 만족했다고 응답했다.

2023년 어린이 투어

우주의 행성을 여행하는 팝업북 + 심심 돌아라!

“서울에 불시착한 우주선 DDP” 우주선에 탑승하고 바라본 DDP를 여행하면서 지구의 특별한 온도, 햇살, 공기, 바람, 식물에 귀 기울여볼까요? 우주 행성 팝업북과 바람개비를 만들고 신나게 날려보는 즐거운 활동입니다.
7~10세

DDP 건축 모양을 적용한 업사이클 가죽 키링

DDP가 세계적인 친환경 건축물이라니! 탄소중립을 꼭 실천해야 하는 요즘, DDP가 친환경 건축이라는 놀라운 이야기를 듣고 버려지는 자투리 가죽으로 우리만의 멋진 DDP 업사이클 키링을 만드는 사이, 우린 탄소중립을 실천한 멋진 친구들이 된 거랍니다.
초1~초4

VP 체험 키트

DDP 건축투어를 돌면서 내가 기억하고 싶은 공간과 장면을 멋지게 사진으로 남기셨나요? 우리는 공간을 둘러보면서 꼭 사진을 찍어 그 시간과 장면을 기억하고 싶어 하지요. VR 체험 아트 키트를 만들면서 DDP 홀로그램 속 공간도 여행해볼까요?
초3~초6



어린이 투어

2023년 스페셜 투어의 핵심 성과는 글로벌 기업 에어비앤비와의 협업이다. 본 협업에서는 기존 DDP의 잔디사랑방을 단 하루밤만을 위한 에어비앤비로 꾸며 일반인 대상으로 숙박 기회를 제공했다. 에어비앤비가 DDP를 선정한 이유는 세계 여러 나라 도시 중 현재 전 세계 여행자의 관심을 끌고 있는 곳 중 하나가 서울이기 때문이었다. 그중에서도 DDP는 건축의 패러다임을 바꾼 혁신적인 건물이자, 해마다 선보이는 글로벌 디자인 전시와 초대형 미디어아트 서울라이트로 예술과 미디어 기술이 융합된 크리에이티브 허브라는 것에서 이유를 찾을 수 있다.

선착순 1명에게만 주어지는 기회를 얻은 참여자는 DDP에서의 특별한 하루밤 외에도 DDP 루프탑 투어, 서울패션위크 VIP석 관람 등 그 누구도 경험할 수 없는 1박 2일을 보냈다. 본 이벤트는 언론 보도 820건, 관련 키워드 SNS 도달 뷰 2,700만 뷰 이상을 기록하며 DDP의 글로벌 입지를 증명했다. 그뿐만 아니라 본 사업을 위해 방한한 에어비앤비 CSO 네이션 블레차르지크와 오세훈 서울 시장은 간담회를 가져 '서울시 관광 활성화 협력방안'을 논의하기도 했다.

2023년 에어비앤비 협업 스페셜 투어

행사명	세계 최대 숙박 공유 서비스 에어비앤비 협업 'DDP에서 특별한 하루밤'
일시	2023. 9. 4. ~ 9. 5. ※에어비앤비 CSO 방한, 오세훈 서울시장 면담 및 'DDP에서 특별한 하루밤' 기자간담회 진행(2023. 5. 17.)
장소	DDP 잔디사랑방 외
대상	한국 시각 5. 24. 오전 8시, 에어비앤비 웹사이트를 통해 신청(선착순 1팀 선발)
혜택	· DDP 내 숙박(잔디사랑방 특별 공간) · DDP 루프탑 투어 및 서울패션위크 1열 관람

DDP 투어는 건축투어의 내실을 강화하면서 동시에 스페셜 투어의 영역을 확대할 계획이다. 과거 진행된 루프탑 투어를 상설적으로 제공하기 위한 기반을 다지는 한편, DDP의 다양한 행사와 연계하여 시즌 투어를 지속적으로 기획하고 운영할 예정이다.

5-2-4. 서울디자인어워드

개요

구분	서울디자인재단
사업명	서울디자인어워드
팀명	디자인진흥본부 디자인전략실 대외협력팀
예산명	글로벌 디자인어워드 운영
키워드	#서울디자인어워드 #지속가능성 #국제디자인어워드

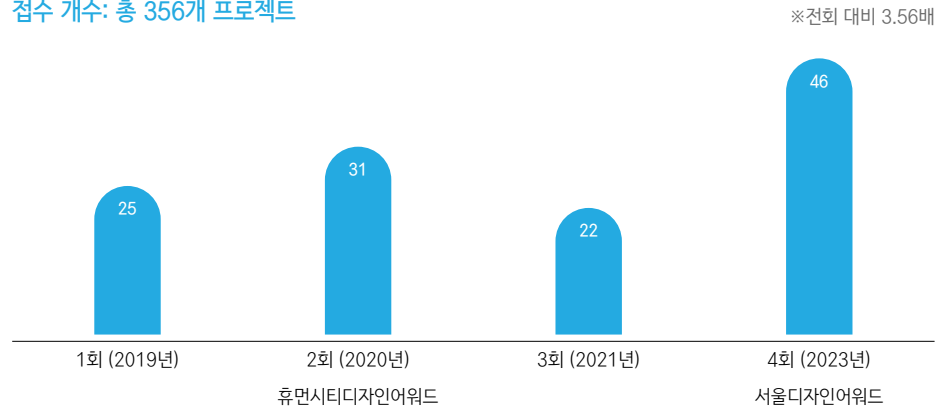
서울디자인재단은 지속가능한 발전을 목표로 한 사업들을 계획하고 추진해왔다. 해당 사업은 2023년 사업을 포함하여 연관된 다양한 사업들을 포함하고 있다. 서울은 2010년 UN 지속가능발전목표(SDGs)를 달성하기 위한 유네스코 창의도시 네트워크의 일환으로 '디자인 도시'로 선정되었다. 이는 도시 간 협력을 통해 지속가능한 미래를 디자인을 통해 준비하기 시작한 계기였다. 2018년에는 세계 20여 개 도시를 초청하여 서울에서 각 도시의 성공 사례를 공유했고, 2019년에는 사람과 사회, 환경이 조화를 이루는 국제디자인어워드 '휴먼시티디자인어워드'를 처음으로 개최하였다. 2022년에는 다양한 디자인 분야에 대한 인식을 확장하기 위해 '지속가능한 일상을 위한 서울디자인어워드'로 리브랜딩 하였고, 2023년에는 변경된 어워드 형식으로 공모와 시상을 진행했다.

서울디자인어워드는 4회차에 이르는 현재까지 총 누적 62개국에서 공모에 참여하였으며, 세계적인 전문가들의 심사 및 자문에 의해 그 명예를 인정받고 있다. 이는 국내의 다른 민간 및 공공 디자인 어워드에서는 찾아볼 수 없는 규모였다. 서울디자인재단의 핵심 국제 사업인 '서울디자인어워드'는 전 세계의 지속가능한 일상을 위한 우수한 디자인 사례를 수집하고 시상하는 플랫폼이다. 이 어워드는 디자이너들이 선한 영향력을 행사하고 사회적 책임을 수행한 뛰어난 작품들을 격려하며, 전시와 시민 투표를 통해 사회 변화를 이끌어내는 디자인의 중요성을 강조하고 있다. 이를 통해 시민들의 삶의 질 향상에 기여하고자 한다. 특히, 이번 어워드에서는 친환경적이고 지속가능한 소재를 활용한 트로피 제작이 주목받았으며, 제스모나이트와 해양 폐기물을 사용하여 고급스러우면서도 자연스러운 디자인을 구현했다. 이를 통해 어워드의 가치관을 나타내고 수상자들에게 높은 만족도를 제공했다. 또한 "지속가능한 소재를 사용했음에도 불구하고 레이아웃과 스타일이 현대적이고 우아하다." 등의 긍정적인 피드백을 받았다.

전시는 2023년 9월 28일부터 10월 23일까지 DDP 디자인랩 1층 D-쇼에서 진행되었으며, 4,549명이 방문했다. 전시에는 재사용 플라스틱 판재, OSB 합판, 우유 박스, 나무 팔레트 등 친환경 소재를 사용하였으며, 재활용 가능한 소재로 구성되어 지속가능한 전시의 선례를 세웠다. 전시 공간 구성은 관람객의 동선을 고려하여 콘텐츠별로 구역을 나누었고, 패널과 이동식 DID를 활용한 영상 콘텐츠로 흥미를 유발했다. 안내 데스크는 시민 투표를 독려하는 공간으로, 인트로 공간은 어워드의 역사, 주제, 핵심 가치, 시상 분야를 설명하는 공간으로 사용되었다. 전시 마지막 부분에서는 트로피의 소재에 대한 설명도 볼 수 있었다.

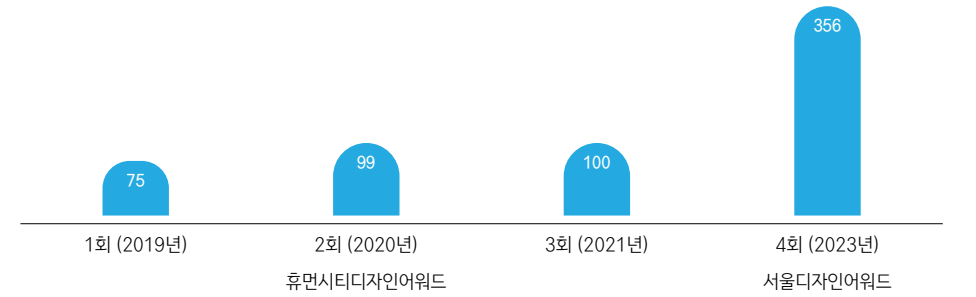
2022년에 리브랜딩을 통해 새롭게 발표된 '서울디자인어워드' 공고문을 기준으로, 2023년 6월 28일까지 접수를 위한 홍보를 강화하였다. 2019년부터 2022년까지 주요 선정작은 복합적인 도시 문제를 해결하고 변화를 일으킨 디자인 프로젝트였지만, 2023년부터는 전 세계인의 조화로운 일상을 지속하게 하는 모든 디자인 프로젝트가 심사의 대상으로 바뀌었다. '사람과 사회, 환경의 조화로운 관계를 지향하는 지속가능한 일상을 위한 디자인'이라는 주제 아래 실제로 실행된 디자인 프로젝트뿐 아니라 실현방안이 도출된 디자인 연구도 공모하였다. 이 결과, 역대 최대 접수 건수인 356개가 접수되었으며, 이는 이전 회차 대비 약 3.56배의 높은 증가였다. 또한, 46개 국가에서 참여가 이루어져 국제적인 참여와 관심을 얻었다. 이처럼 이제 4년째를 맞이하지만 세계 국가(국제올림픽위원회 기준) 중 1/3 가까이가 참여했다는 사실은 서울디자인어워드가 얼마나 빠르게 세계적인 어워드로 성장하고 있는지를 보여주는 지표였다.

