

2025-2026 CMF 디자인 트렌드 리포트-전체본

# CMF Design Trend <sup>2025-2026</sup>

# Contents

---

<b>INTRODUCTION</b>		05
Trend map	트렌드맵	06
Megatrends	메가트렌드	08
Macrotrends	매크로트렌드	10

---

<b>MACROTRENDS</b>		
Anthropocene	인류세	14
Cost of Living Crisis	생계비 위기	22
Balanced Lifestyle	균형잡힌 삶	30
AI Utopia	AI 유토피아	38
Holistic Ethics	전체론적 윤리	46
Re-writing the Norm	기준의 재정의	52

---

<b>INDUSTRIES</b>		
Fashion	패션	64
Food&Drink Packaging	푸드&드링크 패키징	74
Consumer Tech	컨슈머 테크	84
Interior	인테리어	94
Beauty Packaging	뷰티 패키징	104
Automotive	자동차	114

---

<b>SUMMARY</b>		126
Ethically Minded	윤리적 마인드	
Phigital 2.0	피지털 2.0	
Emotional Centric Design	감성 중심 디자인	
Materials are Heroes	영웅이 되는 소재	

---

## 2025-2026 CMF 디자인 트렌드 리포트 - 전체본

제조산업 혁신을 위한 중소기업 지원용 CMF 디자인 시스템 및 프로세스 체계 개발

Copyright©KIDP 2024 All rights reserved

**kidp** 한국디자인진흥원  
KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION

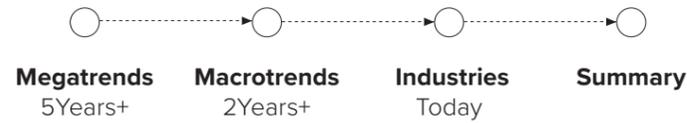
Project developed by  
Chris Lefteri **Design**<sup>™</sup>

# Introduction

이 보고서는 빠르게 변화하는 시장과 소비자 기대에 적응하기 위해 디자인 산업의 CMF 전략을 조정 및 발전시키는 데 도움을 주기 위해 제작되었습니다. 디자인의 최신 개발에 중점을 두고 소재 및 마감의 잠재력에 대한 심층 분석을 통해 최신 디자인 트렌드에 신선한 관점을 선보입니다. 이를 위해 최근의 범사회적 환경 및 동향을 조사하고 분석하는 것을 시작으로 광범위한 사례 연구와 통찰력을 다루고 있으며, 이를 토대로 CMF 키워드를 도출하고 디자인의 방향을 예측하여 새로운 소재와 프로세스의 혁신적인 잠재력을 발굴하고 색상, 소재, 마감(CMF)의 스펙트럼을 넓혀 디자인 산업의 제조 경쟁력을 강화하는 것을 목표로 합니다.

# Trends map

이 보고서는 트렌드맵을 거쳐 분석 및 키워드를 도출합니다.



## Megatrends

- CLIMATE EMERGENCY**  
기후 비상
- SOCIAL CONTESTATION**  
논쟁하는 사회
- DEMO-GRAPHIC SHIFTS**  
인구통계 변화
- AI CHALLENGE**  
인공지능 과제

## Macrotrends

- ANTHRO-POCENE**  
인류세
  - 탄소 줄이기
  - NO플라스틱
  - 모듈러 디자인
- COST OF LIVING CRISIS**  
생계비 위기
  - 수리, 재사용, 업그레이드
  - 중고제품
  - 가성비 +
- BALANCED LIFESTYLE**  
균형잡힌 삶
  - 체험형 구매
  - 탈도시화
  - 하이브리드 라이프

- AI UTOPIA**  
AI 유토피아
  - 테크 중심 디자인
  - AI
  - 인터랙티브
  - 필터 버블
- HOLISTIC ETHICS**  
전체론적 윤리
  - 윤리적 임금
  - 투명한 스토리
  - 동물 윤리
- RE-WRITING THE NORM**  
기준의 재정의
  - 젠더 플루이드
  - 언커먼 스타일
  - 개인맞춤형 디자인

## Industries

- INTERIOR**  
인테리어
- BEAUTY**  
뷰티
- AUTOMOTIVE**  
자동차 (부품)
- CONSUMER TECH**  
컨슈머 테크
- FOOD & DRINK**  
푸드 앤 드링크
- FASHION**  
패션

# Megatrends 05 YEARS+

전 세계적인 범사회 환경 변화 및 현상의 방향성을 가진 거시적인 관점의 메가트렌드를 관찰합니다.

## 기후 비상 CLIMATE EMERGENCY

**17.16°C** 24년7월22일,  
지구 관측 역사상 가장 더운 날  
세계 평균 기온 <sup>[1]</sup>

**2026년** 2023년 도입한 유럽연합의 탄소국경  
조정제도(CBAM) 본격적인 시행년도 <sup>[2]</sup>

**37억톤** 사상 최고치를 기록한 2023년  
전세계 이산화탄소 배출량 <sup>[3]</sup>

지난 7월 22일, 지구의 평균기온은 관측 이래 가장 높은 온도를 기록하며 이러한 기후변화에 따른 위험 요소 관리가 범국가적인 차원으로 이루어지고 있습니다. 유럽연합(EU)은 23년도부터 탄소국경조정제도(CBAM)를 도입하여 2026년부터 본격적으로 시행, 국가 간 탄소배출권의 거래 시장의 확대 등의 대외적 동향은 기후 위기 대응이 세계적인 통상 질서로 통용되고 있음을 보여줍니다.

이러한 구조적인 관리로 인해 디자인 산업 또한 이 흐름을 따르고 있으며, 이에 따라 지속가능한 디자인의 발전은 그 스펙트럼이 무한히 넓어지고 있습니다.

## 인구통계 변화, 가치의 이동 DEMOGRAPHIC SHIFTS

**India** 2023년 초 중국을 제치고  
세계에서 가장 인구가 많은 국가 <sup>[4]</sup>

**▲16%** 65세 이상 인구비율은 2022년  
10%에서 2050년 16%로 빠르게 증가 <sup>[6]</sup>

**1.8천억\$** 전 세계 건강 시장 연 5~10% 성장하며  
1조 8천억달러 이상의 추정가치 <sup>[5]</sup>

인구 증가 둔화 및 인구의 지역적 격차로 특징지어지는 이 트렌드는 성 불평등과 같은 인구 문제를 전면에 내세우고 있습니다. 2023년 초 인도가 중국을 제치고 세계에서 가장 인구가 많은 국가가 되어 세계 흐름의 중심 및 인구 패턴도 변화하고 있으며, 아시아와 아프리카는 미래 성장의 대부분을 주도하게 되는 반면, 유럽의 인구는 감소할 것으로 예측합니다.

이러한 추세는 출산율 감소, 기대 수명 증가, 인구 고령화 등 다양한 요인에서 비롯되며, 인구가 증가함에 따라 다양한 계층의 불평등을 해결하는 것이 무엇보다 중요해집니다.

## 인공지능 과제 AI CHALLENGE

**▲900%** 2023년 2,000억\$에서  
2030년 1조 8,000억\$ 이상  
AI시장 성장 예상 <sup>[2]</sup>

**2022년** 2022년 말 ChatGPT-3 출시와 함께  
구글,MS 등 기업들의 급진적 합류 <sup>[2]</sup>

**7/10** 10명 중 7명은 실제 음성과 복제 음성  
구분에 자신이 없다고 응답 <sup>[3]</sup>

2024년의 CES 가장 큰 키워드 중 하나인 Artificial Intelligent는 소비자들을 대상으로 한 디자인의 한 축을 이루었으며, ChatGPT의 등장은 인공지능의 발달 및 그에 따른 첨단산업 경쟁을 가속화 시키고 있습니다.

디지털 플랫폼에 대한 사람들의 신뢰에 도전하고 있는 이 트렌드는 책임감, 환경, 공감 능력이 디자인의 첨단 기술에 어떻게 기여하는지에 대한 연구를 심화시킵니다.

## 논쟁하는 사회 SOCIAL CONTESTATION

**43%** Gen Z는 그 외 세대(33%)보다 높은  
43%가 개인의 신념에 반하는 정부에  
항의하는 것이 중요하다고 응답 <sup>[4]</sup>

**Trust** 경제 혼란, 기술과 사회변화에  
대처하지 않는 기관에 대한  
신뢰 문제 대두 <sup>[5]</sup>

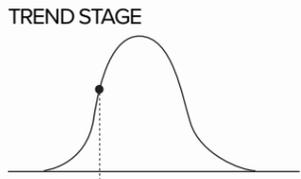
사회적/경제적 양극화 및 인구구조 변화로 인한 막대한 압박은 더 불안정한 사회로 이어지면서, 사람들은 관심사나 생각이 같은 친숙한 집단을 더 찾고 어울리며 안정을 찾으려는 성향이 뚜렷해지고 있습니다.

강해지는 응집과 동시에 양극화되는 공동체 간의 분열과 갈등의 심화로 이어지기도 합니다. 소비자의 소비문화와 서비스 양극화는 이러한 트렌드의 연장선에 있습니다.

[1]National Geographic [2]PwC [3]statista [4]Leverhulme Centre for Demographic Science [5]UN [6]Mckinsey&Company

[1]McKinsey&Company [2]statista [3]McAfee [4]National Centre for Social Research [5]Nature

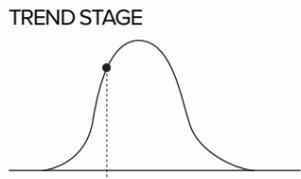
# Macrotrends 02 YEARS+



TREND STAGE

Emerging

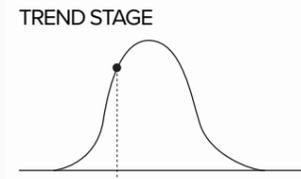
**1 ANTHROPOCENE**  
인류세

TREND STAGE

Advancing

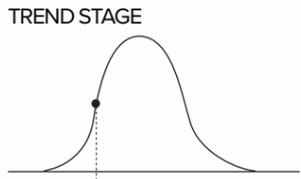
**3 BALANCED LIFESTYLE**  
균형잡힌 삶

TREND STAGE

Advancing

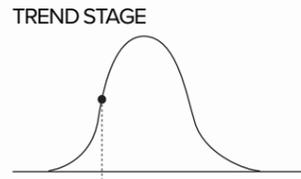
**5 HOLISTIC ETHICS**  
전체론적 윤리

TREND STAGE

Emerging

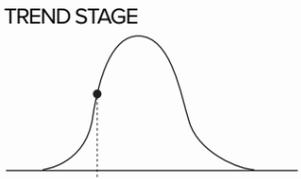
**2 COST OF LIVING CRISIS**  
생계비 위기

TREND STAGE

Emerging

**4 AI UTOPIA**  
AI 유토피아

TREND STAGE

Emerging

**6 RE-WRITING THE NORM**  
기준의 재정의



# Macrotrends 02 YEARS+

## - 6가지 주요 트렌드 및 CMF 분석



<b>Anthropocene</b>	인류세
<b>Cost of Living Crisis</b>	생계비 위기
<b>Balanced Lifestyle</b>	균형잡힌 삶
<b>AI Utopia</b>	AI 유토피아
<b>Holistic Ethics</b>	전체론적 윤리
<b>Re-writing the Norm</b>	기존의 재정의

메가트렌드에서 파생된 매크로트렌드는 소비자들이 글로벌 변화에 반응하며 나타나는 새로운 태도와 행동과 가치 변화들을 의미합니다. 이렇게 변화하는 이슈들을 라이프스타일, 소비문화 관점으로 범주화하여 조사합니다. 6개의 카테고리 와 이에 따른 디자인 사례들을 통해 스토리를 분석하여 CMF 디자인 방향을 예측하고 제시합니다.

# Anthropocene

인류세

메종오브제 2024, 리오넬 자돏 (Lionel Jadot)

전 세계를 위협하는 엄청난 기후 위기가 점점 우리 삶의 모든 측면에 가시적인 영향을 미쳐감에 따라, 이를 완화하고 적응하기 위한 막대한 노력은 우리가 하는 모든 일과 생활 방식을 재구성하고 있습니다. 이를 위한 끊임없는 연구는 디자인 산업에서도 예외 없이 적용되고 있으며, 이는 폐기물을 재활용하여 디자인에 적용하는 실험으로 두드러지게 나타납니다. 특히 지속가능성의 장기적인 노력에 피로도가 높아진 소비자들과 에너지 절감을 향한 브랜드의 극적인 만남은 불안전하고 못생긴 어글리 디자인으로 그 형태가 진화하고 있습니다.

지난 9월 파리 메종 & 오브제 전시에서 벨기에 출신 리오넬 자돏은 지속 가능한 디자인 정신을 반영하여 용도를 변형하거나 재활용 소재만으로 생동감 넘치는 작업을 선보였습니다.



AE Office



SeriesNemo

- 1 AE 스튜디오에서 선보인 DOL LOW 의자는 지속 가능한 소재 중 하나인 코르크에 우드 오일과 왁스로 마감하여 코르크의 특성을 그대로 살리며 거친 화산암 형태를 통해 지속가능한 디자인을 표현합니다.
- 2 유기농 진 브랜드 Ada는 SeriesNemo(스페인)와 협업하여 PCR 유리로 된 패키징을 출시하였습니다. 소재 고유의 작은 기포와 미세한 스크래치는 사용자로 하여금 촉각 자극을 불러일으키고 독특한 공예 느낌을 구현합니다.

## STORY CASE STUDY



GAC

### 차세대 프리미엄 NEXT-GEN PREMIUM

GAC(중국 광저우 자동차) 콘셉트카 City Pod의 휠은 미세한 반점이 돋보이는 재활용 소재를 선택하여 지속 가능하면서 동시에 프리미엄한 디자인을 연출합니다.



Jay Sae Jung Oh

### 복원되는 형태 RESTORED SHAPE

시애틀에 거주하는 디자이너 오세정(Jay Sae Jung Oh)의 Salvage 컬렉션은 버려지는 물건을 독특한 표현력으로 재구성하여 가죽끈으로 새롭게 겹겹이 쌓는 작업을 통해 새로운 형태 창조와 동시에 기존의 형태를 복원하는 독창적인 형태를 만들어냅니다.



Rossana Orlandi

### 의도적 불완전함 INTENTIONAL IMPERFECTION

재생 실리콘으로 제작된 라 부르쉬(La Bürsch) 화병은 폐기물의 재생 및 조각의 이야기 전개를 제품의 불완전한 형태와 레이어를 통해 가감 없이 표현합니다.



Camper

### 업사이클링 소재 UPCYCLED MATERIAL

재생 폴리에스터 소재가 적용되어 제작된 캠퍼의 조립형 신발은 실용성을 더하고 지속가능성을 심미적 요소로 드러냅니다.

# CMF STORIES

## 네추럴 플로우 NATURAL FLOWS

Magis 의자에서 나타나는 자연스러운 흐름 효과는 재활용 폴리아민과 일회용 식품 패키징을 재활용한 폴리올레핀으로 연출되었습니다.



Magis



Panasonic

## 프리미엄한 불완전함 PREMIUM IMPERFECTION

면도기 하우징에 매끄럽고 깨끗한 표면을 적용하는 대신 바다 미네랄로 만든 지속 가능한 소재 NAGORI®를 적용하여 천연 대리석 효과를 연출합니다.

## 잔류물 마블링 REMNANTS MARBLING

버려진 중고 도서를 변형하여 제작된 구조적인 마블링으로 시각적인 강조를 구현합니다.



Willem Zwier



Anna Zimmerman

## 가공 흔적 PROCESSING TRACE

금속 주조 및 플라스틱 사출성형과 같은 몰딩 공정의 흔적인 '플래시(flash)'를 폐기하지 않고 장식적인 기능으로 살린 디자인을 제시합니다.

## 부드러운 마블 SOFT MARBLES

천 폐기물을 겹겹이 평행하게 배치하여 절단 시 나타나는 독특한 마블링 패턴으로 소재를 대리석이나 판목 목재처럼 연출합니다.



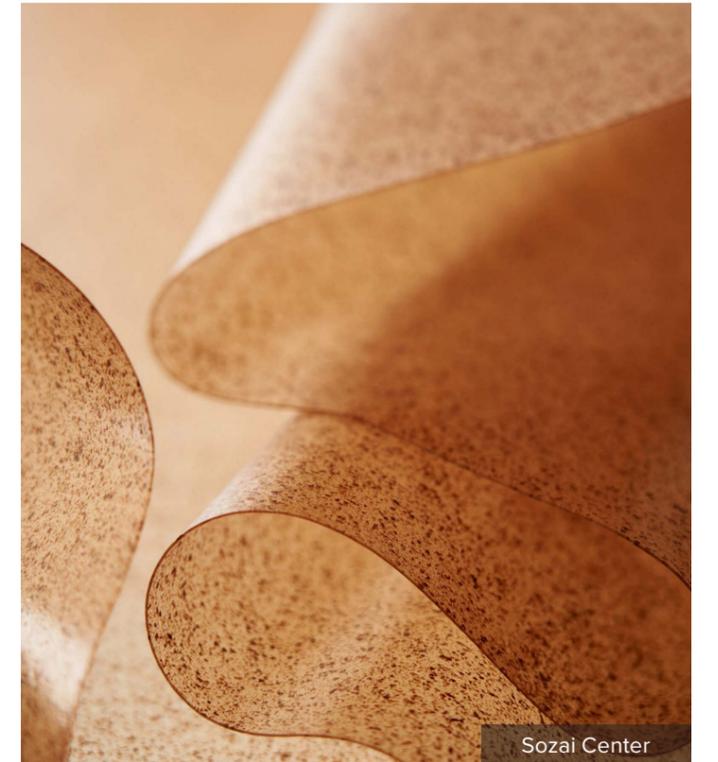
Seishoku



Ali Sha Gallefoss

## 극단적인 거침 SUPER RAW

녹인 알루미늄을 모래 위에 부은 후 흐르는 고유한 움직임을 살려 부드러운 표면과 정제되지 않은 모래의 기억을 간직한 자신감 있는 소재의 표면을 선사 합니다.



Sozai Center

## 계절을 담은 반점 SPECKLES OF SEASONS

사과 찌꺼기와 같은 폐기물로 제작되는 바이오 베이스 소재를 통해 자연의 영향을 받아 계절에 따라 달라지는 반점의 성질을 솔직하게 표현합니다.

# COLOR

이 테마의 색상은 메탈과 스톤의 네추럴한 색상을 기본으로 거칠고 대담한 질감을 강조합니다. 카본과 같이 다크한 블랙 톤부터 메탈의 쿨한 그레이와 스톤에서오는 옅한 그레이, 오토밀 색상을 포함한 다양한 컬러 스펙트럼을 보입니다.

이러한 컬러들은 제품에 부드러운 톤온톤 컬러로 매치되어 제품의 본질과 의미에 대해 깊게 생각하도록 돕습니다.



## COLOR SUGGESTION

	Pantone 19-4203 TPG Moonless night
	Pantone 17-5102 TPG Basalt
	Pantone 14-1108 TPG Blond Wood
	Pantone 14-1208 TPG Oat Milk
	Pantone 10101-C Silver

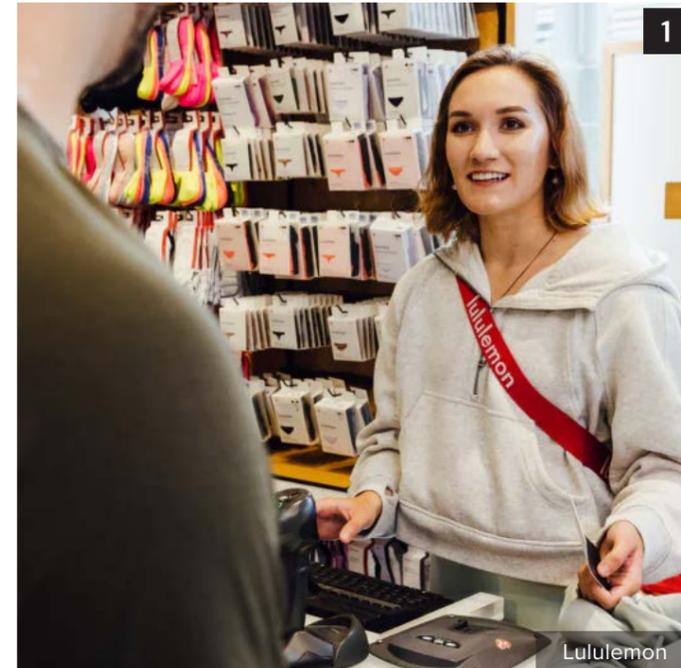
# Cost of Living Crisis

생계비 위기



2024 런던 패션위크, Ebay 구제옷 런웨이 'Endless Runway'

생활비가 상당한 증가는 사람들이 즐거움과 경험을 찾는 방식을 변화시키고 이에 따른 디자인과 CMF에도 영향을 미치고 있습니다. DIY, 공예 및 수리에 대한 관심의 증가 및 2024년 런던 패션위크에서 Ebay와 영국 패션협회와 함께 협업하여 중고 의류를 런웨이에서 선보인 사례는 생활비를 줄이고자 하는 소비자들의 성향을 반영합니다. 이렇듯 더 많은 소비자가 생활비를 절약하기 위해 중고 혹은 리퍼 제품을 찾고 있습니다. IDC(International Data Corporation)에 따르면, 공식 리퍼 및 중고 스마트폰을 포함해 전 세계 중고 스마트폰 출하량이 2023년에 3억 940만 대에 이를 것으로 추정합니다. 2022년 출하량 2억 8,260만 대에 비해 9.5% 증가한 수치로, 2027년 4억 3,110만 대에 이르며 연평균 복합 성장률(CAGR)은 8.8%에 달할 것으로 예측합니다.



1



2

Nike

**1** 룰루레몬은 자사의 중고 제품을 E 기프트카드나 새 제품으로 교환하는 프로그램을 제공하기도 하고, 파타고니아, ZARA, COS와 같이 브랜드의 중고 상품 판매를 고객에게 제공하는 사례가 점점 증가하고 있습니다.

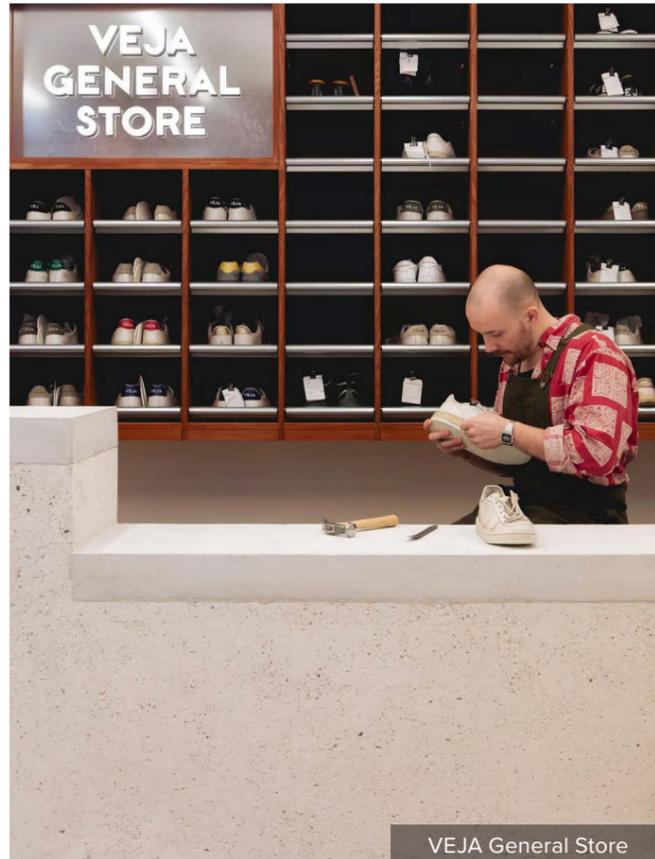
**2** YouTube, Tiktok, Instagram과 같은 소셜 플랫폼은 사람들이 새로운 기술을 배우는 데 도움이 되는 다양한 방법 동영상을 제공하여 검소한 라이프스타일을 촉진합니다. ComfyLiving에 따르면, DIY를 하려는 사람들의 78%가 온라인에서 먼저 정보를 조사합니다. Nike와 같은 브랜드는 소비자에게 제품을 잘 관리하는 방법을 보여주는 제품 관리 튜토리얼을 통해 이러한 움직임을 수용하고 있습니다.

## STORY CASE STUDY



### REPAIR, RESELL, DONATE 수선, 재판매, 기부

유럽 내 16개국에서 운영 중인 자라의 중고 제품 플랫폼 'Pre-Owned'은 지난 10월 미국에 첫선을 보였습니다. 수선, 재판매/구매, 중고 의류 기부의 세 가지 주요 축으로 이루어진 플랫폼을 통해 소비자가 다양한 방법으로 제품의 수명을 연장하며 패션의 순환 시스템에 동참하도록 제안합니다.



