2012 서울디자인백서

1장 서울디자인 개관
2장 서울디자인과 경제
3장 서울디자인과 사회·문화
4장 서울디자인과 환경
5장 서울디자인 소통
6장 서울디자인의 거점기지, DDP

2012.01.01-
2012.12.31

Seoul

Design Report

비매품
04600
9 788998 664039
ISBN 978-89-98664-03-9
ISBN 978-89-98664-04-6 (세트)

2012 서울디자인백서

2012 Seoul Design Report

2012.01.01 - 2012.12.31

서울디자인재단
Seoul Design Foundation

2012 서울 디자인 백서

서울특별시
SEOUL METROPOLEAN GOVERNMENT

Seoul

Design Report

2012.01.01-
2012.12.31

서울디자인재단
Seoul Design Foundation

2012 서울 디자인 백서

서울디자인재단
Seoul Design Foundation

목차

1장 서울디자인 개관

1.1 서울디자인 정책 흐름 012
1) 서울디자인 제1기 012
2) 서울디자인 제2기 021

1.2 2012 서울디자인 정책 028
1) 서울시 정책비전 028
2) 서울디자인 정책비전 030
3) 서울디자인 정책전략 032

1.3 서울디자인 조직과 예산 034
1) 문화관광디자인본부 디자인 부서 036
(1) 비전과 전략 038
(2) 예산 039
2) (재)서울디자인재단 041
(1) 비전과 전략 044
(2) 예산 046

1.4 서울디자인 전망 047
1) 서울디자인 정책 변화 047
2) 서울디자인 정책 방향 049

1.5 서울디자인 관련 조례 058
1) 서울특별시 도시디자인 조례 059
2) 서울특별시 경관조례 061
3) 서울특별시 빛공해 방지 및 도시조명관리 조례 062
4) 서울특별시 옥외광고물 등 관리조례 063
5) 서울특별시 상징물조례 064

2장 서울디자인과 경제

2.1 서울 경제 이슈와 디자인 전략 068
1) 서울 경제 이슈 1 : 제조업 기반 약화와 서비스업의 질적 기반 취약 068
(1) 제조업 약화와 고용 유지력 감소 069
(2) 서비스업의 질적 기반 취약 070
2) 서울 경제 이슈 2 : 영세 중소기업과 청년실업률 071
(1) 중소기업의 낮은 고용 비중과 영세성 072
(2) 고령층과 청년층 취업률의 양극화 074
3) 디자인 전략 : 서울디자인의 경제 활성화 정책 075
(1) 디자인을 통한 도심창조산업 육성 및 지역경제 활성화 076
(2) 디자인산업 생태계 조성 및 청년 일자리 지원 076

2.2 2012 서울디자인 사업 : 경제 영역 079
1) 디자인을 통한 도심창조산업 육성 및 지역경제 활성화 079
(1) 도심창조산업 디자인 프로젝트: 성수동 구두산업 활성화 080
(2) 서울형 커뮤니티비즈니스 디자인모델 구축연구 087
(3) 서울 전통기능의 가치를 높이는 디자인혁신 연구 089
2) 디자인산업 생태계 조성 및 청년 일자리 지원 092
(1) 서울디자인지원센터 092
(2) 강남트렌드센터 098
(3) 구로중소기업센터 103
(4) 마포디자인취업센터 108
(5) DMC창업센터 117
(6) 청년 등 사회적기업가 육성 122

2.3 주요성과와 전망 127

3장 서울디자인과 사회·문화

3.1 서울 사회·문화 이슈와 디자인 전략 130
1) 서울 사회·문화 이슈 1 : 인구고령화에 따른 사회적 부담 가중 131
(1) 고령층의 경제생활 문제 132
(2) 어르신을 배려하지 않은 문화와 생활환경 133
2) 서울 사회·문화 이슈 2 : 범죄율 증가로 인한 도시 안전성 위협 134
(1) 불특정 다수 대상의 범죄 증가 135
(2) 청소년 강력범죄율 증가 135
3) 서울 사회·문화 이슈 3 : 새로운 도시경쟁력, 창의적 도시문화 시대 도래 137
(1) 창조적 인재 양성교육 지원 미비 137
(2) 열악한 문화예술 향유 환경 139
4) 디자인 전략 : 서울디자인을 통한 사회문제 해결 및 문화향유 확대 140
(1) 모든 시민을 배려하는 디자인복지 실현 140
(2) 디자인을 통한 안전하고 건강한 도시 만들기 142
(3) 문화예술의 생활화와 창의적 디자인문화 확산 142

3.2 2012 서울디자인 사업 : 사회·문화 영역 144
1) 모든 시민을 배려하는 디자인복지 실현 144
(1) 유니버설 디자인 프로젝트 145
(2) 유니버설 디자인산업 생태계 조성방안 연구 154
(3) 행복한 디자인나눔 155
2) 디자인을 통한 안전하고 건강한 도시 만들기 158
(1) 범죄예방 디자인 프로젝트 159
(2) 초등학교 범죄예방 디자인 연구 170
(3) 서울형 액티브디자인 기초 환경 연구 172
(4) 서울시 자전거안내사인 연구 174
3) 문화예술의 생활화와 창의적 디자인문화 확산 176
(1) 어린이 창의력 증진 프로젝트 176
(2) 도시갤러리 프로젝트 183

3.3 주요성과와 전망 188

4장 서울디자인과 환경

4.1 서울 환경 이슈와 디자인 전략 192
1) 서울 환경 이슈 1 : 개선이 필요한 도시환경 192
(1) 도시 주거환경정비 사업의 사각지대 193
(2) 시민을 배려하지 않은 공공시설물 194
2) 서울 환경 이슈 2 : 증가하는 에너지 소비와 도시공해 195
(1) 전력에너지 소비의 증가 196
(2) 눈부신 서울의 밤, 빛공해 198
3) 디자인 전략 : 서울디자인의 도시 어메니티 강화 199
(1) 시민과 함께하는 주거환경개선 디자인 199
(2) 디자인을 통한 쾌적한 도심환경 만들기 200
(3) 생태계 보존을 위한 디자인 솔루션 200

4.2 2012 서울디자인 사업 : 환경 영역 202
1) 시민과 함께하는 주거환경개선 디자인 202
(1) 서울골목디자인 프로젝트 203
(2) 주민참여형 마을경관가꾸기 207
2) 디자인을 통한 쾌적한 도심환경 만들기 211
(1) 서울형 시각정보체계 기본연구 211
(2) 공공시설물 표준형디자인 개발 212
(3) 공공시설물 수준 향상 214
(4) 간판 디자인 개선 218
(5) 광고물 수준 향상 221
(6) 소외낙후지역 생활환경 개선 224
3) 생태계 보존을 위한 디자인 솔루션 226
(1) 에너지 절약 인포그래픽 개발 226
(2) 빛공해 해소 228

4.3 주요성과와 전망 236

5장 서울디자인 소통

5.1 시민 소통 240
1) 2012 서울디자인 소통 243
(1) 시민이 바라는 서울디자인 243
○ 디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까? 243
(2) 시민이 만드는 서울디자인 253
○ 2012 공공시설물 디자인 시민공모전 253
(3) 시민이 살피는 서울디자인 257
○ 서울시민디자인위원회 257
○ 디자인서울 모니터단 260

5.2 국내외 교류와 협력 262
1) 국내 협력기관 현황 262
2) 해외 협력기관 현황 263
(1) 글로벌디자인도시협의체 267
(2) 유네스코 디자인 창의도시_서울 269
○ 유네스코 디자인 창의도시_서울 시민 서포터즈 272
○ 유네스코 삶터 디자인 : 마을환경 디자인 개선 277
(3) 해외 디자인 정책 사례 연구 280
○ 서울 도시디자인 해외통신원 280
○ 디자인도시 해외리포트 282

5.3 주요성과와 전망 285

6장 서울디자인의 거점기지, DDP

6.1 DDP 일반현황 288
1) DDP 추진개요 288
2) DDP 설립과정 289
(1) 동대문 지역의 역사 289
(2) DDP의 설립과정 290
3) DDP 비전과 전략 293
4) DDP 공간 구성 294

6.2 DDP 기본 운영·실행계획 296
1) DDP 운영계획 296
(1) 공간별 운영계획 296
(2) 대상별 운영계획 297
2) DDP 실행계획 298
(1) 인력별 운영체계 299
(2) 예산별 운영체계 300

6.3 DDP 운영준비 추진방향 302
1) DDP 거버넌스 도입 302
2) 거버넌스 구성 및 운영방향 302

6.4 DDP 운영준비 추진실적 304
1) 시민 참여 프로젝트 305
(1) 청책워크숍「시민이 사랑하는 DDP 만들기」 305
(2) 시민어울림마당「동대문 디자인잼 7.7.7.」 307
2) 전문가 참여 프로젝트 311
(1) DDP 전문가 창의공정 311
(2) DDP 기획조정단 315
(3) DDP 콘텐츠 검토 자문회의 317
(4) DDP 관련 연구 318
3) 동대문역사문화공원 활성화 322
(1) 창의희망시장「동대문봄장」 323
(2)「시장의 재발견」 325
(3)「신당생활사박물관」 328

6.5 주요성과와 전망 331

표/그림 목차 332

01 장

서울디자인 개관

1.1 서울디자인 정책 흐름
1) 서울디자인 제1기
2) 서울디자인 제2기

1.2 2012 서울디자인 정책
1) 서울시 정책비전
2) 서울디자인 정책비전
3) 서울디자인 정책전략

1.3 서울디자인 조직과 예산
1) 문화관광디자인본부 디자인 부서
2) (재)서울디자인재단

1.4 서울디자인 전망
1) 서울디자인 정책 변화
2) 서울디자인 정책 방향

1.5 서울디자인 관련 조례
1) 서울특별시 도시디자인 조례
2) 서울특별시 경관조례
3) 서울특별시 빛공해 방지 및 도시조명관리 조례
4) 서울특별시 옥외광고물 등 관리조례
5) 서울특별시 상징물조례

<2012 서울디자인백서>는 서울시가 시민을 위해
2012년도에 시행한 디자인 정책과 사업을 다룬다.
서울디자인백서에 기술된 정책 수행주체는
서울시와 (재)서울디자인재단이다.

1.1 서울디자인 정책 흐름

서울디자인 정책은 2007년 5월 디자인서울총괄본부 출범과 함께 본격적으로 시작되었다. 이전까지는 산업국과 주택국을 중심으로 서울의 디자인 정책을 추진했으나 그 활동은 미미한 수준이었다. 이에 서울시는 서울의 도시디자인을 총괄 관리하는 디자인서울총괄본부를 두어 도시환경을 개선하고, 디자인을 통해 시민 삶의 질을 향상하는 디자인 정책을 시작했다.

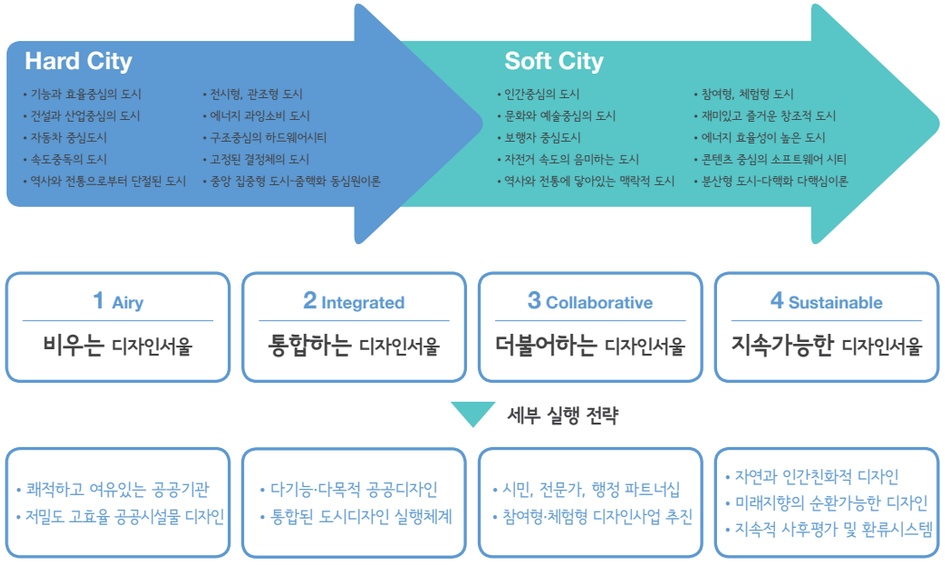
서울디자인 정책은 비전과 추진방향의 변화에 따라 제1기와 제2기, 그리고 현재의 제3기 초반으로 구분된다. 서울디자인 제1기(2007년 5월~2009년 5월)는 '하드시티에서 소프트시티로'를 비전으로 서울 도시환경 개선에 주안점을 두고 전개되었다. 제2기(2009년 6월~2011년 10월)는 '시민고객을 배려하는 디자인'이란 비전 아래 시민경제를 살리기 위한 서울디자인 산업 육성을 목표로 진행됐다. 그리고 제3기 초반인 2012년도에는 '시민과 함께 더불어 창조하는 문화도시 서울', '시민과 함께 만들고 누리는 시민디자인'을 비전으로 시민의 참여와 소통을 실현하며 시민 삶의 질을 높이는 '시민디자인'에 역점을 두었다.

	제 1 기 (2007년 5월 ~ 2009년 5월)	제 2 기 (2009년 6월 ~ 2011년 10월)	제 3 기 초반 (2011년 11월 ~ 2012년 12월)
비전	하드시티에서 소프트시티로	시민고객을 배려하는 디자인	더불어 창조하는 문화도시 (시민과 함께 만들고 누리는 시민디자인)
전략 원칙	비우는 통합하는 더불어하는 지속가능한	시민고객 우선 디자인 비우는, 통합하는, 더불어하는, 지속가능한	생활디자인 지역경제 및 중소기업 성장 커뮤니티 디자인
대상	도시	시민	시민 삶의 질
접근방법	개선	배려	참여와 소통

[그림 1-1] 서울디자인 정책의 흐름

1) 서울디자인 제1기 (2007년 5월~2009년 5월)

서울디자인 정책은 오세훈 전 서울시장의 '맑고 매력있는 세계도시 서울'을 만들겠다는 의지를 담아 2007년 5월 서울시장 직속 기획단인 디자인서울총괄본부가 본격적으로 추진했다. 디자인서울총괄본부는 '누구나 한번쯤 찾고 싶은 관광도시', '가장 살고 싶은 명품도시', '디자인 중심도시'를 만들기 위한 실행주체였고, 이에 '디자인'이 시정의 주요 키워드로 부각됐다.



[그림 1-2] 서울디자인 제1기 정책비전 및 목표(2007년~2009년)

서울디자인 제1기는 '하드시티(Hard City)에서 소프트시티(Soft City)로'란 비전 아래 '산업도시 서울'에서 '문화도시 · 첨단도시 · 세계도시 서울'로 전환하려 노력했다. '하드시티에서 소프트시티로'란 비전은 서울시가 삶의 질이라는 새로운 가치에 주목하며 인간과 문화, 디자인이 중심이 되는 소프트 시티로 거듭나겠다는 의지를 담고 있다. 총괄본부는 서울시를 자동차 중심도시에서 보행자 중심도시로, 역사와 문화가 맞닿은 맥락주의적인 도시로 회복하기 위해 자연과 환경, 역사와 문화, 기술과 산업, 인간과 건강이 중심이 되는 도시의 미래를 그려나가기 시작했다.

서울디자인 제1기는 '쾌적한 서울 도시 생활환경 만들기'를 목적으로 4대 기본 전략인 '비우는 디자인서울', '통합하는 디자인서울,' '더불어하는 디자인서울', '지속가능한 디자인서울'을 토대로 공공디자인의 향상과 도시경관의 개선에 역점을 두었다. 4대 기본 전략은 9개의 세부 실행 전략으로 이어졌다.

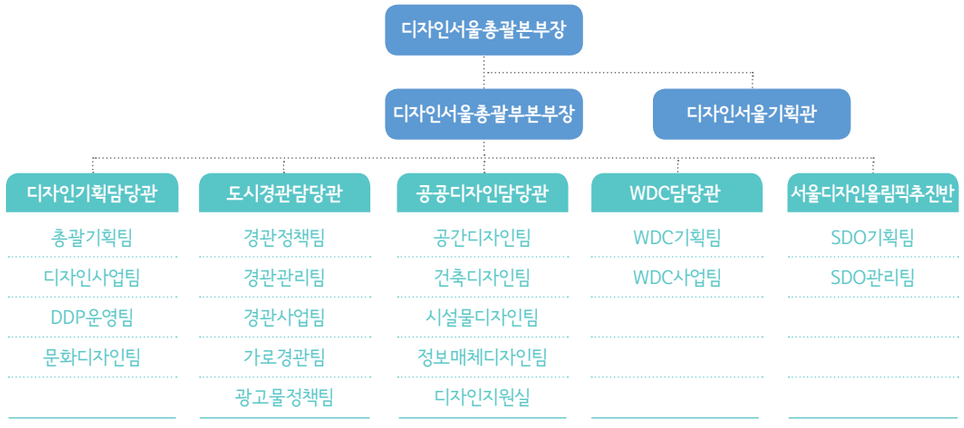
'비우는 디자인서울'은 공공시설물 재배치, 불필요한 시설물 제거, 불법간판 정비 등으로 쾌적하고 여유있는 공공공간을 창출하고 저밀도 · 고효율의 공공시설물을 활용해 잘 읽히는 서울을 추구하는 전략이다.

'통합하는 디자인서울'은 거리에 설치되는 90여 종의 가로시설물을 정보형, 기능형, 지능형으로 시스템화하여 다기능 · 다목적 공공디자인을 창출하고, 통합된 도시디자인 실행체계를 구축해 효율적인 서울을 만든다는 전략이다.

'더불어하는 디자인서울'은 다양한 주체를 디자인 계획에 참여시켜 대상 사업이 지역사회와의 유기적 관계를 맺고, 지역고유의 정체성을 구현할 수 있는 체계를 구축한다는 전략이다. 이를 통해 시민과 전문가, 행정 간의 파트너십을 형성하여 시민참여 · 체험형 디자인사업으로 행복한 서울을 추구했다.

'지속가능한 디자인서울'은 시민들에게 고품격 이미지를 지속적으로 각인시키고, 지역적 특성에 맞는 문화예술 활동을 접목시켜 시민활동에 의해 변화하고 발전하는 살아 있는 도시, 진화하는 도시를 구현한다는 전략이다. 더불어 자연과 인간친화적인 디자인, 순환 가능한 디자인으로 건강한 서울을 지향했다.

이를 위해 디자인서울총괄본부는 디자인서울총괄본부장에 외부 전문가를 초빙하고, 행정력을 밑받침할 국장급 부본부장과 디자인전문가인 디자인서울기획관을 두는 등 전문 영역의 정책 추진을 위한 외부 전문가를 다수 영입해 '디자인서울 프로젝트'를 추진했다. 또 서울디자인 정책의 지원체계를 마련하고자 심의 · 자문기구인 서울디자인위원회를 2007년 9월 구성했고, 2008년 12월에는 디자인 전문기관인 (재)서울디자인재단을 설립했다.



[그림 1-3] 서울디자인 제1기 조직도(2009년 2월)

2년간 추진된 제1기의 주요 사업[1]으로는 경관계획 수립과 공공디자인서울 가이드라인 정립, 디자인서울거리 조성, 도시상징체계 마련, '세계디자인수도서울2010' 지정 기념사업 등이 있다.

특히 도시이미지의 향상과 도시브랜드 구축에 중점을 둔 제1기 디자인 정책에서 「디자인서울 가이드라인」 제정, 도시상징체계 구축, 디자인서울 거리 조성과 같은 공공디자인 분야는 서울시 고유의 특징과 이미지를 담아 서울 브랜드를 정립하려 했던 노력을 보여준다.

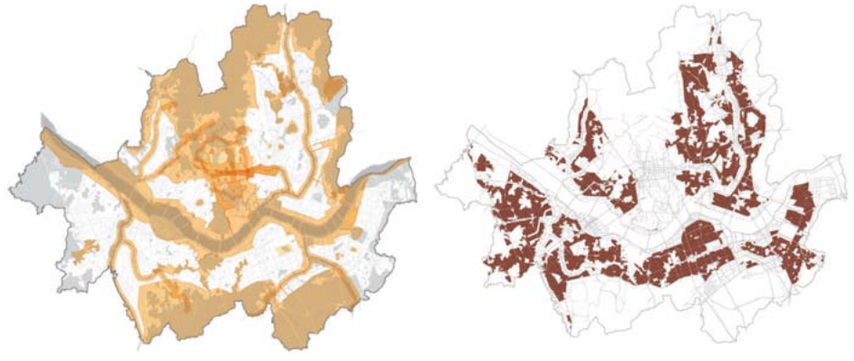
1) 디자인서울총괄본부, 디자인서울 교육자료 Vol.2.1, 2009 참고

○ 기본 경관계획 및 시가지 경관계획 수립

서울시는 그 동안 개발과 성장의 패러다임에 가려 다소 소홀했던 도시경관의 관리 · 형성을 위한 기본 틀을 구축하기로 했다. 그리하여 2009년 4월 서울다운 도시경관의 보전 · 관리 · 형성을 위한 경관 조성의 기본 틀인 「서울특별시 기본경관계획」과 서울시의 주거 · 상업 · 업무지 등 시가지경관의 질적 관리와 개선 전략을 담은 「서울특별시 시가지경관계획」을 수립했다. 그리고 제2기로 이어져 2010년 9월에는 기본경관계획의 실현을 위한 특정경관계획인 「서울특별시 수변/ 자연녹지/ 역사문화 경관계획」을 수립, 시행하고 있다.

「기본경관계획」 및 「시가지경관계획」은 규제 중심의 과거 계획과는 달리 유도와 지원을 중심으로 적극적인 시민참여를 기반으로 하는 소프트한 경관관리를 추구한다. 경관유도, 경관사업, 경관협정 등의 적극적 지원을 중심 내용으로 도시경관의 향유자인 시민이 참여할 수 있는 체계를 구축하는데 초점을 맞추었다.

각 경관관리구역에 대해서는 경관을 보호하기 위해 고려되어야 할 최소한의 원칙을 담은 경관설계지침을 제시해 활용할 수 있도록 했다. 또 설계자가 주변 경관자원에 대하여 설계단계부터 경관을 적극적으로 고려해 지침에서 제시되는 주요 항목을 체크하고 건축허가 시 해당부서에 관련 체크리스트를 같이 제출하는 자가점검제도를 도입했다. 이 지침은 경관의 중요성과 경관적인 배려, 그 방법에 대해 시민들의 인식을 높인다는 목적이다.



[그림 1-4] 경관기본관리구역(시가화 130㎢)과 시가지경관기본관리구역(108㎢)

한편, 「수변/ 자연녹지/ 역사문화 경관계획」은 이미 수립된 서울시 기본경관계획을 토대로 해당 경관유형의 체계적 보전 · 관리 및 형성을 위한 구체적 · 실천적 전략 및 관리방안을 제시하고 있다. 유형별로 중단기 경관정책에 직접 활용할 수 있는 실행계획 수립을 위해 주요 전략을 선정하여 해당 전략별 적용대상 및 구역을 구체적으로 제시하고, 도시관리 차원의 바람직한 경관형성 및 계획의 원칙과 기준을 담은 경관형성기준을 마련했다.


한강변 차등화된 높이관리


산과 녹지를 연계하는 녹지네트워크 형성


역사문화거점 경관형성

[그림 1-5] 수변/ 자연녹지/ 역사문화 경관 관리방안 예시

○ 5개 분야 공공디자인 부문 가이드라인 제정

서울시는 공공공간, 공공건축물, 공공시설물, 공공시각매체, 옥외광고물까지 5개 분야의 가이드라인 10대 원칙을 2008년 5월 제정했다. 이 가이드라인은 시정 전반의 공공디자인 산업에 적용할 수 있는 지침으로 도시디자인의 기본계획 수립과 실행을 근간으로 내용이 구성돼 종합적이고 체계적인 도시디자인의 기반을 마련하기 위해 제정됐다.

공공공간 가이드라인 10대 기본원칙

1. 보도폭에 따른 시설물 설치기준을 확립하여 유효 보도폭을 확보한다.
2. 보행 연속구간 내 턱이나 돌출물을 제한하여 걷기 편하고 안전한 거리를 조성한다.
3. 육교, 지하도 등 입체 횡단시설을 지양하고 횡단보도를 설치하여 보행 편의를 높인다.
4. 버스정류장 구역 내 승·하차 및 접근버스 인지를 방해하는 시설물 설치를 제한한다.
5. 일정구간 이상 주행가능한 자전거도로를 설치하여 자전거 이용의 실효성을 높인다.
6. 현란하고 과장된 형태는 지양하고 차분하며 안정된 가로환경을 조성한다.
7. 장소의 특성을 고려하지 않은 획일적인 가로수 식재는 지양한다.
8. 도시 내 녹지 및 투수 면적을 확보하여 지속가능성과 건강성을 높인다.
9. 서울 고유의 자연·문화경관을 훼손하는 무분별한 시설물, 조형물, 식재를 제한한다.
10. 기능만을 고려한 방음벽, 옹벽, 캐노피 등 도시구조물을 제한하여 경관을 향상시킨다.

공공건축물 가이드라인 10대 기본원칙

1. 획일적 형태에서 벗어나는 창조적 디자인을 유도한다.
2. 조화로운 스카이라인을 형성하여 시민들의 조망권을 보호한다.
3. 과장된 디자인을 지양하고 주변환경과 조화되는 색채와 외관을 갖춘다.
4. 보행자에게 위압감을 주는 옹벽 설치를 제한하고 자연지형을 존중한다.
5. 높은 계단, 거대한 캐노피 등 권위적이고 폐쇄적인 요소는 지양한다.
6. 교통약자를 배려하고 보행권을 우선하는 건축물 진입부 배치계획을 정립한다.
7. 건축대지 내 보행동선 확보로 시민들의 통행 불편을 해소한다.
8. 쾌적하게 이용할 수 있고 개방감이 느껴지는 공간을 조성한다.
9. 주변환경과 조화되는 건축물 상부 입면계획을 유도한다.
10. 건축물 외부공간 및 저층부에 시민들을 위한 공간을 제공한다.

공공시설물 가이드라인 10대 기본원칙

1. 장식적 요소를 최소화하고 기능을 우선시하여 디자인한다.
2. 크기와 형태를 최적화하고 연계 가능한 시설물들을 통합한다.
3. 시각적, 심미적 개방감 확보가 가능하도록 디자인하여 도시경관의 연속성을 높인다.
4. 시설물의 도로 점유면적을 최소화하여 보행공간을 확대한다.
5. 무계획적인 색채사용을 지양하고 재료 자체의 색을 적용한다.
6. 친환경성과 내구성을 고려한 재료사용으로 지속가능한 디자인을 실현한다.
7. 누구나 안심하고 쉽게 사용할 수 있도록 안정성과 인체공학을 고려하여 디자인한다.
8. 교통약자를 배려한 디자인으로 다양한 이용자의 편의성을 제고한다.
9. 단순성과 결합성을 바탕으로 표준화된 공공시설물 디자인을 우선 적용한다.
10. 시설물이 수직·수평을 유지하고 마감 부위가 미려하도록 치밀하게 설치한다.

공공시각매체 가이드라인 10대 기본원칙

1. 정보의 우선순위를 고려하여 연계 가능한 시각매체는 통합 설치한다.
2. 시인성과 가독성 확보를 최우선으로 디자인 우선순위를 정립한다.
3. 교통약자, 노약자 등 누구나 사용하기 쉽게 디자인한다.
4. 강렬한 색채로 시각적 혼란을 일으키는 무단횡단 금지 표지를 제한한다.
5. 공원이나 문화재 주변의 공공시각매체는 시야를 방해하지 않도록 설치한다.
6. 새 주소 체계에 따라 정확한 정보를 표기한다.
7. 국제 표준 픽토그램 적용과 다국어 표기체계 정립으로 국제성을 높인다.
8. 서울의 정체성 제고를 위하여 서울서체와 서울색을 사용한다.
9. 표지판 등의 지주는 부속물이 지상에 노출되지 않도록 매립하여 설치한다.
10. 표지판의 후면을 미려하게 마감 처리한다.

옥외광고물 가이드라인 10대 기본원칙

1. 업소 당 간판 총수량을 최소화한다.
2. 권역별 특성을 고려하여 가이드라인을 차등화한다.
3. 간판이 건물에서 점유하는 면적을 제한한다.
4. 핵심적인 내용만 간략하게 표기한다.
5. 인접 간판, 거리, 건물 등 주변 환경과 조화되도록 한다.
6. 시인성과 가독성을 위하여 충분한 여백을 확보한다.
7. 판류형보다는 입체문자형 간판을 권장한다.
8. 업소의 성격과 상호에 어울리는 개성적 서체 사용을 권장한다.
9. 색채는 1~3가지 정도로 절제하여 사용하되 서울색 활용을 권장한다.
10. 자극적인 조명을 지양하고 편안하고 아름다운 조명 연출을 권장한다.

○ 디자인서울거리 조성

디자인서울거리는 '디자인서울'을 실현하기 위한 공공디자인 선도사업의 일환으로, 시민의 삶의 질을 증진하고 도시경관 수준을 향상하기 위해 조성됐다. 이전까지 거리의 요소들은 기능적 관점에서 개별적으로 완성되어 정돈되지 못한 인상을 주었다. 이에 디자인서울거리는 디자인서울의 4대 전략에 따라 거리의 모든 구성 요소를 통합디자인의 개념 하에서 비울 것을 과감히 비우고 통합도 하면서 「디자인서울 가이드라인」에 의거하여 개선했다. 또 해당 거리의 점포주와 공무원, 전문가 등을 포함한 '사업추진위원회'를 구성해 사업의 전 과정에 주민이 직접 참여했고, 완공 후에도 지속가능한 거리가 되도록 관리하고 있다.

디자인서울거리는 2007년 7월부터 착수하여 1차로 중구 남대문로를 포함한 총10개 거리를 조성했고, 제2기로 지속되면서 2010년 10월까지 2차로 20개 거리를 추가 조성해 전체 30개 거리가 완성되었다.



[그림 1-6] 은평구 통일로 디자인서울거리



[그림 1-7] 용산구 이태원로 디자인서울거리

○ 도시상징체계 마련

서울시는 서울시의 정체성과 도시경쟁력, 브랜드 가치 제고를 위해 서울의 규모와 위상에 걸맞은 도시상징체계(디자인 펀더멘탈)가 필요하다고 인식했다. 그래서 서울의 고유한 도시이미지를 각인시킬 서울상징체계를 구축했다. 서울상징 '해치'와 '서울서체', '서울색' 지정이 바로 그것이다.

해치는 옛 조선의 도읍지였던 서울의 궁궐 곳곳에서 볼 수 있는 동물상으로, 시비(是非)와 선악(善惡)을 판단하는 상상의 동물이다. 서울시는 서울의 정체성을 구축하고 문화응집력을 확보한다는 점에서 해치를 서울의 상징으로 선정(2008년 5월)했다.

서울서체는 도시의 문자 커뮤니케이션을 통일해 도시정체성과 도시이미지를 향상시킬 목적으로 개발(2008년 8월)한 서울 고유글꼴이다. 서울서체에는 '서울한강체'와 '서울남산체'가 있다.

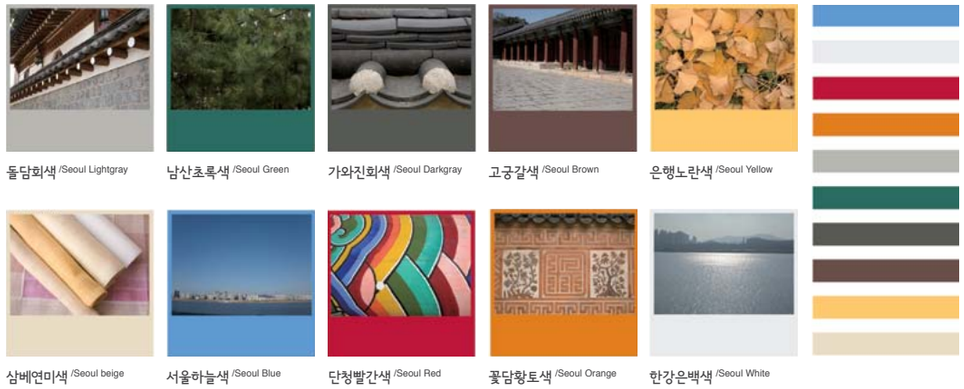
서울색은 서울의 전통문화와 정서가 깃든 색이자 역사와 시민의식 속에 잠재된 대표색이다. 서울색은 우선 서울의 자연환경, 인공환경, 인문환경이 담긴 9,800여 장의 이미지에서 측색과 색채분석, 모자이크 분석을 통해 색을 추출했다. 그 중에서 서울을 대표할 만한 서울현상색(250색), 서울지역색(50색)을 추출했고, 서울을 대표하는 10가지 색으로 '서울대표색 10'을 선정(2008년 5월)하여 각각의 이름을 부여했다. 이 색들은 도시의 통일감 있고 조화로운 색채 환경을 조성하는 데 활용되고 있다.



[그림 1-8] 서울상징 해치와 해치 캐릭터



[그림 1-9] 서울서체 : 서울한강체, 서울남산체



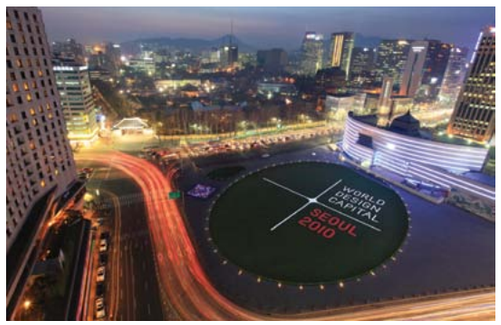
[그림 1-10] 서울대표색 10

○ 세계디자인수도서울2010과 서울디자인올림픽 2008

세계디자인수도(World Design Capital)는 디자인성과가 뛰어나거나 도시가 중심이 되어 디자인을 활용해 경제를 발전시키고자 하는 도시를 대상으로 국제산업디자인단체협의회(ICSID, International Council of Societies of Industrial Design)가 선발하는 국가경쟁제도이다. 서울시는 '디자인서울' 비전의 우수성을 인정받아 2010년 세계디자인수도로 지정(2007년 10월 21일 샌프란시스코)되었다.



[그림 1-11] 세계디자인수도서울2010 공식 로고



[그림 1-12] 세계디자인수도서울2010 서울광장 로고 표출(2009년 4월)

이를 계기로 서울시는 세계적인 디자인 문화 중심도시로 도약하기 위해 세계인의 종합디자인축제인 〈서울디자인올림픽 2008〉을 개최했다. 'Design is AIR'를 주제로 2008년 10월 10일부터 21일간 잠실종합운동장에서 열린 〈서울디자인올림픽 2008〉은 풍성한 볼거리와 즐길 거리를 제공하여 시민에게 디자인문화를 널리 알렸다.



[그림 1-13] 서울디자인올림픽 2008 전경

2) 서울디자인 제2기 (2009년 6월~2011년 10월)

서울디자인 제2기는 제1기의 공공디자인 분야 결실을 바탕으로 디자인산업을 연계한 강력한 디자이노믹스(Designomics)[2]를 실현하여 서울의 도시경쟁력을 제고하겠다는 정책 방향을 제시하였다.



[그림 1-14] 서울디자인 제2기 정책비전 및 목표(2010년)

제2기는 제1기의 공공디자인 위주의 접근방법을 보완하고 새로운 체계를 구축하기 위해 '시민고객을 배려하는 디자인(Caring for Citizen)'을 비전으로 삼고, '디자인을 통한 시민고객 감동'을 목표로 설정했다. 여기에 '경제, 환경, 생활, 문화, 공감' 등 5가지 측면의 시민을 배려하는 다양한 정책

2) 디자이노믹스(Designomics)란 디자인(Design)과 경제(Economics)를 결합한 용어로, 디자인이 갖는 경제적 중요성과 불황 극복의 전략으로써 디자인의 중요성을 강조한 개념이다.

과제들을 수립해 '경제를 배려하는 서울형 디자인산업 육성', '환경을 배려하는 서울 도시경관 업그레이드', '생활을 배려하는 누구나 살기 좋은 서울 만들기', '문화를 배려하는 디자인서울 DNA · 브랜드 개발', '공감을 배려하는 성공적인 세계디자인수도(WDC) · 서울디자인올림픽(SDO) 개최'를 실천했다. 그리고 '시민고객 우선 디자인'을 전략으로, 제1기의 4대 기본 전략인 '비우는, 통합하는, 더불어 하는, 지속가능한 디자인'을 디자인 원칙으로 지속하여 제1기 '디자인서울'의 기본철학을 유지했다.

제2기는 '시민 중심의 디자인 개선'과 '디자인산업 육성'을 디자인 정책의 큰 방향으로 설정했다. 시민들의 '디자인서울' 정책에 대한 인식이 높아지면서 시민생활과 직결되는 디자인 사업의 수요가 높아졌고, 시민들의 적극적인 참여도 확대되었다. 총괄본부는 이를 시정에 반영하여 디자인을 통한 시민생활 불편해소와 경제 활성화에 더욱 초점을 맞추었다.

또 제2기는 서울시 중소기업들의 디자인 경쟁력을 높이고 도시 경제의 활성화 방안에 비중을 두었다. 여기에 적용된 개념이 서울 경제의 중요성과 불황극복의 전략으로서 디자인의 중요성을 강조한 디자이노믹스(Designomics)이다.

한편, 디자인서울총괄본부는 2010년 9월 서울시의 조직 개편에 따라 문화관광디자인본부로 통합되었다. 이에 디자인서울을 총괄하는 실행조직이 디자인기획관으로 개편되면서 디자인기획과, 도시경관과, 공공디자인과의 3과 17팀으로 재편되었다.



[그림 1-15] 서울디자인 제2기 조직도(2010년 10월)

제2기의 주요 사업[3]으로는 제1기에서 연속 · 발전시킨 유니버설 디자인을 적용한 공공디자인 부문 가이드라인 정립, 디자인산업 활성화를 위한 기반 조성, 유네스코 디자인 창의도시 선정, 서울디자인 한마당 개최, 동대문디자인플라자 운영 준비 등을 꼽을 수 있다.

3) 문화관광디자인본부, 디자인서울 교육자료 Vol.3, 2011 참고

특히 서울디자인 제2기는 디자인산업의 지원체계를 준비하는 일에 중점을 두었다. 디자인산업이 발전할 수 있는 기반을 마련하여 자생력을 확보하고, 세계 디자인 트렌드를 선도할 미래경쟁력을 갖춘다는 이유였다. 이를 기반으로 경제 불황에 고전하는 디자인 기업들의 어려움을 해소하고, 중소기업의 디자인산업 경쟁력을 높일 수 있도록 다양한 인프라 구축 및 환경을 조성해나가는 사업을 추진했다.

○ 공공디자인 가이드라인 강화

제2기는 제1기에서 정립한 공공디자인 체계와 인프라 구축을 토대로 관련 가이드라인들을 구체화하고, 서울 도시디자인을 더욱 강화했다. 제1기가 제정한 공공공간, 공공건축물, 공공시설물, 공공시각매체, 옥외광고물 5개 분야의 디자인서울 가이드라인에서 야간경관 가이드라인을 추가하여 6개 분야로 보완했다. 여기에 더해 60개 종류, 167개 부문에 대한 세부적인 가이드라인을 정립(2009년 12월)했다. 각 가이드라인은 해당 분야의 사업 착수 단계에서 지침으로 적용되며 서울시민디자인위원회 심의기준으로도 활용된다.

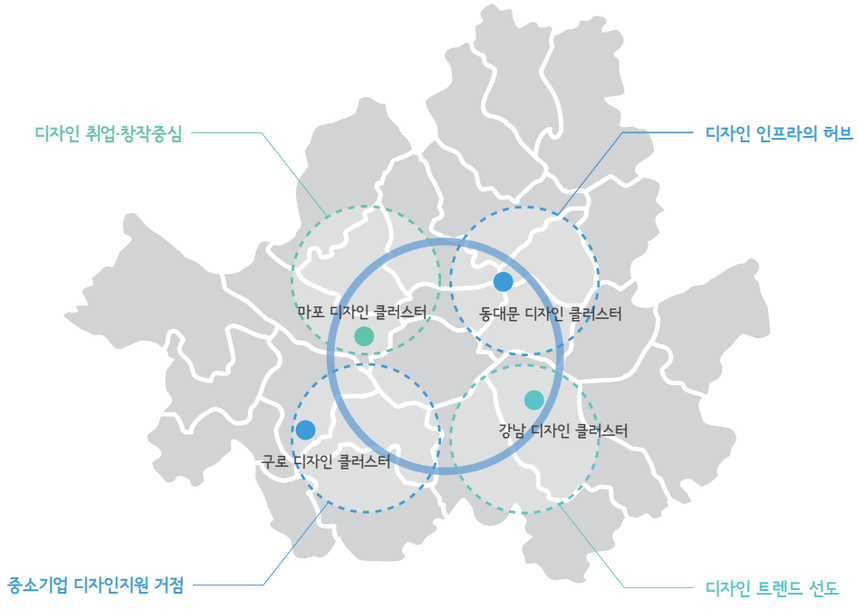
야간경관 가이드라인

1. 나를 위한 조명에서 우리를 위한 조명으로 : Public
   - 공공성을 중시한다. 「공적조명 〉 사적조명」
   - 문화재, 랜드마크 건축물을 우선시하여 조명한다.
   - 무모한 밝기 경쟁을 하지 않는다.
   - 야간경관의 저해요소가 되지 않도록 과도한 광고조명을 자제한다.
   - 도로, 건축물의 맥락에 맞는 디자인을 유도한다.
2. 에너지 효율이 높은 친환경 조명도시로 : Ecology
   - 에너지 위기 및 기후변화에 대응하는 녹색경제성장 조명계획을 한다.
   - 필요한 부분에만 빛을 보내는 적정 배광의 기구 및 고효율의 램프를 채택한다.
   - 시간대별로 조도 및 휘도를 제어하여 환경에 변화를 주고 에너지를 절약한다.
   - 빛공해(간섭광)를 통제하여 동식물에 미치는 영향을 최소화한다.
3. 양적 조명에서 질적 조명으로 : Quality
   - 연색성이 좋은 램프를 사용하여 깨끗하고 쾌적한 빛 환경을 조성한다.
   - 광학적인 개념이 있는 고효율 반사판을 적용, 간섭광을 통제한다.
   - 자연스러운 빛을 추구한다.
4. 조명 신기술로 안전하고 지능적 조명환경으로 : Intelligent
   - 디밍시스템, 디지털제어를 이용하여 다양한 연출을 시도한다.
   - 시간, 계절, 주변환경 등에 따라 변화는 조명운영 및 인터랙션(Interaction) 연출을 한다.
   - 유지관리가 용이한 조명 방식 및 기구의 도입으로 조명관리체계를 시스템화 한다.
   - 범죄, 각종 사고 등으로부터 안전을 확보하는 조명계획을 한다.
   - 주택가, 보행로, 공원, 자전거도로의 조명을 지능형으로 구축하여 방범에 대비한다.
5. 시민들이 참여하는 예술적 생활문화 도시로 : Participation
   - 시민이 체험하고 즐기는 빛의 문화공간 및 빛의 거리를 조성한다.
   - 다양한 빛 축제 계획 및 시민의 참여를 통해 지역특화 등 경제활성화를 도모한다.
   - 서울 빛 오로라를 세계적인 브랜드화하여 관광인프라를 구축한다.

○ 디자이노믹스, 디자인산업 활성화 기반 조성

디자인산업 활성화는 디자인의 수준을 높이는 것이 생활의 편의 향상과 직결된다는 발상에서 출발하였다. 이전까지 디자인서울이 도시 공공디자인 체계정립과 인프라 구축에 초점이 맞춰졌다면, 이제는 시민 생활 및 경제적 가치와 직결된 사업위주로 재편하고 정책 수혜를 시민에게 더 직접적으로 돌려주어야 한다는 것이 기본 목적이었다.

제2기는 디자인컨설팅 지원, 디자인창작스튜디오 조성, 디자인산업벨트 구축 등을 통해 디자인산업 육성을 확대하고 디자인 활성화에 주력했다. 마포, 동대문, 구로, 강남 등 4대 거점지구에 기반시설을 갖추고 시설별로 차별화된 프로그램을 운영하여 서울의 디자인산업을 견인하고 지원할 핵심인프라를 구축했다. 또 (재)서울디자인재단은 '서울디자인지원센터'를 설치해 우수 디자인을 보유했음에도 마케팅 능력 부족으로 선전하지 못하는 중 · 소규모 디자인 기업의 판로개척도 적극적으로 지원했다.



[그림 1-16] 4대 디자인 클러스터

○ 유네스코 디자인 창의도시_서울 선정

유네스코는 디자인, 문학, 음악, 공예 등 7개 분야에 대해 도시의 발전과 고유한 문화를 계승시키고 세계적 차원에서 문화다양성 증진을 목적으로 창의도시를 선정하고 있다.

서울시는 그동안 축적된 디자인시정에 대한 국제적 인증을 바탕으로 도시브랜드 가치를 높이고, 세계디자인의 흐름을 주도할 수 있는 토대를 마련하기 위해 유네스코 디자인 창의도시 선정을 추진했다. 유네스코는 서울의 풍부한 문화유산과 창의적 잠재력, 다양한 디자인 정책을 통해 도시를 발전시키고자 하는 서울시의 의지, 창의도시 활용을 통한 개발도상국 발전에 기여할 가능성 등을 높이 평가해 서울을 '디자인 창의도시'로 선정(2010년 7월 20일)했다.

디자인 창의도시로 선정된 서울시는 유네스코 규약에 의거해 유네스코의 명칭과 로고를 사용하여 브랜드 가치를 높일 수 있게 되었다. 이와 함께 유네스코의 지속적인 전문가 기술자문과 사업 기술훈련을 제공받게 되었으며 창의산업 간의 국제 협력 네트워크를 확립하게 되었다.

United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization

City of Design
Member of the UNESCO Creative
Cities Network since 2010

유네스코 디자인 창의도시_서울

[그림 1-17] 유네스코 디자인 창의도시_서울 공식 로고

○ 서울디자인 한마당 2010

서울디자인 한마당은 서울시가 2010년 세계디자인수도로 지정되면서 국제적인 디자인문화 중심도시로 도약하고자 마련한 종합 디자인 행사다. 서울시가 세계디자인의 가치를 공유하기 위해 마련한 〈서울디자인올림픽〉이 2008년, 2009년에 개최되면서 서울시의 대표 디자인축제로 발전한 바 있다. 세계디자인수도 지정 해인 2010년에는 '서울디자인 한마당'으로 개칭해 '모두를 위한 디자인(Design for All)'이라는 주제로 9월 17일부터 10월 7일까지 잠실종합운동장과 4대 디자인 클러스터에서 열렸다.

서울디자인 한마당은 디자인산업을 통한 경제 활성화, 마켓 활성화, 기업 비즈니스 지원 등을 통해 디자인이 곧 돈이 되는 장으로 구성되었다. 특히 다수의 국내외 디자이너와 브랜드가 참여한 서울디자인마켓은 디자이너들이 자체 브랜드와 제품을 홍보 · 판매하고 시민들이 직접 구매하는

뜻 깊은 장이 마련됐다. 그런가 하면 한마당 행사기간 중에는 기업과 대학, 예비 디자이너, 학생들을 위한 산학교류 프로그램과 인턴십 모집, 현장 인터뷰 지원 등 다양한 취업연계 프로그램도 마련돼 큰 호응을 얻었다.




[그림 1-18] 서울디자인 한마당 2010 전경

○ 동대문디자인플라자 운영 준비

동대문운동장은 1926년 일본이 서울성곽과 하도감을 허물고 건립한 운동장이었다. 축구장은 운동장의 기능을 상실하면서 2003년부터 풍물시장과 주차장으로 바뀌었고, 야구장은 시설노후로 보수가 시급한 실정이었다. 뿐만 아니라 주변지역 유동인구를 수용하기가 어렵고, 문화 활동을 위한 공간 부족과 주변 쇼핑공간 접근에 필수적인 보행환경이 조성되지 않은 상황이었다.

이에 서울시는 패션상권의 중심에 위치한 옛 동대문운동장의 기능대체 방안으로 공원을 조성하기로 했다. 그리고 동대문상권의 부활을 위해 중구 · 동대문 지역에 자생적으로 형성된 디자인 · 패션산업 클러스터를 적극 활용하기로 했다. 디자인 · 패션산업 클러스터를 통해 높은 부가가치를 창출할 시설을 만들기로 결정한 것이다. 이는 동대문디자인플라자(DDP, Dongdaemun Design Plaza) 조성으로 구체화됐다.

제1기에 이어 제2기에서는 역사성과 지역성을 담은 동대문디자인플라자의 운영 준비를 지속적으로 진행했다. 휴식 · 녹지 · 문화 향수의 기회를 제공하는 복합공간이자 디자인산업의 역량을 강화할 디자인산업 전문 지원 종합인프라로서 기능과 역할은 이후 점차 변화, 발전하여 제3기에 이르러 확정되었다.



[그림 1-19] 동대문디자인플라자 조감도

1.2 2012 서울디자인 정책

2011년 11월부터 새로운 서울시의 정책비전 변화에 따라 서울디자인의 정책 방향도 새로운 전환을 맞았다. 서울시는 '희망서울'을 모토로 '함께 만드는 서울, 함께 누리는 서울'이라는 시정비전 아래 복지와 일자리, 안전, 시민참여 분야에 중점을 두어 시민이 중심이 되는 시정을 운영하고 있다.

제35대 박원순 서울시장은 2012년 신년사에서 다음과 같이 밝혔다.

"…이제 새해는 '시민을 중심으로 하는 서울 시정', '함께 만들고 함께 누리는 서울'을 본격적으로 열어가는 첫해가 될 것입니다. 시정이 정말 추구해야 할 것은 시민 각자의 행복과 평화입니다. 사람 중심의 서울시정은 고달픈 시민들을 위한 쉼터, 의지할 언덕이 되어야 합니다. …2012년 시정의 핵심목표는 사람과 복지 중심의 새로운 시정을 추진하는 일입니다."

이처럼 시민과 복지를 강조하는 서울시의 새로운 시정에 따라 서울디자인의 비전도 복지와 공동체문화 회복, 사회문제를 해결하는 디자인으로 시민이 누리고 시민이 직접적으로 체감할 디자인에 초점을 맞추었다.

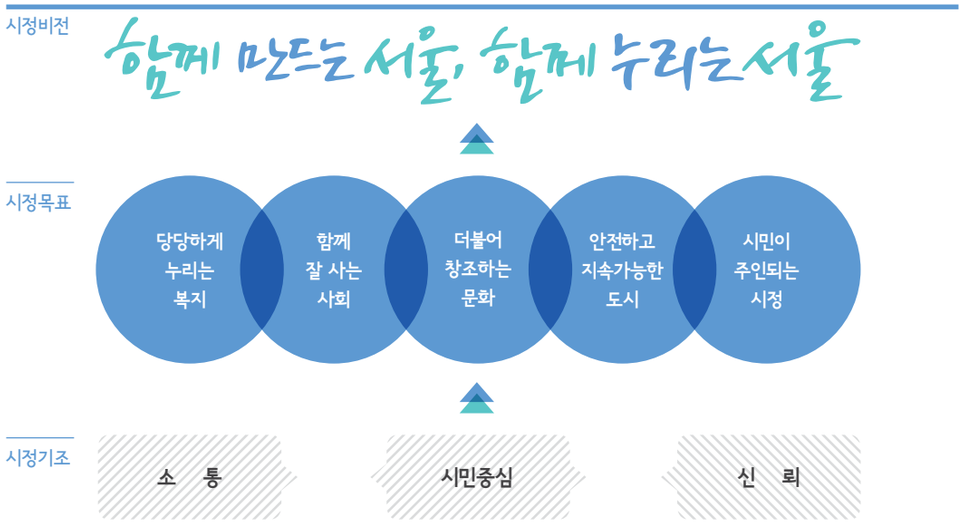
서울시민의 일자리와 안전, 복지에 맞춘 시정 운영은 개인의 안전과 행복을 추구할 권리를 기본으로 보장해주며, 이는 곧 삶의 터전으로서 서울이 살맛나는 도시가 될 뿐만 아니라 일상에서부터 디자인과 문화, 역사, 예술의 향유까지 여유롭게 이어줄 것이다.

이는 다시 서울시의 유일한 정체성으로 자연스럽게 발전되어 시민이 행복한 도시로서 삶의 결이 묻어있는 서울만의 고유한 경쟁력이 발현되는 도시로 만들어줄 것이다.

1) 서울시 정책비전

서울시는 시민이 주인 되는 '희망서울'을 모토로 '함께 만드는 서울, 함께 누리는 서울'을 시정비전으로 삼고 있다. 시민공모를 통해 선정된 '함께 만드는 서울, 함께 누리는 서울'은 현재 서울시의 모토인 '희망서울'이 구체화된 것이다. 이는 시민과 함께 만들고, 시민과 함께 결실을 누린다는 '시민참여'와 '협치'의 시정철학을 바탕으로 한다. 시민이 주인 되는 '희망서울' 이라는 모토는 시민의 뜻과 의견을 물어 시민과 함께 시정을 만들어간다는 의미를 지닌다.

한편 공동체문화의 약화, 소통 단절, 낮은 출산율, 고령화, 경제성장률 둔화, 계층의 양극화, 문화예술과 체육 인프라 부족 등 다양한 문제와 시민의 요구에 서울시는 5대 시정목표를 발표했다. 시민 누구나 '당당하게 누리는 복지', 포용과 연대를 통해 '함께 잘 사는 경제', '더불어 창조하는 문화', 기본에 충실한 '안전하고 지속가능한 도시', '시민이 주인되는 시정'이 바로 그것이다.



[그림 1-20] 희망서울 서울시 시정비전

서울시 5대 시정목표 중 '당당하게 누리는 복지'는 전국 최초로 시민복지기준을 마련해 2014년까지 시민 누구나 보편적으로 누릴 수 있는 시민복지기본권을 보장하겠다는 내용을 담고 있다. 두 번째 목표인 '함께 잘 사는 경제'는 마을기업 및 사회적 기업 등 작은 기업과 대기업이 함께 성장하며, 비정규직과 취약노동자 모두를 배려하고 포용하는 희망경제를 실현한다는 다짐이다. 세 번째 목표인 '더불어 창조하는 문화'는 시민들의 창조력과 상상력을 키울 수 있는 환경을 조성하고, 일상생활 속 문화 활동을 통해 따뜻한 공동체 문화를 복원한다는 내용이다. 네 번째 목표인 '안전하고 지속가능한 도시'는 사람과 자연이 함께 살아가고 어울릴 수 있는 도시환경을 만들어 다음 세대까지 물려줄 수 있는 기본이 바로 선 도시를 실현한다는 다짐이다. 마지막으로 '시민이 주인되는 시정'은 시민이 참여하고 시민의 소망과 의견을 반영하며, 모든 정보가 시민에게 항상 열려 있는 투명한 서울시정을 실현한다는 약속이다. 서울시는 무엇보다 시민이 주인이 되도록 시민 중심의 소통을 통해 공감을 얻고, 투명한 절차를 거쳐 신뢰를 바탕으로 공동체문화를 회복하고 복지와 희망을 실현하겠다는 의지를 강조하고 있다.

또한 서울시는 5대 시정목표에 따른 희망서울 15대 중점과제를 제시했다. 15대 중점과제는 '문화창조활동 확대'를 포함해 '시민복지 기준선 마련', '청년희망경제 구현', '안전도시 조성', '지속가능한도시계획체계 확립' 등이다. 이들 대부분의 중점과제는 서울디자인 정책 사업과 맥락을 같이한다. 예를 들어 '안전도시 조성'은 '범죄예방 디자인 프로젝트'와, '청년 희망경제 구현'은 '청년 등 사회적 기업가 육성'과 같은 사업과 연결되어 있다. 이처럼 서울시정 전반과 디자인 분야는 긴밀한 연계가 되어 있으며 앞으로도 지속적으로 영향을 주고받을 것이다.



[그림 1-21] 희망서울 서울시정 운영계획 : 15대 중점과제

2) 서울디자인 정책비전

서울시 디자인 정책을 주도하는 문화관광디자인본부는 '함께 만드는 서울, 함께 누리는 서울'이라는 시정비전 아래 5대 목표 중 하나인 '시민과 함께, 더불어 창조하는 문화도시 서울 만들기'를 정책비전으로 발표했다. 그리고 2대 정책목표로 '문화로 행복하고 풍요로운 마을살이 지원으로 공동체문화 회복'과 '일자리창출의 블루오션 창조산업 육성'을 내세워 10대 핵심전략을 수립했다.

10대 핵심전략은 문화예술 분야와 시민의 문화여가활동, 생활체육, 역사문화 보존, 창조산업, 관광, 디자인 등 문화예술과 관광, 디자인을 포괄한다. 그중 디자인과 관련한 전략은 '생활을 편리하게, 사회문제를 해결하는 디자인'과 '미래 먹거리 창조산업의 전초기지, DDP 운영' 등이 있다.

'생활을 편리하게, 사회문제를 해결하는 디자인' 전략은 시민생활에 적용할 새로운 디자인 영역으로 생활디자인을 활용하는 것이다. 생활디자인은 시민에게 하드웨어나 행사를 제공하는 것이 아니라 도시 자체가 창의적이고 생산적인 원동력을 불어넣을 수 있는 디자인을 제공하는 것이다. 시민과 함께 일상생활에 유용하고 사회문제를 해결하는 디자인을 구현함으로써 디자인을 공유하고 사업을 공모하는 등 공동체와 함께 만들어가는 디자인을 실천한다.

'미래 먹거리 창조산업의 전초기지, DDP 운영'을 통해서는 시민과의 소통으로 일상이 녹아 있는 콘텐츠를 개발해 문화와 관광, 디자인의 융복합 촉매기지를 구현한다. 시민들이 참여해 창조적인 문화활동 공간으로 만들어 동대문디자인플라자만의 유일무이한 콘텐츠를 개발하고자 한다. 동시에 동대문디자인플라자 주변 지역의 패션, 봉제, 원 · 부자재, 귀금속 등 특화산업을 연계함으로써 서울 동북부의 산업중심 기능을 수행하리라 기대한다.

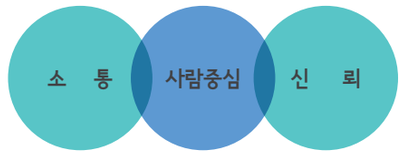
정책비전

시민과 함께, 「더불어 창조하는 문화도시」 서울을 만들겠습니다.

2대 정책목표, 10대 핵심전략

문화로 행복하고 풍요로운 마을살이 지원으로 공동체문화 회복	• 생활권 내 시민들의 문화창조활동 여건 조성 • 마을 곳곳 숨쉬는 도서관·박물관 확충 • 시민이 함께 만들어 가는 문화예술 프로그램 확대 • 시민 건강지킴이, 생활체육 활성화 • 한양도성 유네스코 등재 등 역사문화유산 보존·계승 • 생활을 편리하게, 사회문제를 해결하는 디자인
일자리 창출의 블루오션 창조산업 육성	• 다양한 창작자·작품 지원으로 창조산업의 토대 마련 • 미래 먹거리 창조산업의 전초기지, DDP운영 • 패션봉제·영상·애니산업을 미래 서울의 대표 창조산업으로 육성 • 서울의 역사·문화자원을 활용한 스마트관광 추진

시정기조



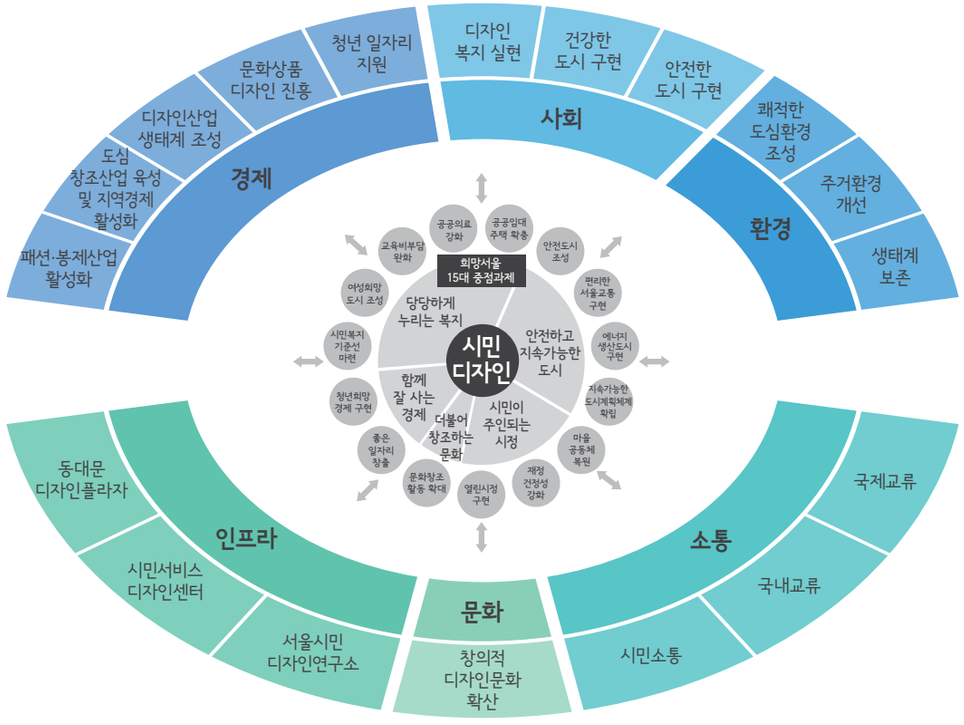
[그림 1-22] 2012년 문화관광디자인본부 정책비전

서울디자인 정책비전은 이와 같은 문화관광디자인본부의 비전 하에 (재)서울디자인재단의 '시민과 함께 만들고 누리는 시민디자인'이라는 비전으로 이어진다. 이에 서울디자인의 정책과 사업은 디자인을 통해 시민의 삶의 질을 높이는 방향으로 진행되었다.

3) 서울디자인 정책전략

현대도시의 다양한 사회문제 해결책으로 '지속가능한 도시 개발'이 21세기 지향해야 할 도시 발전 패러다임으로 자리 잡고 있다. 지속가능한 도시는 자연환경과 인류 보건, 더 나아가 현 세대와 미래 세대 간의 관계를 상호의존적으로 인식하고, 구성원의 친환경적이고 인간적인 삶을 추구한다. 또한 단순한 경제성장으로 인한 사회의 양극화를 지양하고 정신적 빈곤 탈피를 위한 삶의 질 개선을 추구한다. 이렇게 지속가능한 도시 발전은 환경보존에만 집중하는 것이 아니라 '경제, 사회, 환경' 세 가지 정책 영역을 포함한다[4]. 또한 유네스코 세계문화 다양성 선언[5]에서 언급되었듯이 여기에 문화 영역이 추가로 포함된다.

이에 따라 서울디자인 정책은 지속가능한 발전의 정책 영역인 '경제', '사회', '환경'의 영역과 정책 기반 영역인 '소통', '문화', '인프라' 영역으로 크게 영역을 구분할 수 있으며 이 모든 영역은 '시민디자인'을 주요 비전으로 삼고 있다.



[그림 1-23] 희망서울 15대 중점과제와 서울디자인 정책전략

4) UN, World Summit Outcome Document, 2005

5) UNESCO, The Universal Declaration on Cultural Diversity, 2001

한편, 서울디자인 정책은 서울시 전체 정책이라 할 수 있는 희망서울 15대 중점과제와 긴밀하게 연계되어 진행되고 있다. 최근 디자인은 공학적 단계를 넘어 경영학과 인간학 등 각종 학문이 결합되어 시장과 생활을 혁신하는 방향으로 발전하고 있기 때문이다.[6]

구체적으로 예를 들면, 서울시 15대 중점과제 중 '당당하게 누리는 복지'의 과제인 공공임대주택 확충, 공공의료 강화, 교육비부담 완화, 여성희망도시 조성, 시민복지기준선 마련은 서울디자인 정책 영역 중 사회, 문화, 인프라와 연결되어 디자인복지 실현, 창의적 디자인문화 확산 등을 위한 유니버설 디자인 프로젝트, 행복한 디자인나눔, 창의현장체험학습, 시민디자인 연구 등으로 연계되어 추진된다.

'함께 잘사는 경제'의 과제인 청년 희망경제 구현, 좋은 일자리 창출은 디자인 정책의 경제, 인프라 영역과 직접적으로 관련되어 청년 일자리 지원, 지역경제 활성화 등을 위해 청년 등 사회적 기업가 육성, 동대문디자인플라자 운영 준비 등으로 연계된다.

'더불어 창조하는 문화'의 과제인 문화창조활동 확대는 디자인 정책의 문화 영역과 긴밀히 연결돼 어린이와 학부모, 초등학교 교사들을 위한 디자인 교육 프로그램을 제공하고, 시민들을 위한 도시갤러리 프로젝트로 실행된다.

'안전하고 지속 가능한 도시'의 과제인 안전도시 조성, 편리한 서울교통 구현, 에너지생산도시 구현, 지속가능한 도시계획체계 확립은 디자인 정책의 사회, 환경 영역에서 건강한 도시, 안전한 도시 구현, 그리고 쾌적한 도심환경 조성, 주거환경 개선, 생태계 보존과 연결되어 범죄예방 디자인 프로젝트, 서울골목디자인 프로젝트, 빛공해 해소 사업 등으로 연계된다.

마지막으로 '시민이 주인되는 시정'의 과제인 마을공동체 복원, 재정건전성 강화, 열린 시정 구현은 디자인 정책의 소통과 환경 영역에서 시민 소통, 주거환경 개선 등을 전략으로 해 SNS 기반의 소통채널 운영, 주민참여형마을경관 가꾸기 등으로 실행된다.

〈2012 서울디자인백서〉는 이와 같이 희망서울 15대 중점과제와 연계하여 2012년 한 해 동안 추진한 서울디자인 정책의 각 영역별 공공사업을 살펴보았다. 먼저 '경제', '사회 · 문화', '환경'으로 구분하여 2, 3, 4장에서 정책이슈와 함께 그에 따른 전략과 공공사업을 살펴보았다. 그리고 정책개발과 수립을 위한 기반 작업인 시민과의 '소통'은 5장에서, 인프라의 영역이자 지속가능한 도시발전 영역을 모두 아우르는 공간인 '동대문디자인플라자(DDP)'는 6장에서 살펴보았다.

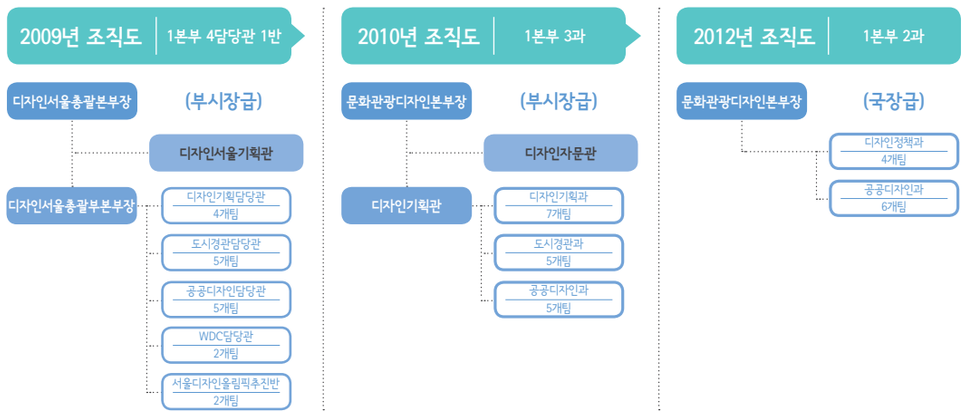
6) 서울연구원, 「디자인서울 10개년 중장기 발전계획 수립 연구」, 서울시, 2010

1.3 서울디자인 조직과 예산

현재 서울디자인 정책은 서울시의 여러 부서들 중에서도 문화관광디자인본부의 디자인정책과와 공공디자인과, 그리고 출연기관인 (재)서울디자인재단이 주도하고 있다.

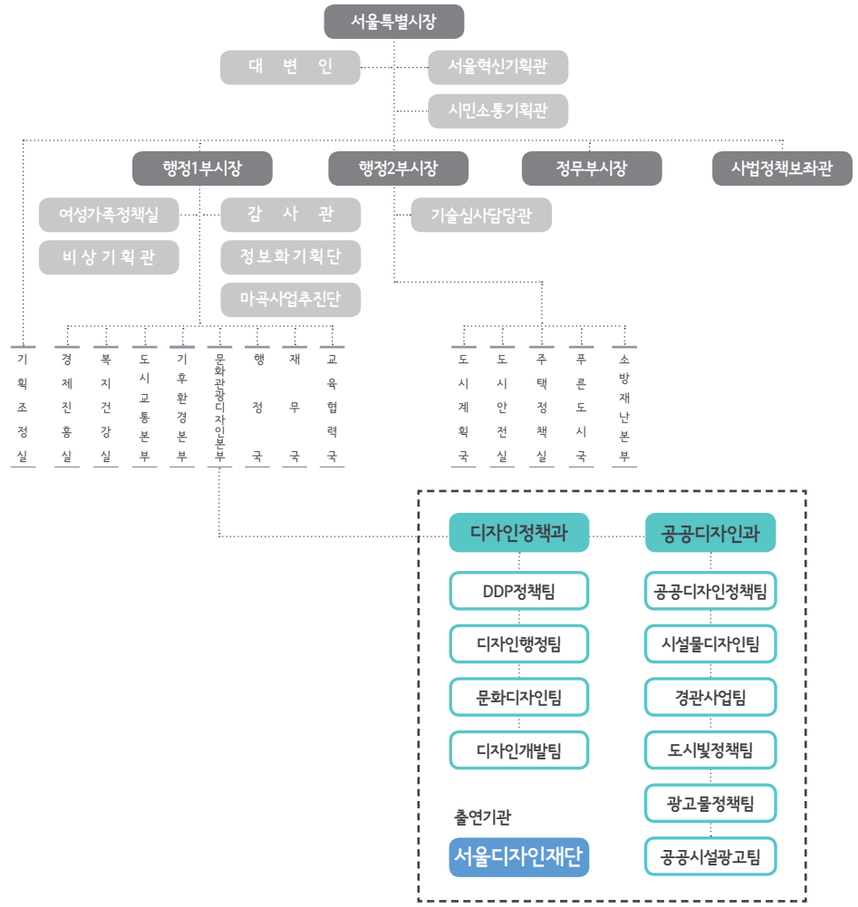
제1기부터 3기까지 서울시 디자인 조직의 변화를 살펴보면 제1기에는 1본부 4담당관 1반 18팀, 제2기에는 1본부 3과 17팀, 그리고 현재 3기에는 1본부 2과 10팀으로 변화했음을 알 수 있다. 현재 서울시의 디자인 조직의 규모는 이전보다는 외형적인 규모는 줄어들었으나 전문적인 분야는 출연기관인 (재)서울디자인재단이 전담하게 하고, 서울시는 주요 정책을 개발하고 총괄하는 방향으로 조직을 효율화하고 있다.

2012년 현재 서울시의 디자인 관련 전담 조직인 '디자인정책과'와 '공공디자인과'는 서울디자인 제1기와 제2기에 이어 공공디자인부문 가이드라인을 관리 · 강화하고, 시민의 일상생활과 직결된 생활 편의 디자인, 사회문제를 해결하는 디자인 등을 연구 · 개발하며 디자인산업 생태계를 조성하는 데 주력하고 있다. 물론 이 두 부서만이 서울시의 디자인 업무를 담당한다고는 할 수 없지만[7] 서울시의 디자인 정책의 중심은 위의 두 과라고 할 수 있다.



[그림 1-24] 서울시 디자인조직 변화

그리고 서울시 산하의 (재)서울디자인재단은 서울시가 디자인 산업 발전을 목적으로 출연한 기관으로 동대문디자인플라자 운영과 관련한 사업을 담당하면서 서울시의 디자인산업 및 문화 확산에 필요한 사업을 수행하고 있다.



[그림 1-25] 2012년 서울디자인 정책 주 담당부서

7) 디자인 전담부서 외 일부 디자인 관련 업무를 수행하는 부서 중에는 '경제진흥실 산업경제정책관 경제정책과', '문화관광디자인본부 문화산업과' 등이 있다.

1) 문화관광디자인본부 디자인 부서

서울시 문화관광디자인본부의 디자인 전담 부서는 '디자인정책과'와 '공공디자인과'가 있다. 디자인정책과는 DDP정책팀, 디자인행정팀, 문화디자인팀, 디자인개발팀까지 4개 팀으로 구성돼 있다. 디자인정책과는 시민 삶의 질 향상, 디자인 산업의 경쟁력 강화, 새로운 디자인 비즈니스 창출을 위한 사업을 기획한다. 이와 함께 DDP 운영 준비, (재)서울디자인재단 지원, 서울상징체계 관리, 범죄예방 디자인 프로젝트, 유니버설 디자인 개발 등의 사업을 추진하고 있다.

[표 1-1] 디자인정책과 조직 및 업무내용

구분	업무내용
DDP정책팀	• 디자인종합계획, DDP 역점사업 추진 총괄
디자인행정팀	• 서울디자인재단, 서울디자인지원센터 • 서울디자인센터, 유네스코 디자인 창의도시_서울 운영 • 디자인나눔사업, 디자인산업육성정책 추진
문화디자인팀	• 서울상징 체계 유지 및 관리 • 서울디자인 한마당 및 WDC 관련 사업 자료관리 • 도시시설물, 디자인자산에 관한 사무 • 디자인관련비영리법인 설립 등록 • 광화문해치숍 매장운영 지원
디자인개발팀	• 범죄예방백신 디자인 프로젝트 • 자원뱅크 구축 및 운영 • 복지시설 유니버설디자인 가이드라인 개발 • 유니버설디자인 컨설팅 • 공공디자인 간행물 '디자인서울' 발간

그리고 공공디자인과는 공공디자인정책팀, 시설물디자인팀, 경관사업팀, 도시빛정책팀, 광고물정책팀, 공공시설광고팀까지 6개 팀으로 구성돼 있다. 공공디자인과는 도시 공공디자인의 수준 향상과 쾌적한 도시환경 조성, 그리고 디자인서울에 대한 시민만족도 향상을 위해 서울시민디자인위원회와 디자인서울 모니터단, 디자인서울클리닉 운영, 디자인서울 가이드라인, 서울우수공공디자인 인증제, 빛 공해 해소 사업과 광고물, 공공시설광고물 관리 사업 등을 추진하고 있다.

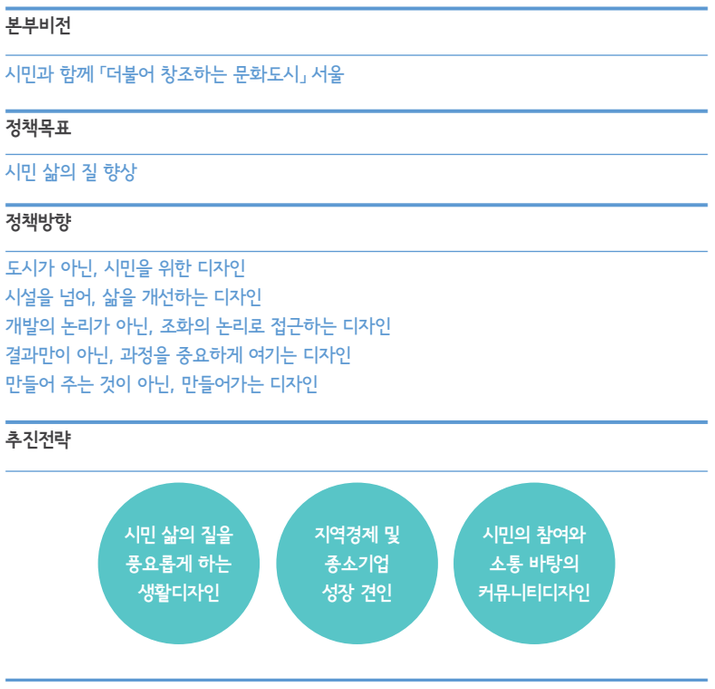
[표 1-2] 공공디자인과 조직 및 업무내용

구분	업무내용
공공디자인정책팀	• 서울시민디자인위원회 및 제1·2실무위원회 운영 • 서울 도시디자인 해외통신원 운영 • 디자인서울 가이드라인 운영, 디자인서울모니터 운영 • 도시디자인 기본계획 수립 및 법령 관련 업무 • 공사용 임시시설물 디자인가이드라인 운영
시설물디자인팀	• 공공시설물 디자인 정책 개발에 관한 사항 • 서울시 우수공공디자인 인증제, 디자인서울클리닉 운영 • 공공시설물 표준형 디자인 개발 • 공공디자인 공모전(시민/전문가) 및 시범 설치 • 서울시 안내표지판 외국어 표기 개선 • 공공디자인 교육자료 제작 및 보급 • 지하철역사 환경디자인 가이드라인 운영
경관사업팀	• 도시경관 가꾸기 사업 총괄 • 경관협정 사업총괄 • 도시경관사업 승인에 관한 사항 • 경관협정 인가에 관한 사항 • 도시경관사업 및 협정사업 사후평가 관련 사항 • 디자인서울거리 관련 업무
도시빛정책팀	• 빛공해방지법, 조례, 규칙 등 법규 운영 • 도시 빛환경 정책수립 및 빛 인프라 정비 • 서울시민디자인위원회(제3실무위원회, 빛공해방지위원회)운영 • 서울한양도성 경관조명 유지관리 개선 • 스마트그리드 조명도시 구축 및 조은빛상 운영 • 국제도시조명연맹(LUCI) 협력사업
광고물정책팀	• 옥외광고물 시책 및 기본계획 관련 사항 • 광고물관리 및 디자인심의위원회 운영 • 옥외광고물 특정지역 지정 및 고시 관리 • 간판이 아름다운 거리 관련 사항 • 좋은간판 발굴·확산 관련 사항, 서울 좋은간판 개발·보급 • 불법광고물 정비 관련 사항
공공시설광고팀	• 공공시설물 이용 광고 가이드라인 수립·운영 • 공공시설 이용 광고물 전수조사 • 광고 공간 신규 발굴

(1) 비전과 전략

서울시 디자인 정책을 총괄하는 디자인정책과는 '더불어 창조하는 문화도시 서울'이라는 문화관광디자인본부 정책비전 아래 '시민 삶의 질 향상'을 정책목표로 하고 있다. 정책방향은 '도시가 아닌 시민을 위한 디자인', '시설을 넘어 삶을 개선하는 디자인', '개발의 논리가 아닌 조화의 논리로 접근하는 디자인', '결과만이 아닌 과정을 중요하게 여기는 디자인', '만들어주는 것이 아닌 만들어가는 디자인' 등 5개 방향으로, 시민 삶과 직결되면서 시민과의 적극적인 소통을 기반으로 하는 디자인 시정을 추구한다.

추진전략도 '생활을 편리하게, 사회문제를 해결하는 디자인'이라는 본부의 전략을 따라 '생활디자인으로 시민 삶의 질을 풍요롭게'하는 데에 집중하고, 디자인을 통해 '지역경제와 중소기업을 성장'시키는 데 힘쓰고자 한다. 더불어 '시민 참여와 소통을 바탕으로 한 커뮤니티 디자인'을 추구하여 시민과 함께 문제를 진단하고 디자인을 매개로 해결책을 찾아가는 커뮤니티디자인을 실현한다는 전략도 수립했다.



[그림 1-26] 2012년 디자인정책과 정책목표

(2) 예산

2012년 초, 문화관광디자인본부는 서울시 전체 예산 21조 7,829억 원 중에서 2.2%에 해당하는 4,713억 원[8] 을 지정받았다. 그중에서 디자인 부서의 예산은 5.1%에 해당하는 약 24,119백만 원으로 전년도 대비 약 53% 정도의 예산 규모이다.

2012년 예산을 분석해 보면 전체 디자인 부서의 예산 내에서는 디자인정책과가 약 68%, 공공디자인과가 나머지 32%를 사용해 디자인 공공사업을 꾸려갔다. 비중이 큰 순서대로 살펴보면, 디자인 역량 강화 등에 약 46%, 도시경관재정비 등에 약 28%, 디자인산업 육성과 관련하여 약 22%, 공공디자인선도 및 표준화 추진 등에는 약 4%의 예산이 책정되었다.

디자인 역량 강화 분야의 예산은 (재)서울디자인재단 운영비용의 비중이 가장 컸다. 그리고 도시경관 재정비 등에 소요된 예산은 간판이 아름다운 거리 조성, 소외 · 낙후 지역 생활환경 개선 사업에 가장 많이 투입되었다. 디자인산업 육성 등에 관련한 예산은 순서대로 4대 디자인 클러스터 운영비, 디자인 기업 마케팅 지원, 서울디자인센터 지원에 가장 많이 사용되었다.

8) 문화관광디자인본부, 주요 업무보고, 서울시, 2012년 2월

[표 1-3] 서울시 문화관광디자인본부 디자인 부서 예산

(천원 / 9월~10월 기준)

구분	2012 예산
디자인정책(68%)	**16,604,425**
디자인 역량 강화	**11,321,800**
도시갤러리 프로젝트	243,776
디자인서울 홈페이지 유지보수	50,000
미술장식심의위원회운영	57,289
서울상징 해치 종합마케팅	70,000
유네스코 디자인 창의도시 서울 추진	953,000
동대문디자인플라자 운영준비	430,000
재단법인 서울디자인재단 운영	8,132,596
서울디자인자산	219,300
글로벌디자인도시협의체 운영	104,030
어린이창의력캠프	110,000
문화관광해외통신원 운영 및 공공디자인 간행물 발간	96,934
리폼을 통한 녹색나눔	480,000
유니버설 복지환경 개발 및 지원	374,875
디자인산업 육성 등	**5,282,625**
DMC창업센터 운영	619,100
마포강남구로디자인센터 운영	2,738,595
우수 아이디어 제품화	327,930
디자인기업 마케팅 지원	997,000
서울디자인센터 지원	600,000
공공디자인(32%)	**7,681,922**
도시경관 재정비 등	**6,902,550**
소외 낙후지역 생활환경 개선	2,420,000
마을가꾸기	140,000
간판이 아름다운 거리 조성	3,403,550
좋은간판 선정	85,000
광고물관리 심의위원회 운영	16,000
옥외광고물 전수조사 및 관리시스템 구축	720,000
서울성곽 경관조명 유지관리	100,000
조명분야 국제도시 협력강화	18,000
공공디자인 표준화 등	**779,372**
공공시설물 공모전 및 표준형디자인 개발	296,700
서울시민디자인위원회 운영	197,206
서울우수공공디자인 인증제 및 디자인서울 클리닉	263,160
서울 도시디자인 해외통신원 운영	22,306

출처 : 디자인정책과, 2012년 세출예산 현황, 서울시, 2012년 9월
공공디자인과, 2012년 업무보고, 서울시, 2012년 10월

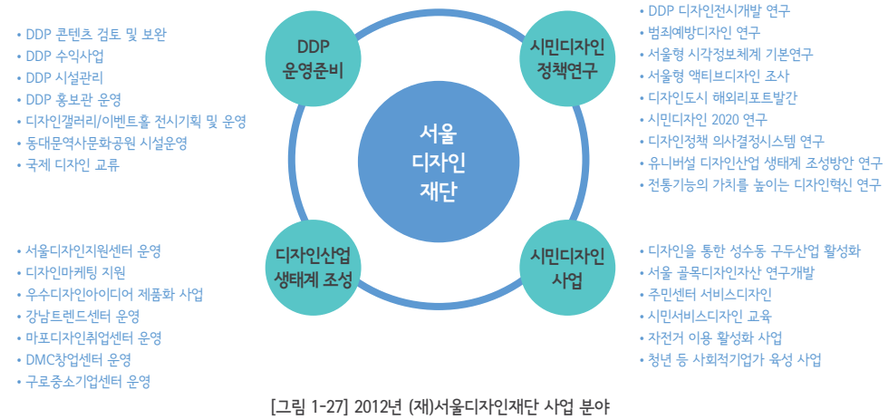
2) (재)서울디자인재단

(재)서울디자인재단은 2009년 3월 2일 출범한 서울시 출연기관이다. 동대문디자인플라자를 기반으로 서울의 디자인산업 진흥과 디자인문화 확산에 필요한 각종 사업을 통해 서울의 디자인 경쟁력을 국제적 수준으로 향상시키기 위해 '민법 제32조 및 비영리법인의 설립 및 감독에 관한 규칙 제4조', '서울특별시 재단법인 서울디자인재단 설립 및 운영조례'에 의해 설립되었다.

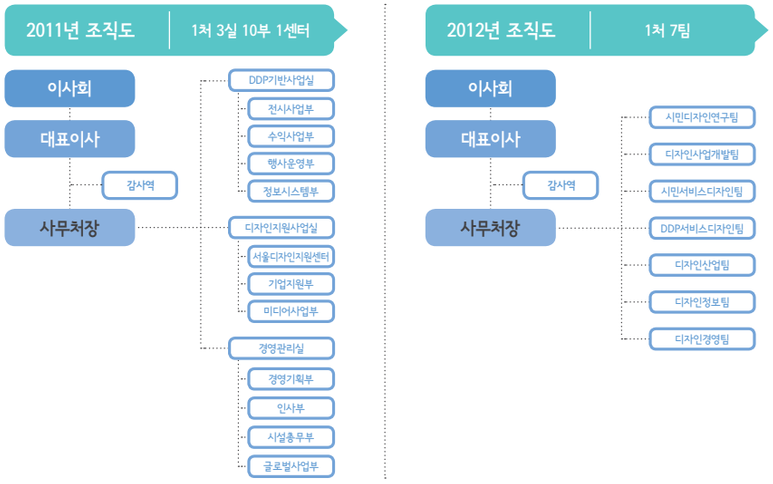
[표 1-4] (재)서울디자인재단 설립현황

설립 근거	민법 제32조 및 비영리법인의 설립 및 감독에 관한 규칙 제4조 서울특별시 재단법인 서울디자인재단 설립 및 운영 조례	
설립 목적	서울의 디자인산업 진흥 및 디자인문화 확산에 필요한 각종 사업을 통해 서울의 디자인 경쟁력을 국제적 수준으로 향상	
설립 연혁	2008. 09	재단법인 서울디자인재단 설립 및 운영조례 제정
	2008. 12	서울디자인재단 법인 설립(초대 이사장 권영걸)
	2009. 03	서울디자인재단 출범(초대 대표이사 심재진, 직원 32명 임용)
	2009. 10	동대문역사문화공원 개장
	2011. 09	서울디자인지원센터 개관
	2012. 01	제2대 이사회 출범(이사장 안상수)
	2012. 03	제2대 대표이사 취임(대표이사 백종원)

서울디자인재단의 주요 업무는 동대문디자인플라자를 거점으로 서울디자인의 경쟁력 향상을 위한 공공사업의 추진이다. 초기에는 동대문디자인플라자의 구축 준비와 운영, 서울디자인지원센터를 중심으로 한 4대 디자인 클러스터 지원 사업 등을 주요 사업으로 진행했다. 한편, 서울디자인재단은 2012년에 서울시 정책 변화 및 제2대 이사회 출범 등으로 조직의 큰 변화가 있었는데 '시민' 중심의 시책 변화에 발맞춰 디자인산업 지원 외에 시민디자인 정책 발굴, 디자인문화 확산을 위한 시민 공공사업 수행이 추가되어 조직을 개편하였다.