접수 개수: 총 356개 프로젝트



접수 국가: 46개국

※전회 대비 2배 (4회차까지 총 62개국 참여, 세계의 1/3)







이후, 전 세계 최고의 전문가 15명이 대륙별 및 디자인 분야별로 안배되어 서면 심사와 2차 토론을 거쳐 최종적으로 대상 1개, 최우수상 3개, 우수상 6개, 입선 10개, 리서치상 1개, 디지털상 1개, 시민상 2개 등 총 24개의 상이 수여되었다. 코로나19로 인해 3년간 온라인으로 축소된 시상식은 2023년에 심사위원과 수상자를 초대하여 「서울디자인2023」 개막식과 통합 시상식을 개최하였다. 특히, 유니버설 디자인의 선구자인 패트리샤 무어(WDO의 2022 월드 디자인 메달 수상자)와 세계 최초의 온라인 디자인 매거진 designboom(디자인붐)의 창립자인 비르짓 로만이 심사위원으로 참여하여 더욱 높은 권위를 세우게 되었다. 또한, 시상식에는 수상자들과 함께 오세훈 시장이 참석하여 상을 수여하였다. 어워드는 단순히 시상하는 것을 넘어서 시민 투표 이벤트를 개최하였으며, 우수 프로젝트들의 사례를 소개하기 위해 『서울디자인 2023』과 함께 국제 콘퍼런스도 개최하였다. 이후에는 관련 단행본도 제작하여 확산의 기회를 넓혔다. 본 어워드는 지속가능한 어워드의 책임감을 가지고, 전시의 소재에는 재활용 가능한 자원을 활용하고 트로피 제작에는 폐각과 친환경 레진 소재를 사용하여 환경을 보호하는 노력을 기울였다. 해외에서는 14개국 이상, 총 85건의 언론 및 매체 그리고 SNS를 통해 널리 알려지며, 서울시와 DDP의 글로벌 발전을 촉진하는 역할을 하고 있다.

수상 팀 소개

- 총 수상 작품 수 | 21개(총 24개 상 수여)
- 총 수상 국가 | 14개국
- 디자인 분야 | 공간 5개, 제품 11개, 서비스 4개, 패션 1개
- 상금 | 총 1억 4천 5백만 원 지급

구분(상금)	프로젝트명 (디자인 분야)	프로젝트 소개	실현국가	프로젝트 사진
대상 (5,000만 원)	암포라 Kumulus Amphora (제품디자인)	태양열과 공기를 이용해 식수를 만들어 내는 향아리 모양의 제품입니다. 고대에 물을 담아 두던 '암포라'에 영감을 받아 디자인했으며, 물이 부족한 지역에 지속가능한 방식으로 식수를 공급하는 역할을 합니다.	튀니지 Tunisia	
최우수상 (3팀) (각 1,500만 원)	1 시각 장애인을 위한 교실의 변신 Classroom Makeover for The Blind (공간 디자인)	시각 장애 학생들의 학습을 돕기 위해 학교의 넓은 도서관을 개조한 공간 디자인 프로젝트입니다. 학생들은 다각각 체험 교실에서 벽면의 '학습 핀'을 만져 보고, 바닥에 설치된 기본 점자를 배울 수 있습니다.	태국 Thailand	
	2 앙실라 굴 양식 파빌리온 Angsila Oyster Scaffolding Pavilion (공간 디자인)	대나무로 비계를 세우고 캐노피를 설치해 굴 양식과 신선한 해산물 시식을 겸할 수 있는 하이브리드 구조물을 만들었습니다. 새로운 수상 생태 관광을 창출하고 침체된 어촌에 활력을 불어넣은 프로젝트입니다.	태국 Thailand	
	3 제리칸 백 JERRYCAN BAG (제품디자인)	무거운 물통(제리칸)을 들고 먼 거리를 걸어 다니는 아프리카 어린이를 위한 가방 디자인입니다. 현지 여성을 고용해 방수 소재로 배낭을 만들고, 교통사고 예방을 위해 반사판을 부착해서 아이들에게 나눠줍니다.	우간다, 한국 Uganda, South Korea	
우수상 (6팀) (각 500만 원)	1 크레스트 Craсте (제품디자인)	농작물 찌꺼기로 펄프를 만들어 고품질의 종이와 패키지를 제작합니다. 기존의 플라스틱과 나무로 만든 종이를 대체하고, 인도에서 매년 발생하는 5억 톤의 농사 폐기물 문제를 해결하는 지속가능한 디자인입니다.	인도 India	
	2 포르탈레자 초미니 공원 Fortaleza Micro Parks (공간 디자인)	녹지와 야외 활동 공간이 부족한 도심의 버려진 자투리 공간을 활용해 친환경적으로 만든 초미니 공원입니다. 기존의 자연 환경을 살리거나 새로운 녹지를 디자인하는 방식으로 2개 지역에 공원을 조성했습니다.	브라질 Brazil	
	3 오프 캠퍼스 놀로 Off Campus Nolo (서비스 디자인)	지역 대학이 학교 밖에서 시민과 함께 지역 사회의 혁신을 도모하는 리빙랩입니다. 수평적이고 개방적인 방식으로 새로운 공간 디자인을 실험하고, 워크숍, 세미나, 전시회 등의 행사를 개최합니다.	이탈리아 Italy	
	4 바틱 산업의 새 얼굴 The New Face of Batik Lasem Industry (패션 디자인)	지역 장인들이 손으로 일일이 그린 바틱 천을 활용한 환경 친화적인 패션 디자인입니다. 쇠퇴하고 있는 바틱 산업을 되살리기 위해 패션 트렌드에 맞는 현대적인 스타일의 의상을 개발했습니다.	인도네시아 Indonesia	
	5 보가 Voga (제품디자인)	친환경적이고 재생 가능한 천연 자원인 해초를 활용해 다양한 인테리어 소품을 디자인하고 인근 카페(보가)에서 판매합니다. 판매 수익금은 넓은 해변을 청소하며 해초를 수거하는 지역 협회에 기부합니다.	크로아티아 Croatia	

구분(상금)	프로젝트명 (디자인 분야)	프로젝트 소개	실현국가	프로젝트 사진
우수상 (6팀) (각 500만 원)	6 시코텐카틀 공원 Xicoténcatl Park (공간 디자인)	폐기물이 가득했던 도시의 하천 부지에 종고 타이어로 벽을 쌓고 빗물이 흘러가는 물길을 만들었습니다. 낙후된 지역을 주민들의 여가 생활을 위한 공원으로 변화시킨 공공 디자인 프로젝트입니다.	멕시코 Mexico	
입선 (10팀)	1 에어헤드 Airhead (제품디자인)	도시인들이 공기가 나쁜 날에도 걱정 없이 편하게 야외 생활을 누릴 수 있도록 도와주는 안면 마스크입니다.	영국 UK	
	2 짚으로 만든 가구 Furniture made from hemp (제품디자인)	목재의 수요 증가와 그로 인한 산림 파괴에 대한 대안으로 대마 소재 합판을 생산합니다.	폴란드 Poland	
	3 렌센 Lensen (제품디자인)	도움이 필요한 아이들을 위한 교구를 개발했습니다. 실이 들어 있는 펜으로 그림을 그리면 벨크로 천에 실이 붙어 손으로 만져볼 수 있습니다.	태국 Thailand	
	4 리브레워터 Librewater (제품디자인)	깨끗한 물에 대한 접근성을 높여 사회적 불균형을 해소하기 위해 풍부한 바닷물을 활용하여 식수로 공급할 수 있는 해수 담수화 장치를 개발했습니다.	그리스 Greece	
	5 저탄소 차이나타운 Low Carbon Chinatown (서비스 디자인)	탄소를 많이 배출하지 않는 식재료와 조리법을 적용한 아시아 요리를 개발해 아시아 문화를 알리고 글로벌 기후 위기에 대응하는 프로젝트입니다.	영국 UK	
	6 영면을 위한 암초 Reef for eternal rest (서비스 디자인)	토지 부족, 방부 처리 및 배출물에 의한 지하수 오염 문제를 야기하는 전통적인 매장 방식에 대한 대안으로 고인의 유골을 암초 형태의 기념비로 제작해 수장하는 장례 방식을 제안합니다.	영국 UK	
	7 되살아난 스티치 Resilient Stitches (제품디자인)	손 자수가 들어간 제품을 개발해 지역의 장인, 특히 여성에게 경제적으로 자립 할 수 있는 기회를 제공하고 있습니다.	이란 Iran	
	8 씨 스톤 Sea Stone (제품디자인)	양식장이나 레스토랑에서 버려진 조개껍데기를 수집해 질감과 모양이 '돌'과 유사한 재료 '씨 스톤'을 만들었습니다.	대한민국 South Korea	
	9 어반 파밍 홈 Urban Farming Home (공간 디자인)	사람과 자연이 공생하는 생태 환경을 도시형 주택으로 구현했습니다.	베트남 Vietnam	

구분(상금)	프로젝트명 (디자인 분야)	프로젝트 소개	실현국가	프로젝트 사진
입선 (10팀)	10 설리반 플러스 Sullivan Plus (서비스 디자인)	안내판이나 설명서의 글자를 시가 읽어 주는 '문자 인식' 기능이 대표적이며, '얼굴 인식', '이미지 묘사', '색상 인식', '밝기' 기능 등을 활용해 시의 설명을 들을 수 있습니다.	대한민국 South Korea	
특별상 (각 500만 원)	리서치상 렛 잇 비 Let It Bee (제품디자인)	도시에서 멸종 위기에 놓인 꿀벌의 꽃가루 이동을 돕기 위해 해조류와 유제품의 영양소를 활용해 천연 꽃가루 캡슐을 만들고 유기농 음식물 쓰레기로 생분해되는 바이오 꽃을 개발했습니다.	영국, 한국 UK, South Korea	
	디지털상 설리반 플러스 Sullivan Plus (서비스 디자인)	4등상과 중복 수상	대한민국 South Korea	
	시민상 (2건) 암포라 Kumulus Amphora (제품디자인)	1등상과 국내/해외 시민상 중복 수상	튀니지 Tunisia	

QR코드
링크



서울디자인어워드
홈페이지



서울디자인어워드
주제영상



Part 06

소통

6-1. 연구

6-2. 교육

6-2. 네트워크

서울디자인재단은 2012년부터 '서울디자인백서'를 제작해왔으며, 2023년에는 인포그래픽 중심의 요약본을 통해 시민들이 흥미롭게 백서를 접할 수 있도록 새로운 방식을 도입했다. 또한 서울시의 디자인정책인 '서울디자인 2.0'에 맞춰 해외 도시의 선진 사례를 조사하여 보고서를 제작하였으며, 유네스코 창의도시 네트워크와 협력하여 디자인 서울의 성장과 발전을 촉진했다. 나날이 악화되는 지구환경을 되살리기 위한 노력도 아끼지 않았다. 서울새활용플라자에서는 환경 문제에 대한 인식을 높이고, 자원 순환을 실천할 수 있도록 다양한 교육 프로그램을 운영하였으며, 세계디자인기구(WDO)와의 협력을 통해 국제 디자인 단체와의 네트워크를 확장하고 재단의 사업을 세계에 알렸다.



디자인 트렌드 리포트 조회수(30일간)

80,593 회



서울디자인리포터

4 개 대륙, **17** 개 국가, **28** 개 도시



매거진라이브러리 방문객

51,001 명



2023 유네스코 창의도시
네트워크 국제포럼 개최

6-1. 연구

6-1-1. 서울디자인백서 확산 패키지

개요

구분	서울디자인재단
사업명	서울디자인백서 확산 패키지 제작 및 재단 디자인 사업 정보 아카이브
팀명	디자인진흥본부 디자인전략실 대외협력팀
예산명	디자인사업 연구개발
키워드	#서울디자인백서 #아카이브 #정보아카이브

지난 2012년부터 서울디자인재단은 당해연도의 서울시와 재단의 디자인정책과 사업을 기록하는 『서울디자인백서』를 제작해왔다. 2023년에는 더 많은 시민이 흥미롭게 백서를 접할 수 있도록 하고, 국외에도 디자인정책과 사업을 널리 알리기 위해 기존과 다른 방식을 도입했다. 이를 위해, 2022년에 출간된 『2021-2022 서울디자인백서』를 기반으로 요약하여 인포그래픽 중심의 요약본 『서울 디자인, 끝없는 도전』(국문/영문), 영문 번역과 영문본에 적합한 디자인을 거쳐 영문본 『Seoul Design White Paper 2022』를 제작하였다. 본 요약본에는 어두운 밤길을 지나면 자동으로 밝아지는 스마트 보안등처럼 디자인으로 사회문제를 해결하는 사례부터, 지속가능한 서울을 위해 일상생활 속에서 가족과 함께 실천하는 업사이클링 디자인까지 디자인 도시 서울의 일상을 담았다.