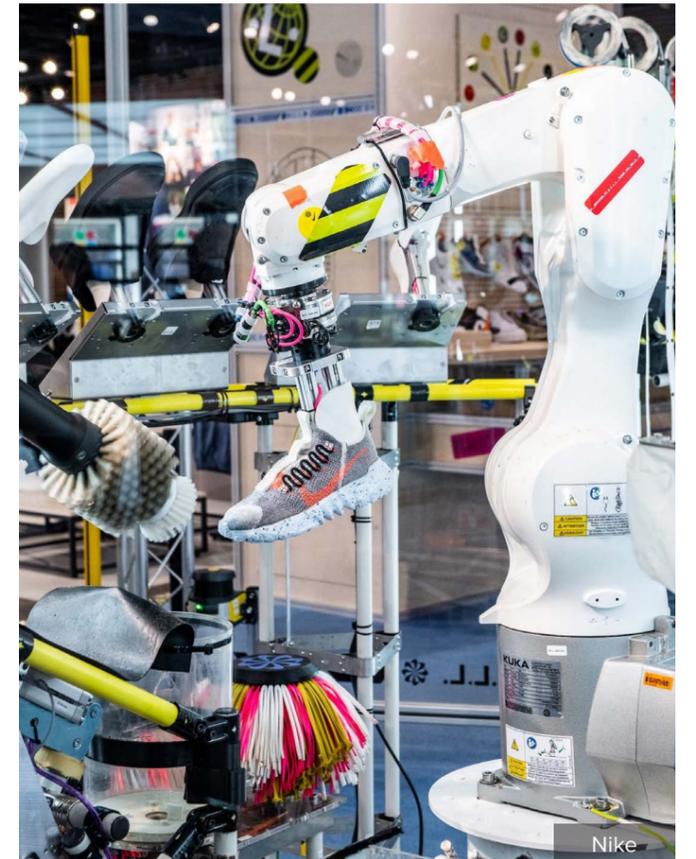
### FIX SHOWCASE 수리 선보이기

VEJA General Store는 수선으로 상품의 재창조를 제안합니다. 이를 통해 기존 고객에게 서비스를 제공할 뿐만 아니라 다른 쇼핑 방법에 대한 인식을 높여, 제품을 쉽게 교체하는 대신 더 오래 보관하고 제품의 새로운 삶을 제공하도록 장려합니다.



### ADORED REPAIRS 사랑받는 수선

이 전시회는 고장이 나서 더 이상 사용할 수 없는 물건들을 수리하는 다양한 아이디어를 선보이며 더욱 풍부한 수리 문화를 장려합니다. 이를 통해 기존의 고유 의미를 보존하면서 새로운 정체성이 부여되는 물건의 의미를 재탐색합니다.



### FUTURISTIC REPAIR 미래지향적 수선

나이키타운 런던에서 선보인 수선 증강 로봇은 신발을 청소하고 수리합니다. 이로써 제품의 수명을 연장하여 브랜드의 순환성 및 지속 가능성 목표를 달성하는 데 도움이 되도록 설계되었습니다.

# CMF STORIES

## 오프컷 OFFCUTS

명품 가죽 제품의 자투리로 만들어진 형태는 장인 정신을 선보일 뿐만 아니라 수선 트렌드를 제시합니다.



Loewe



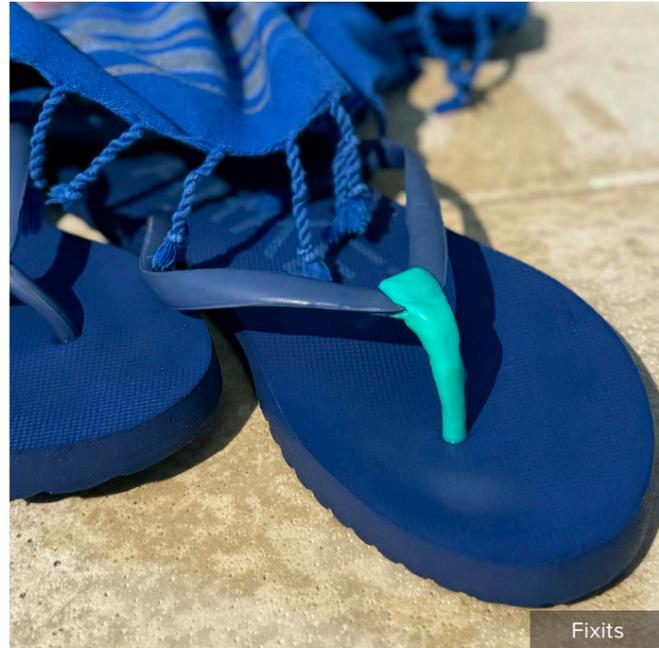
Nothing

## 모듈식 마무리 MODULAR FINISH

조립식 제품의 가장자리를 그대로 유지한 제품 마무리로 새로운 소비문화를 자신감 있게 제안합니다.

## 수리의 즐거움 JOYFUL REPAIRING

물건을 교체하는 대신 수리하는 과정에서 발생하는 모양의 변형은 소비자에게 즐거움의 요소로 재해석될 수 있습니다.



Fixits



Gabriel Loop

## 재생성 자원 RE-GENERATED RESOURCES

'사용 후 폐기되는' 선형적 사고방식에 도전하여 지속적으로 재사용하는 새로운 패러다임에 소재를 귀중한 자원으로 간주합니다.

## 수선 아트워크 MENDING ARTWORK

텍스타일을 수선하는 과정에서 드러나는 스티치의 흔적이나 모양은 예술품으로 세상에 환원되며 제품의 수명을 탐구합니다.



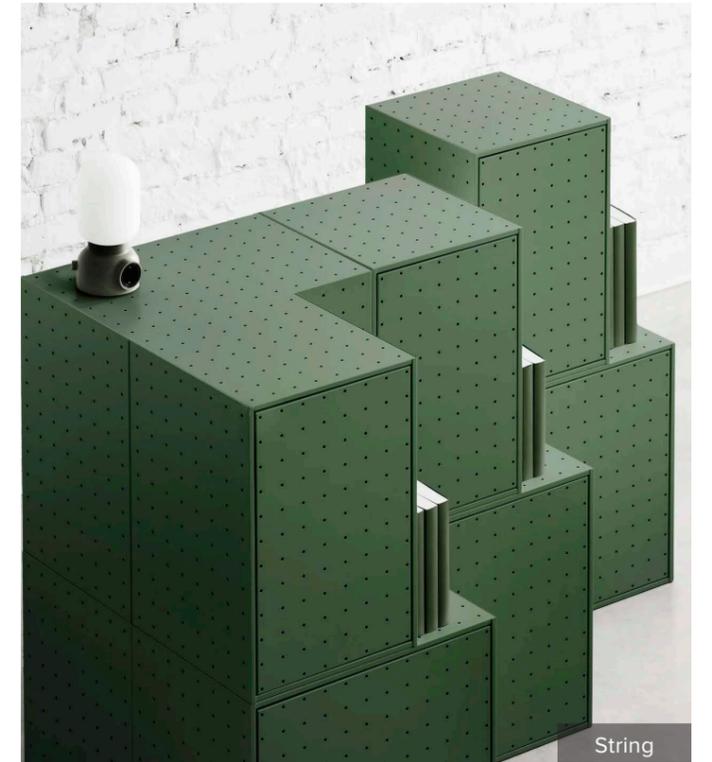
Celia Pym



Patagonia

## 과감한 패치 BOLD PATCHES

팝업 색상을 사용한 중고 상품의 로고 처리는 제품을 차별화하며 브랜드의 정체성을 전달합니다.



String

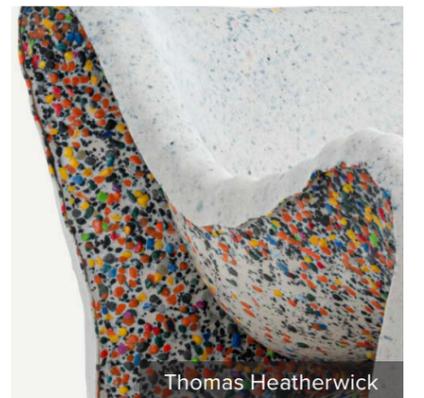
## 유연한 이음새 FLEXIBLE JOINT

공간의 경제적 활용, 제품의 수명연장, 수리가 용이한 모듈 방식 디자인은 제품의 적응성을 높이는 CMF 요소를 포함합니다.

# COLOR

이 테마는 세라믹과 목재를 기본으로 다양한 소재와 색상이 결합하여 선보여지는 다양한 CMF 스펙트럼을 보여줍니다. 친환경을 기본으로 실용성에 초점을 맞추었기 때문에 프리미엄의 고급스러운 이미지보다는 새로운 시도에서 오는 재미있고 흥미로운 룩이 제안됩니다.

컬러톤은 미드톤의 유채색과 모노톤의 대비로 컬러와 재질에 있어서 새로운 조합을 통한 재미를 줄 수 있습니다.



## COLOR SUGGESTION



Pantone 19-3936 TPG  
Future Dusk



Pantone 18-0529 TPG  
SeaKelp



Pantone 18-1163 TPG  
Ray Flower



Pantone 16-1144 TPG  
Tea Stain



Pantone 16-1451 TPG  
Neon Flare

# Balanced Lifestyle

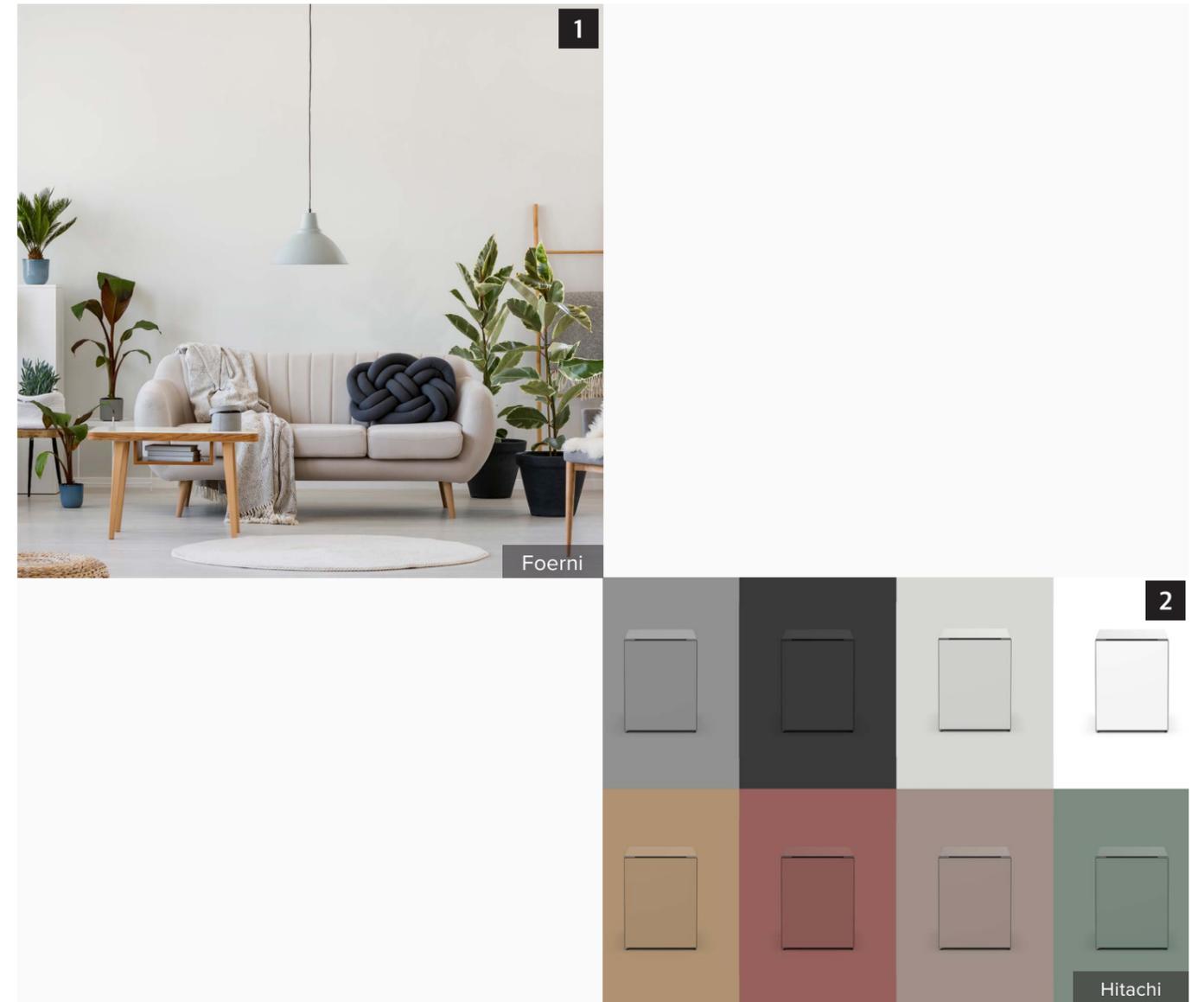
균형잡힌 삶



FORA 코워킹 스페이스

코로나 팬데믹 이후 급격한 근무 방식 및 생활 방식의 변화는 우선순위와 가치에 대한 재평가를 촉발해 왔습니다. 전 세계적 차원의 혼란과 불확실성은 직업적 성공보다 정신 건강과 웰빙에 중점을 두고 유연하고 균형 잡힌 삶에 대한 열망을 불러일으켰습니다. 색상, 소재, 마감은 인테리어에 조화를 이루는 시대를 초월한 색상과 질감을 통해 이러한 유연한 라이프스타일을 지원합니다.

Fora와 같은 공유오피스 기업들은 다양한 공간의 유연성과 자유로움으로 사용자에게 가장 적합한 방식으로 일할 수 있는 공간을 제공합니다. 자연과 소통하는 듯한 네추럴 톤 인테리어를 통해 환영받는 분위기의 공간에서 안락한 시간을 보내는 동시에 업무할 수 있는 분위기를 제공합니다.



**1** 이는 또한 일상을 개선하는 제품 혹은 의미 있는 경험에 우선순위를 두고 소비하는 형태로 나타납니다. Foerni(홍콩)의 HAY, Muuto, Vitra 등 엄선된 하이엔드 및 라이프스타일 브랜드의 다양한 크기의 가구를 구매하거나 대여할 수 있는 온라인 구독 플랫폼 같은 서비스는 소비자들로 하여금 공간을 꾸미고 유동적인 사용을 추구하는 보다 유연한 접근 방식을 가능하게 합니다.

**2** 이러한 마음 챙김 라이프스타일은 제품 디자인에서도 중심으로 자리 잡고 있습니다. Hitachi의 결합형 유닛 냉장고 Chiii은 톤 다운된 색상의 무광택 마감처리와 현대 가구 디자인에 맞는 높이(75cm)를 통해 어느 공간에든 자연스럽게 통합이 가능한 디자인을 선보였습니다.

## STORY CASE STUDY



NoDe

### 대지의 차분함 EARTHY CALMNESS

2024년 6월 코펜하겐에서 열린 '3Days of Design' 전시회에서 전시된 가공하지 않은 마감의 소재와 색상은 웰빙하고 친환경적인 분위기는 물론 기능성을 높인 미니멀함을 향상시킵니다.



Continental

### 평온한 안식처 TRANQUIL SANCTUARY

자연 친화적인 디자인은 스트레스를 줄이며, 사람과 자연의 연결을 강화하여 회복의 환경을 조성합니다.

콘티넨탈의 스페이스 D 자율주행 모빌리티의 인테리어 디자인은 평화로운 자연이 스며든 자연 친화적인 CMF 차용을 통해 이용자에게 일상의 혼잡에서 벗어나 차분하고 자연스러운 여정을 만들어 평온하고 몰입감 넘치는 경험으로 전환합니다.



CISCO

### 사려 깊은 소재 THOUGHTFUL MATERIALS

시스코(Cisco) 홈 허브는 집에서 스마트 기기, 데이터, 더 안전하게 관리할 수 있도록 지원하는 모듈형 클라우드로, 반투명하며 부드러운 질감과 뮤트 색상을 통해 연결성, 보안, 통신 솔루션을 디자인으로 전달하여 사용자와의 신뢰를 구축합니다.



Tides

### 치료용 촉감 THERAPEUTIC TACTILITY

타이드(Tides)의 마사지기는 부드러운 새틴 마감의 의료용 실리콘으로 만들어졌으며, CMF를 통해 사용자에게 편안한 경험을 선사합니다.

# CMF STORIES

## 정서적 따뜻함 EMOTIONAL WARMTH

부드러운 촉감과의 빛의 만남으로 따뜻한 정서를 제안합니다.



Muji



Map Project

## 신뢰감을 주는 마감 TRUSTWORTHY FINISHES

프로스팅 처리된 투명 플라스틱과 새틴 마감의 메탈 조합은 CMF를 통한 차별함과 신뢰감을 전달합니다.

## 슈퍼 매트 SUPER MATTE

3D 프린팅의 목재 소재로 따뜻하고 네추럴한 외관 텍스처를 구현합니다.



EconitWood



Alcantara

## 프리미엄 터치 PREMIUM TOUCH

스웨이드 느낌의 텍스타일의 적용으로 프리미엄 감각을 선사합니다.

## 평화로운 빛 PEACEFUL LIGHT

소재와 함께 어우러져 발생하는 간접 빛의 효과는 평화로운 분위기를 제공합니다.



De Castelli



Lumson

## 고요한 자연 SERENE NATURE

돌과 같은 자연의 촉감을 재현하는 텍스처를 구현하여 촉감을 통한 차별함을 전달합니다.



Bang & Olufsen

## 자연 소재 NATURAL MATERIALITY

자연소재와 기술 차용으로 사용자에게 정서적 안정감을 전달합니다.

# COLOR

본 테마는 더스티 파스텔 톤이 주류를 이루며 난색의 영향으로 진화된 EARTH TONE을 포함합니다.

난색은 정서적으로 편안하고 고요한 분위기를 조성하여 사람들에게 안정감을 선사합니다.

보다 정제된 터치감으로 매트한 질감의 천연 소재와 색상이 매치되며 다양한 패턴과 질감을 활용한 제품들이 선보여집니다.



## COLOR SUGGESTION

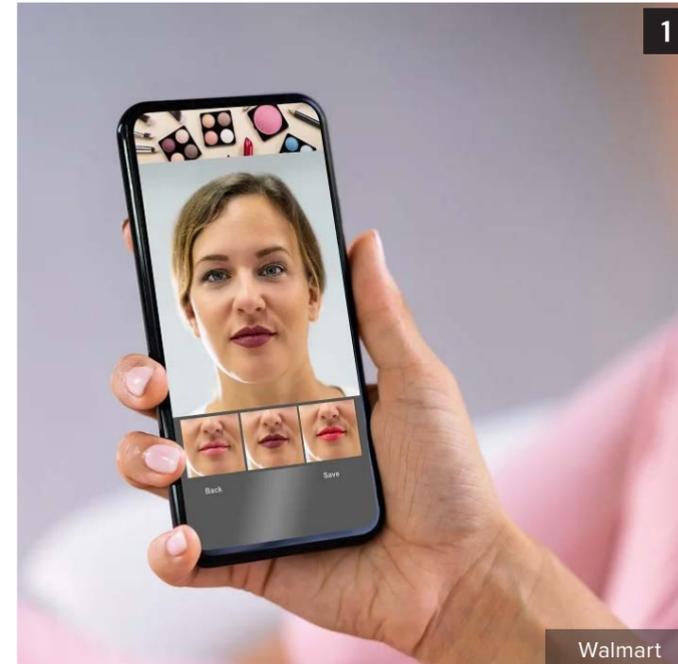
-  Pantone 19-0516 TPG  
Dark Olive
-  Pantone 18-1163 TPG  
Rustic Carmel
-  Pantone 15-4451 TPG  
Retro Blue
-  Pantone 16-5808 TPG  
Sage Green
-  Pantone 19-1220 TPG  
Sepia

# AI Utopia

AI 유토피아

AI-generated image

기술로 향상된 미래에 대한 유토피아적 비전에서 영감을 받은 이 트렌드는 실제와 가상의 미학적 경계를 탐구하는 역동적인 색채와 초현실적인 매력을 선사합니다. 이 CMF 다이렉션은 즐거움, 환상적인 UX를 주축으로 이루어지며, 에너지를 발산하고 자신감을 불어넣는 제품이나 공간, 상호작용으로 감각을 사로잡습니다.



Walmart



Apple

**1** Walmart나 유캠에서는 체험형 앱들을 통해 AI 딥 러닝 기술을 이용하여 사용자가 메이크업이나 새로운 헤어스타일을 가상으로 테스트해 볼 수 있는 증강현실(AR)을 활용하는 반면, Apple, 삼성, Snapchat과 같은 플랫폼은 헤어스타일, 의류, 액세서리 등을 온라인으로 표현하는 아바타를 만들 수 있는 기회를 제공합니다.

**2** 인터넷, 소셜 미디어, 메타버스를 통해 Z세대를 주축으로 소비자 사회가 크게 형성되고 있는 이 트렌드는 AI 및 커넥티비티 제품 덕분에 시장은 빠르게 발전하고 있으며, 혁신적인 “홈테크” 솔루션에 대한 수요가 증가하고 있습니다. 최첨단 기술과 과학을 활용하는 이 트렌드 군의 제품들은 고급 색상, 재료 및 마감 팔레트뿐만 아니라 햅틱과 조명 효과를 적극적으로 활용합니다.

## STORY CASE STUDY



ZAHA HADID x ArchAgenda

### 증강형 건축 AUGMENTED ARCHITECTURE

건축가 Zaha Hadid는 ArchAgenda(시카고)와 협업하여 생동감 있고 실재감 있는 건축 가상 전시 'METROTOPIA'를 공개하였습니다.



LG OLED x Suh Do Ho

### 몰입형 레이어 IMMERSIVE LAYERS

프리즈 서울에서 선보인 서도호 작가와 LG OLED의 협업은 작가의 작품을 디지털 방식으로 재해석하여 투명 디스플레이에 전시를 구성함으로써 몰입감 있는 참여를 유도합니다.



Shu Uemura

### 디지털 융합 BLENDING DIGITAL

실제 제품과 기술의 통합은 사용자들에게 상호 관계적이며 개인 맞춤 경험을 제공합니다. 뷰티 브랜드 슈에무라(Shu Uemura)는 RTFKT와 협업하여 NFC 칩이 탑재된 페이스 스티커 제품을 선보였습니다.



Moncler x Adidas Original

### AI 협업 AI COLLABORATION

'The Art of Explorers'라는 제목으로 이탈리아 명품 브랜드 몽클레어와 아디다스의 협업으로 이루어진 혁신적인 캠페인은 'AI로 제작된 모험가(Explorers)'와 혼합 미디어 조각을 결합하여 몰입감 넘치는 디지털 경험과 유니크한 컬렉션을 선사합니다.

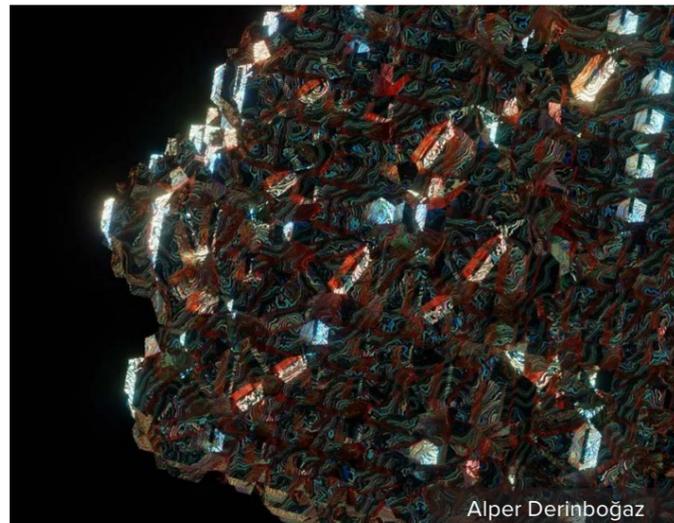
# CMF STORIES

## 세련되고 매끄러운 SLEEK, SEAMLESS

경계 없이 매끄러운 CMF는 제품에 적용된 기술의 시각화를 가능하게 합니다.



Tesla



Alper Derinboğaz

## 3차원 인공물 형성 3D ARTEFACTS FORMATION

인공지능과 데이터를 기반으로 미네랄 원소 등의 자연을 모방한 3D의 CMF는 가상현실의 모호함과 극사실의 공존을 보여줍니다.

## 예상 밖의 전환 UNEXPECTED CONVERSION

자외선 반응성 소재는 사용자가 예측하지 못하는 다채로운 색상과 패턴으로 전환하며 놀라운 경험을 구현해 냅니다.



Anrealage



Hey Dealer X Amore Pacific

## 과장되는 시각화 HYPER VISUALISATION

과장된 광택과 반사되는 표면을 적용하여 사용자에게 가상공간에 있는 듯한 즐거운 경험을 선사합니다.

## 메타버스 차용 BORROWING METAVERSE

메타버스적 미학을 활용한 초현실적인 형태와 소재, 색감들이 제품이나 가구 등 다양한 분야에 실재화 적용되어 나타납니다.



Mario Montesinos



Face Gym

## 시각적 스마트함 VISUAL SMART

제품에 가미된 빛은 제품과 사용자 간의 정서적, 감각적 연결을 형성하며 제품의 기술을 스마트하게 보여주는 역할을 합니다.