[그림 1-27] 2012년 (재)서울디자인재단 사업 분야



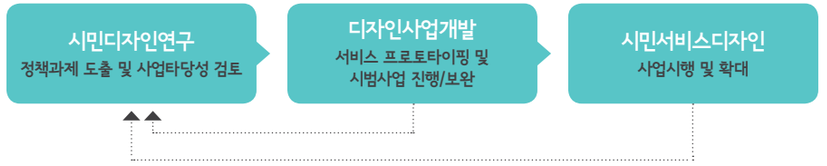
[그림 1-28] (재)서울디자인재단 조직 변화

서울디자인재단은 2012년도에 시민에게 더욱 다가가는 디자인 정책과 사업을 실행하기 위해 '시민서비스디자인팀', '시민디자인사업개발팀' 등 시민서비스디자인에 대응할 수 있는 팀을 신설하고 조직을 간소화하였다. 그 결과 2012년 12월 기준으로 서울디자인재단은 시민디자인연구팀, 시민디자인사업개발팀, 시민서비스디자인팀, DDP서비스디자인팀, 디자인산업팀, 디자인정보팀, 디자인경영팀까지 총 7팀 1감사역으로 조직 · 운영됐다.

[표 1-5] (재)서울디자인재단 조직 및 업무내용

구분	업무내용
시민디자인연구팀	• 서울시민디자인정책연구 • 글로벌디자인도시협의체, 유네스코 디자인 창의도시 • 국제업무, 해외 유관기관과 MOU 협약체결 등
시민디자인사업개발팀	• DDP 개관행사 및 이벤트 • 도심창조디자인 산업 프로젝트 • 외부 민간자원 기부·기탁 유치
시민서비스디자인팀	• DDP 고객개발 서비스 관리 • 공공디자인, 시민서비스디자인 가이드라인 개발 • 창의디자인교육, 사회적기업가 육성사업 • 유니버설 디자인, 범죄예방 디자인, 그린디자인 사업
DDP서비스디자인팀	• DDP 콘텐츠 및 프로그램 기획·설계 및 구축 • DDP 건축 및 인테리어 기획 및 운영 • DDP 대관 및 편의시설 운영, 회원/수익사업 개발 • 동대문역사문화공원 운영
디자인산업팀	• 서울디자인지원센터, 구로/마포/강남/DMC센터 운영 • 디자인마케팅지원, 우수디자인(아이디어) 제품화
디자인정보팀	• DDP 정보화사업 기획 및 정보시스템 구축 • 정보 보호, 전산인프라, 통신 관리 및 운영 • 광고 · 홍보, 뉴미디어 홍보채널 운영
디자인경영팀	• DDP 조직 및 재정계획 수립 • 경영기획/예산/총무/재무회계/인사/교육 등 지원

서울디자인재단의 실행 체계는 3개의 축인 시민디자인연구, 디자인사업개발, 시민서비스디자인으로 나뉘어 이루어진다. 각 정책과제는 연구를 통해 타당성을 검토하고 검증된 과제는 사업개발 단계에서 시범사업으로 진행하며 발견되는 문제점을 보완한다. 이를 통해 완성된 디자인 사업은 마지막 시민서비스디자인으로 확대 시행되는데, 여기에서 발생하는 문제점이나 보강사항은 다시 연구로 적용되어 새로운 정책과제를 발굴하고, 중장기적인 정책방향을 제시한다.



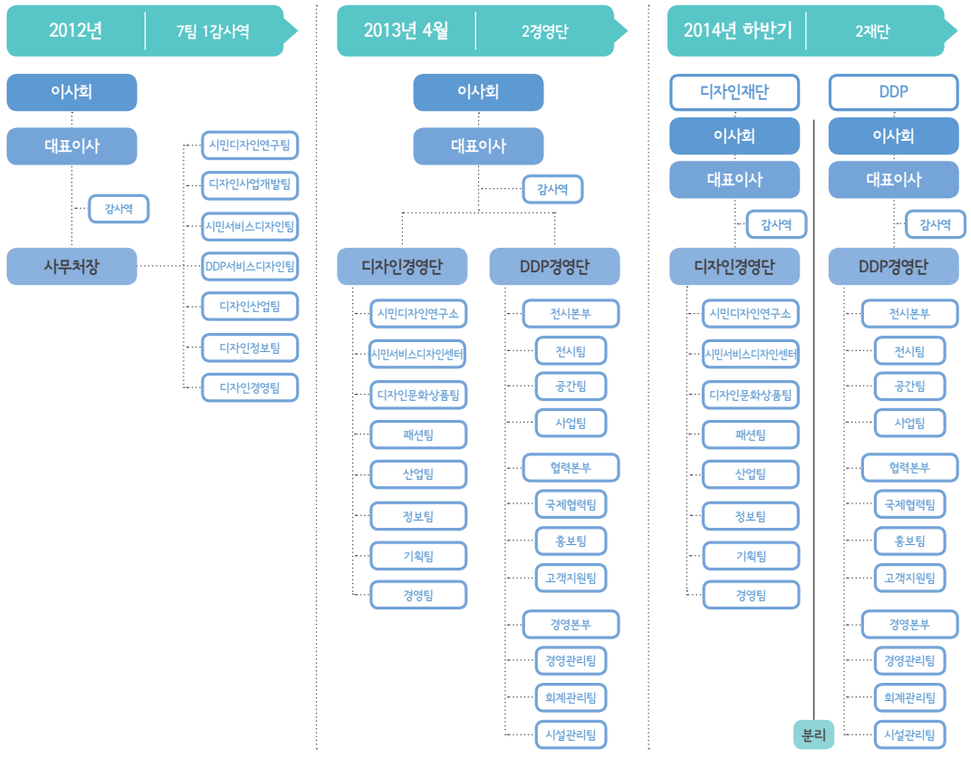
[그림 1-29] (재)서울디자인재단 사업 실행체계

2012년 기준 서울디자인재단의 주요 관리 시설로는 동대문디자인플라자와 서울디자인지원센터, 4대 디자인 클러스터인 강남트렌드센터, 구로중소기업센터, 마포디자인취업센터, DMC창업센터가 있다. 2013년부터는 DMC창업센터를 제외한 강남, 구로, 마포 센터는 효율적인 운영을 위해 서울디자인지원센터를 중심으로 통합된다.

[표 1-6] 서울디자인지원센터와 4대 디자인 클러스터 운영현황

시설	서울디자인지원센터	강남트렌드센터	구로중소기업센터	마포디자인취업센터	DMC창업센터
기능	디자인 지원사업 중심역할	디자인트렌드산업 선도역할	중소기업 디자인 지원	디자인기업 및 신진디자이너 지원	차세대 디자이너 창작공간 및 프로그램 제공
소재지	종로구 율곡동	강남구 신사동	구로구 구로동	마포구 동교동	DMC첨단산업센터
개소일	'11.09.06	'08.01.30	'09.11.30	'08.04.07	'08.10.27
통합일	-	'13.02.24	'13.02.24	'13.01.08	-

서울디자인재단은 향후 효율적인 사업 운영을 위해 조직적으로는 2단계를 거쳐 대대적인 개편을 할 예정이다. 먼저 1차로 2013년 4월에 기존 서울디자인재단을 '디자인경영단'과 'DDP경영단'으로 크게 이원화하고 궁극적으로 2014년에는 DDP 개관 및 운영준비 강화를 위해 DDP 관련 조직을 분리할 예정에 있다.



[그림 1-30] (재)서울디자인재단 조직개편 체계도

(1) 비전과 전략

(재)서울디자인재단의 비전은 '시민과 함께 만들고 누리는 시민디자인'으로 서울시 비전인 '함께 만드는 서울, 함께 누리는 서울'의 맥락을 잇고 있다.

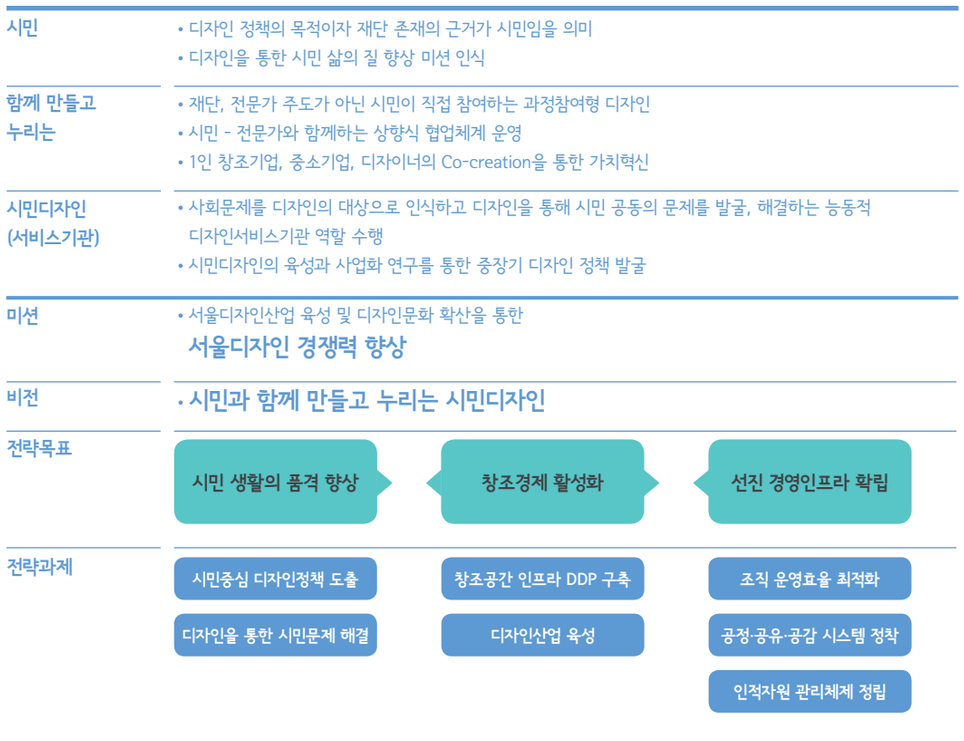
'시민과 함께 만들고 누리는 시민디자인'에는 각각의 의미와 실천방법이 담겨 있다. 먼저 '시민'은 디자인 정책의 목적이자 서울디자인재단이 존재하는 근거가 시민임을 상기시키고, 디자인을 통한 시민 삶의 질 향상을 목표로 인식함을 뜻한다.

'함께 만들고 누리는'은 서울디자인재단의 비전 실행방법으로, 정책 수립과 공공사업 추진에 있어 상향식 협업체계로 운영함을 의미한다. 상향식 협업체계란 재단의 혁신적 실행방법 중 하나로, 정책기관의 단일적인 주도로 정책을 수립하던 방식에서 벗어나 정책 수립 과정의 시작부터 결정까지 시민과 전문가의 참여를 적극 도모해 정책을 수립하는 운영방식이다. 또 디자인산업 영역에서의 1인 창조기업, 중소기업, 디자이너의 공동 창조를 통한 가치혁신을 포함한다.

'시민디자인'은 서울디자인재단이 서비스기관으로서, 사회문제를 디자인의 대상으로 인식하고 디자인을 통해 시민 공동의 문제를 발굴하여 해결하는 역할을 수행하겠다는 의지가 담겨 있다. 지속적인 시민디자인의 육성과 사업화 연구를 통해 중장기적인 서울디자인 정책의 방향을 제시하고자 한다.

이러한 정책비전은 사회적으로 높아진 시민의 참여 욕구, 안전과 재난 등 문제를 해결하는 디자인의 필요성 증대, 경제적 측면에서 디자인 시장의 확대와 디자인 주도 산업융합이 활성화, 내부적으로 경영효율화를 위한 인프라의 선진화 필요 등 다양한 정책 환경을 반영한 결과다.

'시민과 함께 만들고 누리는 시민디자인' 정책비전을 실행하기 위해 서울디자인재단이 수립한 3대 전략목표는 '시민생활의 품격 향상', '창조경제 활성화', '선진 경영 인프라 확립'이다. 각각의 전략과제로는 '시민중심 디자인 정책 도출', '디자인을 통한 사회문제 해결', '창조공간 인프라 DDP 구축', '디자인산업 육성', '조직 운영효율 최적화', '공정·공유·공감 시스템 정착', '인적자원 관리체계 정립'이 설정되었다.



[그림 1-31] 2012년 (재)서울디자인재단 정책비전

(2) 예산

2012년 (재)서울디자인재단은 출연금과 자체수입을 포함하여 총 예산 약 14,940백만 원을 확보하였다. 여기에서 일반관리비를 제외하고 디자인 관련 사업에 사용된 순수 예산은 약 8,531백만 원이다.

서울디자인재단이 2012년 한 해 동안 가장 많은 예산을 소요한 곳은 디자인산업 강화와 관련한 경제 부문이다. 서울디자인지원센터와 4대 디자인 클러스터 운영, 디자인 마케팅 지원, 청년 사회적기업 육성 등 디자인산업 육성과 관련하여 전체에서 약 63%의 예산을 사용했다.

다음으로 비중이 큰 순서는 동대문디자인플라자 운영 준비와 동대문역사문화공원 운영, 홍보마케팅에 약 26%, 시민디자인 사업과 도시갤러리, 어린이창의력디자인 교실과 같은 사회 부문에 약 5%, 국제적 협력 구축에 약 3%의 예산이 각각 소요되었고 마지막으로 서울디자인자산사업(골목) 등과 같은 환경 부분에 2%의 예산이 사용되었다.

[표 1-7] (재)서울디자인재단 예산

(천원 / 9월 말 기준)

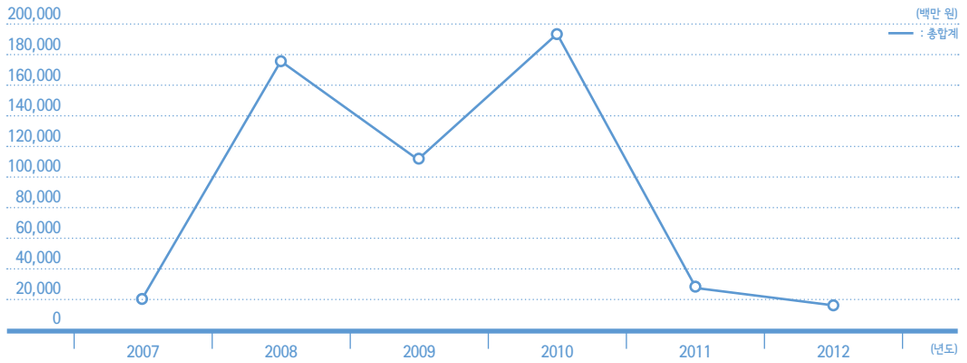
사업구분	2012 예산
합계	14,939,630
디자인인프라구축	2,910,092
DDP 운영준비 (7.7%)	623,020
동대문역사문화공원 운영 (12.7%)	1,064,072
서울디자인지원센터 (5.7%)	472,000
시민디자인 사업 (3.4%)	274,000
홍보마케팅 (5.8%)	477,000
디자인 역량 강화, 디자인산업 육성 등	5,621,077
마포디자인취업센터 (5.6%)	453,595
강남트렌드센터 (5%)	400,000
구로중소기업센터 (22.2%)	1,885,000
DMC창업센터 (7.5%)	619,100
디자인마케팅지원 (8%)	997,000
우수디자인 아이디어 제품화 (4.2%)	327,930
글로벌디자인도시협의체 (1.3%)	97,000
유네스코 디자인 창의도시 (2.2%)	173,052
도시갤러리 (1.2%)	75,000
서울디자인자산사업(골목) (2%)	150,000
어린이창의력디자인 교실 (0.3%)	21,000
청년 등 사회적기업가 육성 (5.2%)	422,400
일반관리비	6,408,461

1.4 서울디자인 전망

1) 서울디자인 정책 변화

2007년에 본격적으로 시작한 서울디자인 정책은 제1기 '도시환경 개선', 제2기 '디자인산업 육성'에 중점을 두는 단계를 거쳐 2012년부터는 시민의 참여와 소통을 중요하게 다루는 '시민디자인'에 역점을 두고 있다. 서울디자인 정책의 변화 양상을 2007년부터 2012년까지 전체 예산과 영역별 분배를 통하여 살펴보았다.

2007년 이래로 서울디자인 정책과 관련되어 사용된 예산을 종합하면 아래와 같은 추이를 확인할 수 있다. 2007년도부터 본격적으로 시작된 서울디자인과 관련한 예산 규모는 2011년에 급격히 줄었으나, 이는 서울디자인 정책에 대한 관심이 줄었다기보다 공사나 행사 관련한 예산이 줄고 사회문제 해결 등 예산 투입대비 효과가 큰 분야의 사업이 늘어나는 등 주력 분야에 대한 예산 배분이 달라지면서 효율성이 큰 쪽으로 사업의 재편성이 이뤄졌다고 볼 수 있다.



출처: 2007~2009 디자인서울총괄본부 업무보고 및 2010~2012 문화관광디자인본부 업무보고

[그림 1-32] 서울디자인 사업 연간 예산 추이(2007~2012년)

매년 사업들을 '경제', '사회', '문화', '환경[9]", 'DDP', '소통' 등 영역별로 나누어 분석하면 [그림 1-33]과 같은 추이가 나타난다. 여기에서 시설 정비와 공사 등 기본 예산 규모가 커서 타 사업과 정량적 비교가 어려운 사업[10]은 제외했다.

9) DDP 관련 예산은 건축비용을 제외한 DDP 운영 준비를 위한 예산이다.
10) 디자인서울거리 조성 사업은 디자인 영역뿐만 아니라 시설 정비와 공사비용이 포함되어 타 사업과의 비교 대상에서 제외했다.



[그림 1-33] 서울디자인 사업 영역별 예산 추이(2007~2012년)

서울디자인 사업에 대한 영역별 예산 추이를 분석하면 '경제' 영역의 디자인 사업은 주로 '디자인산업 생태계 조성'과 관련 사업들이 큰 비중을 차지한다. 예산 규모는 2010년에 '서울디자인지원센터'를 구축하고 시설을 보강하는 공사비 등으로 인해 큰 폭으로 증가한 것을 제외하면 2007년부터 지금까지 비교적 일정 규모를 유지하고 있다.

'사회' 영역의 디자인 사업은 거의 전무하다가 2010년부터 시민복지에 대한 관심이 커지고 '유니버설 디자인', '범죄예방 디자인' 등 시민 사회문제 해결을 위한 사업이 활발해지면서 이에 대한 예산 투입이 조금씩 늘어나는 추세다.

'문화' 영역의 디자인 사업에는 '세계디자인수도'나 '서울디자인 한마당'처럼 디자인 인식의 확산을 위한 전시와 행사, 그리고 도시 브랜드 가치 확산을 위한 사업 등이 포함돼 있다. 특히 이런 사업들은 2008~2010년에 집중되어 이때 많은 투자가 이뤄졌고, 2010년 이후 규모가 큰 폭으로 줄어들고 있다. 이는 디자인 사업에 대한 예산 투자가 시민 생활의 직접적인 개선을 위한 분야로 이동했기 때문이라 판단할 수 있다.

'환경' 영역의 디자인 사업은 2007년 이후 증가해 2010년까지 지속되다가 어느 정도 투자가 이루어진 후부터 하향세를 보이고 있다. 이는 서울디자인 정책 제1기의 중점 분야인 '환경' 영역에서 기초 비용이 많이 소모됐으며, 기본적인 안정이 이루어진 이후에는 다른 분야에 대한 균형적인 분배가 필요했던 이유라고 볼 수 있다. 하지만 여전히 가장 큰 규모의 투자는 '환경' 영역에서 이루어지고 있다.

'DDP' 운영 관련 예산은 2008년 이래 소폭 하향세를 이루고 있다. 그러나 타 예산에 비해서는 비슷한 수준을 유지한다고 볼 수 있다. 또 '소통'과 관련한 예산은 기복은 있지만 일정 수준을 유지하고 있다.

이렇게 서울디자인 정책과 관련한 영역별 예산은 시기별 정책 방향에 따라 좌우되는 등 큰 폭의 변화가 있었다. 하지만 앞으로 디자인 정책이 자리를 잡아갈수록 영역별로 안정적이고 균형 있는 예산 투입이 이루어져야 할 것이다.

2) 서울디자인 정책 방향

1장에서 살펴본 바와 같이 서울디자인 정책은 디자인 정책 기반을 마련한 제1기를 거쳐, 국제적 위상을 강화하고 디자인산업 활성화 기반을 마련한 제2기를 지나 시민과 함께 만들고 누리는 시민디자인이 주를 이루는 제3기에 이르고 있다.

	제 1 기 (2007년 5월 ~ 2009년 5월)	제 2 기 (2009년 6월 ~ 2011년 10월)	제 3 기 (2011년 11월 이후)
비전	하드시티에서 소프트시티로	시민고객을 배려하는 디자인	더불어 창조하는 문화도시 (시민과 함께 만들고 누리는 시민디자인)
대표사업	• 5개 분야 공공디자인 가이드라인 제정 • 디자인서울거리 조성 • 도시상징체계 마련 • 세계디자인수도 2010 지정 • 서울디자인올림픽 2008 개최	• 공공디자인 가이드라인 강화 • 디자인산업 활성화 기반 조성 • 유네스코 디자인 창의도시_서울 선정 • 서울디자인 한마당 개최 • 동대문디자인플라자 운영 준비	• 도심 창조산업 육성 및 지역 경제 활성화(성수동 구두산업) • 동대문디자인플라자 운영 기반 마련 • 범죄예방 디자인 프로젝트 (마포구 염리동, 가양동 공진중학교)
성과	디자인 정책 기반 마련	국제적 위상 강화	시민디자인 및 사회문제를 해결하는 디자인 도입

[그림 1-34] 서울디자인 정책 대표사업과 성과

이러한 단계를 거쳐가며 서울디자인의 역할은 시민의 경제 · 사회 · 환경 문제를 해결하는 등 더욱 더 확대되고 있다. 종전의 환경을 개선하고 산업을 육성하는 차원을 넘어 창조 경제를 주도하고 사회문제를 해결하며 가치를 창출하는 영역에까지 그 역할이 확장되는 것이다. 앞에서 본 바와 같이 서울의 디자인 정책은 '경제', '사회', '환경' 등 지속가능하고 일반적인 정책의 영역을 따른다. 또한 이를 아우르면서 기본이 될 '인프라'의 영역과 이를 활발히 발전시키는 '문화'와 '소통'의 영역이 밑바탕을 이룬다. 이 6개 영역은 서울시 전체 정책이라고 할 수 있는 희망서울 15대 중점과제와도 긴밀하게 연계가 된다.

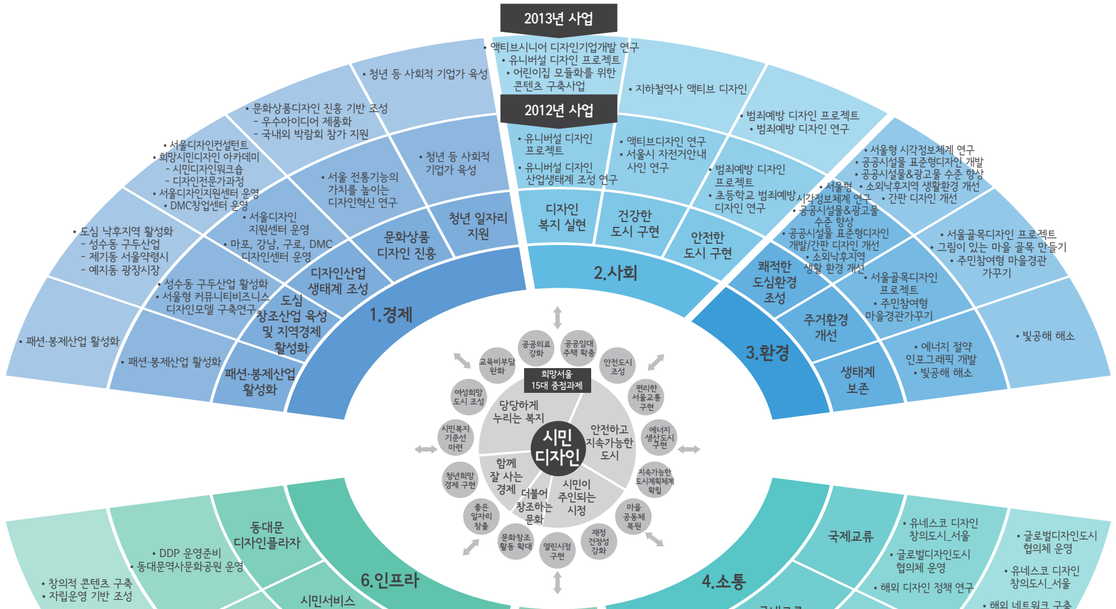
그리고 이제는 디자인 정책의 한 영역에만 치중하거나 예산이 편중되지 않도록 '경제', '사회', '환경' 등 각 영역으로 균형 있는 발전을 도모하고 있다.

2012년 이래로 서울디자인 정책은 시민 삶의 질을 높이기 위한 '시민디자인'에 역점을 두고 있다. '시민디자인'이란 시민이 디자인의 중심으로서 그 방향, 결정, 향유에서 주도권을 갖는 것을 의미한다. 이는 전시주의, 권위주의, 전문가주의를 지양하고 디자인 민주주의를 실현하는 것이다. 구체적으로는 디자인 정책에 대한 방향을 관 중심에서 시민 중심으로, 외형적 목표에서 시민 생활 내부로, 전문가에 의한 일방적인 공급에서 시민 참여에 의한 생산으로 전환하는 것을 의미한다. 이러한 시민 중심의 정책은 시민의 참여와 협력을 통하기 때문에 지속가능한 디자인 정책을 만들어나가는데 중요한 작용을 한다.

특히, 2012년 서울디자인 정책에서는 '시민디자인'이라는 비전을 처음으로 도입하여 '디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?'라는 직접적인 서울디자인 정책의 소통 통로를 만들어 적극적으로 시민의 의견을 반영하고자 노력하였다. 뿐만 아니라 '시민디자인'이라는 비전은 각 정책의 영역에서 구체적으로 적용되고 실현되고 있으며 앞으로도 지속적으로 이어져 나갈 것이다.

2013년 서울디자인 사업은 2012년도에 이어 '시민디자인'이라는 비전을 토대로 '경제', '사회', '환경'의 기본정책 영역과 '인프라', '문화', '소통'의 영역별로 '디자인 복지 실현', '디자인산업 생태계 조성' 등 여러 사업이 더 확대되고 발전되어 시행될 예정이다. 시민서비스디자인센터와 서울시민디자인연구소가 설립되어 DDP와 함께 디자인 정책 '인프라'의 역할을 할 것이다. 또한 '경제' 영역에서는 도심창조산업 육성 및 지역경제 활성화를 위한 사업이 규모나 지역 면에서도 확대되어 시행되고 새롭게 문화상품디자인 진흥 기반이 조성될 예정이다. '사회' 영역에서는 유니버설 디자인 프로젝트, 범죄예방 디자인 프로젝트, 액티브 디자인 관련 사업이 지속된다. 또한 '환경' 영역에서는 주거환경을 개선하고 쾌적한 도심환경 조성, 생태계 보존을 위한 사업들이 시행될 것이다. '문화' 영역에서는 창의적 디자인문화 확산을 위한 프로그램이, 이를 위한 '소통'은 국내외적으로 더욱 확대될 것이다.

이에 따라 '경제', '사회', '환경', '인프라' 등 각 영역 및 전략에 따른 서울디자인 사업의 흐름과 전망을 자세히 살펴보면 다음과 같다.



[그림 1-35] 2012, 2013년 서울디자인 정책전략과 사업 분류체계도

[표 1-8] 영역별 서울디자인 사업의 흐름과 전망

영역	전략	사업의 흐름 구분	2011년	2012년	2013년	전망
1. 경제	1-1 패션·봉제 산업 활성화	사업내용	• 패션·봉제 산업 활성화	• 패션·봉제 산업 활성화	• 패션·봉제 산업 활성화	서울시에서 타 전문기관에 위탁하던 패션·봉제 사업을 서울디자인재단에 단계적으로 업무이관 예정
		대상	패션·봉제관계자	패션·봉제관계자	패션·봉제관계자	
		수행주체	서울시 위탁 SBA	서울시 위탁 패션협회 등	서울시 위탁 서울디자인재단	
	1-2 도심 창조산업 육성 및 지역경제 활성화	사업내용	-	• 성수동 구두산업 활성화 • 서울형 커뮤니티 비즈니스 디자인모델 구축연구	• 도심 낙후지역 활성화 (성수동, 제기동, 예지동)	2012년 시작된 도심 창조산업 육성사업은 점차 그 규모가 확대되는 추세
		대상	-	일반시민(상인)	일반시민(상인)	
		수행주체	-	서울디자인재단	서울디자인재단	
	1-3 디자인산업 생태계 조성	사업내용	• 서울디자인 지원센터 운영 • 마포, 강남, 구로, DMC 센터 운영	• 서울디자인 지원센터 운영 • 마포, 강남, 구로, DMC 센터 운영	• 서울디자인컨설턴트 • 희망시민디자인 아카데미 • 서울디자인 지원센터 운영 • DMC창업센터 운영	디자인산업 생태계 관련 사업은 종류가 다양해지고 내실화되는 추세
		대상	디자인 전문가	디자인 전문가	디자인 전문가	
		수행주체	서울시 위탁 서울디자인재단	서울시 위탁 서울디자인재단	서울디자인재단	
	1-4 문화상품 디자인 진흥	사업내용	-	• 서울 전통 기능의 가치를 높이는 디자인혁신 연구	• 문화상품디자인 진흥 기반 조성	서울시의 문화상품개발에 대한 관심이 고조되면서 사업이 확대되고 있음
		대상	-	일반시민, 디자인기업	일반시민, 디자인기업	
		수행주체	-	서울디자인재단	서울디자인재단	
	1-5 청년 일자리 지원	사업내용	-	• 사회적기업가 육성	• 사회적기업가 육성	2012년부터 새롭게 시작된 사업으로 지속 운영 예정
		대상	-	일반시민(청년)	일반시민(청년)	
		수행주체	-	서울디자인재단	서울디자인재단	

영역	전략	사업의 흐름 구분	2011년	2012년	2013년	전망
2. 사회	2-1 디자인 복지 실현	사업내용	• 유니버설 디자인 프로젝트	• 유니버설 디자인 프로젝트 • 유니버설 디자인 산업 생태계 조성 연구 • 행복한 디자인나눔	• 유니버설 디자인 프로젝트 • 액티브 시니어 디자인기업개발 연구 • 어린이집 모듈화 콘텐츠 구축 사업	디자인을 통해 복지를 실현하기 위한 사업들은 점점 종류 및 규모가 확대되어 가고 있음
		대상	일반시민	일반시민	일반시민	
		수행주체	서울시	서울시/ 서울디자인재단	서울시/ 서울디자인재단	
	2-2 건강한 도시 구현	사업내용	-	• 액티브디자인 연구 • 서울시 자전거안내사인 연구	• 지하철역사 액티브 디자인	2012년 새롭게 시작된 시민 건강을 위한 디자인 사업은 확대되는 추세
		대상	-	일반시민	일반시민	
		수행주체	-	서울디자인재단	서울디자인재단	
	2-3 안전한 도시 구현	사업내용	-	• 범죄예방 디자인 프로젝트 • 초등학교 범죄예방 디자인 연구	• 범죄예방 디자인 프로젝트 • 범죄예방 디자인 연구	2012년부터 새롭게 도입된 사회문제를 해결하는 디자인 사업은 확대되는 추세
		대상	-	일반시민	일반시민	
		수행주체	-	서울시/ 서울디자인재단	서울시/ 서울디자인재단	

영역	전략	사업의 흐름				전망
		구분	2011년	2012년	2013년	
3. 환경	3-1 쾌적한 도심환경 조성	사업내용	• 공공시설물&광고물 수준 향상 • 공공시설물 표준형디자인 개발 • 간판디자인 개선 • 소외낙후지역 생활환경 개선	• 서울형 시각정보체계 연구 • 공공시설물&광고물 수준 향상 • 공공시설물 표준형디자인 개발 • 간판디자인 개선 • 소외낙후지역 생활환경 개선	• 서울형 시각정보체계 연구 • 공공시설물&광고물 수준 향상 • 공공시설물 표준형디자인 개발 • 간판디자인 개선 • 소외낙후지역 생활환경 개선	쾌적한 도심환경을 위한 사업을 지속적으로 전개
		대상	일반시민	일반시민	일반시민	
		수행주체	서울시	서울시/ 서울디자인재단	서울시/ 서울디자인재단	
	3-2 주거환경 개선	사업내용	• 주민참여형 마을경관 가꾸기	• 서울골목디자인 프로젝트 • 주민참여형 마을경관 가꾸기	• 서울골목디자인 프로젝트 • 그림이 있는 마을 골목 만들기 • 마을 정자나무 가꾸기 • 주민참여형 마을경관 가꾸기	시민 주거환경 개선을 위한 사업은 그 종류가 다양화되고 있는 추세
		대상	일반시민	일반시민	일반시민	
		수행주체	서울시	서울시/ 서울디자인재단	서울시/ 서울디자인재단	
	3-3 생태계 보존	사업내용	• 빛공해 해소	• 에너지 절약 인포그래픽 개발 • 빛공해 해소	• 빛공해 해소	생태계 보존을 위한 노력은 빛공해 해소를 중점으로 지속 · 확대되고 있음
		대상	일반시민	일반시민	일반시민	
		수행주체	서울시	서울시	서울시	

영역	전략	사업의 흐름				전망
		구분	2011년	2012년	2013년	
4. 소통	4-1 국제교류	사업내용	• 유네스코 디자인 창의도시_서울 • 글로벌디자인도시 협의체 운영 • 서울 도시디자인 해외통신원	• 유네스코 디자인 창의도시_서울 • 글로벌디자인도시 협의체 운영 • 서울 도시디자인 해외통신원 • 해외 디자인정책 연구	• 유네스코 디자인 창의도시_서울 • 글로벌디자인도시 협의체 운영 • 해외 네트워크 구축 • 서울 도시디자인 해외통신원	국제교류를 위한 노력은 내실화되고 있는 추세
		대상	디자인 전문가, 일반시민	디자인 전문가,일반시민	디자인 전문가	
		수행주체	서울시/ 서울디자인재단	서울시/ 서울디자인재단	서울시/ 서울디자인재단	
	4-2 국내교류	사업내용	-	• 지역디자인진흥기관 협의회 구성	• 지역디자인진흥기관 협의회 운영 • 디자인컨설팅 역할 지속 확대	2012년부터 각 지역 간의 협업을 더욱 확대하고자 노력 중
		대상	-	디자인 전문가	디자인 전문가	
		수행주체	-	서울디자인재단	서울디자인재단	
	4-3 시민소통	사업내용	• 서울시민디자인위원회 • 시민공모전 • 디자인서울 모니터단	• 디자인이,서울을,위해,무엇을,할,수,있을까? • 서울시민디자인위원회 • 시민공모전 • 디자인서울 모니터단 • 시민어울림마당 • 동대문봄장	• 디자인이,서울을,위해,무엇을,할,수,있을까? • 서울시민디자인위원회 • 시민공모전 • 디자인서울 모니터단 • 시민어울림마당 • 동대문봄장	2012년부터 시민과의 소통은 더욱 중요시되고 확대되는 추세
		대상	-	일반시민	일반시민	
		수행주체	-	서울시/ 서울디자인재단	서울시/ 서울디자인재단	

영역	전략	사업의 흐름 구분	2011년	2012년	2013년	전망
5. 문화	5-1 창의적 디자인문화 확산	사업내용	• 도시갤러리 프로젝트	• 창의디자인교육 사업 • 도시갤러리 프로젝트	• 창의디자인교육 사업 • 재미있는 도시조형물 설치	창의적인 디자인 문화 확산을 위한 교육 사업이 확대되는 추세
		대상	일반시민	일반시민	일반시민	
		수행주체	서울시 위탁/ 서울디자인재단	서울시 위탁/ 서울디자인재단	서울디자인재단	

영역	전략	사업의 흐름 구분	2011년	2012년	2013년	전망
6. 인프라	6-1 서울시민 디자인연구소	사업내용	-	• 서울시민디자인연구 기반 마련	• 서울시민디자인연구소 설립 • 디자인공감에세이 발간	시민을 위한 디자인 정책 및 공공사업 연구가 본격적으로 전문화되고 확대되는 추세
		대상	-	일반시민, 디자인 전문가	일반시민, 디자인 전문가	
		수행주체	-	서울디자인재단	서울디자인재단	
	6-2 시민서비스 디자인센터	사업내용	-	• 주민센터, 골목 등 기반연구 및 조사 • 업무협력을 통한 디자인 컨설팅 • 축산물 단속비리 예방 서비스디자인	• 시민서비스 디자인센터 설립 • 주민센터 서비스디자인 프로젝트	2012년부터 시민서비스디자인의 중요성이 강조되면서 2013년에는 이를 전담할 시민서비스디자인센터가 설립되고 사업이 확대되고 있음
		대상	-	일반시민	일반시민	
		수행주체	-	서울디자인재단	서울디자인재단	
	6-3 동대문 디자인플라자	사업내용	• DDP 운영준비 • 동대문역사문화공원 운영	• DDP 운영준비 • 동대문역사문화공원 운영	• 창의적 콘텐츠 구축 • 자립운영 기반 조성	2014년 개관을 앞두고 동대문디자인플라자 사업은 본격적인 운영 준비에 착수
		대상	일반시민	일반시민	일반시민	
		수행주체	서울디자인재단	서울디자인재단	서울디자인재단	

경제 영역에서는 지속적으로 추진해 온 '디자인 산업생태계 조성' 전략과 함께 2012년에 시작된 '도심창조산업 육성 및 지역경제 활성화', '문화상품디자인 진흥', '청년 일자리 지원'을 2013년에도 장기적인 계획을 가지고 추진한다. 그리고 2013년부터는 (재)서울디자인재단이 '패션 · 봉제 산업 활성화'를 위한 사업을 전담하여 DDP와 연계한 동대문 패션 사업에 활력을 줄 것으로 기대하고 있다.

사회 영역은 유니버설 디자인 개념을 중심으로 하는 '디자인복지 실현' 전략과 더불어 2012년에 도입된 사회문제를 해결하는 디자인 전략으로 '건강한 도시, 안전한 도시 구현'을 위한 사업을 더욱 확대해갈 예정이다.

환경 영역에서는 서울의 도시이미지를 구축하는 '쾌적한 도심환경 조성', '주거환경 개선'을 위한 다양한 사업을 지속적으로 추진하고, 빛공해 해소를 중심으로 한 '생태계 보존'을 본격적으로 실행 · 확대할 것이다.

소통 영역에서는 서울시의 디자인 정책 및 사업을 뒷받침하고 거시적 시야를 확보하기 위해 국내외 디자인 기관 및 연구 기관 등과의 교류를 지속한다. 특히 2013년에는 2012년에 구성한 지역 디자인진흥기관 협의회를 통해 지역 간의 협업을 적극적으로 도모할 것이다. 이와 함께 이번 한 해 동안 힘써온 시민과의 소통도 지속적으로 확대할 예정이다.

문화 영역에서는 '창의적 디자인문화 확산'을 위해 창의디자인교육 사업을 2013년에도 실시할 예정이며 경제, 사회 영역과 함께 지역경제의 활성화를 돕고 디자인복지를 실현하는 희망시민디자인 아카데미, 어린이 관련 사업과 기본적으로 연계 추진된다.

인프라 영역은 2012년 한 해 동안의 준비를 마치고 2013년에 실질적인 모습을 갖추게 된다. (재)서울디자인재단 내에 시민을 위한 디자인 정책 및 사업을 연구하는 '서울시민디자인연구소'가 설립되고, 시민서비스디자인을 전담하여 수행할 '시민서비스디자인센터'가 출범한다. 그리고 서울디자인의 거점기지가 될 '동대문디자인플라자'는 2013년 하반기 준공에 맞추어 창의적 콘텐츠 발굴하고, 그 운영 준비에 심혈을 기울이는 중이다.

이와 같이 앞으로 서울디자인 정책은 '시민디자인'의 기본 방향 하에 시민의 삶을 더욱 실질적으로 개선할 수 있는 정책을 시현하는 방향으로 전개될 예정이다. 또한 2014년에 본격적으로 가동을 시작할 DDP를 포함한 여러 인프라를 바탕으로 창조경제 활성화, 사회문제 해결, 창의적 문화 확산 및 더 나은 도시환경 구축에 지속적으로 기여할 것이다.

1.5 서울디자인 관련 조례

서울디자인 정책과 관련한 조례들은 모두 5개로 디자인정책과가 1개, 공공디자인과가 4개의 조례를 각각 소관하고 있다.

디자인정책과의 소관 조례는 '서울특별시 상징물조례'로 전체 5개 서울디자인 관련 조례 중에서 1998년 3월에 가장 먼저 제정되었다. 이후 총 5회의 개정 중 4번째 개정(2009년 7월)에서 도시상징체계와 관련하여 「서울상징 해치브랜드 디자인가이드」(제5조 상징물의 관리 등)의 내용이 추가됐다.

공공디자인과가 소관하고 있는 4개 조례는 '서울특별시 도시디자인 조례', '서울특별시 경관조례', '서울특별시 빛공해 방지 및 도시조명관리 조례', '서울특별시 옥외광고물 등 관리조례'다. '서울특별시 도시디자인 조례'는 서울디자인 정책이 시작되기 이전인 2006년 7월 제정됐다. 이후 총 11회의 개정 중 3번째 개정(2009년 4월)에서 "제4조(디자인서울 가이드라인의 수립)", "(제5조)우수공공디자인 인증 등"이 신설되었다. '서울특별시 경관조례'는 2008년 5월 서울디자인 제1기에 제정됐으며, '서울특별시 빛공해 방지 및 도시조명관리 조례'는 2010년 7월 서울디자인 제2기에 제정됐다. 마지막으로 '서울특별시 옥외광고물 등 관리조례'는 1991년 4월 제정된 후 2006년 3월에 폐지됐다가 2012년 9월 다시 제정됐다.

1) 서울특별시 도시디자인 조례

서울특별시의 도시경관을 종합적이고 체계적으로 개선 · 관리하는 데 필요한 사항을 규정함으로써 도시의 효율적 보전 · 발전에 기여함을 목적(제1조)으로 문화관광디자인본부 공공디자인과의 소관 조례다. 도시디자인의 정의, 도시디자인기본계획, 디자인서울 가이드라인의 수립, 우수 공공디자인 인증, 서울시민디자인위원회 운영 등의 내용을 담고 있다. 2006년 7월 19일에 제정되어 이후 11회 개정됐다.

서울특별시 도시디자인 조례

[시행 2012.7.30] [서울특별시조례 제5341호, 2012.7.30, 일부개정 2006.07.19]

제2조(정의) 이 조례에서 사용하는 용어의 정의는 다음 각 호와 같다.

1."도시디자인"이란 서울특별시(이하 "시"라 한다) 도시경관의 보전·개선을 위하여 도시건축물 등 도시공간, 도시시설물의 형태·윤곽·색채·조명 및 주변과의 조화성 등 도시의 디자인에 대한 계획 및 사업을 말한다.

2."경관사업"이란 「경관법」의 경관계획에 따른 가로환경의 정비 및 개선사업, 지역의 녹화와 관련된 사업, 야간경관의 형성 및 정비사업, 지역의 역사·문화적 특성의 경관을 살리는 사업, 그 밖에 주민이 제안 또는 경관협정에 따라 추진하는 사업 등을 말한다.

3."디자인서울 가이드라인" 이란 서울 도시디자인의 기본방향, 원칙 및 세부기준을 말한다.

제4조(디자인서울 가이드라인의 수립) ① 시장은 도시경관을 종합적이고 체계적으로 개선·관리하기 위하여 디자인서울 가이드라인을 수립하여야 한다.

② 시장, 구청장 및 그 밖에 공공기관의 장은 공공시설물 등의 사업을 시행함에 있어 디자인서울 가이드라인 및 서울시민디자인위원회 심의결과를 준수하여야 한다.

제5조(우수 공공디자인 인증 등) ① 시장은 공공디자인의 개발 및 확산을 촉진하기 위하여 우수 공공디자인 인증제도 운영 등 필요한 조치를 취할 수 있다.

② 시장, 구청장은 디자인 심의시 제1항에 따라 인증된 우수 공공디자인을 권장할 수 있다.

③ 제1항 및 제2항에 따른 우수 공공디자인의 인증 또는 취소절차 등 필요한 사항은 규칙으로 정한다.

(전문 중 일부 발췌)

○ 자치구 도시디자인 조례

서울특별시 25개 자치구 중 도시디자인 조례를 시행 중인 곳은 강남구, 강동구, 강서구, 강북구, 구로구, 금천구, 도봉구, 마포구, 서대문구, 성동구, 송파구, 양천구, 영등포구, 용산구, 은평구, 중구, 중랑구까지 모두 17개[11] 자치구이다. 이 중 가장 일찍 도시디자인 조례를 제정한 곳은 송파구(1990년 8월)다.

조례는 각 해당 구의 도시경관을 종합적이고 체계적으로 개선 · 관리하는 데 필요한 사항을 규정함으로써 도시의 효율적 보전 · 발전에 기여함을 목적으로 한다. 이는 도시디자인의 정의, 도시디자인기본계획, 위원회 운영 등의 내용을 규정하고 있다.

서울특별시 송파구 도시디자인 조례

(제정) 1990.08.30 조례 제 81호
(일부개정) 2006.12.26 조례 제 552호
관리책임부서 : 도시계획과

제1조(목적) 이 조례는 송파구의 도시경관을 종합적이고 체계적으로 개선·관리하는데 필요한 사항을 규정함으로써 도시의 효율적 보전·발전에 기여함을 목적으로 한다.

제2조(용어의 정의) 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. "도시디자인"이란 송파구(이하"구"라 한다) 야간경관을 포함한 도시경관의 보전·개선을 위해 도시건축물 등 도시공간, 도시시설물의 형태·윤곽·색채·조명·주변과의 조화성 등 도시의 디자인에 대한 계획 및 사업을 말한다.
2. "경관"이란 자연·인공요소·주민의 생활상 등으로 이루어진 일단의 지역 환경적 특징을 나타내는 것을 말한다.
3. "건축물"이란 「건축법」 제2조제1항제2호에 따른 건축물을 말한다.
4. "디자인서울 가이드라인"이란 서울 도시디자인의 기본방향·원칙·세부기준을 말한다.
5. "송파 도시디자인 가이드라인"이란 "디자인서울 가이드라인"에 부합하며, 송파 도시디자인 기본계획에 의거 구체화된 송파 도시디자인의 기본방향·원칙·세부기준을 말한다.

(전문 중 일부 발췌)

11) 2013년 1월 7일 기준, 자치법규정보시스템(http://www.elis.go.kr)

2) 서울특별시 경관조례

『경관법』 및 같은 법 시행령에서 조례로 정하도록 한 사항과 그 시행에 필요한 사항을 규정함을 목적(제1조)으로 공공디자인과 소관조례다. 경관계획의 수립과 경관사업 등에 대한 내용을 규정하며, 2008년 5월 29일 제정되어 3회 개정됐다.

서울특별시 경관조례

[시행 2012.1.1] [서울특별시조례 제5164호, 2011.9.29, 타법개정]

제2조(경관계획의 수립에 관한 제안) ① 「경관법」(이하 "법"이라 한다) 제7조제1항에 따라 경관계획의 수립을 제안하려는 자는 다음 각 호의 사항이 포함된 경관계획 수립제안서를 서울특별시장(이하 "시장"이라 한다)에게 제출하여야 한다.

1. 경관계획의 기본방향 및 목표
2. 경관자원의 조사 및 평가 결과
3. 경관형성의 전망 및 대책
4. 경관계획의 시행을 위한 재원조달 및 단계적 추진에 관한 사항
5. 경관현황 종합분석도(1/25,000>
6. 경관기본구상도(1/5,000>
7. 경관계획도(1/5,000>
8. 경관시뮬레이션
9. 현황사진

② 시장은 관할 구청장 및 공공기관의 장에게 제안된 경관계획에 관한 의견 및 관련 자료를 요청할 수 있다.

(전문 중 일부 발췌)

3) 서울특별시 빛공해 방지 및 도시조명관리 조례

빛공해를 방지하고 서울특별시의 도시조명을 체계적으로 관리하는 데 필요한 사항을 규정함으로써 시민 삶의 질을 높이고 생태계의 피해를 예방함을 목적(제1조)으로 문화관광디자인본부 공공디자인과 소관 조례다. 용어 정의와 빛공해 방지 및 도시조명관리 계획, 빛공해방지위원회 운영 등에 대한 내용을 규정하며, 2010년 7월 15일 제정되어 1회 개정됐다.

서울특별시 빛공해 방지 및 도시조명관리 조례

[시행 2012.1.1] [서울특별시조례 제5164호, 2011.9.29, 타법개정]

제2조(정의) 이 조례에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

1. “빛공해”란 조명기구의 부적절한 사용과 누출광 등으로 인하여 건강하고 쾌적한 빛환경을 형성하는데 좋지 않은 영향을 미치는 현상을 말한다.

2. “도시조명”이란 도시의 공간과 대상물을 필요에 따라 기능적으로 적정하게 밝히는 조명을 말한다.

3. “빛환경”이란 자연계에 존재하는 빛 방사와 인공적인 빛 방사가 포함된 환경을 말한다.

4. “누출광”이란 인공조명에 따른 빛이 조명의 대상이 되는 범위를 벗어나 다른지역의 생태계 및 주변 환경에 피해를 주는 빛을 말한다.

5. “옥외조명”이란 실내조명을 제외한 모든 조명을 말한다.

6. “건축물벽부등”이란 건물의 외벽에 설치된 인공조명을 말한다.

7. “시설물벽부등”이란 건물이 아닌 시설물 또는 구조물 벽면에 설치된 인공조명을 말한다.

8. “사설조명”이란 개인이 필요에 따라 설치한 옥외조명을 말한다.

9. “상향광속률”이란 조명기기 또는 조명장비로부터 방사되는 빛이 수평면 위를 향해 방사되는 비율을 말한다.

10. “건물표면휘도”란 조명기구에 의해 투사되는 빛이 건축물 표면에 반사되는 빛의 밝기 정도를 말한다.

11. “미디어파사드 경관조명”이란 건축물과 조명이 일체화된 방식으로 LED 조명, 빔 프로젝트 등을 이용하여 밝기, 색상 등을 조절하고 빛의 움직임을 가능케 하는 조명방식을 말한다.

(전문 중 일부 발췌)

4) 서울특별시 옥외광고물 등 관리조례

『옥외광고물 등 관리법』 및 같은 법 시행령에서 위임된 사항과 그 시행에 관하여 필요한 사항을 규정함을 목적(제1조)으로 공공디자인과 소관조례다. 광고물 별 일반적 표시방법, 광고물관리 및 디자인심의위원회 운영, 우수광고물 발굴 및 시상 등의 내용을 규정하며, 2012년 9월 28일 제정됐다.

서울특별시 옥외광고물 등 관리조례

[시행 2012.9.28] [서울특별시조례 제5362호, 2012.9.28, 제정]

제22조(광고물관리및디자인심의위원회의 구성·운영 등) ① 영 제32조제2항 및 제10항에 따라 시 심의위원회 위원은 다음의 자 중에서 시장이 임명 또는 위촉한다.

1. 옥외광고·교통·환경·도시계획·건축 등 광고물 관련 업무를 담당하는 공무원

2. 옥외광고·교통·환경·도시계획·건축·국어·디자인·조명 등 광고물 관련분야의 전문가

3. 시의원(관련 상임위원회 위원)

② 영 제32조제5항에 따라 심의위원회가 위임한 사항을 심의하기 위한 소위원회를 두는 경우 위원의 수는 3명 내지 5명으로 하며, 위원장은 옥외광고업무 담당과장으로 하고, 심의대상·방법·절차 등 필요한 사항은 위원회 의결을 거쳐 위원장이 따로 정할 수 있다.

③ 시 심의위원회는 심의를 위하여 필요한 경우에는 관계공무원·전문가·신청인 또는 이해관계인을 참석시켜 의견을 들을 수 있다.

④ 시 심의위원회는 심의대상을 문서의 접수일 또는 사유 발생일로부터 15일(소위원회는 10일) 이내에 심의 의결하고 그 결과를 처리하여야 한다. 다만, 불가피한 사정이 있는 경우에는 1회 15일(소위원회는 10일) 이내에 한하여 처리기간을 연장할 수 있다.

⑤ 심의위원회의 효율적 운영을 위하여 위원이 직접 출석하지 않고 정보통신망을 통한 전자적 방식으로 심의하여도 심의에 지장이 없다고 인정되는 경우에는 전자적 방식으로 심의할 수 있으며, 심의대상·방법·절차 등 필요한 사항은 위원회 의결을 거쳐 위원장이 따로 정할 수 있다.

(전문 중 일부 발췌)

5) 서울특별시 상징물조례

서울특별시를 상징하는 상징물을 규정하고, 이를 관리하는데 필요한 사항을 정함을 목적(제1조)으로 디자인정책과 소관조례다. 상징물의 정의와 종류, 관리, 관련 사업, 사용 승인 등에 관한 내용을 규정하고 있으며 1998년 3월 10일 제정되어 5회 개정됐다.

서울특별시 상징물조례

[시행 2010.1.7] [서울특별시조례 제4907호, 2010.1.7, 타법개정]

제2조(정의) 조례에서 사용하는 "상징물"이란 서울특별시(이하 "시"라고 한다)를 상징하는 휘장, 브랜드, 심벌, 동물, 식물 등을 말한다. (개정 2009.07.30)

제4조(상징물의 변경 등) 서울특별시장(이하 "시장"이라 한다)은 상징물을 추가하거나 변경하고자 하는 때에는 공청회 등 여론수렴 절차를 거쳐야 한다. (본조개정 2003.07.15, 2009.07.30)

제5조(상징물의 관리 등) ① 시장은 상징물이 제정 또는 개정 목적에 적합하게 사용되고, 그 품위가 유지될 수 있도록 관리하여야 한다.

② 제3조제1호부터 제3호까지의 상징물을 사용하는 때에는 「서울특별시 상징물 표준화 규정집」 및 「서울상징 해치브랜드 디자인가이드」에 따라 사용하여야 한다.(개정 2009.07.30)

제6조(상징물 관련 사업 등) ① 시장은 상징물을 활용하여 다음 각 호의 사업을 시행할 수 있다.

1. 응용상품의 개발 또는 제작
2. 주요사업이나 행사 등에의 활용
3. 상징물을 활용한 수익사업
4. 그 밖에 시장이 필요하다고 인정하는 사업

② 시장은 필요한 경우 제1항의 관련 사업을 민간에 위탁할 수 있다.

(전문 중 일부 발췌)

02 장

서울디자인과 경제

2.1 서울 경제 이슈와 디자인 전략

1) 서울 경제 이슈 1
: 제조업 기반 약화와 서비스업의 질적 기반 취약

2) 서울 경제 이슈 2
: 영세 중소기업과 청년실업률

3) 디자인 전략
: 서울디자인의 경제 활성화 정책

2.2 2012 서울디자인 사업 : 경제 영역

1) 디자인을 통한 도심창조산업 육성 및 지역경제 활성화

2) 디자인산업 생태계 조성 및 청년 일자리 지원

2.3 주요성과와 전망

2.1 서울 경제 이슈와 디자인 전략

최근 서울시의 경제는 유럽 재정위기의 장기화, 세계 경제의 동반 부진, 선진 금융시장 불안 등의 대외적 불안요인으로 성장 탄력성이 약화되면서 경기회복이 예상보다 지연되고 있다. 그런 가운데 2010년 서울시의 경제성장률이 전년 대비 2.5%p 성장해 회복세를 보였으나, 이후 2012년 현재까지 2년 연속 하락세를 보여 다시 부진한 모습을 시현하고 있다.



출처 : 통계청, 연도별 「국민계정」, 국가통계포털

[그림 2-1] 서울시 경제성장률과 국가 경제성장률 추이

한편 대내외 불황이 심화되면서 호황기를 주도했던 소재, 에너지, 금융업의 수익성이 둔화됨에 따라 R&D 기반과 소프트 경쟁력을 활용한 신성장산업이 불황을 극복할 수 있는 해결책으로 부상하고 있다. 경제성장의 동력이 물적 자본 축적에서 아이디어와 지식, 서비스로 변화하고 있는 것이다. 이에 기존 산업과 융합-대체-확산이 용이한 그린 테크놀로지(Green Technology)가 관심을 받고 있으며, 지식산업과 디자인산업 등이 새로운 고부가가치 산업으로 주목받고 있다.

1) 서울 경제 이슈 1: 제조업 기반 약화와 서비스업의 질적 기반 취약

2000년부터 2008년까지 서울시 제조업의 실질부가가치 증가율은 연평균 -1.1%로 국내 16개 시 · 도 중 최하위다. 같은 기간 서비스업의 실질부가가치 성장률 또한 연평균 3.3%로 전국 평균 4.2%를 하회하고 있다. 이는 제조업 기반의 약화와 서비스업의 질적 기반 취약에 의한 결과라고 볼 수 있다.

서울시의 저성장 기조는 주요 선진국과 경쟁국의 수도, 또는 대표 도시들이 국가경제의 성장을 견인하는 것과 대조적이며, 국가 경제 내에서 서울시의 경제 위상을 저해하는 요인이 되고 있다.

[표 2-1] 2000년~2008년 16개 시·도 업종별 연평균 실질부가가치 증가율 추이

구분	제조업		서비스업	
	실질부가가치 증가율(%)	순위	실질부가가치 증가율(%)	순위
서울	-1.1	16	3.3	13
부산	4.9	7	3.5	11
대구	-0.1	15	3.3	14
인천	0.3	14	7.0	1
광주	5.2	4	3.7	10
대전	2.5	11	4.5	6
울산	3.6	9	4.7	4
경기	10.0	2	6.6	2
강원	1.9	12	3.8	9
충북	5.0	5	3.8	8
전남	3.0	10	3.2	15
경북	7.7	3	2.8	16
경남	4.9	6	4.4	7
제주	0.9	13	4.9	3
전국평균	6.0		4.2	

주 : 업종별 실질부가가치 증가율은 업종별 연쇄지수 성장률이 아니라 2005 기준년 가격 기준의 실질증가율

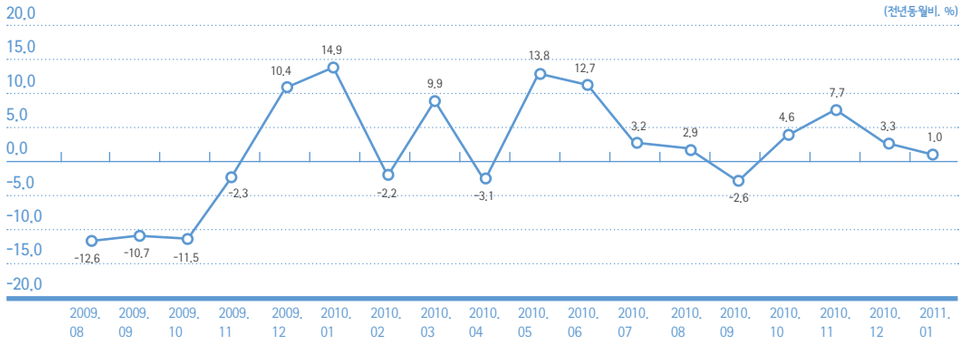
출처 : 통계청, 「경제활동별 지역내총생산」, 국가통계포털
서울연구원, 서울시 지식기반제조업의 R&BD 역량 강화방안, 2009

따라서 서울시는 경제회복의 기조를 유지하기 위해 도심에 특화된 중소 제조업을 체계적으로 육성하고, 첨단 · 특허 산업과 같은 고부가가치 창출 산업의 지원을 통해 서울시 경제 활성화를 위한 산업 환경을 조성해야 한다. 또 서울시의 특성을 고려해 음식, 숙박, 도 · 소매 유통 산업을 중심으로 관광 연계 산업을 활성화할 필요가 있다.

(1) 제조업 약화와 고용 유지력 감소

최근 유럽 재정위기 등의 여파로 전 세계적으로 경제상황이 어려워지자 세계 각국이 고용 창출과 경제성장의 기여 효과가 큰 제조업 지원에 나서고 있다. 하지만 서울시의 제조업은 경제위기를 거치면서 성장세의 위축이 심각해지고 있다.

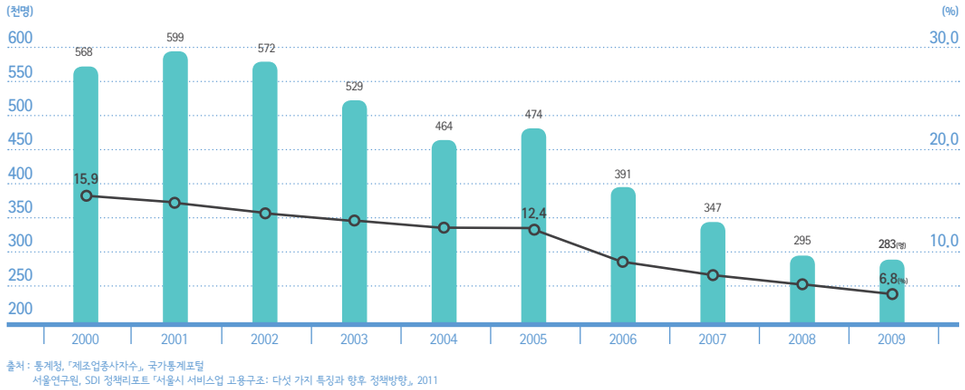
서울시의 경우 제조업 경기를 대표하는 '산업생산지수'에 따르면, 2011년을 기준으로 2010년 9월 이후 4개월 연속 플러스 성장세를 유지하고 있으나 성장 폭은 계속해서 감소 추세다.



출처 : 통계청, 「시도/산업생산지수」, 국가통계포털
서울연구원, SDI 정책리포트 「2011년 1/4분기 서울지역 소비자 및 기업 체감경기 전망」, 2011

[그림 2-2] 서울시 산업생산지수 추이

제조업 종사자 수 또한 2000년 56만8천 명에서 2005년 47만4천 명, 2009년에는 28만3천 명으로 하락세를 지속하고 있다. 2000년과 비교하여 2009년에는 전체 산업 대비 비율이 절반 가까이 감소하는 등 하락세의 폭이 크다.



출처 : 통계청, 「제조업종사자수」, 국가통계포털
서울연구원, SDI 정책리포트 「서울시 서비스업 고용구조: 다섯 가지 특징과 향후 정책방향」, 2011

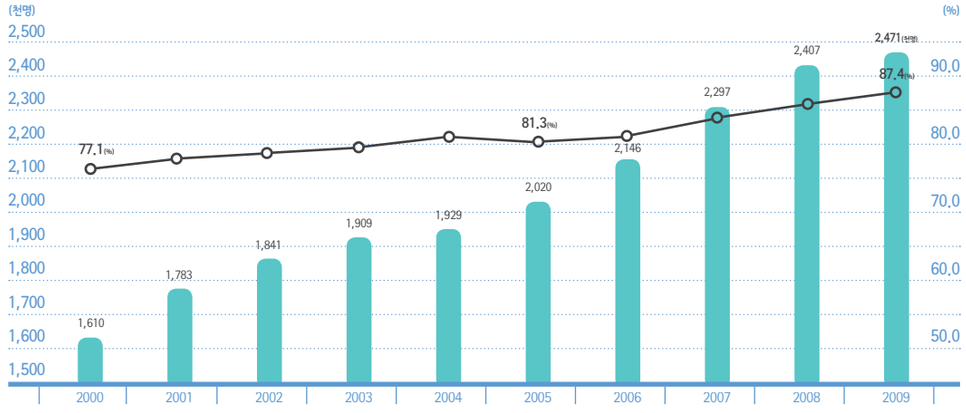
[그림 2-3] 서울시 제조업 종사자 수와 비중 추이

(2) 서비스업의 질적 기반 취약

1990년대 중반 이후 소득증가, 고령화, 라이프스타일 변화 등에 힘입어 서울시 경제의 서비스화가 확대되고 있다. 서비스업은 제조업 약화로 인한 경제 성장 침체에 일자리 문제를 해결하고 내수 경기 진작을 유도해 경제 부진을 만회할 수 있는 중요한 산업군으로 부상하고 있다.

서울시의 서비스업은 90년대에 들어 급속히 성장했다. 이후 지속적으로 증가해 2009년 서비스업 종사자는 약 247만 명으로 서울시 전체 종사자의 87.4%를 차지하고 있다. 2000년 77.1%와 비교해 10.3%p 증가한 것이다. 하지만 양적인 성장에 비해 서울시의 서비스업은 여전히 경쟁력이 취약하다. 산업발전을 위한 질적 기반도 미비한 실정이다.[12]

서비스업은 지식기반경제에서 급속하게 확대되고 있는 사업으로, 양적 성장과 함께 고부가가치화를 통해 질 높은 서비스를 제공할 수 있는 질적 발전이 필요하다. 하지만 서울시 대다수의 서비스 사업체가 영세할 뿐 아니라 노동생산성이 낮고 국제 역량도 미흡한 편이다.



출처 : 통계청, 「서비스업종사자수」, 국가통계포털
서울연구원, SDI 정책리포트 「서울시 서비스업 고용구조: 다섯 가지 특징과 향후 정책방향」, 2011

[그림 2-4] 서울시 서비스업 종사자 수와 비중 추이

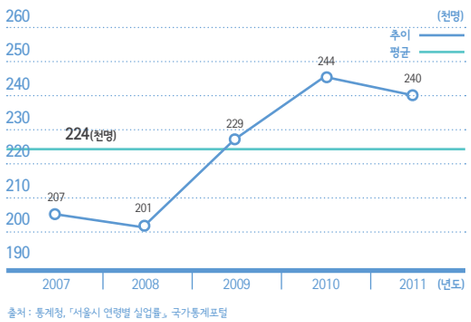
2) 서울 경제 이슈 2 : 영세 중소기업과 청년실업률

산업구조의 변화로 경쟁력이 취약해진 중소기업 부문이 외환위기 직후 경제 위기에 직면했다. 이로 인해 대기업과 호황산업 부문과의 경쟁력 격차가 확대되었다.

이에 서울시의 중소기업도 재무구조, 수익성 등에서 대기업과의 격차가 확대되었고, 중소기업 내에서도 기업규모에 따라 재무구조, 수익성 및 성장성에서 상당한 격차를 보이고 있다. 정부는 중소기업의 경제 활성화를 위해 일정 수준의 지원 정책을 펼치고 있다. 그러나 대기업과 중소기업 간의 여전한 경제 양극화로 중소기업의 혁신 도모, 대기업과 중소기업 간 협력관계 강화, 인적자본 육성 등의 대책이 필요한 상황이다.

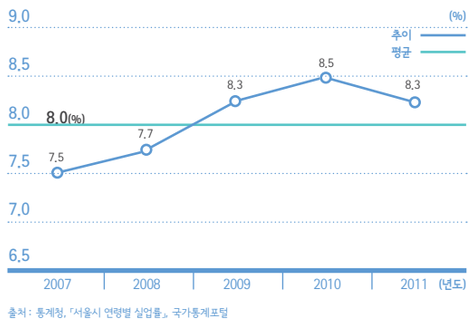
서울시의 청년 취업자 수도 연속 마이너스 성장세를 보여 고용사정 또한 녹록치 않은 실정이다. 서울시 실업자[13] 추이는 2011년 약 24만 명으로, 2007년부터 2011년까지 평균 실업자 수인 22만4천 명보다 높아졌다. 즉 2007년 대비 2011년의 실업자 수가 약 1.1배가 증가해 일자리 부족 현상이 심화되었음을 나타낸다.

12) SDI, 서울시 권역별 주요 산업현황과 추세, 서울경제 2012년 3월호
13) 실업자는 15세 이상 인구 중 조사대상기간에 일할 의사와 능력을 가지고 일자리를 찾아 적극적으로 구직활동을 했던 사람으로 즉시 취업이 가능한 사람을 뜻한다.



출처 : 통계청, 「서울시 연령별 실업률」, 국가통계포털

[그림 2-5] 서울시 실업자 추이



출처 : 통계청, 「서울시 연령별 실업률」, 국가통계포털

[그림 2-6] 서울시 청년실업률 추이

또한 청년실업률은 2011년 8.3%로 2007년 7.5% 대비 0.8%p 높아졌다. 이 수치는 일자리 찾기를 포기한 비경제활동 청년은 포함되어 있지 않아 실제로는 더 많은 청년실업자가 존재할 것으로 보인다.

(1) 중소기업의 낮은 고용 비중과 영세성

한국은행의 '기업경기실사지수(BSI) 및 경제심리지수(ESI)'에 의하면 2012년 기준 우리나라 대기업과 수출기업의 체감경기가 소폭 상승한 반면, 중소기업과 내수기업 상황은 계속 악화되고 있다. 경제 양극화가 심화되고 있다는 뜻이다.

이는 서울시도 마찬가지다. 2009년 서울시 중소기업 사업체는 서울 전체 사업체의 99.8%에 해당하는 68만여 개로 절대 다수를 차지한다. 그러나 중소기업의 소규모성과 영세성으로 고용 비중은 80.9%에 미치고 있다.

[표 2-2] 2009년 서울시 사업체와 종사자 수

구분	총계	중소기업				대기업(개)
		소계	소상공인	소기업	중기업	
사업체 수 기준(개)	686,901 (100.0%)	685,531 (99.8%)	586,836 (85.4%)	651,037 (94.8%)	34,494 (5.0%)	1,370 (0.2%)
종사자 수 기준(명)	3,406,880 (100.0%)	2,754,837 (80.9%)	1,126,915 (33.1%)	1,644,791 (48.3%)	1,110,046 (32.6%)	652,043 (19.1%)

주 : 2009년 기준 사업체조사보고 공공부문 제외
출처 : 서울시, 「서울경제비전 2020스마트 경제도시 서울」, 2011

서비스업의 경우 종사자 수가 20명 미만인 소규모기업이 91%를 차지해 서비스업의 기업화가 미흡한 실정이다. 그리고 종사자 규모가 5명 미만인 영세업체의 비중도 76%에 달한다.

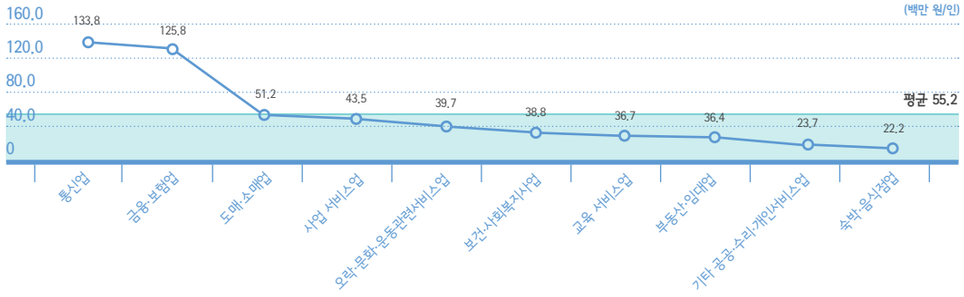
[표 2-3] 2009년 서울시 서비스업 종사자 규모별 사업체 수

구분	총계	1~4명	5~9명	10~19명	20명 이상	20~49명	50명 이상
사업체 수	187	142	20	9	8	5	3
서비스업 전체 비율(%)	100	76	11	4	4	3	2

출처 : 통계청, 「산업 종사자 규모별 사업체 수」, 국가통계포털

중소기업의 영세성은 생산성과 밀접한 관계가 있으며, 서비스업들 사이 생산성의 극심한 편차도 서울시 중소기업 경제 시장의 문제점으로 꼽힌다.

서울시 서비스 업종은 고생산성 업종과 저생산성 업종으로 크게 구분된다. 고생산성 업종으로는 2001~2005년 평균 1인당 부가가치가 1억 원을 상회하는 통신업, 금융 · 보험업이 해당한다. 반면 숙박 · 음식점업, 기타 공공 · 수리 · 개인서비스업 등은 서울시 전체 서비스업 중 생산성이 가장 낮다. 또 사업 서비스업, 오락 · 문화와 운동 관련 서비스업 등도 서울시 전체 서비스업의 평균 이하다.

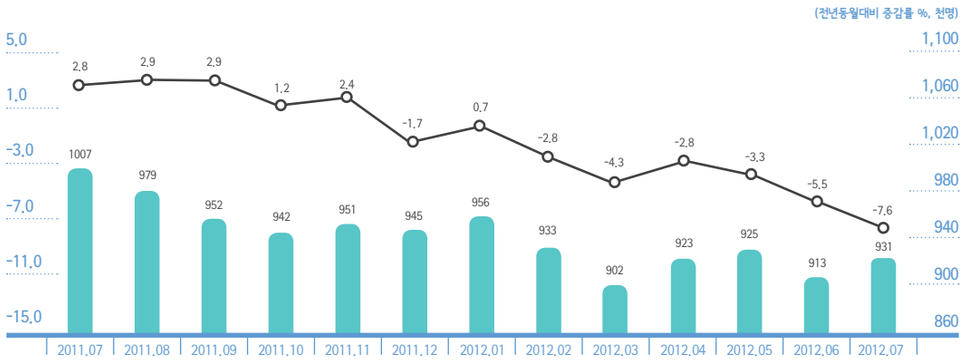


출처 : 통계청, 「서비스업총조사」, 국가통계포털
서울연구원, SDI 정책리포트 「서울시 서비스업 고용구조: 다섯 가지 특징과 향후 정책방향」, 2011

[그림 2-7] 서울시 업종별 노동생산성과 전국 평균(2001~2005년)

(2) 고령층과 청년층 취업률의 양극화

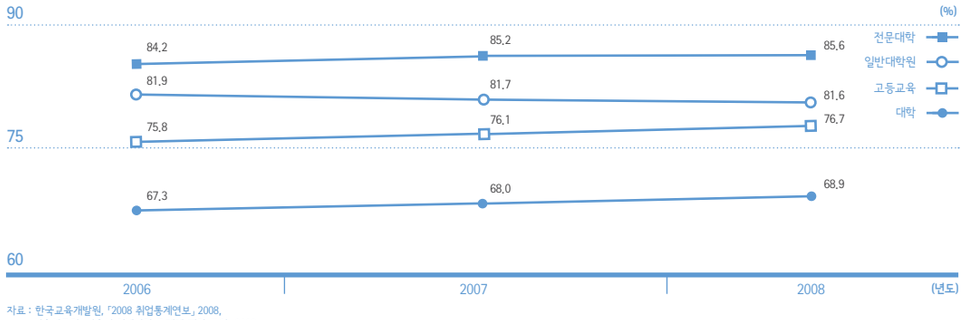
경기침체의 영향으로 대다수의 기업이 청년층의 신규 채용을 꺼리는 터라 청년층의 취업률이 줄고 있다. 통계청의 고용 동향에 따르면 2012년 7월 서울시의 청년층(15~29세) 취업자는 93만1천 명이다. 전년 동월 대비 7.6% 감소했으며 6개월 연속 마이너스 성장세를 보이고 있다.



자료 : 통계청, 「서울시 연령별 취업자」, 국가통계포털
서울시, 서울경제 9호, 2012

[그림 2-8] 서울시 청년층(15세~29세) 취업자 추이

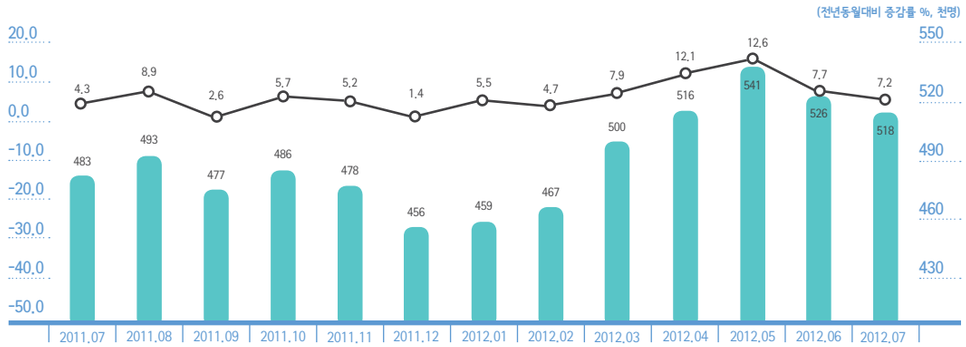
청년층 학교급별 취업률을 살펴보면, 대졸 이상의 고학력 실업률의 비중이 점차 증가하고 있음을 알 수 있다. 2008년 기준 고등교육과 전문대학 졸업자의 취업률이 대학졸업자의 취업률보다 각각 8.2%p, 16.7%p 높은 것으로 나타났다. 고등교육과 전문대 졸업자의 취업률의 경우 3년째 증가 추이를 보이는 반면, 대학졸업자의 평균 취업률은 제일 낮은 68.1%를 기록해 청년에 대한 우려가 심화되고 있다.



자료 : 한국교육개발원, 「2008 취업통계연보」, 2008,
서울연구원, 서울시 청년실업 문제에 대한 고찰, 2008

[그림 2-9] 청년층의 학교급별 취업률

반면 고령층(60세 이상)의 취업률은 2012년 7월 기준 전년 동월 대비 7.2%로 꾸준한 플러스 성장세를 보인다. 청년층 취업자 추이와 비교하여 연령별 취업자 간 양극화 현상이 일어나고 있다.



출처 : 통계청, 「서울시 연령별 취업자」, 국가통계포털
서울시, 서울경제 9호, 2012

[그림 2-10] 서울시 고령층(60세 이상) 취업자 추이

3) 디자인 전략 : 서울디자인의 경제 활성화 정책

경제 패러다임이 생산 중심에서 소비 중심으로 이동하면서 21세기는 '감성과 문화의 시대'로 접어들었다. 따라서 기술개발 못지않게 감성과 경험적 가치의 역할이 중요해졌다. 소비 수준이 높아지면서 단순기술력만으로는 소비자의 구매 욕구를 충족시킬 수 없는 시대의 상황도 디자인이 유망 분야로 급부상하는 이유다.

[표 2-4] 시대에 따른 소비자 니즈 변화

시대구분	90년대 (기술)	2000년대 (기술+감성)	2010년대~ (감성+경험적 가치)
소비자 니즈	신제품·고기능 선호	차별성·감성 중시	삶의 질 향상, 가치 중시
구매결정 요인	제품의 크기, 고기능, 디지털	사용편의성, 복합화, 콘셉트, 색상, 매력과 브랜드이미지	새로운 경험적 가치, 인터페이스, 스토리텔링
기업대응	기술고도화와 첨단 신기술 개발	고객감성 반영, 타업종 기술접목	경험디자인, 서비스디자인 강화
업종사례	메모리, 대형평면TV	향기나는 자동차, 쥬얼리 휴대폰	아이패드, 아이폰, 3DTV

출처 : 문화관광디자인본부, 디자인서울의 주요성과와 미래 비전, 2011

이에 많은 도시가 지역산업 경제 발전을 위한 디자인산업 육성에 끊임없는 투자와 노력을 기울이고 있다. 서울시는 도시의 경제 및 침체 산업 분야의 활성화를 목적으로 디자인 전략 제시, 중소기업을 위한 디자인 지원, 디자인 전문기업을 위한 산업기반 확충 등을 실시하고 있다. 이 밖에도 디

자인산업 역량 강화를 위한 디자인기반 교육과 디자인 인재 양성 등을 실시하고 있다. 앞으로도 경제 활성화의 시너지 효과 창출을 위한 적극적인 노력이 부가적으로 필요하다.

(1) 디자인을 통한 도심창조산업 육성 및 지역경제 활성화

글로벌 금융위기 이후 독일과 일본 등 제조업 기반이 강한 국가들이 빠르게 위기에서 벗어났다. 반면 미국, 영국 등 제조업 기반이 상대적으로 취약한 국가들은 고전을 면치 못하면서 제조업의 역할이 재조명되고 있다. 또 각국 정부는 제조업이 고용과 경제 성장은 물론 위기 대응능력 측면에서도 중요한 역할을 수행한다는 사실을 새롭게 인식, 제조업 육성을 위한 산업 정책을 부활시키고 있다. 그런데 서울시의 전통 제조업의 규모는 점차 축소되는 실정이다.

이에 서울시는 특정 지역의 침체된 제조업 분야 중 디자인 전략을 접목시킬 수 있는 구두산업, 한방산업 등을 선정해 서울시의 창조산업으로 육성하는 「도심창조산업 디자인 프로젝트」를 펼치고 있다. 이 프로젝트는 장인(匠人)의 가치가 빛나는 전통제조업에 디자인이라는 혁신을 접목해서 창조산업으로 재탄생시킨다는 것이 핵심이다. 더불어 낙후지역 중심산업의 부활을 통해 도시환경 및 상권에 활력을 불어넣고, 기존 거주민과 지역문화가 자연스럽게 어우러져 지역경제 활성화를 도모한다는 의미다.

(재)서울디자인재단은 「도심창조산업 디자인 프로젝트」의 기반자료로써 지역상인의 소통과 참여를 통해 디자인혁신을 일으키는 「서울형 커뮤니티비즈니스 디자인모델 구축연구」를 진행하며 서울시 도심의 낙후된 상권을 활성화시킬 방안을 모색했다. 그리고 서울시의 전통기능과 디자인을 접목하는 「서울 전통기능의 가치를 높이는 디자인혁신 연구」도 함께 수행했다.

서울시는 '경제-시민-문화'의 관계성을 바탕으로 디자인 전략을 활용해 그동안 소외된 기존의 기간산업[14]을 창의적인 산업으로 탈바꿈시키고 있다. 이는 지역경제뿐 아니라 지역의 정체성을 회복하고 자부심을 향상시키는 변화의 발걸음이기도 하다.

(2) 디자인산업 생태계 조성 및 청년 일자리 지원

최근 중국과 동남아시아 국가들의 제품 생산이 늘면서 국내 중소기업의 상품이 가격경쟁에서 밀리는 실정이다. 따라서 우리의 경쟁력을 향상시킬 수 있는 돌파구가 필요하다.

디자인의 독창성이나 제품의 다양성은 상품구매 결정을 좌우하고 새로운 수요를 창출하기도 한다. 디자인은 기술개발이나 투자에 비해 19배의 부가가치를 창출하는 고부가가치 산업으로 서울 신성장 동력 산업을 지원하는 기반산업의 역할을 할 수 있다. 뿐만 아니라 기업 경쟁력의 핵심 산업으로 개발비와 회수기간이 짧고, 매출의 효과가 높은 편이다.

14) 기간산업이란 철강·동 기타의 금속공업, 석탄·석유·전력 등의 동력산업(動力産業), 공작기계·조선·차량 등의 중요기계산업, 비료·소다 등의 중요 화학공업, 광산업, 원료, 중요 생산설비 및 교통기관산업 등 생산부문의 중추부문을 의미한다.

[표 2-5] 디자인개발과 기술개발 비교 분석

구분	평균개발기간	평균개발비	매출효과
디자인개발	6~9개월	2천백만원	22배 증가
기술개발	2~3년	4억천만원	5배 증가

출처 : 한국디자인진흥원, 디자인기초기술개발 실태조사, 2005

하지만 중소기업의 경우 자체 디자이너가 부족한 것이 대다수이며, 디자인 개발에 자금을 투자하기조차 어려운 여건이다. 실정이 이렇다 보니 디자인 선진 기업들보다 제품개발력이 뒤처지는 게 사실이다. 이는 국내 경제의 주축을 이루는 수출산업에도 부정적인 영향을 미친다.

서울시 디자인 전문회사의 실정도 넉넉지 않다. 서울시의 디자인산업은 2009년 기준 약 2,000개의 디자인 전문회사가 운영되는 등 양적 성장을 이루었다. 그러나 1~4인 기업이 전체의 62.8%, 매출액이 5억 미만인 기업이 72%를 차지하는 등 전문기업의 규모는 매우 영세한 수준이다.

[표 2-6] 서울시 디자인 전문회사 종사자 규모

구분	계	1-4명	5-9명	10-19명	20-49명	50명 이상
사업체 수	1,993	1,251	480	181	64	17
종사자 수(명)	12,443	2,744	3,092	2,294	1,807	2,327
비율(%)	-	62.8	24.1	9.1	3.2	0.8

출처 : 문화관광디자인본부, 디자인서울의 주요성과와 미래 비전, 2011

[표 2-7] 서울시 디자인 전문회사 매출액 규모

구분	계	5억 미만	5억-10억	10억 이상
기업 수	1,993	1,433	183	376
총매출액(억원)	14,466	2,398	1,306	9,746
비율(%)	-	72	9.1	18.9

출처 : 문화관광디자인본부, 디자인서울의 주요성과와 미래 비전, 2011

이러한 이유로 서울시는 디자인산업의 기반을 구축하고, 중소기업과 디자인 기업의 디자인 역량을 강화하기 위해 디자인산업 생태계 조성 전략으로 디자인 지원 사업을 펼치고 있다.

디자인산업 생태계 조성을 위해 서울디자인이 지속적으로 추진하는 각 사업들은 (재)서울디자인재단 산하의 서울디자인지원센터와 강남트렌드센터, 구로중소기업센터를 중심으로 실행되었다.

서울디자인지원센터는 디자이너와 신진 기업의 마케팅 지원을 중점적으로 실행한다. 비즈니스와 디자인 관련 법률 등 전문지식을 제공해 매출을 높일 수 있도록 돕고, 디자인 R&D 연구 공간 및 첨단 연구 설비를 지원하고 있다. 강남트렌드센터는 최신 디자인 트렌드와 각종 정보를 제공하는 등 디자이너의 경쟁력을 강화하기 위한 교육서비스를 지원한다. 구로중소기업센터는 일반 중소기업의 디자인 지원을 위해 전문 디자인 컨설팅, 최적의 디자인 프로세스를 제안하는 등 중소기업과 디자이너의 비즈니스 매칭을 실시한다. 이러한 디자인 지원 정책은 서울디자인의 경쟁력을 강화하는 동시에 디자인의 인식을 제고하며, 나아가 중소기업과 대기업의 양극화 현상을 해결하는 등 지역경제의 균형을 유지하는 묘책이 될 수 있다.

서울시의 고용 여건이 악화되면서 능력을 갖추고도 취업을 포기한 청년층 구직포기자와 청년 빈곤층의 증가로 청년실업문제가 갈수록 심각해지고 있다. 서울시는 디자인 분야에서 청년실업을 해소하고 일자리를 지원하기 위해 노력하고 있다. 청년 디자인 전공자의 일자리를 지원하기 위해 추진하는 사업은 주로 마포디자인취업센터와 DMC창업센터를 통해 실행되고 있다.

마포디자인취업센터는 디자이너의 취업과 창업을 돕고자 체계적인 교육 서비스를 제공한다. DMC창업센터는 경제적 기반이 취약한 신진 디자인 기업을 보육하기 위해 일정 기간 동안 작업 공간을 제공하는가 하면, 자금과 멘토 등 현실적인 지원 서비스를 펼치고 있다.