이 사업의 목적은 디자인정책, 연구, 산업의 동향을 담은 백서를 통해 공공부문과 산업 부문에서 활용하게 하고, 서울디자인의 우수성을 알리는 국제홍보 콘텐츠로 활용하는 것이었다. 이를 위해 다채로운 인포그래픽을 적용하여 서울시와 재단의 디자인 사업을 쉽게 이해할 수 있도록 하였다.



요약본 『서울 디자인, 끝없는 도전』은 팬데믹이라는 위기에 대응한 디자인 사례를 소개하고, 시민들이 디자인의 역할을 쉽게 이해하도록 구성되었다. 일상생활에서 만날 수 있는 디자인을 분야별로 구성하였고, 카테고리는 경제·산업, 사회, 도시·환경, 문화, 소통으로 나누었다. 1장 ‘팬데믹 위기에서 일상으로’는 포용적이고 안전하며 회복력 있고 지속가능한 디자인을 활용해 사회 변화 속에서도 행복한 일상을 만들어 나가기 위한 창의적 도전의 이야기가 담겨있다. 2장 ‘서울디자인, 끝없는 도전’은 서울디자인의 그간의 주요 연혁과 재단 및 운영시설 소개를 담았다. 3장~7장 ‘경제·산업, 사회, 도시·환경, 문화, 소통’에서는 디지털 기술 사회로 변화, ESG와 지속가능성의 필요성 대두 등 다양한 시대적 변화에 대응해 추진 방향을 재정비한 각 사업을 소개하였다.

재단은 이번 요약본 기획에서 더 많은 시민이 일상을 변화시키는 디자인을 경험할 수 있도록 하고, 비전문가도 흥미를 느낄 수 있는 인포그래픽을 활용해 독자의 편의성을 높였다. 또한, 사업별로 QR 코드를 두어 관련 웹사이트를 쉽게 찾아볼 수 있도록 했다. 국내 디자인 유관기관, 진흥기관, 학·협회, 대학뿐만 아니라 해외 유네스코 디자인 창의도시, 세계디자인기구(WDO), 국제 유관 단체 등으로도 소개되어 세계의 관심과 기대를 받았다. 요약본 실물 도서는 DDP 디자인랩 3층 ‘매거진 라이브러리’에서 만나볼 수 있으며, 사업별로 QR코드를 두어 관련 웹사이트를 바로 찾아볼 수 있다. 또한, 전자파일은 재단 홈페이지에서 무료로 자유롭게 열람할 수 있다.

서울디자인백서 사업의 기반이 되는 ‘재단 디자인 사업 아카이브’는 재단 내 디자인 사업의 성과물을 체계적으로 수집하여, 기존 디자인 사업의 발전 또는 신규 사업 발굴의 아이디어를 도출하는 데 참고하고자 진행되었다. 성과물은 2022년 연구를 통해 수집한 분류체계 기준에 맞춰 수집하고 분류하고 분석하였다.

우선 부서별 단위사업 기준으로 총 17개의 사업으로 범위 설정을 하였다.

연번	사업명	사업부서명
1	DDP 전시기획 및 운영(기획)	전시1팀
2	DDP 전시기획 및 운영(협력)	
3	디지털디자인 시민 문화 확산	
4	매거진 라이브러리 운영 및 디자이너 아카이빙 사업	디지털디자인팀
5	서울디자인어워드 및 국제협력 운영	
6	디자인연구 기획 운영	대외협력팀
7	DDP 운영 서비스관리	마케팅팀
8	DDP 시민참여 문화행사	전시2팀
9	서울라이트 운영	
10	디자인창업센터 프로그램 운영	창업지원팀
11	중소기업 산업디자인개발 지원	
12	우수 디자인 상품 마케팅 활성화	디자인브랜드팀
13	지속가능한 디자인 제품 서비스 판로 개척 지원	
14	서울디자인 2023	
15	소상공인의 디자인 경쟁력 강화	디자인산업팀
16	유니버설디자인 활성화 및 확산	
17	제로웨이스트 서울 전진기지 서울 새활용플라자	

이에 따라 필수 수집 대상 성과물(계획서 및 결과보고서)과 권장 수집 대상 성과물(사진, 전시도면, 지원 및 참가 제품, 과업지시서 및 제안요청서, 참가업체 정보, 영상, 보도자료, 강연자료, 온·오프라인 제작물)을 아카이브 할 수 있었다. 또한 직원 대상으로 수립 취지의 이해를 위한 캠페인 ‘노하우를 나눠요’ 설명회를 진행하였고, 직원들의 협조로 재단 그룹웨어 내 성과물도 수집하여 총 4,042건을 수집할 수 있었다.

비전	대분류	중분류	사업명	성과물		
				필수	권장	
디자인 문화 확산	문화행사	전시	DDP 전시기획 및 운영(기획)	7	61	
			DDP 전시기획 및 운영(협력)	8	45	
			디지털디자인 시민 문화 확산	11	24	
		시민 참여행사	어워드	서울디자인어워드 및 국제협력 운영	9	1,772
			DDP 운영 서비스관리	DDP 운영 서비스관리	12	해당 없음
				DDP 시민참여 문화행사	6	72
서울라이트 운영	서울라이트 운영	2	137			
디자인 산업 진흥	산업지원	창업	디자인창업센터 프로그램 운영	2	해당 없음	
			중소기업 산업디자인개발 지원	8	42	
		마케팅	우수 디자인 상품 마케팅 활성화	3	57	
			지속가능한 디자인 제품 서비스 판로 개척 지원	3	1	
		서울 디자인	서울디자인워크	서울디자인 2023	2	696
			DDP디자인페어	소상공인의 디자인 경쟁력 강화	1	7
디자인	연구	기반	디자인연구 기획 운영	21	189	
공공성 강화	정보	인물	매거진 라이브러리 운영 및 디자이너 아카이빙 사업	4	53	
			유니버설디자인 활성화 및 확산	14	576	
		디자인운동	제로웨이스트 서울 전진기지 서울 새활용플라자	20	177	
합계				17개 사업 4,042		

QR코드 링크



『서울 디자인, 끝없는 도전』 국문



『서울 디자인, 끝없는 도전』 영문



『Seoul Design White Paper 2022』

6-1-2. 디자인 트렌드 리포트

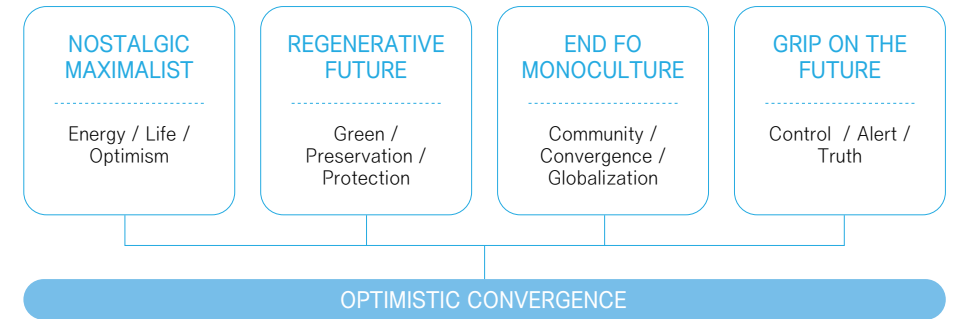
개요

구분	서울디자인재단
사업명	디자인 트렌드 리서치 및 디자인 트렌드 리포트
팀명	디자인진흥본부 디자인전략실 대외협력팀
예산명	디자인사업 연구개발
키워드	#서울디자인백서 #디자인 #트렌드 #디자인트렌드 #디자인 트렌드 리포트 #트렌드리포트 #디자인리서치 #트렌드리서치 #트렌드영상

서울디자인재단에서는 기술의 급속한 발전으로 분야의 경계가 허물어지는 시대에서, 각 분야에 창의적인 아이디어와 영감을 얻을 수 있는 기회를 제공하고자 했다. 또한 급변하는 기술 발전의 시대에 따른 불안한 미래를 걱정하는 시민, 학생, 직장인 등에게 첨단 기술을 활용한 자신의 분야에서 역할 및 영역의 확장 가능성을 확인하고 헤쳐 나갈 수 있는 동기를 주어 긍정적인 메시지를 전달하고자 했다.

이를 위해 우선, 글로벌 디자인 트렌드의 변화를 조사하고, 트렌드를 이끄는 요인과 키워드를 발굴하는 디자인 트렌드 리서치를 통해 디자인 트렌드 리포트의 주제를 도출했다. 이렇게 도출된 주제를 바탕으로 급변하는 환경 변화와 기술 발달 속에서 다양한 분야의 발전 동향을 인지하기 위해 분야별 전문가를 초청하였다. 이 전문가들로 소그룹을 구성해 각자의 자리에서 바라보는 시각과 해석을 논의함으로써 자연스럽게 정보를 제공하고, 개별 인터뷰를 통해 소그룹에서 미처 답하지 못한 내용과 인사이트를 도출하였다.

1단계	desk research(database lab, etc.)	사례 조사 15건
2단계	desk research analysis + categories(micro trends) - trend driver +trend foresights + ets.	trend driver 3가지 도출
3단계	micro trends copywriting + key insights, case studies	디자인 트렌드 핵심 워딩 4가지 및 키워드 12가지 도출
4단계	micro trends copywriting + image select, case studies, final conclusion	디자인 트렌드 결론(conclusion) 제시 : 「OPTIMISTIC CONVERGENCE」
결과보고	리서치 결과보고 준비 및 발표(7. 11.)	



디자인트렌드리서치는 디자인 트렌드의 결론과 포럼 및 세미나의 주제 방향을 제시한다. 예를 들어 ‘현재의 금융, 정치, 레트로, 맥시멀리스트 스타일 등 무엇하나 일관성없는 다양하고 다변화의 변동성이 강한 상황이 디자인산업에 어떤 영향을 미치는가?’, ‘팬데믹 이후 인간의 감정과 환경, 디자이너의 아이디어가 디자인의 미래에 중요한 역할과 어떻게 영향을 미치는가?’, ‘디자인을 보다 지속가능한 방식으로 만들기 위해 기술적으로 혁신적인 방법과 환경에 대한 영향을 그 환경에 대처하는 문제 해결 방식의 디자인으로 어떻게 만들어 나갈 것인가? 그들의 결정이 환경에 미치는 영향은 무엇인가?’ 등에 대한 답을 찾는 과정이다.

또한 플랫폼 및 전시의 기능으로서, 디자이너들이 지속가능한 방식을 위한 기술적으로 혁신적인 방법과 기후환경에 대처하는 문제해결 방식을 논의할 수 있는 아이디어 교류 공간을 제공하고 있다.

이러한 공간은 디자이너들이 서로의 아이디어를 공유하고 협력할 기회를 제공한다. 또한, 디자인 세계에서 문화적, 스타일적, 기술적 융합을 강조하며, 디자인이 어떻게 탄생하고 디자이너들이 어떤 영감을 받았는지 보여준다. 서로 다른 국가의 디자이너들을 초청하여 해외 디자인 사례가 국내 디자인산업에 미친 영향을 보여주거나, 거꾸로 한국 디자이너의 성과가 해외에 영향을 주는 방식을 보여주는 플랫폼 역할을 하는 것이다. 마지막으로, 답페이크와 인공지능 등의 고도화된 기술들이 디자인 커뮤니티와 사회 전체에 어떤 이점을 가져다줄 수 있는지 보여주면서, 동시에 이와 같은 기술들이 디자이너들의 관점에서 어떤 해로운 요소가 될 수 있는지에 대한 토론과 대화를 할 수 있는 공간을 제시한다.