LG

## 즐거움 비밀 DELIGHTFUL SECRET

미러 공정과 조명의 융합은 상상과 예술적 감성의 시너지를 향상시킵니다.

# COLOR

몽환적이고 미래적인 본 테마는 다양한 라이팅 색상과 효과를 특징으로 합니다. 마젠타에서 그린, 블루에 이르는 볼드하고 어두운 톤은 다양한 색상 변화를 통해 정보를 전달하거나 미적 분위기를 조성하여 고객과 소통하고 정보를 전달합니다.

매트 또는 글로시한 블랙을 베이스로 한 제품이 다수 선보이며 제품을 너머 자동차, 공간에 다수 적용되어 선보여집니다.



## COLOR SUGGESTION

-  Pantone 18-3949 TPG  
Electric Indigo
-  Pantone 18-2027 TPG  
Plum Berry
-  Pantone 19- 1718 TPG  
Cherry Lacquer
-  Pantone 15-5218 C TPG  
Aqua Awe
-  Pantone 19-5232 TPG  
Deep Emerald

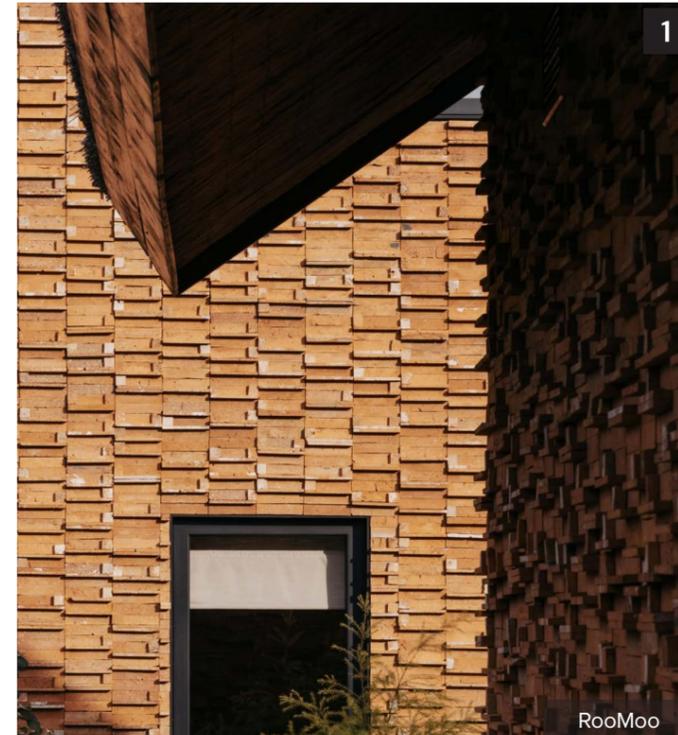
# Holistic Ethics

전체론적 윤리

2023년 베니스 건축 비엔날레, 독일 파빌리온

도덕적, 윤리적 스토리가 중요해짐에 따라 디자인의 투명성도 떠오르는 트렌드 중 하나가 되고 있으며, 이는 제품뿐만 아니라 포장, 재료 등 전체적인 차원에서의 스토리를 의미합니다. 이 트렌드는 소재의 지역적 출처, 유통과 관련하여 기존 생태 및 지역사회에 어떻게 기여하고 관리하는지를 고려하는 네러티브를 기반으로 하여 독특한 미학을 강조합니다.

2023년 베니스 비엔날레에서는 지난해 40여 개의 전시관에서 회수 및 폐기된 소재들을 재활용하고 카테고리화하며 폐기되는 소재들의 새로운 전시회를 구성하여 소재의 스토리를 직관적으로 전시하기도 했습니다.



**1** 중국 기반의 스튜디오 RooMoo의 건축물은 상하이의 호텔에서 사용되었던 초가지붕과 벽돌을 재활용하여 소재의 특징을 그대로 살린 건축물을 디자인하였습니다. 지속 가능성, 문화유산 보존 등의 다양한 윤리적 측면과 사회적 책임을 통합하여 미적으로 해석한 디자인을 선보이는 사례가 증가하고 있습니다.

**2** 비슷한 사례로, Fashion Reimagined와 같은 다큐멘터리 영화의 형태를 통해 패션 공급망의 투명성을 이야기로 전개하여 소비자들에게 정보를 제공합니다.

## STORY CASE STUDY



Alvaro Catalan de Ocon

### 지역주의 스토리

#### LOCALISM STORIES

윤리적 생산에 점점 더 집중하는 트렌드 속에서 알바로 카탈란 드 오콘(Alvaro Catalan de Ocon)의 디자인은 사회적, 환경적 책임에 중점을 두고 있습니다. PET 램프 컬렉션은 단순히 미학에 관한 것뿐만 아니라 커뮤니티에 힘을 실어주고, 지역주의 이야기를 들려주며, 윤리적 생산과 웨이스트 소재의 재사용을 시각적으로 강조하며 사회에 새로운 디자인을 선도합니다.

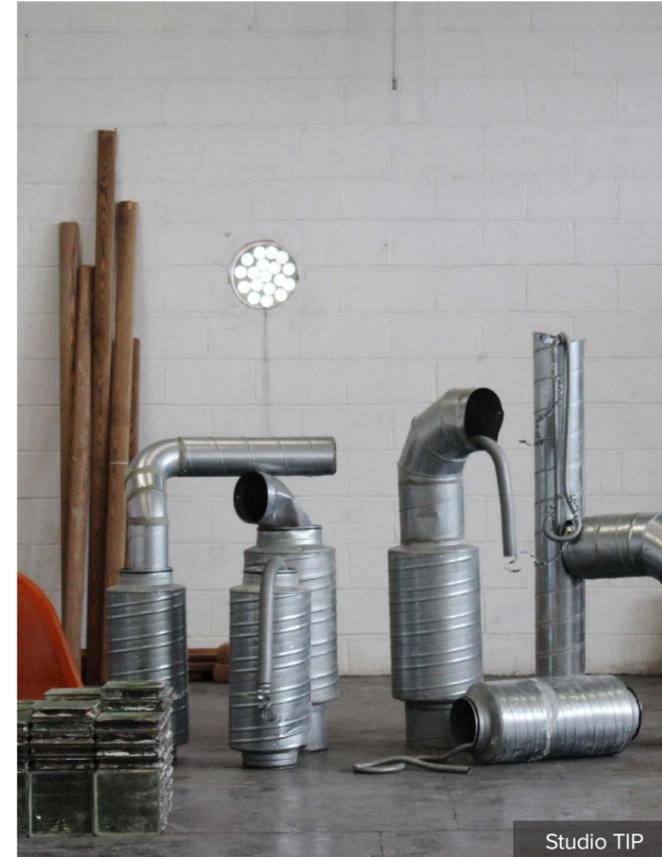


FORMAFANTASMA x Tacchini

### 날것의 자연스러움

#### NATURAL ROUGHNESS

TACCHINI는 FORMAFANTASMA와 협업하여 소파에 산업용품을 대체하는 천연 대안으로 현지 울을 사용하여 자연 기반으로 제작할 수 있는 공정을 소개합니다. 폐기물로 취급되었던 천연 소재이자 무공해 양털은 천연 라텍스와 결합하여 부드러움과 포근함을 제공합니다.



Studio TIP

### 투명한 공급처

#### TRANSPARENT SOURCING

런던디자인 페스티벌에서 스튜디오 팀에 의해 선보인 이 설치물은 다운사이클링을 목적으로 하는 런던의 중심부에서 가져온 2.5톤의 폐기물을 전시하여 방문객이 재생하고자 하는 전시물을 선택, 예약, 수집할 수 있도록 구성되었습니다. 이를 통한 소재의 창의적 가치와 재생에 관한 조사 및 개선을 위해 연구를 합니다.



Mother of Pearl

### 윤리적인 소재

#### ETHICAL MATERIALS

Mother of Pearl의 디자이너 Amy Powney가 MONICA VINADER와 협업하여 디자인한 주얼리 컬렉션은 윤리적 방법으로 조달되는 진주와 재사용되는 골드 버메일로 구성되어, 자연의 고유한 아름다움에서 영감을 받은 디자인과 함께 윤리적인 소재 이야기를 담고 있습니다.

## CMF STORIES

### 기념되는 폐기물 CELEBRATING WASTE

지역에서 수거된 폐기물을 용도 변경하여 주방 인테리어로 활용하며 조립식 방식으로 소재를 선택하고 디자인하여 원활한 재사용을 제안합니다.



Offcut Kitchen



British Pasture Leather

### 오가닉 마감 ORGANIC FINISH

뉴발란스와 영국 현지의 윤리적 가죽 업체의 협업 컬렉션은 방목형 농장에서 길러지며 윤리적으로 다루지는 동물로부터 얻은 가죽 소재에 인공적 공정을 거치지 않은 자연 친화적 외관을 구현합니다.

### 윤리적 각인 ETHICAL ENGRAVING

해양 환경에서 회수한 재활용 플라스틱과 불법 총기에서 회수된 메탈 소재를 재활용하여 사용합니다. 스토리가 담긴 소재 사용은 폐기물을 줄일 뿐만 아니라 사회 문제를 드러내는 역할을 합니다.



TRIWA x Humanium Metal



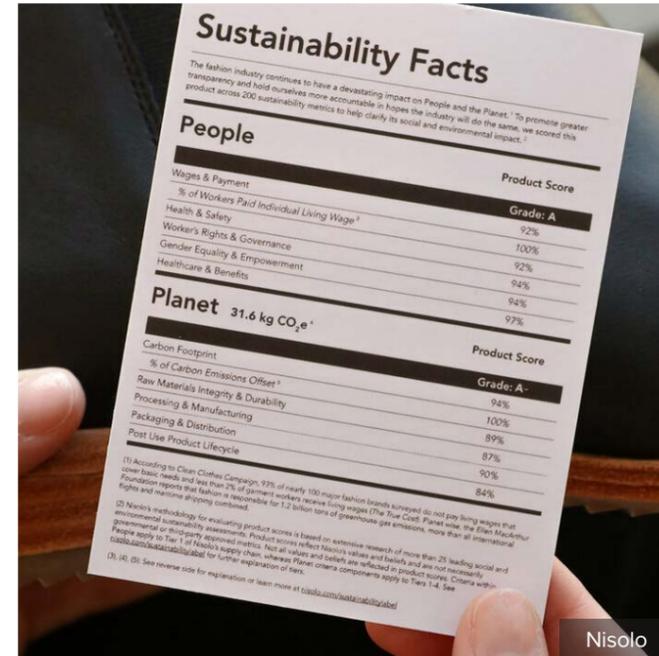
We+

### 문화 발자국 CULTURAL TRACE

상품 가치가 없는 김 지역 특산물 소재의 특성을 살린 설치물은 자원이 부족한 시대에 보존되는 문화를 재해석하여 전시합니다.

### 투명성 라벨 TRANSPARENCY LABEL

책임감 있는 급여 정책, 성평등 고용 등 사회적 책임 관련 사항들을 제품 라벨을 통해 공유하여 브랜드의 신뢰도를 높입니다.



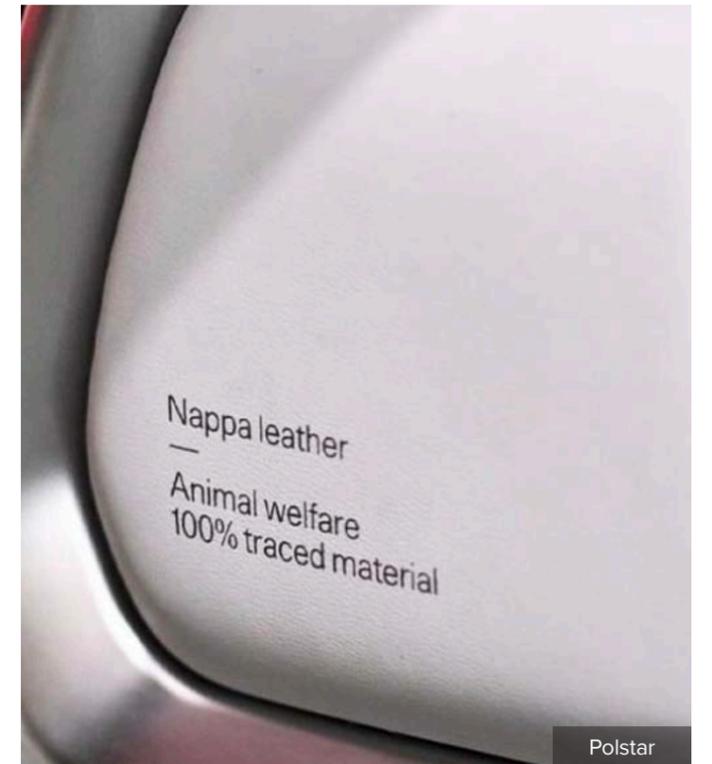
Nisolo



AI-generated image

### 본연의 텍스처 RAW TEXTURES

윤리적인 스토리를 시각적으로 전달하는 것은 소재와 마감을 통해 더욱 효과적으로 전달이 가능합니다.



Polstar

### 소재 라벨 MATERIAL MARKER

윤리적이고 추적 가능한 Nappa 가죽 소재와 복지 인증 울을 자동차 인테리어의 소재로 채택하여 소비자에게 이야기를 전달합니다.

# COLOR

부드럽고 매끄러운 파스텔 컬러가 주류를 이루는 테마로, 중간 톤의 파스텔 컬러를 결합하여 차분한 느낌을 줍니다.

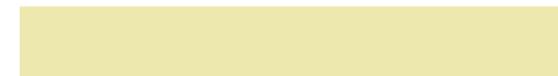
컬러의 채도는 높지 않지만 다양한 컬러와 질감이 레이어드 되어 새로운 효과를 선보여줍니다. 유사한 명도의 톤인톤 조합이 주로 사용됩니다.



## COLOR SUGGESTION



Pantone 14-1310 TPG  
Transcendent Pink



Pantone 11-0618 TPG  
Celestial Yellow



Pantone 15-6114 TPG  
Surreal Green



Pantone 13-4304 TPG  
Blue Moon



Pantone 14-3907 TPG  
Galactic Lilac

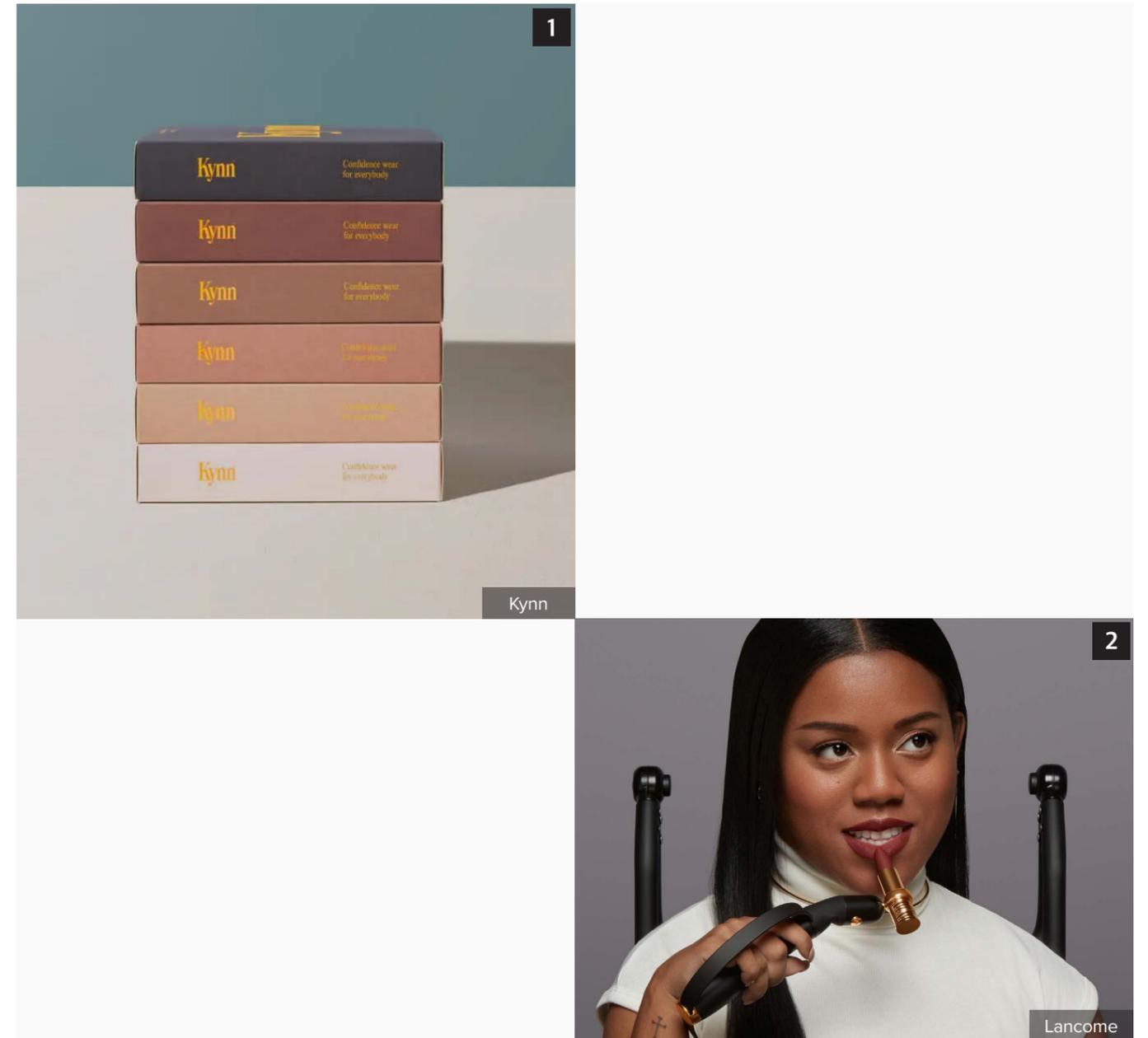
# Re-writing the Norm

기준의 재정의

Landor&Fitch 칫솔 핸들 컬렉션

사회의 연령, 빈부의 비대칭에 따른 집단 간의 양극화 및 소외층에 대해 지속적으로 높아지는 목소리는 디자인의 흐름에도 반영되고 있습니다. 이러한 사회의 흐름 속에서 소비자들은 기성품에 성향을 맞추기보다, 세분화된 디자인을 선택함을 통해 정체성을 표현하며 반영합니다. 성별 확증, 중립, 커스터마이징 및 개인맞춤형으로 소비의 흐름이 진행됨에 따라 기존의 관념을 벗어난 디자인 스토리들은 소비자에게뿐만 아니라 디자이너 및 생산층에도 새로운 영감을 불어넣으며, 고정관념을 깨뜨리는 디자인의 진보를 이끌어냅니다.

이러한 트렌드를 반영하여 Landor&Fitch에서는 손 근육 관련 문제로 어려움이 있는 소비자들을 위한 칫솔 핸들을 디자인하여 다양한 사용자의 요구에 맞춘 개인화된 포용적 디자인을 제공합니다.



- 1 Marx Design이 Kynn과 협업하여 디자인한 언더웨어 패키징은 Kynn 브랜드의 핵심 가치인 포용성을 기반으로 세분화된 피부 톤 팔레트를 반영한 부드러우면서도 세련된 시각적 디자인을 선사합니다.
- 2 랑콤의 HAPTA 전동 메이크업 디바이스는 장애가 있는 소비자들을 위한 포용성을 반영하여 메이크업 애플리케이션에 대한 접근성 상승을 가능하게 합니다.

## STORY CASE STUDY



LEGO

### 다양성 스페이스 DIVERSITY SPACE

파리에서 전시된 LEGO 갤러리는 사람들이 서로의 다름을 극복하고 하나가 되는 수단으로서 놀이의 역할을 강조합니다. 나이, 성별, 배경, 능력의 장벽을 허물고 각계각층의 사람들이 서로 창의적으로 소통하도록 장려하는 것을 목표로 하는 전시를 선보였습니다.



LG

### 모두를 위한 디자인 DESIGNED FOR ALL

LG에서 선보인 Universal UP 키트는 모든 고객이 성별 등에 관계없이 가전제품을 쉽게 사용할 수 있도록 돕는 가전 액세서리로, 사용자와 제품 유형에 맞게 탈부착이 가능하게 설계되었습니다. 예를 들어, 세탁기에 부착할 수 있는 '이지 핸들'은 근력이 부족한 장애인 고객이 세탁기 문을 쉽게 여닫을 수 있도록 도와줍니다.



Microsoft Xbox

### 적응형 개인맞춤화 ADAPTIVE PERSONALISATION

Microsoft Xbox의 적응형 조이스틱은 조작단추를 개인맞춤형 디자인 중 주목받는 기술인 3D 프린팅으로 인쇄할 수 있는 옵션을 제공합니다. 조이스틱의 높이, 너비 및 전반적인 디자인을 사용자의 필요에 맞게 수정할 수 있습니다.



Nike

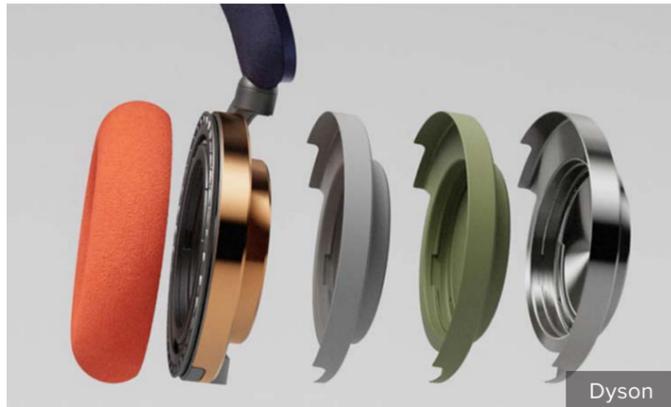
### 정보형 새로운 규범 INFORMATIVE NEW NORM

나이키는 우리 몸의 독특한 아름다움과 다양성을 축하할 기회를 제공하는 기회로서 스포츠가 영감을 주는 것을 목표로 합니다. 특히, 남학생의 두 배에 달하는 여성 청소년들이 신체 한계로 인해 스포츠를 떠나는 문제를 직면하고 개선하기 위해 올바른 정보를 제공하는 'Real Talk' 가이드를 제공합니다.

# CMF STORIES

## 개성 있는 마감 INDIVIDUAL FINISHES

다양한 색상과 마감 옵션으로 사용자가 직접 디자인을 선택하고 개성을 추구할 수 있도록 제안합니다.



Dyson



Philips

## 시대를 초월한 소재 TIMELESS MATERIAL

성별 중립 개념을 고려한 소재와 색상 차용은 더 다양한 사용자를 포용합니다.

## 라이프스타일 룩 앤 필 LIFESTYLE LOOK AND FEEL

환자들이 자신 있게 착용할 수 있는 스타일리시한 액세서리로 설계된 약물 전달 장치 컬렉션으로, 최신 웨어러블 트렌드에서 영감을 얻어 디자인되었습니다.



Chris Lefteri Design



AEKYUNG

## 촉감 중점 외관 TACTILE SHAPE

바이컬러 치약의 장난기 가득한 뚜껑은 비정형 모양에 컬러풀한 무광 마감으로 촉감 중심의 재미있는 경험을 선사합니다.

## 탈 일반화 BREAKING THE COMMON

남성 전문 화장품 브랜드의 제품에 가미된 세심하고 힘있는 CMF는 디자인의 일반성을 깨고 현대적으로 재해석하여 다양한 요구에 부응하는 디자인을 제시합니다.



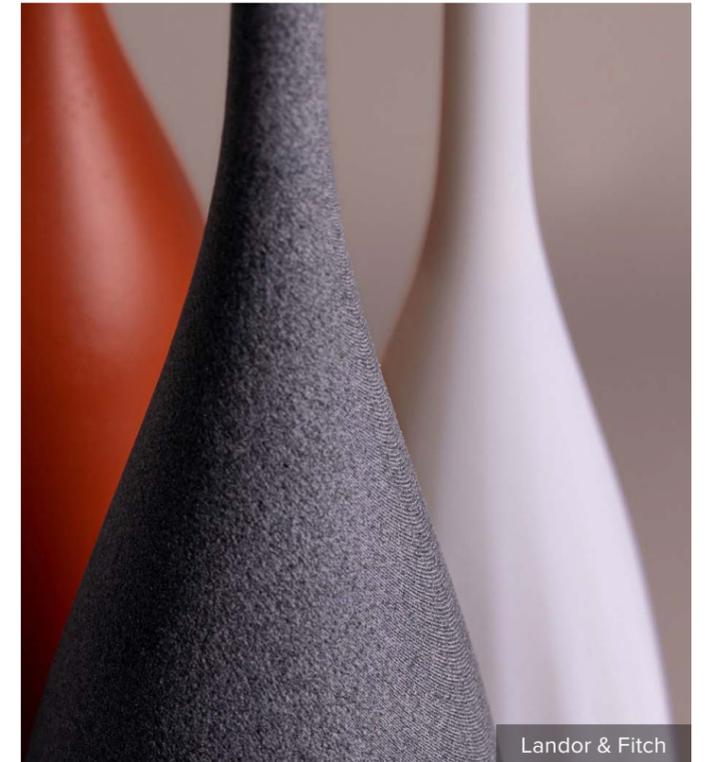
Obayaty



MINI

## 소재의 대비 MATERIAL CONTRAST

미니 쿠퍼의 중앙 콘솔의 메탈 패널과 부드러운 섬유가 조화롭게 대비되며 프리미엄 경험을 향상시킵니다.