청년층의 창업을 돕고 일자리를 창출하는 사업으로는「청년 등 사회적기업가 육성」을 추진했다. 이 사업은 창의적으로 사회문제를 해결하는 동시에 청년실업을 해소하기 위해 서울디자인지원센터와 4대 디자인 클러스터를 활용한 체계적인 육성 프로그램으로 진행됐다.

이처럼 디자인 분야의 인재를 육성하고 지원하는 정책은 청년실업 해소와 서울의 침체된 경제를 디자인 인력을 통해 활성화하며, 나아가 서울디자인의 경쟁력을 강화하는 방향이 될 것이다.

2.2 2012 서울디자인 사업 : 경제 영역

서울시가 침체된 서울 경제를 활성화하기 위해 수립한 디자인 전략은 크게 〈도심창조산업 육성 및 지역경제 활성화〉, 〈디자인산업 생태계 조성〉, 〈청년 일자리 지원〉으로 구분된다. 각각의 전략에 따라「도심창조산업 디자인 프로젝트」,「청년 등 사회적기업가 육성」등 주요 사업들을 추진했다.

디자인산업 생태계 조성과 청년 일자리 지원을 위한 사업은 (재)서울디자인재단 산하의 서울디자인지원센터와 강남, 구로, 마포, DMC로 구성된 4대 디자인 클러스터를 중심으로 수행되었다.

[표 2-8] 2012 경제 영역 서울디자인 사업

전략	주요 사업
도심창조산업 육성 및 지역경제 활성화	(1) 도심창조산업 디자인 프로젝트 (2) 서울형 커뮤니티비즈니스 디자인모델 구축연구 (3) 서울 전통기능의 가치를 높이는 디자인혁신 연구
디자인산업 생태계 조성 및 청년 일자리 지원	(1) 서울디자인지원센터 (2) 강남트렌드센터 (3) 구로중소기업센터 (4) 마포디자인취업센터 (5) DMC창업센터 (6) 청년 등 사회적기업가 육성

1) 디자인을 통한 도심창조산업 육성 및 지역경제 활성화

서울시는 디자인을 통한 도심창조산업 육성 및 지역경제 활성화 전략에 따라 저성장에 머물러 있는 서울 경제를 부흥시키기 위한 노력을 기울였다.

2012년 주요 사업으로는 서울시 도심에 특화된 산업을 디자인으로 혁신하는「도심창조산업 디자인 프로젝트」와「서울형 커뮤니티비즈니스 디자인모델 구축연구」사업이 있으며, 고부가가치를 창출하는 산업을 디자인과 융합하여 서울경제를 활성화하는「서울 전통기능의 가치를 높이는 디자인혁신 연구」가 있다.

이 사업들은 현재 서울시가 강조하고 있는 시민경제와 골목상권 활성화[15]를 위해 최근 새롭게 추진하는 정책의 일환으로, 출연기관인 (재)서울디자인재단을 통해 구체화되었다.

15) 박원순 서울시장은 "서민경제를 살리고 일자리를 창출하기 위해선 중소기업 중심의 전통 수제(Hand Made)산업을 방치해선 안 된다"며 "전통시장, 골목상권이 업그레이드 될 수 있는 방안으로 디자인과 시민과의 접점마련이 필요하다"라고 강조한 바 있다.

(1) 도심창조산업 디자인 프로젝트 : 성수동 구두산업 활성화

도심창조산업 디자인 프로젝트는 디자인을 통해 서울 낙후산업 지역의 가치를 발견하고 낙후한 상권에 활력을 부여하는 프로젝트다.

프로젝트의 첫 시작은 성수동 구두산업 활성화 사업으로 디자인과 지역산업, 시민경제, 지역공동체를 접목하여 퇴색된 상권을 부흥시키는 것이 핵심이다. 성수동 구두산업 활성화의 세부 사업들은 서울시와 (재)서울디자인재단, 성동구청, 서울메트로, 서울성동제화협회 등의 협력 네트워크 구축을 통해 추진되었다.

성수동은 서울시 전체 구두제조업의 39%가 밀집된 국내 최대 제화산업의 집적지다. 성수동의 구두피혁 제조업체는 약 600여 개, 관련 산업 종사자는 약 6,000명으로 집계된다. 1990년부터 급속도로 성장해 호황기를 누렸지만 현재 성수동의 구두제조업은 건물의 노후화와 작업환경의 열악성, 시민들의 관심 저조, 젊은 기술자의 부족, 구두 제작의 대부분이 하청구조로 이뤄지는 점 등의 이유로 자족할 수 있는 기반이 점차 약해지고 있다.

서울시와 (재)서울디자인재단은 성수동 구두산업 지역의 가치와 문제를 발견하는 과정을 통해, 성수동과 성수동 수제화의 매력 요인을 찾아 가치를 높이고 활성화하기 위한 방안을 모색했다. 성수동 구두제조업의 문제점은 건물의 노후화, 작업환경의 열악성 등 여러 가지가 있지만 그중 가장 큰 문제는 젊은 층의 유입과 차세대 구두전문가 양성, 지속가능한 구두 전문 인력의 육성이 부재하여 성수동 구두산업의 지속성까지 위협을 받고 있다는 것이다. 구두 기술자의 대부분이 50~60대 고령으로 구두공장에서 도급제로 종사하며, 이들에 대한 사회의 평가와 인식이 현저히 부족하다는 점도 문제점으로 들 수 있다. 또 성수동의 구두산업은 기술 제조업 중심으로 이루어지고 있어 디자인이 부재하며 부가가치 창출의 어려움이 따르고 있다.

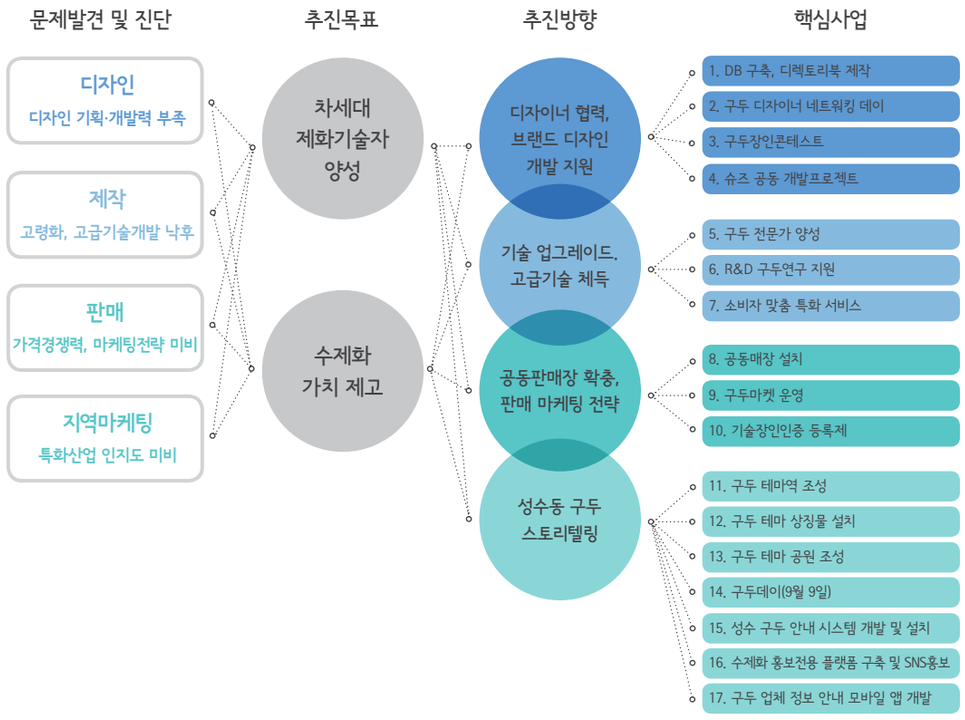
성수동 구두산업은 무엇보다 사람의 손 기술로 완성되는 전통수제 산업이라는 점이 핵심 가치요소다. 성수동 수제화의 숨은 가치와 매력 요인을 발굴해 수제화에 대한 일반 시민들의 인식을 확산시키고 지역의 정체성을 높여 지역경제를 활성화시킬 방안이 필요하다.





[그림 2-11] 성수동 구두거리와 구두 제작 기술자

이에 (재)서울디자인재단은 성수동 구두산업을 활성화시킬 방안을 4개 분야로 나누어 정리하고 각각의 문제를 해결할 방안으로 17개 핵심 사업을 제안했다. 4개의 분야는 디자인과 제작, 판매, 지역마케팅이다. 디자인 분야는 디자이너 협력을 통해 디자인 개발을 지원하고, 제작 분야는 기술을 업그레이드해 고급 기술을 체득하도록 교육을 지원하는 방향으로 추진한다. 판매와 관련해서는 성수동 구두의 공동판매장을 확충해 판매마케팅 전략을 제시하고, 성수동 구두 마케팅 거점 확대 방안으로는 구두 테마역을 조성하여 지역 마케팅 수준을 향상시키고자 한다.



[그림 2-12] 성수동 구두산업 활성화 추진목표와 4개 분야 17개 핵심 사업안

성수동 구두산업 활성화 사업은 2013년부터 2015년까지 지속될 중장기 사업으로 성수동 구두산업에 대한 젊은 세대의 관심을 유도하고 일자리를 창출하는 등 성수동 구두제화의 가치를 상승시킬 것으로 기대한다. 또 서울시 구두제조업의 집적지로서 성수동의 지속가능한 성장을 돕고, 경쟁력을 확보하여 지역경제 활성화에 이바지하고자 한다. 더불어 시민을 대상으로 하는 지역 홍보를 통해 성수동의 지역이미지를 제고시킬 수 있을 것이다.

재단은 성수동 구두산업 활성화 사업의 전체 서비스디자인 콘셉트를 '신나는 성수동'으로 설정하고 4개 분야 17개 핵심 사업을 추진하고 있다. '신나는 성수동'의 이름은 새로움을 뜻하는 '신(新), New'와 '신(구두)'의 매력과 즐거움을 지닌 성수동을 의미하며, 구두를 중심으로 성수동에 부는 새로운 바람을 의도하고 있다.



[그림 2-13] 성수동 구두산업 활성화 서비스디자인 콘셉트 '신나는 성수동'

2012년에는 2013년 사업을 위한 준비 단계로 「DB 구축 및 디렉터리 북 제작」 사업을 수행했다. 이어 2013년 사업으로 디자인과 지역마케팅 분야의 「구두 테마역」, 「구두 테마 상징체계」, 「구두 네트워킹 데이」, 「슈즈 공동개발 프로젝트」 사업을 추진할 예정이다.

○ 구두 테마역과 구두 테마 상징체계

구두 테마역과 구두 테마 상징체계는 시민에게 성수동 구두산업을 알리기 위한 홍보 사업으로 2014년까지 성수동 지하철 2호선 성수역에 조성될 예정이다.

구두 테마역과 구두 테마 상징체계는 하루 유동인구가 4만9천 명에 달하는 지하철역을 활용해, 성수동이 서울 구두산업의 집적지임을 시민에게 홍보하고 지역 활성화의 허브역할을 유도할 것이다. 지하철을 활용하는 가장 큰 이유는 성수동 구두공장의 대부분이 임대형 공장임을 감안해 투기로 인한 임대료 상승 등 역효과를 방지하기 위해 거리를 정비하는 하드웨어적인 접근은 지양하려 했기 때문이다.

구두 테마역은 '성수역' 하면 '구두'가 연상되는 방향으로 디자인된다. 성수역 2층의 1 · 4번 출구방향, 3층의 지하철 승강장 공간 일부를 활용해 조성된다. 2층은 구두 테마 상징물, 구두 벤치, 안내사인, 구두 그래픽 등이 있는 구두 테마 공간과 판매를 위한 공동매장 공간이 들어설 예정이다. 이 외에도 족저압 측정, 구두 스타일 미디어 패널, 구두 포토존, 구두 트렌드 신상품 쇼룸, 전시 공간 등이 조성된다. 3층은 스크린도어 옆 광고판을 활용해 구두와 관련한 프로모션 마케팅을 꾸준히 마련할 계획이다.

구두 테마 상징체계는 성수동 구두의 시각적 상징요소를 개발하고 이를 시각화하는 것이다. 성수동의 구두 테마와 사인의 상징적 기능을 접목한 구두 테마 상징체계는 성수역 외부에 설치할 예정이다.



[그림 2-14] 지하철 2호선 성수역 구두 테마역 조성안

○ 구두 네트워킹 데이

구두 네트워킹 데이는 각 분야별 구두 전문가가 한자리에 모여 트렌드 강연과 세미나를 갖고, 비즈니스 정보교류와 신상품 구두 발표, 마켓, 전시 등을 펼치는 행사로 구두산업 비즈니스 교류의 장이 될 것이다.

국내 구두디자인은 패션 영역에서도 상대적으로 소외되어 있어 일반 패션 · 의상학과에서는 구두전문화 과정이 부재하고 구두연구와 학회, 페어 등 활성화를 위한 프로그램과 교류도 부족한 상황이다. 이를 해소하기 위해 기획된 구두 네트워킹 데이는 구두 전문가들 간의 상호 교류뿐 아니라 구두를 보다 저렴하게 구입할 수 있는 판매장, 구두 제작과정을 한눈에 볼 수 있는 자리도 마련된다.



[그림 2-15] 구두 네트워킹 데이 사례(대림창고)

○ 슈즈 개발 프로젝트

슈즈 개발 프로젝트는 구두 디자이너와 성수동 구두장인, 구두공장이 협업체계를 구축하여 구두를 제작하도록 지원하는 사업이다. 구두 장인의 전문 기술에 디자이너의 트렌드를 반영한 디자인 코칭과 스타일링을 접목하여 독특하고 새로운 구두를 제작한다.

2013년부터 본격적으로 시작될 장인과 구두 디자이너의 슈즈 개발 프로젝트를 위하여, 재단은 성수동의 역량 있는 구두 장인을 선정해 지원대상자를 결정할 예정이다. 구두 장인과 협력할 구두 디자이너로는 사라다 플래닝의 최영인 디자이너, 신(SYNN)의 김미선 디자이너, 슈즈바이런칭엠(Shoes by Launching M)의 오덕진 디자이너 등 국내 실력파 디자이너들이 적극적인 관심을 표명해왔으며 현재 이들과 사전 조율 중에 있다.

이 프로젝트를 통해 현재 중국의 대량생산 저가공세와 국내 대기업의 납품 하청구조 속에서 어려움을 겪는 영세한 구두공장들이 고부가가치를 창출하고, 경쟁력을 확보해 나갈 것으로 기대한다.

○ DB 구축 및 디렉터리 북 제작

DB 구축 및 디렉터리 북 제작 사업은 성수동 구두산업에 관한 정보를 총망라하여 성수동 구두산업의 데이터베이스와 정보 지도를 개발한 것이다. 성수동 구두산업 활성화를 위한 2012년 사업의 결과로, 성수동의 업태 현황을 파악하고 구두 업체 간 비즈니스에 활용하기 위하여 정리되었다.

DB 구축 및 디렉터리 북 제작을 위한 정보는 중소기업청의 '성동 제화업체 실태결과(2012년 5월)', 서울산업통상진흥원의 '20세기 제조업 업그레이드 추진을 위한 기업 수요조사(2012년 9월)'를 포함한 6개의 성수동 구두 제조업 리스트[16]를 분석하여 추출했다. 재단은 각 리스트들을 비교·분석하여 그 자료를 토대로 유선 확인과 방문 조사를 실시하였고, 이를 통해 2013년 2월을 기준으로 모두 97개의 구두관련 제조업체를 확인할 수 있었다.

이 데이터를 바탕으로 재단은 성수동 구두에 대한 이야기를 담은 소책자《손끝에서 발걸음까지》를 제작했다. 이 책은 성수동 구두산업의 역사를 비롯해 구두 제조업체들의 위치가 표기된 성수동 지도, 구두 제조 각 분야의 장인들 인터뷰가 담겨 있다.



[그림 2-16]《손끝에서 발걸음까지》성수동 구두 이야기

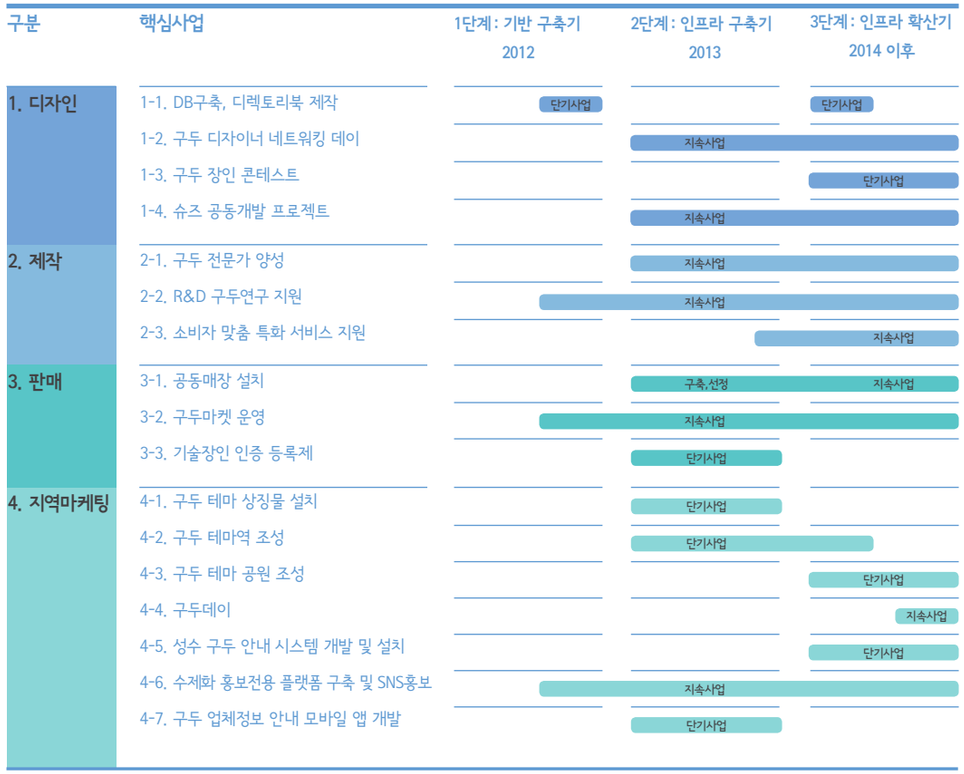
16) 서울성수수제화타운(SSST), 성동제화협회 입점기업 리스트, 2012년 1월
성동토탈패션센터, 토탈패션 거점업체 리스트, 2012년 1월
성동구청, 슈슈마켓 참여기업 리스트, 2012년 10월
성동제화협회 총회 참석기업 리스트, 2012년 11월

○ 성수동 구두산업 활성화 로드맵

1단계인 기반 구축기에는 단계 사업들에 활용될 기초자료로서 「DB 구축 및 디렉터리 북 제작」이 중점적으로 진행되었다.

2단계 인프라 구축기에는 구두 장인과 디자이너 등 협업 네트워크를 구축하고 그 외 관련 연구를 지원하는 등 제작과 판매, 마케팅을 위한 환경을 조성하는 단계로 「구두 테마역」 조성, 「구두 테마 상징체계」 구축, 「슈즈 개발 프로젝트」, 「구두 네트워킹 데이」, 「구두 전문가 양성」, 「R&D 구두연구 지원」, 「공동매장 설치」, 「구두마켓 운영」 사업 등을 추진한다.

3단계 인프라 확산기는 2단계에서 구축한 네트워크와 환경을 활용하여 지속사업을 이어가면서 「구두 장인 콘테스트」, 「소비자 맞춤 특화 서비스 지원」, 「구두 테마 공원 조성」, 「성수 구두 안내시스템 개발 및 설치」 등 성수동의 구두를 알리고 시민과의 접점을 확대하는 사업들을 실행할 계획이다.



[그림 2-17] 성수동 구두산업 활성화 사업 로드맵안

(2) 서울형 커뮤니티비즈니스 디자인모델 구축연구

「서울형 커뮤니티비즈니스 디자인모델 구축연구」는 서울 도심의 낙후된 상권을 활성화시킬 수 있는 방안을 마련하기 위한 연구 사업이다. 이 연구는 서울시와 (재)서울디자인재단이 추진하고 있는 「도심창조산업 디자인 프로젝트」의 기반 자료이자 가이드라인으로써 활용하고자 추진되었다.

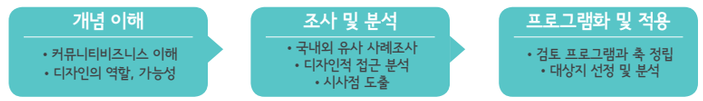
「서울형 커뮤니티비즈니스 디자인모델 구축연구」는 한때 지역생활과 경제에 중요한 역할을 했으나 현재는 내 · 외부의 요인으로 인해 낙후된 도심의 상권을 다시 활성화시키고, 지속가능한 접근 방안으로 커뮤니티비즈니스에 대한 연구를 진행했다.

커뮤니티비즈니스란 지역의 커뮤니티를 바탕으로 지역 고유의 자산을 발굴해 지속적으로 운영이 가능하도록 하는 경제 · 생활의 생태계를 의미한다. 디자인모델을 구축하는 이유는 디자인이 기존 서비스와 상품에 고부가가치를 부여하는 기능을 넘어 근래에는 사회의 문제를 해결하는 창의적인 솔루션으로 그 역할이 확대되는 까닭이다.

따라서 이 연구는 서울의 지역자산을 발굴하는 데 있어 디자인적 접근을 통한 고부가가치 창출과 창의적인 솔루션 도출을 위해 고려될 사항을 정리하고, 이후 각 지역의 프로젝트를 진행하거나 심화 연구단계에 적용 가능한 가이드라인을 제공한다는 데 목적이 있다.

이를 위해 커뮤니티비즈니스에 대한 개념을 먼저 다룬 뒤, 국내외 유사사례조사를 통해 커뮤니티비즈니스에 대한 디자인적 접근의 활용가능성을 사전 검토했다. 사례 분석을 통해 도출된 시사점을 바탕으로 커뮤니티비즈니스 프로젝트에 착수할 시 검토해야 할 사항들을 프로그램화하여 제시했다. 그리고 디자인적으로 가치 있는 지역자산을 검토할 수 있는 축과 세부항목을 정립한 후, 서울 도심의 커뮤니티비즈니스의 디자인접근이 적합한 지역을 선정해 정립된 축을 적용하는 예를 보여주었다.

연구는 (재)서울디자인재단이 외부 전문가와 협력해 진행했고, 연구의 진행 내용과 관련해서는 커뮤니티디자인, 커뮤니티비즈니스, 마케팅, 도시계획 등 다양한 분야의 외부 자문위원을 초청, 자문회의를 실시해 연구의 객관성을 확보했다.



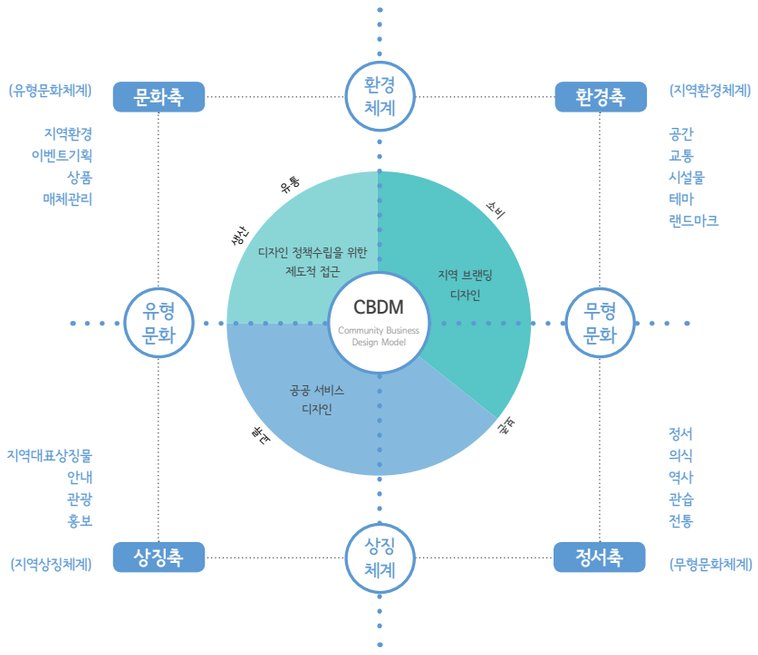
[그림 2-18] 서울형 커뮤니티비즈니스 디자인모델 구축연구 프로세스

사례조사 결과, 커뮤니티비즈니스가 지역 경제 활성화에 기여하기 위해서는 기존의 제조업 중심의 산업과 문화예술적인 창조적 산업을 연계한 융복합적 산업을 형성해야 하고, 지역 기반의 커뮤니티 디자인 형성을 위해 장기적인 차원에서의 지역정책 계획과 지역 커뮤니티의 교육 및 협의를

통한 점진적 과정, 민관의 협력체제가 필요하다는 것을 알 수 있었다. 또 장소성에 적합한 커뮤니티 비즈니스 개발을 위해 지역의 정체성을 형성할 수 있는 지역 브랜딩 및 마케팅 분야의 디자인솔루션이 필요하다는 것을 시사했다.

커뮤니티비즈니스 디자인은 그 지역의 상징체계와 무 · 유형문화, 환경체계를 복합적으로 고려해야 하며, 커뮤니티비즈니스 디자인모델(CBDM)은 이를 반영하여 커뮤니티비즈니스 디자인 접근의 위계 및 범주를 통합해 구성 축을 마련했다. 기본적으로 체계와 상징체계, 유형문화와 무형문화에서 문화와 환경, 상징, 정서를 축으로 하고 그 안에서 디자인이 접근하는 위계 및 범주로써 지역 브랜딩 디자인, 공공서비스디자인, 디자인 정책 수립을 위한 제도적 접근을 접목했다. 마지막으로 연구는 제시된 축을 서울 도심의 몇 곳에 적용해 대상지의 공통점과 차이점, 각각의 강점과 약점들을 분석했다.

재단은 「서울형 커뮤니티비즈니스 디자인모델 구축연구」를 시작으로 서울의 지역 상권을 활성화하기 위해 디자인을 포함한 다양한 시각에서의 접근이 시도되기를 기대한다.



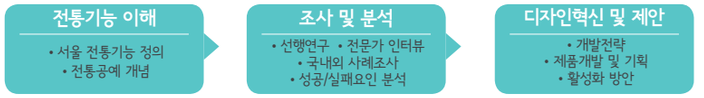
[그림 2-19] 커뮤니티비즈니스 디자인모델 구성 축

(3) 서울 전통기능의 가치를 높이는 디자인혁신 연구

「서울 전통기능의 가치를 높이는 디자인혁신 연구」는 서울이 가진 전통기능의 가치를 확산하고, 전통기술과 디자인이 접목된 디자인제품의 개발 수요를 발굴하는 연구다. 연구의 목적은 서울시 공예문화상품 개발을 위한 기초자료를 확보하는 것이다. 이를 위해 중소기업 중심의 전통 수제 기술을 디자인과 접목해서 고부가가치 산업을 활성화하는 방향을 제시하고자 한다. 또 자체 연구개발 능력이 부족한 영세 디자인 기업에 디자인 R&D를 지원하는 시스템을 구축할 계획이다.

「서울 전통기능의 가치를 높이는 디자인혁신 연구」의 연구배경은 서울의 특성으로서 전통기능과 디자인을 융합하는 방안을 찾는 데 있다. 이번 연구에서는 서울의 전통기능을 정의하고 공예 · 디자인 제품의 기획부터 제작과정, 혁신적인 유통체계, 마케팅 활성화 등을 통하여 그 가치를 상승시킬 디자인 전략을 수립하였다. 그리하여 서울시 전통기능 분야와 디자인이 접목된 사업실행 방안을 도출하고, 외국인 관광 1100만 시대의 서울 공예 · 디자인 시장을 확대하여 공예 · 디자인상품을 보급함으로써 전통기술의 보전과 산업적 활용, 지속가능한 공예시장의 활성화를 이루고자 한다.

연구는 서울 전통기능에 대한 정의 및 범위를 설정, 2000년 이후 전통기능을 활용한 선행사례 조사, 그리고 전문가 인터뷰를 통해 성공과 실패의 요인을 분석하는 것으로 진행됐다. 이 과정을 통해 서울 전통기능의 경쟁력과 보완점을 발견하고 기획에서부터 생산, 판매단계별 발전 가능성과 다양한 산업화 방안을 모색했다. 연구는 연구제안서평가 심사를 통해 연구수행기관을 선정하여 진행되었으며 관련 전문가로부터 연구체계를 검증받았다.



[그림 2-20] 서울 전통기능의 가치를 높이는 디자인혁신 연구 프로세스

이 연구에서 전통기능이란 '공통의 문화적 가치를 공유하는 민족이 시대를 초월하여 사용하고 있고 유행에 따라 변하기도 하며 과거로부터 고유하게 보존 · 전승되어 오는 기술적인 능력'이며, 이러한 전통의 기능을 담고 전승되어지는 실증적인 산물로서 공예 또는 공예기술을 전통기능으로 보고 있다. 이 연구에서는 공예를 현대의 디자인으로 해석해 '공예디자인'이라는 시장을 체계적으로 구상하고, 전통과 보존이라는 틀에 갇혀있는 공예를 현대화하여 다양한 산업화 방안을 모색하고자 했다.

전통기능으로써 공예를 활용한 선행사례 분석과 전문가 인터뷰를 통해 본 연구는 전통기능의 잘못된 근대화로 인해 현대적 가치에 부응하지 못하고 애매한 위치에서 표류하고 있다는 문제점을 발견했다.

따라서 전통기능의 가치를 높이기 위해서는 잘못된 근대화로 인한 잘못된 가치관을 재정립

하는 것이 우선이며, 전통기능과 디자인의 융합은 행정적 지원 아래 기획과 생산, 판매의 체계적인 흐름에서 실행되어야 한다는 결론을 얻었다. 이에 연구는 서울 전통기능의 가치를 높이는 디자인혁신 방안으로써 서울 전통기능 디자인 상품 개발전략과 제품개발 및 기획, 활성화 방안을 수립했다.

먼저 개발전략은 전통기능을 전승공예, 수공예품, 디자인혁신상품의 세 가지로 구분하고 각각의 개발 방향을 설정했다. 전승공예는 사라져 가는 우리 고유의 전승공예를 발굴 · 보존 · 계승하는 것으로 나아가 고급화와 현대화를 통해 시장을 확대한다. 수공예품은 다양한 트렌드를 반영한 공예상품의 개발과 대중화를 통하여 기능적 혁신을 취하는 전략이며, 디자인혁신상품은 서울 전통기능의 형태와 소재, 색채를 기반으로 상품을 개발하여 기존의 많은 양산제품에 대응할 수 있는 서울 고유의 원형디자인을 양산하는 전략이다.

개발전략에 따른 제품개발 및 기획 방안은 생산과 판매, 행정 측면에서 각각의 전략을 수립[표 2-9]했다.

[표 2-9] 서울 전통기능 디자인 제품개발 및 기획 전략

구분	생산전략	판매전략	행정전략
전승공예	• 생산기술 간소화 연구를 통한 효율적 생산 • 소재개발 및 소재수입 안정화 • 문화특구 조성 • 다양한 장인의 교류효과	• 전승공예상품 고급화 • 유명내빈 마케팅 • 해외전시 및 프로모션 마케팅 지원(언어, 판매 등)	• 전승공예 원형 발굴, 연구 지원 • 전승공예 현대화개발 지원 • 서울시 무형문화재 전수회관 운영(교육 및 전수)
수공예품	• 서울 공예직업전문학교 운영 • 공예 분야별 공모전 기획, 신상품 발굴 • 청년, 노인 등 취업 취약자 일자리 창출	• 공예상품 체험 향상 • 재래시장과 연계한 공예상가 무상임대 지원 • 한류드라마, 영화 등 간접마케팅, 스타마케팅	• 우수공예디자인 인증제 • 직장인 생활공예 교육지원 • 대학/대학교 전통기능디자인 상품 개발사업
디자인 혁신상품	• 원자재 비용절감을 위한 세제혜택 및 공급 지원 • 품질관리 및 품질향상 지원 • 작업장 관리, 직무설계, 작업측정 등 업무환경 지원	• Seoul Only 제품 마케팅 (한정생산/순환) • 외국인 투어코스별 맞춤형 상품판매 • 스타마케팅	• 서울디자인재단 지정 전문디자이너 운영 • 전문가-학생 멘토링제 운영 • 사용자 체크리스트를 이용한 디자인보완

활성화 방안은 개발전략과 제품개발 및 기획 방안에 이어 서울 전통기능 디자인상품을 확대하고 장려하는 방향으로 세 가지 전략을 수립했다. 첫 번째는 이상적인 서울 전통기능 디자인상품 시장의 확보이며, 두 번째는 지속가능한 디자인혁신 개발과 행정적 뒷받침, 세 번째는 스토리텔링을 활용한 테마별 중심상권 활성화다. 마지막으로 연구는 이 활성화 방안의 핵심 추진사항으로 15개의 사업을 제안했다.

[표 2-10] 서울 전통기능 디자인 활성화 방안 핵심 추진사항

연번	사업명
01	산학연 융복합 연구센터 설립 지원
02	전통기능 생산기술 지원
03	서울 전통기능 체험 활성화
04	서울 전통기능 디자인상품 개발 추진위원회
05	가치판단 및 가격정책 지원
06	서울의 다양한 스토리텔링 개발
07	디자인권 및 특허권 지원
08	우수전시장, 우수공방, 우수교육장 지원
09	우수공예디자인 인증제 시행
10	한류마케팅 지원사업
11	전통기능의 테마별 지역상권(재래시장)특화사업
12	매니아, 일반동호인, 예비전문가 모집운영
13	서울 전통기능 디자인상품 공모지원
14	고궁(古宮) 체험 및 관광상품 개발사업
15	서울전통관련 웹/모바일 기반 DB구축 자료제공(전통기능, 관광, 상품판매)

연구 결과는 (재)서울디자인재단이 향후 실시할 예정인 영세 디자인 기업의 가치증대 사업 개발에 활용되어 디자인을 차별화하는 아이디어 도출을 위한 기초 자료로 사용될 것이다. 이를 활용해 서울의 전통기능을 살린 제품개발 사업의 아이템을 발굴하고, 서울디자인의 고유 브랜드를 개발하는 등 서울시 마케팅을 활성화할 예정이다. 또한 디자인 제품의 소비 수요를 점차 증대시키면서 디자인과 전통기술이 접목된 창조산업의 생태계가 형성되는 데 밑바탕이 되기를 기대하고 있다.

2) 디자인산업 생태계 조성 및 청년 일자리 지원

서울시는 디자인산업을 육성, 지원하고자 서울디자인지원센터와 4대 디자인 클러스터를 중심으로 다양한 사업을 추진해왔다. 센터들은 공통적으로 서울 디자인산업의 기반을 닦아 디자인산업 생태계를 조성하고 디자이너 역량과 디자인 경쟁력을 강화하는 사업들을 수행하고 있다.

먼저 서울디자인지원센터는 4대 디자인 클러스터의 중심지 역할로서 디자인 기업들의 마케팅과 제품화를 중점적으로 지원한다. 그리고 강남트렌드센터는 디자이너의 역량을 높이기 위한 트렌드 교육을, 구로중소기업센터는 중소기업과 디자인을 연계하여 현실적인 지원과 교육 서비스를 제공하고 있다. 마포디자인취업센터는 디자인 분야의 청년실업 해소와 일자리 창출을 위해 신진 디자이너의 창업과 취업을 돕는 교육과 서비스를 제공한다. DMC창업센터는 경제적 기반이 약한 초기 창업 디자이너에게 창작 공간과 자금을 지원하고 그들의 창업을 보육하고 있다.

이와 더불어 서울시 고용 침체를 해소하고 일자리를 지원하기 위한 2012년 주요 사업으로 「청년 등 사회적기업가 육성」 사업을 진행했다. 「청년 등 사회적기업가 육성」 사업은 고용노동부 산하의 한국사회적기업진흥원의 위탁을 받아 (재)서울디자인재단이 추진했으며, 재단은 이 사업을 통해 문화예술 분야 중에서도 디자인으로 특화된 사회적 기업가를 양성하고자 했다. 또한 이 사업은 서울디자인지원센터와 4대 디자인 클러스터를 활용하여 사업의 체계를 한층 강화했다.

(1) 서울디자인지원센터

서울디자인지원센터는 2011년 9월 서울시가 '시민과 함께 만들고 누리는 시민디자인'이란 비전 아래 설립한 시설이다. 디자인산업 육성 및 디자인문화 확산을 통한 서울디자인 경쟁력의 향상이라는 미션을 수행하기 위해 구 이대동대문병원을 리모델링해서 설립했다.

서울디자인지원센터는 마포 · 강남 · 구로 · DMC로 구성된 4대 디자인 클러스터의 지역별 특화 디자인 지원사업의 중심 역할을 수행하고 있다. 시설로는 시민이 자유롭게 이용할 수 있는 디자인전시실, 시민디자인도서관, 소재자료실, 봉제아카데미, 촬영실, 사용성테스트실 등이 있다.

센터는 일회성의 지원이 아닌 지속가능한 간접 서비스를 통해 시민의 디자인인식을 제고하고, 디자인 기업과 중소기업의 경쟁력을 높일 수 있는 디자인산업 생태계 조성을 위해 노력하고 있다.

서울디자인지원센터가 2012년 한 해 동안 추진한 주요 사업으로는 「서울디자인 마케팅 지원」, 「우수디자인 아이디어 제품화」가 있다.



[그림 2-21] 서울디자인지원센터 전경





[그림 2-22] 서울디자인지원센터 디자인전시실과 시민디자인도서관

○ 서울디자인 마케팅 지원

서울시와 (재)서울디자인재단은 청년 창업 디자이너와 신진 디자인 기업에 마케팅 정보와 국내외 비즈니스 마케팅 및 판로 개척을 지원해 글로벌 디자인 비즈니스 플랫폼을 구축하고자 노력하고 있다. 이는 서울시 디자인산업과 지역경제의 활성화 기여에 목적이 있다.

서울디자인지원센터의 마케팅 지원은 크게 국내와 해외로 나뉜다. 먼저 국내마케팅 지원에 있어서는 온라인 유통 채널인 '디자인태그'를 중심으로 분기별 이벤트를 개최하여 홍보 프로그램을 강화하고 있다. 또한 주요 유통사와의 상담회를 유치해 온 · 오프라인에 판매 채널을 확보하는 다각도의 노력을 기울이고 있다.

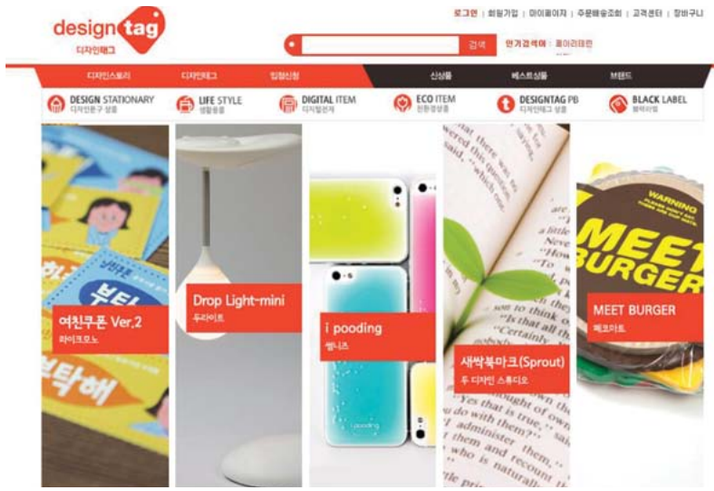
해외마케팅 지원에 있어서는 우수디자인 제품을 보유한 디자이너 및 기업에게 해외 비즈니스 전시에 참가할 수 있는 기회를 제공하고, 전문가와 1:1 컨설팅 및 비즈니스 교육을 지원하는 등 비즈니스 경쟁력을 강화할 수 있는 체계를 구축하고 있다.

또한 서울디자인지원센터는 창업과 실무와 관련하여 법률 · 비즈니스 컨설팅을 지원하고 있다. 법률 · 비즈니스 지원은 서울디자인 지원 사업에 참여하고 있는 기업과 디자이너를 대상으로 저작권 및 디자인 보호, 특허부터 계약, 실무와 관련한 전문 법률 · 비즈니스 상담 서비스를 제공하며 2012년에는 법률 지원 건만 31건에 이르렀다.

- 디자인태그

디자인태그는 서울시 디자인산업의 활성화를 목적으로 디자인제품의 전문 유통을 구축하기 위해 2008년 9월에 오픈한 디자인제품 전문 온라인 쇼핑몰이다. 서울 소재의 디자이너 및 디자인 기업 지원 사업과 연계하여 운영되고 있으며 입점한 디자이너에게는 디자인 전시회 참가 기회를 비롯하여 다양한 홍보 마케팅을 지원하고 있다.

2012년 12월 현재 디자인태그에는 약 3천여 개의 디자인 제품이 입점해 있으며 앞으로도 매월 우수한 디자인 기업을 발굴하여 추가 입점을 할 예정이다.



[그림 2-23] 디자인태그 홈페이지

- 2012 메종&오브제(Maison&Object) 참가

메종&오브제는 프랑스 파리시의 적극적인 후원으로 개최되는 세계 3대 가구 인테리어 박람회 중 하나로, 세계 트렌드를 가장 먼저 알 수 있는 세계 최대 디자인제품 트레이드 페어다.

매년 1월과 9월, 총 2회에 걸쳐 개최되는 이 박람회에 서울시와 (재)서울디자인재단은 2012년 9월 'Seoul Designers Pavilion : Design Tag'라는 주제로 참가하여 19개 팀이 가구와 소품, 조명 등 총 29개 작품을 선보였다.

서울디자인지원센터는 2010년부터 매년 이 박람회에 서울 소재의 디자이너와 디자인 기업의 참여를 지원했다. 서울시의 우수디자인을 홍보하고 디자이너들이 해외시장 판로를 개척할 수 있도록 도우며, 나아가 서울디자인의 이미지를 제고하고자 하는 목적이 있다.



[그림 2-24] 2012 메종&오브제 전시

이번 박람회에 서울디자인 부스를 방문한 관람객은 약 1만 명으로 추산되며 전년도 전시에 이어 메이저 바이어들의 재계약도 성사됐다. 또 디자이너들의 총 상담 건수는 약 3천6백 건으로 계약 규모는 약 45억 원에 이르는 성과를 거두었다.

○ 우수디자인 아이디어 제품화

우수디자인 아이디어 제품화는 우수한 디자인 아이디어가 있지만 제품화에 어려움을 겪는 디자이너와 디자인 전문기업을 선정해 실제적인 제품으로 개발하기 위한 제작비 및 디자인 컨설팅을 지원하는 사업이다.

서울시의 우수한 디자이너 및 디자인 전문기업을 육성하고 역량을 강화할 목적으로 2008년부터 시작됐으며 2008년에는 10개 팀 12개 아이디어, 2009년에는 15개 팀 16개 아이디어, 2010년에는 24개 팀 27개 아이디어에 대해 지원했다.

지원 대상은 서울시에 소재하는 대학 및 대학원 재학생 중 개인이나 팀, 또는 서울시에 소재하는 디자인 전문기업 및 거주 디자이너로 패션을 제외한 산업디자인 제품 전반 분야의 새로운 디자인, 리뉴얼 기획을 심사해 선정한다. 2012년 우수디자인 아이디어 제품화 사업에는 14개 팀의 14개 아이디어를 선정하여 지원했다. 선정된 아이디어는 지원금과 함께 제품화되기까지 프로세스 케어프로그램이 제공되며 제품화 이후에도 홍보 마케팅, 유통이 지원되었다.

'프로세스 케어프로그램'은 국내외 디자인 관련 전문가를 멘토로 한 1:1 해외 현지 방문 및 국내 분야별 전문가와의 수시 컨설팅을 지원하는 멘토링 시스템이다. 뿐만 아니라 디자인소비 선진국의 전문 디자이너, 딜러, 마케터, 기획자 등과의 세미나를 개최하여 제품의 완성도를 높일 수 있는 방안을 모색하도록 지원하고, 지적재산권 및 트렌드 세미나 등 다양한 프로그램을 지원했다.

제품화된 결과물은 전시회를 개최해 결과물에 대한 다각도의 홍보를 지원하고 우수디자인 아이디어 제품이 수록된 연감을 발행하여 국내외에 배포, 다양한 홍보 수단으로 활용할 수 있도록 하였다. 또한 제품 개발만이 아닌 제품이 실질적으로 유통될 수 있도록 기업과의 비즈니스 매칭 상담회 등을 개최하여 다각도의 유통 연계 방안을 제공했다.


PAINT YOUR MEMO > 김귀영


Drunken Tails > 김대현 / 안준섭


Biom > 김세련 / 함주형

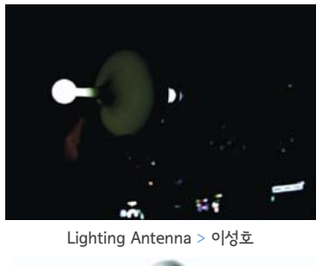

Bright us LED lamp > 김종수


Ear frog > 김준현


Vine > 박영두


Invert umbrella > 안일모


Moili > 양혜은


Lighting Antenna > 이성호


Ribbon glass > 장예슬


Umbrella tongs > 최기욱


Coral > 최진영


Apple cube, Kitchen pot > WED



STARTOY > IDEA KIDS

[그림 2-25] 2012 우수디자인 아이디어 제품화 결과물

(2) 강남트렌드센터

강남트렌드센터는 2008년 1월 서울시가 디자인산업을 육성, 지원하기 위해 트렌드 선도지역이자 그 중심인 강남 신사동 지역에 설립한 시설이다.

강남트렌드센터는 중견 디자인 기업이 집적된 강남 신사동 가로수길에 위치하여 디자인 트렌드 및 지역 디자인 기업의 경쟁력 강화를 목적으로 설립되었다. 강남트렌드센터는 비즈니스 기회 확대를 위한 지역 네트워크 구축을 통해, 서울시 소재 디자인 전문기업과 디자이너들의 실질적인 경제적 효과를 도모하는 정보교류 장으로서의 역할을 수행하고 있다.

강남트렌드센터가 2012년 한 해 동안 추진한 주요 사업으로는「디자인 트렌드 아카데미」,「트렌드 전문가 양성」,「프리마켓 EARTH&DESIGN」이 있다.




[그림 2-26] 강남트렌드센터 정보자료실과 전시실

○ 디자인 트렌드 아카데미

디자인 트렌드 아카데미는 미래 지향적인 트렌드 교육을 통해 창조적 전문 인력을 양성하기 위한 교육 프로그램이다. 디자이너를 대상으로 최신의 디자인 트렌드 전문 교육을 실시하여 디자인 트렌드에 대한 정보를 제공하고 디자이너의 창의적 디자인 역량을 강화하고자 한다. 디자인 트렌드 아카데미는 연간 4기로 각각의 주제별로 운영되며 기수별로 50명, 연간 총 200여 명의 디자이너를 교육하고 있다.

2012년에는 4기에 걸쳐 모두 216명의 디자이너가 참가하여 최근 이슈가 되고 있는 사회문제와 관련한 친환경, 도시안전, 유니버설 등을 주제로 트렌드 교육을 수행하고 사회문제를 해결하는 디자인을 함께 고민하였다. 교육 프로그램은 기별로 1기는 '그린에너지 디자인', 2기는 '유니버설 디자인', 3기는 '업사이클 리디자인', 그리고 4기는 '업사이클 현장방문 교육'이 진행되었으며 2기와 3기 사이에는 (재)서울디자인재단의 페이스북 그룹「디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?」의 디자인잼과 연계하여 워크숍을 실행하였다. 이러한 디자인 트렌드 아카데미 교육을 통하여 디자이너들의 정보 습득과 개인 디자인 역량 강화뿐 아니라, 디자이너 간의 교류 또한 활성화되기를 기대한다.




[그림 2-27] 2012 디자인 트렌드 아카데미 1기 교육

[표 2-11] 2012 디자인 트렌드 아카데미 교육내용

구분	교육기간	교육주제	교육내용
1	2012.04.19 ~05.24	건강하고 행복한 그린에너지 디자인 트렌드 교육	그린생활과 그린디자인, 핸드메이드 재활용 문구디자인, 식물디자인, 그린패션디자인, 한지공예디자인, 천연향기디자인
2	2012.08.23 ~08.29	유니버설디자인 '모두를 위한 디자인' 이란?	사용자 중심의 유니버설 디자인 방법과 사례, 체험을 통한 행동관찰조사, 제품을 통한 유니버설디자인 연구, 시각정보활용을 통한 유니버설 사인디자인 제안, 참여자들의 결과 발표
공동 워크숍	2012.08.31 ~09.03	트렌드 아카데미 'Design Can Do' 워크숍	최근 사회의 다양한 이슈들을 공유, 서울의 환경 개선에 있어 온·오프라인 크라우드 소싱[17]을 도입 시민과 디자인 전문가가 함께 문제 해결방안 마련
3	2012.10.15 ~10.19	재활용을 통한 디자인 정보와 디자인 산업의 미래	업사이클링을 통한 폐기물 재활용을 제고, 자원낭비·환경오염 방지에 대한 디자인적 문제와 사회적 기업 및 일자리 창출을 도모하고 해외 기업의 사례를 통한 국내 기업들의 경쟁력 향상 방안
4	2012.12.24	업사이클 현장방문 교육	업사이클링을 통한 폐기물 재활용 제고, 자원낭비·환경오염 방지에 대한 디자인 문제해결방안 및 방향성 제시

○ 트렌드 전문가 양성

트렌드 전문가 양성은 미래 디자인 가치를 선도해 디자인 글로벌 경쟁에서 경쟁력을 갖춘 디자이너를 육성하기 위한 교육 서비스다. 트렌드 전문가 양성은 특정 분야에 대한 전문가를 육성하기 위해 주제별로 교육을 제공하며, 이들이 디자인산업 현장에서 활동할 수 있는 지식기반에 도움이 되도록 노력하고 있다.

2012년에는 3기에 걸쳐 모두 150명의 디자이너들이 트렌드 전문가 양성을 수료했다. 각각의

17) 크라우드 소싱(crowd sourcing)은 대중(crowd)과 외부자원활용(outsourcing)의 합성어로, 기업이 제품이나 서비스 개발과정에서 외부 전문가나 일반 대중이 참여할 수 있도록 하고 참여자 기여로 혁신을 달성하면 수익을 참여자와 공유하는 방법을 말한다.

주제로는 1기의 '공간 코디네이터 양성 과정', 2기의 '컬러트렌드 전문가 양성 과정', 3기의 '퍼플오션의 전략 스킬 과정'이 있었다. 1기의 '공간디자인 코디네이터 양성 과정'은 공간스타일링의 이해를 돕고 실내 공간의 마감재, 가구, 소품 등 공간연출에 대한 실습교육을 제공했다. 2기의 '컬러트렌드 전문가 양성 과정'은 컬러트렌드를 활용한 스토리텔링으로 디자인 정보와 유통에 대한 전략을 수립하는 교육이 이뤄졌다. 마지막 3기 '퍼플오션의 전략스킬 과정'에서는 디자인 생태계를 조성하기 위해 필요한 기획 및 제안서의 기본적 이해를 돕고 성공 사례를 제시하는 등 기획 트렌드를 파악하고 분석하는 안목을 기르는 교육을 진행했다.




[그림 2-28] 2012 트렌드 전문가 양성 1기 교육

[표 2-12] 2012 트렌드 전문가 양성 교육내용

기수	교육기간	교육주제	교육내용
1	2012.04.19 ~05.24	공간디자인 코디네이터 양성과정	공간스타일링의 이해 및 실내 공간 마감재 계획, 가구의 종류 및 공간에 따른 구성과 디자인 제안, 스타일별 코디네이션을 위한 소품제안 및 공간연출, 실제 공간 설정을 통한 코디네이션 실습
2	2012.09.04 ~09.07	컬러트렌드 전문가 양성과정	침체된 경제 상황에서 변화하는 디자인 정보의 흐름과 최신 트렌드를 파악하여 불경기를 극복할 수 있는 디자인 유통전략의 해법 제시
3	2012.12.21 ~12.23	퍼플오션의 전략기획 스킬교육	기획 및 제안서의 기본 프로세스를 이해하고 성공 사례들을 통해 분야별 기획·제안서 트렌드를 손쉽게 파악·분석하여 지속성장 기반 구축

○ 2012 가로수길 프리마켓 'EARTH&DESIGN'

2012 가로수길 프리마켓 'EARTH&DESIGN'은 친환경적 메시지를 가지고 디자이너와 시민이 함께 즐기고 공감할 수 있는 자리를 마련한 디자인 축제다. 이 축제는 전 세계적으로 환경에 대한 우려의 목소리가 높아지는 가운데 지속가능한 생태계에 대한 시민의식을 제고하는 문화적 계기가 되고자 기획되었다. 동시에 (재)서울디자인재단이 양성한 디자이너들의 활동 폭을 넓히고자 했다.

2012 가로수길 프리마켓 'EARTH&DESIGN'은 2012년 10월 26일부터 3일간 강남트렌드센터를 중심으로 서울시 신사동 가로수길에서 개최됐고, 시민이 함께할 수 있는 다양한 볼거리와 즐길거리를 제공했다. 각 프로그램은 사전 행사와 디자이너들의 작품을 구매할 수 있는 프리마켓, 워크숍 등으로 구성해 디자이너와 시민이 소통할 수 있도록 진행됐다.





[그림 2-29] 2012 가로수길 프리마켓 현장

복합문화공간 Jazzy M.A.S에서 진행된 디자인 프리마켓에는 재단이 양성한 디자이너와 디자인 기업까지 모두 50개 팀이 참여했다. 디자이너들은 자신의 브랜드와 제품을 방문객에게 홍보하고, 실제 수익 활동으로 이어질 수 있는 시장을 탐색했다.

축제기간 중 강남트렌드센터에서는 시민들에게 'EARTH&DESIGN'을 테마로 다큐와 영화를 상영하는 프로그램을 진행했다. 27일부터 이틀 동안에 사전 예약했거나 당일에 방문한 시민에게 환경을 주제로 한 다큐와 영화를 상영하면서 이번 2012 가로수길 프리마켓 'EARTH&DESIGN' 주제 의식을 고무시켰다.

[표 2-13] 2012 가로수길 프리마켓 'EARTH&DESIGN' 상영영화

도쿄연가 : 까마귀의 노래 (Tokyo Waka, 2012)	레이더스 : 씨앗 원정대 (The people who try to save the world, 2012)
• 다큐멘터리, 미국/일본, 63분 • 감독 : 존 햅타스, 크리스틴 사무엘슨	• 다큐멘터리, 체코 25분 • 감독 : 아킬 나즐리 카야

또한 강남트렌드센터에서는 시민체험워크숍 '나만의 씨앗화분 만들기'가 진행됐다. 나만의 씨앗화분 만들기 워크숍은 씨앗과 데코레이션 재료를 제공하여 시민들이 들고 다니면서 마시고 버리는 일회용 종이컵으로 화분을 만드는 과정으로, 지속가능한 생태계에 대한 시민의식을 제고시키고자 했다.



[그림 2-30] 시민체험워크숍 '나만의 씨앗화분 만들기'

2012 가로수길 프리마켓 'EARTH&DESIGN'은 디자인 프리마켓에 방문한 약 4천8백 명의 시민을 포함하여 약 6천 명의 시민이 참여한 것으로 추산된다.

축제에 참여한 디자이너와 디자인 기업에게 홍보 기회를 제공했을 뿐 아니라 방문객 유입을 유도해 지역 상권을 활성화하는 데에도 기여했을 것으로 기대한다. 앞으로도 재단과 지원센터는 서울 디자이너의 성공적인 시장 진출과 확대를 돕고, 네트워크를 강화하기 위하여 다양한 노력을 기울일 것이다.

(3) 구로중소기업센터

구로중소기업센터는 2009년 11월 서울시가 중소기업과 디자인을 연계한 디자인상품화 거점지구 특화를 통해 디자인이 돈이 되고 산업이 되는 서울형 디자이노믹스를 구체화하기 위해 설립된 시설이다.

구로중소기업센터는 서울시 소재의 중소기업에 대한 다양한 디자인 지원을 통해 생산제품 차별화를 구현하고, 중소기업의 경쟁력 향상 및 이미지 제고를 목적으로 설립되었으며 모든 중소기업이 보다 편하게 디자인 지원을 받을 수 있도록 노력하고 있다.

구로중소기업센터가 2012년 한 해 동안 추진한 주요 사업으로는 「중소기업 디자인개발 지원」, 「중소기업 디자인컨설팅 지원」, 「양산제품 디자인최적화 지원」, 「중소기업 후가공 현장방문 교육」, 「국내박람회 참가지원」이 있다.



[그림 2-31] 구로중소기업센터 전시실

○ 중소기업 디자인개발 지원

중소기업 디자인개발 지원은 중소기업이 보유한 우수기술을 디자인 기업과 연계하여 제품을 개발할 수 있도록 지원하는 사업이다. 중소기업에게는 최적의 디자인 프로세스를 제안해 제품의 상품화를 지원하고, 디자인 기업에게는 비즈니스 매칭 기회를 확대하며 중소기업과 디자인 기업의 매

출을 증대시키는 데에 도움을 주고자 한다.

2012년 한 해 동안 중소기업 디자인개발 지원 사업은 제품디자인 분야에서 21개 회사, 시각디자인 분야에서 7개 회사, 기타 디자인 분야에서 1개 회사로 총 29건의 지원을 추진했다. 지원 대상은 서울시 소재의 중소기업으로 심의평가위원회 심사를 거쳐 선정했으며, 심의평가위원은 디자인 기획과 개발, 마케팅 등 각 분야의 외부전문가로 구성되었다.

선정된 중소기업은 디자인 기업과 협약을 체결한 후 디자인 개발을 진행하였으며 총 개발비의 60% 비용을 지원받았다.

[표 2-14] 2012 중소기업 디자인개발 지원 결과

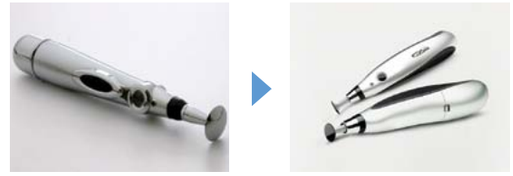
지원내용	선정 기업	지원 결과
무인 주차관리 기기 제품디자인 개발	Darae Parktech Inc. U2 Design Consulting Inc	
스마트기기와 연동하는 NFC탑재 블루투스 바코드 스캐너 시스템 디자인	(주) 제이씨스퀘어 (주) 디자인와우 앤 파트너스	
인체감지 시스템을 활용한 친환경 절전센서 제품디자인	(주) 신영전자통신 디토	
차량용 단말기 디자인	선택인터내셔날 (주)퓨전디자인	

○ 중소기업 디자인컨설팅 지원

중소기업 디자인컨설팅 지원은 중소기업의 제품을 진단하여 방향을 설정하는 등 제품 개발의 전략 수립을 돕는 사업이다. 중소기업의 디자인 마인드 확산을 도모하고 동시에 디자인 분야의 일자리 창출을 목표하고 있으며, 1인 창조기업과 여성 또는 장애인 기업 등 취약 계층의 지원을 강화하고자 한다. 지원 대상은 서울시 소재의 중소기업으로 심의평가위원회의 심사를 거쳐 선정되었다. 선정된 중소기업은 제품 조사 및 분석, 진단 컨설팅과 더불어 총 개발비의 60%를 지원받았다.

2012년 한 해 동안 중소기업 디자인컨설팅 지원 사업은 제품디자인 분야에서 52개 회사, 시각디자인 분야에서 51개 회사, 기타 디자인 분야에서 4개 회사로 총 107개 회사를 지원했다.

[표 2-15] 2012 중소기업 디자인컨설팅 지원 결과

지원내용	선정 기업	지원 결과
아웃도어용 LED 램프	태인일렉콤 메쎄디자인	
개인용 저주파 자극기 디자인	셀이온메디텍 (주)디자인덥	
블루투스마이크 디자인개선을 위한 제품디자인	(주)룩쏘 (주)리안파트너스	
사용자중심의 혁신적 산소포화도 측정기 디자인개발	(주)아코바 (주)우퍼디자인	

○ 양산제품 디자인최적화 지원

양산제품 디자인최적화 지원은 독자적 디자인 양산개발이 어려운 중소기업에 디자인상품화 사양개발을 지원하는 사업이다. 이 사업은 열악한 경영환경 탓에 상품개발의 투자가 저조한 기업에 효율적 기회를 마련해주는 데에 목적이 있다. 또 전문인력의 경험과 사양개발 지식을 활용해 중소기업의 대량생산 성공률을 향상시키고, 디자인 개선으로 생산과정에서 비용을 절감하는 등 전체 원가를 개선하고 품질을 높이는 데에 기여하고자 한다.

지원 대상은 서울시 소재의 중소기업으로 심의평가위원회의 심사를 거쳐 선정되었다. 선정된 중소기업은 디자인 컨설턴트의 일대일 코칭을 받으며 디자인 개발과 양산을 개선했다.

2012년에는 모두 10개 중소기업과 10명의 컨설턴트가 235건에 이르는 컨설팅을 진행했다. 이를 통해 제품의 대량생산 성공률을 높이고, 디자인 프로세스를 개선해 비용절감과 디자인 일관성을 유지하는 등 기업 맞춤형 디자인 사양을 진단했다.

[표 2-16] 2012 양산제품 디자인최적화 지원 결과

지원내용	선정 기업 및 제품	지원 결과
• 제품 소비자 성향에 맞는 디자인개발 • 제품 시리즈별 마감처리 개발 및 브랜딩화	하베런메디엔부티 > 무선고주파 심부발열기	
• 기존 개발중인 스마트폰 디자인 및 컬러 개발 • 제품 마감처리 및 내부 디자인 수정	엠브릿지 > 스마트폰	
• 소비자 성향에 따른 시장조사 및 제품분석 • 기존제품 컬러 및 표면처리 개발	현진닷컴 > SOLB 화상 전화기	
• 표면처리 개발 적용 및 버튼 디자인 수정	네커스 > 피코프로젝터	
• 기존 제품의 외관 디자인 개발	세명에너지 > 폐수열 히트펌프	

○ 중소기업 후가공 현장방문 교육

중소기업 후가공 현장방문 교육은 중소기업과 디자인 기업에게 실질적인 현장교육을 통해 제조과정에 대한 정보를 제공하는 서비스다. 현장방문을 통하여 중소기업에게 개별적으로 습득하기 어려운 제조공정 및 사양에 대한 현장정보를 직접적으로 제공하고 기업의 제품 개선에 도움을 주어 결과적으로 중소기업의 매출을 증대시키고자 한다.

2012년 중소기업 후가공 현장방문 교육은 모집 공고를 통해 참여인원을 접수했고, 총 5회에 걸쳐 193명이 참여해 현장을 방문했다. 이 교육을 통해 중소기업들이 중견기업의 제품개발 및 제조방법을 공유함으로써 기업의 제품 품질, 제조 원가를 개선할 수 있는 계기가 마련되기를 기대한다.





[그림 2-32] 2012 중소기업 후가공 현장방문 교육 1차

[표 2-17] 2012 중소기업 후가공 현장방문 교육내용

회차	방문기업	일자	학습기술
1차	기아자동차(소하리 공장)	2012.03.29	• 자동차 제조 공정 견학 • 후가공 소재 관련 교육
2차	에이스침대(음성 공장)	2012.05.25	• 침대가구 제조 공정 견학
3차	린나이 코리아(인천 공장)	2012.07.26	• 주방가구 용품 제조 공정 견학
4차	오스람 코리아(안산 공장)	2012.09.25	• 조명기기 제조 공정 견학
5차	현대자동차(아산 공장)	2012.12.13	• 자동차 제조 공정 견학

○ 국내 박람회 참가 지원

국내 박람회 참가 지원 사업은 국내 박람회에 참가하기를 희망하는 중소기업을 지원하여 홍보를 돕고 실질적인 시장을 개척하여 서울시 중소기업의 매출을 향상시키기 위해 추진되었다. 구로중소기업센터에서 시행한 중소기업 디자인 지원과 컨설팅 사업에 참여하여 성공적인 결과물을 얻은 기업을 홍보함은 물론 바이어와의 직접적인 만남을 통해 시장을 개척하는 데에 기여하고자 한다.

2012년에는 국내 대표 박람회인 '2012 G-FAIR KOREA(대한민국우수상품박람회)'에 참가를 지원해 서울 중소기업 제품의 우수성을 알렸다. 참가 기업은 모집 공모로 신청을 접수한 후 평가위원회의 심사를 거쳐 선발했다. 2012년 10월 17일부터 20일까지 일산 킨텍스 전시장에서 열린 '2012 G-FAIR KOREA'는 구로중소기업센터의 지원으로 총 15개사가 '서울 중소기업 특별전시관'을 구성해 참가했다. 주요 전시내용은 기업별 주력상품과 디자인 개발 상품, 회사 소개 등으로 이루어졌다. 센터는 전시를 위해, 보유한 디스플레이 큐브를 지원해 기업별 별도의 제작이 필요 없도록 하였고 플로터와 포토스튜디오 장비도 지원하여 참가사에 편익을 제공했다. 박람회 종료 후 참여한 기업을 대상으로 만족도를 묻는 설문조사에 따르면 만족한다가 82.67%로 참여 기업의 대부분이 만족하는 결과를 얻었으며 내년도에도 다시 참여할 의사를 보였다. 본 박람회 참가를 통하여 서울시 중소기업과 디자인 기업은 인지도와 홍보 효과를 얻는 동시에 하루 평균 관람객이 1,822명, 바이어와의 미팅 건수도 평균 102건에 이르는 성과를 거두었다.



[그림 2-33] 2012 G-FAIR KOREA 전시

(4) 마포디자인취업센터

마포디자인취업센터는 2008년 4월 서울시가 디자인산업을 육성, 지원하기 위해 디자인 집적화 지역인 마포 지역에 설립한 시설이다.

마포디자인취업센터는 마포 지역을 중심으로 디자인 취업 · 창업 지원의 메카로 특화 육성하여 일자리를 창출하고 디자인 기업의 경쟁력을 강화하기 위해 설립됐다. 구축 초기 다양한 디자인 비즈니스 사업 등을 거쳐 현재 디자인 분야 일자리 창출과 취업 불균형 해소를 위한 디자인 취업지원 센터로서의 역할을 하고 있다.

이 외에도 디자인 전시 및 세미나 등을 위한 공간과 각종 지역 네트워킹을 통한 활발한 교류활동을 촉진하는 다양한 커뮤니케이션 광장을 제공하며, 이를 통해 디자인 전문기업과 디자이너에게 최신의 고급 정보 습득과 향상된 비즈니스 활동을 펼칠 수 있는 장이 마련되도록 하고 있다.

마포디자인취업센터가 2012년 한 해 동안 추진한 주요 사업으로는 「2012 디자인창업스쿨」, 「2012 디자인취업클리닉」이 있다.



[그림 2-34] 마포디자인취업센터 전시실과 세미나실

○ 2012 디자인 창업스쿨

디자인 창업스쿨은 디자인 분야의 예비 창업자와 초기 창업자를 대상으로 그들의 창업 성공률을 높이기 위해 전문 교육과 지원을 제공하는 교육 서비스다. 디자인 창업스쿨은 디자인 분야의 창업을 원하지만 창업에 필요한 전문지식이 없어 창업을 못하고 있는 창업희망자나 어려움을 겪고 있는 초기 창업자들에게 디자인 창업실무와 지적재산권, 법무, 회계, 자금조달과 지원제도, 비즈니스와 마케팅 등 창업 준비부터 경영 초기 단계까지 무상교육을 제공한다.

디자인 창업스쿨의 교육과정은 총 3단계로 구분하고 단계별로 교육이 진행됐다. 1단계는 창업에 필요한 기초이론 교육, 2단계는 브랜드 창업 및 창업 성공 특강, 마지막 3단계는 분야별 디자인 창업의 실무 교육이다. 교육 후반기에는 세분화된 디자인 분야별로 창업교육 및 개별 코칭 등을 실시해 교육효과를 극대화하고, 디자인 기업 현장에 직접 방문해 실무 능력을 증진했다. 디자인 창업스쿨은 이러한 교육 프로그램을 통하여 디자인 분야의 창업 성공률을 높이고, 중장기적으로 고용시장을 확대해 일자리를 창출하며 서울시의 지역경제 활성화에 기여하고자 한다.

디자인 창업스쿨은 2011년 1기와 2기를 시작으로 2012년에도 상 · 하반기에 걸쳐 3기와 4기 교육이 진행되었다. 현재 4기까지 디자인 창업스쿨을 수료했다.

교육은 기별로 30명의 소수정예 교육생을 모집 · 선발해 약 3개월간 총 15회 강의 프로그램을 전액 무료로 제공하고 있다. 교육생들은 체계화된 실무 중심의 교육을 습득한 후 사업계획서를 작성, 제출하여 수료증을 수여받는다.





[그림 2-35] 2012 디자인 창업스쿨 4기

[표 2-18] 2012 디자인 창업스쿨 4기 교육내용

단계	회차	일자	학습기술
1	1	10.18	창업에 대한 이해 및 창업정책
	2	10.23	창업자금 조달 및 지원제도
	3	10.25	소기업 재무전략, 세무, 부가세 환급 등
	4	10.30	창업 법무 및 지식재산권 등
	5	11.01	무역관련 국외 수출 전략 등
2	6	11.06	트렌드 리서치 및 시장조사
	7	11.08	창업선배 특강(시각디자인 분야)
	8	11.13	창업선배 특강(시각디자인 분야)
	9	11.15	창업선배 특강(제품디자인 분야)
	10	11.20	창업선배 특강(제품디자인 분야)
3	11	11.21	창업성공사례 분석(제품디자인 분야)
	12	11.27	창업성공사례 분석(시각디자인 분야)
	13	11.28	창업성공 노하우(제품디자인 분야)
	14	12.04	창업성공 노하우(제품디자인 분야)
	15	12.05	사업계획서 코칭(제품디자인 분야)
	16	12.19	사업계획서 코칭(시각디자인 분야)

교육 기간 중에는 교육생 간의 교류를 증진하기 위해 '네트워크 데이'를 진행했다. 디자인 창업스쿨을 수료한 1기와 2기가 함께 참여해 서로 명함을 교환하고 자기소개를 하는 등 창업자와 예비 창업자 간의 교류를 시간을 마련했다. 또 수료생과 교육생이 어우러져 그룹을 구성하고 다양한 주제로 그룹별 토론을 진행했다. 모든 교육과정을 종료하고 수료증을 발급한 후에는 수료생과 사후 간담회를 개최해 교육 이후 창업의 어려움을 나누고, 수료생 간의 네트워크를 강화하는 시간을 별도로 마련하기도 했다.





[그림 2-36] 2012 디자인 창업스쿨 4기 네트워크 데이

디자인 창업스쿨은 수료생을 대상으로 한 교육 만족도 조사에서 매우 높은 만족도와 호응을 얻고 있음을 알 수 있었다. 디자인 창업스쿨 3기~4기의 교육 만족도 조사에서는 전체교육 만족도를 묻는 질문에 평균 95%가 '만족한다'는 응답을, 창업하는 데 있어 교육의 도움 여부를 묻는 질문에는 100%가 '도움이 된다'고 했다. 또한 1기부터 4기까지의 창업률은 수료생 전체의 67%[18]로 타 기관과 비교하여[19] 매우 높은 창업률을 달성했다.

[표 2-19] 디자인 창업스쿨 1~4기 창업률 (2013년 2월 기준)

구분	기간	교육생수	교육횟수	수료자	사업자등록 (실제 창업자)	창업률
1기	2011.14.19(화)~06.16(목)	30명	15회	28명	25명	89%
2기	2011.11.03(목)~12.22(목)	30명	15회	28명	23명	82%
3기	2012.05.11(금)~07.27(금)	30명	15회	28명	12명	43%
4기	2012.10.18(목)~12.19(수)	30명	15회	25명	13명	52%
합계		120명	61회	84명	73명	67%

18) (재)서울디자인재단, 「2012 디자인창업스쿨 4기 결과보고」, 2013년 2월 기준
19) 서울연구원의 조사에 따르면 2011년 서울시 전체 평균 창업률은 14.5%였으며, 타 기관의 창업교육인 SBA 청년창업플러스센터의 2011년 SBA 하이서울 창업스쿨 창업률은 26%였다.

센터는 디자인 창업스쿨을 수료한 이후에도 지원을 이어갈 수 있도록 DMC창업센터에 입주할 시 가산점을 부여하고, (재)서울디자인재단과의 지원 사업과도 연계하는 등 지원 체계를 더욱 보강하고 있다.

디자인 창업스쿨의 교육 콘텐츠에 있어서도 수료생들의 의견을 적극적으로 반영하여 해외 유통업과 관련한 콘텐츠를 개선하고, 네트워크 데이와 전시회, 그룹 스터디 지원 등 사후관리 제도를 확장해 수료생 간의 네트워크를 긴밀히 할 예정이다.

- 디자인 창업스쿨 수료생 전시회 「디자인창업전, 창을 열다」

「디자인창업전, 창을 열다」는 디자인 창업스쿨을 수료한 1기, 2기 수료생들의 디자인제품 전시회다. '창을 열다'는 창업의 창(創)을 실제 창(窓)문을 여는 것에 은유해 이제 첫걸음을 내딛는 초기 창업자의 시작을 알리는 전시다. 이 전시를 통해 초기 창업자들의 사업을 홍보하고 유통 판로를 개척하고자 개최됐다.

전시는 디자인 창업스쿨 1, 2기 수료생 중 20개 팀이 참여해 이들이 직접 전시 기획부터 설치까지 완료했고, 조명과 소품, 문구류 등 약 50개의 작품을 선보였다. 전시는 서울시가 주최하고 (재)서울디자인재단이 주관하여 2012년 5월 마포디자인취업센터에서 개최되었으며 가정의 달을 맞아 서울시민 및 디자이너가 함께 즐길 수 있도록 기획되었다.



[그림 2-37] 「디자인창업전, 창을 열다」 포스터



[그림 2-38] 「디자인창업전, 창을 열다」 전시

17일간 열린 「디자인창업전, 창을 열다」에는 약 4,760명의 관람객이 방문했으며 전시 현장에서 전시작품을 직접 판매하기도 했다. 또한 전시에 참여한 일부 팀은 백화점 편집 숍에 입점하거나 유통 판로 개발을 추진하는 등의 결과를 얻었다. 전시작품의 판매액은 디자이너들이 자발적으로 아름다운재단에 기부했다.

2013년에도 디자인창업스쿨 1기~4기를 대상으로 수료전시회 개최를 진행할 예정이다. 또한 수료생을 대상으로 서울디자인재단의 사업과 지속적으로 연계될 수 있도록 추진하고, 디자인태그 입점 등 다양한 지원체계를 구축하기 위해 노력하고 있다.

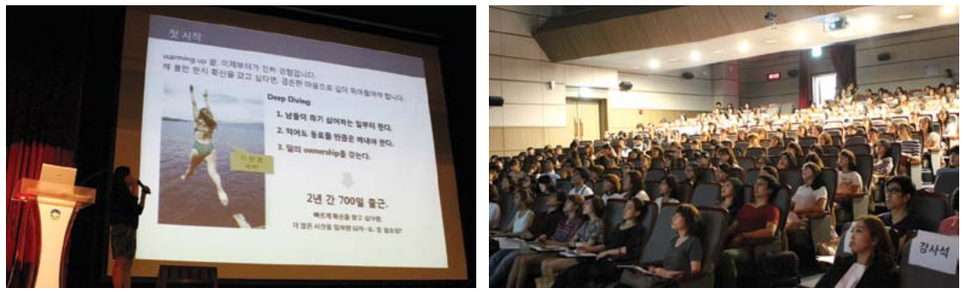
○ 2012 디자인취업클리닉

2012 디자인취업클리닉은 디자인 분야의 취업희망자를 대상으로, 취업준비부터 성공까지 체계적이고 전문화된 취업 교육 프로그램을 제공하는 취업 원스톱 서비스다. 디자인취업클리닉은 취업 세미나와 취업멘토링 워크숍, 심층 전문 멘토링, 맞춤형 취업 매칭까지 모두 4단계로 진행되었다.

디자인취업클리닉의 1단계인 취업 세미나에서는 디자인회사의 취업 동향, 디자인 취업 방법론 등 전반적인 디자인 취업 정보를 제공했다. 2단계 취업멘토링 워크숍은 취업 목표와 분야별로 그

룹을 구성해 취업 마인드 및 설계 역량을 향상시키는 교육 프로그램을 진행했다. 3단계인 심층 전문 멘토링은 그룹 또는 개인별로 전문 멘토를 매칭했다. 또 취업희망자가 목표한 기업에 소속된 선배와의 멘토링을 통해 실질적인 취업정보와 집중적인 코칭을 지원했다. 마지막 단계인 맞춤형 취업 매칭에서는 포트폴리오 데이, 인재가이드북을 통해 참가자 자신을 적극적으로 기업에 홍보할 수 있는 기회를 마련했다.

취업 세미나는 서울시가 주최하고, (재)서울디자인재단이 주관하여 2012년 7월 12일부터 26일까지 마포구청 강당에서 5회에 걸쳐 진행됐다. 디자인취업 마인드 교육과 자기소개서 작성법, 면접 준비, 분야별 자격 및 포트폴리오 작성법 등 디자인 분야의 취업희망자를 대상으로 디자인과 취업 컨설팅 전문가의 특강을 제공했다. 이 자리에는 디자인대학 졸업자와 졸업 예정자가 다수 참석해 총 2,080명을 모으는 호응을 얻었다.



[그림 2-39] 2012 디자인취업클리닉 취업 세미나

[표 2-20] 2012 디자인취업클리닉 취업 세미나 내용

회차	교육일자	주제	강사	소속
1	7.12(목)	디자인취업 마인드 교육	김나영, 김고은	LG생명과학 과장, LG전자 과장
2	7.17(화)	자기소개서부터 최종준비	김시출	디자이너잡 대표이사
3	7.19(목)	시각디자이너의 조건	정종인	601비상 실장
4	7.24(화)	제품디자이너의 조건	송민훈	모토디자인 대표
5	7.26(목)	인테리어디자이너의 조건	김치호	치호앤파트너스 대표

취업 세미나를 통하여 취업 준비를 위한 정보를 습득하고 취업 마인드를 배양하는 것에 대해서도 참석자의 89%가 만족한다는 반응을 보였으며, 취업을 하는 데 있어 교육의 도움 여부 또한 92%가 도움이 된다고 응답하는 등[20] 높은 관심과 만족도를 확인할 수 있었다. 설문조사 결과에 따르면 교육 참가자의 85% 이상이 컨설팅에 참여하기를 원하고 있었고, 개별 맞춤형 컨설팅에 대한 수요가 가장 높았다. 이 결과는 다음 2, 3단계의 취업멘토링 워크숍, 심층 전문 멘토링으로 확대되어 반영되었으며, 참가자의 요청에 따라 디자인 취업클리닉 교육 후에도 컨설팅과 스터디 그룹을 지원하는 방향을 모색했다.

취업멘토링 워크숍은 1단계 취업 세미나에서 연장된 2단계 프로그램으로, 2012년 10월 22일부터 11월 16일까지 100명의 참가자를 대상으로 진행되었다. 참가자는 포트폴리오와 서류 심사를 거쳐 선정했으며, 체계적이고 효과적인 워크숍 운영을 위해 2개 반으로 나뉘어 운영했다. 워크숍은 취업 목표와 분야별로 시각, 제품, 공간, 공예디자인, UI 등 모두 14조로 조를 편성하여 진행했다. 참가자들은 취업 목표 설정과 로드맵 작성, 포트폴리오 작성 등 총 4회로 이루어진 프로그램을 이수했다.



[그림 2-40] 2012 디자인취업클리닉 취업멘토링 워크숍

[표 2-21] 2012 디자인취업클리닉 취업멘토링 워크숍 1차 내용

일자	내용	강사
2012.10.22(월)	조편성 및 취업목표 설정	김나영/ LG생명과학 마케팅디자인 과장 박준성/ 프록스디자인 대표
2012.10.25(목)	디자인 취업 목표 설정 및 로드맵 작성	김나영/ LG생명과학 마케팅디자인 과장 김기수/ KT&G 디자이너
2012.10.29(월)	포트폴리오 자신의 목표에 맞추기 & 조별 토의	김나영/ LG생명과학 마케팅디자인 과장 신태호/ KT 차장
2012.11.01(목)	HR트랜드 및 취업 마인드	김나영/ LG생명과학 마케팅디자인 과장 주경중/ 코리아 헤드 이사

20) (재)서울디자인재단, 디자인취업클리닉 교육 참가자 자체 설문조사, 2012년 10월

심층 전문 멘토링은 취업멘토링 워크숍에 이어서, 디자인 기업의 실제 실무진으로 멘토를 구성하여 조별 또는 개인별로 맞춤형 멘토링을 진행하였다. 100명의 참가자들은 32명의 멘토들에게 각 분야의 수준별로 지원 가능한 기업과 취업정보를 제공받았으며 단계별 취업 노하우, 포트폴리오 상세 지도, 면접 지도 등 취업목표를 달성하기 위한 집중적인 멘토링을 수행했다.



[그림 2-41] 2012 디자인취업클리닉 심층 전문 멘토링

마지막으로 맞춤형 취업매칭 서비스는 취업희망자들이 자신을 기업에 적극적으로 홍보할 수 있는 자리를 마련하고 취업목표를 달성할 수 있도록 도왔다. 그중에서 포트폴리오 데이는 참가자들의 이력을 소개하고 그들의 능력과 잠재력을 선보이는 자리가 되었다. 각 분야별로 2회에 걸쳐 진행된 포트폴리오 데이는 디자인취업클리닉의 참가자와 멘토, 디자인 기업의 간부급 인사가 한 자리에 참석하여 자기소개와 자유로운 멘토링 등 참가자에 대한 진심어린 격려와 조언을 아끼지 않았다.

그 외에도 서울상공회의소, 서울일자리플러스센터 등 취업 관련 기관과 연계하여 참가자들의 일자리를 주선하고, 온라인 인재가이드북을 제작 · 배포하여 참가자들의 포트폴리오를 소개했다.



[그림 2-42] 2012 디자인취업클리닉 포트폴리오 데이

2012 디자인취업클리닉은 1단계의 취업 세미나에 이어 2단계 이후 심층단계에서도 참가자들의 열띤 호응을 얻었으며 결과적으로 참가자의 절반 이상인 67%가 취업에 성공하는 성과를 거두었다. 취업에 성공한 많은 참가자들은 이 사업을 통해 배운 것이 많은 만큼 향후 후배에게 훌륭한 멘토가 되어줄 것이라고 답해 교육 이상의 의미를 더하였다.

(5) DMC창업센터

DMC창업센터(디자인창작지원센터)는 서울시가 2008년 10월 설립한, 디자인산업의 활성화를 위해 경쟁력 있는 디자인 기업들을 발굴하여 사무공간 및 디자인 지원 사업을 제공하는 디자인 종합 보육시설이다.

DMC창업센터는 전문인력 공급과 산업계 수요 간의 괴리를 보완하기 위하여 실무 능력과 비즈니스 능력을 갖춘 창의적 디자이너를 육성하는 데에 목적을 두고 있으며 이에 따라 디자인 잠재력은 높으나 경제적 기반이 취약한 차세대 디자이너에게 창작공간을 제공하여 디자인 기업으로의 성장기반을 마련하고, 궁극적으로는 풍부한 디자인 인력의 경쟁력을 높여 디자인산업 발전에 기여하고자 설립되었다.

DMC창업센터가 2012년 한 해 동안 추진한 주요 사업으로는 「디자인 모바일오피스」, 「입주기업 디자인 개발지원」, 「입주기업 디자인 사회서비스 환원」이 있다.



[그림 2-43] DMC창업센터 개인 스튜디오와 공동휴게실

○ 디자인 모바일오피스

디자인 모바일오피스는 재택창업자 또는 1~3인 규모의 디자인 기업, 산업디자인 관련학과 대학생 및 졸업자로 창업자 및 창업예정자를 위한 기반시설을 제공하는 서비스다.

물가 상승과 더불어 창업의 초기 비용 및 유지비가 상승하는 부담을 안고 있는 디자인 창업자의 짐을 덜어주고자 마련한 서비스로, 소규모 기업의 디자인 시장 진입을 도와줄 사회안전망이 필요

해짐에 따라 2012년부터 추진되었다.

디자인 모바일오피스는 경쟁력은 있지만 사업기반이 약한 디자인 관련 창업자에게 사업자등록지로 이용 가능한 사무실과 공동 작업실, 비서 응대 서비스, 창작 지원 등을 제공하며 동시에 디자이너 간의 경쟁과 협업을 유도하여 사업 역량을 강화시키고자 하는 목적을 가지고 있다.

모바일오피스를 이용할 디자인 기업이나 디자이너는 모집 공모 시기에 접수한 후, 서류와 면접심사를 거쳐 선정되며 모집 분야는 패션과 주얼리를 제외한 산업디자인 관련 기업이다. 자격 조건은 33세 이하의 사업자등록증을 소유한 자이며 입주 시에는 소정의 입주비용을 지불해야 한다.

디자인 모바일오피스에 입주한 회원사에게는 소상공인지원센터와 연계하여 창업자금을 지원하고, 국내외 전시에 참여할 수 있는 기회와 마케팅 지원, 서울디자인지원센터의 디자이너 역량강화 교육과정을 제공한다. 또 회원사는 DMC창업센터의 회의실과 도서관, 공동작업실, 촬영실 외에도 서울디자인지원센터의 사용성테스트랩 등 기반시설을 이용할 수 있다.

2012년 12월 현재 디자인 모바일오피스에는 제품, 시각, 환경과 관련한 101개 디자인 기업이 회원사로 등록되어 있다.





[그림 2-44] 디자인 모바일오피스와 운영설명회

○ 입주기업 디자인 개발지원

DMC창업센터는 디자인 모바일오피스 외에도 디자인 기업을 창업한 차세대 디자이너에게 별도의 창업공간을 제공하고 글로벌 경쟁력을 갖춘 창의적 디자인 기업으로 성장할 수 있도록 보육·지원하고 있다.

입주기업 디자인 개발지원은 DMC창업센터 내 입주기업과 졸업기업의 디자인 경쟁력 강화를 위해 창의적인 디자인상품 개발을 지원해주는 사업이다. 개발 지원을 희망하는 기업을 대상으로 사업을 공고해 심사를 거쳐 선정하고, 선정된 기업에는 디자인개발지원금을 제공한다. 2012년에는 4개 기업의 5개 제품을 선정하여 개발을 지원했다.