2023 디자인 트렌드 리포트 팝업 배너

디자인 트렌드 리포트

5월	• 세부 추진 계획 수립
6월	• 자문회의 개최 - 영상 기획 및 주제, 연사, 사전질의 등 방향 • 분야별 전문가(=트렌드세터) 조사 및 스토리보드 작업
7월	• 트렌드리포트 영상 제작 소개 자료(국/영문)작성, 국내외 분야별 전문가(연사) 섭외 추진, 촬영장소 조사
8월	• 영상 기획 방향, 분야별 전문가, 촬영 장소, 사전질의서 등 확정 및 안내 ▶ 1부 영상 제작 촬영(8. 30.)
9월	• 1부 영상 편집 및 사례 영상 자료 조사, 수집, 구매 등 - 3종 8편 : 숏츠(6편) + 하이라이트(1편) + 본편(1편) • 2부 영상 제작 준비: 연사 및 장소 섭외, 사전질의 준비 등
10월	• 1부 영상 편집 완성 - 「LG AI 연구소」 유튜브 채널 업로드 2023. 10. 11.~ - 「유네스코 창의도시 네트워크 국제 포럼」 송출 (10. 26.) • 2부 영상 촬영(10. 30.) 및 제작, 사례 영상 자료 조사 및 수집 등
11월	• 1부 영상 홍보 및 확산 ▶ DDP 포럼 Vol.35, 재단 SNS채널(유튜브, 인스타그램, 블로그 등) 업로드, 카드 뉴스 등 EDM 발송 • 2부 영상 편집 및 사례 영상 조사, 수집 적용, 업로드 준비 및 보완
12월	• 2부 영상 업로드 : 재단 SNS채널 및 EDM, 홈페이지, DDP 정보미디어 등 업로드/송부

디자인 트렌드 리포트는 기존의 텍스트와 이미지 중심의 보고서 형식을 벗어나, 영상 콘텐츠 제작과 첨단기술(AI)에 대한 디자인의 미래 가치를 다루며 새로운 형식을 시도했다. 이와 같은 변화로 인해, 직업에 대한 막연한 불안한 이슈를 최신 트렌드 형식으로 풀어가며 단기간(30일) 내 8만 593회라는 높은 조회수를 달성했다.



서울디자인재단은 보고서 형식에서 벗어나 미디어 시대를 반영한 영상 콘텐츠를 제작했다. 여러 분야의 전문가 혹은 트렌드세터가 디자인 분야를 다각도에서 바라본 시각과 인사이트를 통해 창의적인 아이디어와 영감을 얻을 수 있도록 구성했으며, 전문가의 인사이트를 전통적인 인터뷰 방식에서 벗어나 토크 형식의 담론을 나누는 최신의 트렌디한 방식으로 전환했다. 1부에서와 동일한 주제로 적극 활용하는 세대 간 의견을 담는 분할 구성을 통해 트렌드의 현실적 공감대를 형성하는 것을 기대했다.

본 내용을 확산하기 위해서 온라인으로 다양한 채널을 통해 영상 콘텐츠를 홍보했다. 우선 대기업과의 협력으로 LG AI연구소 유튜브 채널에 업로드하여 10월 11일부터 20일의 단기간에 7만 9천 회의 조회수를 기록했고, 서울디자인재단과 DDP 홈페이지 및 SNS 채널에도 업로드하여 11월 17일부터 10월 간 1,593회의 조회수를 달성했다. 유튜브, 재단 및 DDP 홈페이지 등 온라인 채널을 적극 활용했다. 오프라인에서는 서울디자인2023 콘퍼런스 및 DDP 포럼 Vol.36 ‘Human Optimistic Daring’ 등의 행사에서 영상을 소개했다. 유네스코 창의도시 네트워크 포럼(10월 26일)과 DDP 포럼 Vol.36(11월 10일)에서도 관련 콘텐츠를 선보였다. 그 밖에도, 학계 강의 및 토론 등의 수업 자료로도 활용되었다. 인하대학교 디자인융합학과와 계원예술대학교 시각디자인과에서 자료로 사용되어 학생들에게 최신 디자인 트렌드와 기술에 대한 이해를 높이는 데 기여했다.

서울디자인 2023 및 DDP 포럼 Vol.36

유네스코 창의도시 네트워크 포럼 | 2023. 10. 26.

DDP 포럼 Vol.36 | 2023. 11. 10.



QR코드
링크



LG AI연구소
YouTube 채널



서울디자인재단
YouTube 채널
① [디자인 트렌드 리포트 1부]



서울디자인재단
YouTube 채널
② [디자인 트렌드 리포트 2부]

6-1-3. 서울디자인자산

개요

구분	서울디자인재단
사업명	서울디자인자산 운영
팀명	디자인진흥본부 디자인전략실 대외협력팀
예산명	서울디자인자산 운영
키워드	#서울디자인자산 #서울성 #디자인가치

서울시와 서울디자인재단은 서울의 우수한 문화, 역사, 도시환경을 디자인 관점에서 재발견하기 위해 2022년 서울디자인자산 40선을 선정했다. 10여 년이 지난 후, 기존에 선정된 자산을 시대 변화에 맞춰 점검, 재정비하고 추가적 발굴을 통해 서울의 유무형의 가치를 기반으로 마련하고자 하는 것이 목적이었다. 2022년 서울디자인자산 선정 및 아카이브 사업은 2009년의 선정 기준과 동일한 기준(서울성, 디자인가치, 글로벌 도시 경쟁력)을 유지하되, 지난 10년 동안 새롭게 만들어진 현대적 자산 후보를 추가했다. 새롭게 추가된 자산은 공간 및 건축, 제품, 시각 및 정보, 콘텐츠의 분류 체계로 구성되었으며, 2009년 1차 선정 자산 51선을 포함해 총 91선 자산이 확정되었다. 서울디자인자산의 선정 기준에는 서울 정도 600년의 역사성, 국내외 여타 도시와 다른 서울만의 차별성과 개성을 보유한 것, 문화와 조형 및 소재, 기술 등의 측면에서 독창적인 것, 당대의 생활과 문화에 영향을 준 것, 장기간 계승되어 온 전통적 가치가 있는 것, 다양한 분야에서 현대적 재해석, 재창조가 일어나 유무형의 가치 창출이 가능한 것 등이 있다. 선정 기준에 따라 새롭게 추가된 자산은 공간·건축, 제품, 시각·정보, 콘텐츠의 카테고리 구성되었으며 2022년에 선정된 자산은 총 50개였다.



2023년도에 발간한 『서울디자인자산 Vol. 2』는 고궁, 건축, 마을, 거리, 문화유산, 시장, 교통, 시각, 공연, 정보 총 10가지의 카테고리로 나뉘어 디자인가치와 역사성을 쉽게 이해할 수 있도록 정리한 책이다. 목적은 2022년에 추가된 신규 자산 40선을 기반으로 단행본을 제작해 국제 유관기관, 네트워크, 국내외 디자인계, 시민들에게 서울디자인의 가치를 공유하고 확산하는 것이었다. 추진 과정으로는, 먼저 단행본

제작에 필요한 사진을 촬영하고 구매 및 수집하는 작업을 진행했다. 이 사진들은 단행본 제작뿐만 아니라, 추후 자산을 활용한 홍보 콘텐츠 제작 시 기본적으로 필수적인 요소였다. 효율적인 예산 사용을 위해 공공누리 제1유형 사진처럼 비상업적 콘텐츠 제작 시 출처를 표시하고 활용할 수 있는 고품질의 사진을 수집했다. 자산을 운용 중인 유관기관과의 소통과 네트워킹을 통해 원활하게 사진을 수급받았다. 또한, 자산의 디자인적 가치와 서울성을 강조하기 위해 장소 협조를 받고, 자산의 전경, 외관, 내부를 촬영했다. 이 과정에서도 타 기관과의 협력과 네트워킹이 이뤄졌다. 이렇게 수집된 사진 콘텐츠를 기반으로, 서울디자인자산에 대한 심도 있는 디자인 정보를 담은 대시민 단행본이 제작되었다.

목차 및 해당 자산

목차	자산명
건축	DDP, 청와대, 한국은행본관, 63빌딩, 국립극장, 롯데월드타워, 서울 구 공간사육, 세종문화회관, 환구단, 국회의사당, 대한의원, 전쟁기념관, 김포공항, 명동예술극장, 코엑스, 정동교회
마을	남산골한옥마을, 돈의문박물관마을, 세빛섬
거리	덕수궁 돌담길, 서대문 독립공원, 서울숲, 서촌, 익선동, 정동
문화유산	충무공이순신동상
시장	남대문시장, 동대문시장, 서울풍물시장, 서울약령시장
교통	남산케이블카
시각	혜원풍속도, 꽃담
정보	종묘의례, 규장각, 성균관 문묘, 양천향교
공연	송파산대놀이

단행본은 각 자산에 대한 ‘디자인가치’와 ‘역사성’에 대한 문단으로 나뉘어 집필되어 있어, 서울디자인의 우수성과 독창성, 그리고 역사를 흥미롭게 안내하고 있다. 단행본의 디자인에는 서울의 상징 색인 서울 10색을 활용했으며, 뒤표지에는 ‘유네스코 창의도시 서울’을 상징하는 로고를 포함했다.





목차별로 서울시 지도를 활용하여 각 자산의 위치를 표시해 서울성을 아름답게 표현하였다. 특히, 국영문 합본으로 제작되어 국제행사에도 활용할 수 있으며, 한국을 방문한 관광객도 쉽게 읽을 수 있다.

출간 후 『서울디자인자산 Vol.2』는 서울을 홍보하는 콘텐츠로 많은 관심을 받았으며, 기존 제작 부수보다 수요가 많아 추가 제작을 진행하게 되었다. 이 단행본은 서울디자인2023과 유네스코 창의 도시 네트워크 국제포럼 등을 통해 배부되어 DDP를 방문한 시민들과 외국인 관광객의 눈길을 끌었다. 이러한 인기로 힘입어, 2023년 12월부터 2024년 1월까지 연말연시에 DDP 정보미디어를 통해 디지털 전시를 송출하였다. 사진 콘텐츠를 기반으로 한 슬라이드형 영상 형식으로, 자산의 디자인적 가치가 잘 나타난 사진 11개를 선정하였고(운현궁, 세종문화회관, 코엑스, 한국은행 본관, 환구단, 돈의문박물관마을, 서촌, 익선동, 꽃담, 규장각, 성균관과 문묘), 단행본 『서울디자인자산 Vol.2』 내 자산별 디자인 관점이 잘 드러난 개요 부분의 간단한 소개를 영문과 함께 설명하였다. 디지털 전시 영상은 DDP 페이스북에도 업로드되었으며, 이를 통해 단행본도 다시금 재조명받게 되면서 지속적으로 활용할 수 있는 사업의 일환이 되었다.