Landor & Fitch

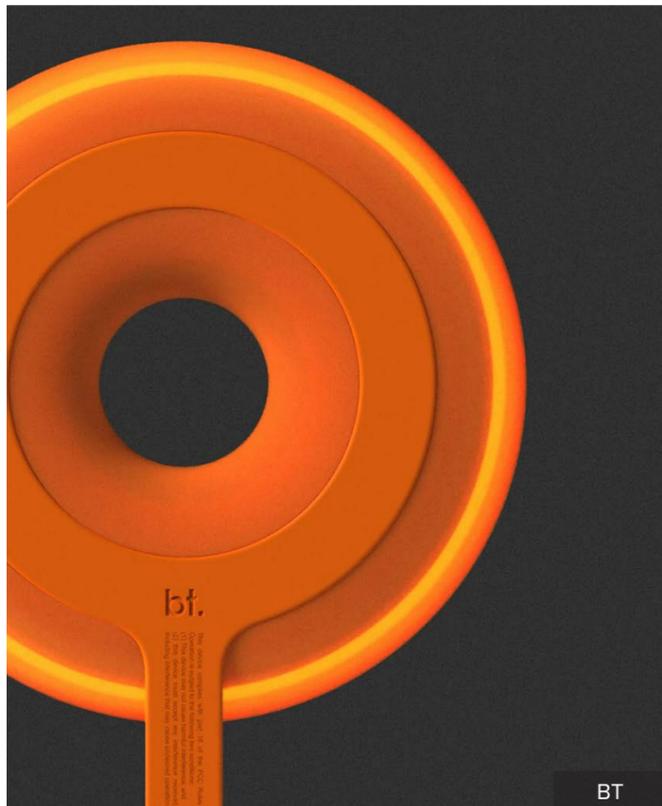
## 맞춤형 질감 CUSTOMISING TOUCH

사용자마다 다르게 커스터마이징되어 3D 프린팅을 통해 맞춤 제작되는 핸들은 두툼한 그림감과 선형의 굴곡으로 이루어진 독특한 질감을 특징으로 합니다.

# COLOR

이 테마는 다양한 색상과 소재의 향연을 보여줍니다. 비비드한 컬러들과 볼드한 메탈은 물론 그라데이션과 같은 효과를 적극 활용합니다. 특히, 오렌지, 핑크, 레드를 중심으로 한 대담한 골드를 키 컬러로 선보이며 자신감을 높이고 기쁨을 선사합니다.

또한 커스터마이징 가능한 다양한 컬러 옵션들을 제공하여 소비자들의 개성을 적극적으로 표현하도록 돕습니다.



## COLOR SUGGESTION



Pantone 19-4203 TPG  
Black



Pantone 16-1359 TPG  
Solar Orange



Pantone 16-1735 TPG  
Thrift Pink



Pantone 13-4304 TPG  
Moonstone Blue



Pantone 10126C  
Gold

# Industries TODAY

## - 6대 산업군별 CMF 트렌드 및 사례



<b>Fashion</b>	패션
<b>Food &amp; Drink Packaging</b>	푸드 앤 드링크 패키징
<b>Consumer Tech</b>	컨슈머 테크
<b>Interior</b>	인테리어
<b>Beauty Packaging</b>	뷰티 패키징
<b>Automotive</b>	자동차

전 세계적인 범 사회 환경 변화 및 현상의 방향성을 가진 거시적인 관점의 메가트렌드에서 파생된 매크로트렌드의 변화하는 이슈들을 산업별로 범주화하여 조사합니다. 6개의 산업분야와 각 산업의 브랜드 고밀도 분석을 통해 CMF 스토리를 분석하고, 유망한 중소기업의 사례를 반영하여 심층적 산업별 디자인 방향을 예측하고 제시합니다.

# Fashion

빠른 소비 패션의 급속하게 비대해져 온 규모는 옷을 보다 쉽고 합리적인 가격으로 구매하게 하며 소비자들의 소비 흐름에 괄목할 만한 영향을 끼쳐왔습니다. 더 자주 옷을 구매하고, 더 자주 옷을 버리는 시대가 도래했으며, 그 결과는 막대한 섬유 폐기물을 책임지고자 하는 브랜드와 소비자의 커지는 목소리가 되고 있습니다.

‘패스트 패션’에서 파생되는 ‘패스트 웨이스트’는 이러한 폐기되는 옷을 활용하여 망가지거나 헤진 표면들의 외관을 환영하며 새로운 디자인을 제안합니다.

자연을 소재로 한 바이오 섬유와 같은 환경을 생각하는 섬유 연구의 지속적인 성장이 이루어지고 있으며, 자연에서 영감을 받아 재생 소재를 다룬 네추럴 룩앤필이 CMF에 적용됩니다.

낭비와 의류 폐기물에 대한 높아지는 피로도와 생계비의 증가는, 기존의 브랜딩이 새겨진 특정 유명 브랜드를 착용하여 부를 과시하는 것에서 소재와 섬유의 질, 시대를 초월하는 색상을 더 선호하는 고요하고 고급스러운 방향으로의 변화를 이끕니다.

패션은 항상 개인이 자신의 정체성, 신념, 성격을 전달할 수 있도록 자기표현을 위한 강력한 도구였습니다. 성 중립적인 젠더레스 혹은 젠더 뉴트럴 패션의 부상 은 사람들을 규정된 성 역할의 제약에서 해방시킴으로써 이러한 표현 잠재력을 증폭시키며, 성 중립적이면서 혼합된 CMF로 나타납니다.

한편, 혁신적인 경험을 위한 디자인 구현의 과정에서 현실을 넘어 AI로 눈을 돌리는 브랜드의 움직임으로, 혁신적인 가상을 구현하는 CMF 요소들이 활발해집니다.



Etro

### 혁신적인 가상 REVOLUTIONARY FICTION

Etro S/S 24의 캠페인은 생성형 AI를 통해 생성한 이미지로, 브랜드가 추구하는 상상을 구현합니다.

### 자연 기반 미래 BIO-FUTURE

미래에 대비할 수 있는 재생 의류로, 콜라겐을 소재로 한 아웃도어용 섬유는 반투명의 특징을 가지고 있습니다.



Mimotype Technologies



Charles Jeffery Loverboy

### 성별 중립화

### GENDER NEUTRALITY

찰스 제프리는 원단, 컷, 실루엣을 역동적으로 실험하며 성별의 경계를 허무는 디자인을 선보입니다.



Diesel

### 고요한 럭셔리

### QUIET LUXURY

The Row는 정제된 로우키, 차분한 컬러, 네추럴한 천연 소재를 특징으로 한 Quiet luxury의 좋은 예입니다.

### 패스트 웨이스트

### FAST WASTE

디젤은 2025 S/S 밀라노 패션위크 컬렉션에서 14톤의 데님으로 런웨이를 뒤덮으며 소재의 낭비를 시각화합니다.



The Row

브랜드 분석:

# Nike

나이키는 창립 이래 소재 혁신의 선두 주자로서, 나이키 에어의 탄생과 함께 Running On Air와 같은 획기적인 개념을 도입해 왔습니다. 혁신에 대한 나이키의 끊임없는 도전은 신발 구조를 새롭게 재해석한 플라이니트 (Flyknit)와 버려진 신발을 새로운 소재로 재구성하는 나이키 그라인드 (Nike Grind)와 같은 프로그램을 창안하며 신발 디자인을 혁신적으로 변화시켰습니다. 오늘날 Nike는 첨단 기술을 사용하여 제품 개발을 최적화하고 폐기물을 줄이며 지속 가능한 미래 지향적인 해결책을 추진하는 등 AI 기반 디자인으로 한계를 뛰어넘고 있습니다.

## 패스트 웨이스트

### FAST WASTE

Nike Re-Creation 프로그램은 빈티지 및 재고 상품들을 현지 수집하여 현지에서 디자인 및 새로운 제품을 제작합니다.

## 혁신적인 가상

### REVOLUTIONARY FICTION

2024 파리 올림픽에서는 Generative AI를 이용하여 디자인을 생성하고 운동선수들이 상상하던 신발을 실제로 구현하며 스마트한 미래를 제시합니다.

## 고요한 럭셔리

### QUIET LUXURY

나이키와 JACQUEMUS가 협업한 컬렉션은 시대를 초월한 미니멀한 디자인과 색상을 블렌딩하여 디자인되었습니다.

## 자연 기반 미래

### BIO-FUTURE

나이키의 ISPA 유니버설은 3D 프린팅, 인공 지능 디자인, 친환경 소재를 결합한 실험적인 디자인으로, 모듈형 디자인 및 신발마다 다른 고유한 외관이 특징입니다.

## 성별 중립화

### GENDER NEUTRALITY

미국의 농구선수 Sabrina Ionescu와 협업하여 3월에 선보인 컬렉션은 성별 구분 없는 디자인과 사이즈 구성으로 모든 소비자를 대상으로 편안함과 스타일을 제공하기 위해 구현되었습니다.

“우리가 만드는 제품의 수량에 가장 큰 영향을 미칠 수 있는 부분은 소재를 선택하는 방식입니다.”

“The biggest area where we can have an impact in the amount of products we create is how we choose materials.”

수석 디자이너, 마틴 로티 (Martin Lotti)



유망 중소기업 인터뷰:

# 노이다



안녕하세요. 회사 소개 부탁드립니다.

노이다는 고객이 믿고 맡길 수 있는 디자인, 즉 고객의 마음이 놓이는 디자인을 추구하는 디자인 전문기업입니다. 노이다의 대표적인 프로젝트인 디딩 서비스는 쿼커머스 시장에서 발생했던 배송 종사자의 안전 문제, 배송 품질 저하, 정보 부재 등 다양한 문제를 해결하기 위해 탄생했습니다. 이 서비스는 IoT 기반 스마트 패키징 플랫폼 서비스로, 업사이클링 패키징 3종 디딩백(H/W)과 근거리 무선통신이 가능한 배송 기사용 앱 및 개발자 센터(S/W)로 구성되어 있습니다. 디딩 백은 폐방화복 업사이클링을 통해 자원 재순환을 유도하는 친환경 패키징 제품입니다. 폐방화복을 구성하는 아라미드 섬유를 활용하였으며, 적용된 스마트 태그는 친환경 전자 종이 기술을 탑재하여 배송 단계별 상태 및 위치 정보를 수집 및 제공하고 App와 연결을 극대화합니다. 특히 디딩백은 지속가능성과 기능성을 동시에 구현한 결과물로 탄생하였습니다.



제품 디자인/양산 과정에서 가장 고충이 있는 부분, 혹은 중요하게 여기시는 부분은 무엇인가요?

제품 디자인 및 양산 과정에서 가장 큰 고충은 지속 가능한 소재 활용과 경제성을 동시에 확보하는 일입니다. 폐방화복이라는 독특한 소재를 사용하여 차별화된 디자인을 구현하고자 하지만, 이를 제품화하는 과정에서 여러 도전 과제를 마주하고 있습니다. 먼저, 폐방화복 원단은 일반적인 소재와 달리 재단과 분해가 필요하며, 이를 이어 붙이는 공정이 추가로 요구됩니다. 이러한 특성 때문에 일반 제품 공정보다 임가공비가 몇 배 이상 높아지며, 원가 관리가 중요한 과제로 떠오르고 있습니다. 이를 해결하기 위해 소재의 활용률을 극대화하기 위한 연구를 진행하는 동시에, 반사원단과 같은 추가 요소를 통해 디자인적 가치를 높이고 있습니다. 또한, 양산 단가를 낮추기 위해 공정 효율화에 주력하고 있습니다. 특히, 대량 생산 제품에서는 제작 비용이 경쟁력을 좌우하기 때문에, 대전교도소와의 협업을 통해 교도작업을 활용하는 등 생산 단가 절감 및 사회적 가치 실현의 의미를 담은 혁신적인 방안을 도입하고 있습니다.

위의 질문 관련하여, 고충이나 어려운 부분 중 소재와 관련된 것은 어떤 점이 있으신가요?

폐방화복의 업사이클링 공정은 일반 섬유와는 근본적으로 다른 특성을 가지고 있어 여러 가지 고충이 따릅니다. 우선, 폐방화복 원단은 매우 강도가 높은 복합 소재로 이루어져 있어 복합재 전용 특수 가위가 필요합니다. 이 가위는 단순히 자르는 방식이 아니라 썰듯이 쓸어내리는 작업 방식을 요구하며, 날이 쉽게 무뎠어져 지속적인 교체가 필요합니다. 또한, 재봉 과정에서도 특수 재봉틀과 티탄 소재의 특수 바늘이 필요합니다. 가방류와 같이 원단이 여러 겹으로 겹쳐지는 품목의 경우, 바늘이 원단 사이에 박히거나 부러지는 일이 빈번하여 공정 효율이 떨어질 수 있습니다. 이와 같은 어려움에도 불구하고, 우리는 프로젝트를 진행하며 쌓아온 다년간의 경험과 노하우를 통해 일부 공정을 개선하고 있습니다. 이를 통해 효율성을 높이고 품질을 유지하며, 지속 가능한 제품 생산을 위해 노력하고 있습니다.

노이다는 한국 마켓 대상으로 하는지 혹은 글로벌 대상인가요? 그 이유는 무엇인가요?

노이다는 글로벌 시장을 대상으로 활동하고 있으며, 특히 유럽 시장 진출에 중점을 두고 있습니다. 그 이유는 유럽이 업사이클링 및 지속 가능성에 대한 관심과 관련 기업 및

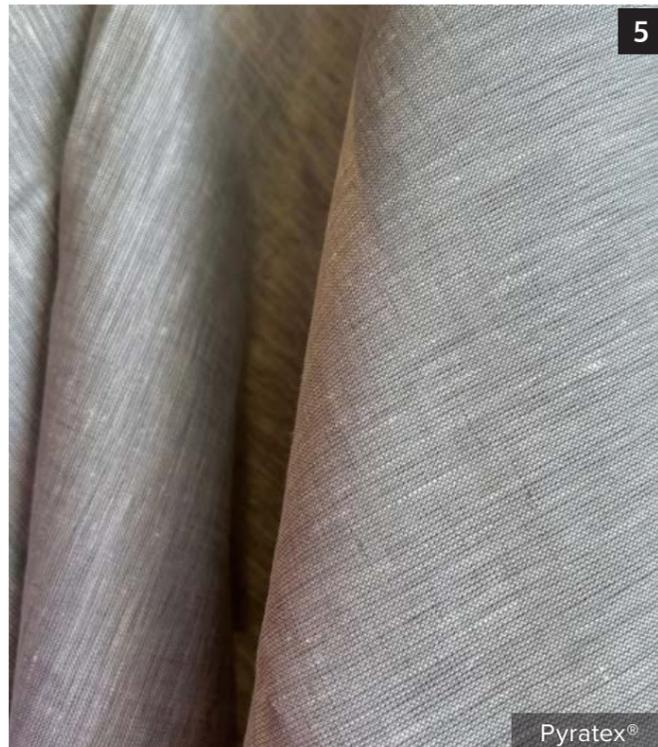
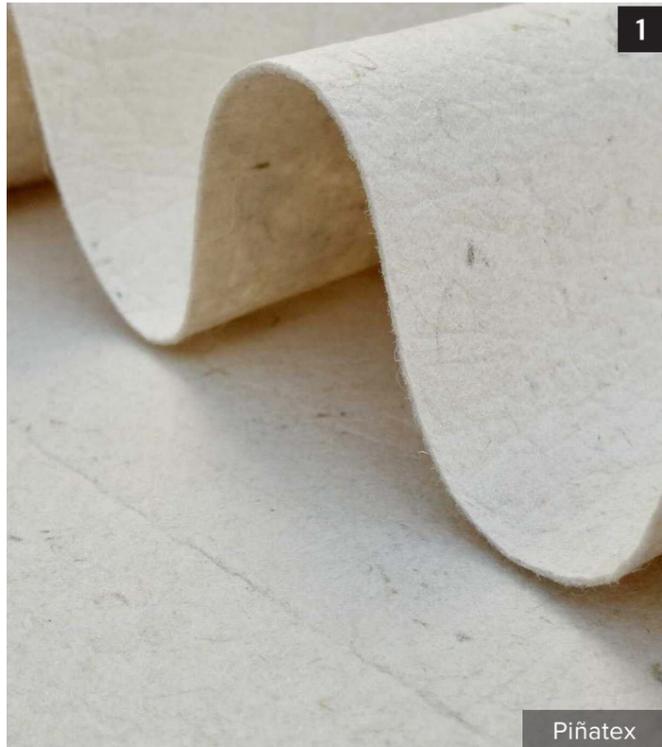


디자이너들의 활동이 매우 활발한 지역이기 때문입니다. 프라이탁과 같은 대중화된 업사이클링 브랜드가 이미 성공적으로 자리 잡고 있는 만큼, 저희가 가진 독창적이고 차별화된 제품으로도 충분히 경쟁력을 확보할 수 있을 것이라 판단하고 있습니다. 유럽의 소방관들이 사용하는 장비 역시 국내와 동일하게 아라미드 원단을 활용하고 있어, 이를 기반으로 제품 라인업을 다양화하고 현지 소비자들과의 공감을 이끌어낼 가능성이 높다고 보고 있습니다.

지속가능한 환경 소재는 귀사에 얼마나 중요한가요?

노이다의 궁극적인 목표는 사회적 문제를 해결하고 긍정적인 영향력을 확대하는 종합 디자인 기업으로 자리매김하는 것입니다. 지속 가능한 환경 소재는 이러한 목표를 실현하는 데 핵심적인 요소로, 당사 제품 개발과 경영 철학에서 매우 중요한 비중을 차지합니다. 폐방화복은 품질과 기능 면에서 뛰어난 소재임에도 불구하고, 내구연한이 3년이 지나면 소각되거나 매립되어 환경에 부담을 줍니다. 당사는 폐방화복을 업사이클링함으로써 이러한 환경 문제를 해결할 뿐만 아니라, 배달산업의 급격한 성장으로 인한 배송 종사자들의 안전 문제까지 해결할 수 있는 중요한 역할을 하고자 합니다. 앞으로도 단순히 디자인 컨설팅을 수행하는 전문 기업에 머무르지 않고, 사회에 긍정적인 변화를 가져오는 디자인 솔루션을 제공하며 업계를 선도하는 기업으로 성장할 것입니다. ESG 경영을 실천하고, 사회적 가치를 실현하기 위해 지속적인 투자와 연구개발을 아끼지 않으며, 디자인 산업의 고도화와 지속 가능한 발전에 기여하고자 노력할 것입니다.

# Materials Library



- 1 Piñatex | 피나텍스**  
파인애플잎 섬유로 만든 식물성 비건 가죽 섬유. 신발, 액세서리, 의류 및 인테리어 산업의 광범위한 응용 분야에서 사용 가능  
[store.ananas-anam.com](http://store.ananas-anam.com)
- 2 ChroMorphous fabric | 크로모퍼스 패브릭**  
사용자가 앱을 사용하여 필요에 따라 다양한 패턴과 색상을 선택할 수 있는 색상 변경 패브릭 소재  
[chromorphous.com](http://chromorphous.com)
- 3 Wastea | 웨이스티**  
버려지는 찌꺼기로 만들어진 대체 가죽. 패션 액세서리 및 그 외 다용도로 응용 가능  
[wastea.com](http://wastea.com)
- 4 CRAFTING PLASTICS! STUDIO | 크래프팅 플라스틱스!**  
NUATAN 소재를 사용하여 3D 프린팅 기술로 제작된 UV 반응성 플라스틱. 인테리어에 적용되었으며 패션 액세서리에도 적용 가능  
[craftingplastics.com](http://craftingplastics.com)
- 5 PYRATEX® | 피라텍스**  
식물성 섬유로 만든 니트 원단, 다양한 패턴의 옵션을 제공하며 섬유 고유의 천연 특성인 부드러운 촉감이 특징  
[pyratex.com](http://pyratex.com)
- 6 APPARITION | 어퍼리션**  
안개 정도의 반투명도 특성이 있는 가죽 소재, 패션과 신발, 액세서리 등에 적용 가능한 소재  
[eccoleather.com/leather-in-lab/apparition](http://eccoleather.com/leather-in-lab/apparition)

# CMF tips

- **새로운 소재 공정:** 화학 물질 및 폐수 유출량 절감시키는 염색과 같은 소재 공정을 변경하여 폐기물 관리 및 소재의 효율성에 긍정적인 영향을 기대할 수 있습니다.
- **가상과 현실 통합형 CMF:** 디지털 디자인을 응용하는 움직임이 활발한 산업 분야에서 디지털 인터페이스와 실제 소비자가 경험할 수 있는 CMF의 결합은 고객의 긍정적인 반응을 이끕니다.
- **윤리적인 목소리를 담은 CMF:** CMF 스토리를 시각화한 디자인, 라벨을 통해 가치에 따라 움직이는 소비 세대 Gen Z에게 브랜드의 가치를 공유하며 소비자와 기업 간의 장기적인 라포 형성을 제안합니다.



# Food & drink Packaging

푸드 앤 드링크 패키징은 현재 플라스틱과 종이 원료 소재의 주요 적용 분야입니다. 특히 잉크, 코팅, 마감재와 같은 '부수적' 요소들의 재활용 가능성을 설계하는 것은 중요한 과제입니다. 유럽, 중국 등 세계적으로 이러한 과제를 해결하는 계획과 협의의 움직임이 더욱 활발해지고 있습니다.

환경오염의 주요인으로 여겨지는 플라스틱 소재의 사용을 줄이기 위해 이를 대체하는 재생소재와 종이 등 대체재들이 끊임없이 연구되고 있습니다. 소재를 단일화하고 코팅이나 잉크와 같은 인위적 가공을 피한 디자인은 환경을 생각한 소재 미니멀리즘의 CMF로 포용 됩니다.

소비자와의 상호작용 측면에서, 외부 요소에 반응하여 감각을 자극하는 스마트한 잉크와 같은 액티브 패키징의 실제적인 기능은 CMF를 통해 안전성을 강화하기도 합니다. 한편, 패키징을 단순 포장의 목적이 아닌 다채로운 경험을 선사하는 용도로서 CMF 요소는 소비자에게 잊을 수 없는 즐거움을 선사합니다. 고도의 예술적 요소가 가미된 특수 패키징은 제품 구매 후 오래도록 보관하며 기억하는 아트사이클링(Art-cycling)을 가능하게 하며 브랜드 정체성을 분명하게 표현하는 역할을 합니다.

단순히 폐기하는 패키징의 인식에 반발하는 혁신적인 프로세스와 똑똑한 CMF가 향후 잠재력이 있습니다.



TIPA

### 플라스틱 감소 PLASTIC REDUCTION

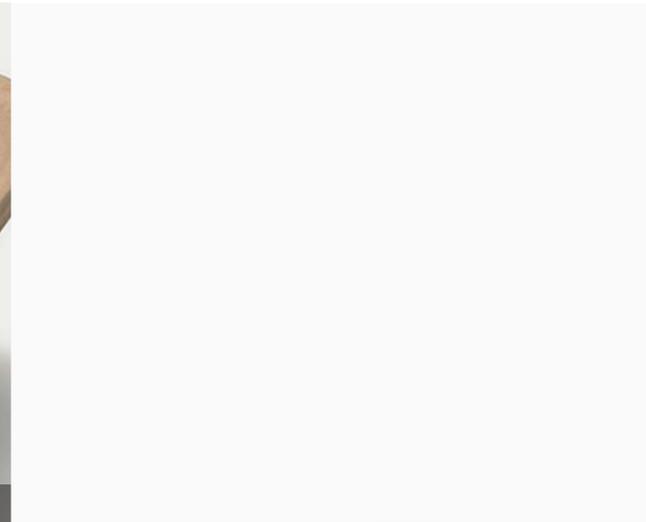
패키징 전문기업 TIPA에서 개발한 트레이는 버 수확 후의 소각되는 폐기물인 지푸라기로 만들어져 생분해 가능한 패키징입니다.

### 인터랙티브한 경험 INTERACTIVE EXPERIENCE

La Paperfactory(프랑스)의 부채 형식의 종이 패키징은 병을 안전하게 보관할 뿐 아니라, 조명과 함께 배치했을 때 시각적으로 놀라운 경험을 선사합니다.



La Paperfactory



Domaine des Hautes Glaces

### 소재 최소화 MATERIAL MINIMALISM

재활용 유리로 제작된 위스키병은 유리 성형 과정에서 산모티브(밑면)와 로고(앞면)를 몰딩하여 소재의 단순화를 구현합니다.