키보드 케이블홀더
> 디자인넥스



요가 스마트폰 스탠드
> 아이클루 디자인



버려진 행성 연필꽂이
> 다타커스 디자인



카라 보틀캡
> 디자인플루

[그림 2-45] 2012 입주기업 디자인 개발지원 제품

○ 입주기업 디자인 사회 서비스 환원

입주기업 디자인 사회 서비스 환원은 DMC창업센터의 입주기업 45개 사가 서울시 소재 복지시설을 방문하여 '찾아가는 창업교실'을 실시하고 디자인 재능 기부를 통해 사회 환원 나눔을 실천하며 사회적 기업으로서의 성장 촉진을 돕는 사업이다.

찾아가는 창업교실은 장애인직업재활시설을 포함한 5개 시설에 디자이너가 직접 강사로 찾아가 창업이 가능한 상품을 공동으로 발굴해 개발했다. 디자인 재능 기부는 일명 '메리 프로젝트'라는 이름으로 장애인직업재활시설들의 브랜드 이미지를 향상시키는 방향으로 추진되었다.

- 2012 메리 프로젝트

서울시의 장애인직업재활시설은 총 106개로 대부분 지적장애인인 중증장애인들이 제과 제빵, 화장지, 사무용품 등 다양한 상품을 생산하고 있다. 장애인직업재활시설의 상품들은 영리기업의 제품에 뒤떨어지지 않는 좋은 품질을 가졌지만 디자인 부족으로 브랜드 경쟁력에 대한 고민이 있었다. 그래서 이들을 돕고자 DMC창업센터의 입주기업과 서울시장애인직업재활시설이 협약을 맺고 상품의 BI와 제품 포장 디자인을 제공하는 디자인 나눔 사업을 추진했다. 이 나눔 사업이 메리 프로젝트이며, 장애인직업재활시설들의 브랜드 이미지를 향상시키기 위해 DMC창업센터 내 입주한 디자인지니, 디파인디자인 등 7개 기업이 참여하여 약 3개월 동안 진행됐다.

메리 프로젝트는 참여를 희망하는 시설의 신청을 받아 대상지로 선정하고 DMC창업센터의 입주기업들과 서울시장애인직업재활시설의 협약으로 시작되었다. DMC창업센터와 입주기업들은 직접 재활시설을 방문하여 현장을 보고, 그들의 디자인 지원에 대한 요구를 수렴했다.

선정된 시설은 광진장애인보호작업장, 해맑음보호작업시설 등 모두 9개 재활시설이며, 재활시설과 DMC창업센터 내 7개 입주기업은 1시설 1기업으로 연계해 디자인 지원을 실시했다. 입주기업은 재활시설을 방문하여 일대일 면담을 통해 디자인의 개선 방향을 설정하고 최종 디자인을 완성했다.

서울디자인재단 DMC창업센터와 서울시 장애인직업재활시설과의 협약식

▼

서울시 장애인직업재활시설 디자인지원 사업 욕구조사

▼

디자인지원 사업 신청 공문 접수 및 서울디자인재단과의 미팅

▼

디자인지원 사업 대상시설 선정 발표

▼

장애인직업재활시설 방문 및 1차 미팅

▼

1차 시안 미팅

▼

2차 시안 미팅

▼

최종 시안 미팅

▼

2012 메리 프로젝트 완료

[그림 2-46] 2012 메리 프로젝트 진행 과정





[그림 2-47] 2012 메리 프로젝트 재활시설 방문

[표 2-22] 2012 메리 프로젝트 결과

참여사	지원시설	지원분야	개선안
디자인지니	광진장애인보호작업장	쇼핑몰 CI 제작	
	해맑음보호작업시설	클리어파일 BI 제작	
디파인디자인	참좋은센터	비닐케이스 BI 제작	
	똘레랑스	쿠기 패키지 제작	
기미노	보라매보호작업장	곡물스낵 공동브랜드 BI 및 패키지 제작	
오원플러스	마포구립장애인직업재활센터	제과제빵 패키지 제작	
디자인넥스	기쁜우리보호작업장	카페 BI 제작	
폴라주	성지보호작업장	EM비누, EM발효액 BI 및 패키지 제작	
더케이미디어	선한복지센터	재생카트리지 BI 제작	

메리 프로젝트의 결과는 DMC창업센터에서 '메리 프로젝트 45℃+106'이라는 제목의 나눔 발표회와 디자인 전시로 공유했다. 발표회 제목에 있는 45는 DMC창업센터에 입주한 디자인 기업의 수를 의미하며, 106은 서울시 장애인직업재활시설의 수를 의미한다.

이번 메리 프로젝트를 통해 장애인 생산품의 가치가 더 향상되고 실제 근로 장애인들의 임금 또한 상승하는 기회가 되기를 기대하며, 앞으로도 서울디자인재단과 DMC창업센터는 디자이너 및 디자인 전문가들의 재능 기부와 디자인 나눔을 더욱 확대할 예정이다.

(6) 청년 등 사회적기업가 육성

청년 등 사회적기업가 육성은 청년들이 사회적기업을 창업할 수 있도록 일정기간에 체계적인 지원과 육성 프로그램을 제공하는 사업이다. 2012년 3월부터 1년 동안 (재)서울디자인재단이 한국사회적기업진흥원의 위탁을 받아 진행한 사업으로, 재단은 창업을 희망하는 예비 창업팀을 선발하고 이들에게 창업에 필요한 공간과 사업비, 멘토링 프로그램 등을 지원했다.

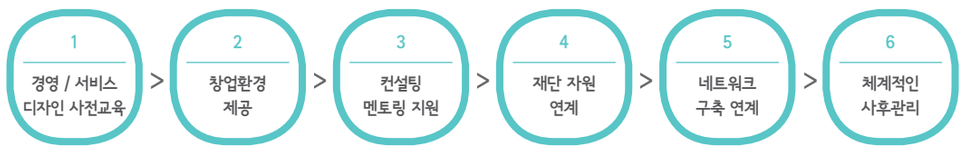
청년 등 사회적기업가 육성사업의 목표는 기본적으로 지원자들이 사회적기업가로서 성장할 수 있도록 하는 데 있다. 그리고 재단은 이 사업을 통해 디자인으로 특화된 사회적기업가를 육성하여 디자인 분야의 사회적기업 관련 생태계를 확장시키고자 했다.

이에 따라 재단은 예비 창업팀에게 현장 중심의 교육 프로그램을 제공하여 전문성을 강화하고자 하였으며, 동시에 서울시의 지역발전 사업을 개발하고, 디자인 경쟁력을 높일 수 있는 지속가능한 사업모델을 구축할 수 있도록 단계별 지원을 추진했다.

재단은 먼저 온라인 웹사이트, 트위터, 페이스북 등과 사업설명회를 통해 청년 등 사회적기업가 육성사업을 홍보하고 교육 지원을 받을 예비 창업팀을 모집했다. 그리하여 2012년 3월 9일부터 30일까지 접수된 23개 팀 중에서 사전교육 평가와 서면심사, 대면심사를 거쳐 예비 창업팀 총 14개 팀을 선정했다.

사전교육은 예비 창업팀의 사회적기업에 대한 지식과 사회적기업가의 정신을 함양하는 것을 목표로 사회적기업가에 대한 일반교육, 경영일반, 서비스디자인 교육 등 다양한 주제로 운영되었다. 예비 창업팀은 사전교육을 통해 교육참여율, 성실도, 과제수행능력 등을 평가받았다.

선발된 14개 예비 창업팀은 재단이 지원하는 창업과 관련한 교육과 간담회, 네트워크 행사 및 멘토링, 외부 프로그램 등에 참여하며 창업을 위한 본격적인 준비에 착수했다. 또한 이들은 사업개발비를 포함한 창업비용뿐만 아니라 서울디자인지원센터의 창업공간과 각종 시설들을 제공받았다.



[그림 2-48] 청년 등 사회적기업가 육성 사업 단계별 지원

[표 2-23] 청년 등 사회적기업가 육성 사업에 선발된 예비 창업팀

연번	팀	사업내용
1	공감도	도시락을 활용한 재래시장 활성화 사업
2	디플레이	청년 디자이너 네트워크 구축 프로젝트
3	아요바	소셜캠페인 영상화를 통한 사회이슈 확산 프로젝트
4	에이팀	풍력LED 조명을 통한 에너지 절약 프로젝트
5	프로그	실버세대를 위한 유니버설 디자인제품
6	디어매거진	패션 소상공인 정보DB 구축 프로젝트
7	I like candle	친환경 양초를 통한 에너지 절약 캠페인
8	프레임워크	소셜문제 해결을 위한 서비스디자인 컨설팅
9	테찌스	패션안경 액세서리를 통한 시각장애인 지원사업
10	히어	동대문 지역상권 활성화 프로젝트
11	프랜드	문화소외계층을 위한 공연기부 프로젝트
12	벌룬업	수요자 중심의 문화예술분야 크라우드 펀딩
13	막	온라인을 통한 재래시장 활성화 사업
14	부엉이 축제탐험대	지역활성화를 위한 지역축제 여행프로그램 개발

○ 시민서비스디자인학교

시민서비스디자인학교는 예비 사회적기업가와 자치구 공무원이 공동으로 참여하고, 서비스디자인을 적용해 지역의 사회적 이슈 및 시민서비스의 해결안을 개발하는 교육 프로그램이다.

서비스디자인이란 맥락을 중시하는 집중적 디자인리서치로, 이해관계자의 참여와 혁신적 아이디어의 구체화 등을 통해 제품과 서비스의 가치를 극대화하는 방법 및 분야를 말한다. 서비스디자인은 공급자 위주로 디자인의 미학적인 부분만 보았던 전통적인 디자인 방법론과는 달리 수요자 중심의 제품 · 서비스 생산의 전체적인 프로세스를 중심으로 하는 통합적 관점의 디자인으로, 시민서비스디자인은 그 대상을 시민으로 본다.

시민서비스디자인학교는 지역 공동체와 시민들이 직면한 여러 사회적 이슈에 따라 점차 다양해지는 시민들의 공공서비스 요구에 대응할 수 있는 능력을 배양하고, 새롭게 대두되는 서비스디자인 방법론을 사회적 이슈 및 시민서비스 분야에 적용하는 것을 목적으로, 공공기관 직원들과 예비 사

회적기업가의 시민서비스 설계 역량을 향상시키고자 했다.

시민서비스디자인학교는 서울디자인재단이 주최하고 디맨드컨설팅과 디자인나눔센터가 참여해 약 3개월간 진행되었다. 강의는 서비스디자인의 방법론과 디자인리서치, 벤치마킹 기법, 서비스프로토타이핑 등으로 이뤄졌으며, 공무원과 예비 사회적기업 창업팀은 팀을 이루어 각 자치구가 지닌 문제에 관한 디자인 해결안을 제시했다.



[그림 2-49] 시민서비스디자인학교 강의

○ 2012 청년 등 사회적기업가 페스티벌

예비 창업팀은 여러 프로그램과 외부 행사에 다각적으로 참여했다. 교육 이외에 창업팀 간의 네트워크를 강화하는 행사로는 '밤샘 청춘 레이스', '디자이너 네트워크 파티', '창업팀 워크숍' 등이 있었다. 그리고 외부 전문기업들과 멘토, 멘티를 이루어 지속적인 컨설팅을 제공받는 '외부 멘토링'을 수행했다.



[그림 2-50] 외부 멘토링

대표적인 외부 행사 중에는 2012년 11월 27일 한국사회적기업진흥원이 aT센터에서 개최한 '2012 청년 등 사회적기업가 페스티벌'이 있다. 행사에는 서울디자인재단이 지원 · 육성하는 14개 팀 중에서 5개 팀이 참가했다. 페스티벌에 참가한 아요바와 공감도, 프랜드, 프로그, 아이라이크캔들은 행사를 통해 새로운 고객들을 만나고, 매체 인터뷰에 응하는 등 적극적인 홍보활동을 펼쳤다.



[그림 2-51] 2012 청년 등 사회적기업가 페스티벌 참가

○ 외부기관 네트워크

서울디자인재단은 원활한 사업 운영을 위해 다수의 외부기관과 네트워크를 구축하고 관련 세미나와 포럼도 참석했다. 업무협력을 위해 외부 전문가로 운영위원회를 구성해 주기적으로 자문을 수렴하고, (사)한국서비스디자인협의회, 서울광역자활센터와 MOU를 체결하여 상호 간의 교류와 디자인 분야 사회적기업 및 디자이너 네트워크 지원을 약속하였다.

이 외에도 '사회적협동조합과 사회복지의 변화 전망' 세미나, '자원순환미래에너지 전시회' 등 관련 행사에 참여하여 사회적기업에 대한 이해를 높이고 영역을 넓히는 노력을 기울였다.





[그림 2-52] 2012 청년 등 사회적기업가 육성 운영위원회

2012년 청년 등 사회적기업가 육성 사업은 14개 예비 창업팀 중 10개 팀이 창업하는 성과를 거두었다. 창업팀 중 6개 팀은 매출을 창출하며 사회적 경제의 구성원으로 성장하고 있다.

서울디자인재단은 2013년에도 예비 사회적기업 창업팀의 성장과 도약을 지원하며 청년 등 사회적기업가 육성 사업을 이끌어갈 예정이다.

2.3 주요성과와 전망

서울시는 디자인을 통한 경제 활성화를 위해 2012년 한 해 동안 도심창조산업 육성, 디자인산업 생태계 조성 및 청년 일자리 지원 전략에 따른 사업을 수행했다.

「도심창조산업 디자인 프로젝트 : 성수동 구두산업 활성화」는 서울시의 성수동 구두산업의 가치를 발견하고 활성화하기 위한 사전조사와 DB 구축, 디렉터리 북 제작을 완료했다. 디자인혁신을 통해 지역과 서민경제, 골목상권에 활기를 불어넣기 위한 만반의 준비를 마치고 2013년부터는 슈즈 공동 개발 프로젝트, 구두 테마역 조성 등 본격적인 핵심 사업에 착수한다. 이 도심창조산업 디자인 프로젝트의 기반자료인 「서울형 커뮤니티비즈니스 디자인모델 구축연구」는 다음 프로젝트 대상지인 제기동 서울약령시, 예지동 광장시장의 현황 및 분석 자료로 활용된다. 그리고 서울시 공예문화상품 개발의 기반자료인 「서울 전통기능 가치를 높이는 디자인혁신 연구」는 2013년 서울시 문화상품 디자인 진흥 사업에 활용, (재)서울디자인재단은 이를 전담할 조직으로 디자인문화상품팀을 신설하고 본격적으로 사업을 추진한다.

디자인산업 생태계 조성과 디자인 전문인력 교육 및 지원을 위한 다양한 사업을 펼쳤던 서울디자인지원센터와 강남트렌드센터, 구로중소기업센터, 마포디자인취업센터, DMC창업센터는 2013년부터 서울디자인지원센터와 DMC창업센터로 통합 · 운영된다.

「청년 등 사회적기업가 육성」 사업은 문화예술과 디자인 분야에서, 특히 서비스디자인을 통한 서울시의 사회문제를 해결하는 청년 사회적기업가를 육성했다. 이 사업은 2013년에도 지속돼 디자인으로 특화된 사회적기업가를 양성하고 사회문제를 해결할 뿐만 아니라 서울디자인의 경쟁력과 디자인산업 생태계를 굳건히 할 것으로 기대한다.

서울디자인의 지역경제 활성화를 위한 노력은 2013년에 더욱 강화된다. 서울시의 패션 사업을 (재)서울디자인재단이 전담해 동대문패션지원센터의 운영과 동대문 패션 우수제품 판로 확대 등 '패션 · 봉제 산업 활성화'를 추진한다. 이로써 서울디자인 정책의 경제영역은 도심창조산업 육성, 디자인산업 생태계 조성, 청년 일자리 지원, 문화상품디자인 진흥, 패션 · 봉제산업 활성화까지 다양한 디자인 분야로 확대될 전망이다.

03 장

서울디자인과 사회·문화

3.1 서울 사회·문화 이슈와 디자인 전략

1) 서울 사회·문화 이슈 1
: 인구고령화에 따른 사회적 부담 가중

2) 서울 사회·문화 이슈 2
: 범죄율 증가로 인한 도시 안전성 위협

3) 서울 사회·문화 이슈 3
: 새로운 도시경쟁력, 창의적 도시문화 시대 도래

4) 디자인 전략
: 서울디자인을 통한 사회문제 해결 및 문화향유 확대

3.2 2012 서울디자인 사업 : 사회·문화 영역

1) 모든 시민을 배려하는 디자인복지 실현

2) 디자인을 통한 안전하고 건강한 도시 만들기

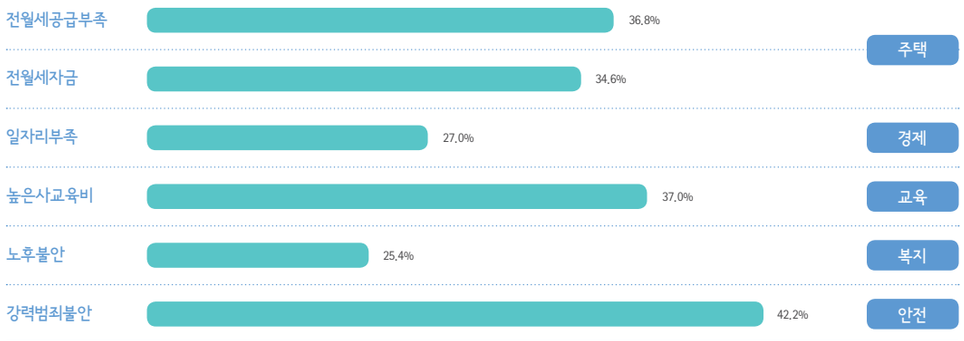
3) 문화예술의 생활화와 창의적 디자인문화 확산

3.3 주요성과와 전망

3.1 서울 사회·문화 이슈와 디자인 전략

급속한 산업화와 도시화로 인해 서울시에서는 인구 과밀에 따른 주택 부족, 교통 혼잡, 범죄 발생 등의 다양한 사회문제가 발생하고 있다. 최근에는 저출산과 고령화의 가속으로 인구 사회적 부양부담 또한 가중되고 있다.

'2011 시민들이 바라는 서울' 설문조사에 의하면 서울시민들은 강력 범죄로 인한 불안, 일자리 부족, 불안정한 노후, 전월세 문제 등을 일상생활에서 겪는 가장 큰 어려움으로 인식하고 있는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 서울시가 앞으로 치안, 주거, 문화, 환경 등 주민의 일상생활과 밀접하게 관련한 생활형 복지 및 사회 정책에 좀 더 집중해야함을 시사한다.



출처 : 서울시, 박원순 시장 6개월 평가전망 토론회 자료집 「서울시, 시민의 기대에 부응하고 있는가」, 2012, p.32

[그림 3-1] 2012년 서울시 분야별 실생활 위기요인 조사결과

최근에 이러한 도시의 문제점 해결하기 위해 전 세계적으로 도시문화와 창의성이 거론되고 있다. 문화는 장소의 고유성과 차별성을 담고 있는 도시자원으로 사람에게 영감을 주고 미래에 대한 자신감을 부여한다. 창의성은 이러한 도시자원을 활용할 수 있는 방법으로 도시가 문화를 바탕으로 성장할 수 있도록 돕는다. 따라서 문화와 창의성은 도시문제를 해결하는 데 원천이 될 수 있다.[21)]

또한 도시의 창의성은 경제적 자본으로는 지속적으로 경쟁우위를 차지하기 어려운 세계무대에서 경쟁력으로 작용될 수 있다. 때문에 동경, 런던, 뉴욕 등 많은 도시들이 도시의 창의성 향상을 위해 창의적인 인재를 양성하는 데 힘쓰고 있다.[22)]

서울시도 사회 및 경쟁 구조의 변화에 따라 창조적인 인적자원을 도시 경쟁력으로 활용해 우리가 직면한 사회문제에 현명하게 대처하고, 사회구성원 모두의 삶의 질 보전 및 향상을 도모해야 한다.

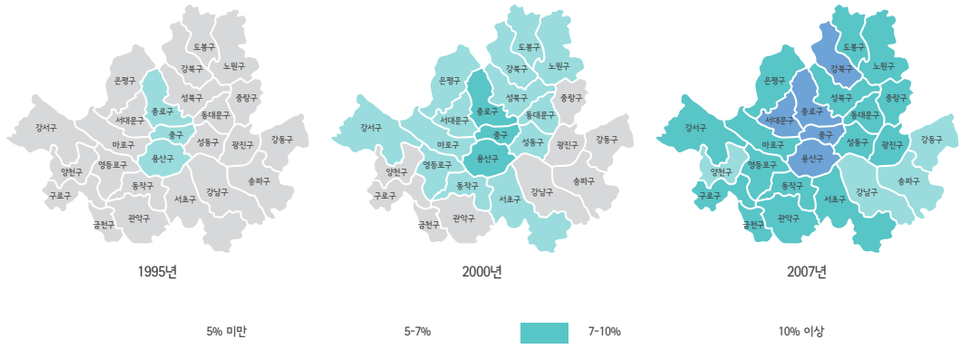
21) Charles Landry, 「창조도시」, 도서출판 해남, 2005, p.5-7 요약
22) 이광우 외, 「창의적 인재 육성을 위한 중등학교 교육 개선 연구」, KICE, 2011, p.7 참고

1) 서울 사회·문화 이슈 1: 인구고령화에 따른 사회적 부담 가중

출산율의 감소와 평균수명의 증가로 서울시는 이미 2005년에 어르신인구 비중이 7% 이상인 고령화 사회가 되었다. 세계에서 가장 빠른 고령화 속도를 보이는 서울시는 2019년 고령사회에 진입할 것으로 예상된다.

우리보다 인구의 고령화를 먼저 경험한 선진국들은 이미 고령친화도시 건설에 다양한 노력을 기울이고 있다. 미국은 어르신이 건강하고 독립적이며 생산적이고 안전한 삶을 살아갈 수 있는 도시환경을 조성하고자 고령친화적 지역사회개발 프로젝트인 'AdvantAge Initiative'를 시행하고 있다. 캐나다 캘거리의 경우 시정부와 지역보건국, 대학이 협력해 'A Place to Call Home' 프로젝트를 실행, 어르신을 위한 지역사회 모델의 개념적 틀과 고령친화적 도시 조성을 위한 지침 등을 제시하고 있다.

서울시도 급속도로 진행되는 인구 고령화에 맞서 어르신들의 삶의 질 향상을 위해 서울의 고령친화도에 대한 종합적인 진단과 점검을 실시하고, 고령친화적 도시의 환경과 사회서비스 등을 제공할 수 있어야 한다.



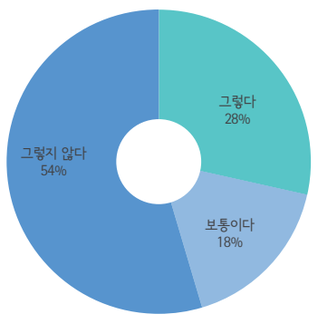
출처 : 서울통계, 「주민등록인구통계」
김선자 외, 「서울시 고령친화도 평가연구」, 서울연구원, 2009, p.13

[그림 3-2] 서울시 65세 이상 어르신인구 비율의 지역별 분포

(1) 고령층의 경제생활 문제

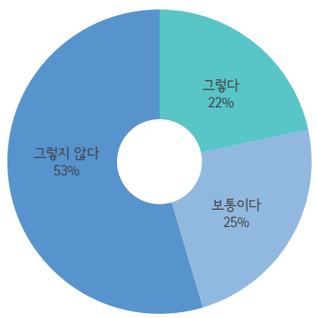
고령화로 인한 인구구조의 변화는 경제적인 측면에서 소비의 격감뿐만 아니라 노동력 감소로 인한 도시의 성장 잠재력 저하 등의 문제를 유발한다. 사회적으로는 연금 소득이 없는 어르신들이 생활고에 시달리는 등 기본적인 생활과 관련된 어르신복지 부분에서 큰 문제가 되고 있다.

실제 서울시의 기본적인 생활을 유지하지 못할 만큼 경제적인 형편이 어려운 어르신이 28%이며, 경제적 위기상황에서 공공의 지원을 기대하는 어르신은 22%를 차지하고 있다.



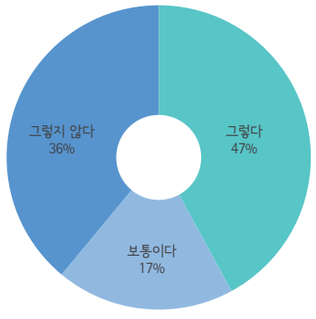
출처 : 김선자, SDI 정책리포트 「서울, 노인이 살기 좋은 도시인가?」, 서울연구원, 2009, p.3

[그림 3-3] 어르신의 경제적 형편의 어려움



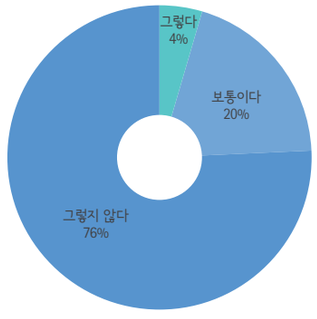
[그림 3-4] 어르신의 경제적 지원에 대한 기대

그렇다고 어르신들이 정부의 지원만을 기다리는 것은 아니다. 많은 어르신들이 취업 의사를 가지고 일자리를 찾고 있다. 하지만 구직에 실패하는 어르신이 47%에 달하고, 대다수의 어르신이 취업 및 창업 등 정보 습득에 어려움을 겪고 있다.



출처 : 김선자, SDI 정책리포트 「서울, 노인이 살기 좋은 도시인가?」, 서울연구원, 2009, p.3

[그림 3-5] 어르신 취업의 어려움

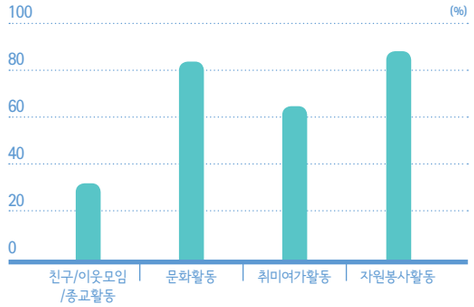


[그림 3-6] 어르신의 취업·창업정보 습득의 용이성

(2) 어르신을 배려하지 않은 문화와 생활환경

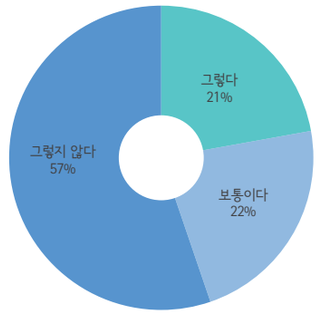
한편으로는 서울시 어르신의 대다수가 문화 · 취미활동 및 자원봉사활동 등에 전혀 참여하지 않고 있다. 여가 체육시설에 대한 어르신들의 접근성도 매우 제한적이다.

서울시의 보도노면, 횡단보도, 버스승강장, 표지판, 안내판, 공원과 산책로 등 생활환경 역시 고령친화적 부분에서 대부분 '보통' 수준인 것으로 나타나 서울시의 많은 지역이 어르신을 위한 물리적, 사회적 환경 조성에 힘써야 하는 것으로 나타났다.

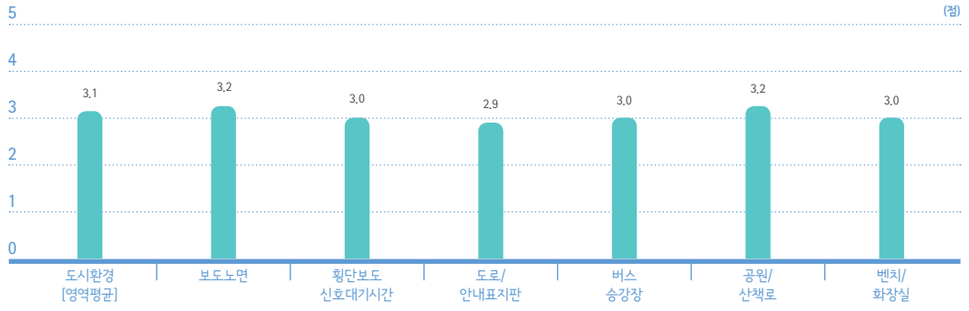


출처 : 김선자, SDI 정책리포트 「서울, 노인이 살기 좋은 도시인가?」, 서울연구원, 2009, p.4

[그림 3-7] 어르신의 사회활동 불참비율



[그림 3-8] 어르신의 여가체육시설 활용 용이성



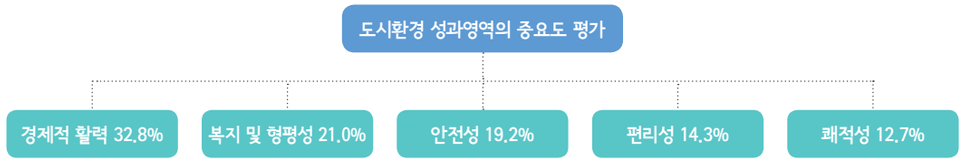
출처 : 김선자, SDI 정책리포트 「서울, 노인이 살기 좋은 도시인가?」, 서울연구원, 2009, p.4

[그림 3-9] 2008년 서울시 도시환경 고령친화성 평가

2) 서울 사회·문화 이슈 2: 범죄율 증가로 인한 도시 안전성 위협

도시의 안전은 시민들의 삶의 질을 담보로 하는 기본적인 목표 가치이며, 도시의 경쟁력을 지탱하는 기본적인 요건이다.

2010년 서울시민 1,000명을 대상으로 한 설문조사 결과, 도시환경 성과 중요도 평가에서 5개 영역 중 경제적 활력(33%)과 복지 및 형평성(21%) 다음으로 도시안전(19%)이 가장 중요하게 나타났다. 반면 도시환경의 안전 분야 만족도는 100점 만점에 55점 정도에 불과했다. 이는 서울시민의 안전에 대한 인식과 중요도는 매우 높아진 반면, 안전 만족도는 보통 수준에 그친다는 뜻이다.

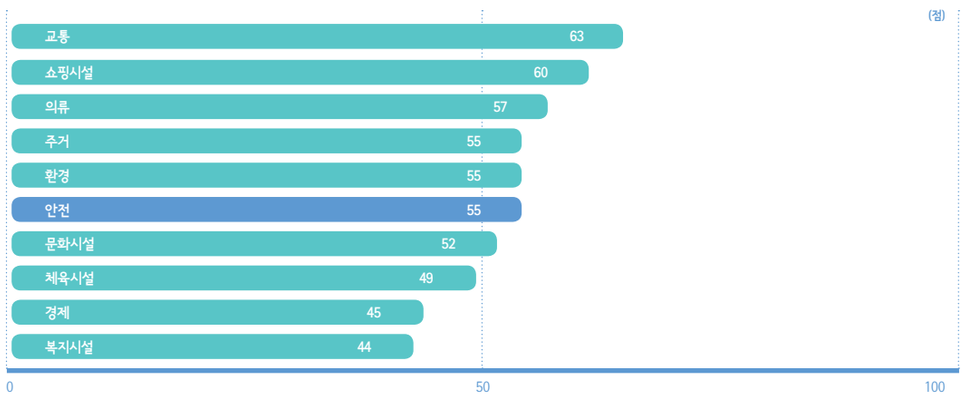


출처 : 주_ 서울시, 「지역발전계획 수립을 위한 정책지표 개발」 설문조사, 2010
부_ 서울연구원, SDI 정책리포트 「생활안전을 위한 도시환경 개선전략」, 2012 제108호, p.2

[그림 3-10] 2010년 서울시민의 도시환경 성과영역에 대한 중요도 평가결과

시민들의 한층 높아진 도시안전문제에 대한 관심과 요구수준에 대응하기 위해 서울시는 안전의 개념을 치안, 방재 정도로 국한할 것이 아니라 생활안전과 복지로 범위를 확대해야 할 것이다.

특히 도시환경정비를 통한 안전사고의 사전예방에 초점을 맞추고, 취약집단 밀집지역과 사고다발지역을 중심으로 도시환경을 정비해야 한다. 더불어 날로 증가하는 청소년 범죄율, 묻지마 범죄 등을 줄이기 위해 상담기능이나 순화프로그램 등의 활성화가 필요하다.



출처 : 서울시, 「2010 지역발전계획 수립을 위한 정책지표 개발」, 2010
신상영 외, 「2011 안전한 도시 서울을 만들기 위한 중장기 정책방향」, 서울연구원, 2011, p.6

[그림 3-11] 2010년 서울시 도시환경 분야별 시민 만족도 조사결과

(1) 불특정 다수 대상의 범죄 증가

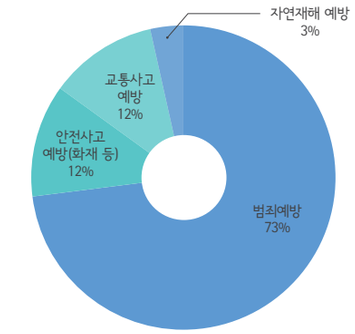
급속한 도시 성장과 한정된 면적에 지나치게 많은 인구와 시설이 집중되면서 서울시의 사고 및 범죄율이 상승하고 있다. 특히 도시사회의 익명화와 인명경시 풍조의 확산, 경제 장기침체, 사회 양극화 현상에 따른 상대적 박탈감 증대 등으로 인해 불특정 다수를 대상으로 한 이른바 '묻지마' 범죄 발생이 증가하고 있다. 5대 강력범죄[23] 또한 매년 12만3천여 건이 발생하고 있으며, 폭력, 절도, 강간 등의 순으로 많은 비중을 차지하고 있다.

[표 3-1] 서울시 5대 강력범죄 발생 현황(2001~2010년 연평균)

구분	계	살인	강도	강간	절도	폭력
발생 건수(건)	123,544	217	1,575	2,195	41,666	77,890
비율(%)	100.0	0.18	1.27	1.78	33.7	63.05

출처 : 서울연구원, SDI 정책리포트, 「생활안전을 위한 도시환경 개선전략」, 2012, p.6

반면 서울시민은 도시의 안전 분야에서 방범 · 치안 등의 범죄예방(73%)을 가장 중요한 요소로 인식하고 있어 단속, 긴급구조 등과 같은 안전한 도시환경을 만들기 위한 강력한 대책이 필요하다.



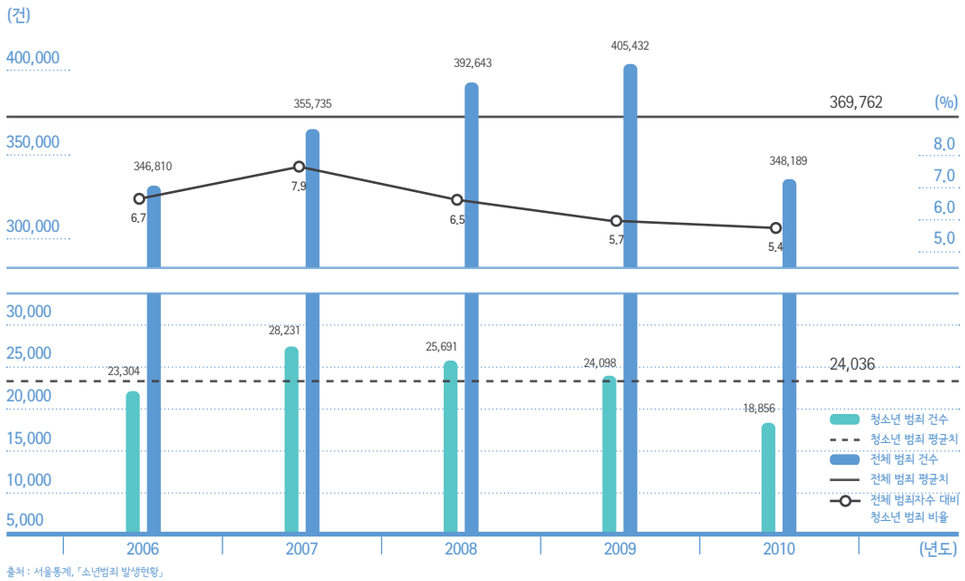
출처 : 서울시, 「2012 지역발전계획 수립을 위한 정책치료 개발」,
서울연구원, SDI 정책리포트, 「생활안전을 위한 도시환경 개선전략」, 2012, p.2

[그림 3-12] 서울시민이 도시안전에서 가장 중요하다고 생각하는 부분

(2) 청소년 강력범죄율 증가

과거에는 청소년 범죄가 단순 절도, 폭행 등으로 비교적 소극적이었지만 최근 들어 훨씬 잔혹해지고 흉악해지고 있다. 강간, 강도, 살인 등 청소년의 강력 범죄가 늘고 있으며, 범죄에 노출된 연령 또한 낮아지고 있다. 자료에 따르면 2010년 청소년 범죄 건수는 1만8천여 건으로 지난 5년 평균인 2만4천 건보다 감소했다. 전체 범죄 건수 중 청소년 범죄 건수의 비율도 2007년 이후로 감소 추세를 보이고 있다.

23) 5대 강력범죄는 강도, 살인, 강간, 절도, 폭력을 말한다.



출처 : 서울통계, 「소년범죄 발생현황」

[그림 3-13] 서울시 청소년 범죄 발생 건수

하지만 지난 5년간 청소년 강력범과 지능범의 건수는 지속적으로 늘어나는 추세다. 2010년 청소년 강력범죄의 건수는 2006년 대비 약 1.7배 증가했고 지능범의 경우 2010년 1,202건으로 2006년 994건과 비교하여 200여 건 이상 증가했다. 이는 청소년 범죄가 갈수록 흉포화되고 있음을 나타낸다.

[표 3-2] 서울시 청소년 범죄 유형별 현황

기간	합계	유형					
		강력범	절도범	폭력범	지능범	특별법범	기타 형법범
2006	23,304	444	8,061	6,676	994	6,885	244
2007	28,231	487	8,976	7,630	1,137	9,633	368
2008	25,691	446	7,522	6,427	889	10,098	309
2009	24,098	615	8,313	6,431	1,503	6,883	353
2010	18,856	790	7,233	4,841	1,202	4,502	288
총계(건)	120,180	2,782	40,105	32,005	5,725	38,001	1,562

출처 : 서울통계, 「소년범죄 발생현황」

3) 서울 사회·문화 이슈 3 : 새로운 도시경쟁력, 창의적 도시문화 시대 도래

고도로 발달된 산업과 급격한 지식의 변화, 빠른 정보 전달 등으로 현대사회는 정보통신기술에 의한 물리적, 기술적 네트워크만으로 구축되는 사회를 넘어 문화적, 인적 요인들의 네트워크를 기반으로 발전하고 있다. 이처럼 인적자원의 중요성이 부각되고 도시정책 수립 및 실행, 평가 등에 있어 시민 참여의 폭이 넓어지면서 창조적 시민의 역량 또한 도시의 경쟁력을 결정하는 주요 요소로 작용하고 있다.

이에 지방자치단체들의 창조적 인재 육성에 대한 관심이 심화되고 있으며, 주입식 암기교육의 구태에서 벗어나지 못하는 교육현실을 우려하는 목소리가 커지고 있다. 서울시 역시 모방형 인재가 아닌 창조적 인재 양성을 위한 교육 개혁이 요구되면서 다양한 학습지원을 실시하고 있지만 그 효과는 아직 미미한 실정이다.

더불어 시민의 창조적 능력 양성을 위해 문화예술향수의 중요성이 부각되고 있다. 문화예술향수는 발상과 인식의 전환을 유도하고 정서적 순화효과를 통해 범죄예방, 사회공동체 형성, 학습능력 향상 등의 효과를 창출한다. 따라서 시민들이 일상적으로 문화생활을 즐길 수 있도록 문화향유의 기회를 확대하는 것은 시민 삶의 질을 향상시킬 뿐 아니라 시민을 창조적 인재로 이끌어가 집단지성을 도모하여 도시구성원 모두가 함께 도시의 새로운 가치를 창출하는 원동력이 될 수 있다.

그동안 서울시는 여러 경로를 통해 문화예술 참여, 즉 시민들의 예술향수와 문화교육을 위해 많은 노력을 해왔다. 하지만 아직 시민들이 피부로 느낄 수 있을 정도로 문화향유 기회의 폭이 확대된 것은 아니다. 그러므로 전 시민계층이 문화예술을 즐길 수 있는 환경을 제공하고 모든 사람을 관객으로 발전시킬 수 있는 정책 마련이 필요하다.

(1) 창조적 인재 양성교육 지원 미비

창조적 인재 양성을 위해 미국, 영국, 호주 등 세계 각국에선 이미 창의성 교육에 박차를 가하고 있으며, 창의성을 미래 사회에 대비하여 갖추어야 할 학습자 역량의 하나로 강조하고 있다.

우리나라도 창의성 교육에 대한 국가 차원의 정책을 지속적으로 추진하고 있다. 한국문화예술교육진흥원에서는 창의적 교육을 위해 체험활동과 방과 후 활동을 꾸준히 지원했으며, 2009년 개정 교육과정 고시 이후엔 교육과학기술부 차원에서 창의성 교육의 중요성을 강조하고 있다.

[표 3-3] 2010~2011년 한국문화예술교육진흥원 창의적 체험활동 관련 사업

기관명	연도	사업명	내용
한국문화예술교육진흥원	2010	2010년 예술강사 지원사업	전국 76개 초등학교 51명의 디자인 강사파견
		2010 예술꽃씨앗학교 지원사업	전국 소규모 초등학교 10개교 지원
		2010 녹색환경 문화예술교육 연수프로그램 개발 연구 배포	공공미술, 공공디자인 연관자료
		2010 문화예술교육 체험 프로그램 평가도구 개발	문화예술 체험 프로그램 인증제 기초연구
	2011	2011년 예술강사 지원사업	전국 67개 초등학교 -125명의 디자인 강사 파견
		2011 예술꽃씨앗학교 지원사업	전국 소규모 초등학교 26개교 지원
		2011 교육위원회 및 강사 협의회 운영	예술강사 지원사업 추진 내용 자문 및 교수활동 평가 등
		2011 디자인으로 즐기는 창의적 체험활동 프로그램 배포	초등 디자인교육 도움 자료

출처 : 한국디자인공예문화진흥원, 「2010~2011 디자인백서」, 2011, p.114-115

서울시는 창의성 교육 정책의 일환으로 2009년 초등교과서 「디자인」을 개발했고, 2010년 새 학기부터 서울시 5~6학년 전원에게 무료로 보급하고 있다. 교과서의 실질적인 사용과 디자인 교육의 활성화를 위해 서울특별시교육청과 함께 미술교사를 대상으로 교사연수를 실시하고, 초등 디자인 연구 시범학교 운영을 지원했다. 중학교 과정의 창의적 교육을 위해서는 선택과목으로 「디자인의 이해」를 개발했다. 2011년 3월부터 디자인 중점학교에서 이를 시범 운영 중이다.

[표 3-4] 2010~2011년 서울시 및 시교육청 창의적 체험활동 관련 사업

기관명	연도	사업명	내용
서울특별시 및 서울시 교육청	2010	<디자인> 교과서 보급	585개 서울시 초등학교 5~6학년생 전원에게 보급
		2010 창의적 체험활동 <디자인> 실시	서울시 초등교사 연수 디자인 전용교실 조성비 지원
		2010 <디자인> 교과서를 활용한 학습활동 연구	3개 초등디자인 연구 시범학교 운영 (구현초, 수락초, 압구정초)
		2010 중학교 선택과목 <디자인 이해> 교과서 개발	
	2011	중학교 <디자인 이해> 선택과목으로 채택하여 수업 실시	중등 디자인중점학교 시험운영 (둔촌중, 상명중)

출처 : 한국디자인공예문화진흥원, 「2010~2011 디자인백서」, 2011, p.114-115

더불어 우수한 인재 양성을 위해 2006년 관련 조례를 제정하고 2007년부터 체계적인 교육지원 사업을 실시하고 있다. 그러나 서울시의 교육지원 사업 예산 중 상당 부분이 학습환경 및 시설개선(약 80%)에 차지하고 있으며, 이에 비해 우수인재 양성을 위한 지원은 미비한 편이다.

[표 3-5] 2007년 서울시 교육지원 사업 예산

(단위: 백만 원)

지역 교육격차 해소			우수인재 양성 지원					합계
학습 환경 및 시설 개선	학습 프로그램 지원	소계	영재학교 설립 지원	글로벌리더 양성 지원	특성화고 육성 지원	우수기능인 배출학교 지원	소계	
38,738	5,200	43,938	미정	250	490	400	4,888	48,826

출처 : 서울시, 「2007년 교육지원 기본계획」
서울연구원, SDI 정책리포트 「학습도시 서울 어떻게 구축할 것인가?」, 2008, p.9

(2) 열악한 문화예술 향유 환경

서울시는 문화예술의 중요성이 점차 부각됨에 따라 문화예술의 시민 정서 함양과 문화향유 기회 확대 등을 위해 문화예술 지원과 문화지구 지정 등의 정책을 추진하고 있다. 서울문화재단의 창작예술 지원, 지하철 예술무대 운영, 문화시설 연계 이용 시 가격 할인제도 등이 그 예다.

하지만 아직 여가활동 수요 증가에 부응하는 서울시의 문화 · 체육인프라 및 프로그램은 세계 주요도시들과 비교하여 현저히 부족한 편[24]이며, 특히 디자인을 체험할 수 있는 환경은 절대적으로 부족한 실정이다.[25]

[표 3-6] 2010년 서울시 디자인 관련 기반시설 조사

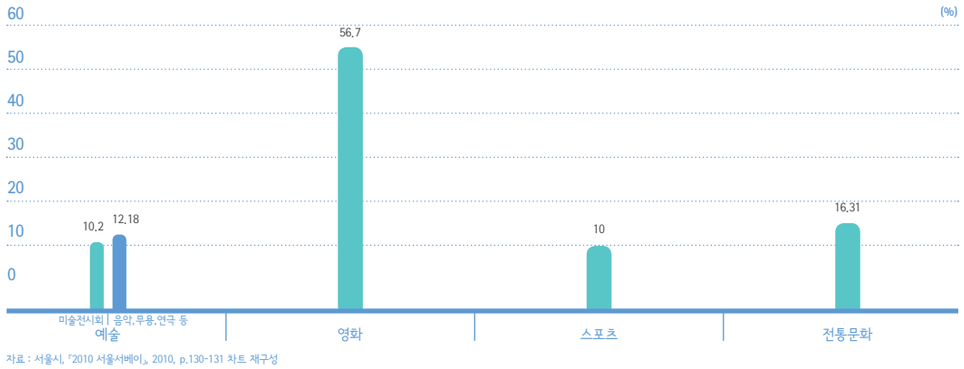
디자인 박물관		디자인 미술관/갤러리				디자인 도서관/ 자료실		총계
19		13				16		48(개)
		미술관		갤러리				
		2		11				
전문	관련	전문	관련	전문	관련	전문	관련	
1	18	1	1	3	8	3	13	

자료 : 서울시, 「2009 서울디자인서베이」, 2009

문화예술은 시민이 생활 속에서 직접 그것을 체험하는 것을 통해 경제적인 부가가치가 높아진다. 또한 시민들이 스스로 창의적 인재로 발전할 수 있는 기회이기도 하다. 곧 문화예술을 통해 시민들의 삶의 질이 높아질 수 있으며, 많은 시민들이 쉽게 문화예술을 누릴 수 있을 때 그 도시는 창

24) 라도삼 외, 「문화향수 촉진을 위한 문화마케팅 프로그램 개발」, 서울연구원, 2005, p.viii-ix. 참고
25) 서울시, 서울디자인서베이,「서울시 디자인 현황 및 실태 분석을 위한 Framework 연구」, 2009, p.47-49 참고

조적 문화도시로 거듭날 수 있는 것이다. 그럼에도 불구하고 서울시민의 문화예술 향유도는 매우 낮으며 한정 분야에 편향돼 있다. 2010년 서울서베이 조사 결과에서 서울시민의 미술전시회와 미술관람의 참여율은 영화관람률과 비교하여 상당한 차이를 보이고 있으며, 2009년 서울디자인서베이 조사 결과에서는 방송과 출판을 제외한 박물관, 전시관, 도서관 등에서의 디자인에 대한 경험도는 매우 낮은 수준을 차지하고 있다.



자료 : 서울시, 「2010 서울서베이」, 2010, p.130-131 차트 재구성

[그림 3-14] 2010년 서울시민의 문화 관람률

4) 디자인 전략 : 서울디자인을 통한 사회문제 해결 및 문화향유 확대

디자인 패러다임이 생활문화의 질적 도약으로 변화함에 따라 조형성과 경제성 정도로 국한되던 디자인의 가치가 사회성과 문화성 등으로 확산되고 있다. 외관상의 조형적 세련미 제공에서 더 나아가 문화적, 심리적, 역사적, 인간공학적 측면을 함께 고려한 통합적인 디자인으로 그 기능이 확장되고 있는 것이다. 이러한 이유로 디자인은 현대사회의 문제를 해결하는데 핵심분야로 부각되고 있다.

서울시도 급속한 도시의 변화에 따라 발생하는 사회문제를 해결하고자 유니버설 디자인, 범죄예방 디자인 등을 시도하고 있으며, 시민과 함께 일상생활에서 유용한 생활디자인 구현을 위해 노력하고 있다. 더불어 창의적 인재가 도시의 경쟁력을 결정하는 주요 요소로 급부상함에 따라 서울디자인은 다양한 경로를 통해 시민들이 감성을 깨울 수 있는 문화예술 및 디자인 교육과 체험기회를 확대하고 있다.

(1) 모든 시민을 배려하는 디자인복지 실현

최근 인구고령화와 1인 가족의 증가, 외국인 수의 증가 등 사회를 구성하는 구성원이 다양해짐에 따라 모든 사람을 위한 도시환경 조성의 필요성이 강조되고 있다. 이에 서울시는 「서울특별시 교통약자 이동편의 증진계획」(2009년 2월)을 수립하여 교통약자의 이동에 불편한 요소들을 개선하는 시책을 추진하고 있으며, 그 밖에 어르신가구 주택개조 매뉴얼 구축, 장애인, 어르신, 임산부 등의 편의 증진 보장에 관한 법률 시행규칙 제정 등 중앙정부 및 지자체에서도 복지정책에 대한 적극적인 움직임을 보이고 있다.

[표 3-7] 국내의 유니버설 디자인 관련 표준 및 설계지침 현황

교통약자 이동편의시설 설치 관리 매뉴얼 (건설교통부, 2007)
노인가구 주택개조 매뉴얼 (건설교통부, 2007)
서울특별시 교통시설 설치 및 관리 매뉴얼 (서울특별시, 2009)
유, 초, 중등학교 장애인 편의시설 설치 매뉴얼 및 사례집 (교육인적자원부, 2007)
장애인, 노인, 임산부 등의 편의 증진 보장에 관한 법률 시행규칙 (보건복지가족부, 1997)
장애인 주거환경개선 매뉴얼 (한국장애인복지진흥회, 2000)
장애인 편의시설 상세표준도 (보건복지부, 1998)
장애인 편의시설 설치 매뉴얼 (건국대학교, 2010)
KS P 1509 : 고령자 배려 주거 시설 설계치수 원칙 및 기준 (한국표준협회, 2006)
KS A ISO/IEC Guide 71 : 고령자와 장애인의 요구를 반영하기 위한 규격 개발자 지침 (기술표준원, 2007)
각 지자체별 유니버설 디자인 가이드라인 (경기도, 강원도, 화성시 등)

자료 : 정도성 외, 유니버설 디자인산업 생태계 조성 방안 연구, (재)서울디자인재단, 2012

서울시도 인구구조 변화에 따른 사회문제를 해결하기 위해 장애의 유무와 상관없이 모든 사람이 무리 없이 도시 공간과 서비스를 이용할 수 있도록 설계하는 유니버설 디자인(Universal Design)을 2012 시민디자인의 주요 전략으로 제시했다. 유니버설 디자인 전략은 어르신, 장애인과 비장애인 등이 각각의 특성에 따라 배려되고 존중받을 수 있도록 복지시설 및 사용자별 주요 이용시설을 대상으로 전개되었다. 이는 도시의 사회문제 해결책으로 전면 철거 위주의 정비방식에서 벗어나 기존의 시설을 보강하고 개선하는 방법의 「유니버설 디자인 프로젝트」로 진행하고 있다.

서울시의 유니버설 디자인 프로젝트는 「복지시설 유니버설 디자인 가이드라인」을 기준으로 전개되었다. 2011년 어르신 및 종합사회복지관 등을 대상으로 시작하여 2012년에는 장애인, 노숙인, 학교까지 범위를 확장했고, 특히 어르신이 경제활동과 문화예술 향유할 수 있는 공간을 마련해 친고령화 환경을 조성했다.

또한 디자이너, 전공 대학생 등이 자발적으로 참여하고 디자인 재능을 기부하는 「행복한 디자인 나눔」 프로그램도 진행되었다. 다양한 사회구성원이 함께 한 프로젝트 수행 방식은 모두가 더불어 사는 서울을 구현하기 위해 밀접한 관계를 구축하고 사회문제 해결에 동참했다는 것에 의의를 가지고 있다.

한편 (재)서울디자인재단은 사회적 약자를 포함해 모든 시민의 삶을 변화시키는 디자인산업 생태계 조성 기반을 마련하기 위한 「유니버설 디자인산업 생태계 조성 방안 연구」도 진행했다.

(2) 디자인을 통한 안전하고 건강한 도시 만들기

생활 가치관과 사회규범의 변화에 따라 도시 범죄가 나날이 증가하고 있으며, 범죄의 성격은 점점 과격해지고 있는 실정이다. 이에 사회학자인 쿠르트 레빈(Kurt Lewin)은 '인간의 행동은 환경과 상호관계를 가지고 있으며, 환경의 개선으로 인간의 행동을 통제할 수 있다'고 했다. 즉 범죄를 유발하는 인간의 행동은 환경의 개선으로 사전에 예방할 수 있는 것이다. 이와 같은 논리를 바탕으로 세계적으로 환경디자인을 통한 범죄예방 디자인(CPTED, Crime Prevention Through Environmental Design)[26] 전략이 대두되었고 관련 연구 진행과 정책반영이 이루어지고 있다.

서울시는 기존의 도시중심 디자인 정책 방향을 사회적 약자와 사람을 중심으로 전환하고 첫 번째 사업으로 「범죄예방 디자인 프로젝트」를 진행했다. 범죄예방 디자인 프로젝트는 범죄인의 심리와 행동 및 물리적 환경을 분석하고 개선하여 범죄 기회를 사전 차단하는 환경을 조성하는 사업이다. 2012년에는 특정범죄 발생 다발지역 2곳을 선정, 진행했다. 이는 저소득층이 밀집한 기존 시가지에 셉테드(CPTED) 기법을 적용한 최초의 사례로 주목되고 있다.

이러한 서울디자인의 정책 및 사업은 범죄를 감소시키는 것에 근본적인 목적을 두고 있지만, 더 나아가 이웃과의 공동체의식 및 거주환경 개선 등의 결과를 창출하면서 안전한 주거문화뿐만 아니라 밝은 공동사회를 조성하는데 직간접적으로 도움이 되고 있다.

서울시는 앞으로도 다양한 사회문제와 디자인을 접목한 정책을 통해 사회적 약자를 배려하고 시민이 체감할 수 있는 사람 중심의 디자인 정책을 펼쳐나갈 계획이다. 그 일환으로 주거지역에서 교육시설, 공공 교통시설 등 디자인 적용 분야를 확대하여 다양한 인공 환경에서의 범죄예방 디자인에 대한 연구가 진행되었다. 또한 시민의 건강증진을 목적으로 다양한 형태의 도시디자인을 통해 보행이나 자전거 이용 활성화를 유도하는 건강한 생활환경 조성에 대한 연구도 진행했다.

(3) 문화예술의 생활화와 창의적 디자인문화 확산

삶의 질 향상으로 시민들의 문화예술에 대한 관심과 수요가 증가하고 사회 환경이 점차 창의적 인재를 요구하고 있다. 이에 따라 서울디자인은 문화예술과 디자인의 공공성을 강화하고, 시민들의 창조성을 개발하기 위해 문화예술 · 디자인의 생활화 및 창의적 디자인 교육을 추진하고 있다.

그 일환으로 초등학교 교육자를 대상으로 창의디자인교육에 대한 연수를 실시하고, 「창의현장체험학습」을 통해 생애 초기인 영유아기 및 아동기의 어린이에게 디자인 경험과 창의적인 발상 등을 심어주고 있다. 또 강남트렌드센터를 통해 전문가와 시민을 대상으로 디자인 트렌드 교육을 실시하고, 세계적인 디자인 트렌드에 대해 함께 공감하는 소통의 장을 제공해 디자인을 통한 공동체 문화를 형성했다. 이는 다양한 시민들에게 직접적인 디자인 교육과 디자인 체험 기회를 제공해 공공의 창의적 디자인문화의 기반을 형성하고 확산하여 디자인에 대한 범국민적 인식을 제고하는 역할을 한다.

또한 서울시는 문화예술을 향유하는 데 있어 비용과 문화예술에 대한 공감대 형성의 어려움, 물리적 접근성 등이 장애가 될 수 있다고 판단했다. 서울시가 진행하는 「도시갤러리 프로젝트」는 문화예술 향유의 장애를 최소화하고 일상 속에서 시민들의 문화 참여를 유도하기 위한 프로그램이다.

도시갤러리 프로젝트는 공공미술작품을 공공장소에 설치해 시민들이 자연스럽게 예술작품을 향유할 수 있는 환경을 제공함으로써 문화적으로 시민과 예술가들이 함께 어우러진 도시를 추구하는 것이다. 이 프로젝트를 통해 시민들이 함께 구상하고 만들어갈 수 있도록 디자인 프로세스를 적용하고, 시민과 작품 사이에 충분한 소통이 이루어질 수 있는 환경을 조성했다. 이는 시민과 작품, 그리고 예술가 사이의 격차를 해소하고 관계 회복을 시도하였다는 점에 큰 의미를 갖는다.

---

26) 범죄예방 디자인(CPTED, Crime Prevention Through Environmental Design)이란 디자인을 통해 범죄 심리를 위축시켜 범죄발생 기회를 사전에 차단하고 예방하는 디자인을 뜻한다.

3.2 2012 서울디자인 사업 : 사회·문화 영역

서울시가 도시의 다양한 사회 · 문화 문제를 해결하고 문화 향유를 확대하기 위해 수립한 디자인 전략은 〈모든 시민을 배려하는 디자인복지 실현〉, 〈디자인을 통한 안전하고 건강한 도시 구현〉, 〈문화예술의 생활화와 창의적 디자인문화 확산〉이다. 그리고 각각의 전략에 따라 2012년에는 「유니버설 디자인 프로젝트」, 「범죄예방 디자인 프로젝트」, 「어린이 창의력 증진 프로젝트」 등의 주요 사업들을 추진했다.

[표 3-8] 2012 사회·문화 영역 서울디자인 사업

전략	주요 사업
모든 시민을 배려하는 디자인복지 실현	(1) 유니버설 디자인 프로젝트 (2) 유니버설 디자인 산업생태계 조성 연구 (3) 행복한 디자인나눔
디자인을 통한 안전하고 건강한 도시 만들기	(1) 범죄예방 디자인 프로젝트 (2) 초등학교 범죄예방 디자인 연구 (3) 서울형 액티브디자인 연구
문화예술의 생활화와 창의적 디자인문화 확산	(1) 어린이 창의력 증진 프로젝트 (2) 도시갤러리 프로젝트

1) 모든 시민을 배려하는 디자인복지 실현

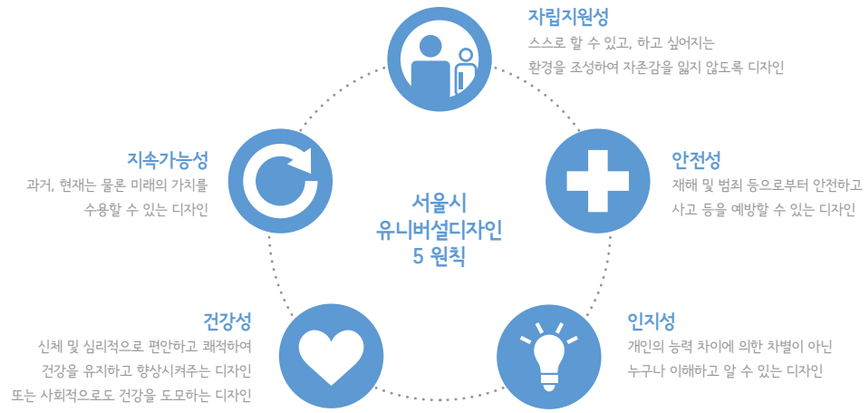
서울시는 시민 누구에게나 공평하고 사용하기 편리한 제품, 건축 · 환경, 서비스 등을 제공하여 모든 시민을 배려하는 디자인복지를 실현하고자 노력하고 있다. 모든 시민을 배려하는 디자인복지는 주로 유니버설 디자인 개념을 적용하여 실현하고 있다. 유니버설 디자인은 성별, 연령, 국적, 문화적 배경, 장애 유무에 상관없이 누구나 손쉽게 이용할 수 있는 제품과 공간, 환경을 만드는 디자인으로 '모든 사람들을 위한 디자인(Design for All)'이라는 개념을 바탕으로 한다.

서울시는 모든 시민을 배려하는 디자인복지를 실현하고자 다양한 유니버설 디자인 연구와 사업을 지속적으로 추진하고 있다. 그중에서도 복지시설 개선은 시민생활 밀착형 디자인을 통해 디자인에 대한 시민의 호감도를 향상시키고자 하며, 어르신시설(어르신요양시설), 장애인시설(장애인복지관), 기타필요시설(종합사회복지관), 보육시설(어린이집), 아동청소년시설(아동생활시설), 여성시설(여성생활시설) 등의 여러 유형별 복지시설에 대한 유니버설 디자인을 개발하고 시범 적용하고 있다.

이와 관련된 2012년 사업은 모든 시민들에게 디자인을 통한 복지를 제공하기 위한 「유니버설 디자인 프로젝트」, 「유니버설 디자인 산업생태계 조성 연구」와 「행복한 디자인나눔」 사업이 있다.

(1) 유니버설 디자인 프로젝트

유니버설 디자인 프로젝트는 어르신, 장애인, 여성, 아동, 청소년 등 다양한 시민에 대한 세심한 배려로 모두가 존중받을 수 있는 시민 친화 도시를 실현하기 위해 '자립지원성, 안전성, 인지성, 건강성, 지속가능성'의 5가지 원칙을 기반으로 진행되고 있다.



[그림 3-15] 유니버설 디자인의 5가지 원칙

이에 따라 유니버설 디자인 프로젝트는 기존에 설치되어 있는 공공공간, 도시기반시설물, 가로시설물, 공공건축물 등의 기능보강을 위한 사업인 「유니버설 디자인 가이드라인」과 「디자인 컨설팅」, 어르신 밀집지역의 환경을 개선하는 「종묘 · 탑골공원 환경 개선」을 세부사업으로 추진하고 있다.

○ 유니버설 디자인 가이드라인 개발

2012년 현재 유니버설 디자인 가이드라인은 어르신, 보육, 아동청소년, 장애인, 여성, 사회복지관의 6개 유형을 대상으로 개발되었다. 유니버설 가이드라인 개발은 기존의 시설물인 어르신복지관의 데이케어센터 등의 여러 기관의 설치단계에서부터 사용자 관찰 및 현장 분석을 통하여 체계적이고 실효성 있는 가이드라인 체계를 마련하고자 노력했다.

그 결과 2010년 종합사회복지관 등을 대상으로 총 6종의 가이드라인을 개발했고, 시민케어 디자인을 통한 민원실 공간조성 가이드라인을 개발하고 마포구 성산2동 주민센터에 시범적으로 적용했다. 먼저 2011년에는 대상을 유니버설 디자인이 필요한 '장소와 시설물' 중심에서 '사람' 중심

으로 전환하고, 어르신의 생활을 위해 개선되어야 할 환경을 모색해 6종의 가이드라인을 개발했다. 그리고 2012년에는 대상의 범위를 어르신에서 장애인과 노숙인 등 신체적 약자에서 심리적 약자까지 확장했으며, 가이드라인이 적용되는 영역도 공공공간, 공공시설물, 공공건축물 등으로 점차 다양해지고 있다.

[표 3-9] 유니버설 디자인 프로젝트 추진 대상

사업내용	2010년	2011년	2012년	2013년
대상	종합사회복지관 등	어르신	장애인, 노숙인, 어린이	청소년, 여성
가이드라인 개발	6종(종합사회복지관, 데이케어센터 등)	6종(어르신복지관, 경로당 등)	6종(시각·영유아 장애인, 노숙인 시설 등)	6종(청소년복지시설, 여성복지시설 등)

장애인종합복지관 가이드라인

01. 이용자의 편의를 증진한다.
1.물리적 장애 제거 2.비상시를 고려한 안전한 환경 3.쾌적하고 건강을 고려한 환경

02. 시설적 느낌을 최소화한다.
1.가정적인 친숙한 환경 2.편안함을 주는 공간으로 계획 3.따뜻하고 친숙한 소재의 사용

03. 장애인의 특성에 맞추어 계획한다.
1.장애 유형에 따른 공간 배려 2.알기 쉬운 공간 구성 3.다양한 행동장치 및 장소의 제공

04. 지역연계 및 교류를 확대한다.
1.지역 밀착 서비스의 확대 2.지역 교류 공간의 확보와 제안 3.지역성을 반영한 친숙한 디자인

05. 치유를 돕는 공간으로 조성한다.
1.자연친화적 공간으로 계획 2.색채를 이용한 치유 효과

어린이집 가이드라인

01. 시설 느낌을 최소화한다.
1.아동 척도에 맞는 계획 2.차갑고 딱딱한 소재의 사용 지양 3.편안하고 친밀한 분위기

02. 아동의 성장에 적합하도록 계획한다.
1.자유롭게 움직일 수 있는 환경 2.심리적으로 안락한 환경 3.스스로 할 수 있는 환경
4.자신을 조절하고 통제할 수 있는 환경

03. 안전하고 건강한 환경을 조성한다.
1.물리적 장애 제거 2.안전한 피난계획 3.건강한 실내환경 확보

04. 의미있는 장소를 제공한다.
1.스스로 선택하고 조절할 수 있는 기회 제공 2.다양한 감각적 경험 제공

05. 지역사회와 소통한다.
1.공용공간의 지역사회 개방 2.지역사회와 어울리는 디자인

노숙인 시설 가이드라인

01. 안전하고 건강을 고려한 환경을 조성한다.
1.물리적 장애 제거 2.비상시를 고려한 안전한 환경 3.쾌적하고 건강을 고려한 환경

02. 시설적 느낌을 최소화한다.
1.편안함을 주는 공간으로 계획 2.다양하고 차별화된 환경을 조성
3.개인의 프라이버시가 보장되는 공간

03. 노숙인의 특성에 맞추어 계획한다.
1.자존감을 높여주는 공간 2.잃어버린 능력을 회복시켜주는 공간 3.시설별 사용자 특성에 맞는 공간

04. 쾌적한 환경을 조성한다.
1.양호한 공기질 확보 2.건강한 열환경 확보 3.쾌적한 음환경 확보

05. 지역사회와 소통한다.
1.공용공간의 지역사회 개방 2.지역사회의 친숙한 디자인

06. 치유를 돕는 공간으로 조성한다.
1.자연친화적 공간으로 계획 2.색채를 이용한 치유 효과 3.예술품을 활용한 치유 효과

○ 디자인 컨설팅

디자인 컨설팅은 공공 · 복지시설 중에서 전면 개 · 보수가 필요한 시설을 대상으로 「유니버설 디자인 가이드라인」을 준수하여 유니버설 디자인 컨설팅을 실시하는 사업이다. 이 사업은 앞서 개발된 유형별 유니버설 디자인 가이드라인을 기준으로 시설의 진입로, 마감재, 색채, 조명, 가구, 안내사인 등에 대한 디자인을 컨설팅을 제공한다.

[표 3-10] 2010~2012년 디자인 컨설팅 추진 현황

사업내용	2010년	2011년	2012년	2013년
대상	종합사회복지관, 어린이집 등	어르신	장애인, 노숙인	어린이, 여성
컨설팅	5개 시설 자문 (신사종합사회복지관 등)	중랑어르신복지센터 기획설계	양평쉼터 기획설계 노원시각장애인복지관 자문	(실·국 협의를 통해 확대적용)

디자인 컨설팅은 전문적인 디자인 컨설팅을 위해 디자인부서와 복지부서, 사회복지사(시설장)를 중심으로 TF팀을 구성하고, 20~30여 명의 관련 전문가를 컨설턴트 인력풀로 구성해 진행했다. 2010년에 서초구립어린이집, 신사종합사회복지관 등에 대한 컨설팅을 시작으로, 2012년에는 양평쉼터의 기획설계와 노원시각장애인복지관의 자문을 실시했다. 또한 초 · 중 · 고등학생을 위해 교육환경의 질을 높이고 학생들의 심리적, 정서적 안정을 도모하는 「학교환경 개선 컬러 컨설팅」도 제공했다.



유니버설 디자인 설계 적용 요소

1. 계단실 방화문은 개방 시 벽면에 매입되도록 함
2. 교육실은 미닫이문을 설치하고 천장과 벽에 차음, 방음 성능을 고려한 자재로 마감함
3. 테라스 바닥은 배수가 원활하도록 구배를 주고 논슬립 바닥재로 마감하며 채소, 곡식의 시험재배 등을 하는 용도의 공간으로 활용함
4. 프로그램실은 교육내용의 실습을 위한 공간이므로 실습 작업장의 용도에 맞는 마감재를 선택하고 트렌치를 시공할 경우 제시한 관련 도해를 참조함
5. 대기실은 입소 적응자를 위한 공간이므로 원룸 주택의 분위기로 마감재를 선정함
6. 산책로 연결 브릿지에도 800~900 높이로 핸드레일 시공하고 목재 손스침 마감함

[그림 3-16] 2012년 양평쉼터 영농학교 디자인 컨설팅

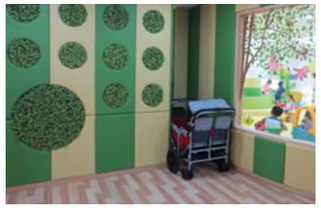
- 서초구립어린이집

서초구립어린이집은 2010년 시행되었던 유니버설 디자인 컨설팅 자문회의 결과를 토대로 2012년 3월 유니버설 디자인을 적용해 개관했다. 유니버설 디자인 컨설팅 결과, 안전성과 편리성을 고려해 유희실을 체육활동 가능공간으로 개조했고, 모서리 및 벽면공간에 쿠션을 통한 부딪침 충격 완화기능을 보강했다. 또 안정성을 강화해 온도조절 수도꼭지를 설치하고, 어린이들이 손이 다치지 않도록 미닫이문으로 교체했다.

컨설팅 적용 후 서초구립어린이집 교사 인터뷰 결과, 시설 사용 시 신체적 안전성이 증가함은 물론, 심리적 안정감도 느낄 수 있었다고 답했다. 아이들도 미닫이문 이용 시 자립적이면서도 안전하게 이용하는 등 유니버설 디자인을 몸소 느끼고 있는 것을 확인했다. 만족도 평가에서도 안전성과 편리성에서 매우 만족한다는 결과를 보였다.



손끼임 방지 미닫이 문



충격완충장치



방문턱 개선



유희실 개선



어린이 기준에 맞춘 손잡이 높이



문손잡이 교체

[그림 3-17] 서초구립어린이집 디자인 컨설팅 적용

하지만 실제로 적극적인 개선 의지 없이, 서초구립어린이집처럼 디자인 컨설팅이 시설 개보수 사업에 적용되는 것은 쉽지 않은 일이다. 2012년까지 총 8개의 시설의 디자인 컨설팅이 이루어졌지만, 자문 내용이 적극적으로 반영된 곳은 2~3개에 불과했다. 가이드라인은 법적 구속력이 있는 것이 아니라 말 그대로 권장하는 방안이기 때문이다. 이에 따라 서울시는 앞으로 가이드라인이 적극적으로 반영될 수 있도록 제도적 장치를 마련할 계획이다.

- 학교환경개선 컬러 컨설팅

학교환경개선 컬러 컨설팅은 신축, 증축 및 실내도장 예정인 초 · 중 · 고등학교에 색을 활용하여 교육 환경의 질을 높이고, 학생들의 심리적, 정서적 안정을 도모하는 사업이다. 서울시는 색채심리 이론을 바탕으로 서울색을 기능적으로 활용할 수 있는 컬러 컨설팅을 진행하고 있다. 2012년에는 서울시 교육청의 협조로 시범 사업지를 신청 받아 공사기간, 시설현황 및 범위, 지역의 형평성 등을 고려해 3개의 학교를 선정하고 컬러 컨설팅을 실시했다.

[표 3-11] 학교환경개선 컬러 컨설팅 사업 추진현황

연도	2011년	2012년	2013년 이후
대상지	금옥중, 녹천초, 양재초	양서중, 등명초, 영동중	교육청 협의로 지속적 추진 예정

2011년 학교환경개선 컬러 컨설팅 대상지는 환경이 열악해 개선이 시급한 곳과 지역주민과의 공동 이용시설이 있거나 학생 교육프로그램과 디자인을 연계할 수 있는지 여부 등을 교육청과 검토하여 금옥중학교, 녹천초등학교, 양재초등학교를 최종 선정했다. 각 학교는 공간의 특성을 고려하여 기능적 색채 계획을 도입하여 학습 환경 등을 개선했고, 학교별 색을 활용한 테마로 공간을 스토리텔링하여 창의적이고 생동감 있는 공간으로 탈바꿈했다.

· 금옥중학교 '착시현상'

금옥중학교의 컬러 컨설팅 콘셉트는 '착시현상'이다. 이는 중학교 미술교과과정에서 배우는 착시효과에 중점을 두어 색채디자인을 적용한 것으로 학습 공간과 층별로 다양한 색채와 그래픽을 사용해 보다 즐겁고 유쾌하고 과목별 학습효과를 높일 수 있는 환경을 조성했다.





[그림 3-18] 금옥중학교 2011년 학교환경개선 컬러 컨설팅

"달라진 학교, 아이들이 더 좋아합니다." (금옥중학교 선생님)

"무엇보다 아이들 스스로 시설을 아끼고, 곱게 쓰려고 하는 것이 보이더군요. 우리학교가 달라진 것처럼 서울색 컬러 컨설팅이 더 확대돼서 많은 학교가 달라졌으면 좋겠네요."

"생동감 넘치는 학교가 마음에 들어요." (금옥중학교 3학년 학생)

"다양한 패턴이 그려진 복도는 마치 영화 속 한 장면처럼 보여요. 미술교과에서 배운 착시효과를 몸소 체험할 수 있어서 흥미롭고 멋지게 바뀐 학교가 자랑스러워요."

· 녹천초등학교 '사계절 컬러테마'

녹천초등학교의 벽면은 봄, 여름, 가을, 겨울의 테마를 가진 그래픽 요소로 채워졌다. 사계절이 가지는 따뜻함, 생동감, 안정감, 차분함 등의 각기 다른 특색으로 학습 등에 적합한 공간을 구성했으며 각 구역은 구분이 쉽도록 각각의 색채를 적용했다.




[그림 3-19] 녹천초등학교 2011년 학교환경개선 컬러 컨설팅

"아이들의 행동이 눈에 띄게 달라졌어요." (녹천초등학교 선생님)

"예전에는 빈 벽에 발길질을 하거나 공을 차 자국을 내는 등 거친 행동을 했는데 벽면이 화사하게 바뀐 후로는 그런 행동이 현저히 줄었습니다."

"학교 공간이 다니기 편해졌어요." (녹천초등학교 3학년 학생)

"예전엔 휴게실이랑 교실 위치가 헷갈렸는데 이젠 어디가 어딘지 쉽게 알 수 있어요!"

· 양재초등학교 '감성 그라피티'

양재초등학교는 '감성 그라피티'를 적용했다. 예술적 감성이 요구되는 음악실과 미술실 벽면에는 감성을 자극하는 그라피티와 배색을 제안했고, 집중력이 필요한 실험실과 독서 수업실에는 차분한 배색을 적용하는 등 과목별 학습효과를 높일 수 있는 환경을 조성했다.




[그림 3-20] 양재초등학교 2011년 학교환경개선 컬러 컨설팅

2011년 학교환경개선 컬러 컨설팅 3곳의 개선에 대한 학교관계자 인터뷰 결과, 금옥중학교와 녹천초등학교, 양재초등학교 모두가 학교에 대한 학생들의 애착심이 향상되고 폭력성이 완화되는 변화가 생겼다. 학생들 또한 새롭게 변화된 학교 환경에 만족함과 자긍심이 높아졌음을 알 수 있었다.

· 2012년 학교환경개선 컬러 컨설팅

2012년 학교환경개선 컬러 컨설팅은 등명초등학교, 양서중학교, 영동중학교를 대상으로 진행되었다. 등명초등학교는 '네이처 힐링(Nature Healing)', 양서중학교는 '이매지너티브(Imaginative)'라는 콘셉트로 추진됐으며, 영동중학교는 '옵티컬 아트 이매지네이션(Optical ART Imagination)'을 콘셉트로 착시효과를 이용해 입체적 상상력을 자극하는 컬러 컨설팅을 제공했다.

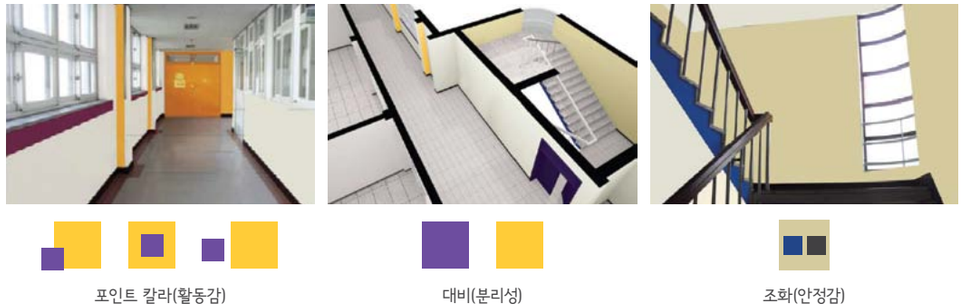


'네이처 힐링' 등명초등학교 '이매지너티브' 양서중학교 '옵티컬 아트 이매지네이션' 영동중학교

[그림 3-21] 2012 학교환경개선 컬러 컨설팅 색채계획

등명초등학교는 '네이처 힐링'이라는 콘셉트로 따뜻한 배색을 적용해 초등학생의 발달단계와 심리상태를 고려한 색채배색을 제안했다. 학생들에게 자연과 경험을 유도하는 그라피티와 채도 대비 배색으로 공간에 활력을 주는 색채계획으로 진행되었으며, 이 컬러 컨설팅을 바탕으로 환경개선을 앞두고 있다.

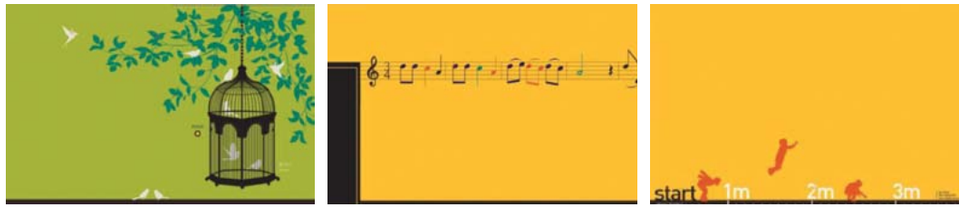
전체적으로 등명초등학교의 주조색은 노랑과 빨강의 저채도 색상으로 토양, 흙에서 보이는 자연의 느낌을 가지고 있다. 이러한 방향은 학교의 인위적인 공간에서 자연이미지를 연출, 보다 편안하고 따뜻함을 유도해 힐링의 공간을 제공한다는 의도다. 주조색의 차분한 배색으로 자칫 지루해질 수 있는 공간은 고채도 강조색을 활용하여 학생들의 활동성을 부여하고, 각 층과 영역을 분리시켜 주었다. 위험할 수도 있는 계단과 로비는 안정감이 들도록 구조물과 벽면에 차분한 색 배치를 제안했다.



포인트 칼라(활동감) 대비(분리성) 조화(안정감)

[그림 3-22] 등명초등학교 채도대비 효과

등명초등학교의 벽면은 '익스피리언스 힐링(Experience Healing)'을 콘셉트로 자연, 소리, 움직임의 요소를 그래픽 디자인으로 표현했다. 새의 그림과 소리를 제공함으로써 학생들의 힐링과 흥미를 유발했고, 운동선수의 키를 기록하여 자신의 키와 비교할 수 있도록 했다. 또 멀리뛰기 장면과 미터를 벽면에 적용하여 아이들의 행동을 유발해 재미와 흥미를 줄 수 있는 공간으로 계획했다.



자연 소리 움직임

[그림 3-23] 등명초등학교 그라피티 계획

2012년 컬러 컨설팅이 적용된 3개 학교는 현재 환경개선 마무리 단계 중에 있다. 장기적으로 학교환경개선 컬러 컨설팅은 단기 사업이 아닌 지속적인 사업이 될 수 있도록 학생과 교사가 참여하는 형식으로 디자인 컨설팅을 제안하는 등 다양한 형태로 색채디자인 도입학교를 늘려갈 예정이다. 아울러 색채를 이용해 학교 내 주민공동이용시설이나 일반학교 내 특수학생을 위한 시설도 기능적으로 개선할 수 있는 방안을 추진 중이다.

○ 종묘·탑골공원 환경개선

종묘 · 탑골공원 환경개선은 어르신 중심의 환경 개선과 더불어 세대 간 교감을 위한 콘텐츠 및 프로그램을 개발하는 중장기 사업이다.

종묘 광장공원과 탑골공원은 매일 2~3천명의 어르신이 방문하는 대표적인 어르신 밀집지역이며 지역의 특성상 서울어르신복지센터, 서울아트시네마, 실버갤러리, 어르신용품 판매점 등 어르신 관련 시설이 존재하고 있다. 현재는 무위빈곤의 어르신 군집, 지저분한 가로 환경 등의 영향으로 기피지역으로 인식되는 실정이며 이로 인해 고유의 장소성이 사라진 공원으로 전락하고 있어 개선이 요구되었다.

종묘 · 탑골공원 주변 어르신 및 일반인 611명을 대상으로 실시한 설문결과에서는 종묘, 탑골공원 일대를 어떻게 인식하고 있는가를 묻는 질문에 대부분의 시민들이 '어르신이 많은 거리' 또는 '노숙자와 생계가 어려운 사람들의 거리'라고 답했다. 종묘 · 탑골공원 일대를 개선할 시 우선되어야 하는 것을 묻는 질문에는 위생적이고 깨끗한 환경, 치안과 질서 유지, 편안한 보행로 및 공공 편의시설 확대를 가장 우선적으로 꼽았다.

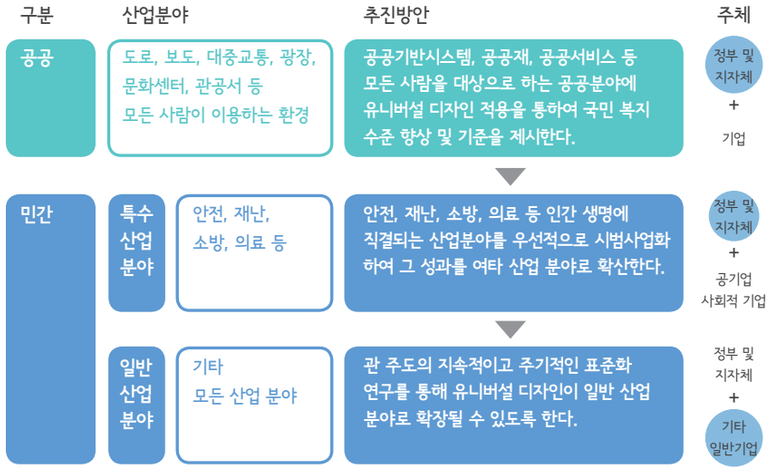
현재 종묘 · 탑골공원 환경개선 사업은 어르신이 원하는 니즈를 파악하여 사용자 관점에서 접근하는 서비스디자인 차원의 분석을 통해 종묘 광장공원과 탑골공원 지역을 대상으로 현황조사를 실시하고 이를 바탕으로 한 기획설계 수립이 진행 중이다. 전문가 인터뷰 및 종묘 · 탑골 지역 어르신 일일 동행 관찰, 주변 물리적 환경 관찰 등 다양한 서비스디자인 방법론을 적용함으로써 해당 지역의 실태와 디자인 이슈를 찾고 개선사항을 파악하고자 노력하고 있다.

서울시는 지역 실태 파악을 완료한 후 어르신의 안전과 위생에 관한 사항에 초점을 맞춰 공공건물과 민간건물, 가로입면, 거리시설물, 도로, 공공 공간, 이동식 가로 시설물, 공공서비스까지 전반에 걸쳐 「유니버설 디자인 가이드라인」을 적용하여 위생적이고 깨끗한 환경, 편안한 보행로 및 공공 편의시설 확대를 위해 개 · 보수 작업을 시행할 계획이다. 종묘 · 탑골공원 환경개선 사업으로 어르신과 시민들 모두에게 쾌적하고 즐거운 거리를 조성하고 유니버설 디자인이 공공지역에 적용되어 사회문제를 해결하는 디자인의 대표적인 사례가 되길 기대한다.

(2) 유니버설 디자인산업 생태계 조성방안 연구

(재)서울디자인재단은 사회적 약자를 배려한 유니버설 디자인제품의 개발 · 보급의 활성화를 위해 「유니버설 디자인산업 생태계 조성방안 연구」를 진행하였다. 이 연구는 향후 유니버설 디자인산업 생태계 조성사업에 반영하여 기초 자료로 활용하고자 한다.

연구는 궁극적으로 유니버설 디자인의 제품과 환경, 시스템 디자인 영역에서 다양한 사업으로 연계하는 방안을 발굴하고 유니버설 디자인산업 생태계의 형성 기반을 조성하려는 목적이 있다. 따라서 연구는 유니버설 디자인의 전반적인 정의와 디자인 사업의 범위 설정, 유형 분류를 통해 유니버설 디자인 사업의 실태를 알아보고 국내외 유니버설 디자인산업 현황조사를 통한 문제점 진단과 선진사례를 벤치마킹하여 유니버설 디자인 사업의 활성화 계획에 대해서 고찰했다. 이러한 과정을 통해 유니버설 디자인 로드맵 및 전략을 수립하여 유니버설 디자인의 다양한 사업 영역 및 사업개발을 위한 기반을 구축함으로써 유니버설 디자인산업에 대한 비전을 제시하였다.



[그림 3-24] 유니버설 디자인산업 방향성 도출

연구에 따르면 사용자 관점에서 유니버설 디자인은 공공부문과 민간부문으로 나뉠 수 있고, 민간부문은 다시 특수산업 분야와 일반산업 분야로 나뉠 수 있다. 이에 따라 연구는 유니버설 디자인산업 생태계 조성 방안으로, 모든 시민을 대상으로 하는 공공기관 영역의 공공부문에서 공공기관과 공기업, 사회적기업이 주도하는 민간부문의 특수산업분야, 또 기타 일반기업의 중심영역인 일반산업분야로 점차 지원 정책과 실행체계를 확대해 나갈 것을 제안했다.

(3) 행복한 디자인나눔

행복한 디자인나눔은 디자이너 및 디자인 전문가가 디자인 재능을 기부하여 노후한 복지시설의 환경을 개선하는 등 사회에 기여하고 참여하는 봉사 사업이다.