QR코드
링크



서울디자인자산
단행본



서울디자인자산
디지털 전시 영상

6-1-4. 서울디자인리포터

개요

구분	서울디자인재단
사업명	2023 서울디자인리포터 기획 운영
팀명	디자인진흥본부 디자인전략실 대외협력팀
예산명	서울디자인특파원 운영
키워드	#서울디자인리포터 #서울디자인정책 #해외도시디자인

서울시는 '세계 5대 도시 도약' 목표 달성을 위한 디자인 도시 서울을 위해 서울디자인 2.0을 비롯한 다양한 디자인정책을 계획하고 추진하고 있다. 이에 맞춰 서울디자인재단은 서울시의 디자인정책에 벤치마킹할 수 있는 해외 도시의 선진 사례를 조사하여 보고서로 제작하는 사업을 추진하게 되었다. 서울디자인재단은 서울디자인리포터 모집 및 활동 계획을 수립하고 해외 전세계 대상으로 현지에서 거주 중인 한국인들을 대상으로 하여 리포터 모집과 선정을 진행하였다. 모집 결과 총 5개 대륙, 22개 국가, 45개 도시에서 60명이 리포터로 지원하였고, 최종적으로 4개 대륙, 17개 국가, 28개 도시에서 활동을 진행하였다.





2023 서울디자인리포터 선발 결과

대륙	총 4개 대륙
국가	총 17개 국가 네덜란드(2), 뉴질랜드(2), 독일(2), 러시아(1), 미국(4), 스웨덴(1), 스위스(1), 영국(2), 이탈리아(2), 인도네시아(1), 일본(1), 중국(2), 캐나다(3), 태국(1), 프랑스(2), 핀란드(1), 호주(1)
도시	총 28개 도시 광둥성 동관(1), 뉴욕(1), 런던(1), 맨체스터(1), 모스크바(1), 밀라노(1), 방콕(1), 밴쿠버(1), 브리즈번(1), 비스바덴(1), 스톡홀름(1), 스트라스부르(1), 시카고(1), 심천(1), 암스테르담(1), 에드먼턴(1), 오클랜드(1), 자카르타(1), 제퍼슨빌(1), 취리히(1), 크라이스트처치(1), 토론토(1), 파리(1), 피렌체(1), 함부르크(1), 헤이그(1), 헬싱키(1), 후쿠오카(1)

2023년에 서울디자인재단은 위촉한 28명의 리포터를 통해 해외 도시의 디자인 선진 사례를 수집하고, 이를 보고서 단행본과 브이로그 형식의 영상으로 제작했다. 이를 통해 국내외 디자인계 및 시민들에게 서울디자인의 가치를 공유하고 확산하고자 하였다. 서울디자인재단은 먼저 리포터를 모집하고 접수된 지원서를 평가하여 최종적으로 28명의 리포터를 선정하고 위촉했다. 선정된 리포터들에게는 활동 가이드라인을 제공해 일정 기준에 따라 활동을 진행하도록 했다. 그 결과 약 3개월간의 활동을 통해 보고서와 영상을 제작하였고, 이 보고서와 영상은 편집 과정을 거쳐 보고서 단행본과 홍보용 영상으로 제작되었다.

서울디자인리포터들은 보고서와 영상 제작 외에도 서울디자인재단의 주요 국제 디자인 사업을 해외 도시에 홍보하는 역할도 수행했다. 여기에는 2023 서울디자인어워드, 2023 서울디자인 등의 디자인 사업이 포함되었다. 완성된 서울디자인리포터 단행본 보고서는 서울시 디자인정책과, 서울시 주요 시립 및 구립 도서관, DDP 매거진 라이브러리 등에 배포되어 서울시 디자인정책 참고자료로 활용되고 있으며, 시민들도 이를 확인할 수 있다. 서울디자인리포터의 브이로그 영상은 서울디자인재단 홈페이지와 유튜브 채널 등을 통해 멀티미디어 홍보자료로 활용되고 있다.

연번	대륙	성명	국가/도시	보고서 및 영상 제목
1	북아메리카	최유리	미국/뉴욕	하이라인: 자연과 역사가 만나는 뉴욕 도시의 휴식처
2		강기향	미국/시카고	시카고, 미국인들이 관광하고 싶은 도시 1위! 그 이유는?
3		유진	미국/제퍼슨빌	폐교량을 재활용한 교량 공원 '빅 4 브리지'
4		김효진	캐나다/밴쿠버	철도에서 도심 커뮤니티로, 밴쿠버 아부터스 그린웨이
5		장지훈	캐나다/에드먼턴	캐나다 최초의 소독제를 사용하지 않은 자연 수영장
6		남은희	캐나다/토론토	토론토 공공도서관의 디자인이 시민과 도시에 미치는 긍정적 영향
7	아시아	정윤희	인도네시아/자카르타	인도네시아 북부 자카르타 신도시 아름다운 카폭 해변
8		이윤규	일본/후쿠오카	모두를 위한 디자인, 유니버설 도시 후쿠오카시를 보다
9		김희수	중국/심천	생태 자원의 가치를 살린 수변 레저벨트 심천만 공원
10		조서영	중국/광둥성 동관	디자인에 대한 선전의 태도
11		이현경	태국/방콕	태국 방콕의 첫 번째 도시 공원, 벤자키티 숲 공원을 찾아가다
12	오세아니아	김하민	뉴질랜드/오클랜드	미래를 생각하는 자연 친화적 디자인, 레드우드 트리워크
13		박춘석	뉴질랜드/크라이스트처치	뉴질랜드 크라이스트처치 대지진 이후 도시 복구를 위한 도심지 재건사업
14		김민영	호주/브리즈번	브리즈번의 과거와 현재 그리고 미래: 브리즈번 건축 디자인 역사
15	유럽	박효선	네덜란드/암스테르담	도시 재생과 창조적인 공간: 암스테르담 NDSM과 STRAAT 미술관
16		김하민	네덜란드/헤이그	디자인의 도시, 헤이그를 소개합니다. (What's in the Hague)
17		함태원	독일/비스바덴	비스바덴의 역사 발자국을 따라 걷는 디자인 산책
18		우명제	독일/함부르크	제2차 세계대전의 흉물스런 잔해가 창의적 도시문화로서의 시민들의 휴식처가 되다
19		문용원	러시아/모스크바	베덴하 재건 프로젝트 - 뫼비우스띠
20		박운정	스위스/취리히	스스로 에너지를 생산하는 집이 있는 곳, 취리히 호수
21		황지은	스웨덴/스톡홀름	스웨덴 고틀란드의 버려지는 것들을 재활용한 아름다움
22		정명용	이탈리아/밀라노	생활 속에 스며든 밀라노 디자인 산책
23		김향경	이탈리아/피렌체	도시 소품 개선의 목적과 효과
24		이수연	영국/런던	모든 사람들을 위한 크로스레이 엘리자베스 라인
25		노다예	영국/맨체스터	무장애와 유니버설디자인 관점에서 바라본 맨체스터 도시 디자인
26		정재현	프랑스/스트라스부르	중세 향만 지구에서 글로벌 생태상업 센터로 부상한 앙드레 말로 나루
27		최서경	프랑스/파리	상생과 보존의 파리 사례들: 사마리텐 백화점, 아틀리에 드 파리, 니콜라 피이에
28		서정애	핀란드/헬싱키	모두를 위한 헬싱키 놀이 서비스 디자인

QR코드 링크



2023 서울디자인리포터 보고서



2023 서울디자인리포터 브이로그 영상

6-1-5. 디자이너 아카이빙

개요

구분	서울디자인재단
사업명	디자이너 아카이빙
팀명	DDP운영본부 전사업실 디지털디자인팀
예산명	디자이너 아카이빙 사업
키워드	#디자이너아카이빙 #K-문화 #숏폼

서울디자인재단은 디자이너 아카이빙 사업을 통해 2022년 아카이빙 영상 온라인 홍보와 2023년 영상 촬영 대상 후보군 DB를 구축하고 선정하였다. 이를 위해 영상 콘텐츠를 기획 및 제작하고, 콘텐츠 연계 프로그램을 운영하였으며, 2023년 아카이빙 영상을 공개하고 홍보했다. 특히 2023년에는 디자인에서 'K-문화콘텐츠'로 분야를 확대하고, DDP가 글로벌 시민을 위한 K-문화콘텐츠의 디지털플랫폼화로 발돋움하기 위한 K-컬처 사업 기반을 마련했다. 또한 영상의 형태를 풀버전과 숏버전으로 다각화하여 영상 소비 선호에 따라 선택적 시청이 가능할 수 있도록 하였고, 영문 자막서비스를 추가해 시청 타겟을 글로벌로 확장했다. 홍보는 20편의 영상을 시리즈화하여 공개함으로써 회차별 홍보시간 확보 및 시청자 기대감을 증폭하는 방식으로 진행되었다.



2023년 영상 촬영 대상 후보군 조사 및 선정의 진행 순서는 다음과 같다. 먼저, 확장된 분야의 새로운 인물을 탐색하고 이들을 선정하여 분류하기 위한 데이터를 마련하고자 다양한 방법을 활용했다. 매거진 편집장의 추천 자문, 유관기관 및 기업 추천 공문 발송 등을 통해 후보군을 종합해 영상 촬영 대상자 데이터를 구축하였다. 주요 매거진사 대표 및 편집장의 서면 자문을 진행했으며, 유관기관 추천 협조 요청 공문을 한국디자인진흥원, 한국콘텐츠진흥원, 한국공예디자인진흥원 등 13개 기관에 발송하였다. 또한 온·오프라인 매거진 기반 콘텐츠에서 인물 중심의 내용을 조사하였다. 그 후 촬영 대상자 선정의 공정성, 적정성 및 타당성을 확보하고자 구축된 DB를 기반으로 대상자를 선정하였다. 최종적으로 8개 분야에서 20인을 선정해 2022년 대비 3개 분야를 추가로 수행하였다.

2023년 영상 콘텐츠 기획 및 제작에 있어서는 다양한 분야에서 영향력 있는 디자이너 및 크리에이터의 K-문화콘텐츠를 제작하고 확산함으로써, 다양한 문화를 경험할 수 있는 DDP를 구현하는 것을 목표로 했다. 2023년 6월부터 12월까지 진행되었으며, K-문화콘텐츠 분야에서 대표 성과 대중성, 인지도를 가진 디자이너 및 크리에이터 20인의 영상을 기획하고 제작했다. 인터뷰 영상을 통해 서울의 디자이너, 도시, 트렌드를 발견하고 디자인적 사고를 몸소 체험한 디자이너의 경험을 기록하였으며 이들은 각각 20편의 영상으로 담겼다. 메인 영상 20편은 각각 풀버전은 5~6분 내외이며, 숏폼은 20편으로 30초에서 1분 내외이다. 이를 통해 분야별 영상의 다양성을 확보하기 위해 4개의 숏폼 디자인을 개발했다.



6-1-6. 매거진 라이브러리 운영

개요

구분	서울디자인재단
사업명	매거진 라이브러리 운영
팀명	DDP운영본부 전시사업실 디지털디자인팀
예산명	디자인 라이브러리 구축
키워드	#매거진라이브러리 #정기구독 #현장이벤트

매거진 라이브러리는 DDP 디자인랩 3층에 위치한 다양한 문화 트렌드 정보를 제공하는 시민들을 위한 복합문화 공간이다. 또한 매거진의 정기 구독 구비 및 최신 트렌드의 정보를 제공하는 공간으로, 매거진 라이브러리 활성화 프로그램을 운영하여 공간 활성화와 최신 트렌드 발신으로 시민들에게 지식과 정보를 제공하고 자기계발의 기회를 제공하고자 하였다. 매거진 라이브러리에서는 크게 공간운영, 매거진 정기구독, 협력 네트워크 구축, 활성화 프로그램 기획 및 운영, 공간 홍보와 마케팅 등 다섯 가지 세부 사업이 추진되었다.