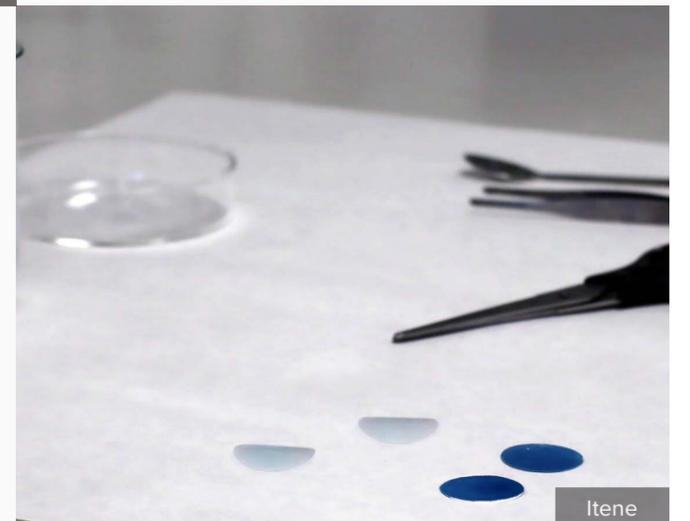
Barajas

### 깃든 장인정신 ARTISANAL CARE

전통 멕시코 예술에서 영감을 받은 데킬라 패키징은 멕시코 장인의 손을 거쳐 제작되어 최고급 수공예 디자인을 소비자에게 선사합니다.

### 액티브 패키징 ACTIVE PACKAGING

CO2에 노출되면 투명하게 변하는 잉크로 포장 손상, 미생물 침투로 인한 오염을 감지하며 스마트한 상호 작용형 패키징을 선보입니다.



Itene

브랜드 분석:

# Notpla

Notpla는 해조류와 식물과 같은 천연 재료를 사용하여 지속 가능한 포장 솔루션을 만드는 런던 기반의 스타트업입니다. 식용 액체 캡슐과 생분해성 식품 용기와 같은 혁신적인 제품은 일회용 플라스틱을 대체하도록 디자인되었습니다. Notpla의 재료는 완전히 퇴비화할 수 있어 유해 잔여물을 남기지 않고 자연 분해되므로 기존 플라스틱을 대체할 수 있는 친환경적인 대안이 될 수 있습니다. '폐기물 없는 세상'을 만들기 위한 노력으로 2022년 Earthshot Prize 수상 후 상당한 인정을 받았으며, 저스트잇, 루코제이드(Lucozade) 등 주요 브랜드와 파트너십을 맺고 지속 가능한 포장 솔루션을 전 세계로 확장하고 있습니다.

## 플라스틱 감소

### PLASTIC REDUCTION

식품 포장 용기에 적용된 방수 코팅으로 플라스틱을 대체합니다.

## 깃든 장인정신

### ARTISANAL CARE

폐기되는 해초로 만들어진 종이는 네추럴한 느낌을 감각적으로 살린 미학을 소비자에게 전달합니다.

## 인터랙티브한 경험

### INTERACTIVE EXPERIENCE

100% 천연 소재, 생분해성, 가정에서 퇴비화할 수 있는 소재로 사라지는 패키징을 추구합니다.

## 소재 최소화

### MATERIAL MINIMALISM

물에 사라지는 패키징은 시각적으로 신선한 경험을 선사할 뿐만 아니라 사용자에게 잊을 수 없는 경험을 선사합니다.

## 액티브 패키징

### ACTIVE PACKAGING

액티브 패키징이 식품의 품질 향상에 도움을 주는 것처럼, 해초로 만든 아이스크림 숟가락은 미세플라스틱 없는 튼튼한 내구성, 부드러운 표면, 본연의 맛을 유지하게 합니다.

“기업들은 이제 플라스틱을 대체할 진정한 지속가능 포장 솔루션을 적극 모색하고 있습니다. Just Eat, Takeaway.com과 같은 대기업들도 이미 이러한 움직임을 취하고 있습니다.”

“Companies are now pro-actively looking for true sustainable packaging solutions as a replacement to plastic. Big companies such as Just Eat Takeaway.com have already taken this move”

Notpla 공동 창립자, 피에르 파슬리에 (Pierre Paslier)



유망 중소기업 인터뷰:

# 스텍업



안녕하세요. 회사 소개 부탁드립니다.

스텍업은 친환경 푸드웨어 제품으로, 블록보틀과 같은 대표 상품을 비롯하여 최근에는 친환경 소재 플레이트, 커틀러리 등을 만들고 있고, 국내에서 제조하고 생산해서 판매까지 하는 주방용품입니다. 2018년부터 법인 설립 후 2020년도에 하반기에 정식 첫 제품 출시 이후 푸드웨어 상품을 선보이고 있습니다. 설립 초창기에는 코로나 기간이어서 해외 진출은 못하고 있었다가 작년부터 본격적으로 메종오브제와 같은 해외 전시들에 참여하며 해외 시장으로 확대 중입니다.



리빙케어는 한국 마켓 대상으로 하시지 혹은 글로벌 대상인가요? 그 이유는 무엇인가요?

비투씨 판매를 염두에 둔 제품이지만, 초창기였던 코로나 기간에는 오프라인 시장접근과 판매 수율 문제로 국내 중심 비투비를 많이 하였습니다. 중국산과 같은 판촉용 제품으로 과포화된 기존 시장에서 스텍업의 독특하고 감각적 디자인, 100% 국내 생산, 좋은 소재를 여러 기업 관계자들이 좋아해 주셔서 일반 소비자를 만나기가 어려운 시기에 기업 및 기관과 협업을 많이 하였습니다. 코로나 이후에는 경기침체도 있었지만 같은 시기에 친환경과 ESG에 대한 일반소비자의 시선이 많이 친숙해지면서 이런 소비자 흐름에 맞는 소재로 접근하던 중 스텍업이 해외에 더 잘 맞을 것 같다고 생각했고, 해외 마켓 대상으로 바이어들과의 협업을 진행하고 있습니다.

제품 디자인/양산 과정에서 가장 고충이 있는 부분, 혹은 중요하게 여기시는 부분은 무엇인가요?

이건 초기 창업하시는 분들에게 많이 해당할 것 같은데요, 처음 스텍업 창업 시작 당시에는 학생 창업이었고, 그렇다 보니 제조업에 대한 경험과 정보가 전무했습니다. 생산하는 방식과 업체, 조율 방식에 대한 자료나 정보가 제대로 나와 있지 않고 아직도 제대로 된 부분이 없다 보니 이러한 부분에서 오는 어려움이 가장 컸던 것 같습니다. 설계, 금형, 사출 등 각각의 과정마다 방법을 모르다 보니 비용적, 시간적 부담이 컸던 것 같습니다.

위의 질문 관련하여, 고충이나 어려운 부분 중 소재와 관련된 것은 어떤 점이 있으신가요?

스텍업은 2022년부터 생분해 소재로 하여 제품을 개발하기 시작했습니다. 친환경 소재는 크게 리사이클 소재와 생분해 소재 (Bio-based) 두 가지로 나뉘는데, 리사이클은 큰 산업군이지만 생분해 소재는 비교적 작은 산업군이고 국내에 퇴비화 시설이 아직 갖춰지지 않아서 생분해가 안 된다는 오해를 받기도 합니다. 석유화학 플라스틱과 바이오 소재 혼합으로 재활용도 불가능한 소재가 되어버리는 경우도 많이 보곤 합니다. 이런 부분을 피하고자 100% 생분해 소재를 고집하고 있는데, 자연물 소재들은 생산성이 현저히 떨어지고 흐름이 안 좋아서 불량률이 높습니다. 생분해 소재는 기존의 산업군에서 많이 생산되지 않던 소재이다 보니 선행 사례가 많이 없어서 금형 수정도 중간에 많이 해왔고, 지금도 계속 단계별로 개발 중입니다.



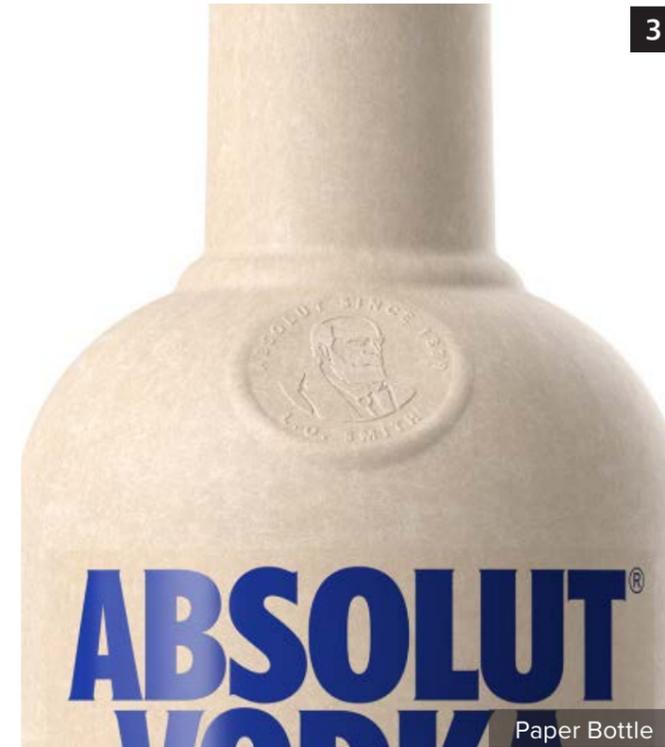
푸드앤드링크 산업에서 눈여겨보고 계신 트렌드는 무엇인가요?

저희는 회사명 스텍업, 브랜드명 랜들리(Landly) 즉 땅과 친해지자는 'Land+Friendly' 의미를 담고 있는데, 지속가능성은 내부에서 모두 공감하는 중요한 트렌드라고 생각합니다. 내부에서뿐만 아니라 전 사회적으로도 중요한 가치라고 생각해서 많이 공감하고 있습니다. 한 가지 안타까운 것은 경기가 안 좋아지다 보니 환경에 대한 관심이 역행하는 듯한 사례들이 보여서 아쉬움이 있습니다. 그래도 점점 심각해지는 환경 구조를 생각한다면 언젠가 친환경 쪽으로 갈 수밖에 없고 이런 트렌드로 나아가야 하는 것이 옳다고 생각합니다.

마무리로 하시고자 하는 말씀 부탁드립니다.

생분해란 땅에 매립이 되었을 때 주변 환경에 의해서 점차 분자 구조가 깨지면서 분해되다가 나중에 땅속의 미생물이 섭취하여 흔적이 없이 사라지게 되는 것입니다. 그래서 퇴비처럼 토양이 되고, 이 토양에서 다시 원료가 되는 사탕수수나 옥수수과 같은 식물이 자라는 '순환'의 개념을 가지고 있습니다. '땅에서 나왔기 때문에 다시 흔적 없이 땅속으로 사라진다'는 가치가 지속 가능하다고 생각합니다. 소재의 생분해로 순환하는 가치에 많이 집중하고 있고, 관련하여 퇴비화 시설을 위해 투자도 하고 있는데, 이러한 노력이 점차 많아졌으면 좋겠다는 바람입니다.

# Materials Library



**1 BUBBLE GLASS** | 버블 글라스  
프랑스 유리 공급업체인 Saver Glass가 개발한 산업 공정. 기존 블로우 글라스에 나타날 수 있는 기포 표현 방식 구현  
[savglass.com](http://savglass.com)

**2 TIPA®** | 티파  
오렌지 껍질에서 영감을 받은 퇴비화 가능한 유연한 플라스틱 소재  
[tipa-corp.com](http://tipa-corp.com)

**3 PAPER BOTTLE** | 페이퍼보틀  
Paboco 업체의 종이 소재로 이루어진 병. 종이 포장으로 재활용할 수 있을 뿐만 아니라 우수한 품질과 독특한 디자인 구현이 가능  
[paboco.com](http://paboco.com)

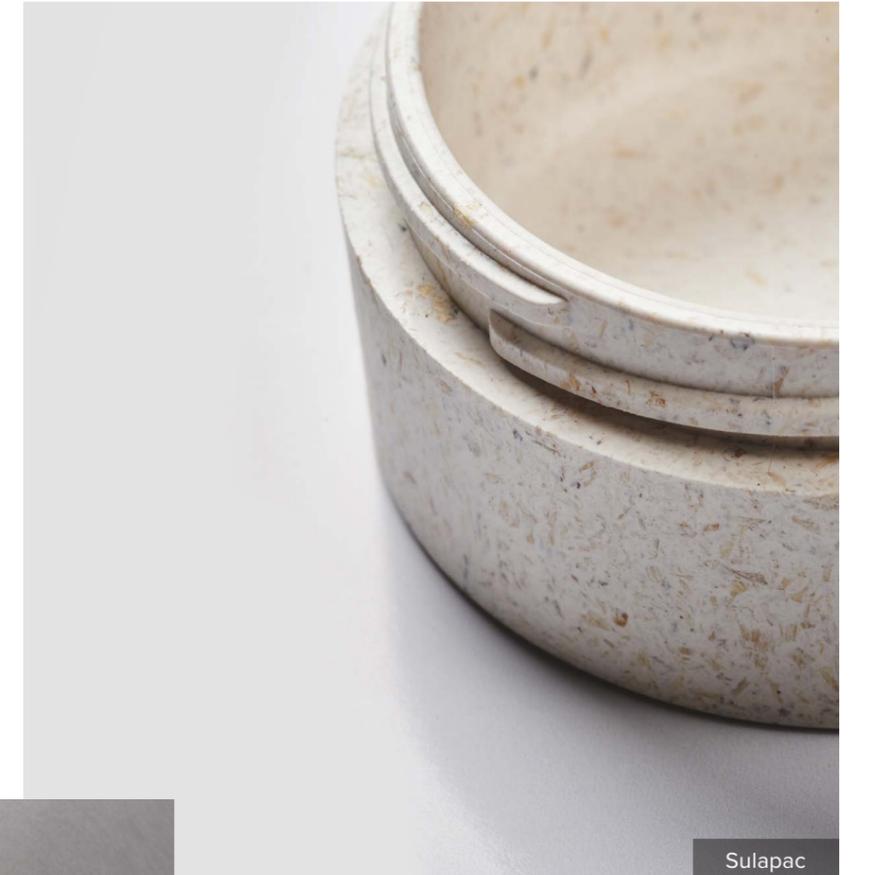
**4 AIRX** | 에어엑스  
재활용 커피 찌꺼기를 재활용하고 PP로 혼합하여 지속 가능한 수저와 재사용할 수 있는 컵 생산  
[airxcarbon.com](http://airxcarbon.com)

**5 COMPOSTABLE RING** | 컴포스터블 링  
맥주 양조 부산물로 만든 퇴비화 가능한 포장용 소재

**6 INSIGNIA** | 인시그니아  
특정 시간과 온도 변화에 따라 색이 변하는 스마트 잉크. 필름 및 안료 기술을 개발하여 음식물 쓰레기를 줄이고 소비자 안전을 개선  
[insigniatechnologies.com](http://insigniatechnologies.com)

# CMF tips

- **의도를 고려한 소재 선택:** 영리한 소재 가공을 통해 일반 소재를 활용한 고급스러운 느낌의 패키징 구현이 가능해졌지만, 지속 가능하지 않을 수도 있는 고성능 소재 대신 브랜드의 가치를 전달하는 스토리와 함께 의도가 담긴 소재를 선택하세요.
- **전략적인 소재 적용:** 지속 가능한 소재로서의 가장 일반적인 적용 방법인 종이 소재는 항상 해답이 아닐 수 있습니다. 한편, 종이는 내구성이 뛰어난 포장재는 아니지만, 건조식품같은 패키징에는 매우 적합합니다. 최고의 결과를 위해 전략적인 소재 고려를 제안합니다.
- **차세대 솔루션 탐색:** 산림 산업 의존도를 낮추고 탄소 배출을 줄이기 위한 대체 소재와 공정이 연구되고 있습니다. 곡물 잔여물부터 폐의류 함유 소재 등 다양한 대체 공급원의 원자재가 신시대 소재에 포함될 예정입니다.



# Consumer Tech

컨슈머 테크 분야의 가장 중요한

흐름은 AI와 지속가능성을 동반하고 있습니다. 이러한 트렌드에서 새로운 원자재의 도입은 일반적으로 가용성, 품질에 관한 새로운 과제를 동반하며 움직이고 있습니다.

제품의 하우징을 고요하고 부드럽게 시각화하는 CMF는 조화로움을 추구하는 소비자의 라이프스타일을 돕습니다. 또한, 휴대용 포터블 제품의 내구성을 강화하는 고성능 소재와 특수 마감 방식은 사용자가 모든 환경에서 질 높은 라이프스타일을 구현하도록 합니다.

스마트 소재의 채택은 고도화되는 기술과 결합하면서 새로운 차원의 인터페이스를 사용자에게 선사하며 이전에 경험하지 못한 환상적이며 즐거운 경험을 만들어냅니다.

점점 개인에 특화되어 통합적 라이프스타일을 추구하는 흐름은 유니크한 커스터마이징이 강화되는 CMF로 나타납니다.

이러한 모든 트렌드 속에서 환경을 고려한 소재는 더 이상 선택이 아닌 충분히 예측할 수 있는 부분이 되어 CMF의 진화가 이루어지고 있습니다.



### 고요한 디자인

#### QUIET AESTHETICS

파나소닉의 외부에 사용된 스테인리스 스틸 패널은 천연석 및 광물 표면과 유사한 크리스탈 효과로 마감 처리를 하였습니다.

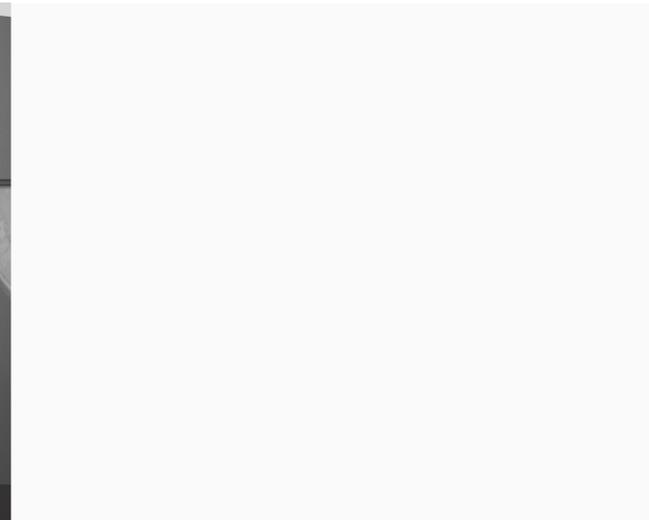
### 통합되는 삶

#### INTEGRATED LIFE

스피커의 나무, 천연 섬유 등 다양한 소재의 하우징을 교체함에 따라 사용자가 재료에 영향을 받아 소리가 변하는 것을 경험합니다.



Tessa Spiering



Xbox

### 재활용 소재

#### WASTE MATERIALITY

XBOX 리믹스 컨트롤러는 PIR(POST-INDUSTRIAL RECYCLED) 플라스틱 소재로 제작되었습니다.



Bang & Olufsen

### 이동 내구성

#### ON-THE-GO DURABILITY

실외 환경에 알맞은 견고함을 구현하기 위해 굽힘 방지 기능의 아노다이징 알루미늄 소재를 차용하며 내구성을 강화합니다.

### 미래지향적 경험

#### FUTURISTIC EXPERIENCE

시그니처 OLED T는 보이지 않는 기술을 투명한 스크린에 구현하는 스마트한 소재를 통해 사용자가 즐길 수 있는 신비로운 상호작용을 창출합니다.



LG

브랜드 분석:

# Samsung

삼성전자는 가전제품을 개인 스타일의 반영으로 변화시키는 통합 커스터마이징의 선두에 서 있습니다. 가정 인테리어 환경이 원활하게 결합하도록 소비자에게 디자인 선택을 제공하여 제품과 인테리어를 조화롭게 매치시킬 기회를 제공합니다. 삼성은 기능과 디자인이 결합한 자기표현의 한 형태로서의 가전제품 트렌드를 개척해 왔습니다. 이러한 혁신으로 일상적인 기기가 공간과 조화를 이루는 미적 표현으로 전환되어 소비자 개인의 취향과 라이프스타일의 연결 및 확장을 돕습니다.

## “인간 중심의 디자인 철학을 바탕으로 목적을 가진 혁신을 통해 고객의 삶과 조화를 이루는 미래를 만드는 것을 목표로 합니다.”

“With our human-centered design philosophy, we aim to create a future that harmonizes with the lives of our customers through innovation with purpose.”

삼성 디자인경영센터장 사장, 노태문

### 통합되는 삶 INTEGRATED LIFE

디자인, 소재 및 마감은 소비자가 선택하는 커스터마이징은 사용자의 삶에 융화되는 통합적인 제품 경험을 선사합니다.

### 고요한 디자인 QUIET AESTHETIC

부드러운 곡선과 웜 화이트, Kvadrat의 프리미엄 패브릭으로 마감한 프리미어 프로젝터는 미니멀한 따뜻함을 시각적으로 전달하며 모든 인테리어와의 원활한 조화를 이룹니다.

### 재활용 소재 WASTE MATERIALITY

작은 입자의 반점이 돋보이는 보조배터리의 외부 하우징은 최소 20%의 폐기물을 재활용한 소재로 만들어져 탄소 배출 절감, 자원 보존 및 폐기물에 새로운 생명을 불어넣습니다.

### 이동 내구성 ON-THE-GO DURABILITY

티타늄 소재로 프리미엄 디자인을 강조한 갤럭시 S24 울트라는 소재를 통해 내구성을 향상합니다. 디스플레이용 강화 유리 전문 코닝(Corning)의 고릴라 글라스적용으로 스크래치 방지 및 견고함을 강화합니다.

### 미래지향적 경험 FUTURISTIC EXPERIENCE

2024 밀라노에서 선보인 전시 'Newfound Equilibrium'에서 디스플레이와 반사감 있는 소재들이 어우러져 사용자에게 몰입감 넘치는 몽환적인 세계를 선사했습니다.



유망 중소기업 인터뷰:

## 리빙케어



안녕하세요. 회사 소개 부탁드립니다.

열전반도체(Thermoelectric Semiconductor)에 대한 전문적이고 독보적인 기술력을 바탕으로 2009년 설립한 리빙케어입니다. 설립 이후부터 현재까지 열전반도체에 집중하여 삼성전자와 SK하이닉스에 반도체 검사장비를 공급 중이며, 정수기를 비롯한 소형 가전 시장에서도 점차 영역을 넓혀가고 있습니다.



제품 디자인 과정에서 가장 중요하게 여기는 부분은 무엇인가요?

제품을 사용하게 될 사용자와, 제품을 만들게 될 생산자(클라이언트) 사이의 균형을 찾는 일입니다. 디자인을 통해 기존 시장에서 해당 제품을 차별화시킬 수 있는 경험, 그리고 하드웨어를 찾는 일과 그것을 경제적인 방식으로 정확히 구현하는 일은 저희 디자인 팀의 가장 본질적인 기능이라고 생각합니다.

위의 질문 관련하여, 소재와 관련된 어려운 점들은 어떤 점이 있나요?

실제로 구현된 사례가 많이 없는 소재를 제안하고 설득하기 위해서는 해당 소재를 구현하는 구체적인 대안이 필요합니다. 적절한 CMF를 찾는 것도 쉽지 않지만, 그것을 구체적으로 적용하기 위한 지식을 습득하는 채널이 생각보다 다양하지 않아서 아쉬움을 느낄 때가 종종 있는 것 같습니다. 그래서 한국의 conc 라는 소재 업체와 같이, 다양한 채널을 소개받고 아카이브를 보고 만질 수 있는 업체에서 많은 도움을 받고는 합니다.

리빙케어는 한국 마켓 대상으로 하는지 혹은 글로벌 대상인가요? 그 이유는 무엇인가요?

리빙케어는 싱가포르를 중심으로 글로벌을 대상으로 하는 기업입니다. 그 이유로는 코로나 이후 건강한 생활과 수질 개선에 대한 소비자들의 요구가 증가하였기 때문입니다. 2019년부터 현재까지 CES, IFA, Aquatech 등 다양한 전시회에 지속적으로 참가 하여 정수기 시장이 지속적으로 변하고 있음을 확인하였습니다. 국내뿐 아니라 해외 역시 1인 가구 및 다양한 가전제품의 사용으로 자사 정수기와 같이 미니멀하고 슬림한 디자인의 정수기에 대한 니즈가 있습니다.



리빙케어의 CES 전시회 현장

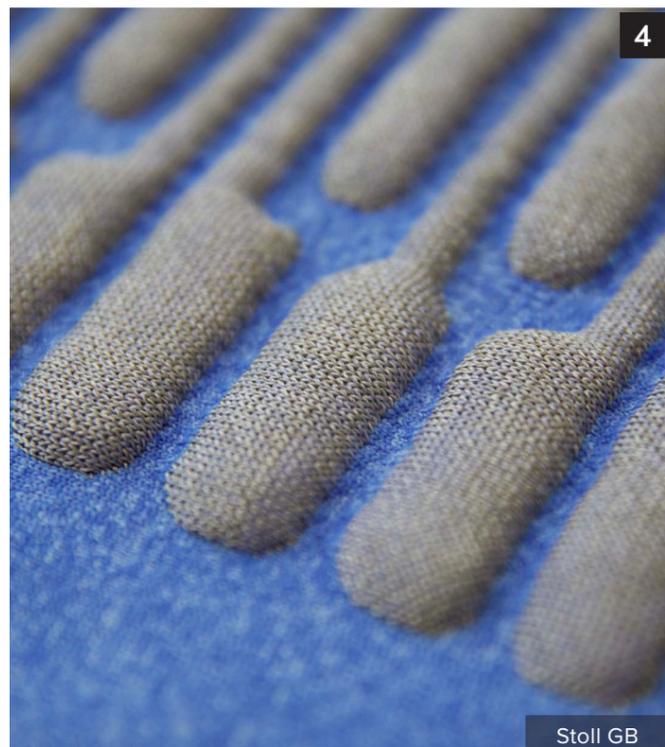
소비자 트렌드 파악은 주로 어디서 발견하시나요?