행복한 디자인나눔은 서울시와 (재)서울디자인센터가 주도하여 진행되었으며, 서울시 소재 디자인 기업, 실무 디자이너, 디자인 전공 학생 등을 대상으로 '디자인 나눔봉사단'을 공개모집 후 심사를 통해 디자인 · 건축 · 미술관련 실무경력자 40명과 전공학생 60명, 총 100명을 선정했다.

디자인 나눔봉사단은 각 시설 당 10여 명의 팀으로 구성되어 실내외 그래픽, 화장실, 조명 등 환경 개선을 실시했다. 개선 후에는 시설의 가구와 화분, 소품 등 모든 구성요소들이 공간과 조화로운 상태를 이루도록 사후 관리 서비스까지 제공했다.

[표 3-12] 2012 디자인 나눔봉사단 활동 내용

일시	방법	내용
1	성북장애인 보장구클린센터	내부 도색, 벽화그래픽작업, 가구 및 소품구입, 화장실 도색, CI 개발
2	한국생명의전화 아가페의집	가구 코팅, 가구 도색, 그래픽작업 등
3	구세군서대문사랑방	옥상 도색 및 그래픽작업(벽화), 철제부식방지 도색작업 등
4	성지보호작업장	작업장 도색, 문짝 도색, 계단 도색 및 그래픽작업(벽화), 외부비상계단 도색, 휴게공간 화단 조성·설치, CI 개발 및 브로셔 제작 등
5	관악청소년자활지원관	계단 도색 및 그래픽작업(벽화), 2층 교육장 도색, 가구 및 소품구입, 그래픽 제작·설치 등
6	다운복지관	170미터 철제펜스 벽화
7	광진희망세상 지역아동센터	계단벽화그래픽, CI 개발, 가구구입 등
8	시립 평화로운집	지하강당 벽화그래픽, 벽면보드 설치, 롤브라인드 설치, 소품 등 구입
9	영락 애니아의집	벽화그래픽 시안 제작 및 제안
10	서리풀주간이용센터	실내벽화그래픽작업, 게시판 등 설치, 소품 등 구입
11	한빛맹아원	식당벽화그래픽, 2개 층간 벽화그래픽, 시각장애인 위치식별 시스템 설치, 시각장애표시 사인물 설치 등

○ 성북장애인 보장구클린센터

행복한 디자인나눔을 지원받은 시설 중 성북장애인 보장구클린센터는 보장구를 이용하는 중증 장애인들에게 보장구 수리 및 판매, 점검서비스를 제공하여 편의를 증진하고 보장구 사용에 대한 효율성을 높여주는 시설이다. 시설의 주요 이용자가 장애인과 노약자인 만큼 그들이 센터를 방문했을 때 불편함이 없도록 서비스가 제공돼야 함에도 시설이 오래되어 불편을 주는 실정이었다. 이에 따라 성북장애인 보장구클린센터를 담당한 11명의 디자인 나눔봉사단은 시설 환경 개선을 위한 디자인나눔을 실시했다.

이들은 현 시설의 문제 파악을 위해 현장 곳곳을 방문했고, 시설관계자 및 사용자 인터뷰를 통해 니즈도출 및 문제점 해결방안을 모색했다. 그 결과 시설 내에서 풍기는 타이어 냄새, 책상 밑 공간의 물건의 적재, 창문 앞 채광과 환기를 막는 구조물, 업무의 비효율과 대기 장소의 부재 등 문제점을 파악했다. 그리고 이를 해결할 방안으로써 '힐링 카페(Healing Cafe)'를 제시했다.

성북장애인보장구 클린센터의 개선을 위한 힐링 카페 콘셉트는 보장구 수리 중에도 편하게 쉬며 대화할 수 있는 공간으로 기획했다. 센터 실내를 작업, 대기, 업무 공간의 3가지 구획으로 나누어 효율적으로 공간을 분할했고, 각 공간에 어울리는 도색과 그래픽 작업으로 그 기능을 극대화시켰다. 적재되어 있는 수리도구와 자주 사용하지 않은 리프트는 업무공간에 수납공간을 마련해 해결했고, 보장구를 수리할 때 발생하는 소음과 먼지는 작업공간에 환기시설을 갖추어 해결했다. 그리고 대기공간은 카페처럼 페인팅하고 채광을 막는 구조물을 제거해 벽화와 가구 및 소품을 갖추어 밝고 화사한 공간으로 만들었다.

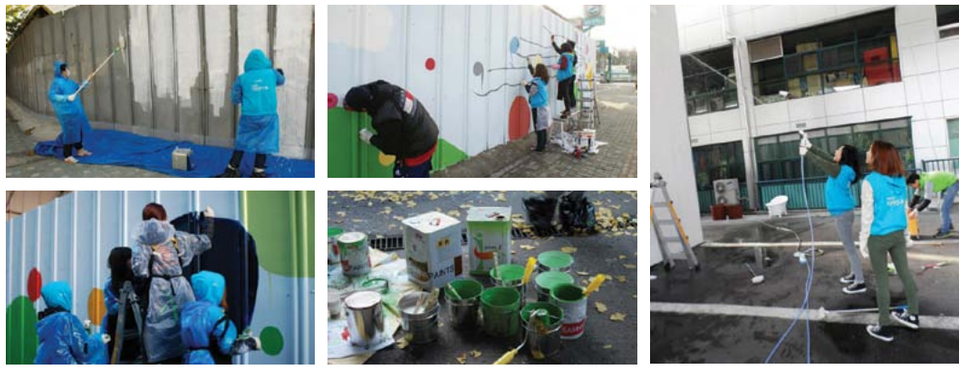


[그림 3-25] 성북장애인보장구 클린센터 디자인 나눔봉사단 활동

○ 다운복지관

다운복지관은 다운증후군 환자 및 자폐성, 정신지체 장애인들의 교육을 위한 제반 사회복지사업을 운영, 지원하는 곳이다. 다운복지관의 주변에는 많은 차량의 유동으로 인한 소음을 막고자 170m의 철제펜스가 설치되어 있다. 기능적 측면으로 세워진 철제펜스는 노후화로 인한 부식과 무분별한 광고물 부착 등으로 다운복지관 주변 시각적 환경을 저해하는 주된 요소가 되고 있었다. 이에 디자인 나눔봉사단은 다운복지관 시설 주변에 환경을 저해하는 요소를 제거하고, 즐겁고 활력 넘치는 거리환경을 조성하기 위해 철제펜스 벽화작업을 시작했다.

170m의 펜스는 콘셉트 회의를 통해 도출한 카피문구 '너의 멜로디와 나의 노래로 그리는 우리들의 꿈'을 스토리텔링한 벽화로 구성되어 거리의 활력과 상상의 나래를 펼 수 있는 요소로 디자인했다.

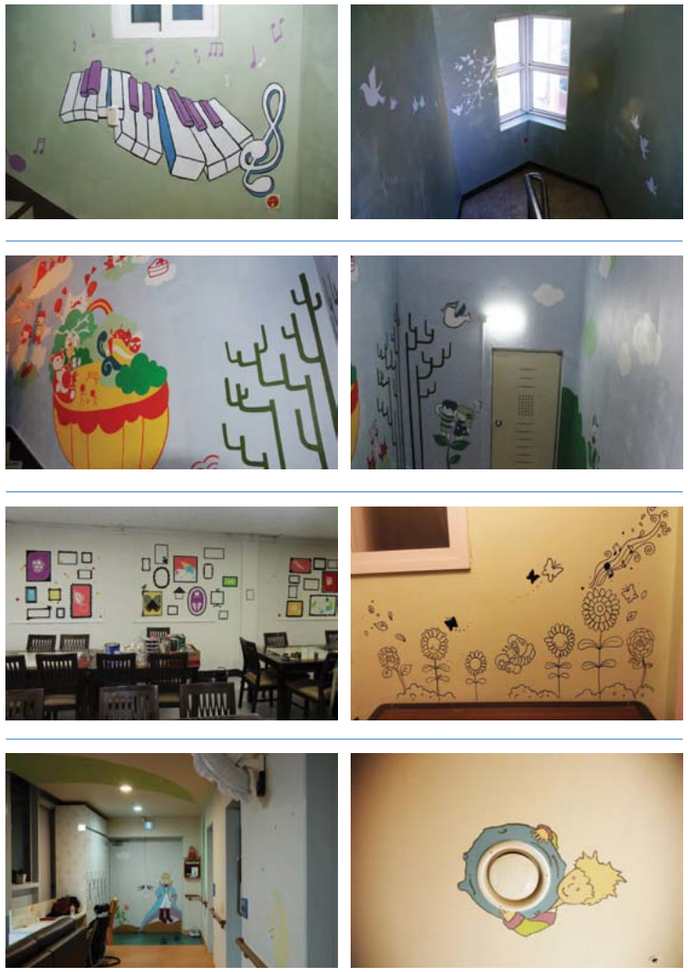


[그림 3-26] 다운복지관 디자인 나눔봉사단 활동

디자인 나눔봉사단은 성북장애인보장구 클린센터와 다운복지관을 포함하여 11개의 시설에 맞는 공간 개선 방안을 제안하고 벽화 그래픽, CI 개발, 화장실 및 실내외 조명 교체 등을 통해 환경을 개선했다. 이번 행복한 디자인나눔 사업은 여러 시설들이 기능적이면서도 환경적으로 쾌적한 공간으로 탈바꿈되어 각 시설관계자와 이용자에게 큰 호응을 얻었다. 행복한 디자인나눔은 색채연구소, 엘지하우시스, 나눔하우징 소속 전문가들에게 자문을 구해 진행됐다. 이 과정에서 색채 계획과 같은 분야에서 전반적인 실무적 노하우를 얻는 등 사업에 참여한 디자인 나눔봉사단에게도 유익한 시간이었다는 평가를 받았다.

나눔봉사단 참가자 인터뷰

"열악한 복지시설을 찾아가 환경을 개선을 하고 함께 고민하고 의견을 나누는 과정에서 많은 것을 느꼈습니다. 누군가를 위해 공간을 꾸밀 수 있어서 기뻤고, 이 공간이 꿈과 희망을 펼칠 수 있는 공간이 되었으면 합니다."



[그림 3-27] 행복한 디자인나눔을 통한 환경개선 결과

2) 디자인을 통한 안전하고 건강한 도시 만들기

서울시는 안전하고 건강한 도시를 실현하고 시민의 삶의 질을 높이기 위하여 지속적인 디자인 사례연구와 시민이 자발적으로 참여할 수 있는 디자인 프로젝트를 추진했다.

2012년 한 해 동안 서울시가 추진한 사업과 연구는 「범죄예방 디자인 프로젝트」, 「초등학교 범죄예방 디자인 연구」, 「서울형 액티브디자인 연구」, 「서울시 자전거안내사인 연구」가 있다.

(1) 범죄예방 디자인 프로젝트

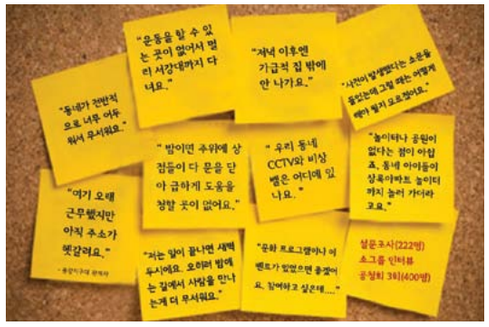
범죄예방 디자인 프로젝트는 서울시가 디자인을 통해 범죄와 안전문제에 대응하고자 한 사업으로 범죄예방 디자인과 셉테드(CEPTED)이론을 적용하여 추진되었다. 셉테드 이론은 환경설계를 통한 범죄예방을 뜻하며, 도시 범죄에 대한 방어적인 디자인을 적용하여 범죄 발생 기회를 줄이고 안전을 유지하는 등 종합적 범죄예방 전략이론을 말한다.

그 일환으로 2012년 처음 추진된 사업이 2개 시범 사업지에 적용됐으며, 마포구 염리동과 강서구 가양동 공진중학교를 사업지로 선정했다. 서울시는 염리동과 공진중학교 지역주민과의 커뮤니티 프로그램을 실시하고 현안에 대한 공감대를 형성하는 등 지역 '낙후시설개선 및 문화예술 프로그램'을 구축했다. 또한 범죄예방 연구와 자문을 위한 디자인포럼을 실시하고, 각국의 범죄예방 디자인 전문가를 초청해 「서울 국제 범죄예방 디자인 세미나」를 개최하는 등 국내외 범죄예방 관련 전문가 네트워크 활성화를 통해 지속가능한 사업 시스템을 조성했다.

○ 낙후시설 개선 및 문화예술 프로그램 구축

- 마포구 염리동 '주민이 모이게 한다'

마포구 염리동의 범죄예방을 위한 디자인 개선사례는 '주민이 모이게 한다'라는 큰 테마를 가지고, 염리동 주민의 자발적인 참여를 유도하여 진행한 프로젝트다. 과거 염리동은 마포나루를 거점으로 한 소금창고가 많았고, 인심이 후한 동네로 이름난 곳이었다. 그러나 재정비 촉진지구로 지정된 이후 개발이 계속 늦춰지자 이곳에 오래 거주한 주민들이 떠나고 외부세입자들과 외국인 노동자들이 급속하게 유입되어 치안문제와 주민들 간의 갈등이 상존해 있었다. 더욱이 거주자 분포에서 여성의 비율이 높으며, 밤이 되면 조명이 어둡고 상점도 거의 닫아 급박한 상황이 처해도 마땅히 도움을 청할 곳이 없는 지역이었다.



마포구 염리동 주민목소리

"동네가 전반적으로 너무 어두워서 무서워요."

"우리 동네 CCTV와 비상벨은 어디에 있나요?"

"저는 일이 끝나면 새벽 두시에요.
오히려 밤에는 길에서 사람을 만나는 게 더 무서워요."

[그림 3-28] 마포구 염리동 주민목소리

공청회를 통해 듣게 된 주민들의 목소리 역시 범죄 노출에 대한 불안감을 담고 있었다. 이에 서울시는 주민들과 함께, 염리동의 이야기가 담긴 소금을 테마로 한 범죄예방 디자인 프로그램을 추진했다.

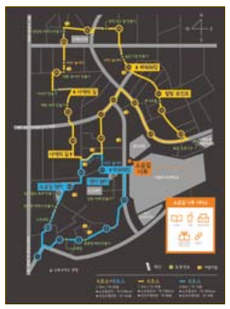
[표 3-13] 염리동 주민과의 소통 내용

일자	방법	내용
6월 12일	지역현장 조사(2회)	염리동 아동·여성보호 지역연대 주관
7월 17일		
7월 1일	주민 설문조사 (184명 여성대상)	설문목적 : 심리·물리·환경·사회적 요소별 불안 및 주민니즈 도출 요구사항 : 경찰순찰 강화, CCTV·가로등 증설, 거리환경 개선 등
7월 2일	경찰서 지구대, 주민커뮤니티 인터뷰	재개발지역-환경 열악, 범죄 공포심이 높고 신고 시 자신의 위치설명이 어려움
7월 18일	1차 주민 공청회 (주민 100명)	거점 코스 중심의 지역커뮤니티 활성화, 쓰레기 무단투기·시설물 관리 확행, 주민신고 의식 교육 필요 등 (1차 : 염리동주민센터, 2차 : 한서초등학교, 3차 : 염산교회)
9월 18일	2차 주민 공청회 (주민 30명)	
9월 19일	3차 주민 공청회 (주민 300명)	
9월 12일	인터뷰	한서초등학교 학부모회, 염산교회 교인들을 대상으로 인터뷰

염리동 범죄예방 디자인 프로젝트의 주요 내용으로는 운동 공간인 '소금길' 조성, '소금지킴이집' 운영, 사랑방 역할 및 지역주민이 초소장이 되는 '소금나루' 운영, 전봇대를 활용하여 위험지역 안전 시설물을 개선하는 사인 및 CCTV안내 사인 부착 등이 있다.

· 소금길(salt way)

먼저 인적이 드물고 무섭기만 했던 좁은 골목길은 소금길 조성을 통해 운동과 커뮤니티 공간으로 변했다. 1.7km 길이, A, B 2개 코스로 이뤄진 소금길은 도보로 총 40분이 소요되며 전문 트레이너가 직접 골목길을 걸으며 맞춤형으로 개발되었다. 소금길 구간의 설정은 주민을 대상으로 심리적 범죄에 대한 불안감을 느끼는 장소별 지수를 현장에서 측정한 범죄공포지도를 완성하여 위험 사각지대를 연결하여 코스를 설정했다.

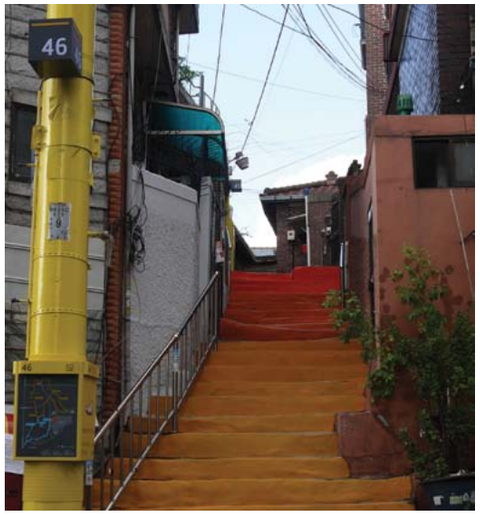


[그림 3-29] 소금길 코스



© 2012 구경완

개선 전



개선 후

[그림 3-30] 전봇대를 이용한 표식과 거리개선 결과

또한 전봇대에 1부터 69번까지의 번호를 매겨 각 기둥에 코스 안내지도를 설치해 누구나 인지하기 쉽도록 했다. 또한 방범용 LED 번호표시, 안전대처요령 사인, 안전벨 등을 설치해 치안 및 안전부분에 대한 방법론적 대처를 시행했다.



코스 번호 표기



코스 표지판



각종 운동 부착물



© 2012 구경완

안전벨 위치표기



안전대처요령 표지판



CCTV 촬영 시안물

[그림 3-31] 소금길 조성

· 소금지킴이집

소금지킴이집은 주민들이 위급한 상황에 처했을 때를 대비해 마련된 방안이다. 소금길 곳곳에 눈에 띄는 노란색 대문을 한 곳이 소금지킴이집으로 이들 집 앞에는 비상벨이 설치되어 있어 위험한 순간에 적극적으로 도움을 구할 수 있도록 돼있다. 또한 지킴이집은 밤에도 불이 켜지는 사인조명으로 입구를 밝히고, 처마 밑에는 IP카메라를 설치해 현장상황이 녹화된다. 지킴이집 선정은 주민들의 자발적인 신청으로 이뤄졌고, 그 중 거리를 감안하여 최종 6가구가 현재 소금지킴이집으로 역할을 하고 있다.









© 2012 구경환

호수표기 비상벨 IP 카메라

[그림 3-32] 소금지킴이집

· 소금나루

소금나루(가칭)는 재개발 대상지인 염리동의 특성상 주민들이 모일 공간이 없었던 문제를 보완하기 위해 마련된 사랑방 개념의 커뮤니티 공간이 될 예정이다. 카페, 마을문고, 편의물품판매, 커뮤니티아트 교육 등의 기능을 담은 주민공동체 거점공간으로 24시간 초소기능을 수행할 것이다.





[그림 3-33] 커뮤니티 아트 작업 현장

이외에도 어두운 분위기를 연출했던 낙후된 집 담벼락을 전문 디자이너의 코칭과 30가구 주민의 자발적 참여로 보수해 골목 분위기를 밝고 화사하게 변모시켰다. 이로써 기피대상이었던 골목길은 지역주민들이 자연스럽게 모이는 커뮤니티 공간으로 탈바꿈했고, 자연스레 범죄예방 효과에 대한 높은 기대를 심어주게 되었다.













캐릭터 디자인작업 안전펜스 설치 놀이공간 조성

[그림 3-34] 시민이 함께하는 아름다운 거리 조성

상상도 못한 아이들을 모이게 하는 장소! (한서초등학교 3학년 학생)

"바닥에 놀이를 할 수 있게 그려져 있다는 건 상상도 못했어요. 예전에는 우리가 직접 그려서 했거든요. 그리고 차가 많이 다녀서 무서워 오지도 못했는데 지금은 차도 기다려 주고 엄청 재밌어요!"

디자인을 통해 시민들에게 안전과 즐거움 제공! (시설 기획 담당자 인터뷰)

"이 사업은 구시가시를 중심으로 했다는데 의의가 있습니다. 왜냐하면 뉴타운을 기다리시는 분들은 개발 후에는 CPTED(범죄예방 디자인) 개념이 들어가지만 그때까지 장기적인 시간과 많은 돈이 필요합니다. 그 사이에 안전하고 편하게 살 수 있도록 적은 비용의 디자인적 요소를 활용해서 시민들에게 안전성을 제공해 드리는 겁니다."

여성과 아동이 안심할 수 있는 거리! (지킴이집 담당 주민 인터뷰)

"자율적으로 순찰을 도는 것 외에도, 위험한 지역에서 지킴이집이 아동보호와 여성보호에 적합하다고 생각합니다."

범죄예방을 위한 마포구 염리동 디자인 환경개선에 참여했던 이해관계자들의 인터뷰 중 한 주민은 "아름다운 골목길 조성으로 언제나 사람들이 방문하는 활기찬 거리, 지역범죄로부터 멀어진 공간이 된 것 같다"는 소감을 전했다. 또 시설 기획 담당자는 디자인을 통해 적은 비용으로 시민들에게 심리적 안정을 주었고 범죄공포심도 줄었다고 전했다.

마포구 염리동의 '주민이 모이게 한다' 디자인 환경개선은 지역 커뮤니케이션 활성화, 환경개선에 참여한 이해관계자와의 지속적 소통으로 사회적 문제를 해결한 좋은 사례로 또 다른 낙후지역들에도 적용되길 바란다.

- 강서구 가양동 공진중학교 '소통의 공간'

강서구 가양동 공진중학교는 학생의 놀거리, 볼거리, 즐길거리를 제공함으로서 학교주변에서 일어나는 폭력 및 범죄를 막고자 실행된 프로젝트다. 놀거리, 볼거리, 즐길거리의 부재로 인한 청소년 문제가 증가하고 있는 현재의 상황개선을 위하여 서울시는 학생 모두가 즐기며 볼 수 있는 '소통의 벽'을 설치하고, 학생들의 표출공간으로 활용될 수 있는 '꿈의 무대'와 '스트레스 제로 존'을 조성했다. 그 밖에 학생들의 심리적 안정감을 위해 다양한 컬러 테라피를 제안했다.

강서구 가양동 공진중학교는 13학급, 전교생 286명의 소규모 학교다. 주변에 영구임대아파트가 많은 터라 공진중학교는 저소득 소외계층의 비율이 높고, 교육복지 지표도 열악한 수준이다. 그럼에도 학교와 학부모, 학생들의 환경개선에 대한 의지와 관심은 적극적이었다.

[표 3-14] 강서구 가양동 공진중학교 주민과의 소통 내용

기간	방법	내용
6월 7일~7월 13일	학교현장조사	• 학교건물 후면 사각지대, 정보관, 유휴공간 등 파악 • 점심시간 및 쉬는 시간의 학생동선 및 행태 관찰
6월 25일~6월 29일	이해관계자 심층 인터뷰	• 설문목적 : 정서적 소통·치료·문화 프로그램, 학교환경 개선 필요 강조 (교장, 교감, 교무부장, 진로상담, 생활지도, 복지사, 전문상담사 참석)
7월 2일~7월 3일	학생 설문조사	• 시설·환경·심리·사회적 요소별 학생 니즈 파악 • 실내외 환경·사각지대 개선, CCTV 설치, 문화프로그램 시행 요구
7월 19일	공청회 개최	• 학생 행태분석 시설개선, 놀이문화 공간, 정서순화 프로그램 필요 (선생님, 학부모, 학생, 형사정책연구원 등 참석)

교내 사각지대는 공간의 활용을 변화시키기 위해 다양한 공간계획이 도입되었다. 스피커와 조명이 설치된 꿈의 무대(Dream Stage)는 학생들의 표현 욕구를 충족시키는 공간이다. 이 작은 무대에서 학생들이 자유롭게 춤이나 노래 공연을 함으로써 스트레스를 해소하고 건전한 여가문화를 즐기도록 유도했다.



개선 전 개선 후 꿈의 무대

[그림 3-35] 꿈의 무대 설치

공진중학교 학생인터뷰

"댄스 동아리대회를 나가는데, 학교에서 무대를 만들어주고 이런 무대에서 친구들과 함께 연습을 해서 대회에 나가니까 많이 뿌듯하고 보람을 느껴요."

소통의 벽(Dream Wall)은 친구들과 함께 즐길 수 있는 볼거리가 있는 콘텐츠 디스플레이 디자인이다. 공진중학교는 교내에 사각지대가 많아 현재 설치되어있는 CCTV로는 한계가 있다는 문제점이 있었고, 이 사각지대에서는 언제든 학교폭력, 흡연 등 청소년 비행행위가 일어날 수 있는 가능성이 높았다.

이에 따라 CCTV가 없는 사각지대 8곳에 동영상 카메라를 설치하고, 동영상 카메라에 포착된 학생들의 움직임은 통행이 잦은 현관입구에 설치된 소통의 벽에 송출되도록 했다. 그리고 소통의 벽에는 마치 스티커 사진 촬영처럼 다양한 포토샵 처리가 돼 있어 재미있고, 자연스런 관찰을 유도했다. 이는 감시체계를 가지는 CCTV 모니터링에 대한 역발상으로 '감시'가 아닌 하나의 즐길거리로 다가가고 있다.


개선 전



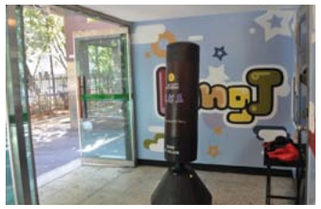
개선 후


소통의 벽

[그림 3-36] 소통의 벽 설치

또 다른 사각지대에는 스트레스 제로 존을 설치했다. 샌드백과 암벽등반 등의 장치가 놓인 이곳에서 아이들은 운동을 통해 스트레스를 해소한다. 청소년 비행이 일어나기 쉬웠던 공간이 이제는 친구들과 함께하는 재미있는 곳으로 탈바꿈한 것이다.








개선 전


개선 후



스트레스 제로 존

[그림 3-37] 스트레스 제로 존 설치

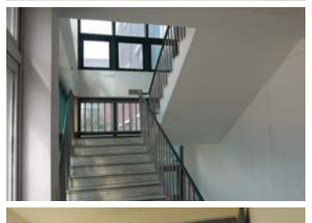
공진중학교의 밋밋하던 복도와 계단, 학교 내 · 외간은 윤호섭(그린디자인), 김현선(색채), 이성표(일러스트레이터), 밥장(일러스트레이터), 한명수(시각디자인), 박광수(웹툰), 권형표(건축), 이진오(건축) 등 총 8인의 한국대표 디자이너들이 54명의 자원봉사자, 학생들과 함께 참여하여 다양한 컬러 테라피 디자인을 적용했다. 앞으로도 서울시는 시설 개선뿐만 아니라 드라마, 독서, 미술치료 등의 프로그램과 심리 치료 등으로 지속적인 학교 폭력 및 범죄예방 방안을 연구할 예정이다.

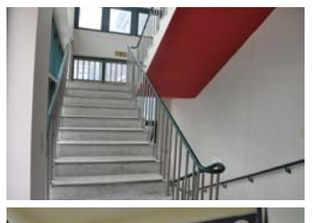













개선 전



개선 후

[그림 3-38] 공진중학교 컬러테라피 디자인

공진중학교 선생님 인터뷰

"다양한 학교의 활동거리를 제시함으로서 아이들이 비행이라든가 엉뚱한 곳에 신경을 쓰지 않고 학교생활을 즐겁게 하면서 같이 활동을 하다 보니 아이들과 더 친밀해지고 폭력의 위험성이 제거되는 효과가 있습니다."

공진중학교 디자인 환경개선 후 학생과 선생님의 인터뷰 결과, 커뮤니티 공간과 표출공간을 통해 학생과 학생, 학생과 선생님 간의 적대적 관계를 완화하고, 공감대 형성으로 공간과 분위기를 밝고 화사한 곳으로 탈바꿈하여 환경개선의 사회적 효과가 바로 나타나는 것을 알 수 있었다.

앞으로도 강서구 가양동 공진중학교의 '소통의 공간'이라는 디자인 환경 개선사례를 바탕으로 학교주변 폭력 및 범죄 예방을 위한 유사사업이 지속적으로 추진될 계획이다.

○ 서울 국제 범죄예방 디자인 세미나

서울 국제 범죄예방 디자인 세미나는 범죄를 근절하는 디자인(Root Out Crime by Design)이라는 주제로 2012년 10월 17일, 서울시 신청사 다목적 홀에서 개최되었다. 이번 세미나를 통해 서울시와 해외 범죄예방디자인연구센터는 서로의 범죄예방 디자인 정책 사례를 공유하고, 범죄예방을 위한 각 도시의 정책적 의지를 고무시켰다. 서울시의「범죄예방 디자인 프로젝트」가 이제 출발한 단계인 만큼, 주최자로서 선진기관들과의 협력을 통하여 보다 안전한 도시가 되기 위한 노력과 의지를 표명하는 자리가 되었다.

해외 연사로서는 영국 범죄예방디자인연구센터의 디렉터 로레인 개먼(Lorraine Gamman), 아담 숍(Adam Thope), 호주 범죄근절디자인연구센터의 부교수 더글라스 톰킨(Douglas Tomkin) 등이 초청되었다. 이들 발표를 통해 각국의 사례를 공유했으며, 서울시 또한 염리동과 공진중학교의 범죄예방 디자인 프로젝트 사례를 발표했다. 참석자들은 지역공동체의 주민참여를 통한 범죄예방의 장 · 단점 및 효과를 둘러 싼 열띤 패널토론을 진행했고, 서울시에서 진행 중인 범죄예방 디자인 프로젝트의 향후 방향성 및 개선점에 대해서도 논의했다.

마지막으로 (재)서울디자인재단과 영국 범죄예방디자인연구센터, 호주 범죄근절디자인연구센터는 MOU를 체결해 '시민의 더 나은 삶'을 지향하는 각 해외 기관들과 서울디자인재단의 범죄예방 디자인의 공동연구 및 지속적인 협력체계를 구축했다. 이를 통해 각 도시 간 사례를 공유하고 추가 발굴하여 각국의 범죄예방에 있어 시너지 효과를 얻기를 기대하고 있다.



[그림 3-39] 서울 국제 범죄예방 디자인 세미나 개최



[그림 3-40] (재)서울디자인재단, 영국, 호주의 MOU 체결

(2) 초등학교 범죄예방 디자인 연구

「초등학교 범죄예방 디자인 연구」는 최근 발생빈도가 높은 어린이 범죄에 대응하여 안전과 안심을 도모하고 어린이가 안전한 서울을 만들고자 추진한 연구다. 이 연구는 초등학교 환경디자인을 중심으로 셉테드 이론의 관점에서 진행되었다.

학교주변은 아동을 대상으로 한 범죄가 빈발하는 공간 중 하나다. 학교내부에서도 외부인의 출입에 의한 강력범죄 및 학생 간 폭력범죄 등이 발생하고 있어 범죄문제로부터 자유롭지 못한 공간으로 인식되고 있다. 최근 몇 년간 초등학교 주변에서 어린이 유괴납치 및 성폭행 살해사건 등이 발생해서 사회적인 문제가 된 바 있다. 이외에도 학생 간 폭력 및 외부인의 무분별한 출입 등에 의한 각종 범죄들이 꾸준히 발생하여 범죄로부터 안전한 학교환경 만들기에 대한 중요성이 부각되고 있다.[27]

[표 3-15] 1999~2008년 전국 학교 주요범죄 현황

총범죄	살인	강도	강간	절도	폭력	방화	약취유인
50,705건 (100%)	21건 (0.04%)	118건 (0.23%)	124건 (0.24%)	1,800건 (3.55%)	33,991건 (67.04%)	27건 (0.05%)	30건 (0.06%)

출처 : 고려대학교 산학협력단, 「어린이가 안전한 과천시 구축을 위한 초등학교 주변 안전지도 개발」, 과천시, 2010

이에 서울시는 2010년부터 셉테드 이론의 관점에서 초등학교 범죄예방 디자인 적용방향을 모색하여 초등학교에서 발생하는 범죄 특성과 학교설계기준 등을 종합적으로 분석했다. 기계적이고 인적인 경비시스템에 지나치게 의존하기보다는 건축설계 단계에서 범죄를 유발할 수 있는 요인을 사전에 제거하거나, 기존 건축물 및 도시공간에서 범죄 취약요인들을 통제하는 방법을 통해 자연스럽게 범죄피해를 최소화하는 것을 주요 내용으로 하고 있다.

이에 따라 자연적 감시, 접근통제, 영역성 강화, 명료성 강화, 활용성 증대, 유지관리의 계획의 6가지 실천전략을 토대로 각 항목별 체크리스트를 설정하여 기존의 초등학교에 적용 시 문제점 도출 및 개선사항을 파악하는 방향으로 진행되었다.

27) 1996년에 시작된 '학교 담장 허물기(학교 공원화) 사업'으로 2000년 이후 지난해 8월까지 1,165곳의 학교가 담장을 없앴다. 주민 휴식·녹지 공간을 확보하는 장점이 있었지만 범죄에 무방비로 노출되는 역효과도 낳았다. 학교 안에만 들어가면 안전하다는 막연한 의식도 문제로 지적된다. 미국, 영국, 일본 등 선진국은 학부모라도 학교를 방문하기 전에 예약하는 것이 필수다(2012년 10월 3일, 서울신문 기사 인용 재편집).

1. 감시확대

주변을 잘 볼 수 있고 은폐장소를 최소화시킨 공간 및 시설계획

2. 접근통제

외부인과 부적절한 사람의 출입을 통제하는 공간 및 시설계획

3. 영역강화

공간의 책임의식 부여와 분법정신을 강조하기 위한 공간 및 시설계획

4. 활동지원

자연감시와 연계시켜 다양한 활동을 유발할 수 있는 공간 및 시설계획

5. 명료강화

정확한 공간 및 시설사용 유도와 올바른 정보를 제공하는 계획

6. 유지관리

지속적으로 안전한 생활환경을 유지시키기 위한 계획



[그림 3-41] 셉테드 이론 적용원리

먼저, 학교표준설계안과 초등학교 시설을 연구하기 위해서 서울시내 초등학교의 2개 대상지로 동작구의 은로초등학교와 동대문구의 이문초등학교를 선정하여 현장 조사를 실시했다. 초등학교 범죄예방 디자인 연구 체크리스트를 따라 조사한 결과, 현 시점에서 보완이 필요한 사항은 학교 내·외부 공간에 방범용 CCTV를 추가 설치하고, 학생들이 자주 이용하는 공간을 중심으로 비상벨을 명료하게 설치하며 조명시설도 확충할 필요가 있음을 알 수 있었다.

이 현장조사 연구결과를 바탕으로 「초등학교 범죄예방 디자인 연구」는 감시와 접근통제, 영역성 강화, 활용성 증대, 환경정리 및 유지관리 등의 세부사항에 따른 접근방법을 설정하고, 초등학교의 공간과 시설 관리 및 개조를 통해 보다 안전한 학교환경의 분류체계를 제안했다.

내용들을 종합하면, 아동을 대상으로 한 범죄는 다른 범죄유형과 마찬가지로 감시가능성과 접근통제가 주요한 영향요인으로 판단된다. 따라서 이 연구는 학교 주변과 통학로 주변 환경에 대한 조사를 통해 적절한 대책 마련이 필요함을 제언했다.

[표 3-16] 학교안전 평가를 위한 체크리스트 일부

점수	프로그램명	평가요소		
		미흡	보통	적절
3	1. 학교 담장은 자연감시를 위해 투시형 구조로 설치되어 있는가?			
	• 투시형 구조물 설치여부, 조경수목의 경우 교목과 관목 유형과 주변 시선연결 여부 평가			
3	2. 학교 담장은 출입통제를 위해 외부인 출입이 불가능한 구조로 되어 있는가?			
	• 담장을 기어오르거나 훼손이 불가능한 재료로 설치되어 있는지를 평가			
3	3. 학교담장 주변에는 감시와 접근통제를 위한 CCTV가 설치되어 있는가?			
	• CCTV 설치위치, 대수, 감시범위를 평가			
3	4. 학교 경계부 주변에 식재된 조경수목은 자연감시와 조명 및 방범시설의 기능을 고려하여 식재/관리되고 있는가?			
	• 조경수목의 식재간격, 주변 조명 및 CCTV와의 간격, 관리상태 등을 평가			
2	5. 학교 담장 주변에는 조명이 적절하게 설치되어 있는가?			
	• 조명 설치간격, 조도 및 조명과 주변 조경수목의 간격 유지를 평가			
1	6. 학교 담장에는 안전구역 및 경고문구를 포함하는 표지판이 있는가?			
	• 안내표지판의 문구, 위치, 디자인(명료성)의 적절성을 평가			
소계		점수 :	/ 15	

(3) 서울형 액티브디자인 기초 환경 연구

「서울형 액티브디자인 기초 환경 연구」는 시민이 자발적으로 신체활동과 활동적 생활을 하게끔 유도하여 건강 증진을 도모하는 방안을 탐색하는 연구다. 여기서 액티브디자인이란 디자인을 통해 신체활동과 건강 증진을 돕는 디자인을 말한다.

오늘날 건축과 도시계획은 사람들의 보다 빠르고 편리한 활동을 돕는 방향으로 디자인돼 있지만 일상생활에서 신체활동을 줄이고 좌식생활을 증가시켜 오히려 만성질환과 비만을 유발해 시민의 건강을 위협하고 있다. 따라서 건강 증진을 위한 신체활동 유도 정책의 필요성은 날로 높아지고 있다. 국내에서도 건강 증진을 위한 다양한 계획이 발표되고 있지만 신체활동을 위한 정책 제안은 시도된 적이 없었다.

서울시는 2003년부터 세계보건기구가 권장하는 건강도시 사업을 추진하고 있다. 2012년 현재 서울시의 25개 모든 자치구가 건강도시 사업에 참여하고 있지만 국내 건강도시 사업은 초기 발전단계에 머무르는 수준이었다. 세계 보건기구에서 추진하는 건강증진의 개념에 부합하기에는 아직 많은 제한점을 지닌 것이 사실이다.

또한 생활수준의 향상 및 인간수명의 연장으로 건강관리 및 질병관리를 바라보는 시점은 예방적 개념보다 더욱 적극적인 건강유지 및 증진의 개념으로 변화하고 있다.

이에 서울시민의 건강증진이라는 이상적인 건강상태를 지속적으로 유지, 확산시키기고 보다 높은 시민의 삶의 질에 기여하고자 「서울형 액티브디자인 기초 환경 연구」를 진행했다. 의학적 처방이나 정책적 강제성이 아닌 스스로 신체활동을 증가시킬 수 있는 행동요인을 만들어 시민들의 신체활동과 건강을 증진시키는 것을 주요 목적으로 삼았다.

따라서 이 연구는 신체활동 증가를 위한 제안을 중심으로, 청소년과 일반 성인, 고령자의 각 특성에 따른 적정 활동을 가이드하고 공공장소에 적용할 수 있는 신체활동 증가 방안을 제시했다.

그중 하나의 방안인 '걷고 싶은 계단 만들기'는 기업을 대상으로 공모를 실시하여 각 사무공간과 건물에 직접 걷고 싶은 계단을 만드는 다양한 아이디어를 받을 것을 제안했다. 예를 들어, 계단을 이용할 때에 소모되는 칼로리와 이에 따른 신체 건강 증진의 효과를 시각디자인으로 제공함으로써 자연스럽게 걷는 활동이 활성화 될 수 있도록 유도하는 것이다.



[그림 3-42] 걷고 싶은 계단 만들기 사례

이러한 액티브디자인이 중요한 이유 중 하나로 건강형평성을 꼽을 수 있다. 상대적으로 저소득 계층의 사람들은 빈곤의 악순환 뿐만 아니라 건강의 악순환에도 빠질 수 있는 가능성이 높은데, 이들은 자신의 건강을 위한 투자나 계획을 세우기가 어려운 형편이기 때문이다. 이 서울형 액티브디자인 연구를 통해 모든 서울시민이 연령과 성별, 경제적 지위에 관계없이 건강한 도시를 누릴 수 있는 발판이 되기를 기대한다.

(4) 서울시 자전거안내사인 연구

「서울시 자전거안내사인 연구」는 보다 안전하고 편리한 자전거 운행을 도모하기 위해 사인의 통일성과 자전거 전용도로의 기능성을 확보하는 방안을 모색하는 연구다. 이는 서울시의 지속가능한 자전거 교통문화를 형성하는 데 그 목적이 있으며, 연구는 (재)서울디자인재단의 주도로 추진되었다.

최근 세계적으로 환경과 에너지를 고려하는 동시에 개인의 건강을 증진시키는 녹색교통수단으로써 자전거가 조명되고 있다. 우리나라도 2010년 행정안전부가 수립한 '자전거 활성화 국가 자전거정책 마스터플랜'에 따라 자전거 이용자가 계속 증가하는 추세다. 서울시 또한 자전거 도로망 정비 및 확충, 대중교통과 연계시스템 구축 등의 노력으로 시민들의 자전거 이용이 점차 증가하고 있다.

그러나 매년 자전거 안전사고가 증가하고, 자전거 관련 시설 부족 등에 따라 자전거 이용의 저하가 우려되고 있다. 이러한 문제를 해결하기 위해 서울디자인재단은 디자인적 접근을 통해 자전거 이용 활성화를 제고할 수 있는 방안을 찾고자 노력했으며, 디자인적 접근방법의 하나로 자전거이용 편의와 안전을 위한 직관적 시각 정보제공에 관한 연구를 수행했다.

「서울시 자전거안내사인 연구」는 자전거 사인 체계를 수립하기 위해 자전거 이용시설을 이용목적에 따라 자전거전용도로와 자전거보행자겸용도로를 포함하는 '자전거 도로', 도로나 대중교통과 연결되는 '자전거 접근시설', 자전거 주차시설, 수리시설 등의 '자전거 편의시설', 총 세 부분으로 나누었다. 그리고 자전거 사인은 도로교통법 시행규칙에 따라 주의표지, 규제표지, 지시표지, 보조표지를 포함한 교통안전표지 및 노면표시, 기타표지로 분류하고자 했다.

연구는 국내외 사례 조사를 통해 개선점과 시사점을 도출하였으며, 자전거와 관련한 법령 등을 참고하여 최종적으로 사인의 기본적인 요소를 만족시키되 창의적인 디자인요소를 확립한 자전거 사인디자인 방향을 제시하였다. 또한 보다 실질적인 결과를 도출하기 위해 이용자 및 전문가 대상으로 심층 인터뷰를 실시했다.

연구결과, 자전거 사인 체계를 바탕으로 자전거 이용에 가장 우선시해야 하는 자전거 사고방지를 위한 안전적 측면, 자전거 이용자를 위한 편의적 측면, 그리고 자전거이용에 대한 흥미적 측면의 세 가지 요인을 중심으로 방향을 설정하고 사인디자인을 제시했다. 사인디자인은 안전적, 편의적, 흥미적 요인을 반영하여 도로교통법시행규칙 및 매뉴얼 등 자전거 법률에 의거해 형식과 규격에 적합한 모양, 색상, 픽토그램, 서체로 완성되었다.



자전거 슬루프 / 자전거 전용칸 / 공기주입기 / 수리시설 / 자전거 대여소

비상전화 / 자전거 보관소 / 자전거 휴게소 / 관광지 / 이정표시

[그림 3-43] 서울시 자전거안내사인 연구 사인디자인

「서울시 자전거안내사인 연구」는 실효성 있는 자전거 이용 정책과 함께 활용한다면 자전거 교통안전문화 형성에 따른 자전거 이용 활성화를 촉진시킬 수 있을 것으로 기대한다. 향후 자전거 사인체계에 따른 전반적인 디자인가이드라인을 제시하는 후속 연구와 본 연구에서 제안한 자전거 사인디자인에 대한 검증이 필요할 것이다. 또한 이를 바탕으로 서울시 자전거전용도로 및 보행 및 자전거겸용도로를 위한 사인시스템이 개발, 적용돼야 한다.



[그림 3-44] 서울시 자전거안내사인 연구 사인디자인 적용

3) 문화예술의 생활화와 창의적 디자인문화 확산

서울시는 창조의 근원으로서 문화예술의 중요성을 부각시키고, 모든 이들에게 다양한 문화에 대한 선택의 기회를 제공한다. 나아가 개인의 창조적 역량을 널리 펼칠 수 있도록 디자인문화를 확산하는 데에 힘써왔다. 또한 미래의 창조적 인재를 육성할 기반을 마련하고, 창의적 디자인 문화의 확산을 위하여 디자인 교육 서비스를 제공했다.

2012년 주요 사업으로는 어린이와 교육자들 대상의 「어린이 창의력 증진 프로젝트」와 모든 시민을 대상으로 한 공공미술 서비스 「도시갤러리 프로젝트」가 있다.

(1) 어린이 창의력 증진 프로젝트

어린이 창의력 증진 프로젝트는 대상에 따라 크게 두 가지로 추진되었다. 어린이가 주체가 되는 「어린이디자인창의력 캠프」, 「창의현장체험학습 프로그램」과 초등학교 교육자를 대상으로 한 「초등학교 창의디자인교육을 위한 교사 직무연수」가 그것이다. 이들 사업은 창의디자인 교육의 필요성에 따라 시민을 대상으로 그 이해를 높이는 동시에 창의적인 학생지도를 고무시키기 위해 진행되었다.

○ 2012 어린이디자인창의력캠프

2012 어린이디자인창의력캠프는 희망나눔 디자인 체험 프로그램의 일환으로 어린이들이 디자인과 친숙한 계기를 마련하고 디자인을 통해 환경을 생각하며, 소외된 이웃에게 소통과 나눔의 장이 되기 위해 서울시와 (재)서울디자인센터의 주도로 추진되었다. 2012 어린이디자인창의력캠프는 어린이들에게 창의력 증진의 기회를 제공하기 위해 2008년부터 매년 5월 5일 어린이날에 개최되고 있다.



[그림 3-45] 2012 어린이디자인창의력캠프

이번 2012 어린이디자인창의력캠프에는 초등학생 516명과 부모 및 인솔자 2,000여 명, 자원봉사자로 이루어진 교육 튜터와 진행요원 235명, 행사진행 및 운영관계자 150여 명까지 총 2,900여 명과 함께 진행했다. 캠프에 참가한 어린이들은 (재)서울디자인센터의 인터넷 홈페이지를 통해 신청, 선착순으로 선정된 주인공들이다. 뿐만 아니라 (재)서울복지재단과 다문화 학교를 통해 추천 받은 다문화 · 저소득층 가정 어린이들도 다양한 체험행사에 함께했다.

캠프는 디자인체험교육 '업사이클링 디자인(Up-cycling Design)', '희망나눔메시지 종이비행기 날리기' 등 어린이들이 디자인을 통해 창의력을 증진하고, 나눔 실천과 재활용에 대한 인식을 높일 수 있는 프로그램으로 구성되었다. 어린이들은 재활용품의 새로운 구상과 어려움에 처한 사람들을 위한 디자인을 직접 제작하는 등 프로그램 참여를 통해 나눔과 환경의 소중함을 새삼 깨달았다.



희망나눔메시지 작성



희망나눔메시지 날리기



할아버지, 할머니 사랑해요!



동생들아, 디자인놀이하자

[그림 3-46] 2012 어린이디자인창의력캠프 본 행사 프로그램

체험교육 '업사이클링 디자인'은 생활에서 버려지는 물건들을 적합한 용도와 기능에 맞게 재탄생시키는 리디자인(redesign)을 통해 업사이클링(up-cycling)의 과정을 이해하고, 소외 이웃을 위한 희망디자인 콘셉트의 체험방식으로 진행되었다. 어린이들은 생활에서 쉽게 버려지는 물건들을

재사용하여 화분과 시계를 만들고, 친환경 소재인 골판지를 조립하여 영유아를 위한 종이 집을 제작했다. 어린이들이 완성한 디자인 작품은 '기부존'을 통해 복지기관 등에 전달되어 디자인을 통한 나눔을 실천했다.



희망나눔 디자인전시



아름다운가게 기부존





대학생 재능기부 나눔

[그림 3-47] 2012 어린이디자인창의력캠프 부대행사 프로그램

부대행사도 소통과 나눔을 실천하는 프로그램으로 꾸며졌다. 어린이들은 가정에서 사용하지 않는 의류, 잡화, 도서, 운동기구 등을 아름다운 가게 부스에 기부하여 필요한 이웃들에 대한 나눔을 실천했다. 대학생 재능기부행사로 열린 캐릭터 디자인 체험 부스에서는 기발한 아이디어가 눈에 띄는 캐릭터 티셔츠와 머그컵을 판매했다. 이 수익금은 유니세프에 기부해 아프리카 어린이들의 건강 증진을 위한 물품구매에 쓰이도록 하여, 좋은 디자인을 구매하면서 사랑과 나눔도 함께 실천할 수 있는 기회를 만들어 행사에 참여한 어린이와 보호자에게 큰 호응을 얻었다. 또 어린이들이 직접 만든 '아우인형[28]'도 '희망나눔 디자인전시'를 통해 판매가 돼 유니세프에 수익금이 전달됐다.

28) '아우'란 동생의 의미도 있지만 '아름다운 우리', ' 아우르다'라는 뜻이 함께 담겨있다. '아우인형'은 전 세계의 5세 이전 사망하는 어린이들을 돕는 유니세프의 인형 기증 프로그램이다. 기증은 인형의 입양 형식을 통해 이루어지고 모아진 기금은 빈곤 국가를 위해 쓰인다.

참가어린이 인터뷰

"어르신을 위한 디자인으로 락앤락 통으로 시계를 만들었고, 유니세프에 기증할 아우인형과 환경이 어려운 친구들을 위해 전달될 주머니 필통을 만들며 즐거운 시간을 보냈어요."

교육 튜터 인터뷰

"아이들에게 디자인을 통해 나눔을 가르치는 좋은 시간이었지만, 그 속에 저에게도 나눔을 실천 할 수 있는 뜻 깊은 시간이었습니다."

2012 어린이디자인창의력캠프에 참가한 어린이들은 직접 만든 디자인작품으로 이웃들을 돕는다는 사실에 신기해하면서도 즐거워했다. 어린이와 동반한 부모들은 행사의 체계적인 진행, 조별로 배정된 교육 튜터들의 정성어린 도움 등에 만족하며 아이들이 나눔과 기부, 봉사의 소중한 의미를 배우는 뜻깊은 행사였다고 평했다. 앞으로도 서울시는 더욱 다양한 콘텐츠로 많은 어린이에게 창의력 증진과 디자인의 참의미를 체험하는 기회를 마련할 계획이다.

○ 2012 창의현장체험학습

2012 창의현장체험학습은 초등학교 자녀와 부모가 함께 참여하여 잠재된 상상력을 재발견하고 가족 간의 공감대를 형성하는 창의디자인 체험프로그램이다. 이 프로그램은 어린이들의 여름 · 겨울방학 일정에 맞춰 실시되었으며, 창의적 사고방식을 향상시키고자 탐구와 계획, 제작, 발표의 디자인 프로세스로 진행되었다. 28가족 72명이 참석한 여름방학 맞이 프로그램은 가족과 함께 디자인할 수 있는 다양한 콘텐츠를 구성해 가족 간의 공감대를 형성했다.

[표 3-17] 2012 창의현장체험학습 여름 프로그램

일정	프로그램명
2012. 7. 27	손수 담기
2012. 8. 3	레오나르도 다빈치 되기
2012. 8. 10	환경을 지켜요! 북 아트디자인

여름방학 2012 창의현장체험학습은 어린이들의 창의력 증진을 위한 '손수담기', '레오나르도 다빈치 되기', '환경을 지켜요! 북 아트디자인' 등 다양한 콘텐츠로 진행되었다.

그 중 '손수 담기'는 생활에서 유용하게 사용할 수 있는 에코제품을 직접 디자인하는 프로젝트 워크숍이다. 어린이들이 직접 동대문패션타운을 방문해 패션트렌드를 확인하고, 제작에 필요한 재

료들을 구입하고 제작하는 방식으로 진행됐다. 이 프로그램은 어린이들이 디자인 프로세스를 직간접적으로 체험할 수 있도록 기획되었다. 또 디자인 프로세스의 전반적인 과정을 이해시키는 것 외에도 다운사이클링의 개념을 대입한 에코제품을 기획, 제작함으로써 재활용 실천의 중요성과 환경문제에 대한 인식을 증진시키고자 했다.

그 밖에 동력을 이용한 놀이도구 디자인 '레오나르도 다빈치 되기'를 통해 논리적 사고력과 예술적 표현을 향상시켰고, 북 아트디자인 '환경을 지켜요! 북 아트디자인' 프로그램을 통하여 감성표현력 및 이미지 연상 추리력을 향상시켰다.



[그림 3-48] 2012 창의현장체험학습 여름 프로그램

겨울은 여름과 마찬가지로 같은 디자인 프로세스를 적용했지만 생활, 정보, 과학의 3가지 테마로 구성해 다양한 디자인 교육을 제공했다. 총 7개의 프로그램이 진행된 겨울 프로그램에는 64가족 183명의 인원이 참석했다.

[표 3-18] 창의현장체험학습 겨울 프로그램

일정	프로그램명	
2012. 12. 27	생활과 디자인	생활속의 재활용
2012. 12. 28		와글와글, 우리집이 최고야
2013. 01. 03	정보와 디자인	우리가족 회사를 디자인하자
2013. 01. 04		꼬리에 꼬리를 무는 우리가족 이야기
2013. 01. 16	과학과 디자인	소통하는 과학전시
2013. 01. 17		끝없는 우주공간 Big Bang
2013. 01. 18		

겨울 창의현장체험학습 프로그램 중 '와글와글, 우리집이 최고야'는 동물과 곤충이 집을 짓는 과정을 형상화함으로써 자연속의 조형의 원리와 구조의 개념을 이해시키고자 했다. 구체적으로 이 프로그램은 거미집을 형상화하는 끈을 이용하여 선으로 구조화함으로서 공간을 직접 만들어 그 속에서 공간과 구조에 대한 이해를 돕는 형식이었다. 또한 각기 다른 재료들의 조화로운 결합을 이용해 공간을 구성하게 하여 이를 통해 어린이들이 재료의 성질 및 특징을 이해할 수 있도록 유도했다.

그 밖에 '우리가족 회사를 디자인하자', '꼬리에 꼬리를 무는 우리가족 이야기', '소통하는 과학전시', '끝없는 우주공간 Big Bang'의 프로그램도 탐구, 계획, 제작, 발표의 프로세스로 진행되어 어린이들이 단계적으로 디자인 프로세스를 경험하는 데 도움이 되고자 했다.



[그림 3-49] 2012 창의현장체험학습 겨울 프로그램

2012 창의현장체험학습은 여름과 겨울의 평균 참여율이 92.5%, 교육 만족도는 98.3%로 대부분이 만족한 결과로 나타났다. 참가자들은 지속적인 창의현장 체험학습이 이루어지길 기대했다. 학부모 인터뷰에서는 디자인 프로세스 과정 중 토론과 발표를 통해 어린이들의 자신감이 향상되고, 같은 주제 안에서도 서로 다른 생각을 공유함으로써 폭넓은 시각을 가지는 계기가 되었다는 의견을 들을 수 있었다.

2012 창의현장체험학습의 결과는 프로그램의 과정 및 내용을 담은 사례를 세부적으로 작성, 제공하여 창의디자인체험프로그램 교육 자료로 활용할 예정이다.

○ 초등학교 창의디자인교육을 위한 교사 직무연수

초등학교 창의디자인교육을 위한 교사 직무연수는 전국의 초등학교 교사를 대상으로 통합적인 창의디자인교육 방법론을 제시하여 초등학생 디자인교육에 효율적으로 활용하는 데 도움을 주고

자 기획되었다. 2013년 1월 7일부터 11일까지 일주일간 총 12번의 강의로 구성해 개념, 방법론, 사례, 활용의 단계별 과정으로 진행되었다.

프로그램은 '디자인의 이해', '디자인과 창의성', '창의성교육', '창의디자인교육 방법론', '국내 및 선진디자인 교육현장 사례연구 및 방법론', '수업설계 및 운영방법'이라는 주제로, 교사가 창의디자인교육 수업을 설계하고 운영할 수 있도록 세부 연수 내용을 구성했다.

[표 3-19] 초등학교 창의디자인교육을 위한 교사 직무연수 프로그램

교시 / 날짜	1교시	2교시	3교시	4교시	5교시	6교시	7교시
	09:00~9:50	10:00~10:50	11:00~11:50	13:00~13:50	14:00~14:50	15:00~15:50	16:00~16:50
제1일 (1월 7일)	등록 및 개강식	디자인의 이해		디자인과 창의성 I		디자인과 창의성 II	
	운영진	김영기 교수(이화여대 명예교수)		최유미 교수(이화여자대학교)		유성자 대표(CRDREAM)	
제2일 (1월 8일)		생활과 디자인		창의디자인교육 방법론 I		창의디자인교육 방법론 II	
		이재민(초등디자인교과서 집필)		문은배 이사(문은배색채디자인)		김희주 대표(ART&SMART)	
제3일 (1월 9일)	선진 디자인 교육현장 사례연구 및 국내 디자인교육 발전방향			국내디자인 교육현장 사례연구 및 방법론			
	현은령 교수(한양대학교)			김이삭 관장(헬로우뮤지움)			
제4일 (1월 10일)	수업설계 및 운영방법 디자인교과 활용법 I			수업설계 및 운영방법 디자인교과 활용법 II			
	윤현정 교수(숭의여자대학교)			김진희 팀장(경기도어린이박물관)			
제5일 (1월 11일)	수업설계 및 운영방법 디자인교과 활용법 III			수업설계 및 운영방법 디자인교과 활용법 IV			폐강식
	곽순내 교사(수락초등학교)			윤호섭 교수(국민대학교)			운영진




[그림 3-50] 초등학교 창의디자인교육을 위한 교사 직무연수

교육 후 전체 교육과정 만족도는 98.4%, 강사 만족도는 97.3%로 나타났고, 참가자는 국내 디자인교육 현황 및 디자인 정책, 선진국의 디자인교육 사례를 통해 초등학교 창의디자인교육의 효율적 방법론의 연구와 도입의 필요성에 대해 느꼈다고 했다. 또 이번 연수가 학교에서 창의디자인 교육 진행 시 '도움될 것 같다'고 대부분이 응답해 일회성이 아닌 지속적인 초등 교사를 위한 디자인교육 체계 방안을 마련하여야 함을 보여주었다.

(2) 도시갤러리 프로젝트

도시갤러리 프로젝트는 서울시의 매력을 증진시키고자 시작한 서울시의 여러 정책 중 하나다. 매력 있는 도시를 만든다는 것은 꼭 도시를 예쁘게 꾸미는 것만이 아니라 편안하고 쾌적한 도시를 만들어 시민 삶의 질을 높이고, 그 도시만이 지닌 매력을 극대화시켜 도시의 부와 경쟁력을 창출하는 일이다.

도시갤러리 프로젝트는 '도시가 작품이다, 삶이 예술이다'라는 슬로건 아래 도시 자체가 캔버스가 되고 무대가 되어 시민들이 일상 속에서 시각예술을 자연스럽게 향유하고 창조해내는 취지에서 추진되어 왔다. 쉽게 말하면, 이전에는 미술작품을 즐기기 위해 일부러 미술관을 찾아가야 했지만, 이제는 시민들이 일상적으로 걷는 보행로와 광장, 공원과 같은 공공장소와 학생들이 공부하는 학교, 공공기관에서도 작품 감상이 가능하도록 한 것이다. 동시에 작업에 참여함으로써 일상 속에서 예술을 쉽게 체험하고, 창의적인 정서를 함양할 수 있도록 한다.

도시갤러리 프로젝트는 도시와 공간, 예술의 관계를 중시해 마당(Agora)과 예술(Ars), 삶에 대한 사랑(Amor)의 세 가지 'A'를 프로젝트의 구성요소로 설정했다. 이 구성요소를 통해 '트리플 에이(AAA)'라는 공공성, 다양성, 참여의식의 특성을 적용하여 서울의 도시 질감과 삶의 질감을 높이고자 했다.

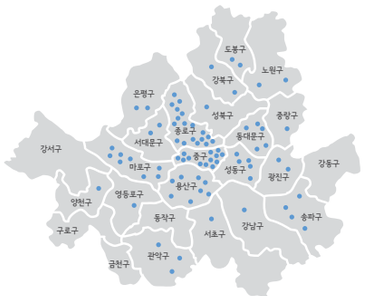
또한 함께 아름다워지는 도시를 꿈꾸고 실천하는 도시갤러리는 서울시와 작가, 시민의 관계를 새롭게 설정했다. 작가는 작품을 만드는 예술가에서 장소를 만드는 사람(Place maker)으로, 시민은 관람에 국한된 손님(관객)이 아니라 적극적으로 향유하고 비평하는 사용자(Public user)로, 서울시는 장소를 만드는 사람과 도시와 사용자를 매개 · 연출해주는 공공 큐레이터(Public curator)로 설정했다.



[그림 3-51] 도시갤러리 프로젝트 트리플 에이(AAA)

시민, 예술가와 함께 새로운 서울을 꿈꾸고 그리는 도시갤러리 프로젝트는 2007년 시범사업을 시작으로 현재까지 지속되고 있다. 2012년 기준 총 84개의 작품이 도시와 어우러져 삶이 곧 예술이 되는 도시 서울을 이끌고 있다. 서울시는 창의적인 공공예술작품을 공공장소에 설치, 서울다운 멋과 이야기를 만들어 시민에게는 문화적 향유와 자긍심을 전하고 서울을 찾은 국내외 손님에게는 서울다운 체험을 선사하고 있다. 이 창의적인 공공장소는 시민들의 일상생활과 공동체 활동의 질 향상에 이바지하고 시민들의 자긍심을 강화할 뿐만 아니라 관광객들에게 의미 있는 서울체험을 선물할 것이다.

도시갤러리 프로젝트는 예술을 통해 역사 · 문화 · 생태적 자원을 기념하고, 예술을 활용해 공공장소에 배려, 지속가능성, 쾌적함을 담는다. 이로 인해 건강한 시민 공동체를 견인하고, 매력적이고 기억에 남는 서울, 서사가 넘치는 서울시를 만든다는 3가지 비전으로 서울시에 활력을 부여하고 있다.



[그림 3-52] 도시갤러리 프로젝트 설치장소(2012년 12월 기준)

도시갤러리 프로젝트는 서울다운 장소 만들기, 인간적인 도시 만들기, 참여하는 서울 만들기, 일상이 아름다운 도시 만들기의 4가지 테마로 서울만의 색과 다양한 전시 콘텐츠를 제공하기 위해 노력하고 있다.

○ 서울다운 장소 만들기 (Place making)

첫 번째 테마인 서울다운 장소 만들기는 서울의 정체성을 뒷받침하는 장소 · 경관자원을 개발하여 공공미술 작품을 설치하고 서울의 이야기를 전달한다. 서울시는 공공미술 작품과 결합하여 머물고 기억하는 서울다운 장소를 만들기 위해 작품에 대한 스토리텔링을 활성화해 문화 · 관광 · 교육 자원으로 활용할 수 있도록 추진하고, 공공장소 속에 역사의 기억, 미래의 꿈을 발견할 수 있도록 기획했다. 테마 작품 중 〈하늘을 담는 그릇〉은 사람들이 머물고 공연 콘텐츠를 즐길 수 있는 문화공간으로서 서울다운 장소 만들기 테마의 대표작이라고 볼 수 있다.


하늘을 담는 그릇(2009)


산-하늘문 예술의 길(2010)


사색의 자리(2007)

[그림 3-53] 서울다운 장소 만들기 대표작품

○ 인간적인 도시 만들기 (Community building)

인간적인 도시 만들기는 서울시민이 살고 있는 일상적 공간을 예술로 취하고 있다. 마을은 생태와 역사의 자원이자 지역공동체의 아이콘이며 집과 학교, 놀이터, 길, 개천 등으로 구성되어 있다. 도시갤러리 프로젝트는 이 마을을 전통 개념의 이웃과 동네라는 개념으로 활성화하고, 더불어 살아가는 사회를 만들고자 했다. 또 지역경제를 테마로 전통 재래시장, 입정동과 같이 침체되거나 낙후된 상권을 활성화하기 위해 다양한 프로젝트를 진행했다.


꿈꾸는 피아노(2008)


바다와 나비, 그리고 배(2008)

[그림 3-54] 인간적인 도시 만들기 대표작품

○ 참여하는 서울 만들기 (Participation in Seoul)

참여하는 서울 만들기는 다양한 장소 자원이 산재해 있는 서울시를 예술을 통해 조화롭게 조성하는 테마다. 시민과 예술가들의 자발적인 참여를 유도하고, 이들이 서울을 새롭게 디자인하는 핵심 역할을 할 수 있도록 도모했다.


일어서자 초인상(2009)


인왕산에서 굴러온 바위(2007)


점자 만지는 글, 아름다운 기억(2009)

[그림 3-55] 참여하는 서울 만들기 대표작품

○ 일상이 아름다운 도시 만들기 (Infra scape)

일상이 아름다운 도시 만들기는 시민들이 일상적으로 마주하는 공공시설과 장소에 활력을 부여하는 테마다. 지하철 역사와 버스정류소, 교문 등에 공공미술 작품을 대입해 도심의 무뚝뚝한 표정에 생기를 불어넣고자 기획했다. 기업과 시정의 협업으로 추진됐으며 매력적인 서울, 함께 사는 서울을 구현하고자 노력했다.


FLOW(2007)


휴식(2011)

[그림 3-56] 일상이 아름다운 도시 만들기 대표작품

○ 2012년 도시갤러리 프로젝트

2012년에는 도시갤러리 프로젝트의 작품으로 〈쉘터 오브 메모리즈〉와 〈풍류에 류를 더하다〉를 설치했다. 장수정 작가의 〈쉘터 오브 메모리즈〉는 국립중앙박물관 앞에 설치된 버스정류장이다.

〈쉘터 오브 메모리즈〉는 점점 사라지는 적벽돌 건물의 폐벽돌을 사용해 현실에서 사라진 집단 추억의 공간을 표피로나마 기억하고자 기획됐다. 〈쉘터 오브 메모리즈〉는 적벽돌 집에 살았던 사람들의 인생 이야기를 작품에 담아 향수를 불러일으키고, 버스정류장을 새로운 기억의 쉼터로 바꾸어 놓았다.





[그림 3-57] 쉘터 오브 메모리즈(2012)

〈풍물에 류(流)를 더하다〉는 인사동에 설치된 이야기 벽화다. 일반 시민과 예술가 169명이 참여해 완성한 이 벽화는 그림 하나하나에 인사동에 대한 그리움과 예찬이 담겨 있다. 이 작품은 일반 시민과 유명인, 신예 예술가들이 각기 다른 연령과 시대, 직업 등에 따라 서로가 지닌 다양한 기억의 흐름(流)을 담아 거대한 이야기 벽으로 완성했다. 이러한 이유로 집단 서사 공간을 제공했다는 데 깊은 의미를 더한다.



[그림 3-58] 풍류에 류를 더하다(2012)

이처럼 도시갤러리 프로젝트는 시민과 예술가가 함께 만드는 공공예술작품으로, 서울시민의 생활 속에 자연스레 스며들어 삶의 질을 더욱더 높일 것으로 기대한다.

3.3 주요성과와 전망

서울시는 디자인으로 사회문제를 해결하고 문화향유를 확대하기 위해 2012년 한 해 동안 모든 시민을 배려하는 디자인복지 실현, 안전하고 건강한 도시 만들기, 문화예술의 생활화와 창의적 디자인문화 확산 전략에 따른 사업을 수행했다.

「유니버설 디자인 프로젝트」는 6개 복지시설의 가이드라인을 개발하고 복지시설을 대상으로 디자인 컨설팅, 학교 환경개선을 위한 컬러 컨설팅을 실제 적용하여 관계자와 학생들에게 큰 호응을 얻었다. 디자인 나눔봉사단의「행복한 디자인나눔」도 시설 이용자들의 편의를 증진하기 위해 시설 환경을 개선하고 디자인으로 마음을 나누는 디자인복지를 실천했다.

「서울형 액티브디자인 기초 환경 연구」는 디자인으로 건강한 도시를 구현하기 위한 환경을 조성하는 기초자료로써 2013년 액티브디자인 연구로 발전된다. 안전한 도시를 위한「범죄예방 디자인 프로젝트」는 염리동, 공진중학교를 대상으로 거주민, 학생, 관계자들과 함께 시범사업을 무사히 마치고 2013년에도 다음 프로젝트를 이어간다.

「어린이 창의력 증진 프로젝트」는 어린이와 학부모, 초등 교사를 대상으로 디자인창의력캠프, 창의현장체험, 창의디자인교육 연수를 실시해 창의적 디자인에 대한 이해와 디자인문화를 확산, 참가자들로부터 공감을 얻었다. 2013년에도 어린이를 대상으로 한 창의디자인교육 사업을 지속하고, 키즈디자인놀이터를 조성하여 어린이들의 창의력을 높이고자 한다.

2012년 서울시가 디자인 정책으로 처음 시도한 사회문제를 해결하는 디자인, 범죄예방 디자인, 시민 건강을 위한 디자인은 실제 시민들과 관계자들의 공감을 얻으며 시범사범을 성공적으로 마무리했다. 이처럼 서울시민의 실제 삶과 밀착된 디자인 사업들은 2013년에도 더욱 확대 · 강화될 전망이다.

04 장

서울디자인과 환경

4.1 서울환경 이슈와 디자인 전략

1) 서울 환경 이슈 1
: 개선이 필요한 도시환경

2) 서울 환경 이슈 2
: 증가하는 에너지 소비와 도시공해

3) 디자인 전략
: 서울디자인의 도시 어메니티 강화

4.2 2012 서울디자인 사업 : 환경 영역

1) 시민과 함께하는 주거환경개선 디자인

2) 디자인을 통한 쾌적한 도심환경 만들기

3) 생태계 보존을 위한 디자인 솔루션

4.3 주요성과와 전망

4.1 서울 환경 이슈와 디자인 전략

지속가능한 도시는 기본적으로 환경친화적 녹색성장을 지향하고, 장소의 정체성 및 역사성과 사람들이 만들어온 문화와 라이프스타일을 담은 진정성 있는 도시환경을 구축하는 것이다. 뉴욕과 요코하마 등의 선진도시는 부수고 새로 짓는 도시디자인이 아닌 자연환경과 오래된 시설 · 장소의 역사성은 보존하면서 새로운 기능을 부여해 창조적인 공간으로 탈바꿈시키는 도시디자인을 추진해왔다. 도시디자인을 추진하는 과정도 시민이 중심이 되어 전문가, 정부의 협동으로 진행되며 단발적인 프로젝트가 아닌 중장기 도시사업으로 진행되고 있다.

서울시도 도시 정책과 비전 수립에 있어 '지속가능한 도시환경 구축'을 고려하고 있으며, 도시재생 프로젝트에 필수적으로 공공디자인을 포함시켜 도시공간을 쾌적하고 용이하게 변화시키고 있다. 하지만 산과 강이 조화롭게 어우러진 서울만의 수려한 자연경관의 특성을 보존하고 건강한 자연환경을 향유할 수 있는 도시 경관 조성은 아직 미비한 실정이다.[29]

따라서 서울시는 도시의 인공적인 요소를 주위의 자연환경과 인간의 다양한 활동, 지역의 문화 등과 조화롭게 하고 공공적 가치, 인문적 가치를 지속적으로 실현할 수 있는 장기적 도시환경 개선 정책의 수립이 필요하다.

1) 서울 환경 이슈 1: 개선이 필요한 도시환경

서울 도시경관은 1960년대 경제개발이 본격적으로 추진되면서 급격한 변화가 시작되었다. 특히 70년대와 80년대에 각각 대량 주택공급을 위한 『주택건설촉진법』과 『택지개발촉진법』이 제정되면서 대단위 아파트 단지들이 서울 곳곳에 들어서게 되었다. 이후 1990년대에 접어들면서는 서울 외곽지역의 신도시 개발 등과 같이 도시의 외연적 확산에 주력하면서 산업화와 공업화 단계를 거치며 형성되었던 구도심지역은 청장년층의 인구가 감소하여 도시환경이 노후화되는 문제점을 안게 되었다.

이러한 구도심 지역의 도시경관 쇠퇴로 서울은 도시의 명성과 인지도, 그리고 경제 발전 속도에 비해 하위 수준의 도시환경을 가지고 있다고 평가되고 있다.[30] 난립한 간판, 차도 중심의 도로, 휴식공간 부족, 유흥시설 혼재, 문화엔터테인먼트 시설 부족 등 낙후된 공공시설물과 경관 등은 도시환경 저평가의 주요인이라고 볼 수 있다.

현재 서울시는 지구단위계획을 통해 도시환경을 관리하고 있으나, 층수나 용적률 등 개발관리 위주로 밀도배분에 치중하여 지역 환경 및 경관 개선에 대한 관리는 미흡한 실정이다. 실제 고층화로 인한 자연환경 및 주변지역과의 부조화, 한강변의 획일적인 경관 조성, 낙후된 구시가지의 경관 관리 소홀, 환경과 사람을 배려하지 않은 공공시설물 등이 도시환경정비 사업의 심각한 문제로 대두되고 있다.

29) 박현찬 외, 「서울 도시경관에 대한 인식 변화와 차이에 관한 연구」, 서울연구원, 2010, p.34
30) 임희지, 「통합적 디자인 계획을 통한 서울시 중심지 활성화 방안」, 서울연구원, 2010, p.1

[표 4-1] 서울시 경제 수준 대비 도시환경 수준

순위	경제 수준(2008년) (마스터카드의 세계경제도시지수)	도시환경 수준(2006년) (안홀트 교수와 GMI의 안홀트 도시브랜드지수)
1위	런던	파리
2위	뉴욕	로마
3위	도쿄	시드니
4위	싱가포르	런던
⋮	⋮	⋮
9위	서울	⋮
54위		서울

출처 : 임희지, "2010 통합적 디자인 계획을 통한 서울시 중심지 활성화방안」, 서울연구원, 2010, p.2

도시는 살아 움직이는 유기체다. 따라서 진정성이 배제된 일시적인 사업으로 도시 활력을 되찾기는 불가능하다. 단순한 도시구조의 정비 · 개선에서 벗어나 보다 장기적이고 구체적인 비전을 가진 도시환경정비가 필요하다. 그리고 도시의 외관을 아름답게 하는 것뿐 아니라 시민의 삶의 질을 향상할 수 있는 성숙한 개념의 도시경관 정비가 이루어져야 한다. 서울의 고유한 역사와 자연환경은 유지하면서 이를 바탕으로 사람과 환경 중심의 새로운 도시환경을 형성할 때 비로소 시민 모두가 '서울'을 평등하게 누릴 수 있고, 지속가능한 도시 공간이 될 수 있다.

(1) 도시 주거환경정비 사업의 사각지대

공간적 측면에 주목한 전면 재개발 방식의 도시재생은 도시 빈민층을 증가시키고 획일적인 도시 공간 구조를 만들어내 도시의 사회와 문화적 가치를 훼손시키고 있다. 게다가 도시개발사업이 개발 이익에 초점이 맞춰져, 소규모 주택소유자나 세입자, 소상인 등의 원주민은 그들의 삶의 방식이 반영되지 않은 새로운 환경에 정착하는 것을 어려워하고 있다. 이에 주거환경정비구역으로 지정된 곳곳이 해제와 강행이라는 양축으로 갈라지고, 기존 마을의 공동체 붕괴와 이웃사촌 문화 상실 등의 또 다른 사회문제를 야기하고 있다.

또한 중앙정부와 지자체에서 시행하는 주거환경정비 사업은 적정규모의 생활권역을 대상으로 하기 때문에 면적이나 거주인구가 적은 지역은 제외되고 있는 실정이다. 이에 서울시는 주거지

및 사회 · 경제 · 문화적 제반시설이 부족하거나 또는 낙후하여 다른 지역에 비해 정체 · 도태되고 있는 지역이 여전히 존재한다.

이러한 기존 물리적 도시개발의 한계를 극복하기 위한 대안적 개념으로 지속가능한 개발(Sustainable development), 창조도시(Creative city) 등과 같은 새로운 도시재생 패러다임이 등장하고 있다. 하지만 이 또한 방향성이나 체계가 아직 정립되지 않아 도시기반시설의 수용능력이나 기존 주거환경에 미칠 영향 등이 제대로 고려되지 않은 채 고밀 위주의 정비가 이루어지고 있다. 또 구도심 소외계층의 주거환경과 주변경관을 개선하는 데 크게 기여하지 못하는 것이 현실이다.

(2) 시민을 배려하지 않은 공공시설물

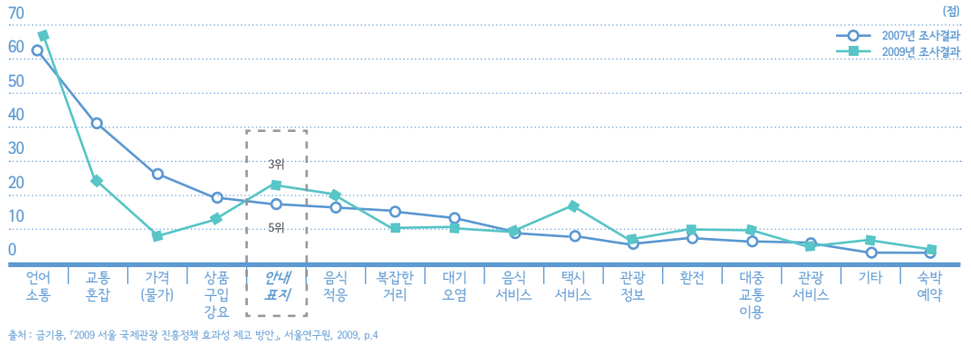
도시의 공공시설물은 도시환경을 결정하는 주요 요소이며 장애인복지, 고령친화 등 다양한 도시문제와 연관이 있다. 따라서 어떻게 설계되고 설치되느냐에 따라 공간의 공공성, 편리성, 효율성, 쾌적성 등이 좌우된다.

2009년 외국인이 서울 관광 시 느낀 불만 및 불편사항 설문조사를 보면, 언어 소통 문제가 64.7%로 1위, 교통 혼잡 문제가 24.6%로 2위, 안내표지 문제가 23.3%로 3위를 차지하고 있다. 이러한 결과는 서울의 안내표지가 외국인의 길 찾기를 적절하게 지원하는 인프라스트럭처(infra-structure)의 기능을 제대로 수행하지 못함을 시사한다. 그리고 안내표지와 관련된 불만 및 불편 사항은 2007년 5위(17.5%)에서 2009년 3위(23.3%)로 상승했다.

[표 4-2] 2009년 외국인이 서울 관광 시 느낀 불편사항 조사결과

순번	불편사항	비율(%)	순번	불편사항	비율(%)
1	언어소통	64.7%	9	대중교통이용	10.4%
2	교통혼잡	24.6%	10	환전	9.7%
3	안내표지판	23.3%	11	음식서비스	8.3%
4	음식적응	20.6%	12	가격(물가)	8.2%
5	택시서비스	17.5%	13	관광정보	7%
6	상품구입강요	13.6%	14	기타	6%
7	대기오염	11.2%	15	관광서비스	3.9%
8	복잡한거리	11.1%	16	숙박예약	2.7%

출처 : 금기용, 「2009 서울 국제관광 진흥정책 효과성 제고 방안」, 서울연구원, 2009, p.3



출처 : 금기용, 「2009 서울 국제관광 진흥정책 효과성 제고 방안」, 서울연구원, 2009, p.4

[그림 4-1] 2007, 2009년 외국인이 서울 관광 시 느낀 불편사항 조사결과

서울시 가로에는 안내 표지판이 지나치게 많은 정보를 제공하고 무분별하게 설치되어 있다. 수량은 많지만 체계화되지 않아 외국인뿐만 아니라 그 지역에 익숙하지 않은 시민, 노약자 등에게도 불편을 주고 있다.

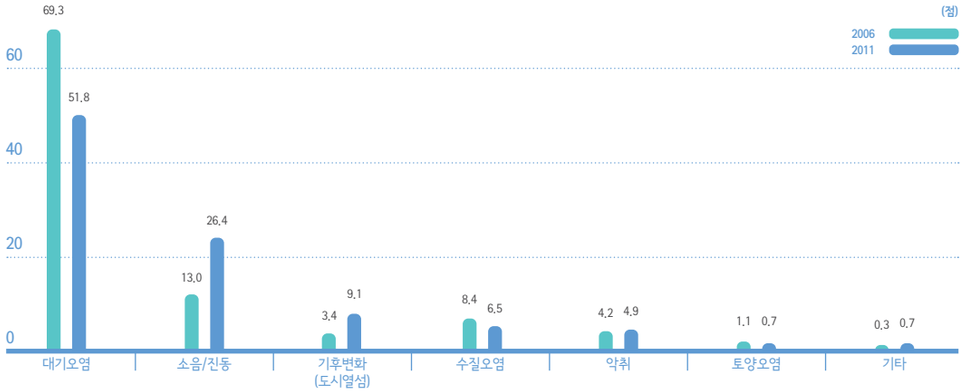
이에 서울시는 보행환경 개선을 위한 계획을 수립하고, 다양한 가로환경 개선사업을 시행하고 있다. 하지만 계획과 사업은 대부분 지상 가로환경의 물리적 개선에 집중되어 있으며, 특정 구간의 가로를 정비하는 시범적 성격에 제한된 편이다.

2) 서울 환경 이슈 2: 증가하는 에너지 소비와 도시공해

2004년 유가가 배럴당 150달러까지 급등하는 신 고유가 시대의 시작으로, 세계적으로 에너지 절약에 대한 관심이 높아지고 있다. 서울시도 저탄소 사회 실현의 일환으로 에너지의 안정적 보급에서 에너지의 절약과 이용 효율화, 신재생 에너지 이용 확대로 에너지 정책의 패러다임 전환을 도모하고 있다.

선진도시들은 이미 탄소 절감을 위해 건축물 단열 평가 및 등급화, 백열전구 전면교체 운동, 혼잡통행료 징수, 태양열 이용 의무화, 폐기물로부터 에너지자원 회수 등의 에너지 절약 및 보존 정책을 시행하고 있다. 서울시도 대기오염 경보제도, 자원회수시설 공동이용 확대, 음식물쓰레기의 자원화 등의 에너지 및 환경 친화 정책을 시행하고 있으나 그 성과는 미미한 실정이다.

한편 서울시는 에너지 소비 증가 이외에도 여러 환경문제를 가지고 있다. 서울시민이 뽑은 우선적으로 해결해야 할 환경문제는 자동차에서 배출된 매연에 의한 대기오염이며, 그 외에도 소음과 진동, 기후변화, 공장의 폐수로 인한 수질오염 등이 있다.



출처 : 김운수 외, 「2011 서울시 대기환경 개선목표 달성을 위한 오염물질 저감대책 수립연구」, 서울연구원, 2011, p.29

[그림 4-2] 서울시민이 생각하는 우선적으로 해결해야 할 환경문제

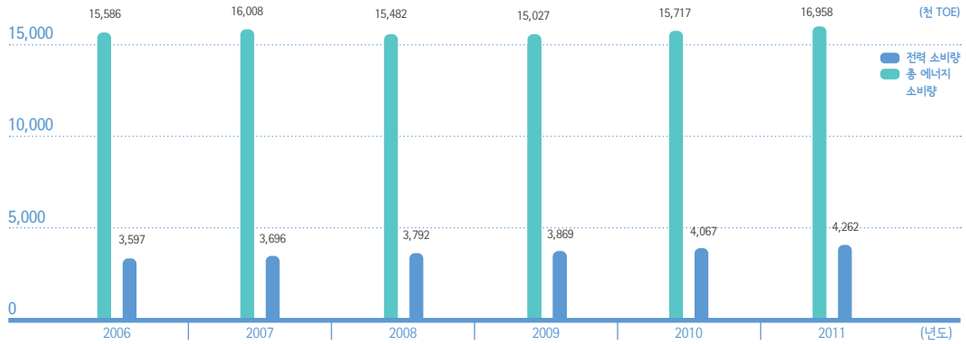
그 밖에 도시철도, 각종 재개발 현장에서 야기되는 소음공해와 지나치게 밝은 인공조명이나 야간조명 등으로 인한 빛공해가 서울시의 새로운 환경문제로 떠오르고 있다. 그중 빛공해는 인간 생체리듬을 깨뜨리고 생태계에 혼란을 주는 등의 문제를 일으키고 있다. 전문가들은 세계적으로 가장 빠르게 퍼지는 공해 중 하나로 빛공해를 지적한다.

따라서 서울시는 환경단체나 시민단체 등과 함께 새로운 환경오염과 도시공해의 현황 및 문제점을 공유하고, 일반 시민에게도 인식을 확산하여 함께 해결해 나가는 방안을 모색하는 등 도시공해 위기에 대한 적극적인 대응이 필요하다. 또한 에너지 위기와 기후 변화에 대응하기 위한 구체적인 환경 정책이 필요하며, 특히 에너지 수요 감축과 신재생에너지 생산을 위한 종합적인 대책을 모색할 필요가 있다.

(1) 전력에너지 소비의 증가

2011년 9월 15일, 전국적 이상기후로 인한 무더위로 전기수요가 급증하였고, 공급할 수 있는 전력이 부족하여 대규모 정전 사태가 발생했다. 전국적으로 예고 없는 단전으로 인해 엘리베이터에 갇힌 시민들의 구조 요청이 수백 건이나 접수되는가 하면, 신호등의 정지로 교통 혼란이 일어났고 일반사무실과 병원 등의 업무에 차질이 빚어졌다. 지금 대한민국은 에너지 수급 불안의 위기에 직면한 것이다.

이러한 문제는 서울시도 마찬가지다. 서울시의 에너지 사용량은 2007년부터 2009년까지 2년간 감소 추세를 보였으나 2010년 4.6% 증가, 2011년에는 16,958천 TOE로 7.9% 증가해 지속적인 증가 추세를 기록하고 있다. 전력 소비량 또한 전자제품의 보급 확대와 냉난방(EHP) 기기의 사용으로 2011년 기준 5년간 18%가 증가했다.



출처 : 서울시, 「에너지 수요절감과 신재생에너지 생산확대를 통한 원전하나줄이기 종합대책」, 2012, p.4

[그림 4-3] 서울시 에너지 소비 현황과 전력 소비량

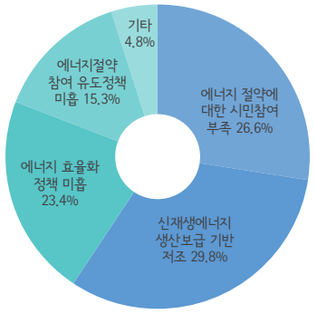
서울시의 전력 소비량은 49,565GWh로 국가 전체의 10.9%를 차지하며, 가정과 서비스업에서 전체의 87.5%를 소비하고 있다. 서울의 전력 생산량은 1,385GWh로 전국의 0.28%에 불과한 실정으로 전력 소비량에 비해 자급률은 매우 낮은 편이다.