2023년 한 해 동안 매거진 라이브러리는 총 51,001명의 방문객을 맞이했다. 이는 월평균 4,250명, 일평균 139.7명이 방문한 셈이며, 개관 첫 해인 2022년 7월 이후 월평균 1,852명보다 약 229.4% 증가한 수치이다. 방문객 만족도는 상반기 90.77%, 하반기 89.92%로, 연평균 90.3%를 기록했다. 이는 전년도 하반기의 88%에 비해 102.6% 상승한 결과이다. 매거진 정기구독은 시민들에게 최신 트렌드 정보를 제공하는 것을 목적으로 하며, 2023년에는 매거진 리서치와 전문가 자문을 통해 구독 매거진 목록을 선정하고 총 118종(국내 38종, 해외 80종)의 매거진을 구비했으며, 이는 2022년 104종 대비 113% 증가한 수치이다.

매거진 라이브러리는 상시 운영(오전 10시~오후 8시, 설날·추석 명절 당일 휴관)을 통해 시민들이 방문하여 최신 트렌드 정보를 얻고 자기계발을 할 수 있도록 기회를 제공하는 것을 목적으로 한다. 이를 위해 콘텐츠를 개발하고 쾌적한 환경을 운영하고 유지하며, 최신 트렌드 정보의 장으로 자리매김하기 위해 노력했다. 그 일환으로 기획하고 운영된 3회의 활성화 프로그램은 DDP 매거진 라이브러리X월간 디자인이 함께 'K-팝토피아의 설계자들'을 주제로 하였으며, 매거진 라이브러리 스페셜 토크라는 프로그램명으로 평균 참석자 회당 약 200명, 프로그램 만족도 평균 91.86%에 달하는 결과를 보였다.

구분	프로그램 구성		연사	성과
Vol.1	주제	DDP 매거진라이브러리X 월간디자인 'K-팝토피아의 설계자들'	스페이스오디티 김흥기대표 허스키포스 이두희 대표	총 참석자 193명 프로그램 만족도 91.8% 재방문의사 90.9%
	내용	디자인 관점에서 K-팝산업의 현재와 미래를 조망	디지페디 성원모 대표 브이비스튜디오 김철휘대표	
Vol.2	주제	매거진 콘텐츠의 미래와 오늘_기업편	29cm 김항래 실장 스테이폴리오 이상욱대표	총 참석자 220명 프로그램 만족도 91.9% 재방문의사 94.1%
	내용	기사, 사진, 영상을 활용한 매거진식콘텐츠가 오늘날 기업에 의해 또 다른 목적과 형태로 발신되고 있는 현상에 대한 담론	현대백화점 정용철 팀장	
Vol.3	주제	매거진 콘텐츠의 변화 그 모습의 진화	아침 윤진 대표	총 참석자 185명 프로그램 만족도 91.9% 재방문의사 98.4%
	내용	현재 매거진 콘텐츠의 변화하는 양상과 그 모습들에 대한 담론	롱블랙 이해진 리드 TMI.FM 차우진 대표	

홍보 마케팅의 경우 시민 대상 매거진 라이브러리 홍보를 목적으로 2023년 4월부터 12월까지 일반 시민과 MZ세대 등 타겟을 나눠 온·오프라인 광고를 집행하였으며, 추진성과로 타겟별 시안 개발로 홍보 효과 증대를 기대할 수 있는 광고 디자인을 개발하였다. 오프라인에서는 버스쉘터, 언론 매체, DDP 사이니지 등을 통해 광고가 송출되었고 온라인에서는 월간 디자인, 메종, 싱글즈 등 외부 채널과 DDP 홈페이지, SNS 등을 통한 내부 채널을 활용해 홍보가 진행되었다. 또한, 공간 활성화를 위한 현장 이벤트로 3층에 숨겨진 QR코드 스캔을 통해 상품을 제공함으로 공간 탐색 및 활용을 유도하는 현장 이벤트도 진행하였다.



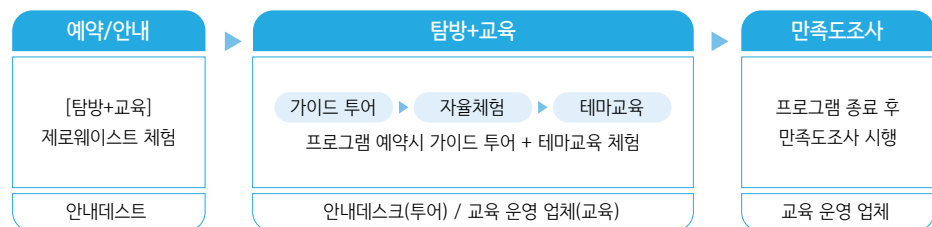
6-2. 교육

6-2-1. 재활용 교육

개요

구분	서울디자인재단
사업명	제로웨이스트 탐방 및 교육 시민참여 프로그램 운영
팀명	디자인진흥본부 디자인전략실 업사이클디자인팀
예산명	서울재활용플라자 시설관리 및 운영
키워드	#자원순환 #제로웨이스트 #지속가능교육

서울재활용플라자는 시민들이 일상생활에서 재활용을 실천하며 자원 순환의 중요성을 이해하고 환경 문제에 적극적으로 대처할 수 있도록 다양한 교육 프로그램을 제공했다. 특히 점점 심각해지는 환경 문제에 대한 인식과 생활양식의 변화를 이끌기 위해 대상별, 연령대별 맞춤 교육과 비대면 자율 탐방 프로그램을 중심으로 재활용 교육 프로그램을 운영해 왔다.



제로웨이스트 탐방 및 교육 프로그램 운영

서울재활용플라자는 제로웨이스트 탐방 프로그램을 통해 시민들이 자원 순환과 환경 문제에 대해 이해할 수 있도록 다양한 활동을 제공했다. 이 프로그램은 정기 및 자율 탐방, 제로웨이스트 테마 전시, 상설 체험으로 구성되었다. 정기탐방은 '자원순환 이야기'라는 이름으로 운영되며 다양한 시민들을 대상으로 하는 도슨트 프로그램이다. QR코드로 모바일 화면에 접속해 퀴즈를 풀며 탐방하는 방탈출 게임 형태의 자율 탐방 프로그램 '탐정 제로: 제로 사망 사건의 전말'은 공간 및 주변 자원(재활용하우스, 소재은행, 꿈꾸는공장, 전시품, 소재 라이브러리 벽 등)을 적극 활용하여 자율적으로 탐방을 진행할 수 있는 콘텐츠이며 2023년 4월 26일부터 운영하였다. 2023년에는 탐방 프로그램을 435회 운영하였으며 총 10,992명이 참여하였다. 이외에도 수요에 따라 추가로 탐방 프로그램을 편성 운영해 왔다. 2023년 2월부터는 서울하수도과학관과 연계하여 '하수, 재활용을 만나다'라는 이름으로 인 압축도+업사이클링 키트 화분 만들기 체험 교육을 진행하였고, 3월 22일부터 탐방 프로그램과 연계하여 제로웨이스트 테마교육을 진행하였다. 자투리 목재나 과자봉지, 플렉스, 폐원단 등을 활용한 만들기 체험교육으로 매주 수, 목, 금요일에 오프라인교육으로 진행되었다. 상, 하반기에 나누어서 장비 안전 활용 교육 또한 진행되었다. 상반기 장비 안전 활용 교육은 5월 30일부터 6월 20일간 5회로 나누어 진행되었고, 하반기 장비 안전 이용 교육은 10월 23일부터 10월 26일까지 4회로 나누어 진행되었다. 2023년에는 국내외 기관들에서 벤치마킹을 위한 방문 수요가 많았다. 국내 51개 지자체 및 기관과 국외 16개국에서 방문하여 벤치마킹이나 워크숍을 지원했다. 주한 덴마크대사관 주재 북유럽학생단, 유엔산업개발기구(UNIDO), 세계은행, APD(아시아 패키지 디자인) 등이 방문했으며, 연간 방문 횟수는 2021년에 370회, 2022년에 751회, 2023년에는 435회로 기록되었다.

2017-2023 재활용 교육 참여

재활용 교육 참여자 수	재활용 탐방 참여자 수	재활용 교육 키트 보급	탐방 횟수
대면: 39,989명 비대면: 13,265명	53,623명	25,304개	3,122회

제로웨이스트 대학생 해커톤 운영

2023년 9월, 제로웨이스트 실천 및 확산을 위해 대학생 해커톤이 진행되었다. 본 행사는 제로웨이스트 실천 아이디어를 공모하고 사업화를 지원하는 것을 목표로 했으며, 지속가능한 제로웨이스트 산업 발전과 캠퍼스 내 제로웨이스트 문화 확산을 주제로 삼았다. 행사는 9월 2일부터 9월 9일까지 전국 대학교 재학생을 대상으로 열렸다. 행사 내용으로는 게스트 토크, 서울새활용플라자 공간 탐방, 디자인씽킹 워크숍, 제로웨이스트 비즈니스 마케팅 교육, 특별강연 등이 포함되었으며, 팀별 프로토타입 피칭 대회 및 심사평이 이루어졌고 우수 팀에게는 사업화 멘토링 지원이 제공되었다.

전국 18개 대학에서 57개 팀, 총 143명이 참여하였으며, 다양한 제로웨이스트 아이디어가 발굴되었다. 특히, 최우수 팀인 'ReSTEP'은 분리배출 핵심 4가지 기능을 원시스템으로 해결하는 분리배출 시스템을 개발하였고, 우수팀으로 선정된 '국경 없는 나눔 APP'과 'ZERO-WASTE ZERO-

BARRIER'는 각각 학교 중심의 간편한 나눔플랫폼과 모두를 위한 쓰레기통 '모쓰통'을 제안하였다. 대학생 해커톤은 대학생들의 제로웨이스트 아이디어 실현을 통해 캠퍼스 내 제로웨이스트 실천을 활성화하고, 지속가능한 제로웨이스트 산업 발전에 기여하며, Z세대의 제로웨이스트 인식을 개선하는 효과가 있었다. 또한, 이를 통해 환경 보호 및 지속가능한 사회 발전에 기여할 것으로 기대된다. 재단은 앞으로도 지속적인 제로웨이스트 대학생 해커톤 개최를 통해 제로웨이스트 아이디어 발굴 및 사업화 지원을 강화할 계획이다.



제로웨이스트 가이드라인 개발

서울새활용플라자는 학교 내 불필요한 쓰레기를 줄이고 자원순환 및 제로웨이스트 문화 확산을 위하여 시민 실천 가이드라인 개발·제작을 추진하였다. 기존의 '분리배출 가이드라인'을 넘어 쓰레기 감량과 재사용 행동까지 포함해 자원 순환에 기여하는 생활 실천 가이드를 만들고자 하였다. 특히, 미래세대 친환경 실천을 위한 청소년층 대상의 제로웨이스트 가이드의 필요성을 느껴 학생 개인 차원을 넘어 교직원 및 학교 전체에서 실천할 수 있는 가이드라인 제시로 친환경적인 학교 환경 조성에 기여하고자 하였다. 그러한 이유로, 서울새활용플라자는 학교 내 제로웨이스트 실천과 문화 확산을 위해 대상별 실행 가이드를 콘텐츠로 제작하여 초·중·고등학교 시설 및 학교 구성원에게 배포하고자 하였다. 주요 내용은 학교 내 불필요한 폐기물을 줄이고 재사용, 재활용 활동을 통해 쓰레기

발생량을 감소시키는 '제로웨이스트 실천 가이드라인'을 개발하고, 학교 운영 측면 시설 운영 관리 등 학생들의 실천을 유도하는 교육 등 주제별 실행 가이드를 개발하여 학교 현장에서 효과적으로 적용할 수 있는 콘텐츠 형태로 제작 후 배포하는 것이다. 2023년에는 제로웨이스트 실천 가이드라인을 제작하였으며, '제로웨이스트 생활을 위한 100가지 방법' 영상 또한 제작하여 배포하였다. 2024년에는 초·중·고등학교를 대상으로 3만 부를 배포할 예정이다.