제품을 보고 만질 수 있는 현장에서 트렌드에 대해 가능하기 쉬운 것 같습니다. 대부분의 제품 유통이 온라인으로 전환이 된 요즘에는 더욱이 현장에서 느껴지는 사용자들의 피드백이 흥미롭습니다. 예를 들어 '리빙디자인 페어'와 같이 사용자가 직접 눈으로 보고, 손으로 만지고 심지어는 현장에서 결제까지 할 수 있는 행사에서는 어느 부스에 사람들이 가장 많이 몰려있는지 보는 재미가 쏠쏠합니다.

지금 컨슈머테크 산업분야에서 눈여겨보고 계신 트렌드는 무엇인가요?

트렌드가 없는 게 트렌드라는 사실입니다. 이제는 유행을 따라가지 않고, 자신의 라이프 스타일이나 취향을 고수하는 것이 자연스럽게 용인되는 사회가 된 것 같습니다. 자연히 대부분이 따르는 표준화된 라이프 스타일에서 벗어나 새로운 문화에 대해서 '힙하다'라는 표현으로서 존중받을 수 있는 환경이 어느 정도 형성되었다고 느낍니다. 그래서 저희같이 새로운 것을 제안하는 입장에서는 표현의 스펙트럼이 더 넓어질 수 있는 효과를 기대하고 있습니다.

# Materials Library



**1 Hydro CIRCAL 100R** | 하이드로 써컬 100R  
프리미엄 재활용 알루미늄 소재 HYDRO CIRCAL의  
제품군. 소비자 사용 후 생기는 폐알루미늄 100%로  
만들어진 재활용 소재  
Hydro.com

**2 Nagori™** | 나고리  
미네랄 성분이 함유된 대리석 효과 폴리머. 높은  
열전도율과 세라믹 질감으로 플라스틱에 대한 선입견  
극복 소재  
jp.mitsuichemicals.com

**3 De Castelli** | 디카스텔리  
금속 표면을 매우 높은 수준으로 마감 및 공정하여  
독자적이며 고급스러운 메탈 효과를 구현  
decastelli.com

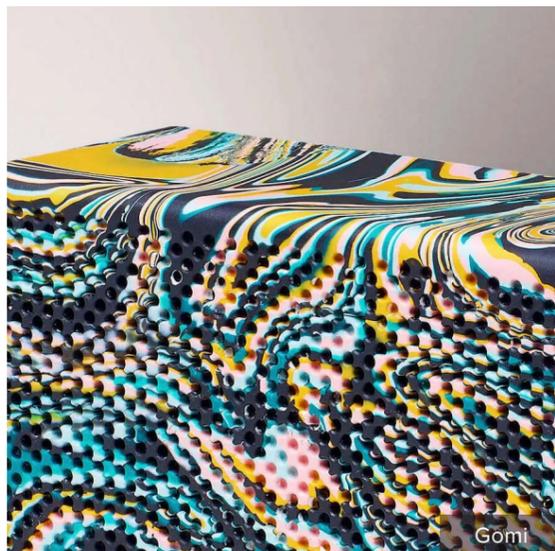
**4 Stoll GB** | 스톨 GB  
3D Knitting으로 버튼이나 터치 포인트와 같은 특정  
부분에 부드러운 촉감의 튼튼한 구조를 가진 다이내믹함  
제공  
stollgb.com

**5 Plexiglas® Softlight** | 플렉시글라스  
LED에 맞게 맞춤형 특수 PMMA 시트. 벨벳처럼  
부드러운 빛 구현 가능  
plexiglass.com

**6 Elastollan (TPU) Soft Touch** | 엘라스톨란  
바이오 베이스 TPU. 마모 방지, 자외선 노출과 같은  
우수한 특성과 함께 부드러운 촉감을 제공하여 피부에  
직접 닿는 웨어러블로 적용 가능  
BASF.com

# CMF tips

- **대체 소재의 일탈 포용:** 복합재, 재활용 및 재생 가능한 소재와 같은 대체안을 찾는 디자인 흐름 속에서, 대체 소재의 사용으로 인해 발생하는 디자인의 일탈을 포용하고 이를 활용하여 소재의 독창성과 순환성에 대해 강조하는 방향을 생각해 볼 수 있습니다.
- **빛을 소재로 고려:** AI 및 새로운 기술의 활발한 제품 적용과 함께 빛을 소재로 차용하는 것을 통해 소비자의 예상을 뛰어넘는 역할로서 시너지를 기대할 수 있습니다.
- **신뢰 구축형 CMF:** 제품의 분명한 효과와 함께, 신뢰를 더 하는 부드러운 소재, 코팅, 반투명 효과 등의 기계와 상반되는 CMF 효과 적용은 소비자에게 신뢰 기반의 사용자 경험을 제공할 수 있습니다.



# Interior

신체적 건강뿐만 아니라 정서적 회복이 이뤄지는 공간으로써의 인테리어 산업의 환경이 점점 진화함에 맞춰 CMF 요소들도 함께 복합적이고 다양하게 진화하고 있습니다.

윤리적 가치관을 기반으로 한 로컬제품을 선호하는 시장의 성장은 소재를 기반으로 한 윤리적/사회적 이야기를 더욱 강화시키고 있습니다. 소재는 종종 전통적인 제조 공정과 연결되어 유산 기술을 보존하는 동시에 새롭고 지속 가능한 방법을 모색하며, 이러한 여정은 소재 특성을 자신 있게 선보이는 CMF로 나타납니다. 지속

가능한 인테리어 여정의 보다 성숙한 진화로 인해, 용도 변경된 폐기물과 같은 소재가 과감하게 차용되는 CMF로 특징지어지기도 합니다.

최상의 밸런스를 추구하는 삶이 소비자의 가장 중요한 우선순위가 되면서, 스스로를 돌보는 안식처로서의 디자인과 자연과 함께 공존하려는 소망을 담아 공간을 구성하는 방식은 인테리어의 CMF에 직접적으로 영향을 미치고 있습니다.



Bluebottle

### 초지역 소재

#### **HYPER LOCAL**

나고야에 위치한 블루보틀의 인테리어는 현지 소재를 사용하여 타일과 도자기 접시 램프가 설치되었습니다.

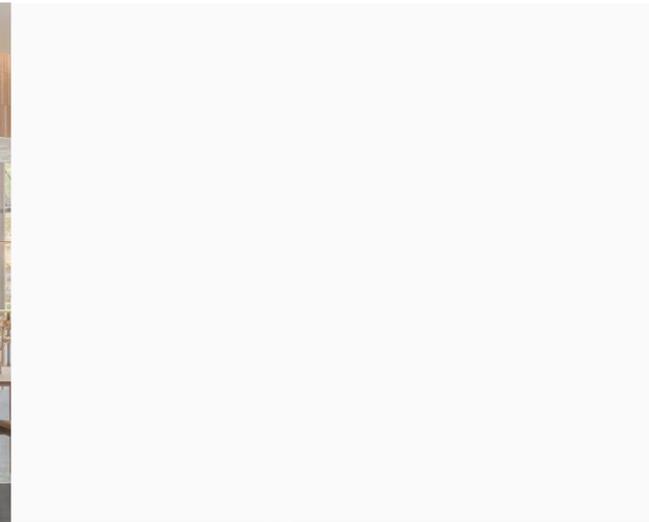
### 아웃사이드 인사이드 디자인

#### **OUTSIDE-INSIDE DESIGN**

자연의 아름다움을 디자인에 조화롭게 수용하여 공간 전체에 울려 퍼지는 고요한 분위기를 전달합니다.



Galápagos Capital



Tacchini

### 자기 돌봄 안식처

#### **SELFCARE SANCTUARY**

TACCHINI의 조명 LUNAR는 바스락거리는 이불을 연상시키는 부드러운 촉감 중심의 소재 안에 조명과 충전재를 내장하여 안정감과 평온함을 시각화, 촉각화하여 선사합니다.



Mutina ceramica

### 수공예 맥시멀리즘

#### **CRAFTED MAXIMALISM**

장인의 숙달을 보여주는 복잡한 디자인을 수용하여 풍부한 디테일을 구현합니다.

### 지속 가능한 아름다움

#### **SUSTAINABLE AESTHETICS**

소재의 물성과 입체적 구성에 대해 탐구하며 재활용 플라스틱의 활기찬 표면을 가구를 통해 효과적으로 전시합니다.



KUO DUO

브랜드 분석:

# Kvadrat

덴마크의 실내 장식용 섬유 공급업체인 크바드라트는 밝은 색상의 버진 원사와 어두운 재활용 원사를 결합하여 풍부한 레이어드 질감을 만드는 Sabi와 같이 많은 섬유를 재활용 소재로 완전히 또는 부분적으로 제작하여 지속 가능성 분야의 선두 주자로 부상했습니다.

“좋은 라이프스타일과 아름다운 인테리어를 만드는 것뿐만 아니라 가치중심적으로 움직이는 것이 중요합니다.”

“It’s not only about a good lifestyle and creating a beautiful interior but also that things are driven by values.”

Kvadrat CEO, 안데리스 뷔리엘(Anders Byriel)

## 수공예 맥시멀리즘

### CRAFTED MAXIMALISM

100% 섬유 폐기물로 만든 재활용 폴리에스테르로 짜인 가구용 텍스타일로, 일본의 전통 자수 기법인 사시코(Sashiko)에서 영감을 받은 디자인이 특징입니다.

## 아웃사이드 인사이드 디자인

### OUTSIDE-INSIDE DESIGN

햇빛 차단과 함께 외부를 완벽하게 볼 수 있는 블라인드는 사용자에게 시각적으로 편안한 자연을 선사합니다.

## 자기 돌봄 안식처

### SELFCARE SANCTUARY

바다 플라스틱 폐기물 제작된 소재를 이용한 컬렉션은 쿠션 형태의 모양과 촉감으로 사용자에게 부드러운 방향으로 메시지를 전달합니다.

## 초지역 소재

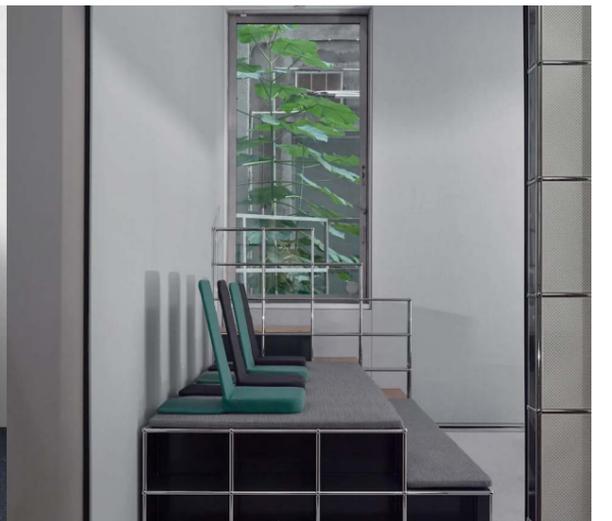
### HYPER LOCAL

덴마크의 기차 회사 DSB의 폐기되는 회사 유니폼을 소재 삼아 방음 패널을 디자인했습니다.

## 지속 가능한 아름다움

### SUSTAINABLE AESTHETICS

음향 예술가 데본 턴불(Devon Turnbull)의 모듈 형식 음악감상실에 Kvadrat Acoustic 소재 협업으로 공간의 실감나는 몰입과 유연한 공간 구성을 동시에 구현하였습니다.



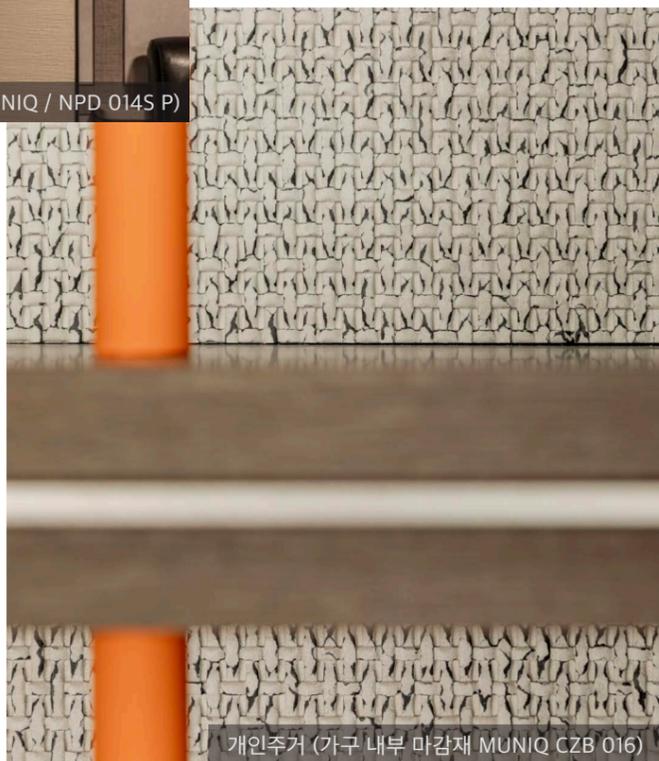
# 유망 중소기업 인터뷰: 유앤어스



스 와니에 레스토랑 (가구도어 마감 MUNIQ / NPD 014S P)

## 안녕하세요. 회사 소개 부탁드립니다.

회사명은 UNA(유앤에이)로 유앤어스는 유앤에이에서 다루는 통합 브랜드명입니다. 1998년 럭셔리 패브릭을 시작으로 주방, 가구, 카펫, 벽 패널, 바닥재 등 세계 정상급 퀄리티의 인테리어 자재들을 국내에 선보이며 트렌드를 선도해 왔습니다. 25년간 축적된 소싱 역량과 앞선 안목, 디자인 경쟁력을 바탕으로, 호텔과 고급 주거, 오피스와 리테일 등 다양한 공간에 맞춤형 자재를 제안하고 적용하며 그 영역을 확장해 가고 있습니다. '공간을 채우는 모든 것'을 제공하는 토탈 솔루션 브랜드로서, 플래닝과 코디네이션, 맞춤형 제안 서비스를 통해 고객의 라이프스타일을 더욱 아름답게 만들어가는 플랫폼을 목표로 하고 있습니다.



개인주거 (가구 내부 마감재 MUNIQ CZB 016)

## 제품 디자인 과정에서 가장 중요하게 여기는 부분은 무엇인가요?

제품 디자인 과정에서 가장 큰 고민은, 다양해진 인테리어 스타일과 개별화된 고객 니즈에 맞추어야 한다는 점입니다. 과거에는 인테리어 스타일이 전형적이어서 트렌드에 따라 디자인을 기획할 수 있었지만, 오늘날은 여러 스타일이 공존하고 각기 인정받고 있어 고객 요구도 더욱 다양해졌습니다. 이러한 변화로 인해 다양한 디자인을 동시에 출시하고 싶지만, 현실적인 여건상 어떤 디자인이 가장 어필될지 예측하고 출시하는 과정에 어려움이 있습니다. 최근 인테리어 시장에서는 실험적인 공간 구성을 제안하거나, 제품 완성을 일부만 하고 현장의 피드백을 반영해 개선해 나가는 방식을 채택하고 있습니다. 저희 역시 이러한 방식으로 제품을 점진적으로 완성해 나가고 있습니다. 각기 다른 레이어를 매치하고 감각을 더하여 기존에 없던 새로운 미적 영역을 제시해 나가는 것이 저희가 가장 중요하게 생각하는 부분입니다.

## 위의 질문 관련 고충, 어려운 부분 중 소재와 관련된 것은 어떤 점이 있으신가요?

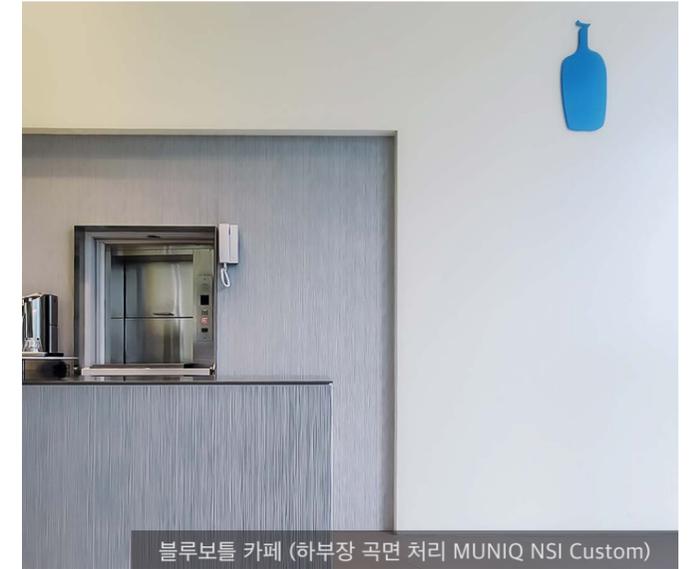
MUNIQ는 앞서 말씀드린 것처럼 다양한 연출이 가능한 제품으로, 여러 레이어를 믹스 매치하여 기존에 없던 새로운 이미지를 만들어낼 수 있습니다. 현재 저희가 집중하고 있는 부분은 더 가볍고 내구성이 좋으며, 난연성과 가공 용이성을 갖추면서도 경제적인 하지(BASE LAYER)를 찾는 것입니다. 이를 위해 다양한 소재를 적용해 보고 안정적으로 생산할 수 있는 과정을 구축하는 데 많은 노력을 기울이고 있습니다.

## 인테리어 산업분야에서 트렌드의 중요도는 어느 정도인가요?

현재의 인테리어 산업은 다양한 트렌드가 공존하는 시대인 만큼, 트렌드는 절대적인 기준이라기보다는 참고용으로 활용됩니다. 트렌드는 고객을 설득하는 데 유용한 도구로 사용되기도 하며, 특히 신뢰할 만한 기관에서 발표한 트렌드를 언급할 때 고객의 관심을 더 쉽게 끌 수 있습니다.

## 지금 인테리어 산업 분야에서 눈여겨보고 계신 트렌드는 무엇인가요?

최근 인테리어 업계에서 주목하는 트렌드는 Quiet Luxury, 즉 '조용한 럭셔리'입니다. 화려함보다는 은은하고 절제된 고급스러움을 추구하는 이 트렌드는 MUNIQ가 보여주는 미감과도 연결된다고 봅니다. 눈에 띄게 화려하지 않지만,



블루보틀 카페 (하부장 곡면 처리 MUNIQ NSI Custom)

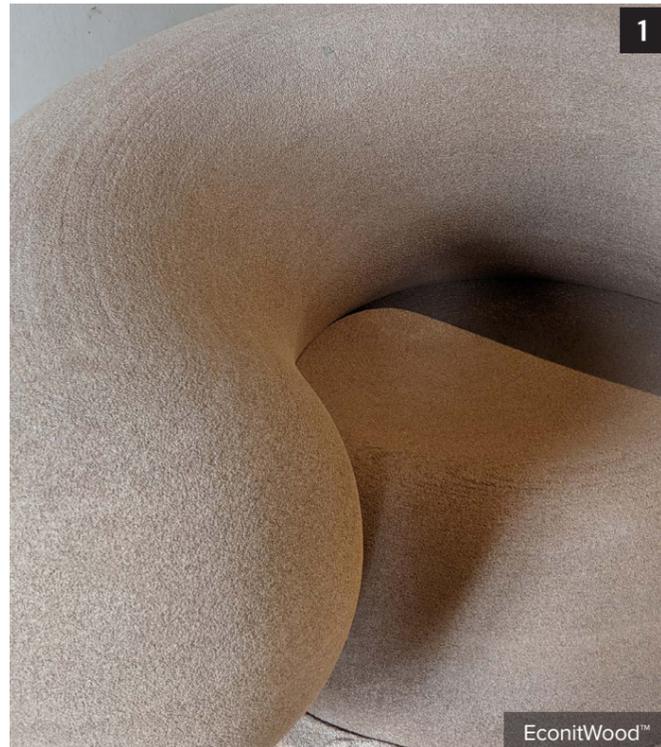
섬세한 디테일과 고급스러운 소재를 통해 은은한 존재감을 드러내는 Quiet Luxury. MUNIQ가 지향하는 가치와도 연결되고 조용하지만 강력한 아름다움과 깊이 있는 디자인 방향성을 연결할 수 있습니다.

또 하나 눈여겨보는 트렌드는 Mixture, 즉 다양한 요소의 조화와 결합을 통한 새로운 시도입니다. 인테리어에서는 소재와 스타일을 자유롭게 믹스 매치해 이전에는 볼 수 없었던 독창적인 룩을 연출하는 방식이 인기를 끌고 있습니다. 특히 MUNIQ와 같은 레이어드 패널 시스템은 베이스 레이어와 다양한 마감을 조합하여 독특한 표현을 만들어낼 수 있어, Mixture 트렌드에 매우 적합합니다. 제품 개발 과정에서도, 실제 제품이 적용될 공간에서도 믹스매치를 통해 MUNIQ의 레이어드 패널이 독창적인 조화를 이루도록 다양한 시도를 하고 있습니다.

## 지속가능한 환경 소재는 귀사에 얼마나 중요하나요?

지속가능한 환경 소재는, 우리 후대에 물려줄 지구를 생각할 때 무엇보다 중요한 요소입니다. 그러나 시장에서 요구하는 특정 스펙과 가격 요건으로 인해 환경 소재를 적극적으로 사용하기 어려운 경우도 있습니다. 환경 소재 사용이 필수적으로 자리 잡을 수 있는 시장 분위기가 형성되기를 진심으로 바랍니다.