[표 4-3] 2011년 서울시 전력 소비량과 생산량 현황

	소비량						생산량 (GWh/년)
	계	서비스업	가정용	공공용	제조업	농광업	
서울	49,565 (100%)	29,671 (59.9%)	13,710 (27.6%)	3,721 (7.5%)	2,429 (4.9%)	34 (0.1%)	1,385 (전국생산량 대비 0.28%)
전국	455,000 (100%)	139,159 (29.9%)	64,130 (14.1%)	20,828 (4.6%)	221,596 (48.7%)	12,287 (2.7%)	496,494

출처 : 서울시, 「에너지 수요절감과 신재생에너지 생산확대를 통한 원전하나줄이기 종합대책, 2012, p.9

서울연구원에서 실시한 「서울의 에너지 전력자립도 인식조사」에 따르면 '신재생에너지 생산 보급 기반 저조(29.8%)', '대기전력 차단, 냉난방 온도 조절 등 에너지 절약에 대한 시민참여 부족(26.6%)', '에너지 효율화 정책의 미흡(23.4%)' 등이 서울시의 전력 자립비율 향상의 주요 저해요인으로 나타났다.



출처 : 김은수, 「서울형 햇빛발전지원제도 도입방안」, 서울연구원, 2013, p.4

[그림 4-4] 서울시 전력 자립비율 향상의 저해요인

(2) 눈부신 서울의 밤, 빛공해

전 세계적으로 경관조명을 비롯한 옥외조명이 증가함에 따라 야간조명의 과용과 오용은 천체 관측을 비롯해 동식물과 사람들의 건강에 여러 가지 부정적인 영향을 미친다는 것이 각종 조사를 통해 밝혀졌다. 이렇게 생태계에 악영향을 미칠 정도로 빛이 과하게 사용되는 것을 빛공해(Light pollution)라고 정의하며, 조명 사용시 발생하는 열과 에너지 소모는 지구 온난화에도 영향을 미치고 있다.[31]

세계 21개 도시를 대상으로 야간경관의 밝기 정도를 조사한 결과, 서울시의 야간경관이 가장 밝은 것으로 나타났다(환경부, 2012). 특히 서울시 광진구의 서비스상가 표면휘도[32]는 국제조명위원회(CIE) 휘도 기준 값의 최소 5배에서 최대 160배를 초과하는 것으로 나타나 서울시는 빛공해 문제가 심각한 것으로 진단되었다. 그런가 하면 동대문 중심상업지역 복합쇼핑건물의 표면휘도도 기준치의 3.5배를 초과했다.

[표 4-4] 2009년 서울시 도심 건물의 표면휘도

(cd/m²)

		표면휘도		CIE 표면 평균휘도 상한값[1]	비고
		평균	최대치		
광진구 서비스상가		121	4,000	25(서비스상가 기준)	평균 5배~160배 초과
동대문 중심상업지역 복합쇼핑건물	건물A	91	143		평균 약 3.5배 초과
	건물B	87	132		
	건물C	10	30		평균 약 1.2배~2.7배 초과

1) CIE 표면 평균 휘도 상한값 : 주변환경에 따른 조명구역 분류 및 평균휘도
자연, 건물표면휘도 0cd/m²
농어촌, 건물표면휘도 5cd/m²
교외, 건물표면휘도 10cd/m²
도시 건물표면휘도 25cd/m²

출처 : 김정태, 「2009 빛공해 관리방안 마련을 위한 실태조사」, 환경부, 2009, p.64, 72~73 참조

31) 김정태, 「빛공해 관리방안 마련을 위한 실태조사」, 환경부, 2009
32) 표면휘도는 조명기구에 의해 투사되는 빛이 건축물 표면에 반사되는 빛의 밝기 정도를 말한다.

3) 디자인 전략 : 서울디자인의 도시 어메니티 강화

과거에는 효율성, 형평성 등이 도시경쟁력 결정의 요인이었으나 최근에는 도시의 어메니티[33], 서비스 등이 도시경쟁력을 결정하는 주요 요인으로 주목받고 있다. 이에 삼성경제연구소는 도시의 어메니티 향상을 위해 생활공간의 환경성, 도시경관, 도시의 문화 공간 등을 창출할 것을 제시했다.[34]

서울시도 글로벌 사회에서의 경쟁력 제고를 위해 도시 어메니티 향상을 위한 디자인 정책 및 전략을 추진하고 있다. 시민들의 주거생활과 여가환경 개선에 있어 도시가 지닌 사회적 · 문화적 · 자연적 자원의 종합적인 가치를 디자인이라는 창의적 발상을 통해 향상시키고 있다.

특히 급속한 양적 팽창에 따른 부작용을 해결하기 위해 서울시는 두 가지 측면의 환경 개선 정책을 펼치고 있다. 시민과 함께, 시민의 일상생활과 밀접한 주거공간을 작지만 감동을 전해줄 수 있는 디자인요소를 적용하여 개선하고 있으며, 「공공디자인 가이드라인」을 기준으로 소외되고 낙후된 지역의 가로환경과 공공시설물 등의 수준을 혁신적인 디자인 방법론을 통해 향상시키고 있다. 또한 환경가치의 중요성이 부각됨에 따라 친환경적이고 인간적인 삶의 터전을 제공하기 위하여 다양한 환경문제를 디자인적 접근 방법으로 풀어가고 있다.

(1) 시민과 함께하는 주거환경개선 디자인

서울시는 과다한 인구증가로 인해 초고층화, 아파트 중심의 '수용위주' 도시정책을 추진해왔다. 그 결과 단독주택, 연립 등 밀집지역은 문화 향유, 공공시설 서비스, 경관관리, 주거환경개선 등의 대상에서 제외되고 있으며, 저층주거문화 역시 퇴색되고 있다. 또 대부분의 서울시 주거환경 개선 사업이 행정중심으로 추진돼 지역문제에 대한 전반적인 공감을 얻어내는 과정이 미흡하고, 도시에 정주하는 일반시민을 위한 맞춤형 개선은 이루어지지 않고 있다. 이에 서울시는 근현대생활상을 담고 있는 도시의 구석구석과 그곳의 오래된 사람들을 보전하기 위한 디자인 사업을 시도하고 있으며, 주민의 자율적 참여를 통해 거주지역 경관을 개선하는 주민주도형 경관관리제도 정착을 위해 노력하고 있다.

그 사례로 「서울골목디자인 프로젝트」와 「주민참여형 마을경관가꾸기」 사업을 꼽을 수 있다. 서울골목디자인 프로젝트는 도시환경 정비 사업으로 지정되지 않았으나 노후화로 인한 주거환경 정비가 필요한 주거환경 사각지대를 대상으로 물리적 · 사회적 관점에서 주거환경을 개선하는 사업이다. 마을경관가꾸기 사업은 지역 주민들이 중심이 되어 자율적으로 민간 협정을 체결하고 마을환경을 개선하는 방식으로 진행되고 있다.

두 사업은 서울시가 도시재생 사업에서 놓치고 있는 소규모 지역을 대상으로 주민들의 실생활과 관련된 여러 가지 현안 및 주거환경 문제를 디자인적 발상을 가지고 접근한 사례다. 이 사업들은 지역 균형발전의 디자인 가이드라인을 제시하고, 도시의 다양한 계층이 자신의 삶의 터전을 떠나

33) 어메니티(amenity)란 사람이 어떤 사물이나 환경에 대해 긍정적으로 느끼는 쾌적성을 의미한다.
34) 전영욱 외, 「어메니티가 도시경쟁력이다」, 삼성경제연구소, 2003

지 않고 더불어 살아갈 수 있는 지속가능한 주거지개선 사업을 시도했다. 더불어 시민들이 스스로 삶의 터전을 개선해 공동체를 보존하고, 지역사회 커뮤니티를 활성화할 수 있게 하여 시민 소통과 참여의 접점을 마련해 주었다.

(2) 디자인을 통한 쾌적한 도심환경 만들기

1990년대 이후 서울시의 공공 보행환경이 도시환경 문제의 집합소로 인식됨에 따라 이를 개선할 다양한 공간정책과 사업이 집중적으로 생겨났다. 하지만 이러한 계획과 사업은 대부분 지상 가로환경의 물리적 개선에 집중되어 있으며, 특정 구간의 가로를 정비하는 시범적 성격으로 제한되어 있었다. 또한 사설안내표지 매뉴얼(2008)을 기반으로 안내표지판의 디자인 수준은 향상시킨 반면, 기능 측면의 개선은 미흡했다.[35]

(재)서울디자인재단은 이러한 문제점을 해결하기 위한 첫 단계로 시민에게 바르고 이해하기 쉬운 지식과 정보의 제공을 목적으로 「서울형 시각정보체계 기본연구」를 진행했다. 연구는 서울시의 시각정보체계, 정보시각화의 현황, 시각정보체계의 평가 및 관리 방안 등의 내용을 담고 있다.

더불어 서울시는 일관성 있고 조화로운 도시경관을 조성하기 위해 지속적으로 「공공시설물 표준형디자인 개발」을 진행하고 있다. 2007년 가로판매대, 휴지통 등 기본적인 시설물을 시작으로 대중교통 관련 시설물의 통합적인 디자인을 개발했으며, 보행자 중심의 환경디자인 개발도 추진했다. 공공시설물 표준형디자인은 시공방법, 유지관리 등을 고려하여 실질적인 지침으로 개발되어 경제적 효율성을 확보하는 동시에 무질서하고 일관성 없는 시설물을 정비할 수 있게 설계되었다.

그 밖에도 서울시는 공공디자인의 수준 향상을 위해 「서울우수공공디자인(SGPD) 인증제」를 운영하고, 인증제의 비인증제품을 대상으로 디자인 능력 향상을 위한 전문가의 맞춤형 디자인 지도 서비스인 「디자인서울클리닉」을 제공하고 있다. 또 소외되고 낙후된 경관 취약지역의 가로환경을 개선하는 사업을 지속적으로 추진하고, 「옥외광고물 가이드라인」을 통해 광고물을 효율적으로 관리하고 있다. 보행자를 배려하고 주변 건축물 및 가로경관과의 조화를 위해 공공디자인 차원에서 지속적으로 간판을 관리 · 정리하는 사업도 진행하고 있다.

(3) 생태계 보존을 위한 디자인 솔루션

서울시는 향후 발생 가능한 전력대란에 대비해 에너지 수요 절감 및 신재생에너지 생산 확대를 통한 「원전 하나 줄이기」 정책을 추진 중이다. 이 정책은 에너지 종합정책을 시민과 함께 수립하고 추진함으로써 2014년까지 최소한 원전 1기(1GW급)에서 생산되는 전력량을 절감하고 장기적으로는 2020년까지 전력자급률 20%를 달성하는 것을 목표로 하고 있다.

이에 서울시는 에너지 문제에 대한 인식을 고취하고 문제해결을 위한 생활양식의 변화를 촉

35) 여혜진 외, 「2011 길찾기 좋은 서울(Legible Seoul)을 위한 전략」, 서울연구원, 2011

구하기 위해 디자인적 방법론을 통한 「에너지 절약 인포그래픽」을 개발했다. 에너지 절약 인포그래픽은 에너지 손실에 따른 환경의 변화와 에너지 절약에 따른 효과 등을 쉽게 이해시키고, 절약을 통한 보람과 직간접적 보상에 대한 메시지를 전달해 시민들의 자발적인 에너지 절약 참여를 유도하는 것을 목적으로 한다.

생태계 보존을 위한 서울시의 노력은 비단 에너지 절약 분야뿐만이 아니다. 서울시는 무분별하게 설치된 도시조명으로 인한 수면장애와 생태계 교란, 에너지 과다사용, 이산화탄소 증가 등의 빛공해를 해소하기 위해 「2012 빛공해 해소 종합계획」을 수립했다. 종합계획은 분야별 빛공해 해소 방안 및 방침, 기관별 빛공해 해소 대책, 지하철 LED광고간판 가이드라인 등의 내용을 담고 있다.

「빛공해 해소 종합계획」에 따라 가로등, 보안등, 공원등 등 비효율적으로 운영되고 있는 조명시스템과 에너지를 낭비하는 조명방식에 IT기술을 접목하여 계절별, 시간대별, 날씨별로 밝기를 제어하는 도시디자인 차원의 「스마트 조명도시 구축」 사업이 진행 중이며, 안전에 취약한 주택가 골목길의 기준조도를 높이고 창가로 향하는 빛공해를 차단하는 「주택가 빛환경 개선」 사업도 동시에 추진되고 있다.

그 밖에 서울문화자원 경관조명의 품격 향상을 위해 서울성곽 경관조명시설의 유지관리방안을 개선하고 있으며, 도시조명에 대한 국제 도시 간의 정보교류와 협력을 위해 국제도시조명연맹(LUCI) 집행도시로도 활동하고 있다.

4.2 2012 서울디자인 사업 : 환경 영역

서울시가 도시 어메니티 향상을 위해 수립한 환경 영역의 디자인 전략은 크게 〈시민과 함께하는 주거환경 개선 디자인〉, 〈디자인을 통한 쾌적한 도심환경 만들기〉, 〈생태계 보존을 위한 디자인 솔루션〉으로 나눌 수 있다. 각각의 전략에 따라 2012년에는 「서울골목디자인 프로젝트」, 「공공시설물 표준형디자인 개발」, 「소외낙후지역 생활환경 개선」, 「빛공해 해소」 등의 주요 사업들을 추진했다.

[표 4-5] 2012 환경 영역 서울디자인 사업

전 략	주요 사업
시민과 함께하는 주거환경개선 디자인	(1) 서울골목디자인 프로젝트 (2) 주민참여형 마을경관가꾸기
디자인을 통한 쾌적한 도심환경 만들기	(1) 서울형 시각정보체계 기본연구 (2) 공공시설물 표준형디자인 개발 (3) 공공시설물 수준 향상 (4) 간판 디자인 개선 (5) 광고물 수준 향상 (6) 소외낙후지역 생활환경 개선
생태계 보존을 위한 디자인 솔루션	(1) 에너지 절약을 위한 디자인 솔루션 (2) 빛공해 해소

1) 시민과 함께하는 주거환경개선 디자인

서울시는 시민이 살아가는 생활공간의 불편함을 해소하기 위해 시민과 함께하는 주거환경개선 디자인에 힘써왔다. 시민과 함께하는 주거환경개선 디자인은 주거환경 개선을 진행하는 데 있어 시민의 의견을 적극적으로 반영함을 의미한다.

앞에서 살펴본 바와 같이 서울시는 인구 고밀도 지역에 국한된 환경디자인 사업을 주로 진행해 아직도 정책 대상에서 소외된 채 열악한 환경 그대로 방치된 지역이 많다. 이러한 지역 간 불균형의 문제를 해소하고, 실제 시민들이 원하는 환경을 조성하고자 주거환경개선 디자인이 추진되었으며 이러한 사업으로는 「서울골목디자인 프로젝트」와 「주민참여형 마을경관가꾸기」가 있다.

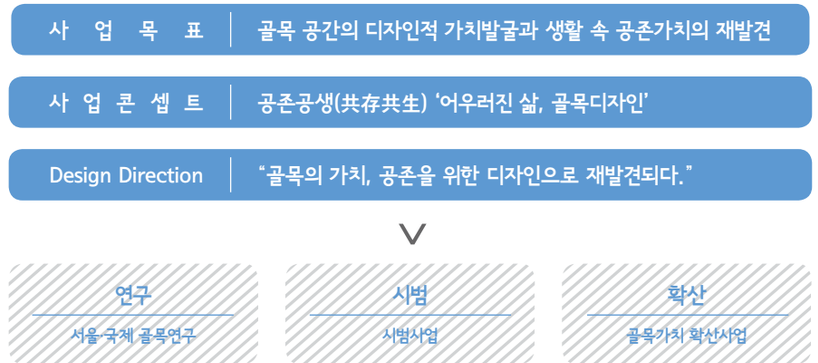
(1) 서울골목디자인 프로젝트

서울골목디자인 프로젝트는 골목이 가진 역사와 문화를 발굴하고 각 골목의 다양성과 정체성을 발견해 서울시의 디자인자산을 만들기 위한 목적으로 (재)서울디자인재단에서 진행했다.

시민들의 과거와 현재의 생활문화가 공존하는 골목은 역사적인 시대 유물적 가치보다 인간의 교감과 교류, 공동체의 관계, 그리고 상호 공존가치를 비춰주는 이 시대의 자산으로서의 중요성이 더욱 크다. 따라서 골목은 도시의 역사와 문화, 사람들의 삶의 켜가 보존되어 있는 가장 기본적이며 중요한 도시조직으로, 개발 등으로 사라져가는 골목의 의미를 재인식하고 가치를 존중하기 위한 디자인이 필요하다.

서울골목디자인 프로젝트는 2012년 6월부터 2013년 2월까지 진행되었으며, 서울의 골목을 통해 인간의 공존가치를 회고하고 고찰할 수 있는 계기를 마련하고 디자인을 통해 골목가치의 보존과 전파를 혁신하기 위해 추진됐다.

서울골목디자인 프로젝트는 모두 4개의 사업을 수행했다. 그 첫 번째가 서울시의 디자인자산으로서의 '골목'을 테마로 서울시내 주요 골목의 가치를 발견하기 위한 「서울골목디자인 연구 · 조사」 사업이다. 두 번째로 국제 골목조사를 통한 서울의 시사점을 도출하는 「국제골목연구」가 함께 진행되었고, 세 번째가 골목 및 저층 주거지의 주거 환경을 개선하는 「서울골목디자인 시범사업」으로 새로운 방안을 제시했다. 그리고 마지막으로 골목의 가치를 확산시키고자 「서울골목디자인 가치확산 사업」을 추진했다.



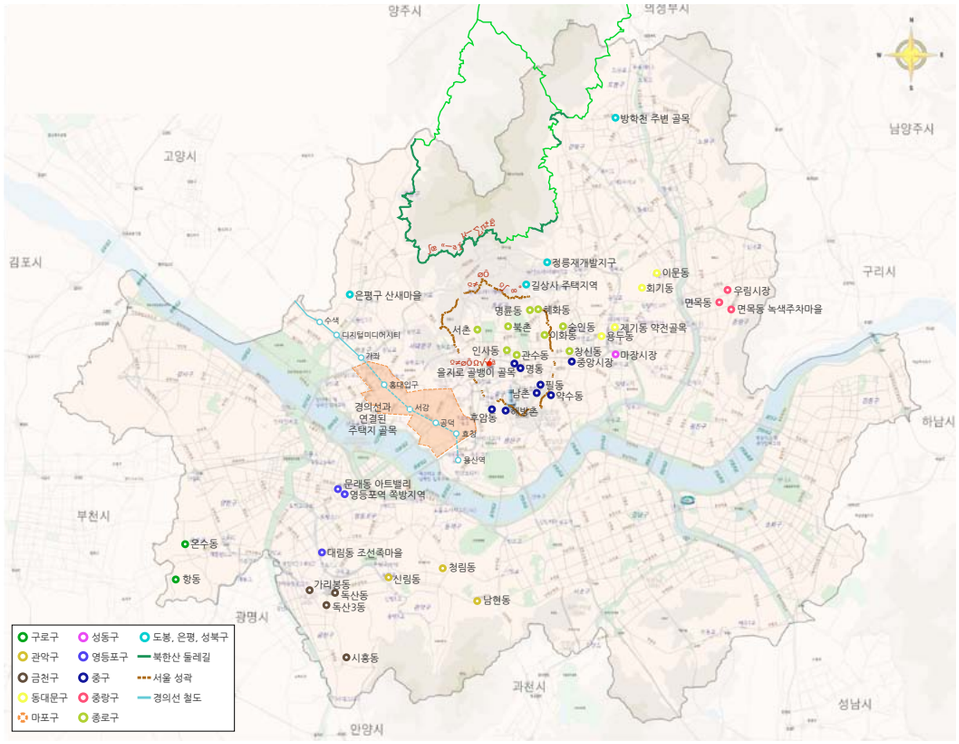
[그림 4-5] 서울골목디자인 사업 구조

○ 서울골목디자인 연구조사

서울골목디자인 연구조사는 체계적인 골목 디자인의 틀을 마련하기 위해 다른 사업들에 앞서 수행되었다. 이 연구조사를 통해 골목에 스며든 삶의 흔적과 생활의 방식을 발견하고, 역사적인 가치를 되새길 수 있는 골목을 발굴하고자 했으며, 궁극적으로는 골목의 가치를 디자인으로 향상시키는 데 그 목적이 있다.

연구조사는 먼저 서울의 골목이 '공간, 활동, 의미'의 측면에서 어떤 특성을 갖는지 구체화하기 위해 서울의 골목 중 지역의 특성에 기여하는 주요 골목 38개 지역을 선정했다. 이어 연구내용에 기반을 둔 골목 특성과 문제점이 골목에서 생활하는 주민들의 인식과 실제로 어떻게 조응하는가를 검토했다. 또 종로구 관수동의 시범사례 연구를 통해 현황조사 및 문제점 발굴을 통한 디자인 사업방향을 도출했다.

연구조사의 결과는 서울의 골목 자산을 파악하는 기초 자료이자 서울골목디자인사업의 기본 분석 자료로 활용될 것이다.



[그림 4-6] 선정한 골목과 조사 지역

○ 국제골목연구

국제골목연구는 골목 커뮤니티 활성화를 위한 국제 골목 디자인 사례 조사이다. 2013년에 개최될 서울 국제 골목 컨퍼런스를 위하여 영국과 일본, 중국의 국제골목 사례 조사를 목적으로 진행했다.

국제골목연구는 해외에 있는 의미 있는 골목 사례를 연구하며 골목이 가지는 의의와 가능성을 돌아보는 연구다. 서울에 더 많은 외국인이 모여들고 다문화 가족이 늘면서 다양한 문화를 포용하는 골목의 모습도 요구되었다. 따라서 국제골목연구는 성공적인 해외사례를 단순히 소개하는 것을 넘어 실제 우리가 활용할 수 있는 골목 개선 사례를 살펴보고 적용하는 방법을 모색하고자 진행됐다.

본 연구에서는 세계적인 자산으로 평가될 만한 골목 발굴과 함께 골목의 자료를 수집했다. 이를 바탕으로 각 사례의 유형과 특성을 분석해 시사점을 도출했고, 서울시에 적용할 수 있는 골목 활성화 방안을 탐색했다.

[표 4-6] 국제골목연구 결과

국가	지역, 도시(주)	지역 커뮤니티	서울시 적용점 제안	
			활용	유형 분류
영국	비치 크라프트 로드, 옥스포드	주민의 적극적 참여로 내 집 앞 도로 개선 디자인 커뮤니티	주거지	시민참여형
일본	유아사 마을, 와카야마현	마을 디자인을 포함한 브랜딩 커뮤니티	혼합지	지역브랜드 개발형
중국	스톤 눌라 레인 (블루하우스), 완차이	역사 속 라이프스타일 디자인 커뮤니티	공업지	보존형

국제 골목 사례연구를 통해 서울 골목에 대한 시사점과 골목 디자인사업의 연계가능성, 그리고 커뮤니티디자인 정책의 방향을 살펴봤다. 이렇게 정리된 해외 골목 사례의 조사 및 분석 내용은 골목네트워크 구축과 국제골목 컨퍼런스에 기반자료로 활용할 것이다.

○ 서울골목디자인 시범사업

서울골목디자인 시범사업은 골목 주거지의 물리적 사회적 환경을 개선하여 주민들의 삶의 질 향상에 기여하고자 추진되었다. 특히 이번 시범사업은 주민들의 의견을 수렴하여 겨울철 급경사의 골목길 문제에 중점적으로 대응할 수 있는 방안을 찾는 것을 목표로 삼았다.

대상지로는 서울디자인자산의 8개 지역[36] 중에서 동대문시장 주변에 위치한 창신동과 숭인동 일대를 개선이 가장 시급한 골목으로 선정했다. 대상지는 관할 구청과 주민센터, 주민의 추천을 반영해 선정했으며, 선정 기준은 '거주민의 생활 밀집 정도'와 '고령자의 비율'이었다.

36) 동대문시장, 남대문시장, 북촌 한옥마을, 인사동, 이태원, 홍대 앞, 대학로, 명동

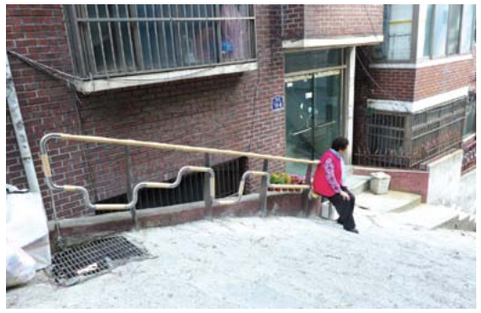
개선 과제는 후보대상지의 현장조사와 인터뷰, 설문조사를 통해 도출했다. 단순한 골목의 현황을 파악하기보다 실제 이곳의 사용자의 필요와 요구사항을 파악했다. 이를 통해 세부적인 문제점 및 보완점을 확인할 수 있었다. 창신동이 거동이 불편한 어르신과 사회적 약자가 주로 거주하는 지역인 만큼, 조사결과 가장 우선시돼야 할 과제는 대상지의 높은 지대를 감안한 가파른 계단의 난간봉 설치, 노후화의 해결이었다.

이 문제를 해결하기 위한 연구와 분석은 크게 세 가지로, 대상지 현황 및 실태 조사, 골목의 물리적 환경 유형화 작업인 스트리트스케이프(Streetscape), 사용자 행태 조사인 바디스케이프(Bodyscape)로 진행되었다.

대상지 현황 및 실태 조사는 현장 실측 조사, 사진 및 동영상 촬영, 학술 논문 조사, 정책 관련 조사 등을 통해 대상지의 현황을 파악하고, 주민과 관계자를 대상으로 구술 및 설문 조사를 진행해 사용자의 실태를 분석하는 방식으로 이루어졌다. 이 조사 결과는 창신2동이 필요로 하는 난간의 핵심 구성요소들을 도출하는 기반이 되었다.

개별 골목의 물리적 환경을 유형화하는 방안으로써 스트리트스케이프를 도입해 창신2동의 골목 환경을 수직, 수평, 관계성, 기타로 나누어 데이터화하고 개별 골목의 환경을 파악하는 틀을 마련했다. 그리고 골목길 사용자의 이동 행태를 중점으로 대상지의 다양한 변수에 따라 관찰되는 바디스케이프를 분석해 이를 긍정적인 방향으로 변화시킬 수 있는 난간봉 디자인모델을 연구했다.

마지막으로 디자인과 시공 계획은 분석한 내용을 바탕으로 창신2동 주민센터, 종로구청, 디자이너, 시민, 전문가의 협의를 통해 추진했다. 창신동의 난간봉은 지형적 특성에 따라 급격하고 변화무쌍한 경사에도 자유롭게 대응할 수 있는 디자인으로 설치했다.




[그림 4-7] 창신2동 난간봉 디자인

현재 창신동의 서울골목디자인 시범사업은 디자인모델의 개발과 설치까지 추진되었으며, 이후에는 홍보를 통해 사업에 대한 이해를 증진시켜 나갈 예정이다.

○ 서울골목디자인 가치확산 사업

서울골목디자인 가치확산 사업은 골목문제에 대한 소통과 교류를 이끌고 해결디자인을 제시하고자 추진되었다. 서울의 고층건물과 빌딩 숲 속에서 퇴색되어가는 골목의 의미와 문제점을 인식하고, 골목 거주민들과 소통할 수 있는 콘텐츠를 마련하고자 기획된 사업이다.

이에 따라 서울디자인재단은 다방면의 전문가들로 구성된 연구위원회와 자문회의를 거쳐 골목 가치에 대한 공감대를 형성하고 골목디자인의 과제를 도출하는 데 활용할 수 있는 자료로 '골목 · 저층 주거 서비스 디자인 툴키트(Toolkit)'를 제작했다.

툴키트는 교육과 상권, 주거, 건강 · 쉼, 공공시설, 길 · 골목 6개 분야와 환경, 이해관계자, 커뮤니티, 추억 · 그리움, 불편함 5개의 부분으로 분류해 300여 개의 카드로 구성되었다. 각 카드에는 분야와 부분별로 질문과 의미가 담겨있으며 이 카드를 활용해 주민들의 경험과 해결 솔루션에 대한 다양한 이야기를 끌어낼 수 있도록 했다.

골목 · 저층 주거 서비스디자인 툴키트는 골목과 관련된 시민들의 기억과 경험을 자극하여, 자연스럽게 골목에 대한 쟁점과 아이디어들을 발견한다. 나아가 시민들의 의견과 아이디어를 서울골목디자인 사업으로 발전시킬 수 있는 자료가 되길 바라고 있다.





[그림 4-8] 골목·저층 주거 서비스디자인 툴키트 카드

(2) 주민참여형 마을경관가꾸기

주민참여형 마을경관가꾸기는 주민주도형 경관관리제도를 조기정착시키기 위한 사업으로 쾌적한 생활공간을 만들기 위해 계획되었다. 낙후된 지역의 개선을 통해 주민 삶의 질을 향상시키고, 이웃 간 커뮤니티를 형성해 지역 공동체를 회복하는 것을 그 목적으로 하며 경관협정 체결과 관한 『경관법』 제16조와 경관협정 지원과 관련된 『경관법』 제22조를 법적 근거로 한다.

이 사업은 서울시의 2개 지역, 구로구 개봉3동 344번지 일대와 관악구 서림동 116번지를 대상지로 2012년 1월부터 2013년 12월까지 진행된다. 마을의 경관 개선내용은 주민 쉼터 조성, 자투

리땅 녹화, 주민편의 시설 설치, 통학로 정비, 담장 허물기 등 주민들의 생활에 기여하는 다양한 개선방향 방안을 시행하고 있으며 이를 위해 경관협정사업을 진행 중이다.

사업의 첫 번째 대상지는 관악구 서림동 116번지 일대로 '보그니마을'이라 명명했다. 이곳은 약 22,000㎡ 범위로 건물 25개 동을 포함한 일반 거주지역이고, 원룸과 다세대주택이 주를 이루고 있다. 지역 내에는 초등학교와 고시촌이 위치하고 있으며, 상가와 빌라 등이 혼재돼 어수선한 분위기다. 보그니마을에는 앞으로 주민쉼터가 조성되고 통학로와 담장, 대문, 간판을 정비해 공간을 아름답게 정리할 것이며, CCTV를 설치해 지역 안전을 도모할 것이다.



[그림 4-9] 관악구 서림동 116번지(보그니마을) 현황

두 번째 대상지는 구로구 개봉3동 344번지로 일명 '들머리마을'이다. 이 마을은 38,000㎡의 면적으로 총 76개의 건물이 있는데 단독, 다가구, 다세대, 근린생활 시설이 입지하여 역시 일반거주지역으로 분류된다. 전형적인 저층 주거지역으로 지역 내에는 교회와 소공원이 있는 것이 특징이며, 주민쉼터와 그린 주차공간을 만들기 위한 담장허물기가 진행될 것이다. 또 골목길 환경을 아름답게 조성하고 지역을 녹화하여 친밀하고도 건강한 생활공간을 만들 예정이다.



[그림 4-10] 구로구 개봉3동(들머리마을) 현황

주민참여형 마을경관가꾸기 사업은 '경관협정제도'를 통해 추진되고 있다. 경관협정제도란 쾌적한 환경 및 아름다운 경관형성을 위해 지역에 거주하는 주민의 자발적 참여를 통해 거주지의 경관을 보전 · 관리 및 형성할 수 있도록 유도하는 제도다. 이는『경관법』제정(2007년 5월)으로 도입되었으며 최초로 주민자치의 개념이 도입된 법적 제도이기도 하다.

주민참여형 마을경관가꾸기 사업은 경관협정제도를 기본으로 하는 만큼 건물 소유자 전원의 합의에 따라 협정을 체결한 후 추진되고 있다. 사업의 범위 자체가 건물, 담장, 주차장 등 사유시설을 대상으로 하고 있기 때문에 이러한 협정 체결이 선행되어야 하기 때문이다. 원활한 협정체결을 위해 '경관협정운영회'라는 자율기구가 조직되었는데, 이 기구는 협정조율 및 협정서 작성을 전담하고 있다. 이외에도 지역 주민과 행정기관 관계자, 전문가 등 각 이해관계자들은 유도단계와 기회 및 체결단계, 인가단계, 운영단계의 총 4개 단계에 걸친 경관협정제도를 거치고 있다.

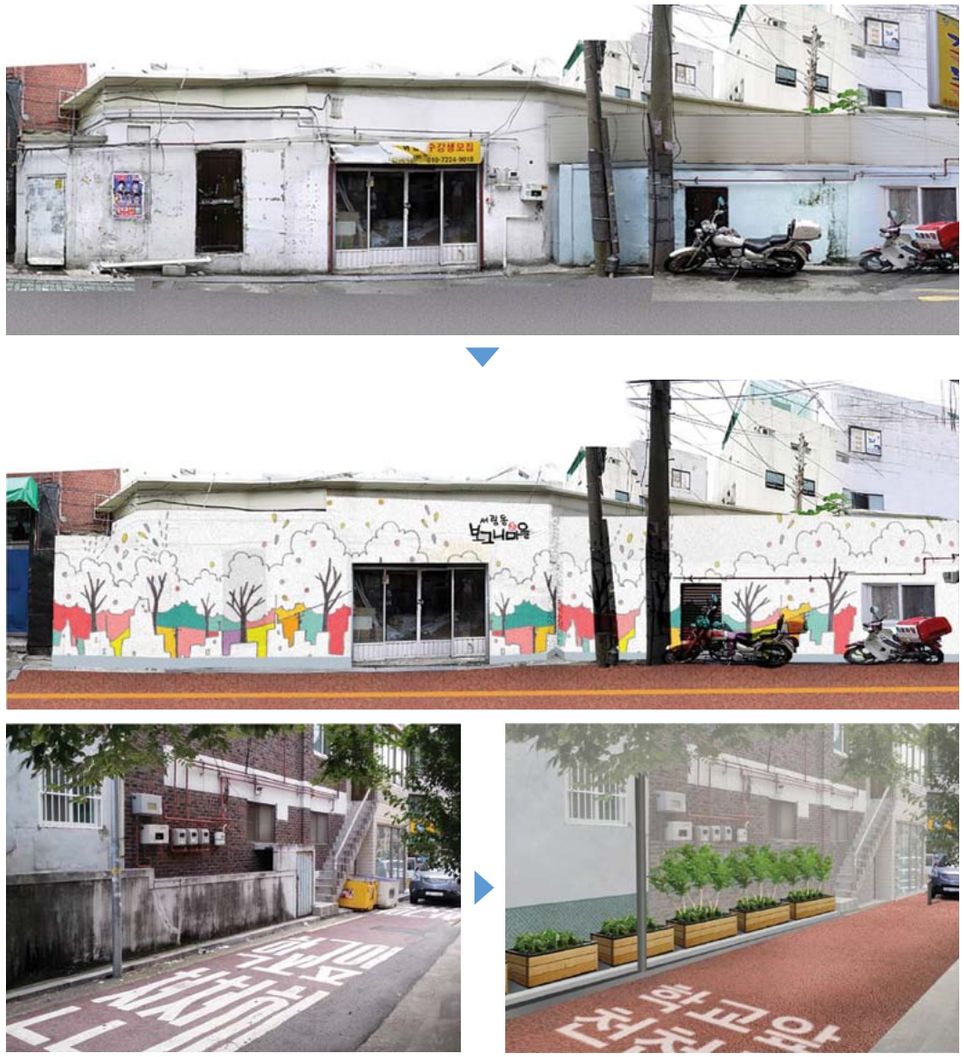
주민참여형 마을경관가꾸기 사업은 2009년부터 2011년 11월까지 시범사업이 먼저 진행된 바 있다. 시범사업은 마을환경개선과 공동체 복원이라는 기본 목표를 바탕으로 시행되었으며, 대상지는 강북구 우이동과 양천구 신월2동이었다. 이 공간에는 주민쉼터 조성, 자투리땅 녹화, 주민편의시설 설치 등이 이루어졌으며 마을공동체가 활성화되고 방문객이 늘어나는 결과를 얻었다. 게다가 강북구 우이동은 국토해양부 주최 '제1회 대한민국 경관대상'에서 최우수상을 수상하기도 했다.





[그림 4-11] 마을경관가꾸기 시범사업 우이동 사례

이후 2011년 7월부터 8월까지 각 자치구를 대상으로 공모를 통해 마을경관꾸미기 사업대상지를 선정했다. 외부전문가가 현장 심사한 결과, 관악구 서림동과 구로구 개봉3동이 선정되었다. 주민참여형 마을경관가꾸기 사업은 2013년 12월까지 진행될 사업으로 현재 경관협정까지 체결된 상태다.



[그림 4-12] 마을경관가꾸기 서림동 계획안

2) 디자인을 통한 쾌적한 도심환경 만들기

서울시는 2007년 디자인서울총괄본부가 출범하면서 도심환경을 개선하고 공공디자인의 수준을 높이기 위해 많은 노력을 진행해왔다. 각종 가이드라인을 개발하고 「공공시설물 표준형디자인 개발」, 「간판 디자인 개선」 등 직접적인 개선사업을 지속적으로 진행해왔으며, 2012년에도 이러한 사업은 계속되었다.

(1) 서울형 시각정보체계 기본연구

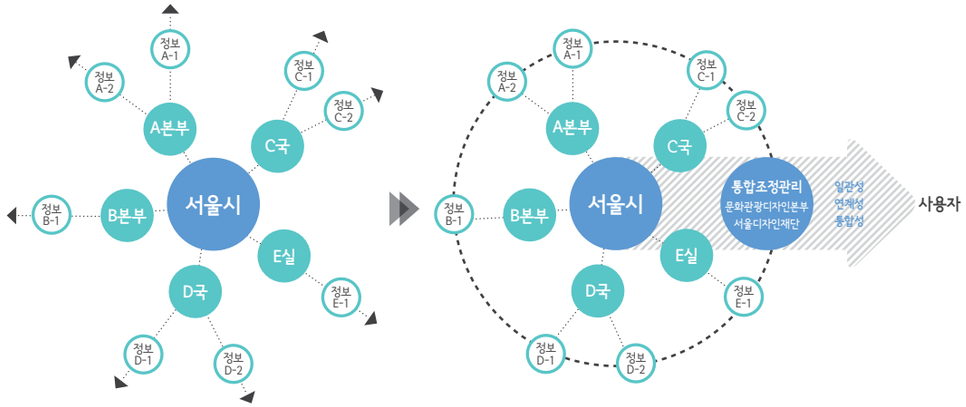
「서울형 시각정보체계 기본연구」는 서울시가 생산, 유통, 소비하는 시각정보체계를 정리하기 위한 시스템을 만드는 연구다. 이 연구는 서울시가 지향하는 시각정보를 정의하고, 정보 디자인 원리와 방법을 정해 통일성 있는 디자인안을 만드는 것을 목적으로 이뤄졌다. 이를 통해 시민이 정보를 쉽게 인지하고 공공시설을 사용하는 데 도움을 얻을 수 있는 시스템을 제공하고자 한다.

이 연구는 「2012 서울디자인정책연구」의 일환으로 (재)서울디자인재단과 협약한 전문 연구원에 의해 2012년 9월부터 12월까지 4개월 동안 진행되었다. 연구의 대상은 서울시 공공시설물에서 볼 수 있는 모든 시각정보로, '사용자의 목적에 따라 정보를 효율적으로 사용할 수 있도록 데이터를 의미 있게 조직화, 시각화하여 전달하는 토탈 시각정보디자인을 만드는 것'이 연구의 과제였다. 이를 위해 서울시는 문자와 그래픽, 색채, 영상, 온라인 정보 등의 디자인 구성요소를 분석했으며, 생산주체별 현황 분석 및 사용자의 정보사용 평가를 통해 서울형 시각정보의 통합체계 방안을 제시했다.

[표 4-7] 서울시 시각정보체계 연구 대상

공공시각매체	적용 대상
교통관련 시각매체	교통안전, 도로안전, 도로안내, 주차안내, 신호기, 버스, 지하철, 택시 등
보행관련 시각매체	보행자안내, 도로명, 건물번호, 공원안내, 문화재안내, 관광지안내, 자전거 도로안내, 장애인안내 등
영상정보시각매체	환경정보, 도로교통정보, 대중교통정보, 기타영상정보
서울시 및 관련기관	지도, 발행물, 웹사이트
서울시 공공기관 시설	서울시청, 구청, 동사무소, 서울시 운영 공공시설

이 연구에서는 서울형 시각정보 생산과정에서 시각정보 생산의 일관성, 시각정보 유통의 연계성 및 시각정보 생산 · 유통 · 소비 과정의 통합성을 고려해야 한다는 결론이 도출되었다. 그리하여 향후 과제로 서울형 시각정보 '통합조정관리 체계'가 구축되어야 함을 제시했다.



[그림 4-13] 서울형 통합조정관리 체계 제안 내용

(2) 공공시설물 표준형디자인 개발

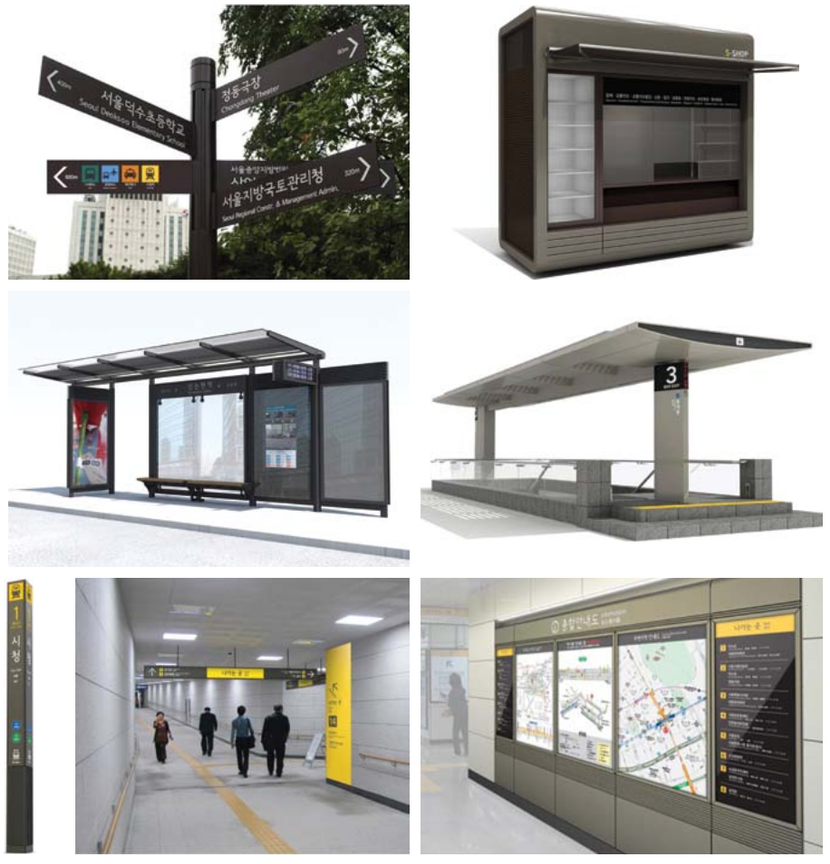
공공시설물 표준형디자인 개발은 서울시의 공공시설물을 개발해 시민 생활의 편리를 도모하고, 나아가 서울의 정체성을 하나로 모으기 위해 추진된 사업이다. 이 사업은 개별적이고 산발적으로 진행되었던 공공시설물에 통일성 있는 아이덴티티를 부여하고, 서울시의 공공디자인의 수준을 한층 높여 시민을 배려하는 시민행복 디자인을 실현하고자 진행되었다.

공공시설물 표준형디자인 개발은 2007년부터 진행된 현상공모 사업으로 2012년까지 매년 선정된 아이템을 주제로 추진되어 왔으며 향후에도 지속될 예정이다. 이 사업은 매회 기본계획 수립 및 현상공모 세부계획 수립을 시작으로, 작품 접수와 심사를 거쳐 최종안을 선정하고 있다. 2012년에는 지하철 통합 사인시스템 가이드라인을 주제로 선정하고, 이와 함께 지상부 냉각탑 가림벽, 지하철 환기구의 디자인 개발을 진행했다.

서울시는 6년 동안 진행된 공공시설물 표준형디자인 개발을 통해 현재까지 총 28종 119개 타입의 공공시설물 디자인을 선보였다. 2007년에는 가로에서 흔히 볼 수 있는 시설물인 가로 판매대, 휴지통, 볼라드, 벤치 등의 디자인을 보여주었고, 2008년에는 마을버스의 폴 사인과 보행자용 방호울타리를 디자인하여 가로를 정비하였다. 2009에는 택시 승차대를, 2010년에는 지하철 외부 캐노피 및 출입구, 시내버스 승차대 등을 디자인하였다. 그리고 2011년에는 공원 관련 디자인, 2012년에는 지하철 통합 디자인 가이드라인 정비 및 리디자인을 실시했다. 앞으로도 숨어 있는 공공시설물을 찾아 디자인을 진행할 예정이다.

[표 4-8] 공공시설물 표준형디자인 개발 내역

연도	디자인개발 내역	개발수량
2007	가로 판매대, 휴지통, 볼라드, 벤치, 맨홀뚜껑, 보도블럭	6종 49개 타입
2008	마을버스 폴 사인, 보행자용 방호울타리, 보행조명시설	3종 6개 타입
2009	택시 승차대, 폴 사인, 그늘막	3종 5개 타입
2010	지하철외부캐노피, 지하철외부출입구, 공사장가설사무소, 시내버스승차대, 시티투어버스승차대	5종 13개 타입
2011	공원안내부스, 공공안내판	8종 16개 타입
2012	지하철 통합사인시스템 가이드라인, 지상부 냉각탑 가림벽, 지하철 환기구 외관	3종 30개 타입



[그림 4-14] 공공시설물 표준형디자인 개발 사업 결과

(3) 공공시설물 수준 향상

서울시는 공공시설물의 수준을 향상시키기 위한 다각도의 노력을 진행해왔다. 그중 대표적인 사업으로 「서울우수공공디자인 인증제」와 「디자인서울클리닉」이 있다. 서울시는 이 사업들을 통해 시민을 위한 공공공간을 채우고, 시민들이 편리하게 사용할 수 있는 공공시설물을 제공하고 있다. 그리고 서울시의 공공시설물들은 각 기능과 특성에 따라 서울시만의 일관성 있는 디자인 아이덴티티를 드러내고 있다.

○ 서울우수공공디자인 인증제

서울시는 도시경관을 종합적이고 체계적으로 개선 · 관리하기 위해 도시공간, 도시시설물의 형태 · 윤곽 · 색채 · 조명 및 주변과의 조화 등에 대한 디자인인증을 시행하는 서울우수공공디자인 인증제를 추진하고 있다.

서울우수공공디자인 인증제를 도입해 서울시를 디자인 선진도시로 만들기 위해 도시의 개성과 질서를 부여할 수 있는 공공디자인을 발굴하고, 가치 있는 디자인 생산을 촉진하는데 앞장서고 있다. 이는 공공디자인 기초시설물의 제작단계부터 디자인 가이드라인의 적용에 이르기까지 도시경관 전반에 질서와 절제미를 부여하는 작업으로써 서울시의 공공성을 정립하는 기초가 된다.

서울시는 매년 상 · 하반기 2회에 걸쳐 서울우수공공디자인 인증제를 시행하고 있다. 매년 3월과 9월에 선정계획을 공고한 후 신청서 접수를 받아 1, 2차의 서류심사와 현물심사를 진행한다. 마지막 단계로 서울시민디자인위원회의 심의를 거쳐 인증 제품을 선정하고 있다. 선정된 디자인에는 인증서가 주어지는데 이는 2년 동안 해치 인증마크 사용 및 제품홍보 등의 우수공공디자인의 권리를 부여받게 된다. 인증 제품에는 서울시의 상징인 해치 마크를 부착할 수 있는 혜택이 주어지며, 서울시 및 산하기관 발주 사업에 우선 적용될 있는 인센티브와 제품매뉴얼, 온라인 홍보 및 각종 전시회 추천 등의 지원을 받고 있다. 심사를 진행하는 심사위원회는 서울시민디자인위원회 위원 및 외부 전문가 등 10인 내외로 구성되며, 심사위원회 개최를 통해 우수공공디자인 적격여부를 판단하고 있다.

서울우수공공디자인 인증제는 2008년부터 2012년까지 총 9회 진행되었다. 2012년에 진행된 제9회 인증에서는 총 52개의 제품이 추가되어 모두 530여 개의 공공시설물이 인증되었고, 2년간 유효한 인증 제품이 315개로 늘어나게 되었다. 530여 개의 서울우수공공디자인 인증 제품 중에서는 펜스가 142개로 가장 높은 비율을 차지했으며 벤치가 117개로 그 뒤를 이었다. 이 밖에 지금까지 인증된 제품은 '서울우수공공디자인 인증제 온라인 시스템(http://sgpd.seoul.go.kr)'에서 확인할 수 있다.



[그림 4-15] 제9회 서울우수공공디자인 인증 제품

[표 4-9] 서울우수공공디자인 인증 제품 현황

구분	총계	벤치	휴지통	펜스	자전거 보관대	볼라드	파고라	조명 시설	방음벽	맨홀 뚜껑	기타 시설물
계	530	117	15	142	37	46	19	58	19	6	71
1회 ('09. 2)	10	4	1	1	-	-	-	3	1	-	-
2회 ('09. 7)	30	3	2	7	6	5	1	3	2	1	-
3회 ('09.12)	22	7	1	2	2	4	2	2	-	1	1
4회 ('10. 6)	88	21	2	9	12	12	5	7	2	3	15
5회 ('10.12)	65	9	1	15	3	-	5	17	7	1	7
6회 ('11. 6)	126	25	2	45	6	9	4	6	4	-	25
7회 ('11.12)	33	9	1	16	-	-	-	-	2	-	5
8회 ('12. 7)	104	23	5	31	6	12	2	13	-	-	12
9회 ('13. 1)	52	16	-	16	2	4	-	7	1	-	6

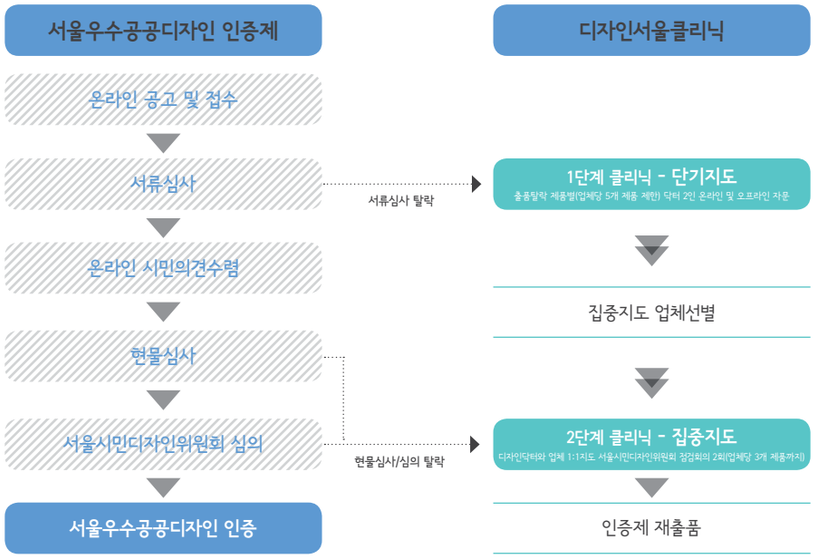
○ 디자인서울클리닉

디자인서울클리닉은 '서울우수공공디자인 인증제'에서 탈락한 업체들을 대상으로 「디자인서울 가이드라인」을 교육하고, 서울시의 추진 방향에 맞는 공공디자인 개발 방법을 지도하는 사업이다. 서울시에서 위촉한 디자인닥터(디자인 전문가)와의 1:1 매칭을 통해 개발업체의 공공시설물 디자인 문제 진단과 자문을 받을 수 있도록 지원한다. 이 제도를 통해 공공시설물을 개발하는 중소업체들은 디자인 개발능력을 높이고, 공공디자인 관련 업계를 활성화시켜 일자리를 창출하는 데 기여하고 있다.

이 사업은 서울우수공공디자인 인증제에서 탈락한 제품을 대상으로 하고 있기 때문에 인증제

시행 직후 상 · 하반기로 진행되고 있다. 공공시설물 종류에 따라 해당 분야의 디자인닥터가 배정되고, 단기지도 후 집중지도를 받는다.

디자인서울클리닉의 진행 과정을 세부적으로 보면, 1단계 클리닉에서는 인증제의 서류심사 탈락업체 중에서 지도를 희망하는 업체를 대상으로 2명의 디자인닥터를 배정한다. 이후 업체의 제품에 대해 서류심사 탈락원인을 온 · 오프라인으로 분석한 뒤 서울시 공공시설물 디자인 방향에 맞게 단기지도를 진행한다. 그리고 클리닉설명회에서는 집중지도를 신청한 업체 대상으로「디자인서울 가이드라인」및 서울시 공공시설물 디자인 방향 등에 관한 교육 세미나가 실시된다. 2단계 클리닉에서는 단기지도를 완료한 업체와 서울우수공공디자인 인증제 현물심사에서 탈락된 업체 중 신청 업체를 대상으로 1:1 집중 디자인 컨설팅을 진행한다. 이 과정은 업체의 기술 능력에 맞는 맞춤형 교육으로 진행된다. 집중지도 기간에는 디자인닥터와 4회 이상의 오프라인 미팅을 갖고, 수시로 디자인 자문을 받을 수 있도록 하고 있다. 단, 집중지도 과정은 업체당 한 번의 기회만을 부여하며 지도를 받은 후에는 최종적으로 개발된 디자인 시제품으로 서울우수공공디자인 인증제에 재도전할 수 있다.

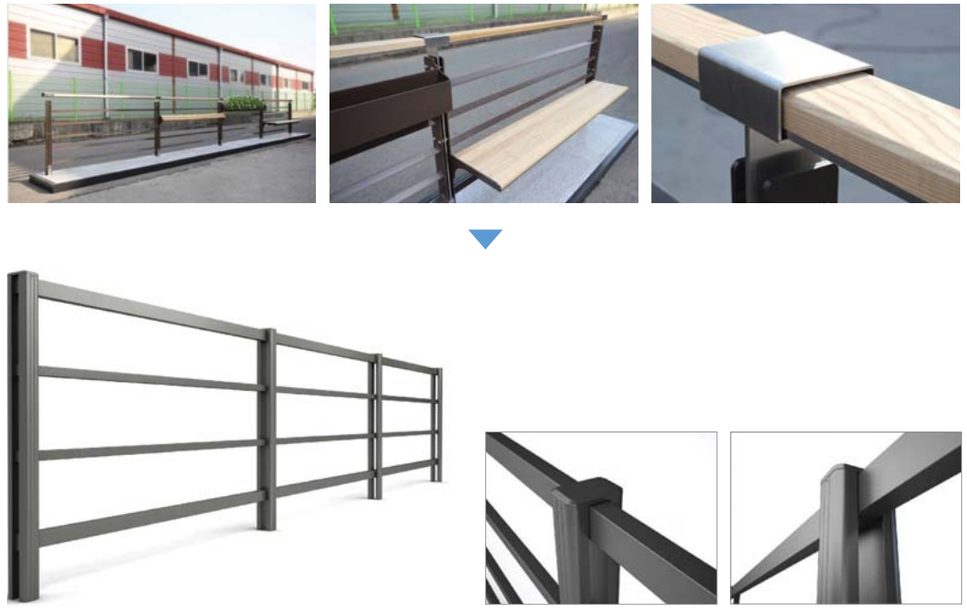


[그림 4-16] 디자인서울클리닉 진행 과정

서울시는 인증제가 시행된 이듬해인 2009년부터 2012년까지 디자인서울클리닉을 통해 총 246개의 업체를 지도했으며(단기 지도 198개 업체, 집중 지도 48개 업체), 제8회 인증까지 총 59개 업체의 103개 제품이 서울우수공공디자인 인증을 취득했다.

[표 4-10] 디자인서울클리닉 추진실적

클리닉 회차	단기지도		서울시 적용점 제안		집중지도 후 인증제품
	지도기간	업체수	지도기간	업체수	
계	2009 ~ 2012	198개	2009 ~ 2012	48개	59개 업체(103개제품)
1회/2회	2009. 10 ~ 11	33개	2009. 12 ~ 2010. 2	29개	12개 업체(16개 제품)
3회	2009. 12	24개	2009. 12 ~ 2010. 2	24개	12개 업체(27개 제품)
4회	2010. 7	37개	2010. 8 ~ 2010. 9	31개	10개 업체(19개 제품)
5회	2010. 12	24개	2011. 1 ~ 2011. 2	16개	8개 업체(10개 제품)
6회	2011. 5	23개	2011. 7 ~ 2011. 8	19개	6개 업체(10개 제품)
7회	2011. 1	29개	2011.11 ~ 2012. 2	12개	5개 업체(8개 제품)
8회	2012. 5	18개	2012. 6 ~ 2012. 8	9개	6개 업체(13개 제품)
9회	2012. 11	10개	2012.12 ~ 2013. 2	8개	추진 중



[그림 4-17] 디자인서울클리닉 사례 보행자 펜스

(4) 간판 디자인 개선

서울시는 화려한 색상과 체계 없는 모양의 간판으로 인한 시각공해 문제를 해결하고자 간판 디자인을 개선해왔다. 서로 잘 보이는 간판을 만들려는 업주들의 경쟁으로 인해 오히려 업소의 성격과 위치 등을 쉽게 확인할 수 없는 상황이 된 곳이 많았다. 따라서 서울시는 보행자를 배려하고 주변 건축물 및 가로경관과의 조화를 이루기 위한 간판 디자인으로 서울의 도시경관을 획기적으로 개선하기 위한 노력을 꾸준히 진행하고 있다. 이러한 서울시의 사업으로는 「간판이 아름다운 거리 조성」과 「서울시 좋은간판 선정」 공모전이 있다.

○ 간판이 아름다운 거리 조성

간판이 아름다운 거리 조성 사업은 시민생활에 불편을 주고 도시 미관을 해치는 무질서한 간판을 개선해 쾌적한 도시 경관을 만들기 위해 진행되었다. 서울시는 2008년부터, 무분별하게 난립한 간판을 정비하여 깨끗한 도시경관을 조성하기 위해 「옥외광고물 가이드라인」을 제정했고, 총 95개 거리를 '간판이 아름다운 거리'로 지정한 후 점포주, 건물주 등이 자율적으로 참여하는 간판 개선을 진행해왔다. 서울시는 각 자치구 별로 선정한 거리의 간판을 리디자인하여 시민들에게 간판개선의 필요성을 알리고 간판문화 개선에 대한 공감대를 이끌어 왔으며, 좋은 간판을 설치하고자 하는 범시민적 분위기를 확산시키고 있다.

간판이 아름다운 거리 조성은 매년 추진하는 사업으로 2008년부터 시작되었다. 서울시는 2008년 10개 거리를 시작으로, 2009년 20개, 2010년 21개, 2011년 23개, 2012년 21개 거리가 '간판이 아름다운 거리'로 지정되어 개선 사업을 시행했다. 이는 강렬한 색상과 들쑥날쑥한 크기와 모양의 간판을 정비하기 위한 「옥외광고물 가이드라인」을 기본으로 하고 있다. 이 사업은 서울시가 기본계획을 수립한 후 자치구별로 수요를 조사하여 개선 대상을 제출받는다. 이렇게 제출된 자료를 바탕으로 정비시범구역을 지정하고 자치구의 주도로 사업이 시행되는 방식으로 운영되고 있다. 이 과정에서 점포주, 건물주, 지역주민 등으로 구성된 간판개선주민위원회가 구성되며 이들이 사업추진을 위한 협약을 체결하게 된다. 실제 디자인 및 제작은 제안 공모를 통해 이루어지며 개별 점포주의 동의를 받은 후 설치를 완료한다.

간판이 아름다운 거리 조성 사업은 앞에서 살펴보았듯이 서울시 내 총 95개 거리에서 진행되었다. 2011년에는 23개 거리를 대상으로 2,568개 업소의 간판을 개선한 바 있다. 2012년에는 21개 거리를 선정해 3,130개의 업소의 간판을 개선했다. 이를 위해 서울시는 정비시범구역을 지정했으며 간판개선주민위원회를 구성하여 협약을 맺고, 제작업체를 선정하여 실제 개선을 진행했다. 2012년 사업에서 가장 많은 수혜를 받은 지역은 노량진의 14가, 16길, 만양로 일대와 노원구의 한글비석로로 각각 338개 업소의 간판을 정비했다.

[표 4-11] 2012 간판이 아름다운거리 조성 사업구간

자치구	사업구간	개선완료(업소)
		3,130(개)
종로구	고궁로(내자동1-3 ~ 적선동2)	48
중구	명동 중앙길, 명동 7,8길	303
	동대문 DDP 주변	80
용산구	한강로(서울역 ~ 숙대입구)	163
동대문구	회기로(회기역1번출구 ~ 경희대삼거리)	238
	고산자로(용두사거리 ~ 동대문구청)	90
강북구	도봉로(수유사거리 ~ 수유프라자)	123
노원구	한글비석로(대호, 삼창프라자, 먹자골목)	338
서대문구	독립문 극동아파트 상가	58
마포구	월드컵로(망원우체국 ~ 성산초교)	148
양천구	목동로(신정동 895-44 ~ 894-1)	90
강서구	공항로(김포공항 입구 ~ KT공항지사)	164
구로구	시흥대로(구로동 1123-1~1125-7)	73
금천구	시흥대로(워너스 볼링장 ~ 필립스서비스센터)	65
영등포구	당산로(영등포구청사거리 ~ 양평동사거리)	206
동작구	노량진14가,16길, 만양로	338
관악구	난곡로(난곡사거리 ~ 신대방역)	139
서초구	신반포로(쇼핑타운1,3,4,5동)	187
강남구	학동로(경기고사거리 ~ 강남구청역)	130
송파구	오금로(송파구청 ~ 한양아파트사거리)	100
강동구	암사동 선사현대아파트 상가	49



마포구 신정동 상가

노원구 세신프라자

[그림 4-18] 간판이 아름다운거리 조성 사례

○ 서울시 좋은간판 선정

서울시가 진행하는 좋은간판 선정은 서울시 내의 디자인 우수 간판을 발굴, 홍보함으로써 광고물에 대한 시민들의 인식을 제고하고, 우수 광고물의 제작과 설치를 유도해 옥외광고물의 수준향상 및 바람직한 광고문화를 정착하기 위해 진행되는 공모 사업이다.

22번째를 맞이한 2012년 공모전에는 총 320여 점의 공모작 중 100점을 선정해 시상식을 가졌다. 광고주, 제작자, 디자이너가 참여하는 공모전은 올해 처음으로 선정한 '시민인기상' 10점을 포함하여 대상 1점, 금상 2점, 은상 3점, 장려상 10점, 인증작 69점의 총 100점을 선정했다. 특히 시민인기상은 그동안 일방적으로 전문가에 의해서만 좋은간판이 선정되는 아쉬움을 해소하고자 페이스북을 통한 시민 의견을 모아 수상작을 결정했다.

서울시는 2010년부터 좋은간판 선정 업소에 대해 TV 등 각종 언론매체를 통한 홍보, 서울시 및 자치구 홈페이지 게재, 고등학교 디자인교과서와 각종 간행물에 게재, 자치구 및 지하철역 순회전시, 지하철 주변지역 안내도에 표기 등을 통해 적극 홍보한 바 있다. 이러한 홍보 덕택에 당해 업소 매출 증대에 큰 몫을 했다는 호평을 받고 있다. 특히 좋은간판 점포주에게는 소상공인진흥원과 연계하여 경영개선컨설팅과 경영개선자금 대출을 알선하고, 서울시 중소기업육성자금 대출도 알선해 실질적인 경영지원이 이루어지도록 하고 있다. 서울시는 매년 좋은간판 선정 업소를 지속적으로 홍보하고 지원해 점포주들로 하여금 '좋은간판을 설치하면 실질적인 매출 증대와 연결된다'는 인식을 갖게 함으로써 좋은간판 제작 · 설치가 더욱 늘어나도록 지원할 계획이다.



[그림 4-19] 서울시 좋은간판 선정 사례

(5) 광고물 수준 향상

옥외광고물은 한 공간의 인상을 결정짓는 중요한 요소다. 공간이 담고 있는 정보를 알려주는 역할을 하는 옥외광고물은 도시의 아이덴티티 알리미인 동시에 그 자체가 하나의 정체성이 되고 있는 것이다. 도시 속 거주민이나 방문객, 관광객에게 정보를 제공하는 1차적 역할뿐 아니라 광고물은 색채, 사이즈, 볼륨 등의 조형성을 통해 도시의 심미성을 나타내는 역할을 한다. 반면 어지럽고 정돈되지 않는 옥외광고물은 어수선한 분위기를 만들어내며 정확한 정보 제공을 하지 못할 뿐 아니라 시각공해로 읽히기도 한다.

서울시는 이러한 중요성을 가진 옥외광고물을 정리하기 위해 관련법을 제정하고 「간판이 아름다운 거리 조성」 등의 다양한 사업을 진행해왔다. 특히 「광고물관리 심의위원회」를 구성해 옥외광고물에 대한 의견에 귀 기울였으며, 「공공시설 이용 광고물 개선」 추진을 통해 현황을 파악하는 데 노력했다.

○ 광고물관리 심의위원회

광고물관리 심의위원회는 광고물과 도시경관과의 조화 및 디자인 개선을 목적으로, 옥외광고에 대한 주요 정책 심의를 담당하고 있다. 위원회는 자치구 간에 형평성을 유지하는 방식으로 진행되고 있으며, 2011년 3월 개정된 『옥외광고물 등 관리법』에 의거하여 광고물 중 일부가 시장권한으로 변경됨에 따라 이 법정위원회를 설치하여 운영하고 있다.

위원회는 서울시 내의 우후죽순 생겨나는 옥외광고물의 실태를 파악하고 디자인 개선에 관한 권고 사항, 자치구간 광고물의 조화, 형평성 등에 관한 사항, 법령 또는 시 조례에 따라 심의를 거쳐야 하는 사항 및 심의에 부칠 수 있도록 한 사항, 그 밖에 시장 또는 위원장이 부의하는 사항을 검토하고 있다. 위원회가 진행하는 정기 심의에서는 광고물의 질적 향상을 위한 주요 시책을 수립하고, 종합적인 관리 및 조정을 위해 자치구청장에게 권고나 기준을 제시하고 있다.

2012년에는 10월 17일에 공무원 및 시의원 3명, 시민단체 및 관련단체 3명, 관련 전문가 7명을 선정해 총 13명의 위원회를 구성했다. 이후 위원회를 1회 개최해 옥외광고 등의 특정구역 지정 및 표시제한, 완화고시에 따른 의견을 청취했다.



[그림 4-20] 광고물관련 심의위원회

○ 공공시설 이용 광고물 개선

「공공시설 이용 광고물」 개선은 서울시가 시민정서 등의 공익적 측면을 고려한 공공시설 이용 가이드라인을 제작하고자 계획된 연구다. 이 연구는 공공시설 이용 광고물의 실태를 조사 · 분석하고 혁신방향을 제시해 시민의 삶의 질을 향상시킬 수 있는 광고물 제작을 목표로 한다. 이 외에도 광고물 수준 향상 뿐 아니라 품격 있는 도시 서울의 이미지 창출에 기여할 것으로 기대하고 있다.

오늘날 서울은 무분별한 옥외광고물로 인한 시각공해가 사회 문제로 떠오르고 있다. 이러한 광고물의 난립은 오히려 정확한 정보 전달을 저해하고, 도시 미관을 헤쳐 서울의 도시 이미지마저 추락시키는 결과를 초래했다. 이 연구는 서울시 전역에 있는 광고물 혁신을 위해 기획되어 버스승강장, 시내버스, 지하철(전동차, 역사), 지하도, 체육시설 등을 대상으로 진행 중이다. 사업기간은 2012년 10월부터 2013년 12월까지로 공공시설 활용 광고현황을 조사하고 민간과 전문의 자문을 위한 자문위원회를 구성, 운영하며 진행될 예정이다.

진행된 내용으로 2012년 10월부터 11월까지 실시한 공공시설 이용의 현황 서면조사가 있다. 이 조사는 서울시의 자치구, 공사, 재단이 관리하는 시설광고의 수량, 광고형태, 수입금액 등의 현황을 파악하기 위해 실시되었는데, 조사에 따르면 서울시의 공공시설물 이용 광고는 현재 전광판, 스크린도어, 전동차 내 액자 등 30여 종이 있었으며 그 수량은 21만9천7백개에 이르는 것으로 확인되었다.

이 조사 내용을 바탕으로 2012년 11월 27일 광고물 추진방향을 수립했으며, 같은 달 30일에는 학계와 광고사 등 관련 전문가 5명을 모아 자문회의를 개최했다. 자문회의에서는 대중교통 버스, 지하철과 같은 광고 파급효과가 큰 공공시설물의 추진 방향과 광고디자인의 고품격화에 대한 논의가 있었다. 이후 광고물시설 관리기관의 의견 수렴과 함께 광고물의 형태, 규격, 콘텐츠에 대한 현장조사가 진행될 예정이다. 그리고 이에 따른 기본 조사 후 가이드라인이 수립될 것이다.



[그림 4-21] 공공시설 이용 광고물 개선 추진 과정

(6) 소외낙후지역 생활환경 개선

소외낙후지역 생활환경 개선은『경관법』제정에 따라 추진한 '도시경관가꾸기 시범사업'이 2011년 완료됨에 따라 경관 사업을 지속적으로 추진하기 위해 계획된 사업이다. 이 사업은 서울 내의 소외되고 낙후된 경관 취약지역의 생활환경을 지역 특성에 맞는 경관으로 개선함으로써 쾌적한 도시경관을 만드는 것을 그 목적으로 하고 있다.

이 사업이 지정한 대상지는 은평구 신사동 237번지 일대(산새마을), 도봉구 창동 135-1번지 일대(창동역 주변), 금천구 가산동 717번지 일대(독산역 주변)의 세 지역으로 경관 취약지역의 생활환경을 개선하고, 교통약자 편의를 위한 보행환경을 개선하는 것을 주요 내용으로 하고 있다. 이외에도 야간슬럼화를 방지하는 예방시설을 설치하고, 조경 및 쉼터를 조성 등 도시환경을 개선하는 사업을 2012년 1월부터 시작하여 진행 중이다.

이 사업은 각 지역의 특성에 맞는 환경 개선책을 선보이고 있는데, 금천구 독산역 주변은 특별히 업무시설과 공장이 밀집되어 유동인구가 많은 지역으로 주민을 위한 편의시설 및 커뮤니티 공간 조성을 계획했다. 은평구 산새마을은 다세대, 다가구 밀집 지역으로 석축, 옹벽, 경사로, 계단 등을 정비하고 주민 안전을 지킬 수 있는 시설을 계획했으며, 도봉구 창동역 주변은 역주변인 역사 하부를 잇고 환경을 개선해 주민이 쉽게 접근하고 활용하는 공간을 조성할 계획이다.

[표 4-12] 2012 소외낙후지역 생활환경 개선 대상지

지역	구분	내용
은평구	위치	은평구 신사동 237번지(산새마을)
	범위	15,600m²
	사업내용	주민 커뮤니티 공간(도시농업공원, 쌈지공원), 공공시설물 설치 석축 및 옹벽 정비, 경사로 및 계단 정비 편의시설 설치(보안등, 방범용 CCTV)
도봉구	위치	도봉구 창동역 주변
	범위	역사하부 3,150m²
	사업내용	주민커뮤니티 공간(북카페), 시민갤러리, 쾌적한 보행환경확보(조명설치, 도장, 점자블럭 설치), 편의시설(자전거 보관대, 안내판)
금천구	위치	금천구 독산역 주변
	범위	고가하부 3,000m²
	사업내용	주민 커뮤니티 공간(도서출납 및 인터넷 시설) 및 편의시설(자전거 수리 및 보관소) 열린광장 설치

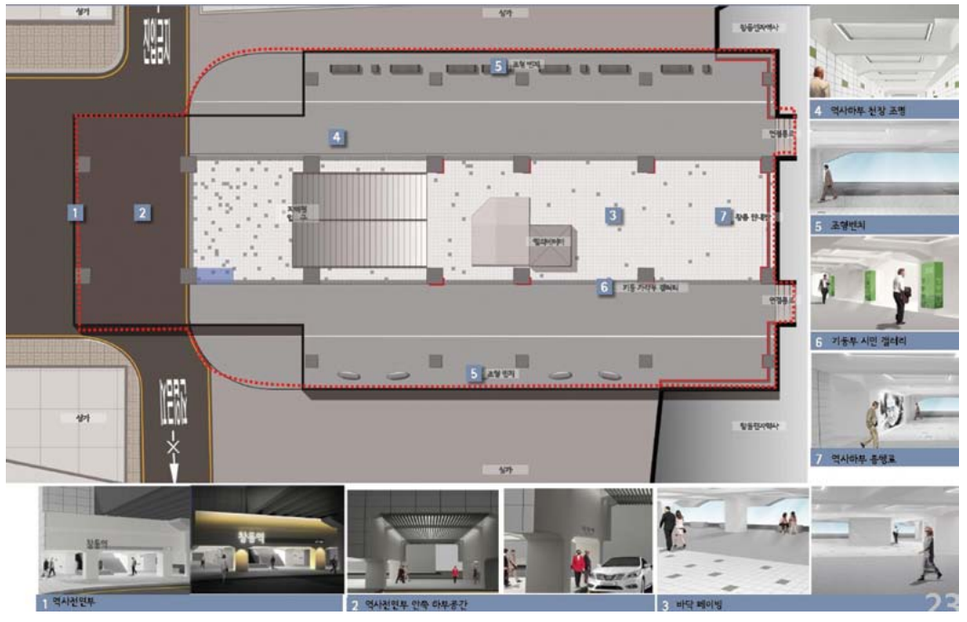
이 사업의 기본이 되었던 도시경관가꾸기 시범사업은 현재 완료됐으며, 소외낙후지역 생활환경 개선 사업은 2012년 1월부터 시작되어 은평구, 도봉구, 금천구의 세 지역에 대한 설계와 용역 준공 보고까지 진행되었다. 2013년 상반기에는 설계를 바탕으로 공사를 시행할 것이며, 하반기에는 사후 평가를 시행할 예정이다. 앞으로 사업 완료를 위해서는 공사 진행뿐 아니라, 경관사업에 대한 주민의식을 높이고 참여도를 활성화시키기 위한 노력 또한 요구되어, 서울시는 이에 대한 준비에 심혈을 기울이고 있다.



[그림 4-22] 소외낙후지역 생활환경 개선 설계안 (은평구)



[그림 4-23] 소외낙후지역 생활환경 개선 설계안 (금천구)



[그림 4-24] 소외낙후지역 생활환경 개선 설계안 (도봉구)

3) 생태계 보존을 위한 디자인 솔루션

현대사회는 산업 및 경제의 빠른 발전과 함께 그로 인한 환경문제를 피할 수 없게 되었다. 따라서 환경 파괴를 막고 더 나은 공간을 조성하는 것은 현재에 중요한 키워드로 자리 잡았다. 서울시도 이러한 지속가능한 도시가 되기 위한 끊임없이 노력 중이다. 도시 미관과 편의뿐 아니라, 사람과 동식물의 건강에 도움이 되는 환경을 조성하기 위한 노력은 모든 사업에서 고려돼야 할 필수 사항이다. 2012년에 친환경적인 서울시를 만들기 위해 시행된 사업으로는「에너지 절약 인포그래픽 개발」과「빛공해 해소」가 있다.

(1) 에너지 절약 인포그래픽 개발

「에너지 절약 인포그래픽 개발」은 에너지 손실에 따른 변화와 에너지 절약에 따른 효과 등을 쉽게 인지할 수 있도록 디자인하고, 이를 통해 시민들에게 에너지 절약의 메시지를 전달하기 위해 진행한 서울시의 사업이다. 이 개발 연구는 2012년 7월부터 10월까지 4개월간 진행되었다. 현재 일반에 배포되는 에너지 절약 관련 안내서나 포스터, 리플릿 등 일방적으로 전달하는 방식에서 벗어나 에너지 절약에 대한 메시지가 시민의 실천으로 이어질 수 있도록 노력했다.

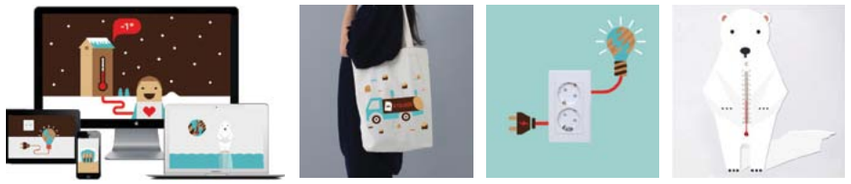
일반적으로 지속가능성을 정의할 때 자원절약, 재활용, 에너지 절약은 특히 중요하게 거론되는 전략들이다. 그중에서도 최근 에너지 수급에 비상이 걸리는 상황이 빈번하게 발생하면서 에너지 효율과 관리, 절약은 지속가능성을 위한 필수 과제가 되었다. 특히 한국은 경제협력개발기구(OECD) 국가 가운데 온실가스 배출량 증가율 1위에다 지구온난화 속도가 세계 평균 속도에 비해 2배 이상 빠르다. 또 공급에너지의 96%를 해외 수입에 의존하고 있어 신재생에너지 등 국내 생산에너지는 미약한 수준으로 에너지 안보에 매우 취약한 상황이다. 실제로 서울시는「원전 하나 줄이기」정책을 추진하고 있다. 하지만 시민들이 에너지의 '절약'하기 위해서는 '불편'을 겪어야 하는 탓에 에너지절약에 대해 소극적이거나 지속되지 못하는 실정에 대한 대책이 필요하다.

따라서 개발 사업에서는 에너지 사용과 절약에 대한 리서치 및 연구를 통해 객관적인 자료를 확보한 후, 리서치 결과를 한눈에 알아볼 수 있는 '체감지표 인포그래픽'과 '에너지 절약 카피'를 개발했다. 개발된 내용은 기존의 일반적인 설명이 아닌 알기 쉬운 그래픽으로 구성되었으며 돈, 시간, 에너지 등의 이미지를 사용해 환경 문제의 심각성을 알리고 있다.

이 연구는 특별히 에너지 절감이 필요한 콘텐츠를 선정하는 데 시민의 의견에 귀를 기울였다. 1차로 현재 시급하게 개선돼야 할 에너지 과제를 선정한 후 에너지 절약 실천 체감지표 인포그래픽 개발을 위한 선호도 조사 설문을 2012년 9월 18일부터 4일간 시행했다. 이를 통해 에너지 절약 행동 지침을 안내하고 교육하는 그래픽 15종을 개발했으며, 개발된 그래픽은 디자인서울 홈페이지를 통해 누구나 무료로 다운받아 사용할 수 있도록 했다. 또한 이 그래픽은 교육현장, 사무실 등 일상생활 속에서 다양하게 쓰일 수 있는 활용 방안도 함께 제시하고 있다.



[그림 4-25] 에너지 절약 인포그래픽 개발 디자인



[그림 4-26] 에너지 절약 인포그래픽 활용방안

(2) 빛공해 해소

서울의 밤은 무분별하게 설치된 도시조명으로 인해 수면장애와 생태계 교란 등의 환경문제에 봉착했다. 이뿐 아니라 에너지 과다사용, 이산화탄소 증가 등 빛공해 문제로 인하여 많은 어려움을 겪고 있다. 따라서 서울시는 시민안전, 야경의 정체성 개선, 생태계 보호, 에너지 절약이 가능케 하는 종합 추진계획을 세워 사업을 추진하고 있다.

여기서는 빛공해를 해소하기 위해 시행 중인 「빛공해 해소를 위한 연구」, 「조명분야 국제도시 협력사업 강화」, 「서울특별시 좋은빛상 시상」, 「빛환경 개선 사업」 등 여러 사례들을 살펴보며 서울시의 지향점을 파악해 본다.

○ 빛공해 해소를 위한 대책 수립 및 연구

빛공해 문제를 해결하기 위해서는 서울의 야경에 대한 정확한 분석이 선행되어야 한다. 이는 현재 상태를 제대로 파악해야 각 문제에 맞는 해결책도 계획할 수 있기 때문이다. 서울시는 정확한 빛공해 분석을 통해 「빛공해 해소를 위한 종합 계획」을 비롯해 「스마트 조명도시 구축계획」, 「서울 한양도성 경관조명 관리방안 개선」 등의 실제 가이드라인을 수립했다.

- 빛공해 해소 종합대책

빛공해 해소 종합대책은 「서울특별시 빛공해 방지 및 도시조명관리조례」와 2012년 2월 1일 제정된 『인공조명에 의한 빛공해 방지법』과 관련된 빛공해 해소 방안을 마련하고자 진행되었다.

현재 서울에는 경관조명 2만4천417개, 도로조명 23만4천663개를 포함해 전체 182만48개에 이르는 조명이 있다. 최근 2년간 빛공해로 인한 민원이 2,260건에 달할 정도로 빛공해 문제는 심각한 수준이지만 서울시는 옥외조명 전담 관리부서가 없어 현황파악 등의 관리가 전혀 진행되지 못했다. 따라서 정확한 조명 현황과 문제점을 파악하고 이를 개선하는 해결책을 마련하고자 종합대책을 마련했다.

이 사업은 2012년 1월부터 12월까지 1년에 걸쳐 진행되었으며, 빛공해 해소에 대한 종합대책 수립이 주요 내용이었다. 연구에 따르면 그동안 서울시는 빛의 밝기에 대한 규정이 없어 조명이 더 밝고 현란하게 경쟁적으로 설치되어 왔다. 따라서 서울시의 야간 옥외 조명 휘도는 국제기준과 대비하여 2~5배가 높았고, 이로 인해 눈부심을 유발했다. 또 규율 없는 조명의 설치로 인체, 생태계, 천체관측 뿐 아니라 에너지 효율, 안전사고 등의 다양한 문제가 발생했었다. 이 연구에서는 이러한 문제 해결을 위해 녹지, 건축물, 스카이라인 등 빛의 위계를 설정하고, 시민의 건강과 생태계를 보호하기 위한 해소 방법을 수립했다.

[표 4-13] 빛공해의 피해 종류

종류	피해 내용
인체 영향	생체리듬 변화, 불면증, 암 발생
생태계 영향	동·식물의 번식률 및 생장 저하
천체 관측장애	세계인구의 2/3는 별을 볼 수 없음
에너지 효율	에너지 낭비, 이산화탄소 과다배출
안전사고 발생	눈부심 등 교통 환경 불량
도시 야간경관	밤이 혼란스럽고 정체성 상실

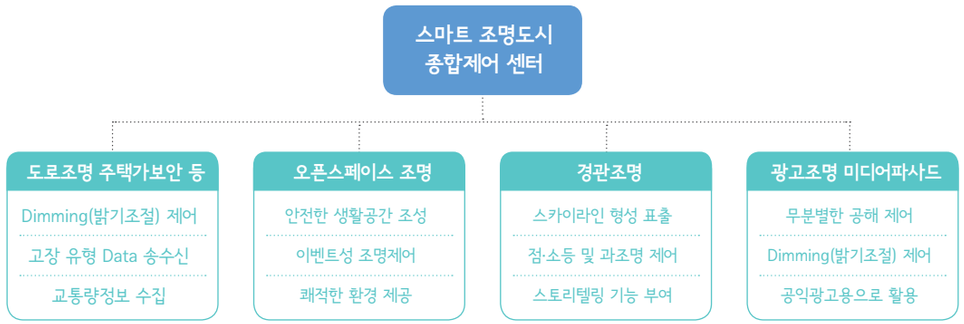
대책 연구의 결과에 따라 몇 가지 추진계획이 수립되었는데, 그 내용으로는 첫 번째 「빛공해 방지 인프라 구축」이 있다. 빛환경을 측정하고 분석하여 데이터베이스를 구축하고, 도시조명을 구성하는 외부조명과 IT 기술을 접목하는 「스마트조명도시 구축」 등의 방법이 여기에 해당한다. 그리고 도로조명을 LED로 교체, 눈부심을 덜하게 하는 방법도 모색되었다. 두 번째는 서울의 빛 정체성을 확보하는 방안이 제시됐는데, 여기에는 서울의 야경지도를 형성하기 위한 구체적인 방법과 조명 빛 문화를 특화할 수 있는 한강변, 남산타워, 서울성곽 등에 조명을 특화해 테마와 스토리텔링이 있는 공간을 조성한다는 계획이다. 이외에도 주택가 보행조명 시범 개선, LED 조명 실행 계획 등의 안이 나왔으며, 구체적인 방안은 2012년부터 시행되었거나 이후에 지속적으로 시행할 예정이다.

- 친환경 스마트조명도시 구축

「친환경 스마트조명도시 구축」 사업은 빛공해 해소를 위한 DB 구축의 일환으로 진행되었다. 이는 목적이나 영역에 맞지 않는 무분별한 조명의 사용과 비효율적인 빛 에너지 낭비를 관리하기 위하여 체계적인 조명 시스템을 고안하기 위한 연구로 에너지 절감은 물론 빛의 효율적인 이용에도 도움을 줄 수 있다. 연구를 통해 서울시에 있는 가로등, 보안등, 공원등, 간판등, 미디어파사드 등 총 132만 개의 등을 제어하기 위한 방법을 도출하게 될 것으로 기대하고 있다. 점등 및 소등, 계절별 · 시간대별 · 날씨별 밝기 조절 등을 일괄적인 조명 제어 방법을 통해 빛공해 해소는 물론이고 에너지 절약 및 도시의 야간경관 개선의 효과도 얻을 수 있을 것이다.

이 연구는 「원전 하나 줄이기 종합대책」의 일환으로 추진된 사업이다. 2012년 2월 종합대책에서 실행 사업으로 선정된 후, 같은 해 3월 '스마트조명도시 서울 구축 전문가 워크숍'을 개최해 사업의 타당성과 방향을 결정했다. 여기서는 학계, 기관, 업계 전문가 12명이 참석한 가운데 스마트

조명도시 구축에 대한 발표 및 토론을 통해 진행되었다. 이후 4월부터 10월까지는 실제 사업 진행을 위한 과업 내용서를 작성하는 등 발주 준비와 예산 확보를 협의했다. 2013년에는 발주와 용역을 통해 실제 연구를 진행할 예정에 있다. 앞으로 연구를 통해 스마트 조명도시를 만들기 위한 도로조명과 주택가 보안등, 오픈스페이스 조명, 경관조명, 광고조명과 미디어파사드 등의 실제 조명 계획이 진행될 예정이다.



[그림 4-27] 스마트조명도시 연구 내용

- 서울 한양도성 경관조명 관리방안 개선(안)

서울 한양도성 경관조명 관리방안 개선계획은 성곽 경관조명 시설 및 유지관리방안을 개선해 보다 품격 있는 성곽의 야간 빛 경관을 유지하고자 계획되었다. 그리고 이를 통해 서울 성곽을 관광자원화하여 유네스코 문화유산으로 등록하는 데 기여하고자 한다.