제로웨이스트 기획전시 및 체험프로그램 개최

서울새활용플라자는 2023년에 대시민 콘텐츠를 개선하고 다양한 공간 경험을 제공하기 위해 입주기업과 연계하여 새로운 공간을 만들었다. 2023년 4월 17일부터 진행된 상설 전시 'NOW for Zero-Waste: 함께 하는 방법'에는 서울새활용플라자의 19개 입주기업이 참여하였다. 이 전시는 새활용하우스에서 열렸으며, 방문객을 위한 상설 소재 체험존도 운영되었다. 5월에는 가정의 달을 맞아 체험형 자율 탐방 프로그램인 방탈출 게임 '탐정 제로: 제로의 사망사건의 전말'을 공개해 큰 인기를 끌었다. 이 프로그램은 예약이나 안내자 없이 개인 휴대폰을 가지고 서울새활용플라자 곳곳을 자유롭게 탐험하며 쓰레기 경각심과 자원 순환 동참 의지를 자연스럽게 느끼게 되는 콘텐츠였다.

2023년 8월부터 12월까지는 '플라스틱 정글 탐험대' 전시가 개최되었다. 전시는 입주기업인 국제 평화상사(피소오브피스)와 협력하여 진행되었으며, 2523년의 지구를 배경으로 썩지 않고 새롭게 진화한 플라스틱 생명체를 통해 어린이들의 상상력을 자극하고 자원순환을 독려하는 워크북 연계 전시였다. 또한, 전시에서는 워크숍을 4회 운영하여 어린이들이 직접 체험할 기회도 제공하였다.



6-3. 네트워크

인의 트렌트를 주도하고 각 지자체의 특성 및 요청에 따라 디자인을 적용할 수 있도록 상호 지원 및 협력하는 것을 목표로 한다.

또한, 서울시는 디자인정책 확산을 위한 또 다른 노력으로 유네스코 창의도시 네트워크에서 활동하고 있다. 2023년에는 유네스코 한국위원회와 국내 첫 UCCN 가입도시인 서울시가 공동으로 ‘2023 유네스코 창의도시 네트워크 국제포럼’을 2023년 10월 25일부터 27일까지 개최하였다. 본 포럼은 국내외 유네스코 창의도시 네트워크 관계자와 국내외 시민 300여 명이 참석한 가운데 ‘포용과 안전을 위해 창의도시 네트워크가 나아갈 길’과 ‘유엔의 지속가능발전 목표를 공유하고 국내외 창의도시의 우수 사례와 발전방안 모색’ 등 회원도시 간 교류와 협력을 촉진하는 자리가 되었으며, 앞으로 국제 네트워크에 기반한 UCCN 활동과의 지속적 연계와 협력의 계기를 만들기 위해 향후 국제포럼의 정례화 추진도 검토하게 되었다. 이외에도 창의도시 네트워크 활동으로는 2023년 1월(오스트리아 그라츠 주최), 3월(호주 질롱 주최), 6월(미국 디트로이트 주최)에 개최된 디자인 분과회의에 참석하여 디자인 도시 사업의 추진 현황을 공유하고, 디자인 위크와 디자인어워드에 참여하는 등 UCCN의 49개 디자인 지정도시간의 교류 활성화를 끌어냈다.

6-3-1. 국내외 디자인 협력, 디자인 교류, 디자인 외교

개요

구분	서울시
사업명	국내외 디자인 교류 및 외교
팀명	디자인정책관 디자인정책담당관 디자인협력팀
예산명	비예산
키워드	#서울디자인교류 #디자인협력 #디자인행정

서울시는 창의성을 도시의 문화적 다양성과 지속가능한 발전을 위한 전략적 요소로 인식하고 있다. 이를 위해 국내·외 여러 도시들과의 디자인정책 교류를 위해 유네스코 창의도시 네트워크(UCCN)에 가입하여 활동하고 있으며, 지역상생 협력체계의 구축에도 참여하여 디자인 서울의 우수 사례와 각 창의도시에서 진행되는 사업의 경험을 함께 나누고 성장하며 도시 간의 협력을 강화하고 있다. 2023년도에 서울시는 디자인 서울 2.0을 통해 제시한 비전을 실현하고 디자인 도시로서의 성장을 통해 즐거운 활력 도시 서울을 조성하겠다는 계획을 갖고, 지속가능한 발전을 위한 디자인의 의미와 가치에 대해 공유하고 발전시키고자 행정에 디자인을 적용한 혁신적 정책과 사례를 확산하고자 하였다. 서울시는 2023년에 국내 유네스코 창의도시와 협력하여 서울시정과 브랜드, 국제행사 홍보 콘텐츠 등을 도시별 영상매체를 통해 표출하도록 함으로써 창의도시 네트워크 활성화를 도모했다. 또한, 서울시는 전국 지자체를 대상으로 상생발전과 지역경제 활성화를 위한 우호교류 협약을 체결 중에 있는데, 2023년에는 4개 도시(세종시, 대전시, 충청북도, 안동시)를 대상으로 ‘도시 디자인정책 교류 활성화’ 분야에 대해 상호 협력하도록 MOU를 체결하였다. 이 협약은 서울시가 공공디자인

6-3-2. 유네스코 창의도시 네트워크

개요

구분	서울디자인재단
사업명	유네스코 창의도시 및 글로벌 네트워크 운영
팀명	디자인진흥본부 디자인전략실 대외협력팀
예산명	통합 홍보 마케팅
키워드	#유네스코 #유네스코창의도시네트워크 #국제협력 #국제교류 #세계

유네스코 창의도시 네트워크는 UN의 지속가능한 발전 목표(SDGs)를 달성하기 위해 설립된 국제 네트워크로, 세계적으로 지속가능한 미래를 만들기 위한 도시 단위 협력을 촉진한다. 현재 7개의 창의성 분야에 걸쳐 112개 국가의 350개 도시가 회원으로 지정되어 있으며, 이중 디자인 분야에서는 37개국 49개 도시가 활동하고 있다. 회원 도시들은 해마다 연례회의와 각 분과회의에 참여해 활동내역을 공유하고 다른 회원 도시와의 협력을 논의한다. 아울러 각 도시의 전문가 네트워크 교류와 공동사업을 수행함으로써 지역 발전에 기여하고 있다.

유네스코 창의도시 네트워크 정례 활동

2023년 10월 23일 수요일에는 유네스코 창의도시 네트워크 사무국이 주최하는 유네스코 창의도시 네트워크에 참석해 2023년 유네스코 창의도시 네트워크의 활동내역을 타 회원도시와 함께 리뷰하는 시간을 가졌다. 이 회의에는 본래 2023년 9월 튀르키예 이스탄불에서 개최 예정이었던 연례회의 및 디자인 분과회의가 튀르키예 정부 사정에 의해 취소됨에 따라 유네스코 창의도시 네트워크 사무국에서 온라인으로 개최했다.

호주 질롱에서는 2023년 3월 27일부터 31일까지 디자인 분과회의에 서울시도 참여했다. 이 행사에서는 제4회 서울디자인어워드 홍보 및 협력 네트워크를 구축했다. 아울러 'Upcoming Calls' 세션 발표를 통해 재단 사업을 홍보하고, 향후 긴밀한 협력을 요청했다. 디자인 분과회의 활동뿐만 아니라 호주현대미술관, 시드니공과대학, 주호주한국문화원, 빅토리아국립미술관, 데스티네이션 NSW 등 호주의 문화예술기관과 네트워크를 구축하고 재단 사업을 알렸다.

미국 디트로이트에서는 2023년 6월 22일 한국시간 오후 8시에 열린 온라인 분과회의에 서울시 참석하였다. 이 회의에서는 2024년도 디자인 분과회의 개최 유치를 위한 경쟁 발표 및 43개 디자인 도

시 사업 추진 현황을 공유하는 자리가 마련되었다. 서울은 아사히카와·두바이와 함께 차년도 디자인 분과회의 개최를 위한 경쟁 발표에 참여했다. 회원도시 투표 결과 2024년도 디자인 분과회의 개최지는 아사히카와가 선정되었지만, 많은 회원도시가 서울에 보낸 응원과 지지를 확인할 수 있었다.

회원도시 평가

유네스코 창의도시네트워크는 모든 회원도시가 4년마다 한 번씩 제출하는 모니터링 보고서를 통해 각 도시의 활동 내용을 평가하고 추진 방향을 점검한다. 2023년에는 이탈리아 토리노, 스페인 빌바오, 핀란드 헬싱키, 총 3개 도시가 모니터링 보고서를 작성했고, 서울은 4월 12일부터 5월 19일까지 모니터링 보고서 평가에 참여했다. 이를 통해 네트워크 내 서울의 영향력을 확산하는 한편, 서울 모니터링 보고서 작성 시 작성단계부터 평가기준을 고려할 수 있도록 사전점검을 진행하였다.

또한, 2023년에는 유네스코 창의도시 네트워크 디자인 분과에 가입을 희망하는 7개 도시를 대상으로 평가가 진행되었다. 이 과정에서 아슈가바트(투르크메니스탄), 체티네(몬테네그로), 치앙라이(태국), 충칭(중국), 다우가우필스(라트비아), 그라나다(니카라과), 발렌시아(스페인) 중 다우가우필스를 제외한 6개 도시가 2023년 신규 디자인 도시로 지정됐다.



2023 유네스코 창의도시 네트워크 국제포럼 포스터

유네스코 창의도시 및 글로벌 네트워크 운영 사업은 해외 도시 및 디자인 전문기관과의 교류를 통해 재단의 디자인 사업 콘텐츠를 발산·확산하는 것을 목적으로 한다. 이를 통해 서울시민뿐만 아니라 세계시민을 대상으로 재단 사업을 알리고자 노력했다. 유네스코(UNESCO)는 2004년 세계문화다양성 협력망의 일환으로 창의도시 네트워크 프로그램을 도입하였으며 해마다 디자인, 문학, 음악, 민속공예, 영화, 미디어아트, 미식 등 총 7개 창의성 분야에서 인류문화 발전에 이바지하는 전 세계 도시를 지정해 유네스코 창의도시 네트워크(UNESCO Creative Cities Network)를 운영하고 있다. 현재 이 네트워크에는 49개의 디자인 도시를 포함하여 350개 회원도시가 교류하고 협력하고 있다. 서울은 2010년 디자인 창의도시로 지정되어 활발하게 활동하고 있으며, 이러한 국제기구 활동을 발판 삼아 재단의 국제사업 시너지를 창출해 서울디자인어워드, 서울라이트, 서울디자인 등을 세계에 널리 알리고 있다.

2023년 서울은 유네스코 창의도시 네트워크 연례회의와 분과회의 등 네트워크의 정례 활동에 적극적으로 참여함으로써 디자인 분과 내 회원도시와의 관계를 강화했다. 아울러 문화체육관광부·유네스코 한국위원회와 유네스코 창의도시 네트워크 국제포럼을 공동으로 개최하여 네트워크를 확장하고, 지속가능발전목표 실현을 위한 시민 공감대를 형성했다. 이 국제포럼에서는 유니버설디자인의 선구자, 디자인 HR 전문가, 해외 창조경제위원회 위원 등 다양한 디자인 분야에서 활동하는 국내외 전문가를 초청해 디자인 노하우를 공유했다. 이와 같은 활동은 다양한 국가 및 도시와의 활발한 네트워킹을 강화해 서울디자인 및 재단 국제홍보 등 재단 사업 국제화 견인에 기여했다. 포럼의 주제는 '회복과 포용, 지속가능한 발전을 위한 창의도시의 역할'(The Role of Creative Cities in Fostering Resilience, Inclusion and Sustainable Development)로, 서울시정과 특히 약자와의 동행과 디자인 서울 2.0에 발맞춘 공감과 포용의 지속가능발전 사례를 공유하는 의미 있는 자리로 꾸러졌다. 포럼은 총 3일간 진행되었으며 1일 차에는 초청인사 대상으로 서울디자인투어를 진행했고, 2일 차에는 유네스코 창의도시 네트워크 국제포럼 오전/오후 세션을, 그리고 마지막 3일 차에는 유네스코 창의도시 네트워크 국내 회원도시를 대상으로 워크숍이 열렸다.