# Materials Library



EconitWood™



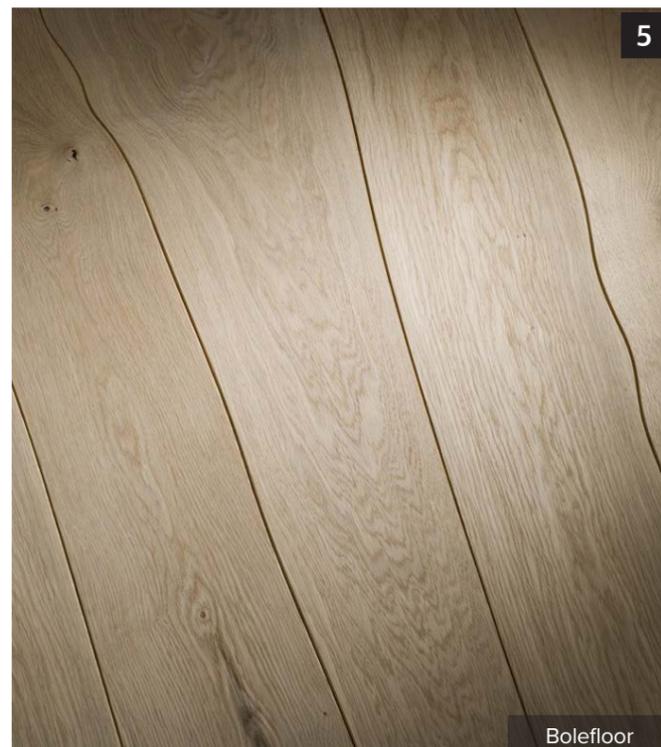
TERRAFORMÆ Crumbles



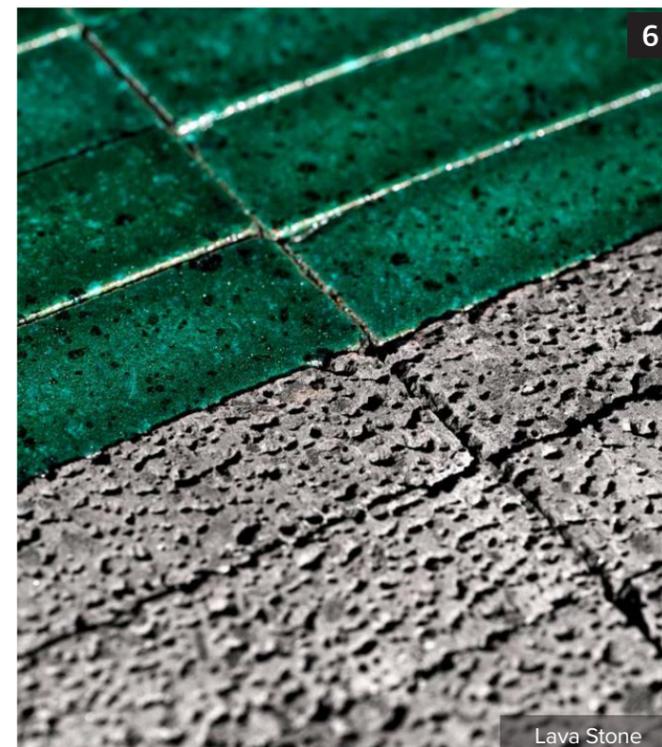
Smile Plastics



Kvadrat Sabi collection



Bolefloor

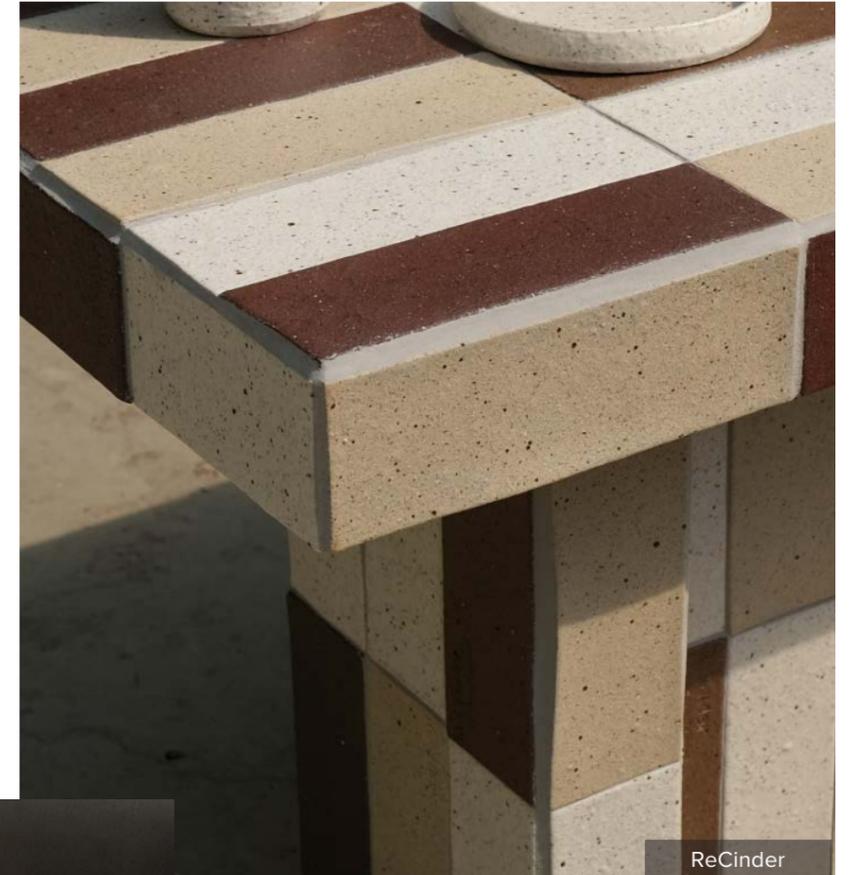


Lava Stone

- 1 EconitWood™ | 에코니트우드**  
 지역의 열등 원목과 미네랄을 결합한 신소재로 3D 프린팅 기술을 통해 대규모의 복합적 구조를 폐기물 없이 생산  
[econit.info](http://econit.info)
- 2 TERRAFORMÆ Crumbles | 테라포매 크럼블**  
 테라코타 바인더에 설정된 유리 조각 및 기타 세라믹 폐기물을 접목한 테라조 공정  
[terraformae.it](http://terraformae.it)
- 3 Smile Plastics | 스마일 플라스틱**  
 폐기물로 제작 및 재활용 가능한 플라스틱. 상업용 인테리어 및 제품 디자인에 사용되는 소재  
[smile-plastics.com](http://smile-plastics.com)
- 4 Kvadrat Sabi collection | 크바드라트 사비**  
 밝은 색상의 버진 원사와 어두운 재활용 원사를 결합하여 풍부한 레이어드 질감 구현한 Kvadrat의 혁신적 지속 가능 소재  
[kvadrat.dk](http://kvadrat.dk)
- 5 Bolefloor | 볼플로어**  
 나무 바닥재 가장자리의 네추럴한 질감을 연결 부분 없이 유지하며 접합하는 프로세스  
[bole.eu](http://bole.eu)
- 6 Lava Stone | 라바스톤**  
 용암으로 만든 다양한 시트 소재와 타일. 자연에서 형성된 비일관적인 표면 장식과 다공성이 특징  
[ranierilavastone.com](http://ranierilavastone.com)

## CMF tips

- **고유하고 독특함:** 독특한 미학을 담고 통일성을 멀리하는 디자인을 제안합니다. 수작의 소량 생산이든 혹은 대량 생산이든 표면 결함과 불규칙한 형태는 각 부분이 고유한 컬렉션을 만듭니다.
- **완벽보다 나은 불 완벽한 소재:** 재생 소재는 현재 버진 소재와 외관이 동일하지 않을 가능성이 높습니다. 필요한 경우 디자인과 적용 사항을 조정하고, 눈에 띄는 지속 가능한 스토리를 만드는 방법으로 그 안에 포함될 수 있는 불완전성을 수용할 수 있습니다.
- **신소재와 공정 탐험:** 로봇 인쇄 또는 열 압력과 같은 혁신적인 제조 기술을 통해 탄생한 종이, 점토 또는 재활용 플라스틱과 같은 지속 가능한 소재의 색상, 질감, 마감재를 살펴볼 것을 제안합니다.



# Beauty Packaging

개인의 컨디션과 상태에 맞춰 삶을 원활하게 해주거나 일상의 소소한 기쁨의 의식으로써의 제품에 이르기까지 뷰티 브랜드들의 패키징은 다양한 부분을 통해 CMF의 혁신이 활발하게 이루어지고 있습니다.

소비자가 추구하는 정서적 연결은 신경학을 기반으로 전문 분석되어 이를 활용하는 CMF 요소들로 나타나며 안정감과 만족감을 선사하는 반면, 사용자 참여형의 크리에이티브 패키징을 통해 기억에 남는 특별한 경험을 창출하기 위한 목적으로 소재가 선택되기도 합니다.

기성품 형식의 디자인보다는 세심한 부분까지 정통 수공예 요소가 가미된 소재와 기술은 패키징의 독창적인 이야기를 제공하고 소비자와의

정서적 연결을 촉진하기 위한 마케팅 이야기로서 강력한 지원을 하기도 합니다.

환경을 생각한 디자인의 점점 더 많은 패키징이 잉크, 색상 및 코팅을 완전히 사용하지 않으며, 가공되지 않은 자연스러운 외관과 느낌을 선택합니다. 환경, 폐기물 재사용 및 재생 가능 소재에 대해 환기해 주는 이야기도 소비자에게 들려주며 지속 가능성은 여전히 강력하게 CMF를 통해 표현됩니다.

이와 같이 아이디어와 지식이 빠르게 변화하는 흐름 속에서, 소비자의 가치에 공감하고 환경을 생각하는 투명하고 진정성있는 CMF 전략을 세우는 것이 중요하게 여겨집니다.



Neuraé

### 신경-정서 상호작용 NEURO-EMOTIONAL CONNECTIONS

천연 목재 소재 캡을 통해 자연스러운 미적 감각과 촉각적 경험을 제공합니다.

### 놀라움 그리고 즐거움 SURPRISE AND DELIGHT

물에 녹는 입욕제 패키징은 폐기물을 늘리지 않으면서 소비자에게 독특하고 새로운 경험을 선사합니다.



rhodo



Gmund

### 꾸밈없는 최소화 NAKED MINIMALISM

Gmund 무색 표백지는 가공되지 않은 종이의 자연스럽고 진정성 있는 품질을 수용하여 불완전하지만 독특한 외관의 종이를 선보입니다.



LOEWE

### 프리미엄 수공예 ARTISANAL PREMIUM

25개의 꽃잎으로 이루어져 수작업으로 제작한 세라믹 소재의 꽃뚜껑은 장인적이고 창의적인 접근 방식을 보여줍니다

### 스마트 리필 SMART REFILL

쉽고 명확한 리필 시스템으로 소비자가 지속 가능한 제품 선택, 환경보호 동참에 참여하도록 돕습니다.



THOME

브랜드 분석:

# Diptyque

럭셔리 향수와 홈 제품으로 유명한 디пти크는 장인 정신, 우아함, 감각적 경험을 강조하는 소재에 대한 세련된 접근 방식을 갖추고 있습니다.

디пти크의 패키징은 감각적 즐거움을 통해 고객과 연결되는 고급스럽고 내구성 있는 소재를 사용하여 브랜드의 노력을 반영합니다.

“우리는 예술가였습니다.  
우리는 야망이 아니라, 열정, 상상력, 창의력,  
그리고 참된 진정성을 갖춘 무언가를 하고자 하는  
열망으로 움직였습니다.”

“We were artists. We were not driven by ambition,  
but rather by passion, imagination, creativity  
and the desire to do something with true integrity.”

Diptyque 공동 창립자, 크리스티안 고트로 (Christiane Montadre-Gautrot)

놀라움 그리고 즐거움

## SURPRISE AND DELIGHT

고체 향수의 무게와 마그네틱 플립의 여닫는 방식은 사용할 때마다 만족감과 즐거움을 선사합니다.

뉴로 정서 상호작용

## NEURO-EMOTIONAL CONNECTIONS

너도밤나무 천연 목재 소재와 세라믹 스틱으로 이루어진 방향제는 사용자에게 네추럴한 감각을 예술적으로 전달합니다.

꾸밈없는 최소화

## NAKED MINIMALISM

색이나 코팅 등 추가 가공이 아닌 단일 색 프린팅과 중간을 절개한 패키징으로 미니멀한 연출을 구현합니다.

프리미엄 수공예

## ARTISANAL PREMIUM

향과 컬렉션에 영감을 준 베트남 고유의 장인 정신을 기리기 위해 라탄으로 엮은 뚜껑이 디자인되었습니다.

스마트 리필

## SMART REFILL

유리 소재 케이스는 향초를 담는 용도로 쓰이고 제거하여 유리용기로 재사용할 수 있도록 튼튼하고 정교한 외관이 특징입니다.



유망 중소기업 인터뷰:

# Écrit et Parfum



**Écrit et Parfum 에 대한 간략한 소개 부탁드립니다.**

Écrit et Parfum은 ‘글과 향기’라는 불어의 뜻을 가지고 있는 향수 브랜드입니다. 문학을 기반으로 해서 향을 전개하고 있으며, 그 외에도 그림, 음악, 사진과 같은 여러 분야를 경계 없이 섞어서 브랜드를 전개해 나가고 있습니다.

**제품 디자인 과정에서 가장 중요하게 여기는 부분은 무엇인가요?**

중요하게 여기는 부분은 ‘기성품의 개인화’라고 말씀드리고 싶습니다. 현재 시장의 트렌드인 환경에 대한 반영과 저희가 추구하는 고유한 부분도 충족시킬 수 있는 방향에 대해 고민을 하다 보니 오래 쓰이고 안 버려지는 좋은 물건을 만드는 게 결론적으로는 가장 환경 보호하는 것이라고 생각하게 되었고, 오래 쓰이는 결정적 요인은 물건과의 애착 형성, 즉 물건과 사용자만의 특별한 스토리가 있다든지 혹은 사용자만이 가진다든지 하는 애착 형성이 있어야 하는 거 같습니다.



‘기성품의 개인화’

이런 측면에서 Écrit Et Parfum은 소재의 핸드 크래프트적 측면을 부각하여 ‘기성품의 개인화’를 반영합니다. 저희 제품 중 향수 유리병의 경우, 몰드 후 직접 블로우 가공인 수동 병 방식으로 제작되어 각각의 유리병 내부의 미세한 오차를 내고 빛을 받을 경우 병마다 난반사가 다르게 일어나는 내부 변화를 의도합니다. 향수 뚜껑 또한 수제 사포질을 통해 헤어라인을 만들어서 사용자에게 고유한 애착을 형성하고 버려지지 않는 좋은 제품을 만들고자 노력하고 있습니다. 개인화 반영은 2차 패키지에서도 찾을 수 있습니다. 저희 향수 패키지는 여백이 많은 캔버스를 연상하며 실제로 캔버스 지류를 사용하였습니다. 사용자들이 그 사각 틀 안에 메시지나 그림으로 채워서 제품을 자기만의 소유와 경험으로 남겼으면 하는 바람이 담겨있습니다.

**앞의 질문 관련 고충, 어려운 부분 중 소재와 관련된 것은 어떤 점이 있으신가요?**

소재는 좋은 게 참 많고 여러 가지 방향으로 나오고 있다고 생각합니다. 뷰티 산업에 관해서 두 가지 문제를 꼽을 수 있을 것 같습니다. 첫 번째는 금액적인 부분입니다. 특히 초기에 샘플 제작 단가의 문제에 있어서 대부분 최소 수량을 양산하지 않으면 샘플 제작이 사실상 불가능한 부분이 고충이었던 것 같습니다. 리스크가 더 큰 제품이나 몰드의 경우 최소 요구되는 생산 수량이 훨씬 더 높아지거나 거부를 당하는 경우도 있습니다. 두 번째는 좋은 소재나 신소재 같은 것을 제일 먼저 해보기 위해서는 그런 공장을 갖추고 도입하는 1티어 OEM 회사와 협업해야 가능한데, 주문 수량이 아주 높거나 자본력이 있는 신생 업체가 아니고서는 이런 제조업체에 접근 자체가 사실 어렵습니다. 저희 같은 신생 업체의 경우는 소재 터치 자체가 어려움으로, 기존에 있는 것에서 베리에이션 접근을 하는 것이 대부분입니다.

**뷰티 산업분야에서 트렌드의 중요도는 어느 정도인가요?**

두 가지로 나눠서 말씀드리면, 뷰티 사업 전체 패키징 트렌드 중요도보다는 브랜드 포지션이 하이엔드인지 혹은 저가형인지에 따라 트렌드의 중요도가 많이 달라지는 것 같습니다. 하이엔드 브랜드 같은 경우 브랜드 헤리티지를 유지하는 선상에서 트렌드를 반영하여 브랜드 가치를 유지하는 방식을 고수하는 것 같고, 신생 브랜드 혹은 시각적인 이목을 많이 끌어야 하는 브랜드의 경우 색상이나 패키지, 시각적인 요소를 많이 사용하여 트렌드를 따라가는 것을 아주 중요하게 여기는 것 같습니다. 뷰티 산업에서는 내용물의 기능적 부분도 중요하지만 디자인적으로는 패키지가 사실상 대부분을



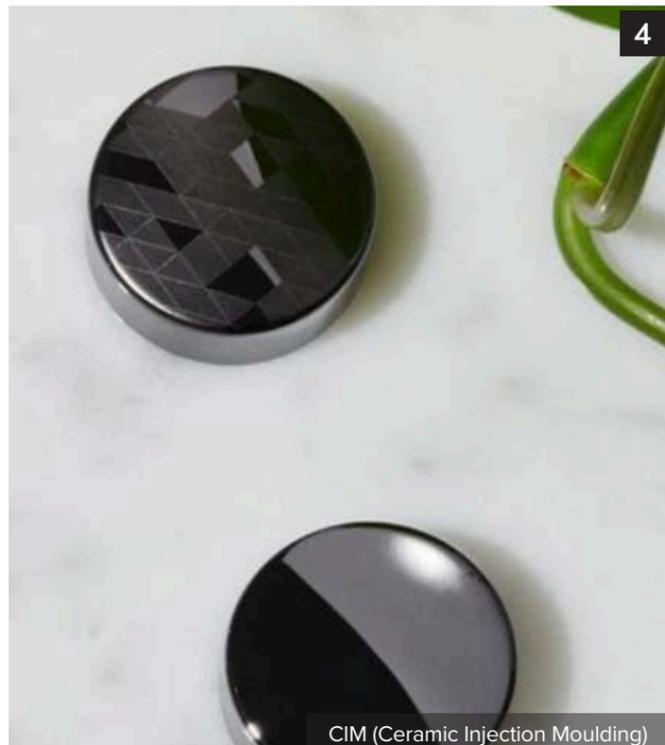
Écrit et Parfum의 메종오브제 파리 현장

차지한다고 생각합니다. 또한 10대, 20대 등 소비자층 타겟에 따라서 디자인 요소들이 많이 갈리는 것 같아서 트렌드 중요도와 매우 연관되어있다고 생각합니다. Écrit Et Parfum은 짧은 주기의 변형되는 트렌드 방향보다는 오래 봐도 질리지 않는 클래식 트렌드로 방향을 잡고 있습니다.

**Écrit et Parfum 은 한국 마켓 대상으로 하신지 혹은 글로벌 대상인가요?**

Écrit Et Parfum은 글로벌 대상으로 하고 있으며, 정확히는 해외의 유럽, 프랑스와 같은 특정 몇 개 지역을 생각하고 있습니다. 저희는 프랑스에 직원이 있으며 파리에 협업하는 조향사가 있는데, 이를 통해 특정 산업에서 가장 뛰어난 나라에서 퍼포먼스를 보임으로써 Écrit Et Parfum 소비자들에 대한 예의를 지키고자 합니다. 향수는 코스메틱 영역이라기보다는 문화 사업 영역이라고 생각합니다. 소비자가 향수를 사용했을 때 당사자가 생각하는 가치와 품위를 유지하게 하며 다른 사람들에게도 전달되는 수단이기 이전에 대한 책임감이 있습니다. 향의 품질이 준비되고 나면 이를 견고하게 뒷받침 하도록 설계된 브랜드 안의 내재된 사유와 이에 걸맞은 외형 및 외부 행보가 있어야 한다고 생각합니다. 저희는 전시, 작가들과의 협업, 클래식 연주 등과의 협업 기획을 최대한 많이 함으로써 향수를 사용하는 사람들이 생각하는 이미지에 맞춰가는 브랜드가 되고자 하는 마음입니다.

# Materials Library



- 1 Revation | 리베이션**  
 지속 가능한 스토리를 가진 첨가제가 함유된 바이오 기반 플라스틱 공정. 네추럴 룩앤필 구현  
[revation.co.kr](http://revation.co.kr)
- 2 Auressens | 아우레센스**  
 금속 및 플라스틱에 적용 가능한 무 금속 메탈라이징 기법. “스마트” 염료를 기반으로 글리터, 미러 효과, 다채로운 표면 효과를 구현  
[auressesns.com](http://auressesns.com)
- 3 Sulapac | 솔라팩**  
 100% 바이오 베이스의 마블링을 구현한 캡. 바이오 소재와 바이오 기반 색료 사용으로 캡의 더 손쉬운 재활용 장려  
[sulapac.com](http://sulapac.com)
- 4 CIM (Ceramic Injection Moulding)**  
 세라믹 파우더를 사출성형하여 고급스러운 외관과 느낌에 탄성을 가진 복합 세라믹을 만드는 공정  
[formateceurope.com](http://formateceurope.com)
- 5 Mycelium packaging | 균사체 포장재**  
 약 45일 안에 생분해 가능한 버섯 균사체(Mycelium) 소재의 포장재. 분산하여 음식물 쓰레기와 함께 정원에 분해 가능하며, 건조한 조건에서는 최대 30년까지 보관 가능.  
[magicalmushroom.com](http://magicalmushroom.com)
- 6 Maglastic | 마글라스틱**  
 자기장을 가진 플라스틱을 만들기 위한 금속 필러. 기능적이고 만족감을 주는 촉감 중심의 소재 결합을 구현  
[maglastic.com](http://maglastic.com)

# CMF tips

- **기억에 남는 경험 선사:** 온라인 혹은 오프라인을 통해서 소비자들은 뷰티 제품의 포장 언박싱에 더 깊이 참여하고 있습니다. 이를 염두에 두고 브랜드 정신에 부합하는 기억에 남는 '경험'을 위한 디자인을 제안합니다.
- **재사용, 줄이기 및 제거:** 뷰티 패키징은 여전히 필요한 요소이긴 하지만 결국 일회용 제품으로 끝나는 경우가 많습니다. 이를 염두에 두고 가능한 많이 재사용, 간소화 혹은 가능하다면 완전히 제거하는 방향을 제안합니다.
- **혁신적이고 지속 가능한 소재 선택:** 뷰티 패키징 특성상 작은 사이즈, 복합 플라스틱의 사용으로 인해 발생하는 재활용의 어려움을 고려한 혁신적인 소재 선택을 제안합니다.



# Automotive

지난 수백 년간의 자동차 산업의 발전은 최근 그 변화의 속도가 급격히 가속화되면서 CMF 디자인에서도 큰 변화가 이루어지고 있습니다. 이러한 변화는 환경 문제, 첨단기술의 발전, 고도화되는 소비자 선호도 같은 요인들이 복합적인 요인으로 작용하여 주도되고 있습니다.

많은 브랜드에서 자동차의 다양한 디테일에 지속 가능한 소재를 차용하고, 이러한 소재의 특성에서 나오는 불완전하고 거친 질감의 특성을 포용합니다.

디지털 발전과 자동화 트렌드 속에서, 촉감 중심의 경험형 CMF 요소들은 사용자의 실제적 경험에 대한 갈증을 해소하게 하는 요소로서 작용합니다.

또한, 이동하는 공간 안에서 평온함과 안정감을 실현하려는 과정에서 CMF는 자연 소재의 새로운 해석으로 접근됩니다.

자동차 산업에서 새로운 소재와 마감의 탐험은 사용자에게 즐거움을 줄 뿐만 아니라 산업의 구체화된 발전에도 기여를 합니다. 시를 통해 운전자 선호도와 라이프스타일에 맞춘 개인 특화된 경험이나 감정을 전달하는 인터페이스는 빛과 소재들의 향연으로 사용자의 통합적이고 몰입감 넘치는 경험을 제공합니다.

이러한 급진적 변화는 자동화, 자율화, 연결성의 주축을 가지고 미래로 나아가고 있으며 사용자의 운전 경험에 혁명을 일으키고 있습니다.



Hyundai Ioniq 6 EV

### 맞춤형 심미성 CUSTOMISED AESTHETIC

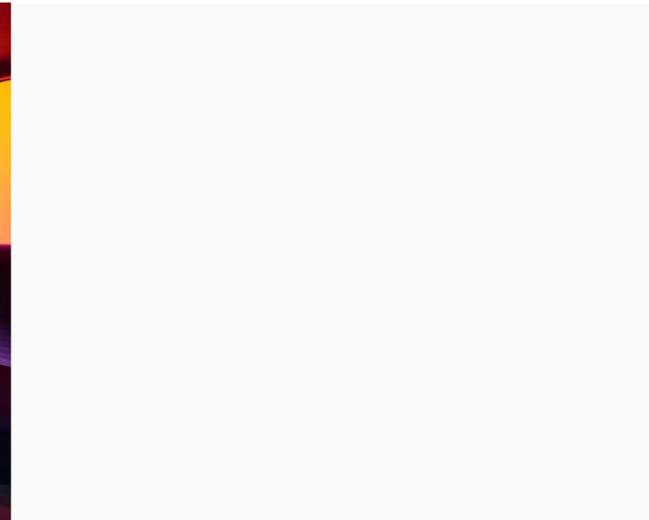
원하는 무드에 맞는 조명 시나리오를 사용자가 직접 구성하거나, 특별한 상황을 반영하는 색상 테마를 제공하며 사용자의 운전 경험을 풍부하게 하고 세심한 만족감을 선사합니다.

### 매끄러운 피지컬 SEAMLESS PHYSICAL

디스플레이와 부드러운 니트 텍스타일 소재를 배면광 조명 배치를 통해 촉감 중심의 통합적 CMF를 구현합니다.



MINI Countryman



Nio

### 정제된 친환경 REFINED GREEN

NIO 인테리어에 사용된 Karuun 목재 소재는 독특한 외관을 연출하여 신선함을 줄 뿐만 아니라 새로운 자연의 안정감과 평온함을 시각화하여 제시합니다.

### 불완전의 프리미엄 PREMIUM IMPERFECTION

반점 패널과 내장된 조명으로 독보적이고 지속 가능한 CMF 스토리를 전달합니다.



Renault X Sabine Marcellis

### 풍부한 경험 ENRICHING EXPERIENCE

투명 플라스틱 소재와 생동감 넘치는 색상의 독특한 조합으로 컬러와 소재의 영리한 사용을 구현해 내며 즐거움을 제공합니다.



Volvo EX30



브랜드 분석:

# BMW

BMW는 소재 혁신과 CMF 디자인 분야를 이끌며 'Shy Tech' 통합 인터페이스, E-Ink 색상이 변하는 외관과 같은 혁신적이고 선구적인 컨셉들을 선보여 왔습니다. BMW는 첨단 기술과 최첨단 소재를 혼합하여 자동차 디자인의 경계를 뛰어넘는 독특하고 몰입감 넘치는 경험을 선사합니다.

“우리는 대담하고 의미 있어야 합니다 [...] 디자이너로서, 재고(再考)하고 줄이는 것이 중요합니다. 이것이 바로 우리가 소재를 다루는 방식입니다.”

“We must be bold and meaningful [...] As designers, it's about rethinking and reducing. It's how we treat materials.”

BMW 총괄 디자이너, 두마고 듀케(Domagoj Dukec)

**매끄러운 피지컬**

**SEAMLESS PHYSICAL**

정서적 촉감 중심의 사용자 경험을 위해 미니멀하고 부드러운 소재가 인터페이스에 적용됩니다.

**풍부한 경험**

**ENRICHING EXPERIENCE**

크리스탈의 소재 적용으로 사용자에게 예상치 못한 새로운 경험을 제공합니다.