서울 한양도성의 경관조명은 2005년 성북지구를 시작으로 8개 지구, 8.5㎞에 걸쳐 2,232개의 등을 설치했다. 그러나 예산 · 인력 · 시설개선 등 관리 실태가 미흡하여 제대로 된 시설물관리 개선이 어려웠다. 따라서 이러한 문제점을 해결하고, 추후 시설 유지보수에 도움이 되는 체계적인 계획을 수립했다.

한양도성 경관조명은 성북, 삼선, 동숭, 광희, 장충, 남산, 청운, 남산 등 8개 구간에 걸쳐 2005년 3월부터 2009년 10월까지 설치되었는데, 2010년부터는 연중 1회 관리되고 있다. 성곽조명 설치는 시작부터 약 6년이 경과하면서 시설 노후 및 부점등 문제가 발생하고 있으며 비전문 인력의 배치로 관리가 어려운 상태다. 이와 함께 주변 광원과의 부조화와 색온도 불일치의 문제가 발생해 기본 조명 콘셉트가 훼손되었고, 산책객들에 의한 시설물의 손괴 및 보수의 지연으로 인한 다양한 문제가 발생했다.

[표 4-14] 한양도성 경관조명 실태

지 구	구 간	준공일	경과년수	설치연장 [m]	분전함 [면]	등 수	부하전력 [KVA]
계				8,857	28	2,232	351
성북지구	숙정문 ~ 혜화문	2005.12.30	6년 3월	1,080	4	350	89
삼선지구	혜화문(동소문)좌·우측	2009.10.30	2년 5월	979	3	304	46
동숭지구	혜화문우측 ~ 흥인지문	2008.01.30	4년 2월	1,051	5	300	34
광희지구	광희문남측(광희문)	2006.06.30	5년 9월	129	1	40	8
장충지구	장충체육관 ~ 남산동측	2008.12.30	3년 3월	1,053	3	256	45
남산지구	남산동측 ~ 남산서측	2008.01.30	4년 2월	1,296	5	326	50
청운지구	돈의문북측 ~ 창의문	2008.12.30	3년 3월	825	2	189	31
삼청지구	창의문 ~ 숙정문	2008.12.30	3년 3월	2,144	5	467	48

따라서 이 계획에서는 실태와 문제점들을 분석하고 이에 적절한 해결책을 제시했다. 현재 시설 · 점검 · 인력 · 자료 · 예산과 관련된 관리개선방안이 수립된 상태이며, 조명관련 기술 용역을 위한 타당성 심사까지 완료되었다. 추후 이 계획안을 토대로 전문 인력을 배치하고, 연 3회 관리 · 점검 등의 조명 관리가 이루어질 계획이다.



성북지구 점등 모습



동숭지구 경관조명

[그림 4-28] 서울 한양도성 경관조명 조성

○ 조명분야 국제도시 협력사업 강화

서울시는 국제도시조명연맹(LUCI, Lighting Urban Community of International) 집행도시로서 총회 등 각종 행사에 참석해 도시 조명에 대한 국제도시 간에 정보를 교류하고 이를 조명 정책실행에 활용하고 있다.

국제도시조명연맹은 도시조명 발전을 위해 회원도시 간 국제적인 네트워크를 구성해 비전, 성공 사례, 그리고 기술 등을 공유하기 위해 설립되었다. 이 연맹에는 총 36개국 66개 도시가 회원으로 등록돼 있으며, 서울시는 2007년 9월 회원도시로 가입해 협력관계를 유지하고 있다.

서울시는 2012년 11월 콜롬비아 메데진시에서 열린 국제도시조명연맹 연례총회에 참석했다. 이 회의에서는 신임 집행도시, 회장, 부회장을 선출했고 2012년 연맹 운영보고와 새로운 조명기술에 대한 논의가 있었다. 특히 2013년 연례총회 장소로 중국 광저우를 선정했는데, 서울시도 오는 2015년 행사를 개최하기 위한 계획을 추진 중이다. 또한 전 세계 17개 도시에서 작품을 출품하여 경합을 벌인 국제도시조명상(도시, 사람, 빛) 시상식도 열렸으며, 이어 세계 여러 나라의 다양한 도시 조명계획과 실험 사례 발표인 스피드 네트워킹 발표가 있었고, 서울시는 '빛을 통한 도시가치 재창조'를 주제로 중장기 조명사업계획에 대해 발표했다. 이러한 연맹 활동과 연례행사 참여로 인해 서울시는 해외 조명 도시들과 돈독한 네트워크를 만들어왔으며, 조명에 관련된 다양한 선진 기술을 받아들이고 있다.





[그림 4-29] LUCI 연례총회 서울시 발표

○ 서울특별시 좋은빛상 시상

서울특별시 좋은빛상은 시민과 자연보호를 위한 생명의 빛 형성에 현저한 공로가 있는 분야별 인사를 선발하고 우수사례를 확산 · 장려하고자 추진된 사업이다. 좋은빛상 시상은 인공조명의 개선을 통해 서울의 밤환경을 빛공해로부터 벗어나 안전하고 아름답게 형성하는 데 도움을 주고, 시민의 삶의 질을 높이는 데 기여할 것으로 기대하고 있다.

좋은빛상은 2012년 처음 개최되어 학술, 제조, 설계, 시공 등 4개 분야를 공모했으며 대상 1팀, 최우수상 3팀, 우수상 4팀, 즉 총 8팀을 선정해 시상했다. 우선 학술 분야는 빛공해 분야의 학문을 저술하거나 세미나를 개최한 공로자를 시상했다. 제조 분야는 기능적인 등기구를 개발 · 제조하여 빛공해를 최소화한 기업체 및 연구자를 선정했다. 이외에도 설계 분야에서는 시민 건강과 환경을 배려해 좋은빛 환경을 형성한 설계사 및 설계자, 시공 분야에서는 주변 환경을 고려해 공공성과 안전성을 지킨 사업체 및 시공자를 시상했다.

작품 선정은 각계의 전문가로 구성된 7명의 심사위원이 엄격한 심사를 거쳐 총 18개의 공모 작품 중 수상작을 선정해 이뤄졌다. 추후 대상과 최우수 수상자는 서울특별시 빛공해방지위원회 위원으로 추천되거나 서울시 발주 경관조명 설계 제안서평가 등 심사위원으로 추천될 예정이다. 또한 수상작은 빛공해방지 홍보자료로 활용하고, 조명관련 학술지를 비롯해 신문과 잡지 등에 게재할 것이다.



시공 최우수상 : 삼성엔지니어링 글로벌센터



시공 우수상 : 숭실대학교



설계 우수상 : 창덕궁



제조 우수상 : 우이천

[그림 4-30] 2012 서울시 좋은빛상 수상작

○ 빛환경 개선 사업

서울시에서는 빛환경 개선을 위해 여러 연구, DB 구축, 시상, 네트워크 구축 등의 노력을 기울여왔다. 이와 함께 실제로 환경개선을 위하여 진행된 사업으로 「주택가 빛환경 개선」과 「LED 조명 빛환경 적정성 검토 시범운영」이 있다.

- 주택가 빛환경 개선

주택가 빛환경 개선은 안전에 취약한 주택가 골목길의 기준조도를 높이고 창가로 향하는 빛공해를 차단해 안전보행을 확보하고, 수면장애를 해소하기 위해 진행되었다. 주택가 골목길은 특히 심야에 위험하기 때문에 조명 개선을 통해 부녀자들이 안심하고 다닐 수 있는 환경을 조성하고자 했다.

주택가 빛환경 개선은 지역에너지 절약사업의 일환으로 국고 보조금으로 운영되었다. 이 사업의 추진 내용으로는 2012년 5월에 주택가 친환경 LED 보안등 개선 방침이 수립되었고, 7월에는 지역에너지 절약사업 국비 우선집행계획 방침이 결정되었다. 골목길의 가로등을 LED보안등으로 교체하면 3~5룩스 정도인 가로등 조도를 5~10룩스로 2배 더 밝게 개선할 수 있으며 이를 통해 안전은 강화되면서 동시에 에너지는 30~60% 절약할 수 있다.

이러한 기본 방침을 바탕으로 성동구, 강북구, 은평구, 강서구, 영등포구, 송파구 등 6개 서울시 내 자치구에 있는 1,900개 나트륨보안등을 LED 보안등으로 교체 완료했다. 앞으로 주택가의 빛환경 개선을 위해 기존 등을 LED등으로 계속해서 확대할 계획이다. 2013년에는 9,400개, 2014년에는 11,000개로 LED등 설치 개수를 점차 확대하여 에너지 절감의 폭도 430TOE로 증가할 것으로 기대하고 있다.

[표 4-15] 주택가 빛환경 개선 계획

구분	계	2012년	2013년	2014년	2015년 이후
보안등 개선(수량/등)	226,500	3,300	6,600	6,600	약 210,000
에너지절감(TOE/년)	14,755	215	430	430	13,680



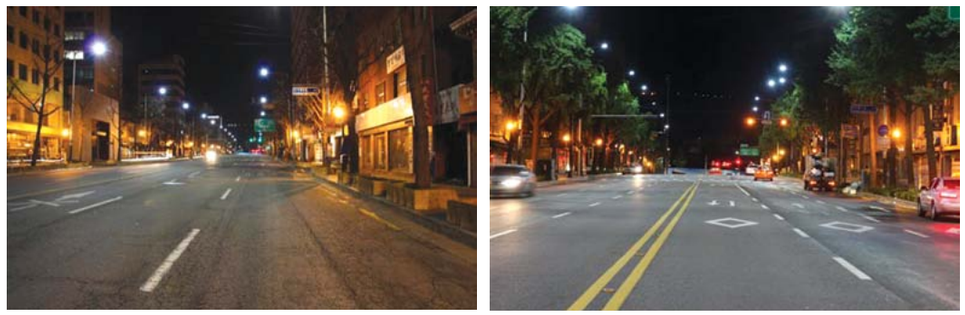
기존 : 나트륨 100w, 붉은색 계열　　개선 후 : LED 50w, 온백색 계열

[그림 4-31] 주택가 빛환경 개선 결과

- LED 조명 빛환경 적정성 검토 시범운영

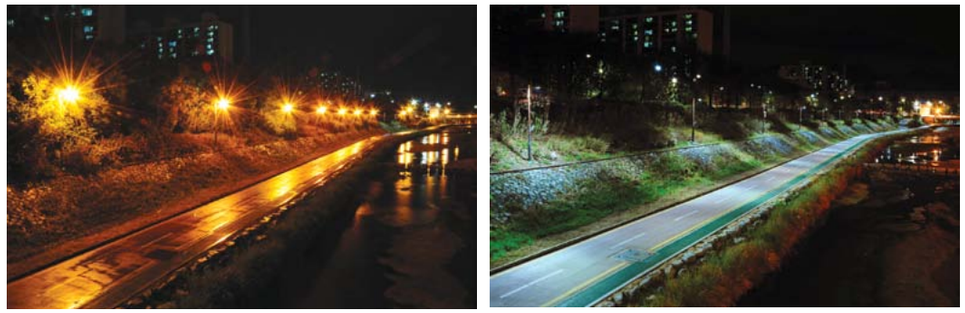
LED 조명 빛환경 적정성 검토 시범운영 사업은 도로조명과 산책로 조명을 LED 광원으로 시범적으로 교체, 서울의 지속가능한 녹색성장을 도모하고 좋은 빛 구현을 통해 서울의 밤 환경을 개선하고자 추진된 사업이다. 2011년 3월부터 2012년 7월까지, 4곳의 도로와 우이천을 시범 운영 구간으로 정해 진행했다. 기존의 메탈램프와 나트륨램프를 수명이 길고 에너지 소비도 적은 LED로 교체함으로써 조도를 높이는 동시에 소비전력을 절약하는 효과를 얻었을 수 있었다.

우정굴로와 서소문로, 양화로, 통일로 등 4개 도로에는 각 20개의 메탈램프를 LED 광원으로 교체했다. 또 우이천변 나트륨램프 202개는 LED등으로 전체 교체되었다. 도로조명을 LED로 교체함으로써 기존에 비해 18~57%의 소비전력 절감 효과를 얻었으며, 산책로 조명은 67%의 전력을 절감할 수 있었다.



기존 : 방전관 250W 조명 점등　　시범 : LED 141W 조명 점등

[그림 4-32] LED 도로조명 시범사업



기존 : 방전관 NA 250W 조명 점등　　시범 : LED 75W 조명 점등

[그림 4-33] LED 산책로조명 시범사업

4.3 주요성과와 전망

서울시는 도시 어메니티 강화를 위해 2012년 한 해 동안 시민과 함께 하는 주거환경개선 디자인, 디자인을 통한 쾌적한 도심환경 만들기, 생태계 보존을 위한 디자인 솔루션 전략에 따른 사업을 수행했다.

「서울골목디자인 프로젝트」는 서울 골목의 가치와 시민들의 삶을 발견하고 서울시의 디자인 자산을 발굴하기 위한 사업으로 연구와 조사, 창신동 시범사업, 골목 · 저층 주거 서비스디자인 툴키트 제작을 완료했다. 이 프로젝트는 2013년에도 지속하여 '국제골목 컨퍼런스'를 개최하고 서울 골목의 가치를 전파 · 혁신하기 위해 노력한다. 「주민참여형 마을경관가꾸기」는 2011년에 완료된 시범사업을 이어서 2012년에는 사업대상지로 관악구 서림동과 구로구 개봉3동을 선정하고 2013년부터 본격적인 경관가꾸기 공사에 착수한다. 마을공동체에 활기를 불어넣고 다수의 방문객을 모았던 시범사업의 결과처럼 2013년에도 성공적인 마무리를 기대한다.

「서울형 시각정보체계 기본연구」는 서울시의 시각정보를 통합 · 조직화하는 방향으로 2013년에 후속연구를 이어간다. 「공공시설물 표준형디자인 개발」과 「공공시설물, 광고물 수준 향상」, 「간판디자인 개선」은 서울시의 이미지로서 공공디자인의 수준을 높이고 통일성 있는 서울의 경관을 구축하는 데에 꾸준한 노력을 이어가고 있다.

「빛공해 해소」 사업은 서울시의 빛공해를 해소하기 위한 종합대책 연구와 DB 구축, 좋은빛상시상, 주택가 빛환경 개선 등 2012년의 다양한 사업을 2013년에도 지속할 것이다.

서울시가 2007년부터 추진한 공공디자인 관련 사업은 쾌적한 도심환경을 조성하고 서울의 이미지를 정립 · 개선하기 위해 앞으로도 계속될 것이다. 시민들이 살고 있는 주거환경 또한 주민들과 함께하는 개선사업과 그림이 있는 마을 골목 만들기 등으로 지속 · 확대해 서울디자인을 통한 도시 어메니티는 더욱 강화할 전망이다.

05 장

서울디자인 소통

5.1 시민 소통
1) 2012 서울디자인 소통
5.2 국내외 교류와 협력
1) 국내 협력기관 현황
2) 해외 협력기관 현황
5.3 주요성과와 전망

5.1 시민 소통

시민과의 소통은 정책을 수립하고 실행하는 과정에서 매우 중요한 전략 중 하나다. 정책을 마련하거나 공공사업을 추진하는 데 있어 시민의 참여가 정책의 성패를 좌우하는 중요한 요인으로 부상하면서 시민의 참여와 역할은 더욱 증대되고 있다.

전통적으로 정책과 공공사업의 결정 과정은 정부 주체의 단일적 주도가 대부분이었다. 일방적 구조는 주체자의 가치판단이 포함되어 본질적으로 객관적일 수 없고, 주체자의 가치와 이해관계에 좌우될 수밖에 없는 단점이 있다. 결과적으로 이러한 방식은 시민의 입장과 의견을 반영하지 못하고 시민으로서 자주성을 상실시킨다. 결과 또한 여러 가지 약점을 가진 정책 집행구조라는 비판이 있었다.

이러한 문제점을 해소하기 위해 최근에는 정책 수립과정을 정부의 주도로 결정되는 하향식이 아닌 다양한 이해당사자들이 참여하는 상향식으로 전환하는 노력이 시도되고 있다. 정부에 의해 결정되던 기존의 정책 수립과정에 각계각층의 주체들도 참여 가능한 환경을 구축하는 것이다.

서울시의 디자인 정책이 막 시작됐을 때에는 시민의 공감을 얻기가 쉽지 않았다. 처음 도입된 디자인 정책이 시민에게 생소할 뿐만 아니라 디자인 공공사업에 대한 인식 확산, 공감대 형성을 위한 기반 자체도 미흡했기 때문이다. 서울시 디자인 정책의 초기에는 디자인 정책을 지원하고 참여할 디자인학계와 학회, 기업 등 디자인전문가를 결집할 수 있는 기반도 아직 취약하였고 활동도 미미하였다.

그리하여 서울시는 2007년부터 디자인 전문가로 구성한 '서울디자인위원회'를 운영해 서울 공공디자인 정책에 대한 자문을 받으며 공공디자인의 기반을 구축했다. 또한 시민이 참여하는 공공디자인 공모전을 실시하고, 2008, 2009년 「서울디자인올림픽」, 2010년 「서울디자인 한마당」 개최를 통해 디자인문화를 확산하는 데에 노력을 기울였다. 그리고 본격적으로 '시민고객을 배려하는 디자인'을 정책 비전으로 삼아 시민과 밀접한 서울디자인 정책을 도입하여 디자인에 대한 인식과 공감을 확대시키고자 했다.

서울시는 시민과 디자인 전문가, 서울시를 함께 잇는 네트워크를 구축하기 위해 노력했다. 시민과 전문가로 구성된 '디자인서울 모니터단'은 디자인서울의 실효성을 평가하고 개선점을 건의하는 활동을 현재까지 지속하고 있다. 이처럼 서울시는 시민과 전문가, 공공기관이 긴밀하게 연결된 네트워크를 통해 각계각층의 목소리를 듣는 채널을 확보하고 이러한 소통 행정을 통해 시민 밀착형 디자인 정책을 시도했다.

서울시의 시민 소통의 목적은 결국 디자인을 일상 속의 보편적 가치로 자리 잡게 함으로써 시민 삶의 질 향상을 도모하는 것이다. 서울시가 시민과 전문가를 잇는 네트워크를 구축하려 했던 노력은 2012년부터 본격적인 형태를 갖추었다. 현재 서울시는 시정 운영에 있어 시민과의 소통을 기본으로 다루고 있다. 투명한 절차를 통해 신뢰를 얻고, 시민의 입장에서 시민을 중심으로 하는 일관된 기조로 시정을 운영하겠다고 밝힌 서울시는 정책 수립과정에서 무엇보다 시민의 참여와 소통을 근간으로 한다.

서울시가 시민이 일상생활 속에서 시정을 함께 이끌어가고, 시민 모두의 존엄한 삶이 보장되는 희망서울의 뜻을 담아 '함께 만드는 서울, 함께 누리는 서울'을 새로운 비전으로 설정한 만큼 이를 실현하는 데에는 '소통'이 가장 기본이 된다. 박원순 서울시장은 2012년 신년사에서 "여러분의 참여 속에서만 시민 중심의 서울 시정, 함께 만들고 함께 누리는 서울시가 만들어집니다."라며 참여와 소통을 거듭 강조했다.

서울시는 시민의 목소리를 듣기 위해 많은 노력을 기울이고 있다. 그중에서도 시장과 함께하는 시민토론회 「청책토론회」는 현장의 다양한 시민 의견을 정책 결정 과정에 담아내어 시민과의 소통 시정을 실현하고 있다. 청책토론회는 2011년 11월 26일 청책워크숍 '서민이 따뜻하게 보낼 수 있는 겨울 만들기'를 주제로 시작됐다. 이후 '시민이 사랑하는 DDP 만들기', '시민이 즐겁고 동물이 행복한 서울대공원 만들기' 등 2012년 12월까지 총 45회에 걸쳐 시민의 목소리에 귀를 기울였다. '청책'이란 시민의 목소리를 듣고(聽) 정책(策)에 담는다는 의미이다. 정책수립자가 정책의 기본방향을 시민들에게 설명하고 직접 의견을 수렴해서 정책에 반영하는 것이 청책토론회의 핵심이다.

서울시는 온라인을 활용한 시민 소통 활동도 활발히 진행하고 있다. 대표적으로는 서울시의 행정정보를 공개하고 공유할 수 있는 '정보소통광장'과 시민이 직접 정책을 제안하고 발전시키고 평가를 할 수 있는 시민제안 사이트 '천만상상 오아시스'가 있다. 서울시가 SNS를 활용하여 만든 채널만 해도 44개(트위터 31, 페이스북 7, 미투데이 4, 블로그 2)에 이른다. 이렇게 다양한 채널을 통해 서울시는 시의 정보를 폭넓게 제공하고 실시간으로 시민의 의견을 듣고 있다.

또한 서울시는 디자인 정책에 대한 시민의 목소리를 듣기 위해 지속적으로 노력해왔다. 서울디자인위원회는 「서울시민디자인위원회」로 개칭되어 현재까지 유지 중이며, 「디자인서울 모니터단」도 서울 공공디자인 정책에 대한 의견을 꾸준히 반영하고 있다. 온라인 매체를 통해서도 정보를 공개하고, 시민의 의견을 적극적으로 수용하고자 노력했다. 서울시 디자인의 각종 정보를 시민들이 편리하게 접근하여 소통하는 것을 목표로 웹사이트와 SNS를 운영하고 있다.

이처럼 서울시는 '시민과 함께 더불어 창조하는 문화도시 서울', '시민과 함께 만들고 누리는 시민디자인'을 실현하기 위해 시민과 소통하는 디자인 정책을 원칙으로 소통 활성화에 앞장서고 있다.

[표 5-1] 서울시와 서울디자인의 대표 온라인 소통창구

운영	구분	명칭	주소
서울시	웹사이트	서울특별시	www.seoul.go.kr
		정보소통광장	gov20.seoul.go.kr
		천만상상 오아시스	oasis.seoul.go.kr
		디자인서울	design.seoul.go.kr
	SNS	소셜미디어센터	social.seoul.go.kr
		서울마니아	www.twitter.com/seoulmania
		서울시	www.facebook.com/seoul.kr
		서울시해치군	me2day.net/haechiseoul
		서울마니아	blog.seoul.go.kr
		솥	sott.seoul.go.kr
		해치군의 서울나들이	blog.naver.com/haechiseoul
(재)서울디자인재단	웹사이트	(재)서울디자인재단	www.seouldesign.or.kr m.seouldesign.or.kr
	SNS	공식 트위터	www.twitter.com/designseoul_kor
		페이스북	www.facebook.com/designseoul
		블로그	www.designseoul.or.kr
		미투데이	me2day.net/designseoul
디자인이.서울을.위해. 무엇을.할.수.있을까?			www.facebook.com/groups/DesignSeoul
서울.디자인 블로그			www.design4seoul.or.kr



[그림 5-1] 서울시 천만상상 오아시스 웹사이트



[그림 5-2] (재)서울디자인재단 페이스북 그룹

1) 2012 서울디자인 소통

정책 주체는 정책과 공공사업의 실행과정에서 시민이 자신의 의견을 개진하고 사업에 참여하며 이후 사업을 평가하는 역할을 할 수 있도록 내용을 공개하고, 적극적으로 시민의 참여와 소통 통로를 보장해야 한다. 서울시는 서울디자인 정책과 공공사업의 실행에 대한 시민과의 소통을 위해 시민의 의견을 '수렴' 하고, 시민이 '참여'하고, 시민이 '평가'하는 서울디자인 정책을 실현하고자 노력했다.

전략은 크게 〈시민이 바라는 서울디자인〉과 〈시민이 만드는 서울디자인〉, 〈시민이 살피는 서울디자인〉이며, 서울시는 각각의 전략에 따라 「디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?」, 「2012 공공시설물 디자인 시민공모전」, 「서울시민디자인위원회」, 「디자인서울 모니터단」을 주요 사업으로 추진했다.

[표 5-2] 2012 소통 영역 서울디자인 사업

구분	전략	주요 사업
수렴	서울시민이 바라는 서울디자인	(1) 디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?
참여	시민이 만드는 서울디자인	(1) 2012 공공시설물 디자인 시민공모전
평가	시민이 살피는 서울디자인	(1) 서울시민디자인위원회 (2) 디자인서울 모니터단

(1) 시민이 바라는 서울디자인

서울시는 시민이 바라는 서울디자인을 듣고, 그 기대를 실현하기 위해 시민 의견을 수렴할 수 있는 소통 통로를 마련했다. 특히 최근 SNS의 활성화는 실시간 정보 교환이 가능한 만큼 (재)서울디자인재단도 이를 적극적으로 활용해 소통의 창구로 활발히 이용하고 있다.

○ 디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?

「디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?」는 (재)서울디자인재단이 마련한 온라인 시민지성 커뮤니티이다. 이름에서도 드러나듯이 디자인이 서울을 위해 할 수 있는 일을 시민에게 묻고 그 의견을 수렴하고자 만들어진 서울디자인 정책의 소통 통로다. 서울디자인재단은 '시민과 함께 만들고 누리는 시민디자인'을 정책비전으로 삼고, 시민의 삶에 직접적인 도움이 되는 시민디자인 사업을 추진하기 위하여 신속하게 시민 의견을 수렴하고 정보를 공유할 온라인 공간을 마련하였다. 페이스북 그룹 「디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?」는 시민과 자유롭게 서울시 디자인에 대한 의견을 교환하고 그 내용을 재단의 사업에 참고자료로 활용하기 위한 목적으로 개설되었다.

「디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?」는 SNS를 활용해 만든 시민 소통의 독창적 사례로 손꼽힌다. 2012년 3월 페이스북에 개설되어 약 10,300명(2012년 12월 기준)이 서울시 디자인에 목소리를 냈다. 재단은「디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?」를 통해 시민과 의견을 공유하고, 시민들로부터 서울디자인 정책과 사업에 대한 아이디어와 재능기부 등을 받고 있다. 또 시민들이 재단의 활동에 직간접적으로 참여 할 수 있는 온라인 환경을 구축하면서 시민이 바라는 서울디자인을 발견하고 있다.

- 온라인 회의 디자인잼(DesignJAM)

디자인잼[37]은「디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?」를 통해 시민들과 72시간 동안 진행하는 온라인 회의이다. 디자인잼은 매회 서울디자인과 관련한 주제에 대하여 문제를 인식하고, 시민들과 다양한 의견을 나누며, 문제를 해결할 수 있는 방안을 공동으로 모색하는 가운데 아이디어를 발굴하기도 한다.

2012년 한 해 동안 디자인잼은 약 60회에 걸쳐 '동대문디자인플라자', '성수동 구두거리', '서울자전거', '지하철' 등 디자인이 서울을 위해 할 수 있는 일들에 대한 시민들의 다양한 의견을 받았다. 재단은 디자인잼에서 도출된 내용을 시민 의견을 대표하는 자료로 활용하고 있다.



[그림 5-3] 페이스북 <디자인잼> 진행 화면

디자인잼은 주제를 선정하고, 진행 내용을 서울디자인 정책과 사업에 반영하기까지 몇 단계를 거친다. 우선 디자인잼의 주제는 전문가 토론과 시민 의견에 따라 선정된다. 시민 의견은 구글 협업문서와 페이스북 설문조사 기능을 활용해 수렴하고 있다. 두 번째로 디자인잼을 통해 나눈 의견들은 티스토리 팀블로그 〈서울.디자인〉에 갈무리되고 페이스북 그룹에서 공유된다.

이렇게 축적된 의견들은 시민을 위한 사회문제 해결 디자인의 아이디어로 활용돼 서울디자인 정책과 사업에 반영하고 있다. 특히 자문위원단과 재단 직원들의 투표(1~2주 단위)로 선정된 베스트 의견은 서울시의 '천만상상 오아시스' 제안으로 등록해 서울시장실과 디자인정책과로 전달하고 있다.

디자인잼을 통해「디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?」는 시민의 의견에 귀 기울이고 서울디자인의 변화를 유도하며, 정책과 사업에 직간접적으로 참여할 수 있는 온라인 소통 통로를 구축하여 서울디자인에 대한 만족도를 높이고자 했다. 더불어 시민들의 아이디어와 재능 기부, 자발적인 후원 프로그램을 연계한 모델을 구축하는 데 활용되는 성과도 얻었다.

[표 5-3] 2012년 DesignJAM 주제와 진행현황

연번	주제목록	기간	참여건수
1	디자인이 서울을 위해 무엇을 할 수 있을까?	03.23~03.27	댓글(23) 좋아요(51)
2	동대문디자인플라자(ㄷㄷㅍ)에 무엇을 담을까?	04.07~04.09	댓글(25) 좋아요(47)
3	성수동 구두거리를 위해 무엇을 할 수 있을까?	04.21~04.24	댓글(142) 좋아요(125)
4	동대문 창의희망시장 이름을 지어주세요.	04.27~05.01	댓글(89) 좋아요(77)
5	디자인은 골목의 삶을 위해 무엇을 할 수 있을까요?	05.01~05.04	댓글(81) 좋아요(65)
6	자전거 도시 서울을 위해 디자인이 할 수 있는 일!	05.07~05.10	댓글(188) 좋아요(76)
7	디자인으로 주민센터를 바꾼다면?	05.11~05.14	댓글(186) 좋아요(87)
8	시내버스를 위해 디자인이 무엇을 할 수 있을까?	05.16~05.19	댓글(114) 좋아요(79)
9	지하철도 디자인으로 바꾸어 볼까요?	05.20~05.23	댓글(58) 좋아요(54)
9A	지하철 역 <시>	06.12	댓글(73) 좋아요(53)
9B	지하철 역 <출구번호>	06.27	댓글(63) 좋아요(63)
10	디자인을 기다리는 택시	05.25~05.28	댓글(100) 좋아요(57)
11	장애인 노약자를 위한 디자인	06.01~06.04	댓글(83) 좋아요(57)
12	페북시민 만명 잔치 - 7.7.7. 디자인잼	06.04~06.07	댓글(171) 좋아요(100)
12A	페북시민 만명 잔치 2	06.12	댓글(14) 좋아요(41)
12B	동대문디자인잼 7.7.7. 잔치	06.27	댓글(40) 좋아요(75)
13	디자인이 도서관을 위해 무엇을 할 수 있을까?	06.08~06.11	댓글(120) 좋아요52)
14	서울 시청 신청사	05.31~06.08	댓글(51) 좋아요(70)

37) '해커톤' 방식을 활용하여 시민들의 생각을 기부 받아 디자인 정책에 반영 가능한 주제를 선정한다.
해커톤(Hackathon)이란, 페이스북의 사내 행사에서 유래된 말로 끝없는 의논을 통해 획기적인 창조물을 기획하는 일종의 회의를 말한다.

연번	주제목록	기간	참여건수
15	용산 국제업무지구	06.03	게시물 삭제
16	서울 초단편 영상	06.04~06.08	댓글(16) 좋아요69)
17	광화문 광장	06.06	댓글(23) 좋아요(38)
18	초중고 디자인 교육과 교과서	06.07~06.13	댓글(117) 좋아요(59)
19	[공공디자인.다시보기] 쓰레기 어떻게 안될까요?	06.08~06.10	댓글(22) 좋아요(47)
20	지하철역사 안전한 플랫폼 디자인	06.10~06.11	댓글(14) 좋아요(33)
21	[공공디자인.다시보기] 사당역 수원버스 기다리는 곳 솔루션은 없을까?	06.10~06.11	댓글(27) 좋아요(34)
22	신용카드 영수증 용지	06.10~06.13	댓글(10) 좋아요(37)
23	다문화가정	06.10~06.13	댓글(12) 좋아요(41)
24	[공공디자인.다시보기] 아파트 어린이 놀이터는 어떤 모습이여야 할까요?	06.10	댓글(35) 좋아요(43)
25	서울이 시작하는 결혼문화	06.10~07.17	댓글(121) 좋아요(73)
26	민간이 운영하는 구급차 시스템	06.11	댓글(6) 좋아요(15)
27	서울의 밤거리 디자인(위험한 술문화 바로잡기)	06.01~06.11	댓글(13/20) 좋아요(37/20)
28	전봇대 디자인	06.12	댓글(20) 좋아요(19)
29	투표율을 높이는 디자인	06.12~07.03	댓글(51) 좋아요(52)
30	[공공디자인.다시보기] 길거리 전단지가 범죄를 높이고 있는 것은 아닐까요?	06.12	댓글(6) 좋아요(23)
31	전통시장 활성화 디자인	06.13~06.14	댓글(38) 좋아요(46)
32	Clean city law	06.14~06.16	댓글(12) 좋아요(16)
33	디자인 실명제 해보면 어떨까요?	06.15~06.18	댓글(43) 좋아요(73)
34	디자인이 할 수 있어요! Design Can Do	06.16	댓글(56) 좋아요(105)
35	재능기부 가이드라인	06.19	댓글(49) 좋아요(66)
36	서울 관련 자료의 정보디자인 프로젝트	06.19~06.28	댓글(105) 좋아요(92)
37	디자인이 서울의 간판문화를 위해 어찌해야 할까요?	06.22~07.15	댓글(64) 좋아요(47)
38	막가는 지하철 광고	06.23~07.24	댓글(8) 좋아요(17)

연번	주제목록	기간	참여건수
39	디자인이 원전하나 줄이기를 위해 무엇을 할 수 있을까?	06.26~07.04	댓글(197) 좋아요(70)
40	디자인이 동네병원을 위해 무엇을 할 수 있을까?	07.03~07.04	댓글(40) 좋아요(78)
41	페이스북 논의주제 처리현황 공개	07.06	댓글(44) 좋아요(58)
42	경복궁역 일대 간판 정비 사업	07.06~10.11	댓글(93) 좋아요(86)
43	서울이 다른 도시를 위해 무엇을 도울 수 있을까?	07.09~07.12	댓글(69) 좋아요(55)
44	디자인이 공원을 위해 무엇을 할 수 있을까?	07.12~07.14	댓글(105) 좋아요(50)
45	서울의 타이포그라피 어떻게 하면 더 좋아질 수 있을까요?	07.17~07.19	댓글(45) 좋아요(46)
46	디자인 공모전 이대로 좋은가?	07.19	댓글(11) 좋아요(28)
47	디자인이 학교를 위해 무엇을 할 수 있을까?	07.25	댓글(63) 좋아요(68)
48	디자인 불공정거래 해결 디자인 표준계약서	08.11~08.13	댓글(20) 좋아요(51)
49	건물 옥상을 위한 디자인	08.02~08.20	댓글(52) 좋아요(78)
50	디자인잼 첫 컨퍼런스	08.09	댓글(48) 좋아요(59)
51	정보디자인 워크숍	08.19	댓글(36) 좋아요(25)
52	디자인이 할 수 있어요! Design Can Do 워크숍 -골목을 위해	08.16~10.31	댓글(65) 좋아요(57)
53	'디.서.무'를 위해 무엇을 할 수 있을까?	09.25~10.04	댓글(29) 좋아요(48)
54	디자인잼 벙개2 한글날 입고 너울너울?	10.03	댓글(58) 좋아요(77)
55	[골목을.보라] 서촌 답사	10.03	댓글(90) 좋아요(44)
56	말하는.스무살 - 젊은 생각을 말할 수 있게 잠시 비워두는 페이스북	10.12~10.13	댓글(12) 좋아요(64)
57	자살 방지를 위한 디자인	10.19~10.23	댓글(35) 좋아요(134)
58	디자인이 청년의 삶을 위해 무엇을 할 수 있을까?	10.26~10.30	댓글(33) 좋아요(139)
59	디자인이 공유도시를 위해 무엇을 할 수 있을까?	11.20	댓글(9) 좋아요(27)
60	디자인이 인권을 위해 무엇을 할 수 있을까?	12.11	댓글(3) 좋아요(19)

- 시민 의견의 반영

서울디자인재단은 디자인잼을 통해 수렴한 시민 의견을 반영해 사업을 실행했다. 그것이 바로 「동대문봄장」과 페이스북 시민 참여 1만 명 잔치인 시민어울림마당 「동대문 디자인잼 7.7.7.」, 디자인 워크숍 〈친절한.서울씨〉와 〈Design.CanDo〉이다. 그 외에도 시민서비스디자인 사업과 관련해 「성수동 구두산업 활성화」, 「범죄예방 디자인 프로젝트」, 「서울골목디자인 연구」, 「전통시장기능 활성화 디자인」에 대한 의견을 적극적으로 수렴했다.





[그림 5-4] <Design.CanDo> 워크숍

2012년 3월부터 9월까지 동대문역사문화공원에서 진행된 「동대문봄장」은 이름부터 디자인잼을 통해 공모한 시민의 아이디어로 진행됐다. 이는 동대문쪽방상담센터 등과 연계하여 더욱 확대되었다.[38]

[표 5-4] 시민 의견이 반영된 사업

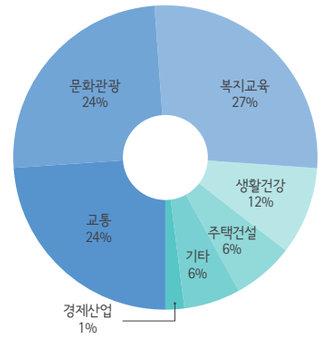
프로그램명	활동장소	일자	세부내용
동대문봄장	동대문역사문화공원	2012년 3월~9월	<동대문디자인플라자&동대문역사문화공원>의 콘텐츠를 공유하고 시민과 적극적으로 소통하기 위해 진행된 시민참여 프로그램
친절한.서울씨	서울디자인지원센터	2012년 5월	대상 별로 간판, 사인체계와 같은 정보디자인을 재구성하여 시각자료로써 활용방안을 모색하는 워크숍
디자인잼 7.7.7.	동대문역사문화공원	2012년 7월	페이스북 1만 명 회원 가입일인 7월 7일 7시에 시민 300여 명이 실제로 모여 원탁 테이블 토론을 실시 서울시장 참석 아래 소통과 정책을 논의하며 실시간으로 투표와 리서치를 진행
Design.CanDo	강남트렌드센터 서울디자인지원센터	2012년 8월	'디자인이 할 수 있어요' 라는 착한 디자인 워크숍, 공공 디자인, 서비스 디자인 등 장애인, 노약자, 저개발 국가 들이 필요한 문제점을 분석하여 디자인 모델 개발을 논의

38) 「동대문봄장」에 대한 자세한 내용은 제6장 DDP 323쪽 참조

- 페이스북 100선

페이스북 100선은 「디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?」를 통해 진행된 디자인잼과 시민들의 자유의견 중 가장 활발히 토론된 주제 안에서 실현가능성이 높은 제안들을 선정한 목록이다.

주제 분야별 구성분포를 살펴보면, 시민들의 일상생활과 밀접한 교통, 복지교육 분야가 디자인이 서울을 위해 할 수 있는 일이 상대적으로 많은 분야임을 알 수 있다.



[그림 5-5] 페이스북 100선 분야별 통계

[표 5-5] 페이스북 100선 (2012년 7월 기준)

연번	주제	프로젝트명	분야	채택수
1	디자인이.서울을.위해. 무엇을.할.수.있을까?	• 에티켓과 매너를 디자인하는 서울 • 아름다운 거리를 위한 간판 디자인 개선 및 가이드라인 마련	기타 문화관광	2
2	ㄷㄷㅍ.에.무엇을. 담을까?	• 아이디어 발신지 DDP • 기본과 본질에 충실한 DDP 콘텐츠 강화	문화관광	2
3	성수동.구두거리를. 위해.무엇을. 할.수.있을까?	• 성수동의 기술과 디자인 시너지 활성화 방안마련 우선순위 • 프로젝트 선정프로세스 마련 • 성수동 구두의 차별화 브랜딩 전략 • 성수동 구두거리만의 기부형 사업모델 개발	문화관광	4
4	디자인은.골목의. 삶을.위해.무엇을. 할.수.있을까요?	• 안전한 골목 • 옛것과 새것이 공존하는 골목길 형성기획	문화관광	2
5	자전거.도시.서울을. 위해.디자인이.할.수. 있는.일!	• 친환경 자전거 거치대 • 자전거문화지도 제작 - 문화확산 및 서울 정체성 발굴 • 자전거 활성화를 위한 교통제도 정비 • 자전거 이용자 편의 및 활성화를 위한 이정표 설치	문화관광 교통	11

연번	주제	프로젝트명	분야	채택수
		• 자전거 환승소 설치	교통	
		• 24시간 자전거 응급병원 운영	생활건강	
		• 사용자 편리성 중심 골목간 연결체계 환경디자인 연구	교통	
		• 실버인력 고용창출 프로젝트 기획		
		• 서울시내 무료 자전거 대여소간 반납 공유		
		• 자전거 편의시설 설치 및 운영(샤워실,세탁실 등)		
		• 지하철 환승역간 자전거 이용시설 설치	복지교육	
6	디자인으로. 주민센터를.바꾼다면?	• 서비스디자인 프로세스를 통한 주민센터 활성화	복지교육	3
		• 감성적 콘텐츠 활성화 사인시스템 가이드안 마련		
		• 시민접근 친근성을 고려한 내부 환경디자인 조성	교통	
7	시내버스를. 위해.디자인이. 무엇을.할.수.있을까?	• 시내버스 외부광고 가이드라인	교통	9
		• 중앙버스 전용차로의 문제점 및 요금지불방식 개선		
		• 승하차 시스템 개선		
		• 버스손잡이 높이 개선		
		• 유모차 사용이 편리한 버스 디자인		
		• 벨 작동방식 개선		
		• 버스 내 소리서비스 디자인 마련		
		• 버스 알림벨 개선		
		• 버스 승하차 시스템 개선	문화관광	
8	지하철도.디자인으로. 바꾸어.볼까요?	• 지하철 출입구 공간 활용 방안	문화관광	8
		• 지하철역 스탬프 만들기		
		• 지하철노선 시간대별 사용자 확인 정보전달 디자인	교통	
		• 쾌적한 지하철 사용을 위한 환경 디자인		
		• 지하철내 휴식공간 배려디자인	문화관광	
		• 안내방송 개선 디자인/정보디자인 개선		
		• 문화콘텐츠 홍보활성화	교통	
		• 역사별 디자인 차별화 및 아이콘화	문화관광	
9	지하철.역사	• 지하철역사 내 낙후공간 디자인/문화 프로젝트 활성화	교통	4
		• 스크린도어 활용 및 개선		
		• 지하철내 사용자 편리중점 디자인 개선		
		• 지하철 노선 대표색상 내부 환경 적용디자인	생활건강	
		• 지하철 외관 노선인지 개선디자인		
10	디자인을.기다리는.택시	• 여성 택시운전자 휴식공간 마련	생활건강	2
		• 여성 전용택시 활성화를 통한 안전안심 시스템 디자인		
		• 택시투어 관광활성화 프로젝트 개발		
11	장애인.노약자를. 위한.디자인	• 어르신을 위한 커뮤니티 활성화	복지교육	7
		• 정책회의시 일반장애인 참여 프로세스 개선 및 활성화		
		• 시각장애자를 위한 횡단보도 및 공용공간 안내 시스템 개선(서울소리 시스템 디자인)	생활건강	
		• 건물입구 문턱, 찻길로 기울어진 보도 개선	복지교육	

연번	주제	프로젝트명	분야	채택수
		• 장애인, 비장애인 용어 사용집 편찬	복지교육	
		• 시각 장애인을 위한 1.방향, 출입구 정보점자블록 도입 및 조립형 점자블록 생산 2.거리가구에 점자정보 표기 3.점자정보 위치 통일 및 시각장애인 지팡이 인식기능 도입 4.계단손잡이에 점자정보 표기 5.청각을이용한 섣부른 정보제공 유의		
		• 시각장애인을 위하여 남여 화장실 입구 및 지하철 출입구에 소리 서비스 제공		
12	도서관	• 동네 작은 도서관, 주민자치위원회에서 운영방안	복지교육	7
		• 책읽기 프로그램 디자인		
		• 보존서고 사용활성화 방안 마련		
		• 주민자치시설 유휴공간에 도서관/독서실 개설		
		• 계단 하부공간 도서관 구축		
		• 접근성 높은 도서공간 구축 및 대형 도서관 연계 운영		
		• 도서관 24시간 운영		
13	초중고.디자인.교육/ 교과서	• 학생, 교사, 학부모를 위한 디자인교육 매뉴얼 도입	복지교육	4
		• 창의성을 위한 디자인 융합교육 도입		
		• 디자인 향유법 교육		
		• 경험적 디자인 교육 필요	생활건강	
14	쓰레기	• 효과적 수거시스템 개발	복지교육	1
15	다문화가정	• 다문화가정 어울림 놀이교육 개발	복지교육	3
		• 다문화가정 어린이의 롤모델 발굴 및 홍보		
		• 다문화가정 지칭 용어정리 및 인식개선 홍보안 마련		
16	[공공디자인.다시보기.3] 아파트.어린이놀이터	• 놀이터+통학버스 정류장 환경개선 디자인	생활건강	1
17	서울이.시작하는. 결혼문화	• 시, 구청의 공간을 공공식장 활용안	생활건강	4
		• 결혼+사회적 기부=착한결혼		
		• 서울에서 결혼식 올리기 백서 만화 출간		
		• 공감 백배 선행사례 만들기 프로젝트	주택건설	
18	전봇대.디자인	• 케이블 설치/수거 조례 등 마련	주택건설	3
		• 전봇대 활용 다양한 디자인적용안 개발		
		• 외부기업통신사 케이블 관리 매뉴얼 개발	기타	
19	전통시장.활성화.디자인	• 재래시장 내 나홀로족, 젊은층을 위한 1-2인용 제품 판매	문화관광	4
		• 재래시장 스마트폰 연계 서비스와 BI 정립	기타	
		• 재래시장 내 자전거 주차 서비스 제공	문화관광	
		• 바퀴달린 장바구니 보급/ 재래시장 문화프로그램 개선	주택건설	

연번	주제	프로젝트명	분야	채택수
20	clean.city.law	• 서울 '관광지'기능 증대를 위한 도시디자인 공공시설물 광고디자인 개선	주택건설	2
		• 서울시 공간의 특성 분류 정보시스템 마련, 광고 가능 시설 안내 활성화	문화관광	
21	디자인.실명제	• 스마트폰과 QR을 활용한 위키피디아 공공디자인 웹 DB 구축 • QR코드 비사용자를 위한 버스번호와 같은 공공시설물 코드화 • 디자인 실명제 정보 구성 내 디자이너 및 클라이언트 동시 제공 • 서울시청과 기관이 직접공개하는 디자인 상세 DB 제공 • Designed by 의무화 캠페인 • 다양한 이해관계자로 제작된 공공디자인의 저작물표시 매뉴얼 제작 • 클라이언트 실명제 도입 • 증강현실/위키피디아/포스퀘어(LBS)/SNS를 연계한 실명제 DB구축	문화관광	8
22	재능기부.가이드라인	• 디자인 재능기부 시스템 마련	기타	1
23	서울의.간판문화	• 간판의 현장점검과 지속적인 관리 시스템 마련	주택건설	2
		• 위험한 입간판 현수막 정리	기타	
24	원전.하나.줄이기	• 엘리베이터 외부 버튼(누름 취소) 기능 추가 확대안 마련	경제산업	5
		• 부동산 거래시 가스비, 전기세 공개	복지교육	
		• 자전거 아날로그 대여시스템 활성화		
		• 24시간 아이 돌봄방 운영	기타	
		• 외국인 전용 게스트하우스 확대 및 마련	생활건강	
25	서울에.있는.공원.녹지	• 공원녹지정보 그린서울지도제작	기타	1
총계				100

「디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?」는 앞으로도 시민의 의견을 적극적으로 반영하기 위해 노력할 것이다. 2012년 3월 개설된 후 현재 지금까지 서울디자인에 대한 의견이 활발히 올라오는 만큼 더 좋은 아이디어를 자유롭게 풀어낼 수 있는 공간을 조성할 것이다.

그리고 말을 할 곳이 없거나 이야기 나눌 곳이 필요한 사람들, 소외계층이 참여할 수 있는 방안도 마련해 참여를 독려할 계획이다. 정책 수혜자로서 시민이 폭넓게 참여 가능한 플랫폼을 구성하는 데에도 노력을 기울일 것이다.

(2) 시민이 만드는 서울디자인

서울시는 시민의 적극적인 정책 참여를 위한 자리를 마련하여 시민이 만드는 서울디자인을 실현하고 있다. 서울시는 시민이 참여하는 과정에서 시민의 아이디어를 지속적으로 수렴하고, 시민들이 바라는 서울시의 모습을 반영하여 도시에 대한 애정과 자긍심이 향상될 수 있길 기대한다.

○ 2012 공공시설물 디자인 시민공모전

서울시는 2007년부터 시민이 참여하는 공공디자인 사업으로 시민공모전을 매년 추진해왔다. 소통과 공감을 실현하는 서울시 시민공모전은 일반시민과 예비 디자이너, 외국인을 대상으로 창의적이고 창조적인 아이디어를 공모하고, 이를 실제로 구현하여 서울 공공디자인의 수준을 향상시키는 데에 목적이 있다.

2012년에는 '시민이 만드는 희망'이라는 제목으로 벤치 · 의자 디자인과 공공시설물 2개 부문을 공모했다. 벤치 · 의자 디자인 부문은 시민의 대중교통 이용에 있어 편의 증진을 위한 '지하철역사 벤치 · 의자 디자인'을 주제로 '지하철환경개선 시민개혁단'의 건의를 반영해 진행되었다. 공공시설물 부문은 공원, 광장, 가로, 어린이놀이터, 공공기관 등 공공공간을 활용하여 '시민들의 소망을 게시하고 공유 · 공감할 수 있는 공공시설물'을 주제로 시민들의 아이디어를 공모했다.



[그림 5-6] 2012 공공시설물 디자인 시민공모전 포스터

시민공모전은 서울을 사랑하는 사람이면 누구나 참가할 수 있으며 접수된 아이디어는 디자인 분야 전문가로 구성된 심사위원회가 선정, 시상한다. 수상한 작품들은 패널과 실물로 전시되어 시민들에게 소개되고, 전시 후에는 전시된 실물을 적합한 장소에 설치하여 시민들이 자유롭게 이용할 수 있도록 하고 있다.

2012년 3월 29일부터 7월 24일까지 진행된 2012 공공시설물 시민공모전에는 총 188점의 작품이 접수됐다. 그중 벤치 · 의자 디자인 부문에서 32점(대상 1점, 금상 1점 은상 2점, 동상 2점, 장려상 12점, 입선 14점), 공공시설물 디자인 부분에서 22점(대상1점, 금상 1점 은상1점, 동상2점, 장려상7점, 입선10점)이 선정됐다.

- 수상작 전시

2012 공공시설물 디자인 시민공모전의 수상작들은 패널 또는 실물로 제작되어 전시하고 작품집으로 발간됐다. 전시는 2013년 1월 14일부터 30일까지 17일 동안 지하철 왕십리역 대합실에서 진행됐다. 2개 부문의 수상작 총 54점의 패널과 9종의 벤치 · 의자 실물이 시민들에게 선보였다. 30여 점의 지하철역사 벤치 · 의자는 작가의 디자인 의도를 최대한 반영해 구현했으며, 공공시설물 부문은 안전성과 현장제작, 유지관리 등의 어려움으로 실물 제작 대상에서 제외되어 패널 전시로 대신했다.






[그림 5-7] 2012 공공시설물 디자인 시민공모전 전시(지하철 왕십리역 대합실)

벤치 · 의자 부문에서 대상을 차지한 〈Lean On It〉은 쇼핑몰이 인접한 지하철 이용 시 많은 짐을 들고 서서 지하철을 기다리는 시민들을 위한 조합형 벤치다. 사람들은 이 벤치에서 잠시 기대거나 앉아서 편히 쉴 수 있다. 공공시설물 부문에서 대상을 거머쥔 〈Seoul Puzzle〉은 시민들의 서울모양의 퍼즐을 맞추며 소망을 빌고, 다른 이들과 공유하며 서로의 소원이 이루어질 빌어주는 커뮤니케이션 디자인이다. 퍼즐이 완성되면 소원도 이뤄진다는 의미를 담고 있다.

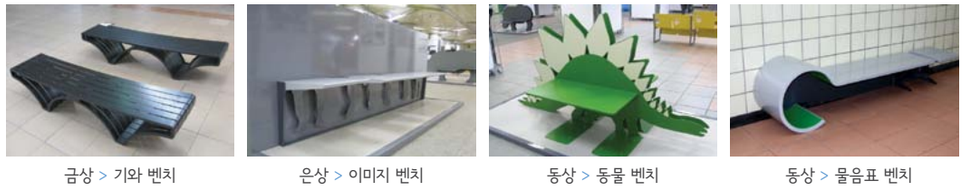



[그림 5-8] 벤치·의자 부문 대상 수상작 <Lean On It>



[그림 5-9] 공공시설물 부문 대상 수상작 <Seoul Puzzle>

전시를 관람한 시민들은 긍정적인 반응이었다. 시민들은 '다양해서 재미있다, 신선하다' 또는 '참여하고 체험하는 전시여서 좋다, 쉽게 접할 수 있어 좋다', '수시로 전시회가 열렸으면 한다' 등 전시작들을 보며 즐거워했다. 시민의 아이디어를 실현하여 만든 디자인 전시라는 점에서 높은 호응을 얻었다.



금상 > 기와 벤치 | 은상 > 이미지 벤치 | 동상 > 동물 벤치 | 동상 > 물음표 벤치

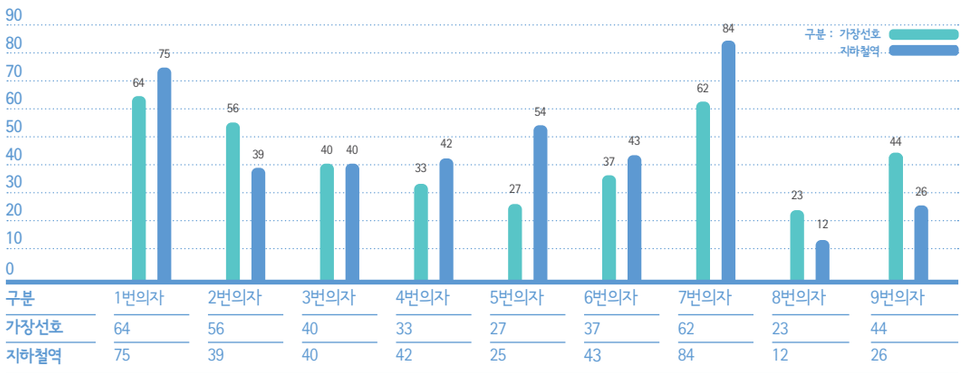


장려상 > 9회말 2아웃 | 장려상 > 모두를 위한 벤치 | 장려상 > 사인 벤치 | 입선 > 기와

[그림 5-10] 벤치·의자 부문 수상작 전시

전시 중에는 시민 관람객 193명을 대상으로 가장 선호하는 실물 작품을 묻는 조사도 실시했다. 결과는 입선작 〈기와〉, 대상 〈Lean On It〉, 장려상 〈모두를 위한 벤치〉 순으로 나타났다. 또 지하철역에 가장 잘 어울리는 작품으로는 〈Lean On It〉, 〈기와〉, 금상 〈기와 벤치〉 순으로 지지를 받았다.

조사를 통해 시민들은 주로 안정적이고 견고해 보이는 디자인을 선호한다는 것을 알 수 있었다. 향후 시민 선호도가 특별히 높은 작품들은 지하철 벤치 증설 계획에 적극적으로 반영할 계획이다.



구분	1번의자	2번의자	3번의자	4번의자	5번의자	6번의자	7번의자	8번의자	9번의자
가장선호	64	56	40	33	27	37	62	23	44
지하철역	75	39	40	42	25	43	84	12	26

범례 : ① 기와(입선) ② 모두를 위한 벤치(장려상) ③ 이미지 벤치(은상) ④ 사인 벤치(장려상) ⑤ 물음표 벤치(동상) ⑥ 기와 벤치(금상) ⑦ Lean On It(대상) ⑧ 동물 벤치(동상) ⑨ 9회말 2아웃(장려상)

[그림 5-11] 실물작품 선호도 조사 결과

수상작 전시가 끝난 후에는 서울메트로(1~4호선)와 도시철도공사(5~8호선)에 수상작의 디자인 콘셉트와 걸맞은 지하철역을 선정, 벤치 및 의자를 설치하고 시민들이 자유롭게 이용하도록 할 예정이다.

서울시는 공모전을 통해 시민의 아이디어를 시정에 반영하여 시민이 원하는, 개방적이고 개성적이며 창의적인 공공디자인을 구현하는 데 큰 의미를 두고 있다. 서울시는 앞으로도 적극적으로 시민의 몸과 마음의 휴식처가 될 공공시설물을 널리 보급할 계획이다.

(3) 시민이 살피는 서울디자인

서울시는 정책의 방향과 추진 사업결과에 대하여 시민의 의견을 듣고, 시민이 살피는 서울디자인을 실현하기 위해 노력하고 있다. 특히 서울디자인의 공공디자인 시설물에 대하여 전문가와 시민의 자문과 심의를 적극적으로 수용하고 있으며 결과에 대해서도 평가를 받고 있다. 시민이 살피는 서울디자인은 공공디자인 외의 사업 분야에도 점차 확대되어야 할 것이다.

○ 서울시민디자인위원회

서울시민디자인위원회는 서울의 도시디자인 향상을 위해 도시디자인기본계획의 수립단계부터 개별 시설물의 디자인에 이르기까지 디자인 사업 전반에 걸친 심의와 자문을 수행하는 조직이다.

서울시민디자인위원회는 「서울특별시 도시디자인 조례」 제7조(위원회의 설치), 제11조(실무위원회)에 근거하여 시장 소속으로 두고 있다. 디자인서울의 이념 및 전략 수립에 대한 자문과 도시디자인에 대한 의견 등을 듣기 위해 2007년 서울디자인위원회로 시작되었다. 2011년 명칭을 개칭한 이래 지금까지 지속적으로 활동해온 서울시민디자인위원회는 도시경관에 영향을 미치는 각종 가로시설물, 공공건축물, 경관조명 등에 대하여 「서울특별시 도시디자인 조례」 제7조에 따라 심의 및 자문을 실시하여 도시 디자인 수준 향상시키는 목적을 가지고 있다.

서울시민디자인위원회는 본 위원회와 그 산하에 분야별 심의를 담당하는 3개의 실무위원회로 구성되어 있다. 서울시민디자인위원회는 정책 전반에 대한 심의와 자문을 담당하고 있으며, 3개 실무위원회는 도시시설물, 공공건축물, 빛공해 방지와 도시조명에 대한 심의와 자문을 각각 담당하고 있다.

서울시민디자인위원회는「서울특별시 도시디자인 조례」제8조(위원회의 구성)에 따라 위원장 1명과 부위원장 1명을 포함, 20명 이내의 위원으로 구성되며 위원장과 부위원장은 시장이 임명 또는 위촉한다. 위원은 행정1부시장, 행정2부시장 등 관계공무원과 건축 · 도시계획 · 조경 · 조형예술 · 색채 · 환경 및 조명 등의 분야에 학식과 경험이 풍부한 사람 중에서 시장이 임명 또는 위촉한 사람으로 하며 위촉직위원의 임기는 2년으로 하되, 1회에 한하여 연임할 수 있다.

실무위원회는 관계공무원, 외부 전문가 등을 포함하여 100명 이내의 위원으로 구성되고, 실무위원회의 위원장과 부위원장은 실무위원회 위원 중에서 호선으로 정하고 있다.

2012년 서울시민디자인위원회는 113명의 위원으로 구성됐으며 2013년에도 현재의 위원회 구성을 유지한다. 2013년 9월 임기가 만료되는 시점에는 실무위원을 다시 위촉할 계획이다. 구체적인 심의와 자문 사항은 [표 5-6]과 같다.

[표 5-6] 서울시민디자인위원회 심의 및 자문사항

구분	심의사항	자문사항
서울시민 디자인 위원회	• 디자인서울의 이념·비전·전략 수립에 관한 사항 • 디자인서울의 중요정책 방향제시 및 사업개발에 관한 사항 • 디자인서울에 대한 소통전략에 관한 사항 • 서울특별시 도시디자인 관련 조례의 제정·개정에 관한 사항 • 서울특별시 도시디자인기본계획의 수립·시행에 관한 사항 • 디자인서울의 가이드라인에 관한 사항 • 그 밖에 도시디자인의 추진을 위한 중요사항 중 시장이 필요하다고 인정하는 사항	
제1실무 위원회	• 공공건축물 분야를 제외한 도시디자인 대상 시설물 (도시구조물, 가로시설물, 기타시설물) • 가로환경조성사업 및 경관사업의 디자인에 관한 사항 • 우수 공공디자인 인증에 관한 사항 • 다른 조례에서 위원회의 심의를 받도록 규정한 사항 • 그 밖에 도시디자인의 추진을 위하여 시장이 실무위원회의 심의가 필요하다고 인정하는 사항 (서울우수공공디자인 제품과 서울특별시 표준형디자인 제품은 제외)	• 다른 조례에서 위원회의 자문을 받도록 규정한 사항 • 자치구 도시디자인기본계획의 수립·시행에 관한 사항 • 그 밖에 도시디자인 추진을 위하여 시장이 필요하다고 인정하는 사항
제2실무 위원회	• 공공건축물 분야	
제3실무 위원회	• 빛공해 방지 및 도시조명 관리조례에 따른 빛공해방지위원회 심의대상	



[그림 5-12] 서울시민디자인위원회 제1실무위원회의

- 2012년 위원회 심의 내용

서울시민디자인위원회는 안건이 발생했을 때 수시로 회의를 개최한다. 주요 안건은 주로 디자인 정책에 대한 자문과「디자인서울 가이드라인」에 대한 의견, 시민과의 소통 전략 등에 대한 정책 심의이다.

실무위원회는 매주 3개의 위원회가 1회씩 회의를 주기적으로 개최되며(제1실무는 매주 수요일, 제2실무는 매주 목요일, 제3실무는 매주 화요일 개최) 해당 실무 분야의 심의를 결정한다. 심의 사항은 서울시가 추진한 공공디자인 사업 중에서도 구체적인 설치와 이용, 구성에 대한 내용이다. 위원회의 심의 결과는 개선사례 전파를 위하여 자료화 후 〈공공디자인 개선사례집〉으로 발간된다.

[표 5-7] 2012 서울시민디자인위원회 개최 실적

구분	계		제1실무위원회		제2실무위원회		제3실무위원회	
	횟수	건수	횟수	건수	횟수	건수	횟수	건수
개최 횟수	62	312	22	123	13	58	27	131

○ 디자인서울 모니터단

디자인서울 모니터단은 디자인서울의 실효성을 평가하기 위해 전문가와 시민으로 구성된 모니터 단체이다. 서울시는 2008년 5월 「디자인서울 가이드라인」을 수립하고 시행하였지만 시행 결과를 확인하는 단계가 미흡하여 실제로 준수하지 않은 사례들이 빈번히 발생했다. 시설물의 디자인과 설치에 있어서도 서울시민디자인위원회의 심의결과를 준수하지 않는 사례가 발생한 바 있다. 이를 점검하기 위한 방법으로 디자인 전문가와 시민 모니터 요원에 의한 합동 모니터링을 2010년부터 실시했다.

디자인서울 모니터단은 서울시민디자인위원회 심의 내용과 다르게 시행되는 사례를 방지하고, 이용자의 불편사항을 찾아 개선할 목적으로 추진되고 있다. 또 서울시민디자인위원회의 심의 실효성을 확보하고 공공디자인에 대한 시민의 만족도 향상을 도모한다는 목적이다.

디자인서울 모니터단은 준공도서와 심의자료 등을 가지고 현장에 직접 방문한다. 이들은 해당 사업이 서울시민디자인위원회의 심의 결과대로 적정하게 시공되었는지, 「디자인서울 가이드라인」을 준수했는지, 시민 입장에서 사업이 전체적으로 성공적인지 등을 평가한다.

모니터활동은 상반기와 하반기 각각 1회로 연간 2회에 걸쳐 실행된다. 모니터단은 전문가 30여 명, 시민 70여 명으로 전체 약 100명으로 구성된다. 이 중 전문가 요원은 심의 의결사항의 이행실태와 가이드라인 반영 여부 등을 확인하고, 시민 요원은 사용자 입장에서 개선이 필요한 사항들을 점검한다. 모니터활동 시 모니터단은 조별로 해당 지역에 집결하여 모니터를 실시하고, 사진을 첨부한 평가표를 작성하여 부서에 제출한다.



[그림 5-13] 2012 디자인서울 모니터단 활동 과정

- 전문가 모니터

전문가 모니터는 공공시설물과 공공건축물, 야간경관 3개 분야에서 각각의 평가항목과 평가지표에 근거하여 평가표를 작성한다. 각 사업별 평균점수에 따라 개별 사업에 대한 이행률을 분석하고 시설물, 건축물, 야간경관 3개 분야에 대한 평가항목을 기준으로 이행실태를 분석한다.

- 시민 모니터

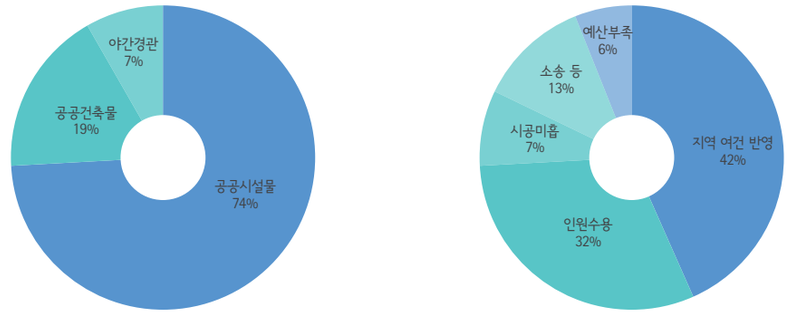
시민모니터단은 서울시 뉴미디어담당관이 운영하는 시정모니터로 구성된다. 서울시에 거주하고 있는 만 20세 이상 시민이라면 누구나 시정 모니터로 참여할 수 있다. 시민 모니터는 평가표에 따라 조화성, 관리상태, 안전성 등 분야별 5개~10개의 항목을 평가하며 사업별 만족도 조사와 더불어 시설을 이용하였을 때의 불편사항, 개선점 또는 아이디어를 개진한다.

- 모니터 결과

2012년도 상반기는 5월 3일부터 5월 31일까지 2011년 심의 후 완료된 사업 30개소를 대상으로 점검을 실시했다. 점검결과 시민만족도는 87%, 심의 이행율은 69.6%로 전반적으로 준수한 편이었다.

2012년도 하반기는 10월 8일부터 10월 26일까지로 2011년 심의 후 완료된 사업 35개소를 대상으로 실시했다. 시민만족도는 84.3%, 심의 이행율은 73.6%로 확인되었다. 심의의결 미반영 시설에 대한 분야별 분석 결과는 공공시설물과 공공건축물, 야간경관 순으로 미반영 사례가 높게 나타났다. 그리고 그 사유를 분석한 결과는 해당지역의 여건 반영, 민원 수용, 소송 등의 순이었다.

모니터 결과 중 지적된 사례는 소관부서에 통보하여 개선계획을 수립하도록 지속 관리하고 우수사례는 사업부서에 전달하여 사업 시행 시 활용하도록 조치하였다.



[그림 5-14] 심의 미반영 분야별, 사유별 분석

5.2 국내외 교류와 협력

20세기가 국가 간에 경쟁하는 '국가의 시대'였다면 21세기는 도시들이 경쟁하는 '도시의 시대'다. 세계화가 급진전된 현재는 국가 중심체제가 도시중심체제로 재편되면서 각 도시마다 스스로의 경쟁력을 높이는 데 주력하고 있다. 도시경쟁력은 무엇보다 디자인과 밀접한 관계가 있다. 디자인이 도시경쟁력을 높이는 창의와 혁신의 방법이자 새로운 흐름을 주도 하는 요인이기 때문이다.

서울시도 디자인을 통해 서울의 도시경쟁력을 높이고 궁극적으로 시민 삶의 질을 향상시키기 위해 노력하고 있다. 이러한 노력은 서울디자인의 국내외 교류로 더욱 강화된다. 서울시와 국내 디자인 관련기관의 교류는 서울디자인의 내실을 다지게 하고, 국제 교류는 선진 국가 또는 도시 간의 의견 공유를 통해 디자인 정책에 대한 거시적 시야를 확보하게 한다. 이렇게 구축된 네트워크 협력기관들은 서로의 사례와 정보를 공유하고, 장기적으로 바람직한 디자인 정책의 방향을 모색할 수 있도록 돕는다.

서울디자인의 국내외 교류 활동은 서울시가 세계디자인의 중심도시로 성장할 수 있는 능력을 배양할 수 있도록 한다. 더불어 홍보 효과를 통해 경제적 효과가 창출될 것을 기대한다. 하지만 이보다 중요한 궁극적인 목적은 디자인으로 시민 삶의 질을 높이는 것이다. 따라서 다양한 방법을 고민하고 공유하여 서울디자인이 시민의 생활을 더욱 풍요롭게 만드는 길을 모색하고자 한다.

서울시의 디자인 교류 활동은 이전까지 전무했다고 해도 과언이 아니다. 본격적인 활동은 서울시가 '세계디자인수도 2010'으로 지정되면서 2007년부터 점차 시작되었다. 세계디자인수도로 선정된 이후 「서울디자인올림픽」과 「서울디자인 한마당」을 통한 교류가 지속적으로 이어졌고, 2010년 「WDC 세계디자인도시 서미트」 개최로 디자인의 국제교류를 위한 네트워크 구축의 기반을 닦았다.

세계디자인수도에 이어 2010년에는 서울시가 '유네스코 디자인 창의도시'로 선정되었다. 덕분에 서울시는 디자인도시로서 국제적인 흐름을 주도하는 두 네트워크를 동시에 갖추었다. 서울시는 국제적 디자인 네트워크 조직 내에서 수행해야 할 역할과 그 위상을 강화하기 위해 더욱 노력하고 있다.

1) 국내 협력기관 현황

서울시는 국내의 다양한 디자인 관련 기관과 협력 관계를 맺고 각 기관 간의 전문적인 지원과 교류 활동을 펼치고 있다. 특히 이러한 활동은 (재)서울디자인재단을 중심으로 이루어지고 있다.

서울디자인재단은 설립 이후 지금까지 디자인 사업을 추진하는 데 필요한 여러 관련 기관들과 MOU를 체결했다. 또 디자인 분야에 필요한 다방면의 상호교류 네트워크를 구축했다. 기본적인 디자인 상호교류를 위해 디자인협회, 디자인센터, 학교 등과 협력관계를 맺었고 나아가 서울시의 지역경제 활성화, 사회문제를 해결하는 디자인 사업과 관련하여 관련 기관과 협력관계를 맺고 보다 전문적인 지원과 효과적인 추진체계를 확보했다.

서울시 디자인 사업과 관련해 서울광역자활센터는 디자인 사회적 기업에 대한 컨설팅과 교육, 공동 브랜드 개발 등 다양한 지원과 교류를 약속했다. (사)한국셉테드학회는 「범죄예방 디자인 프로젝트」와 관련하여 범죄예방에 대한 전문적인 사업화와 수행을 위해 공동 협력을 추진했다. 특히 2012년에는 각 지역디자인센터와 다각도의 상호 교류 협력을 위한 기반을 다졌다.

이처럼 서울디자인재단은 폭넓은 네트워크 구축을 통해 디자인과 관련한 주도권을 확보하고, 도시경쟁력과 시민 삶의 질을 높이는 정책을 실현하기 위해 지속적으로 국내 네트워크를 확대할 예정이다.

[표 5-8] 국내기관 MOU 체결 현황(2012년 12월 기준)

구분	기관명	체결일자	체결목적
디자인협회	(사)한국디자인단체총연합회	2010.01.08	디자인분야 상호 교류 협력
	(사)한국디자인기업협회	2012.10.11	
	(사)한국서비스디자인협의회	2012.04.20	
디자인센터	(재)광주디자인센터	2010.03.22	디자인분야 상호 교류 협력
	(재)대구경북디자인센터	2012.05.09	
	(재)부산디자인센터	2012.08.02	
디자인학교	계원예술대학교	2009.08.13	디자인 인재 발굴 지원 및 디자인분야 상호 교류 협력
디자인 외 전문기관	(사)한국셉테드학회	2012.09.07	범죄예방 디자인 관련 연구 교류 협력
	서울광역자활센터	2012.12.06	지역 자활사업 등 교류 협력
공기업	(주)서울관광마케팅	2011.03.31	관광 마케팅 관련 교류 협력

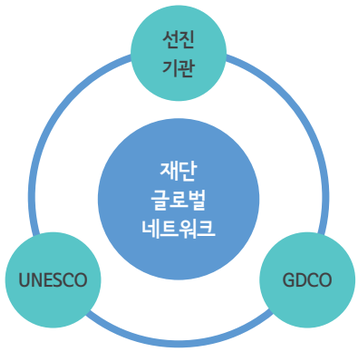
2) 해외 협력기관 현황

서울시는 디자인 정책의 수립과 실행에 있어 정보를 교류하고 방향을 모색하기 위해 다수의 국제협력기구, 국제디자인기관과 상호 네트워크를 구축하고 있다. 이 또한 출연기관인 (재)서울디자인재단을 중심으로 이루어지고 있다.

○ 해외 네트워크 구성

(재)서울디자인재단은 각국의 도시와 해외기관 등 대상별로 3개의 축으로 다각화된 디자인 네트워크를 구성하고 있다. 그 첫 번째 축은 각국의 창의 문화도시로 연결된 '유네스코 창의도시 네

트워크'이며 두 번째는 23개의 디자인 정책 관심도시들 간의 네트워크인 '글로벌디자인도시협의체(GDCO)', 그리고 마지막 세 번째는 해외 디자인 선진기관과의 네트워크이다.



[그림 5-15] 서울시 디자인 글로벌 네트워크

현재까지 재단은 세계 선진의 전시시설과 문화기관, 동대문디자인플라자 유사 기관, 디자인 산업 육성기관 등과의 공식적인 협력관계를 구축했다. 세계적 기관과의 협약으로 서울시 디자인과 동대문디자인플라자의 국제 인지도를 높이고자 한다. 이들과의 다양한 디자인 콘텐츠의 교류는 디자인 정책에 대한 국제적인 의견을 모을 수 있다. 뿐만 아니라 서울디자인 정책과 디자인 사업에 긍정적인 자극을 줄 것으로 기대한다.

재단은 전 세계 지역별로 안배한 체계적인 글로벌 네트워크 구축 계획을 수립했다. 동대문디자인플라자를 개관하기 전까지 국내외를 포함, 50여 개 관련 기관과의 네트워크 인프라 구축을 목표로 하고 있다.

○ 해외 네트워크 활동

서울시는 현재 구축된 네트워크 조직 안에서 역할을 충실히 수행하고 적극적으로 활용하기 위해 노력했다. 서울시는 글로벌디자인도시협의체의 사무국 운영 기관으로서 공식 홈페이지를 개설하여 국제 디자인 정책을 공유하고, DB를 구축해 실질적인 디자인 정책 관련 정보 교류의 토대를 마련했다. 또 2012년 한 해 동안 4개 도시를 회원도시로 추가, 글로벌 네트워크의 성장을 도모하는 등 주도적인 활동을 펼쳤다.

유네스코 창의도시 네트워크 내에서도 서울시를 포함하여 국내 유네스코 창의도시로 지정된 이천시, 전주시와 국내도시 간의 협력을 유치하고자 실무회의를 4회 개최했고, 유네스코 창의도시 국제 행사에도 참여했다. 서울시는 2012년 5월 캐나다 몬트리올에서 있었던 '유네스코 창의도시 정례회의'와 2012년 11월 일본 고베에서 개최된 '디자인 창의도시 분과회의'에도 참석해 활동 현황을 공유하고 네트워킹 활동을 했다. 더불어 고베 디자인도시 포럼에 참가하여 일본 내 디자인 커뮤니티 네트워크를 확보했다.

또한 서울시는 주요 디자인 사업과 연계한 포럼, 워크숍 등 각종 국제행사를 위한 협업을 진행했다. 해외기관 유력 행사의 공식 후원을 통해 서울시와 (재)서울디자인재단을 알리는 홍보 활동도 아끼지 않았다. 뿐만 아니라 조직 내 직원의 역량강화 프로그램을 위한 지원에도 네트워크를 적극 활용했다.

서울디자인재단은 2012년 한 해 동안 6개의 해외기관과 협력관계를 구축하였다. 재단은 디자인 분야의 국제 교류를 위하여 1개 기관과 협력을 맺었고, 디자인문화의 확산을 도모하기 위해 3개 기관, 범죄예방디자인 프로젝트와 관련한 2개 연구기관과 교류를 약속했다. 앞으로도 서울시는 적극적인 활동을 통해 디자인 분야의 국제적 위상을 확보하고, 해외 네트워크를 더욱 확대해갈 계획이다.

[표 5-9] 2012 협력기관 및 주요 활동내용

구분	활동내용	협력기관
회의 연구	2012 서울 국제 범죄예방 디자인세미나 개최	Design Against Crime Research Center(영국) Designing Out Crime Research Center(호주)
	2012 서울 국제 유니버설디자인포럼 개최	The Accessible Design Foundation(일본) 츠쿠바 공과대학(일본)
	우수디자인제품화 해외 워크숍	일본디자인진흥회(일본) GK디자인(일본) 등
	디자인도시 해외리포트 프로젝트	헬싱키 WDC 조직위원회(핀란드)
홍보	스위스디자인어워드 공식 후원	주한스위스대사관 스위스예술위원회 등
	홍콩 디자인아시아어워드 공식 후원	홍콩디자인센터
공모	DDP 전시 제안서 유치	쿠퍼휴잇국립디자인뮤지엄(미국) 비트라디자인뮤지엄(독일) 런던디자인뮤지엄(영국) 퐁피두센터(프랑스)
직원 교육	직원 해외 유관기관 벤치마킹 연수	런던디자인뮤지엄(영국) 빅토리아알버트뮤지엄(영국) 밀라노트리엔날레(이태리) 파브리카(이태리) 도무스아카데미(이태리) 라빌레떼 뮤지엄(프랑스) Le 104(프랑스) 국립예술센터(프랑스) 등

[표 5-10] 2012 해외 유관 행사 참가 현황

구분	행사명	지역	행사성격	참가형태
전시	메종오브제 (Maison & Objet)	파리	국제 인테리어, 디자인 박람회	부스설치운영
	MUSCON	홍콩	세계 30여개 박물관 네트워크 행사	행사참가
	런던디자인페스티벌	런던	영국 대표 디자인 페스티벌	초청참가
	100% 디자인런던	런던	국제 디자인 박람회	행사참가
홍보	MICE EXPO 2012 SHANGHAI	상해	국제 MICE 대관 마케팅 행사	부스설치운영
	MICE EXPO 2012 SEOUL	서울	국제 MICE 대관 마케팅 행사	부스설치운영

[표 5-11] 해외기관 MOU 체결 현황(2012년 12월 기준)

구분	기관명	체결일자	체결목적
디자인 협회	베이징창의디자인협회 (중국)	2010.05.13	디자인분야 상호 교류 협력
	칭다오산업디자인협회 (중국)	2010.05.13	
디자인 센터	오브제토 브라질 (브라질)	2010.02.22	디자인분야 상호 교류 협력
	베이징산업디자인센터 (중국)	2010.02.25	
	상하이창의산업센터 (중국)	2010.06.22	
	타이완디자인센터 (타이완)	2010.09.18	
	홍콩디자인센터 (홍콩)	2012.12.02	
전시 교육	쿠퍼휴잇 국립 디자인 뮤지엄 (미국)	2011.05.16	전시, 교육프로그램 등 교류 협력
	프랑크푸르트 응용미술 박물관 (독일)	2011.07.04	
	비트라 디자인 뮤지엄 (독일)	2011.07.06	
	런던디자인뮤지엄 (영국)	2011.07.06	
	파워하우스뮤지엄 (호주)	2012.12.04	
	도멘 드 브아브세 (프랑스)	2011.07.06	
	파브리카 (이탈리아)	2012.09.14	
디자인 어워드	레드닷 디자인 뮤지엄 (독일)	2011.07.05	전시, 지역 프로모션 등 협력
	iF 디자인어워드 (독일)	2012.09.12	전시 프로그램, 마케팅 관련 교류 협력
디자인 외 연구	Design Against Crime Research Center (영국)	2012.10.17	범죄예방 디자인 연구 관련 교류 협력
	Designing Out Crime Research Center (호주)	2012.10.17	

(1) 글로벌디자인도시협의체

글로벌디자인도시협의체(GDCO, Global Design Cities Organization)는 2010년 총 31개 도시가 「WDC 세계디자인도시 서미트」에서 서울에 사무국을 설치하기로 의견을 모은 후 2011년 창립된 네트워크 조직이다. 글로벌디자인도시협의체의 도시들은 각 도시디자인 정책에 대한 정보와 경험을 공유하며 바람직한 디자인 정책의 방향을 함께 논의한다.

GDCO
GLOBAL DESIGN CITIES ORGANIZATION

[그림 5-16] GDCO 공식 로고



[그림 5-17] WDC 세계디자인도시 서미트 2010

글로벌디자인도시협의체는 2010년 총 31개 도시가 참여한 「WDC 세계디자인도시 서미트」에서 출발했다. 「WDC 세계디자인도시 서미트」는 2010년 2월 23~24일에 걸쳐 진행된 세계디자인수도의 공식행사 중 하나로 서울에서 개최됐다. 참가 도시들은 '서울에 사무국을 설치하고 서미트를 정례화 하자'는 데에 동의했다. 그리하여 서미트를 성공적으로 마무리하고, 도시 간의 네트워크를 강화하기 위해 글로벌디자인도시협의체를 결성했다.

글로벌디자인도시협의체는 '어떻게 디자인을 통해 도시를 발전시키고 시민의 행복을 도모할 것인가'란 공통된 고민을 가졌다. 그래서 세계 여러 도시가 모여 디자인 정책과 디자인을 통한 미래 도시 발전 방안을 함께 논의하고 경험을 공유하고 있다. 글로벌디자인도시협의체는 디자인에 대한 도시 간 국제 협력으로 시민 삶의 질을 높인다는 목적으로 운영되고 있다.

○ 협의체 운영

글로벌디자인도시협의체는 2010년 「WDC 세계디자인도시 서미트」에 참석한 도시를 기본으로 설립하되, 도시디자인 정책에 관심을 가진 그 외 도시들의 참여를 통해 협의체의 규모를 확장하고 있다. 도시디자인 관련 정보를 공유하고 회원 도시들 간에 협력을 유도하는 플랫폼의 기능을 수행하며 회원도시 간 디자인 정책의 공유와 다양한 협업 등을 통해 바람직한 도시디자인 정책의 방향을 모색하고있다. 회원도시는 2010년 「WDC 세계디자인도시 서미트」 참석 도시를 기본으로, 신규 가입 희망도시는 총회에서 가입을 승인한다. 2012년 12월 현재 회원 도시는 총 23개다.



[그림 5-18] GDCO 창립총회(중국 양저우, 2011)

[표 5-12] 글로벌디자인도시협의체 회원도시(2012년 12월 기준)

대륙	도시명	개수	총계
아프리카	아스완(이집트), 케이프타운(남아공), 나이로비(케냐), 아디스아바바(에티오피아)	4	23
아메리카	플로리아노폴리스(브라질)	1	
아시아	방콕(태국), 다카(방글라데시), 마나즈루(일본), 뭄바이(인도), 서울(대한민국), 타이페이(타이완), 양저우(중국), 연길(중국), 니코시아(사이프러스), 쿠알라룸프르(말레이시아)	10	
유럽	앙카라(터키), 헤몬트아첼(벨기에), 이스탄불(터키), 아인트호벤(네덜란드), 마세이크(벨기에), 로테르담(네덜란드), 소피아(불가리아), 카잔(타타르스탄, 러시아 연방공화국)	8	

(2) 유네스코 디자인 창의도시_서울

유네스코 창의도시 네트워크(UCCN, UNESCO Creative Cities Network)는 도시 차원에서 문화산업의 창의적, 사회적, 경제적 가능성을 확대하도록 돕는다. 이러한 발전 경험을 다른 도시들과 공유하는 것을 장려하기 위해 2004년 10월부터 유네스코가 시행하는 사업이다.

United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization

City of Design
Member of the UNESCO Creative
Cities Network since 2010

유네스코 디자인 창의도시_서울

[그림 5-19] 유네스코 디자인 창의도시_ 서울 공식 로고

유네스코 창의도시 네트워크는 각 도시가 지닌 문화적 자산과 잠재력을 문학, 영화, 음악, 공예와 민속예술, 디자인, 미디어아트, 음식 등으로 특화하여 관련 문화산업을 발전시킨다. 이를 통해 경제적 성장과 해당 도시의 고유한 문화를 계승 발전시킴으로써 세계적 차원에서 문화적 다양성 증진 및 지속가능한 성장에 기여한다는 목적이다. 서울시는 2010년 디자인도시(City of Design)로 지정되었다. 도시 차원에서 문화산업의 창의적, 사회적, 경제적 가능성을 확대하도록 돕고 이러한 발

전 경험을 다른 도시들과 공유하고 있다.

유네스코는 서울의 풍부한 문화 디자인 유산과 시민의 높은 창의적 잠재력, 디자인적 사고를 통해 도시를 발전시키려는 서울시의 정책적 의지를 높게 평가해 디자인 창의도시로 지정했다. 현재 유네스코 창의도시 네트워크는 7개 영역 19개 국 34개 도시가 가입되어 있다.

서울이 유네스코 디자인 창의도시로 선정되면서 서울시의 브랜드 가치가 더욱 상승할 것으로 기대한다. 유네스코 브랜드를 활용해 디자인은 물론, 창의산업 전반에 걸친 상승효과로 도시경쟁력 강화에 기여할 것이다. 국제경쟁력에 있어서도 유네스코 창의도시 네트워크 도시와의 교류 협력으로 디자인산업을 비롯한 국내 창의산업과 관련 기업이 새로운 시장을 확보하는 기회가 확대될 전망이다. 서울의 관광산업이 활성화하는 데에도 서울시가 가진 유무형의 자산(자연자산, 문화자산, 역사자산 등)을 서울디자인 자산으로 재해석하여 세계에 알릴 수 있는 여건이 마련된다. 따라서 관련 산업을 발굴 육성하는 계기가 될 것이며, 이를 통해 서울만의 차별화된 관광산업을 도모할 수 있을 것이다.

유네스코 디자인 창의도시_서울은 두 가지 목표가 있다. 첫 번째는 디자인 창의문화 확산을 통해 교육, 관광, 사회교류 등 도시 문화생활의 기반이 되는 창의산업을 선도하는 도시가 되는 것이다. 두 번째는 디자인을 생활화하고 디자인복지를 실현하는 도시로서 '우리 모두를 위한 디자인'의 가치를 세계와 공유하는 도시를 구축하는 것이다.