6-3-3. 세계디자인기구(WDO)

개요	
구분	서울디자인재단
사업명	세계디자인기구(WDO) 협력
팀명	디자인진흥본부 디자인전략실 대외협력팀
예산명	비예산
키워드	#WDO #세계디자인기구 #국제디자인협력

재단은 국제 디자인 단체 및 기관들과의 소통과 협력을 위해 다양한 국제 사업을 진행하고 있으며, 그중 하나로 세계디자인기구(WDO)의 회원으로 활동하고 있다. WDO는 1957년에 Icsid(국제산업디자인단체협의회)로 출범하여 180여 개 이상의 해외 디자인 유관 기관 및 단체들이 회원으로 참여하고 있다. 재단은 오랜 역사와 우수 디자인 단체 회원들이 가입한 WDO를 통해 재단의 사업을 홍보하고 협력하고자 하였다.

재단은 특히 WDO에서 추진하는 주요 사업 중 하나인 세계 디자인 수도에 2010년 선정되었다. 세계디자인도시에 처음으로 선정된 도시는 이탈리아 토리노였으나, WDO 이사진을 통해 선정된 최초의 도시는 2010년 서울이었다. 재단은 WDO의 주요 임원 및 회원들과 긴밀히 협력하여 서울디자인어워드의 심사위원 및 자문위원으로 위촉해 활발히 활동하고 있다. 또한 WDO 정기총회와 회원



교류의 날 등을 통해 긴밀히 협력하고 있다. 재단은 WDO의 회원으로 지속적인 활동을 하였으나 코로나19와 같은 팬데믹으로 국제 협력 사업이 다소 약화되었다. 이에 2023년을 기점으로 국제 협력 사업을 재개할 계획을 수립하여 WDO와의 협력 활동을 본격적으로 재개하고자 하였다.

WDO의 주요 사업 중 하나는 2년마다 개최하는 정기총회이다. 재단은 2023년 일본 도쿄에서 열리는 정기총회에 등록했다. 본 정기총회에서 재단은 WDO에서 재단의 입지와 위상을 강화하고자 WDO의 이사회 후보에 등록을 추진하였다. 그 결과 WDO 정기총회에 참석하여 회원 기관과 단체들이 추진한 디자인 사업 결과물들을 확인할 수 있었고, 네트워킹을 통해 약 30명 이상의 인사들과 소통하고 훗날 협력을 기약하였다. 정기총회 후에는 2024년 세계디자인수도로 선정된 샌디에이고-티후아나의 총감독이 DDP를 방문하여 2010 세계디자인수도 서울의 노하우를 전하고 벤치마킹하며 추가 협력을 약속하였다.



6-3-4. DDP 멤버십

개요

구분	서울디자인재단
사업명	DDP 멤버십
팀명	DDP운영본부 전시사업실 디지털디자인팀
예산명	디자이너 협력 프로그램 운영
키워드	#멤버십

서울디자인재단은 2021년부터 DDP 멤버십 제도를 개발하고 운영하여 DDP의 충성고객을 확보하고 있다. 멤버십 제도는 DDP를 사랑하는 사람이라면 누구나 자유롭게 회원으로 가입하여 DDP가 제공하는 혜택을 누리며 알리며 네트워크와 커뮤니티를 형성할 수 있게끔 하였다.

2023년에는 DDP 멤버십 정체성 및 브랜딩 정비를 통한 신규 멤버십 유치를 확대하고, 멤버십만의 프로그램을 정례화하여 회원으로 하여금 소속감 및 충성도를 제고할 수 있게끔 하였다. 특히 DDP 멤버십 프로그램 다각화를 통해 시민참여가 가능한 DDP만의 콘텐츠 활성화에 기여하는 노력을 강화했다. DDP 멤버십 연회비는 3만 5천 원으로, 가입일로부터 1년간 유지 가능하며 만 18세 이상부터 가입자격이 주어진다. 2023년 신규가입자는 237명으로 유료 회원에게는 지정전시 50% 할



DDP 멤버십








DDP 멤버십 키트

인(동반 1인 포함), 재단 내 사업 선 예약권, 제휴 매장 10% 할인, 웰컴키트 제공, 자체 프로그램 4회 진행, 방문 당일 주차 1시간 무료 등의 혜택이 제공되었다. 그리고 기존 온라인 결제만 가능했던 방식에 오프라인 결제를 추가하여 회원등록 프로세스를 개선하였으며, 단순히 전시/행사 정보만 제공에서 벗어나 멤버십 회원을 대상으로 선 예약 기간을 제공하고, 협업 토크살롱 진행 등 DDP 멤버십을 위한 자체 프로그램을 운영하여 다양한 방법으로 멤버십을 개선하였다.

2023년에는 멤버십 브랜딩 개선의 일환으로 DDP 멤버십 혜택을 안내하기 위한 홈페이지 및 SNS 채널을 개선하였다. 특히 홈페이지는 가입안내, 혜택안내, 프로그램 안내, 공지사항 등으로 카테고리를 세분화하여 정보전달의 효율성을 강화하였고, 기존의 정형화된 이미지를 탈피하여 트렌디한 이미지로 재구성하여 MZ세대의 유입을 기대하였다. 또한 멤버십 회원 수 중 가장 높은 비율을 차지하는 2030 여성을 타겟으로 웰컴키트를 리뉴얼하였으며, 웰컴키트는 메모지, 드로잉북, 엽서, 북마크, 스티커, 웰컴카드 등의 굿즈로 구성되었다.

2023년은 멤버십의 혜택을 강화하고, 신규 회원 유치를 위해 연간 총 5회에 걸쳐 멤버십 대상의 프로그램을 운영하였다. 푸드 크리에이티브 디렉터 '내궁'을 게스트로 '협업 토크살롱 1회', 유튜버 겸 사업가 '비밀이야' 및 인플루언서 및 F&B기획자인 '맛타고라스'를 게스트로 '협업 토크살롱 2회', 충주시 SNS 담당자인 '김선태 주무관'을 게스트로 'DDP 멤버십 영감플러스 1회', 콘텐츠 크리에이터 '런업'과 DJ '양평이형'을 게스트로 'DDP 멤버십 영감플러스 2회' 진행하였고, DDP 멤버십 회원수의 과반수 이상을 차지하는 2030 여성 회원을 대상으로 'K-문화콘텐츠 사업 연계 원데이 클래스'를 운영하였다.

	프로그램명	협업 토크살롱 1회
	프로그램 개요	일시 : 2023. 5. 4. 내용 : 압구정맨션(소셜클럽)과의 협업으로 토크살롱 추진 게스트 : 푸드 크리에이티브 디렉터 '내궁'
	프로그램명	협업 토크살롱 2회
	프로그램 개요	일시 : 2023. 6. 1. 내용 : 압구정맨션(소셜클럽)과의 협업으로 토크살롱 추진 게스트 : 유튜버 겸 사업가 '비밀이야', 인플루언서 및 F&B기획자 '맛타고라스'
	프로그램명	DDP 멤버십 영감플러스 1회
	프로그램 개요	일시 : 2023. 7. 13. 내용 : 충주시 SNS담당자 김선태 주무관 게스트로 충주시 SNS 홍보 성공사례에 대한 주제로 토크 프로그램 진행 비고 : 프로그램 참여 만족도 81%
	프로그램명	DDP 멤버십 영감플러스 2회
	프로그램 개요	일시 : 2023. 9. 8. 내용 : 콘텐츠 크리에이터 런업과 DJ양평이형을 게스트로 크리에이터를 주제로 영상 기획 및 제작 관련 강연과 DJ애프터 파티 진행 비고 : 프로그램 참여 만족도 94%
	프로그램명	K-문화콘텐츠 사업 연계 원데이 클래스 운영
	프로그램 개요	일시 : 2023. 11. 18. ~ 19. 내용 : 멤버십 회원 중 과반수 이상을 차지하는 2030 여성을 타겟으로 K-문화 콘텐츠를 경험할 수 있는 스페셜 프로그램 운영 비고 : 프로그램 참여 만족도 100%

또한 2023년은 멤버십 온오프라인 홍보를 강화한 해였다. 2023년 멤버십 인스타그램은 1,562명으로 작년 팔로워 1,164명 대비 398명이 증가하였으며, 카카오톡은 541명으로 팔로워 수 지난해 대비 238명, 대비 303명이 증가하였다. 멤버십 회원을 대상으로 연간 1회 온라인 설문조사도 시행하였고, 그 결과를 홍보 및 마케팅에 활용했다. 설문조사 결과로는 멤버십 성별은 여성(57.1%)으로 20~40대가 과반수를 차지했으며, 디자인 및 예술 분야 종사자(41.3%), 사무직(18.8%), 교육(10%)순서였다. 또한 멤버십 만족도 항목에서는 전반적인 만족도 73.9%, 비용 만족도 81.3%였고 가장 만족한 멤버십 혜택으로는 DDP 전시/프로그램 할인(43.8%), DDP 멤버십 프로그램(40%) 순이었다.

사진 출처



p.31
©MediaScope



p.61
©MediaScope



p.67
©MediaScope



p.183
©MediaScope



p.198
©MediaScope



p.199
©MediaScope



p.69
©MediaScope



p.69
©MediaScope



p.69
©MediaScope



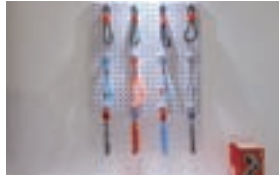
p.199
©MediaScope



p.200
©MediaScope



p.222
©MediaScope



p.69
©MediaScope



p.69
©MediaScope



p.69
©MediaScope



p.222
©MediaScope



p.222
©MediaScope



p.223
©MediaScope



p.72
©MediaScope



p.117
©MediaScope



p.118
©MediaScope



p.223
©MediaScope



p.223
©MediaScope



p.250
©공간느루 손홍주



p.122
©MediaScope



p.122
©MediaScope



p.182
©MediaScope



p.250
©공간느루 신병곤



p.257
©MediaScope



p.257
©MediaScope



p.182
©MediaScope



p.183
©MediaScope



p.183
©MediaScope



p.257
©MediaScope

2023 서울디자인백서

주관
(재)서울디자인재단

2024년 8월 23일 초판 인쇄
2024년 8월 23일 초판 발행

발행인
이경돈 대표이사

©서울디자인재단

발행처
(재)서울디자인재단
서울특별시 종로구 율곡로 283, 7~9층
www.seouldesign.or.kr

ISSN 2982-7108 비매품

이 책의 저작권은 서울디자인재단에 있으며
무단 전재나 복제는 법으로 금지되어 있습니다.
활용 시 재단의 사전 동의가 필요합니다.

총괄 기획
박진배 디자인진흥본부장
엄아영 대외협력팀 팀장
이경화 대외협력팀 선임

발간등록번호 51-B552461-000017-10



자료 협조
서울특별시, (재)서울디자인재단 각 사업 담당자

사업 수행
(주)시하기획

편집
이시온, 조은겸

디자인
(주)시하기획