**불완전의 프리미엄**

**PREMIUM IMPERFECTION**

반점 효과 소재를 외관과 인테리어 디테일에 모두 적용하며 지속 가능성이라는 콘셉트 테마를 제시합니다.

**정제된 친환경**

**REFINED GREEN**

식물 기반, 석유 무첨가, 미네랄 베이스표면 소재 버dana (Verdana)를 개발하여 도어 패널의 하부와 중앙 콘솔에 내장조명과 함께 은은하게 연출됩니다.

**맞춤형 심미성**

**CUSTOMISED AESTHETIC**

BMW는 2022년에 색상이 변하는 잉크를 처음 공개한 이후로, 복잡한 패턴과 다양한 색상을 즉시 변경할 수 있는 상당한 발전을 이루었습니다. 올해 초 아프리카에서 영감을 받아 디자인된 색상 변경 아트카를 선보였습니다.



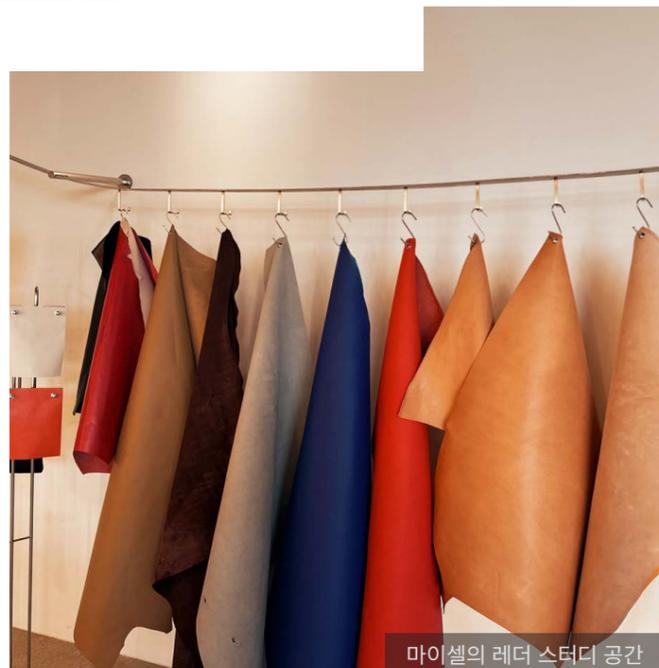
유망 중소기업 인터뷰:

# MYCEL



안녕하세요. 회사 소개 부탁드립니다.

마이셀은 기술, 자연, 인류의 관계를 재정의하는 혁신의 선두에 서 있습니다. 자연의 탄력적인 순환에서 영감을 받은 마이셀은 생물학적 내공생과 외공생의 원리를 산업 시스템에 통합하여 기후 변화, 자원 고갈, 생물 다양성 손실과 같은 현대적 과제에 대한 지속 가능한 솔루션을 만듭니다. 군사체 미생물과 첨단 생명공학을 활용하여 자연의 효율성과 조화를 모방한 최첨단 바이오소재와 순환 시스템을 개발합니다. 마이셀 비전의 핵심은 자연, 기술, 인류가 조화를 이루며 번영하며 미래 세대를 위한 지속 가능한 미래를 육성하는 협력 진화의 패러다임인 'Next Flourish'입니다. 마이셀은 단순히 산업을 재편하는 것이 아니라 생태 관리와 혁신을 어우르며 새로운 번영의 시대를 개척하고 있으며, 번영하는 미래를 위해 도전을 기회로 바꾸고 있습니다.



마이셀의 레더 스튜디오 공간

지금 자동차 산업 분야에서 눈여겨보고 계신 트렌드는 무엇인가요?

자동차 업계에서는 특히 지속 가능성과 혁신, 특히 고급 인테리어에 친환경 소재를 통합하는 데 중점을 둔 트렌드에 관심이 많습니다. 지속 가능성과 고급스러움을 결합한 버섯균사체 가죽과 같은 대체 소재의 채택은 자동차 디자인에서 프리미엄 표준을 재정의할 수 있는 기회를 제공합니다. 그러나 이러한 소재의 초기 적용에 가장 적합한 자동차 부분에 대해서는 아직 심사숙고 중입니다.

소비자 트렌드 파악은 주로 어디서 발견하시나요?

저희는 주로 고객과 데스크 리서치를 통해 디자인 트렌드를 찾아냅니다. 주로 패션, 라이프스타일, 모빌리티의 세 가지 전략적 비즈니스 프레임워크로 운영됩니다. 말씀하신 트렌드와 관련하여 저희는 귀중한 인사이트를 수집하기 위해 포괄적인 4단계 전략적 연구 접근 방식을 채택하고 있습니다. 이 접근 방식은 각 그룹에 맞는 트렌드 예측 채널부터 일반 저널에 이르기까지 메가 트렌드부터 나노 트렌드까지 모든 것을 다룹니다. 또한 고객의 미적 선호도에 대한 심층적인 심층 연구를 수행하여 고객과의 유연한 협업을 가능하게 합니다. 현재 럭셔리 패션 회사와 협력하고 있으며, 이러한 협업의 일환으로 WGSN, 하이프비스트 등 다양한 패션 채널을 통해 광범위한 시장 정보 인사이트를 수집하고 있습니다.

마이셀은 한국 마켓 대상으로 하는지 혹은 글로벌 대상인가요?

마이셀은 글로벌 시장에 집중하고 있으며, 럭셔리와 팬덤 시장을 타겟으로 합니다. 팬덤 시장의 경우 제품을 도출하기 위한 콘텐츠 중심 전략으로 접근하고 있으며, 이는 K-컬처를 기반으로 확장성을 제공한다고 생각합니다. 그러나 현재 럭셔리 제품의 경우 한국은 주로 이 분야의 소비자이기 때문에 그 유산이 한국에서 확립될 수 없습니다. 따라서 저희는 진정으로 효과적인 입지를 구축하기 위해 해외 시장에 집중해야 합니다.



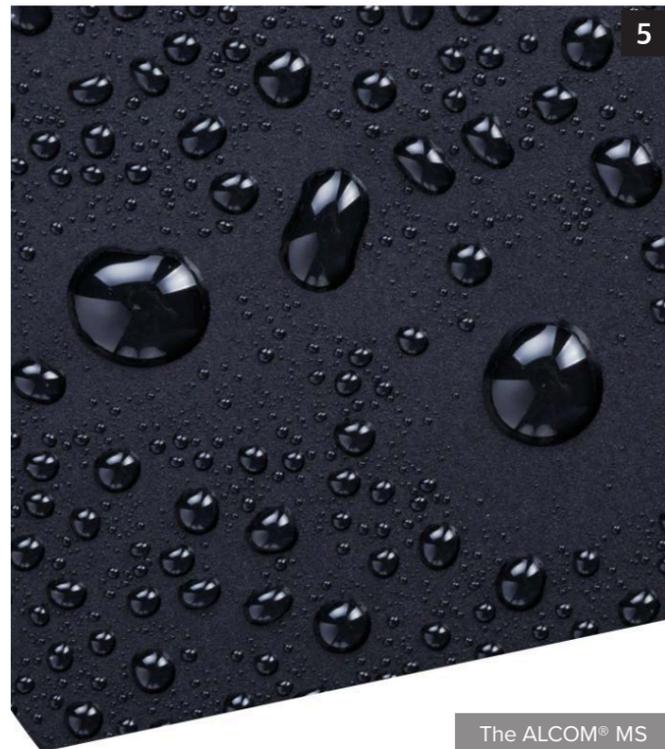
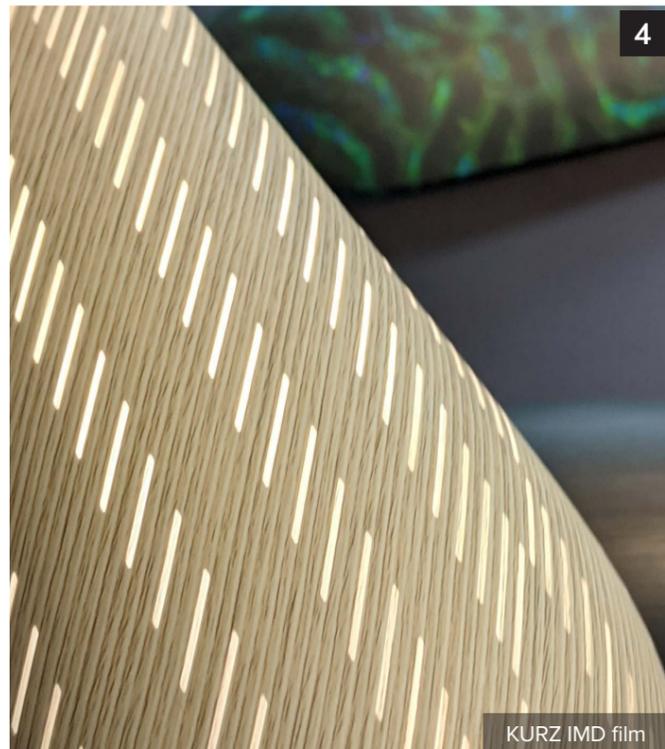
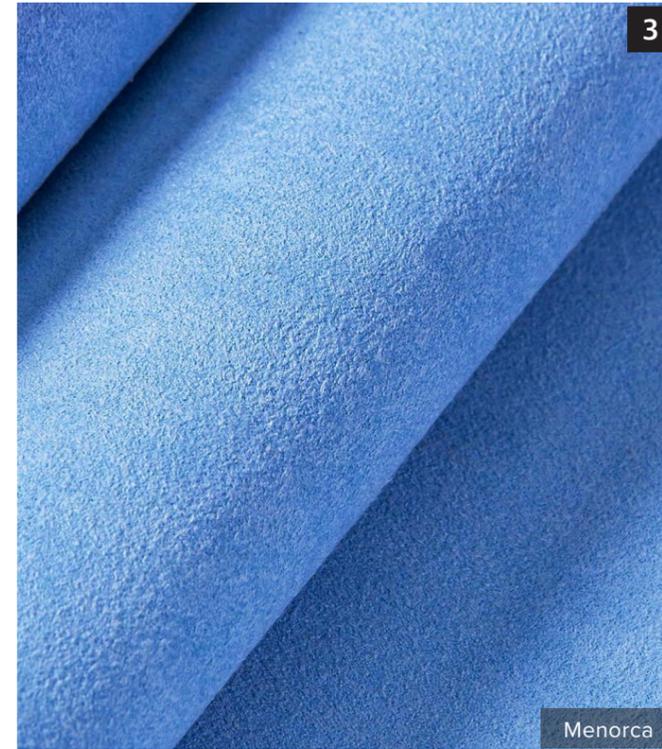
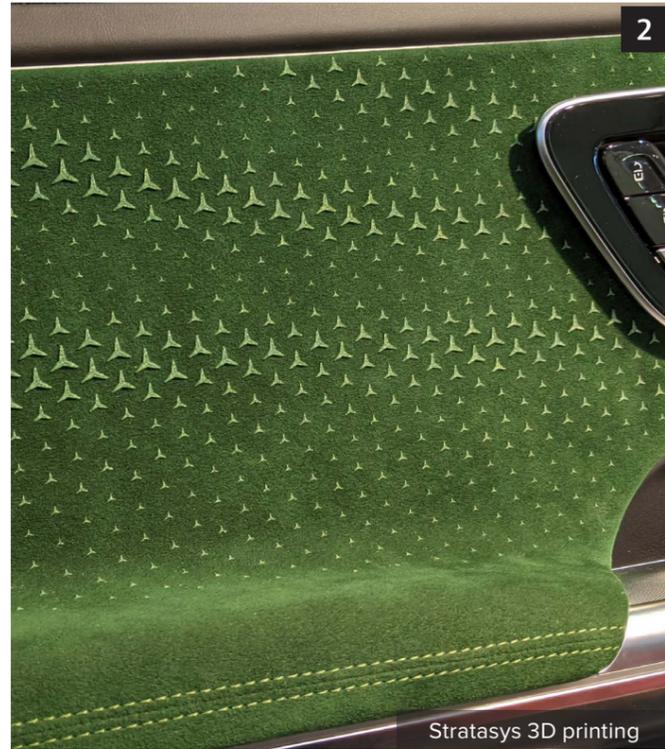
구조적으로 굉장히 유사한 카프스킨과 마이셀리움 비교

지속가능한 환경 소재는 귀사에 얼마나 중요하나요?

재생(regeneration)은 마이셀에서 하는 모든 일의 핵심입니다. 우리는 지속 가능성을 넘어 기술을 자연의 원리와 통합하여 순환 및 재생 생태계를 구축함으로써 기술의 역할을 재정의하기 위해 노력합니다. 군사체와 미생물을 산업 공정에 통합하는 Bio-Technium과 같은 혁신을 통해, 저희는 자원을 재생하고 부산물을 가치 있는 투입으로 전환하며 자연 자원을 적극적으로 복원하고 확장합니다.

Mycel은 단지 기후 변화를 완화하고 자원 고갈을 해결하는 데 그치지 않고, 적극적인 생태계 복원과 생물다양성 강화에 중점을 둡니다. 자연의 재생 주기를 모방하여 환경에 미치는 영향을 최소화하는 동시에 생태계 복원에 기여하는 기술을 개발합니다. Mycel에게 재생은 혁신의 초석이며 지구와 사람들을 위한 번영하는 미래를 구축하려는 우리의 노력을 보여주는 증거입니다.

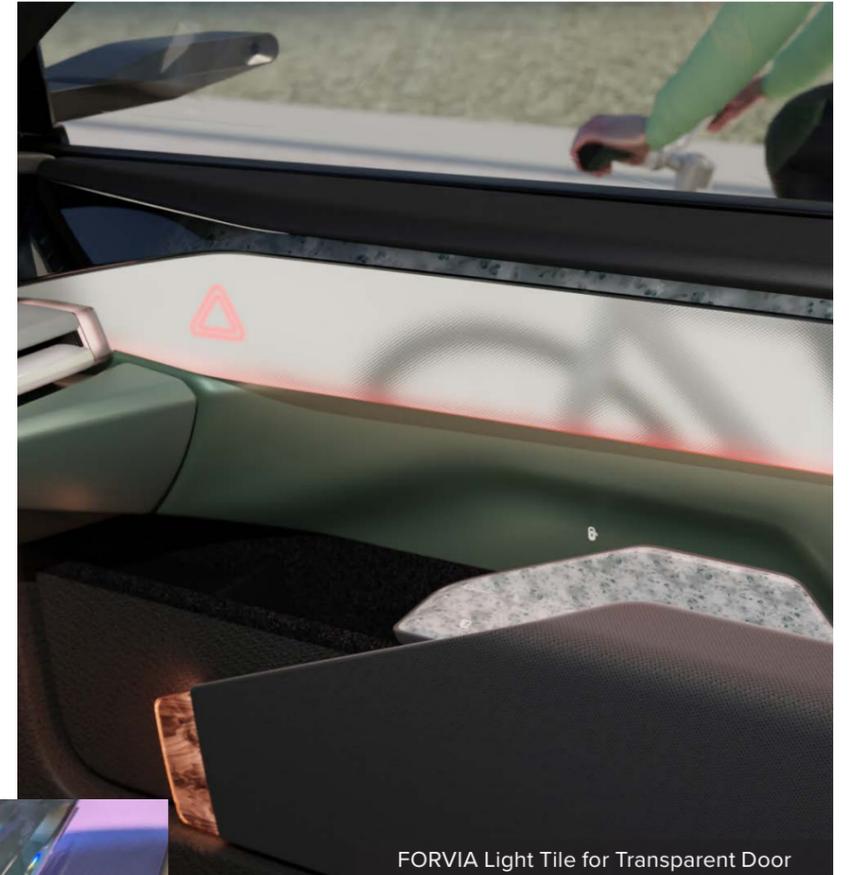
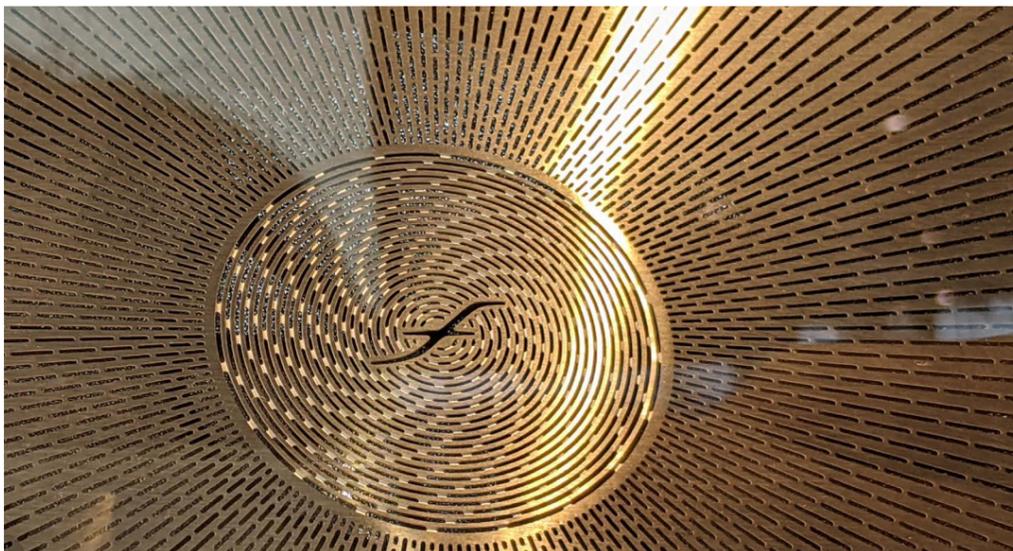
# Materials Library



- 1 karuun® | 카룬**  
에너지 효율적인 공정을 통해 라탄 소재의 자연 구조를 독특하게 구현한 합성 소재. 지속 가능하고 상품적 가치가 높은 혁명적 외관 구현  
karuun.com
- 2 Stratasys 3D printing | 스트라타시스**  
실내 장식에 부드러운 장식 및 기능적 패턴을 3D로 인쇄하는 고급 3D 프린팅 시스템  
sys-uk.com
- 3 Menorca | 메노르카**  
염료 없이 수성 공정 기술로 구현한 스웨이드 느낌의 섬유. 녹인 '색상 마스터배치'에서 추출한 초미세 컬러 섬유를 사용하여 자동차에서 다양한 용도로 적용  
mingxinleather.com
- 4 KURZ IMD film | 쿠르츠**  
자연스러운 마감 처리가 가능한 IMD 필름. 긁힘, 마모, 자외선 차단제, 습기와 같은 외부 영향으로부터 보호하면서 다채로운 디자인과 느낌 제공  
plastic-decoration.com
- 5 THE ALCOM® MS | 알콤**  
저공해, 용이한 탈형, 열 안정화 및 소음방지 특성의 사출성형 PC 플라스틱. 자동차 실내 장식 및 마감 용도로 사용  
albis.com
- 6 Ceramic effect PBT | 세라믹 효과 PBT**  
실제 세라믹의 촉감과 느낌을 재현하는 세라믹과 유사한 변형 등급의 PBT. 두께감 있는 성형이 가능하고 높은 내구성이 특징  
basf.com

# CMF tips

- **놀라움 요소 통합:** 사용자 중심적인 방식을 염두에 두어 놀라움을 선사하는 요소들을 통합한 디자인을 제안합니다. 디자인의 기능적 이점을 고려하며 즐겁고 사용자 경험을 향상하게 하는 순간을 연출하는 것을 제안합니다.
- **예상치 못한 소재 특성 활용:** 기존 디자인에 쓰이지 않던 소재의 특성을 과감히 실험하여 독특하고 놀라운 CMF 경험을 만들 수 있습니다. 빛과 타공 가공을 도입하여 목재, 콘크리트, 불투명 플라스틱과 같은 단단한 소재를 부드럽게 만듭니다.
- **소재 중심 설계 프로세스 CMF:** 색상, 소재 및 마감은 프리미엄 제품을 설계할 때 고려해야 할 중요한 요소 중 하나입니다. 자동차 산업 분야의 미래 발전 방향을 살피고 소재 중심의 설계 프로세스를 채택하여 CMF를 설계 여정의 선두에 두는 것을 제안합니다.



FORVIA Light Tile for Transparent Door

# CMF Summary



범 사회 환경 및 현상의 방향성을 가진 거시적인 관점의 메가트렌드와 그로부터 파생된 매크로트렌드의 이슈와 디자인 사례, CMF 스토리, 이를 토대로 한 산업별로 고밀도 분석을 반영한 4가지 CMF를 요약하여 제시합니다.



Aesop



Moncler x Adidas



AI-generated image



Vitra

# 1 윤리적 마인드

## Ethically Minded

- LOCALISED
- IMPERFECTION
- WASTE-MINDED
- REFORM

글로벌 친환경 전환이 탄력을 받으면서 기존에 폐기물로 여겨졌던 소재를 재평가하는 CMF로, 창의성과 지속 가능성을 위한 새로운 기회를 제공하는 기존의 완전성 개념에 도전합니다. 진정성, 다양성, 환경을 고려한 디자인에 대한 수요가 증가를 반영한 이 접근 방식은 대량 생산의 규범에 도전할 뿐만 아니라 보이지 않는 가치의 시각화, 신뢰 구축형 이야기의 맥락과 함께 내구성을 갖춘 제품을 디자인하는 것 사이의 미묘한 균형을 헤쳐나갑니다.

# 2 피지털 2.0

## Phygital 2.0

- FUTURISTIC AESTHETIC
- HYPER SURREAL
- AI PUZZLE
- POSITIVE FICTION

AI를 향한 인류의 두려움과 호기심의 공존은 새로운 차원의 미래지향적이고도 과학적인 록앤필을 동반합니다. 반사와 깊이를 통해 몰입감 넘치는 효과를 내는 소재, 레트로와 현대 디지털 미학에서 영감을 받은 목직의 질감과 역동적인 색상 전환 색상을 특징으로 합니다.

# 3 감성 중심 디자인

## Emotional Centric Design

- TRUE COMFORT
- NATURAL LOOK AND FEEL
- MEANINGFUL TIME
- SYNESTHESIA

천연 목재와 가죽부터 도자기에 이르기까지 소재는 따뜻하고 촉감이 뛰어난 시대를 초월한 CMF를 창조하는 데 핵심적인 역할을 합니다. CMF 디자인에서 스토리텔링, 즐거움, 친숙함의 균형은 사용자와 제품 간의 보다 풍부하고 의미 있는 상호 작용으로 이어져 궁극적으로 감성적 경험을 심화시킵니다.

# 4 영웅이 되는 소재

## Materials are Heroes

- STORYTELLING
- AUTHENTIC
- MATERIALS FIRST
- HIGH PERFORMANCE

소재는 모든 제품의 중심에 위치하여 기억에 남는 가치 있는 지속 가능한 경험을 창출하는 데 중요한 역할을 합니다. 더욱 세련된 방식의 제작 기술을 선보이는 새로운 국면의 소재 혁신에 집중함으로써 제품은 소비자를 사로잡고 매력을 높이는 독특한 이야기와 경험을 제공하여 시장에서 두각을 나타낼 수 있습니다.

이 책은 산업통상자원부에서 시행한 '제조산업 혁신을 위한 중소기업 지원용 CMF디자인 시스템 및 프로세스 체계 개발사업'의 일환으로 한국디자인진흥원에서 발행한 연구 보고서입니다.

본 책의 내용은 연구진의 주관적인 의견이 개입되어 있으며 활용의 책임은 이용자들에게 있습니다.

본 책에 쓰인 이미지는 비영리 목적의 연구분석 자료로 쓰였으며 해당 이미지의 저작권은 하단에 명시된 각각의 출처에 있습니다.

이 책의 내용을 대외적으로 사용하실 때에는 반드시 산업통상자원부 및 한국디자인진흥원에서 시행한 '제조산업 혁신을 위한 중소기업 지원용 CMF 디자인 시스템 및 프로세스 체계 개발 사업'의 연구결과임을 밝혀야 합니다. 저작권 관련 별도 협의가 필요하신 사항은 한국디자인진흥원으로 연락 주시기 바랍니다.

Copyright©KIDP 2024 All rights reserved

ISBN 979-11-93717-72-1

발행일 2024년 12월

문의 한국디자인진흥원  
TEL: 031-780-2114

연구진 정보

## CMF 디자인 트렌드/소재/프로세스 개발

제조산업 혁신을 위한 중소기업 지원용 CMF 디자인 시스템 및 프로세스 체계 개발

기획	산업통상자원부   한국디자인진흥원
주관·발행처	한국디자인진흥원 www.kidp.or.kr www.designdb.com www.cmf.designdb.com
총괄책임	조아라   정책연구실 실장
실무책임	이인호   정책연구실 팀장 한지영   정책연구실 주임연구원 이수지   디지털정보화실 연구원
참여부서	전략경영본부 정책연구실 역량강화본부 디지털정보화실
연구 책임	Chris Lefteri   Chris Lefteri Design 대표 고영진   Chris Lefteri Design Gaia Crippa   Chris Lefteri Design Abigail Ward   Chris Lefteri Design 황지혜   Chris Lefteri Design 이승준   Chris Lefteri Design 최윤혜   Chris Lefteri Design