이를 위해 서울시는 2010년부터 문화 창조 활동 확산을 통해 교육, 복지, 관광, 사회교류 등 도시 문화생활의 기반이 되는 창조도시로서 서울을 강화하고 있다. 또 디자인복지를 실현하는 생활디자인 도시로서의 가치를 유네스코 창의도시 네트워크 도시들과 공유하기 위해 사업을 추진하고 있다.

그리하여 2011년에는 유네스코 창의도시 서미트와 유네스코 창의도시 네트워크 정례회의가 결합된 「유네스코 창의도시 네트워크 컨퍼런스 서울 2011」을 개최했다. '창의를 바탕으로 한 지속가능한 도시발전'이란 주제로 총 7개 분야 29도시의 유네스코 창의도시 시장들과 세계 창의 산업 관계자 등이 모여 창의문화 진흥을 통한 도시발전 방안을 논의하고, 창의도시 간 네트워크 활성화 방안을 모색했다.

2012년에는 2011년에 이어 시민의 참여와 공감대를 확산시키기 위해 「유네스코 디자인 창의도시_서울 시민 서포터즈」 3기를 운영했다. 그리고 시민과 함께하는 마을공동체 디자인복지 실현을 위해 「유네스코 삶터 디자인」 사업을 추진했다.

[표 5-13] 유네스코 창의도시 네트워크 가입 현황(2012년 5월 기준)

영역	지정도시	지정연도	지정도시 특징
디자인 (11)	부에노스아이레스(아르헨티나)	2005	• 다양한 디자인산업 • 혁신적인 거주 환경 조성 • 국제디자인 관련 행사 • 디자인산업 클러스터 조성 • 디자인 관련 인적자원 육성
	베를린(독일)		
	몬트리올(캐나다)	2006	
	나고야(일본)	2008	
	고베(일본)		
	선전(중국)		
	상하이(중국)	2010	
	서울(한국)		
	생테티엔(프랑스)		
	그라츠(오스트리아)	2011	
	베이징(중국)	2012	
공예와 민속예술 (5)	산타페(미국)	2005	• 전통기술 일상적 예술품 작업 • 공예, 보석 세공 등 문화유산 • 조각박물관, 수공업 교육센터 • 지역축제 개최
	아스완(이집트)		
	가나자와(일본)	2009	
	이천(한국)	2010	
	항저우(중국)	2012	
문학 (6)	에든버러(영국)	2004	• 저명 문학인과 문학작품 • 출판 사업의 활성화 • 국제도서축제 개최 • 도서관, 작가박물관 등 다수
	멜버른(호주)	2008	
	아이오와시티(미국)		
	더블린(아일랜드)	2010	
	레이캬비크(아이슬란드)	2011	
	노리치(영국)	2012	
음악 (5)	볼로냐(이태리)	2006	• 풍부한 음악적 전통 소유 • 인종·언어를 초월한 커뮤니케이션 • 국제네트워크 구축 • 음악 원자료 확보
	세비야(스페인)		
	글래스고(영국)	2008	
	겐트(벨기에)	2009	
	보고타(콜롬비아)	2012	
음식 (4)	포파얀(콜롬비아)	2005	• 음식산업 개발 • 음식에 대한 연구조사 • 음식거리 조성/전통음식 개발 • 음식 페스티벌 및 이벤트 개최
	청두(중국)	2010	
	오스터순드(스웨덴)		
	전주(한국)	2012	
영화 (2)	브래드포드(영국)	2009	• 영화산업의 발생지 • 다양한 영화산업 분야 발달 • 풍부한 영화 관련 시설
	시드니(호주)	2010	
미디어아트 (1)	리옹(프랑스)	2008	• 활발한 민간 디지털 게임 산업 • 문화예산의 20% 우선 배정 • 활발한 국제네트워크



[그림 5-20] 유네스코 창의도시 네트워크 컨퍼런스 서울 2011

○ 유네스코 디자인 창의도시_서울 시민 서포터즈

유네스코 디자인 창의도시_서울 시민 서포터즈(이하 시민 서포터즈)는 유네스코 디자인 창의도시_서울의 시민 홍보단체이다. 유네스코 디자인 창의도시_서울에 대한 시민의 관심과 참여, 공감대 확산을 위하여 전년도에 이어 시민 서포터즈를 운영하고, 온 · 오프라인 커뮤니티를 통하여 시민 동참 콘텐츠를 확보하였다.

2011년의 1, 2기에 이어 100명의 대학생들로 구성된 시민 서포터즈 3기는 디자인, 건축, 관광, 경영, 등 전공불문 대학생을 대상으로 모집하고, 10개의 팀으로 구성하여 활동을 시작하였다. 2012년 6월 1일 발족하여 2012년 10월 26일까지 약 5개월 동안 서울 창의 문화 활동을 수행하고 알리는 데 적극적인 활동을 펼쳤다.

특히 이번 시민 서포터즈는 SNS와 블로그를 활용하여 쌍방향 커뮤니케이션을 통한 시민의 직접적 참여를 적극 유도하고자 하였다. 오프라인 활동을 통하여 창의문화 및 창조산업 관련 콘텐츠를 공동 제작하고, 이로써 시민 서포터즈의 온 · 오프라인 활동을 강화하였다. 각 조별로 서울장인, 재래시장, 창의 콘텐츠 발굴, 삶터디자인사업 지원 프로젝트 등을 진행하면서 현장을 취재하고 UCC 동영상을 직접 제작하였다. 그리고 그 활동내용을 공식카페에 올리는 등 다양한 방법으로 서울 곳곳의 문화콘텐츠를 알렸다.

또한 시민 서포터즈는 (재)서울디자인재단의 특별 프로그램으로 운영된 디자인 특별강연 '90%를 위한 디자인' 과 디자인워크숍 '내가 생각하는 디자인 서울, 서포터즈 표현하기'에 참가하여 서울디자인을 이해하고, 디자인에 더욱 가까이 경험하는 시간을 가졌을 뿐만 아니라 서울시의 디자인 기업을 탐방을 통해 취업관련 질의응답 및 디자인 산업현장 견학 기회도 누렸다.



[그림 5-21] 유네스코 디자인 창의도시_서울 시민 서포터즈 3기 발대식

- 조별 프로젝트(6월~9월)

시민 서포터즈는 재래상권 콘텐츠 발굴과 서울 창의 콘텐츠 발굴, 삶터 디자인 사업 지원 및 리서치 3개의 주제로 나뉘어 프로젝트를 추진했다. 이들은 현장을 직접 찾아가 시민들로부터 숨은 이야기를 듣고, 매달 활동 내용을 웹진이나 동영상 등 다양한 형태로 제작하여 네이버 공식 카페와 페이스북 등에 게재했다.

[표 5-14] 유네스코 디자인 창의도시_서울 시민 서포터즈 활동내용

구분		활동내용
재래상권 콘텐츠 발굴	1조	프로젝트명 : 서울 속 월리를 찾아라 시민에게 도움을 주는 장인을 찾아 인터뷰 및 아이디어 제안
	2조	프로젝트명 : 젊음과 장인 다양한 분야에서 뛰어난 재능을 보이지만 아직 잘 알려지지 않은 장인 찾기
	3조	프로젝트명 : 풍물시장 풍물시장 홍보 및 활성화 방안 연구
	4조	프로젝트명 : 시장과 통(通)하다 재래시장 탐방 후 문제점 지적 및 홍보방안 모색
서울 창의 콘텐츠 발굴	5조	프로젝트명 : SOS(Sound of Seoul) 디자인 서울 속 음악 찾기
	6조	프로젝트명 : 울창한 이야기 서울의 디자인적 창의문화를 발굴하여 소개하는 국문, 외국어 팜플렛 제작
	7조	프로젝트명 : Colorful Seoul, Eco Seoul 서울색을 주제로 거리디자인 비교 및 재래시장 디자인 제안, 서울의 친환경 장소 탐방
	8조	프로젝트명 : SEE SEOUL 서울의 잘 알려지지 않은 영화제와 영화 관련 행사 소개 및 참가
삶터 디자인 사업 지원 및 리서치	9조	프로젝트명 : 서울을 치료하다 거리조사를 통한 서울 삶터 문제점 도출 후 해결방안 모색
	10조	프로젝트명 : 올레! 서울을 걷다 거리 디자인을 직접 체험 후 문제점 및 해결과제 찾기



1조 자전거 수리 센터 방문


2조 홍대 프리마켓 탐방


3조 풍물시장 비누만들기


4조 통인시장 방문



5조 해치마당 방문



6조 한강 자전거 체험



7조 아름다운 가게 답사


8조 해치의 모험 UCC 촬영


9조 어린이보호구역 벽화 작업


10조 부암동 지도 거리투표

[그림 5-22] 유네스코 디자인 창의도시_서울 시민 서포터즈 활동

- 디자인기업 탐방

(재)서울디자인재단은 시민 서포터즈에게 기업 견학 및 관계자와의 간담회 자리를 마련해 디자인 기업의 정보와 취업에 관한 상담 기회를 제공했다.

시민 서포터즈가 탐방한 디자인 기업은 한국디자인진흥원, 윤디자인연구소, 레드클라우디, 탱그램디자인연구소다. 이들은 기업 방문 전, 자체 기업스터디를 하여 사전인터뷰 질문지를 작성하고 탐방 후기를 웹진 형태로 제작하여 온라인 카페에 게시했다.



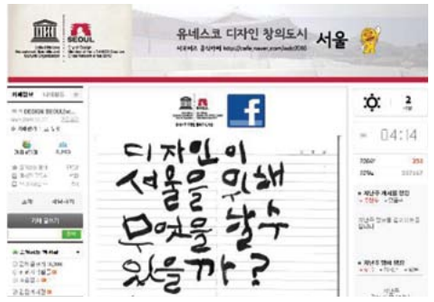
[그림 5-23] 레드클라우디 탐방



[그림 5-24] 탱그램디자인연구소 탐방

- 온라인 활동

시민 서포터즈 활동과 함께 네이버 공식 카페와 페이스북 그룹도 활성화됐다. 네이버 공식카페의 월 평균 방문자 수는 13,877명이었고 페이지뷰 수는 49,226개, 게시 글은 539개에 이르렀다. (재)서울디자인재단의 공식 페이스북 그룹 「디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?」에서도 활발한 활동을 펼쳐 총 770건 의견과 댓글이 게시됐다.



[그림 5-25] 유네스코 디자인 창의도시_서울 네이버 공식 카페



[그림 5-26] 유네스코 디자인 창의도시_서울 시민 서포터즈 페이스북

○ 유네스코 삶터 디자인 : 마을환경 디자인 개선

유네스코 삶터 디자인 사업은 유네스코 창의도시 네트워크 활성화의 일환이다. 마을환경 디자인 개선 사례를 다른 창의도시들과 공유해 제3세계 도시발전에 기여할 수 있는 방안을 모색하고, 발판을 마련하고자 진행된 사업이다. 서울시는 마을환경 디자인 개선 사업을 통해 시민과 함께하는 마을공동체 디자인복지를 실현하고자 했다.

유네스코 삶터 디자인 사업의 첫 번째 목적은 주민 참여를 통해 역사문화 콘텐츠와 결합된 주민생활 공간을 개선하는 것이다. 두 번째는 생활환경 개선에 관하여 디자인의 기여 가능성에 대한 시민 인식을 제고하는 것이다. 이를 통해 서울시의 고유한 문화 자산을 보전하고, 창의적 공동체 발전을 도모하는 유네스코 창의도시 네트워크의 취지를 살리고자 했다. 또한 이 사업을 통해 전문가와 디자인 관련 학과 대학생들에게 재능을 기부할 수 있는 기회를 제공하고자 했다. 사업 추진과정에 있어 개선안에 대한 적극적인 주민 참여도 유도했다.

- 마을환경 디자인 개선 사업

2012년 5월부터 10월까지 6개월간 서울시 내 2개소를 선정해 생활, 근로, 안전 등과 관련된 개선안을 마련하고 실제로 적용하여 시민 삶에 직접적인 지원을 실행하고자 했다. 「유네스코 디자인 창의도시_서울 시민 서포터즈」의 2개 조가 참여해 사전 조사를 실시했다. 주민간담회를 통해서는 적극적인 참여를 유도하고, 주민과 소통하는 도시환경 생활개선 사업을 추진했다.

대상 지역은 역사문화 콘텐츠와 결합된 주민생활 공간으로 옛 한양도성의 자취가 남은 문화재 주변의 주거지를 위주로 선정했다.

· 대상지 검토

유네스코 삶터 디자인 사업 성격에 적합한 장소로 종로구와 동대문구 일대를 대상지 범위로 탐색했다. 답사한 곳은 종로구 이화동과 교남동, 부암동, 동대문구 전농동 총 4개 장소였다. 이 중에서 가장 적합한 곳으로 부암동과 전농동을 선택했다.

이화동은 이미 벽화 및 공공예술작품이 다수 설치돼 있었다. 교남동은 문화재와의 관계성이 상대적으로 희박하여 적절한 대상지를 찾기가 쉽지 않았다. 부암동은 문화재와 미술관 등 주변의 역사문화 콘텐츠가 풍부하고, 주민들이 애용하는 산책로와 등산로가 있어 생활 콘텐츠도 적절했다. 그리고 사유지가 많아 소유자와 주민센터의 협의가 중요하다는 조건이 있었다. 전농동의 경우 주 거주자가 노년층으로 답사 당시 주민들의 반응이 긍정적이었다. 주변 대부분이 주택가로 주민의 삶과 연결지을 수 있는 가능성이 상대적으로 높게 판단됐다.

종로구 부암동과 동대문구 전농동은 역사문화 콘텐츠와 풍부한 이야기, 생활문화 콘텐츠를 결합할 수 있는 적절한 공간인 동시에 주민의 참여가 필수적이라는 점에서 선택되었다.

[표 5-15] 유네스코 삶터 디자인 대상지 선정 내용

대상지	종로구 부암동	동대문구 전농동
장소특성	주민들이 애용하는 인왕산 등산로의 쉬어가는 지점	주택가 (현재 관리소홀) ※주민들이 환경개선 건의한 바 있음
규모	소(10㎡ 미만)	대(17~30㎡)
고려사항	소유자와 주민센터의 협의 필요	최근 독거노인이 유입되어 주 거주자가 노년층으로 확대
현장사진		

· 개선안 방향 설정

인터뷰 결과 부암동 주민들은 대상지가 자주 이용하는 산책로의 초입인 만큼 쉬어갈 공간을 원했다. 더불어 주변의 문화재와 갤러리 등 훌륭한 전경을 조망할 수 있는 공간을 제공하는 방향을 설정하기로 했다. 따라서 부암동의 개선 방향은 주변의 문화재 전경과 어우러지는 주민들을 위한 쉼터를 제공하는 것으로 했다.

전농동 주민들은 대상지가 상당 기간 방치된 터라 무엇보다 쓸모 있는 공간으로 전환되길 바랐다. 이에 따라 주민들의 생활방식을 인터뷰한 결과, 스스로 화분에 채소를 심고 관리하기를 선호하는 것에 착안하여 주민 공동의 텃밭을 제공하기로 정했다.

· 개선안 : 종로구 부암동 '숲 속 히스토리 벤치'

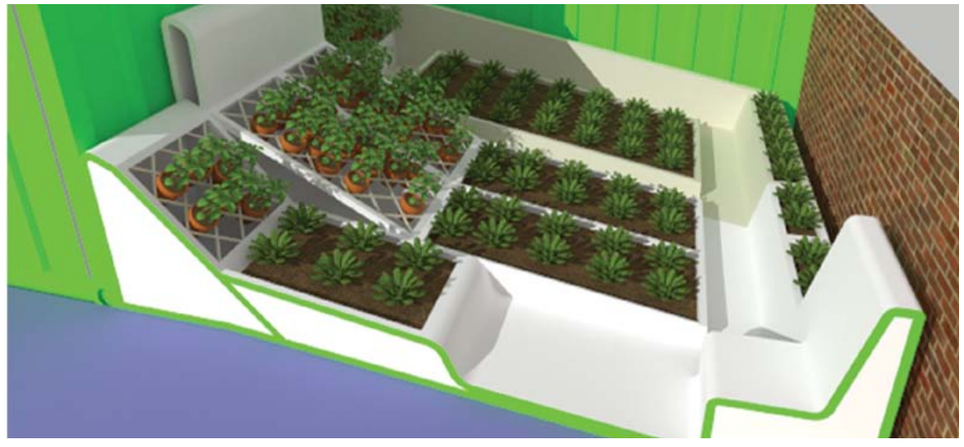
'숲 속 히스토리 벤치'는 큰 도로와 숲 속 산책로로 이어지는 곳에 주민들이 쉬어갈 수 있는 자리를 마련한 벤치다. 벤치는 각재를 엮은 모양으로 구성했고, 나뭇결 위에 부암동에 관한 이야기를 새길 수 있도록 했다. 주민들은 벤치에서 쉬는 동안 부암동에 관한 기억을 되새기며 이야기꽃을 피울 것이다.



[그림 5-27] 종로구 부암동 대상지 개선안 : 숲 속 히스토리 벤치

· 개선안 : 동대문구 전농동 '주민실명제 화분텃밭'

'주민실명제 화분텃밭'은 마을 주민들이 공동으로 채소를 가꿀 수 있는 텃밭이다. 이 자리는 그늘 없이 일조량이 많아서 흙이 있다면 식물을 키우기에 적합했다. 무엇보다 마을 주민들의 생활방식을 반영해 제안했다. 주민들은 이곳에 자신의 이름이 적힌 화분을 격자 프레임에 끼워서 보관할 수 있다. 화분텃밭은 주민들이 식물도 키우고, 이웃 간의 정도 쌓아가는 뜻깊은 공간이 될 것이다.



[그림 5-28] 동대문구 전농동 대상지 개선안 : 주민실명제 화분텃밭

서울시는 유네스코 삶터 디자인 사업을 통해 시민들의 도시 생활개선 디자인에 대한 의식을 개선하고자 했다. 다양한 형태의 지역주민의 참여를 유도해 지역주민 간의 소통을 활성화하고, 지역에 대한 애정을 고취시키려 노력했다. 더불어 젊은 디자인 인재들에게 사업 참여 기회를 제공하여 주민의견을 수렴하는 디자인 인재를 만드는 학습의 장으로써 효과를 기대했다.

(3) 해외 디자인 정책 사례 연구

서울시는 해외 디자인도시의 우수사례 연구를 통해 서울디자인 정책에 반영할 정보와 방향을 취하기 위해 꾸준히 노력하고 있다. 이와 관련하여 서울시가 추진하는 사업은 「서울 도시디자인 해외통신원」과 「디자인도시 해외리포트」 이며, 이 사업을 통해 현지에 체류하는 디자인 유학생 또는 전문가들로부터 각 도시의 디자인 정보를 제공받고 있다.

○ 서울 도시디자인 해외통신원

「서울 도시디자인 해외통신원」은 해외 선진도시의 디자인 정책 소식과 정보를 실시간으로 전달하는 디자인 통신원이다. 서울시는 해외의 디자인 우수 인력을 활용해 선진도시의 도시디자인 우수사례와 정책을 실시간으로 파악하며 서울시 시정에 활용할 수 있는 정보를 수집하고 있다.

서울 도시디자인 해외통신원은 해외의 디자인 유학생, 전문가 등 우수인력을 활용하여 선진 디자인도시의 도시디자인 사례와 정책, 현황을 수집하기 위해 2008년 '디자인서울 해외통신원'으로 시작되었다. 서울시는 통신원들의 활동으로 서울디자인의 간접적인 홍보 효과도 기대하고 있다. 통신원들은 서울시와 25개 자치구, 사업소 등에서 요청하는 특정 주제에 대한 조사를 수행하고 리포트를 작성한다. 그 중 우수 리포트는 자료집(e-book)으로 발간된다.

서울시는 도시디자인과 관련한 해외의 우수한 시책과 자료를 더욱 다양하게 수집하기 위하여 통신원의 국가와 도시를 더욱 확대시키기로 하였다. 그리하여 2012년에는 도시디자인과 관련하여 유학생과 교수, 기업체 운영자 또는 근무자, 연구원, 관심이 있는 일반인까지 총 21개 국 48개 도시에서 76명의 통신원을 선발하였고, 서울시와 자치구 도시디자인 관련 사업에 실질적인 도움이 될 수 있도록 심층적이며 체계적인 조사 자료를 지원하였다.

[표 5-16] 2012 서울 도시디자인 해외통신원 현황

구분	계	미국	영국	독일	중국	네덜란드	기타
통신원수	76명	17	10	6	6	5	32

- 미션 결과

2012년 서울 도시디자인 해외통신원은 모두 15개의 미션을 수행해 121건의 리포트를 제출했다. 미션 주제는 '도심 속 벽화 디자인연구를 통한 도시경관 개선', '지하철 환경개선 토탈 디자인' 등 주로 도시디자인과 관련한 것들이었다. 그리고 '송파구 관광활성화 관련 선진국 동향 조사', '크리스마스 축제 관련 사례조사'와 같은 관광이나 지역 축제와 관련한 미션도 있었다.

[표 5-17] 2012 서울 도시디자인 해외통신원 미션수행 목록

구분	미션내용	요청부서
1차	도심속 벽화 디자인연구를 통한 도시경관 개선	강동구(도시디자인과)
2차	고가역사 및 고가하부 이용실태(도시경관개선)	도시디자인과
3차	지하철 환경개선 토탈디자인	도시디자인과
4차	송파구 관광활성화 관련 선진국 동향 조사	송파구(관광도시추진단)
5차	서울 좋은간판 홈페이지 운영(자료조사)	도시디자인과
6차	업사이클 디자인	강동구(도시디자인과)
7차	각국 도시정부의 사진축제 운영실태 조사	문화예술과
8차	공공시설물을 활용한 광고사례 조사	공공디자인과
9차	잠실관광특구 관련 도시계획자료 수집	송파구(건축과)
10차	지자체 아이덴티티(CI)를 활용한 관광상품 개발관련 선진국 동향파악	송파구(국제관광도시추진단)
11차	크리스마스 축제 관련 사례 조사	강동구(도시디자인과)
12차	서울 한양도성 형상화 사업 관련 사례 조사	도시기반시설본부(건축부)
13차	도심부 옛길 보전 및 관리방안	도시정비과
14차	혁신파크 사례 조사	사회혁신담당관
15차	도시별 광고물 관련 규정	공공디자인과

○ 디자인도시 해외리포트

「디자인도시 해외리포트」는 세계 디자인도시의 디자인 정책과 흐름을 분석한 보고서다. (재)서울디자인재단은 이 리포트를 활용해 서울디자인 정책의 수립과 방향을 설정하는 데 기초 자료로 삼고자 한다.

서울을 비롯한 세계의 많은 도시들은 도시경쟁력을 확보하고 문화를 발전시킬 뿐만 아니라 시민 삶의 질 향상을 도모하기 위해 다양한 디자인 정책을 수립해 실행하고 있다. 유네스코는 디자인 정책을 펼치는 도시를 유네스코 디자인 창의도시로 선정하고, 국제디자인기관인 국제산업디자인단체협의회 또한 세계디자인수도로 선정해 서로의 네트워크를 구축하고 전문적인 교류와 협력 사업을 진행 중이다.

디자인도시 해외리포트는 디자인도시의 다양한 디자인 정책과 실행을 비교 · 분석하는 자료로 작성됐다. 리포트는 먼저 세계적인 디자인도시로서 위상을 가진 4개 도시를 연구대상으로 설정하였다. 4개 도시는 핀란드의 헬싱키, 남아프리카공화국의 케이프타운, 네덜란드의 암스테르담, 영국의 런던으로 [표 5-18]과 같은 이유에서 심층 조사가 요구되었다.

[표 5-18] 디자인도시 해외리포트 연구도시와 특성

연구도시	도시의 디자인 정책 특성
헬싱키 (핀란드)	• 2012년 디자인수도(WDC)로 선정 • 6가지의 주제 (Year of events, Exhibitions, Transforming city, Rethinking design, Encounters, Communications)로 300개의 디자인 관련 프로젝트 수행
케이프타운 (남아프리카공화국)	• 2014년 디자인수도(WDC)로 선정 • "Live Design.Transform Life"라는 모토를 바탕으로 ① Rebuild Communities ② Reconnecting Infrastructure ③ Repositioning for the Future 라는 주제를 가지고 디자인 프로젝트를 계획하고 수행
암스테르담 (네덜란드)	• 17세기 초의 도시계획을 통해 만들어진 운하들로 독특한 도시 개성을 보여주며 많은 관광객을 유치 • "I amsterdam" 브랜드와 디자인을 통한 강력한 도시 브랜드를 구축
런던 (영국)	• 1999년 밀레니엄 프로젝트 (Toward an Urban Renaissance), 2003 런던계획 (The London Plan) 등의 다양한 범위의 도시·디자인 정책 및 사업을 실행 • 2012 올림픽을 위해 브랜드와 디자인을 도시전반에 활용

디자인도시 해외리포트는 해당 디자인도시의 지리와 역사에 대한 기초정보를 비롯해 디자인 정책 분석, 현장 방문조사 등을 수행하고 최종적으로 서울디자인 정책에 대한 시사점을 제공한다. 책으로 제작하기에 앞서 각 도시에 체류하는 현지 디자인 전문가를 리포트 작성 연구자로 선정했다.



[그림 5-29] 디자인도시 해외리포트 진행 과정

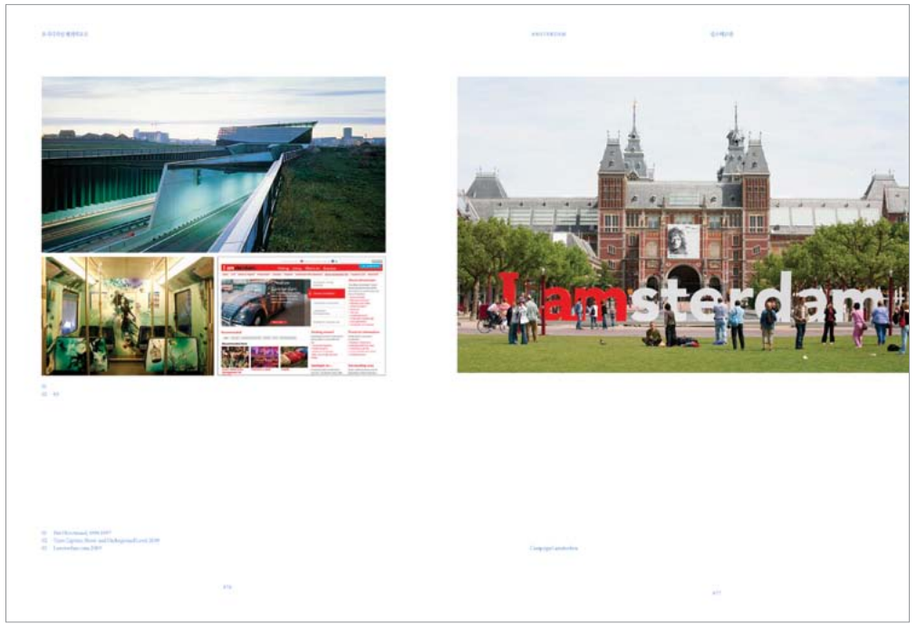
결론적으로 4개의 디자인도시들은 디자인 정책에 대한 네 가지 시사점을 제공하였다. 첫 번째로 확장된 디자인의 역할이다. 디자인은 미적 가치를 부여하는 것에 한정하지 않고 사회문제에 대해 혁신적인 해결안을 제시하고 있다. 런던과 헬싱키에 도시의 지속가능성을 부여하고 케이프타운의 거주문제를 해결하는 등 창의적이고 융합을 추구하는 도구로써 디자인의 활동영역을 넓혀나가고 있다.

두 번째는 보완을 거듭하는 장기적인 계획이다. 디자인 정책은 트렌드에 맞춰 일시적으로 변경되거나 이벤트성으로 시작돼 금방 사라지는 것이 아니다. 런던플랜은 매년 리포트를 발간하여 평가, 관리, 재반영의 과정을 거쳐 계획을 보완해가고 있다. 암스테르담의 'I amsterdam' 도시브랜딩 역시 장기적인 계획과 노력으로 실현되었다.

세 번째는 깊이 있는 조사와 협력이다. 4개 도시의 디자인 정책은 모두 공공기관의 주도 아래 일관성을 가지고 추진되면서도 결코 독단적으로 결정되지 않았다. 공공사업이 시작되기에 앞서 심도 깊은 연구와 많은 양의 조사가 선행됐으며, 실행된 사업들은 공공기관과 시민, 기업들의 소통과 협업을 바탕으로 이루어졌다.

마지막 네 번째는 각 도시만의 고유한 특성을 존중한다는 점이다. 디자인도시들은 전통에 대한 존중과 디자인을 통한 혁신으로 독자적인 이미지를 구축해왔다. 역사적으로 쌓아온 특성과 시민의 생활방식 등을 보존하면서 디자인의 창조적 혁신을 허용하는 열린 자세가 도시의 특별함을 완성한 셈이다. 이는 도시의 이미지가 억지로 가공되는 것이 아님을 시사한다.

디자인도시 해외리포트는 각 디자인도시의 디자인 정책과 프로젝트, 그 면면의 조사를 통하여 서울디자인 정책에 중요한 시사점을 주었다. 해외리포트는 서울디자인 정책의 방향성을 설정하는 기초자료로서 4개 도시 외에 여러 도시들의 지속적인 추가연구가 필요하다.



[그림 5-30] 디자인도시 해외리포트 2012

5.3 주요성과와 전망

서울시는 '함께 만드는 서울, 함께 누리는 서울', '시민과 함께 더불어 창조하는 문화도시 서울', 그리고 '시민이 함께 만들고 누리는 시민디자인'이 실현될 수 있도록 2012년 한 해 동안 시민소통에 노력을 기울여왔다.

「2012 공공시설물 디자인 시민공모전」은 시민의 아이디어를 실제 공공디자인 시설물로 실현하여 시민과 곧 만날 예정이다. 「서울시민디자인위원회」와 「디자인서울 모니터단」은 시민이 주체가 되어 지속적으로 서울의 공공디자인을 심의하고, 평가하는 활동을 해왔다. 또한 시민을 위한 서울디자인의 정책방향을 설정하고 서울시의 경쟁력을 강화하기 위해 국내외 디자인 관련기관, 연구기관 등과의 네트워크의 확대에도 힘써왔다. 디자인 정책에 대한 기초자료를 확보하기 위해 해외 사례 연구도 수행했다.

최근 활성화된 SNS를 적극 활용하여 시민과 디자이너들에게 디자인 정책에 대한 의견과 아이디어를 듣는 「디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?」는 실시간으로 정보를 공유하면서 일부는 디자인 프로그램 등으로 확장되기도 했다.

서울시는 앞으로도 시민의 목소리에 귀 기울이고, 함께 고민하며 소통하고자 노력할 것이다. 디자인 정책 현안에 대한 시민들의 의견이 적극적으로 반영될 수 있도록 '수렴, 참여, 평가, 재반영'의 체계를 장기적으로 구축하고, 이 과정에서 시민이 주체로서 활동할 수 있는 기반 여건을 조성할 것이다. 더 나아가 자신의 의견을 정책에 반영시키지 못했던 사회적 약자의 참여를 확대하는 통로를 보장하고, 다양한 집단이 정책을 수립하고 실행하는 과정에 더 많이 참여할 수 있도록 하여 시민을 위한 서울디자인을 완성할 발판을 준비할 것이다.

06 장

서울디자인의 거점기지, DDP

6.1 DDP 일반현황

1) DDP 추진개요

2) DDP 설립과정

3) DDP 비전과 전략

4) DDP 공간 구성

6.2 DDP 기본 운영·실행계획

1) DDP 운영계획

2) DDP 실행계획

6.3 DDP 운영준비 추진방향

1) DDP 거버넌스 도입

2) 거버넌스 구성 및 운영방향

6.4 DDP 운영준비 추진실적

1) 시민참여 프로젝트

2) 전문가 참여 프로젝트

3) 동대문역사문화공원 활성화

6.5 주요성과와 전망

2006년 9월 시작된 동대문디자인플라자(이하 DDP)
건립은 2014년 3월 3일 개관을 목표로 진행되고 있다.
DDP는 동대문의 역사, 문화, 사회, 그리고 경제적
요소를 디자인으로 통합하여 시민의 감성을 담아낼
디자인 공간으로 조성될 예정이다.
DDP는 다양한 문화 활동이 일어나는
사회·문화 인프라, 세계에서 모여든 사람들이 쉬고,
놀고, 즐기고, 연합하는 커뮤니티 장으로 서울디자인의
거점이자 지속가능한 디자인의 발신지가 될 것이다.

6.1 DDP 일반현황

1) DDP 추진개요

DDP는 패션상권의 중심인 동대문 지역에 건립하는 디자인 종합인프라 시설이다. 1926년 준공된 구 동대문운동장은 일본이 서울성곽과 하도감을 허물고 건립한 공설운동장이었다. 하지만 축구장은 2003년 풍물시장과 주차장으로 이용되며 운동장 기능을 상실했고, 야구장도 시설이 노후하여 개 · 보수가 시급한 실정이었다. 또 유동인구가 많은 반면에 공연, 전시, 휴식 등을 위한 열린 공간이 부족하여 쾌적한 보행 환경이 필요한 상황이었다. 따라서 서울시는 지속적인 논의와 자문 수렴을 거쳐 이 부지에 휴식, 녹지, 문화 복합공간인 동대문디자인파크를 조성하고, 동대문 상권 부활과 부가가치를 창출할 디자인 종합인프라 시설도 함께 건립하는 사업을 추진하기에 이르렀다.

DDP가 들어설 동대문 지역은 지하철 1, 4호선이 지나는 동대문역과 2, 4, 5호선이 만나는 동대문역사문화공원역이 자리한 교통의 요충지다. 또 33개 패션상가와 각종 도 · 소매점, 그리고 재래시장과 문화시설이 인접해 있다. 이 때문에 시민들과 관광객을 포함, 연간 450만 명(서울 관광객 53%)이 이 지역을 찾는다.

DDP는 2009년 3월 31일 착공해 2012년 11월 전체의 86%를 완공했으며 2014년 3월 3일 개관을 목표로 진행되고 있다. 아트홀, 뮤지엄, 비즈센터, 공원, 편의시설 등으로 구성될 DDP의 주요 개요는 다음과 같다.

위치	서울시 중구 을지로 7가 2-1번지 일대
규모	부지 62,957㎡, 건물 총면적 85,320㎡
사업기간	2006년 9월 ~ 2014년 2월
주요시설	아트홀, 뮤지엄, 비즈센터, 편의시설, 공원(5개 공간)
	- 아트홀 : 오픈스튜디오(1,500석), 연회장(1,000석), 회의실(200석)
	- 뮤지엄 : DDP안내센터, 기획전시관, 디자인박물관, 디자인둘레길, 상상체험관
	- 비즈센터 : 지식정보센터, 비즈스트리트, 아카데미홀, 디자이너스 라운지
	- 공원 : 동대문역사문화공원
	- 편의시설 : 지하 편의시설, 평화광장







[그림 6-1] DDP 전경

2) DDP 설립과정

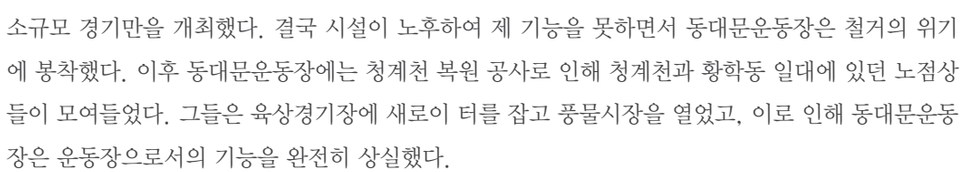
(1) 동대문 지역의 역사

흔히 동대문이라 불리는 흥인지문은 1396년(태조5년) 서울의 4대문 중 동쪽 문으로 세워졌다. 이곳은 도성 안으로 드나드는 주요 관문으로 항상 많은 사람들로 붐볐고, 주변에는 장터가 열려 언제나 활기가 넘쳤다. 흥인지문 주변에는 마당극단이나 악극단과 같은 놀이마당이 자주 열려 서울 백성들의 사랑을 받았다. 동대문은 이미 오래전부터 DDP가 지향하는 시민소통과 문화체험의 장소로서 그 역할을 해왔던 것이다.

일제강점기였던 1926년, 일본은 도시계획을 진행하며 서울 도성의 성벽을 허물고 도로를 놓아 동대문을 섬 아닌 섬으로 만들었다. 도로를 지나는 차량들 탓에 사람들은 동대문에 쉽게 다가갈 수조차 없었다. 일본은 성곽이 있던 자리에 왕세자의 결혼을 기념하는 경성운동장을 건설했다. 해방 이후 경성운동장은 서울운동장으로 이름이 바뀌고 대중행사와 서울의 각종 기념식, 스포츠 행사 등

의 장소로 이용됐다. 그러나 1980년 잠실운동장이 건립되자 기능이 축소됐고, 대학 및 고교 수준의 소규모 경기만을 개최했다. 결국 시설이 노후하여 제 기능을 못하면서 동대문운동장은 철거의 위기에 봉착했다. 이후 동대문운동장에는 청계천 복원 공사로 인해 청계천과 황학동 일대에 있던 노점상들이 모여들었다. 그들은 육상경기장에 새로이 터를 잡고 풍물시장을 열었고, 이로 인해 동대문운동장은 운동장으로서의 기능을 완전히 상실했다.

1998년 동대문 종합시장이 문을 열면서 동대문에 패션 상권이 형성되기 시작하였다. 거평프레야를 시작으로 두산타워, 밀리오레 등 대규모 패션상가와 3만 5천여 개의 점포가 세워지고, 10만여 명의 디자인 산업 종사자가 모여 동대문 상권을 만들어갔다. 상권이 형성되는 동시에 디자인, 봉제, 유통 등 패션 산업의 많은 부분들이 동대문 지역으로 모여들었고 현재 동대문은 하루 매출액이 400억 원에 이르는 국내 최고의 패션 중심지로 손꼽히고 있다.[39] 이러한 패션 상권의 번창에도 불구하고, 기능을 잃어버린 동대문운동장으로 인해 이 지역은 '구 도심'이라는 낙후된 이미지를 쉬이 벗을 수 없었다. 동대문운동장은 그 영광을 다하고 도시의 흉물이라는 오명을 쓴 채 역사의 뒤안길로 사라지게 된 것이다. 서울시는 동대문 지역의 쇠퇴 문제를 해결하고 다시 산업경제를 활성화시키고자 DDP 설립을 계획하였다. 동대문 지역의 정체성을 새롭게 정의하고, 경제적 부가가치를 창출하며, 나아가 백성들의 쉼터이자 놀이 공간으로 사랑받았던 동대문의 역할을 되살릴 계획이다. 시민 생활의 질을 높이는 공간, 바로 DDP가 꿈꾸는 모습이다.

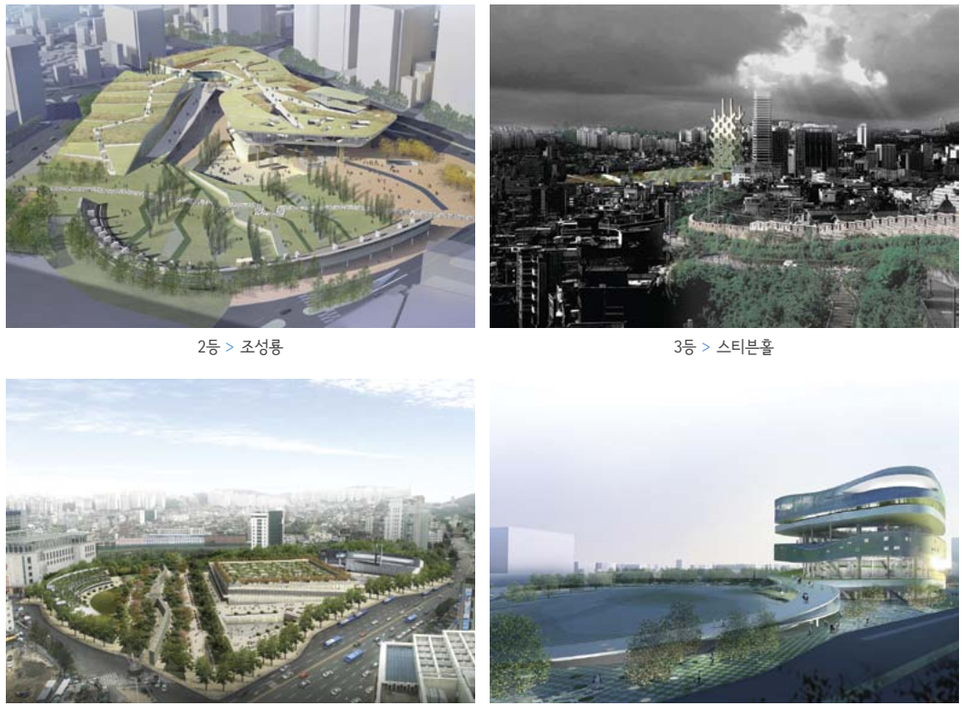


[그림 6-2] 동대문과 DDP 역사

(2) DDP의 설립과정

DDP는 2007년 국제현상설계경기로 시작되었다. DDP 건립을 추진키로 한 서울시는 2007년 4월 설계경기의 공모를 세상에 알렸고, 5월까지 응모안을 접수하였다. 접수된 작품 중 심사를 거쳐 최종안이 선정됐으며, 2007년 8월 13일 DDP의 모습이 세상에 처음 공개되었다.

서울시는 공정한 공모전 개최를 위해 건축, 도시, 조경 등 각계 전문가들로 선정위원회를 구성했다. 이들은 선정위원회를 거쳐 현상공모에 참여할 건축가를 선정했다. 1차로 해외 12팀과 국내 12팀을 공모 참여 대상자로 선정하고, 그중 각 4팀을 2차로 선발했다. 선정된 국내 건축가 4팀(조성룡, 최문규, 승효상, 유걸)과 해외 건축가 4팀(자하 하디드, 스티븐 홀, FOA, MVRDV)은 수차례에 걸친 프레젠테이션을 통해 경합했으며, 최종안으로 영국의 자하 하디드 팀의 건축설계안인 〈환유의 풍경〉이 당선되었다.



2등 > 조성룡

3등 > 스티븐홀

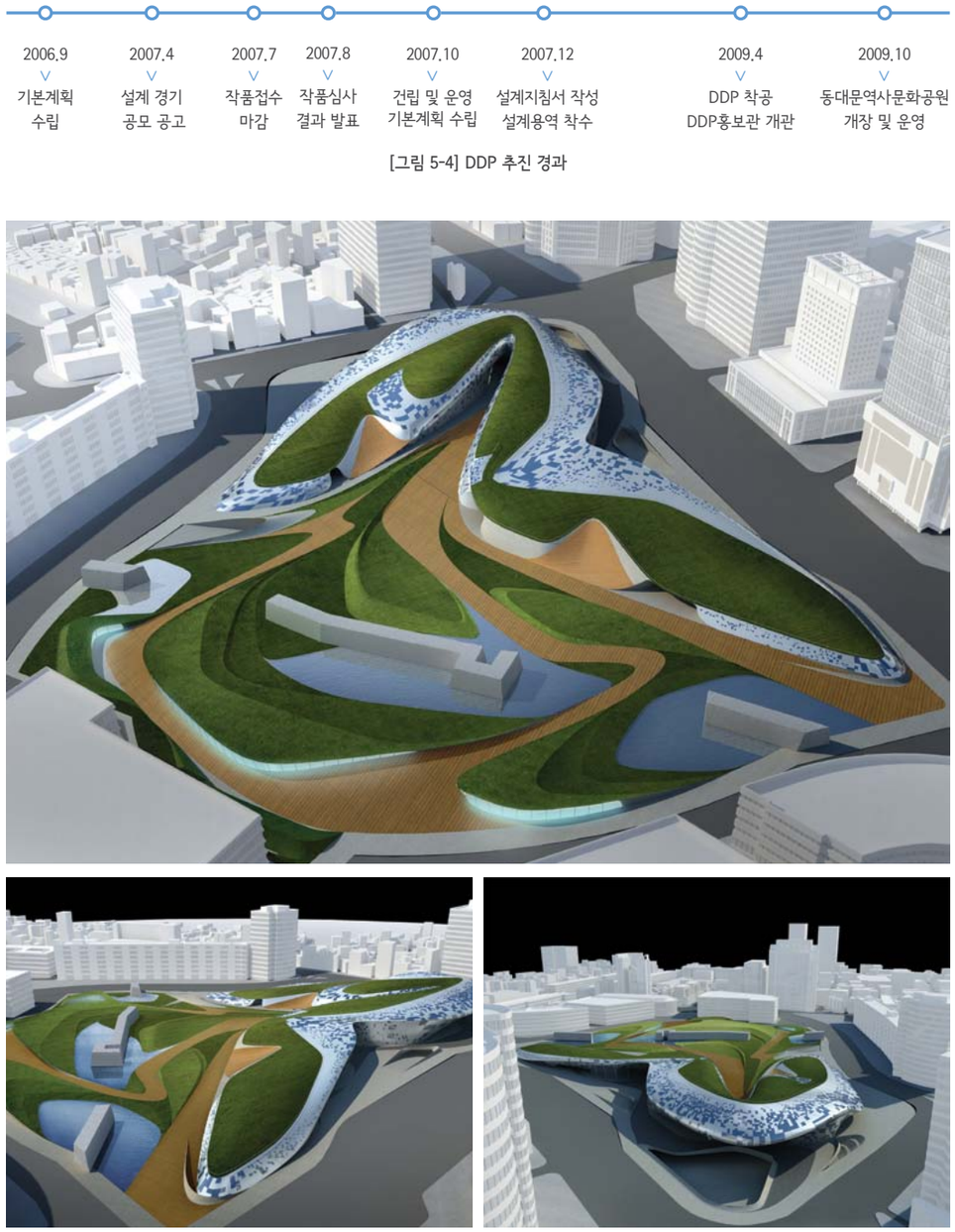
출품작 > FOA

출품작 > 최문규

[그림 6-3] DDP 현상공모작

최종 당선작 〈환유의 풍경〉은 조경과 건축이 조화롭게 연결되면서 강력한 이미지를 표현했다는 점에서 큰 점수를 받았다. 특히 이 작품은 수많은 공간을 유기적으로 만나게 하는 공간적 특징을 보여준다. 이는 동대문 인근 지형과 DDP, 그리고 동대문역사문화공원을 하나로 통합한다는 의미다. 효율적인 공간 활용을 위해 경계마저 허물었던 자하 하디드의 새로운 시도는 신선한 충격이었다. 설계안이 결정된 뒤에는 바로 설계에 들어갔으며, 2009년 4월 본격적으로 착공되었다. 2009년 10월에는 서울성곽 동측 부분에 해당하는 동대문역사문화공원을 먼저 개장해 운영하고 있다.

39) (재)서울디자인재단, 「동대문디자인플라자 랜드스케이프&랜드마크」, 2011



[그림 5-4] DDP 추진 경과

[그림 6-5] 당선작 <환유의 풍경>

3) DDP 비전과 전략

DDP의 비전은 서울의 과거와 현재, 미래가 만나는 공간으로 '21세기 창조 · 지식의 발신지'이다. 더불어 재정자립 기반을 구축하여 운영 수익을 시민에게 돌려주고, 지역경제에도 도움이 되어 주변부의 산업을 함께 키우는 공간으로 만들어갈 것이다. DDP는 디자인에 관련된 지식을 모으고 널리 나누는 세계 디자인의 중심이 되는 것을 목표로 한다. 단순히 아름다운 건축공간을 뛰어넘어 시민, 주변공간과 함께 서울의 중심지를 꿈꾼다. 이러한 비전을 바탕으로 많은 사람들이 새로운 생각과 표현을 하는 '창조산업의 알림터'가 되고, 많은 인재가 모이고 배출되는 '미래인재의 배움터'가 되며, 누구나가 일할 수 있는 '일터'가 될 수 있을 것이다. 궁극적으로 DDP는 시민 누구나 디자인을 배우고 만들고 함께 누리는 공간으로 조성될 것이다. 이러한 비전을 실현하기 위해 서울시와 (재)서울디자인재단은 '24시간 활성화', '60개 명소화', '100% 효율화'라는 3가지 전략을 선보였다.

'24시간 활성화'는 동대문 24시간 라이프사이클과 함께하는 프로그램으로 상시 운영되는 DDP를 만드는 전략이다. DDP에는 시간에 구애 없이 많은 사람들이 방문할 것이고, 덕분에 DDP와 주변 상권의 경제가 활발해질 것이다.

'60개 명소화'는 동대문 지역의 역사유물과 관련한 즐길거리, 볼거리를 조성해 DDP 방문객을 늘린다는 전략이다. 이를 위해 서울의 역사성과 지역성을 담은 60개의 포인트를 선정, 누구나 흥미를 가질 만한 이야깃거리를 만들고 있다.

'100% 효율화'는 공익성과 수익성의 균형을 이루어 자립으로 DDP를 운영하는 전략이다. 기존 DDP 운영은 연간 약 200억 원의 적자를 내는 예산 구조였다. 적자는 서울시가 지원하기로 했지만, 서울의 미래로서 지속가능한 디자인 발신지가 되기 위해서는 운영에 필요한 예산을 DDP가 스스로 벌어들이는 수익구조를 창출해야 한다.[40] 따라서 기존에 전시와 회의만을 위해 계획된 공간을 패션쇼, 신제품 론칭 등 보다 시민 지향적이며 대중적인 이벤트를 열 수 있는 오픈 스튜디오로 전환해 가동률을 40%에서 70%로 끌어올릴 예정이다. 이러한 세 가지 전략을 통해 DDP는 '공익성과 수익성이 균형을 이루는 자립화 운영'이 가능한 '21세기 창조 · 지식의 발신지'로 우뚝 설 것이다.

40) (재)서울디자인재단, 「동대문디자인플라자(DDP) 기본·운영계획(안)」, 2012

비전	21세기 창조·지식의 발신지
운영목표	새로운 생각 / 다양한 인재 / 더 나은 생활
전략	24H 활성화 / 60EA 명소화 / 100% 효율화

"공익성과 편익성이 균형을 이루는 자립기반 조성"

사업전략

서울이 과거와 현재, 세계인의 미래가 만나는, 스토리텔링
What's Up? Value Up!을 만들어 가는, 디자인텔링
세계인이 함께 누리는 꿈과 감성이 살아있는, 스페이스텔링

사업구성

아트홀
새로운 생각, 신제품, 공연, 패션쇼, 시사회 등이 가능한 '오픈 스튜디오'로 창조 콘텐츠 발신

뮤지엄
서울시민의 '과거-현재-미래'를 담는 히스토리와 세계인의 창조물이 전시되는 박물관

비즈센터
새로운 정보와 트렌드를 만나고, 교류하고, 사업화 할 수 있는 '창조융합센터(1F) 및 교육공간(3F)'

공원
디자이너와 시민과의 참신한 작업과 '도심 속의 창조공원'이 될 수 있는 친환경 구성

편의시설
새로운 디자인과 미래를 먼저, 직접 느낄 수 있는 쾌적한 MD구성으로 '지역상권 활성화' 기여

[그림 6-6] DDP 비전과 전략

4) DDP 공간 구성

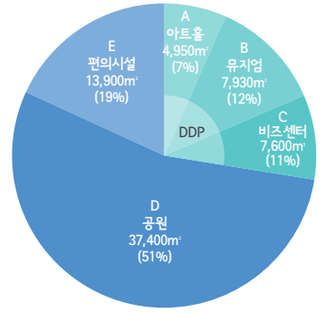
DDP는 '경계 없음'에서 출발한다. 유기적인 형태를 지닌 DDP는 흥인문로, 마장로, 을지로7가가 만나는 곳에 위치한다. 길이 만나고 합쳐지는 동대문의 특성을 살려 '모든 것이 만나고 또 흩어지는 외형'을 만들어낸 것이다. 이러한 만남은 실제 공간에서도 이어진다. 컨벤션홀, 전시공간, 디자인정보교육센터 등 모든 공간이 자연스럽게 연결되기 때문이다.

DDP 전체 공간은 아트홀, 뮤지엄, 비즈센터, 공원, 편의시설까지 총 5개의 공간으로 구성된다. 이 중 아트홀, 뮤지엄, 비즈센터가 DDP 내부에 해당하며 전체의 30%를 차지한다. 나머지 공원과 편의시설은 동대문역사문화공원 공간으로 70%가 여기에 해당한다. 영역별 면적 분포는 아트홀 7%, 뮤지엄 12%, 비즈센터 11%, 공원 51%, 편의시설 19%로 구성된다.

각 공간의 구성 내용을 살펴보면, 먼저 아트홀은 연회장과 회의실, 그리고 신제품을 선보이는 론칭 공간, 문화예술 공연장, 패션쇼, 영화 시사회 등이 열리는 오픈 스튜디오가 마련된다. 뮤지

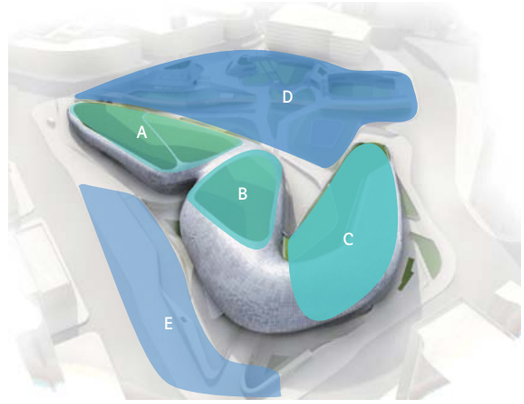
엄은 서울시민의 과거와 현재, 미래를 담을 수 있는 역사 콘텐츠, 디자인의 트렌드와 새로운 생각을 보여주는 전시실로 조성했다. 비즈센터는 산업 활성화를 위해 계획되었다. 디자인산업의 주체와 연구자들이 모여 새로운 제품을 개발하는 창조융복합센터, 디자인 지식을 제공하고 공유하는 교육 공간을 마련했다. 시민의 휴식 및 문화체험 공간인 동대문역사문화공원은 현재 개장해 운영 중이다.

영역별 면적 분포
(서비스 면적 기준)



부지면적	62,957m²
건축면적	25,008m²
총면적(공원시설 포함)	85,320m²
최고 높이	29m
층수	지하3층 지상4층

DDP 공간 구성



A 아트홀 + B 뮤지엄 + C 비즈센터 + D 공원 + E 편의시설 ▶ 동대문

[그림 6-7] DDP 공간 구성

[표 6-1] DDP 공간 구성내용

공간	구성내용
아트홀	• 연회장, 회의실 및 신제품 론칭, 공연, 패션쇼, 시사회 등이 열리는 오픈 스튜디오
뮤지엄	• 서울시민의 '과거-현재-미래'를 담을 수 있는 역사 콘텐츠, 디자인의 트렌드와 새로운 창조물 전시 공간
비즈센터	• 최신 트렌드와 지식이 교류되어 새로운 비즈니스가 창출되는 공간(1~2F) • 어린이부터 전문가들까지 다양한 분야의 교육이 이루어지는 공간(3F)
공원	• 디자이너와 시민의 참신한 작업을 보여주는 문화 휴게 공간 • 시민과 함께하는 문화, 예술, 디자인 프로그램을 운영
편의시설	• 시민이 누구나 활용할 수 있는 편의시설 • '지역상권 활성화'에 기여할 수 있는 쇼핑 공간

6.2 DDP 기본 운영·실행계획

1) DDP 운영계획

(1) 공간별 운영계획

DDP는 아트홀, 뮤지엄, 비즈센터, 공원, 편의시설 등 5개 공간으로 구분된다. 창조산업을 선보일 수 있는 아트홀에는 오픈스튜디오, 연회장, 회의실이 있다. 먼저 1,500석 규모의 오픈스튜디오는 디지털장비를 갖추어 영화 상영도 가능하다. 이곳에서는 패션쇼, 한류가수의 라이브 쇼, 지식콘서트, 신제품 론칭 쇼와 같은 행사가 열릴 수 있다. 세미나, 컨퍼런스, 전시가 개최될 연회장은 1,000석 규모이고, 200석 규모의 회의실은 다목적 회의를 위해 조성됐으며, 아트홀은 지하 2층에 모여 있다.

뮤지엄은 다양한 전시를 위한 공간으로 DDP 안내센터, 기획전시관, 디자인박물관, 디자인둘레길, 상상체험관이 여기에 포함된다. 이 중 디자인박물관은 디자인과 산업의 발전 단계를 두루 살펴보는 전시가 개최될 예정이다. 지하 2층부터 지상 4층까지 연결되는 디자인둘레길에는 서울디자인의 흐름이 전시될 것이다. 그리고 디자인을 통해 어린이들이 미래를 상상 · 체험하는 상상체험관, 현대 디자인 전시를 하는 기획전시관이 이곳에 들어선다.

비즈센터에는 지식정보센터, 비즈스트리트, 아카데미홀, 디자이너스 라운지가 있다. 디자인 전문도서를 취급하는 서점, 디자인 숍 등이 지식정보센터에 입점할 것이다. 패션 부자재를 모아 전시하는 비즈스트리트와 디자인 관련 교육을 받을 수 있는 아카데미홀도 이곳에서 만날 수 있다.

동대문역사문화공원은 동대문의 과거와 현재의 이야기를 담고 있는 여가공간으로, 시민들의 쉼터 제공뿐 아니라 다채로운 즐길거리도 제공할 예정이다. 그 일환으로 2012년에는 「동대문봄장」과 같은 행사가 진행된 바 있다. 지하편의시설과 평화광장이 있는 편의시설에는 DDP를 찾은 방문객들의 편리를 돕는 상업 공간이 조성될 것이다. 신사동 가로수길, 홍대 문화거리 등에서 볼 수 있는 감각적인 디자인 스토어와 레스토랑 등이 그것이다.

[표 6-2] DDP 공간 구성 세부내용

시설		면적(m^2)	기능	주요 프로그램	대상
A.아트홀	A1.오픈스튜디오(B2F) (1,500석)	2,992	• Plug&play 미디어설비 오픈스튜디오 • 영화시사회가 가능한 디지털 장비 스튜디오	패션쇼, 한류라이브쇼, 지식콘서트, 신제품 런칭쇼 등 창조 산업 플랫폼	글로벌브랜드 공연/방송사
	A2.연회장(B2F) (1,000석)	1,547	• 국제회의, 연회 등이 가능한 홀	세미나, 컨퍼런스, 전시	디자인/문화 관련단체
	A2.회의실(B2F) (200석)	414	• 200석 : 다목적 회의공간	DDP디자인챔, 폐차쿠차	
B.뮤지엄	B1.DDP안내센터 (B2F)	354	• DDP 및 동대문의 하이라이트 및 프로모션 팝업 갤러리	DDP 및 동대문 에듀테인먼트	관광객
	B2.기획전시관(B2F)	1,216	• 글로벌 컨템포러리 트렌드 전시	트레블링 전시	디자이너
	B3.디자인박물관(2F)	1,462	• 「디자인+산업」 발전의 대서사 전시	디자인과 산업기술전	디자이너
	B4.디자인둘레길 (B2-4F)	3,358 W : 6m L : 533m	• 서울디자인 시련과 도전, 성장의 흐름 전시	1945~2025 한국디자인 100년사	시민
	B5.상상체험관(4F)	1,892	• 미래디자인을 탐험 · 예측하는 오감체험 전시	가족 · 어린이 체험프로그램	가족/어린이
C.비즈센터	C1.지식정보센터(1-2F)	3,400(1F)	• 최신 디자인·트렌드 정보·지식 제공 • 창의적 융합 인재 발전소	디자인전문도서, 트렌드 제품 체험숍 (음악,패션,사진)	시민
	C2.비즈스트리트(1-2F)	1,702(2F)	• 패션·부자재 아카이빙 및 비즈니스 스트리트	i-패션, 동대문 런웨이 프로젝트, 특허 서비스	디자이너
	C3.아카데미홀(3F)	1,930	• 시민·전문가 교육 및 재능·기술 제작 스튜디오	뮤지엄 교육 프로그램, 방송 스튜디오	디자이너/시민
	C4.디자이너스 라운지(4F)	884	• 디자이너들의 네트워크 교류 공간	창의적 인재 · 정보 및 네트워크 구축	해외바이어
D.공원	D.동대문역사문화공원	40,223	• 동대문 역사와 현재를 담아내는 창조적 여가공간	동대문봄장, 도성박물관, 예술조형물	시민
E.편의시설	E1.지하편의시설(B2F)	5,156	• 주변시설과 DDP를 매개하는 통로이자 상업공간	디자인 플래그쉽 스토어	관광객
	E2.평화광장(B2F)	5,891	• DDP로 진입하는 전이공간이자 24시간 열린 광장	커뮤니티 참여 프로그램, 만남의 광장	

(2) 대상별 운영계획

DDP는 사용자 편의성을 고려한 운영 매뉴얼을 구성한다. 앞으로 DDP의 주 사용자는 동대문상권 이용자, 시민과 관광객, 창조산업 관계자 및 디자이너들이 될 것이다.

동대문상권에서 가장 오랜 시간을 머무는 사람들, 즉 실제로 이곳에서 일하는 사람들로 상인, 패션디자이너, 봉제 및 패턴 기술자, 특화상권상인 등을 들 수 있다. 이 지역은 패션산업이 특히 발달한 만큼 패션디자인 관련 종사자의 수가 압도적이다. 이들은 DDP에 동대문 지역의 상권 활성화를 바라고 있으며, 이를 위해 디자인 지원 프로그램이 제공될 예정이다. 개인이나 소매상인들이 직접 할 수 없는 다양한 전략의 디자인 마케팅이나 디자인과 제작 사이의 네트워크 구축 등은 지역경제 활성화에 큰 도움이 되리라 기대한다.

사람들은 주로 쇼핑을 위해 동대문을 찾는다. 일반시민, 청소년, 관광객, 특히 해외 관광객이

동대문을 찾는 만큼 누구나 쉽게 즐길 수 있는 문화 체험의 기회가 필요하다. 이러한 사용자 경험디자인을 통해 동대문에 대한 좋은 이미지를 심어주고, 첫 방문이 재방문으로 이어지는 '오고 싶은 공간'으로 만들 수 있어서다. 역사가 숨 쉬는 동대문, 최신 디자인을 만날 수 있는 동대문, 재미있는 문화가 있는 동대문을 만든다면 보다 많은 사람들이 이곳을 찾을 것이다. 시민들은 동대문에서 역사 공간을 만나고, 다채로운 전시를 통해 상품을 구매하고, 신나는 이벤트를 즐기게 된다.

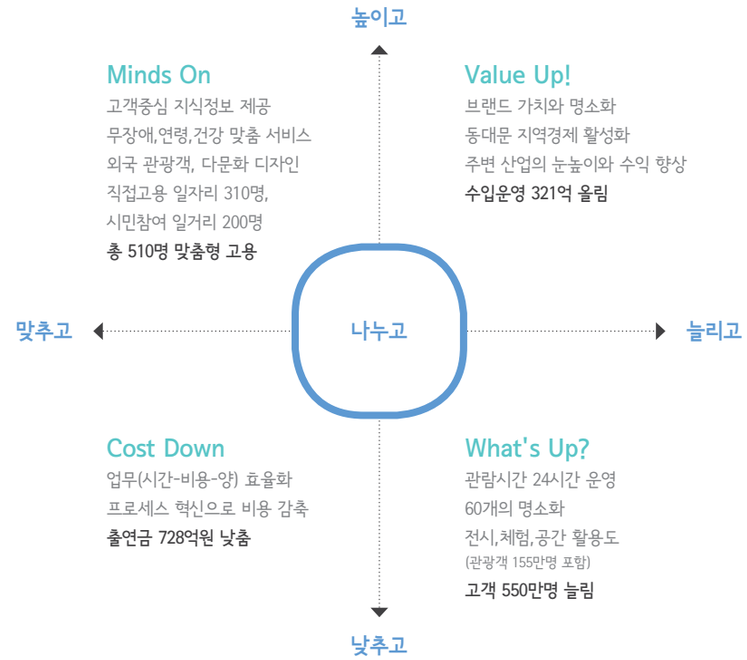
DDP는 창조기업, 디자이너, 전문가 모두를 위해 운영될 것이다. 이들은 상상력의 모체로서 DDP의 중요한 키워드인 '디자인'을 만들어가는 사람들이므로 이들의 디자인 활동을 지원하게 될 것이다. 소규모 디자인 스튜디오나 1인 기업의 경우 디자인 결과물을 선보일 수 있는 기회가 대기업에 비해 적다. 따라서 자본을 많이 가지지 않은 이들도 작품을 쉽게 보여줄 수 있는 전시 공간과 프로그램을 지원할 것이다. 또한 다양한 컨퍼런스와 세미나를 개최하여 디자인기술 정보와 지식을 함께 나누고 이를 상품의 제작 · 생산에 활용할 수 있도록 돕는다. 또한 DDP는 전시회와 비엔날레 등 세계적인 최신 트렌드를 선보이는 행사를 개최, 세계디자인 흐름을 빠르게 받아들이고 유행을 주도해나갈 것이다.

[표 6-3] DDP 대상별 콘텐츠 운영안

구분	사용자	주요 콘텐츠	서비스
동대문상권	• 상인 • 패션디자이너 • 봉제, 패턴기술자 • 주변특화상권	• 동대문 비즈니스라운지 • 동대문 런웨이 프로젝트 • 동대문 디지털패션체험 • 서울성곽 패션쇼	• 비즈니스 지원 • 신진디자이너 발굴 및 육성 • 패션산업생태계 조성 • 디자인마케팅 및 문화축제 지원
시민 및 관람객	• 시민 • 청소년 • 관광객 및 쇼핑객 • 해외 관광객	• 한국디자인대서사 1945~2045 • DDP K-디자인 퍼레이드 • DDP 60개 명소 프로젝트 • 밤이 더 아름다운 DDP 24시간 서비스	• 시민 참여·체험의 장 구축 • 에듀테인먼트 서비스 제공 • DDP&동대문 연계를 통한 시너지 창출 • 야간 문화관광 상품
창조기업, 디자이너 및 전문가	• 디자이너 • 예술가 • 마케팅&컨설팅 전문가 • 창조융합기업	• 세계디자인패션전 • 패션&미디어 융복합 비엔날레 • 베세토 디자인마켓&컨퍼런스 • 서울의 눈 어워드	• 글로벌디자인 트렌드 전시 • 창작지원 • 아이디어 발굴 및 트렌드 정보제공 • 창업 인큐베이팅, 마케팅

2) DDP 실행계획

DDP는 나눔의 원칙을 기본으로 인력과 예산 관련 실행계획을 수립했다. 인력 실행계획은 고객 중심의 서비스 제공을 위한 인력 구성방향, 시민이 직접 참여하는 일자리 창출을 중심으로 계획됐다. 예산 실행계획은 재정자립 달성을 목표로 탄탄한 구성, 조율, 관리 체계를 도입한 시스템으로 기획되었다.

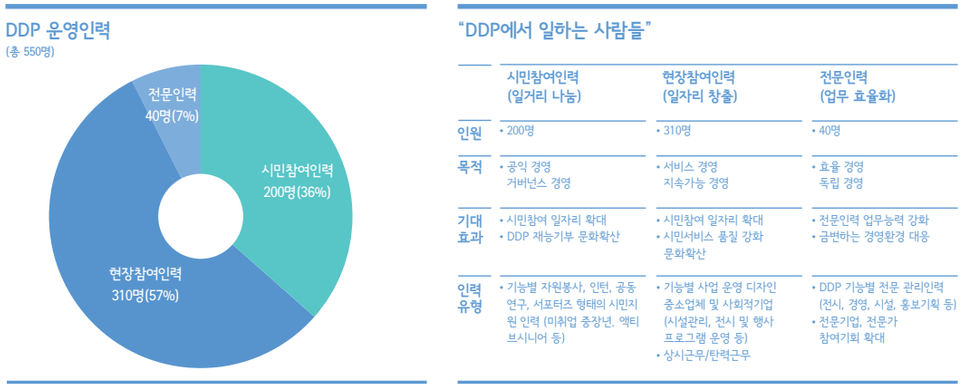


[그림 6-8] DDP 실행계획 모델

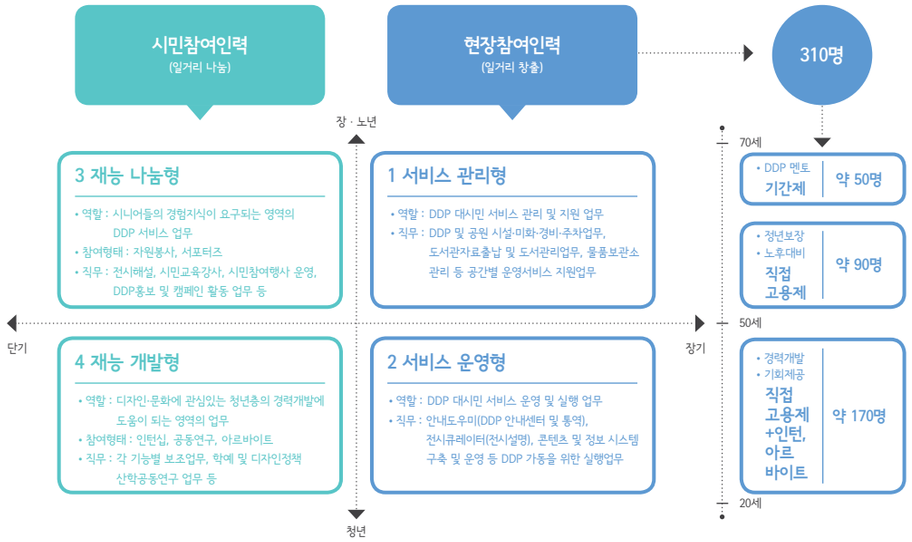
(1) 인력별 운영체계

DDP의 인력별 운영체계는 시민참여인력, 현장참여인력, 전문인력으로 구성되며, 시민참여인력은 시민참여적인 행사를 넘어서서 운영과정에 시민을 적극적으로 참여시키는 것을 의미한다. 새로운 공간을 만들면서 생겨나는 일자리 창출에 일반 시민이 일할 수 있도록 하며, 진행과정부터 추후 운영까지 일련의 과정을 시민이 알 수 있도록 공개할 것이다. DDP는 시민의 공간으로 마련된 만큼 시민의 관심과 참여가 무엇보다도 중요하다. 그래서 발주 계획부터 프로젝트의 전 과정을 공개, 시민이 도전하고 참여할 수 있는 기회를 제공한다.

앞으로 DDP는 별도의 조직으로 꾸려질 예정이다. 이곳에서 일하게 될 인력은 약 550명에 달한다. 시민이 직접 참여하는 인력, 현장에 참여하는 인력, 그리고 디자인 유관자와 서울시 소속 정규인력이 각 부서에 배치될 예정이다. DDP 운영에 참여하는 시민 인력은 약 200명으로 DDP 전시와 이벤트 프로그램을 위한 인턴십, 아르바이트, 공동연구자로 근무할 계획이다. 재능기부를 희망하는 자원봉사자나 서포터즈도 역할을 맡아 DDP 운영에 도움을 줄 수 있다. 현장에서 일하게 될 인력은 약 310명이다. 시설정비와 미화, 경비, 주차를 담당하는 서비스 관리직과 안내도우미, 큐레이터 등이 여기에 해당한다. DDP의 기능별 전문 관리 인력은 총 40명으로 구성되며 전문적인 능력을 요하는 DDP 경영, 전시, 홍보, 시설 기획 등의 업무에 참여할 예정이다.



[그림 6-9] DDP 인력 구성



[그림 6-10] DDP 인력 운영안

(2) 예산별 운영체계

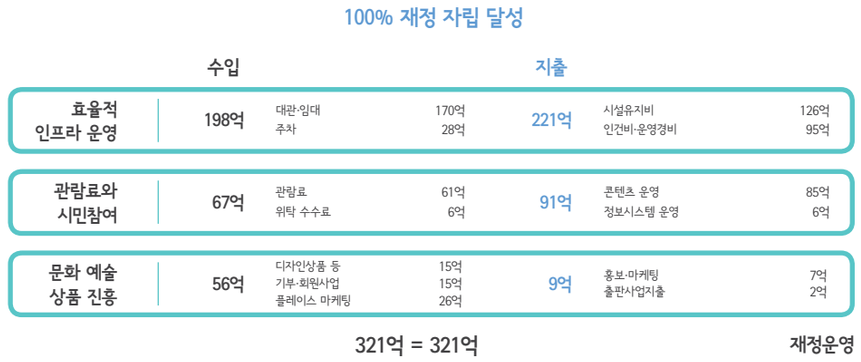
DDP는 재정 자립운영을 원칙으로 한다. 이를 위해 DDP의 각 공간을 효율적으로 운영하고 차별화된 콘텐츠와 DDP 고유의 브랜드 가치를 개발하여 수익을 창출할 것이며, DDP 운영을 위해 필요한 321억 원의 예산은 DDP 운영 수입만으로 충당하는 것을 목표로 한다.

이를 실현할 수 있는 방안으로는 첫째, 효율적 인프라 운영이 있다. DDP를 좀 더 활동성 있는 공간으로 만들어 198억 원의 수익창출을 이끌어 낼 것이다. 이를 위해 오픈스튜디오의 가동률을 60% 이상으로 끌어올려야 하고, 이는 대관수입으로 연간 94억 원의 수익창출을 가능하게 할 것이다. 대관 수입으로는 시설 대관 수입 외에도 스튜디오 내의 미디어 장비를 대여하는 것만으로 10억 원의 부가적인 수입을 얻을 수 있다. 또 DDP 공간을 명소로 만들어 임대 수입을 확보할 예정인데, 내부의 임대공간은 총 13,617㎡에 이를 정도로 넓다. 이 공간을 주변 시세에 맞춰 임대를 진행하면 약 76억 원의 수익이 발생하게 된다. DDP는 내부에 주차장도 운영할 예정인데, 주야간으로 355대를 수용할 수 있는 면적으로 한 해 28억 원의 수입을 기대할 수 있는 규모다.

두 번째로 DDP는 차별화된 콘텐츠 행사를 운영해 67억 원의 수익을 낼 것이다. 전시와 이벤트 관람 수입이 해당하는데, 기존의 전시 공간들과는 다른 내용을 선보여 총 61억 원의 수익을 얻을 것으로 예상한다. 이외에도 시민 참여 행사와 교육프로그램을 운영하여 6억 원의 수입[41]을 얻을 계획이다.

DDP 재정운영 계획의 세 번째는 DDP 고유의 브랜드 가치를 만들어 수익을 내는 방법이다. DDP만의 독자적인 디자인 상품을 개발, 판매하여 15억 원의 수익을 얻기 위해 서울디자인재단이 주관하는 디자인태그를 통해 상품을 만들고 판매할 것이다. 이외에 기부, 출판, 브랜드와 플레이스 마케팅 등을 진행해 매년 41억 원가량의 수익을 창출할 계획이다.

DDP는 초기 계획 단계에서 200억 원 적자를 내는 사업으로 운영을 위해서는 서울시의 지원이 필수적이었다. 그러나 기존의 예산 운영 계획을 업그레이드해 새로운 수익모델을 만들었고, 운영에 필요한 지출과 수익 구조를 동일하게 만들었다. 이 모델은 DDP의 재정자립을 가능토록 할 것이다.



[그림 6-11] DDP 재정 계획안

41) DDP에서 진행되는 시민 참여 행사와 교육프로그램의 위탁수수료이다.
출처 : (재)서울디자인재단, 「동대문디자인플라자(DDP) 운영계획 기자설명회 자료」, 2012, p.31

6.3 DDP 운영준비 추진방향

1) DDP 거버넌스 도입

거버넌스(Governance)는 정부 조직과 국민 사이에서 서로가 합의한 목적에 의해 구성된 정치질서를 의미한다. 이는 기존 정부와 시장이라는 이분법적인 사고방식을 거부하고, 정부 · 시장 · 시민사회가 상호의존적인 구조를 가지고 수평적으로 계획을 만들어가는 방법으로, 대안적 사회 구성 방식으로 많은 관심을 끌었다. 최근 소셜네트워크서비스(SNS)의 발달로 거버넌스 체제의 가능성이 더욱 커진 것도 이 체제의 확장을 가능케 하는 중요한 요인이 된다.[42] DDP는 시민이 함께 만들고, 함께 누리는 창조산업 공동체로서의 성공적인 DDP 구축을 위해 민관 거버넌스 체제를 통하여 시민과 소통하고자 노력했다.

2) 거버넌스 구성 및 운영방향

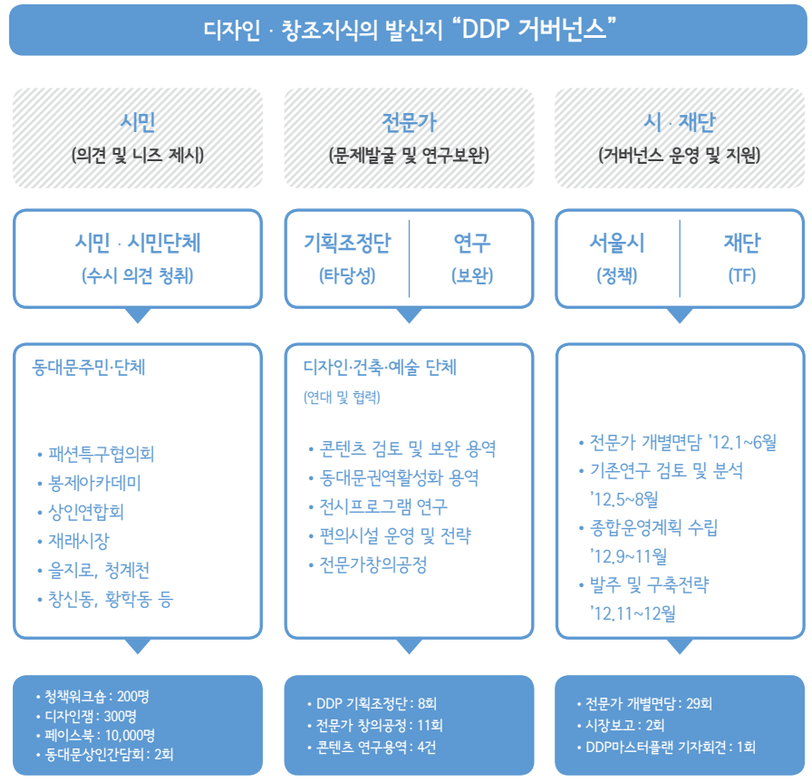
DDP 거버넌스 운영의 주체는 서울시와 (재)서울디자인재단, 서울시민, 그리고 각계의 전문가 집단이다. 이들은 서로 원활한 의견을 나누고, DDP 조성에 따라 발생되는 문제를 해결하고자 했다. 먼저 거버넌스의 주체 중 '관'에 해당하는 서울시와 서울디자인재단은 DDP의 정체성을 만들고, 전체적인 설립과 운영을 맡고 있다. 앞으로의 운영 계획과 프로그램도 만들고 있으며, 거버넌스 체제를 만들어갈 다양한 방법을 모색하고 있다. 또 시민과 전문가라는 또 다른 주체들의 의견을 수렴하기 위한 다양한 참여 방안을 고민 중이다.

또 다른 주체인 '전문가'는 DDP의 콘텐츠, 운영 관련 사항에 문제가 발생할 때 전문적인 자문을 맡는다. 서울디자인재단은 사회 각 부분에서 두각을 나타내는 전문가들을 모아 DDP 운영에 도움이 될 전문가 집단을 구성하고 있다. 그들은 오랜 노하우를 통해 DDP가 당면한 문제에 대한 해결 방안에 아이디어를 내고 있다. 이런 의미해서 전문가 집단을 '집단지성'이라 부르기도 한다. 관이나 시민이 알 수 없는 전문적이고 세부적인 DDP의 운영방안도 이들을 통해 도출될 수 있다.

DDP 거버넌스의 마지막이자 가장 중요한 주체는 바로 '시민'이다. 시민은 DDP를 구성하는 주인이라고 말할 수 있을 정도로 중요하다. 시민은 아주 방대한 의미를 담고 있는데, 여기에는 주변 거주자, 주변 지역상인, 방문객을 포괄하는 서울시민과 관광객이 모두 포함된다. 이들은 실제로 DDP를 가장 많이 찾고 이용하게 될 사람들이기에 이들의 요구는 마땅히 수용돼야 한다. DDP에 실제로 필요한 공간이라든지, DDP에서 이루어지는 시민을 위한 서비스는 이들의 요구에 따라 개선될 수 있다.

42) (재)서울디자인재단, 「DDP 전문가 창의공정 연구 및 운영 사업 보고서」, 2012, p.10

DDP는 서울시, 서울디자인재단, 전문가, 시민의 모든 의견을 반영하여 조성된다. 세 주체는 각자가 필요로 하는 내용을 요구하거나 서로 조율할 부분들은 많은 대화를 통해 합의하고 있다. 앞으로의 진행 과정에서도 DDP 거버넌스 방식은 지속될 것이다.



[그림 6-12] DDP 거버넌스 구성 및 운영 추진체계도

6.4 DDP 운영준비 추진실적

DDP 거버넌스를 도입하여 2012년 진행한 결과는 크게 세 가지로 시민 참여 프로젝트, 전문가 참여 프로젝트, 동대문역사문화공원 운영에서 살펴볼 수 있다. 시민 참여 프로젝트로는 청책워크숍, 디자인잼, 동대문 상인 간담회 등이 있었다. 페이스북에는 시민들이 디자인에 대해 자유롭게 논할 수 있는 공간이 개설되기도 했다. 이 중 청책워크숍에는 200여 명의 시민, 전문가, 서울시장이 참여해 DDP 운영의 올바른 방향성과 시민이 DDP에 바라는 것들을 이야기했다. 또 시민이 즐길 수 있는 디자인 축제인 시민어울림마당「동대문 디자인잼 7.7.7.」에는 시민 300여 명이 참여했다. 이 행사는 음악 공연, 저녁식사, 디자인에 대한 토론 등 다양한 내용이 함께 진행된 이벤트로 시민이 공감하고 함께 체험하는 문화를 새로이 제시했다. 특히 페이스북 그룹에서는 디자인에 대한 시민의 요구를 관계자 모두가 확인할 수 있었고, SNS를 이용한 의견 교환의 가능성을 확인하는 계기가 되었다.

또한 전문가 참여 프로젝트를 통해 서울시와 서울디자인재단은 전문가 집단 및 DDP 관련 단체와의 의견을 나누기도 했다. 특히 DDP 기획조정단을 구성하고 전문가 자문회의를 개최하여 시간의 흐름에 따라 나타나는 DDP의 문제를 짚고 넘어갈 수 있었다. 전문가 창의공정이라는 시스템을 도입하여 디자인뿐만 아니라 문화, 예술 전문가를 모아 네트워크를 구성하기도 했다. 또한 전문가 인력들이 DDP의 구체적인 활용방안이나 구성내용을 연구할 수 있도록 하였다.

마지막으로 DDP에서 가장 먼저 개장하여 운영 중인 동대문역사문화공원은 그 활성화를 위해 여러 프로그램들이 진행되었다. 여기에는 창의희망시장「동대문봄장」과 전시회「시장의 재발견」,「신당생활사박물관」등이 있다. 아직 DDP가 완공된 것은 아니지만, 부분적으로 시민의 휴식처가 될 여가 공간은 이미 운영되고 있으며, 이곳에서는 시민들이 직접 참여할 수 있는 재미있는 체험프로그램을 운영하여 DDP를 홍보와 더불어 시민들의 의견을 수렴하고 있다.

[표 6-4] 2012 DDP 관련 주요 사업

구분	주요사업
시민 참여 프로젝트	(1) 청책워크숍「시민이 사랑하는 DDP 만들기」 (2) 시민어울림마당「동대문 디자인잼 7.7.7.」
전문가 참여 프로젝트	(1) DDP 전문가 창의공정 (2) DDP 기획조정단 (3) DDP 콘텐츠 검토 자문회의 (4) DDP 관련 연구 진행
동대문역사문화공원 활성화	(1) 동대문봄장 (2) 시장의 재발견 (3) 신당생활사박물관

1) 시민 참여 프로젝트

시민 참여 프로젝트는 DDP 거버넌스 운영의 기본 전략이다. 시민의 요구를 적극적으로 수렴하여 반영하는 것은 결국 전체 DDP 관련 프로젝트를 시민이 주도하는 DDP로 만들겠다는 서울시의 신념과 연결된다. 이를 위해 DDP는 창의적인 시민소통 프로세스를 연구했고, 시민의 의견을 모을 수 있는 청책워크숍, 시민이 참여 가능한 시민어울림마당 등을 개최하였다.

(1) 청책워크숍「시민이 사랑하는 DDP 만들기」

서울시가 주최하고 (재)서울디자인재단이 주관한 청책워크숍은 시민의 소리에 귀 기울이는 행사다. DDP의 설립은 디자인 발전을 위한 시대적 요구이며 동시에 시민의 바람이었다. 따라서 시민들의 생각과 요구사항은 DDP를 만들어가는 데 가장 중요한 요소다. 즉 시민이 직접 만들고 꾸려가는 DDP는 시민과의 소통을 시작으로 이루어진다.

청책워크숍「시민이 사랑하는 DDP 만들기」는 2012년 4월 24일 오전 10시부터 2시간 동안 동대문역사문화공원 내 이벤트홀에서 진행되었다. 200여 명의 시민, DDP 관련 단체 종사자, 동대문 주변 상인이 박원순 서울시장과 만나 DDP에 대한 생각과 의견을 나누고 조율하는 자리를 가졌다. 행사는 DDP의 추진 경과보고 후, (사)동대문패션타운관광특구협의회와 문화연대, (사)한국패션봉제아카데미 등 동대문 지역 대표 단체의 발표로 이어졌다. 발표 후에는 서울시장, 시민, 관련 단체 사람들이 한자리에 모여 자유롭게 의견을 나누었다.

청책워크숍은 동대문역사문화공원과 DDP, 동대문일대, 그리고 디자인 정책 및 현안에 대한 충분한 시민의 이해를 위해 진행되었다. 또한 DDP에 대한 시민의 의견을 듣고 이를 DDP 콘텐츠 구성에 활용하기 위해 계획됐다. 시민 토론에 참여한 시민들은 DDP에 대한 생각과 궁금증을 전달하

고, 서울시장과의 만남을 통해 DDP 설립과 정책에 대한 속 시원한 대답을 들을 수 있었다. 워크숍의 경우 시민이 주체가 되는 프로그램에 대한 논의가 활발하게 이루어졌다. 이 행사는 전문가, 시민, 서울시가 다 같이 모여 의견을 나누는 방식을 취해 더욱 편안하고 역동적으로 진행되었다.

[표 6-5] 청책워크숍 발표내용

연번	단체명	발표자	발표내용
1	동대문패션관광 특구협의회	김방진 협의회장	• DDP 공간 활용 신진디자이너·동대문 업체 대상 패션쇼, 수주 및 총판계약 지원 • 판매중심이 아닌 관광객·시민·상인이 함께 즐기는 주기적 이벤트 제공 필요
2	문화연대	이원재 사무처장	• 서울의 다양한 창의성이 모이는 DDP를 요구 • 다양한 시설과 관계 맺고, 모든 시민에게 개방된 '공공프로세스' 디자인 필요
3	한국패션봉제 아카데미	황금이 교육기획처장	• '동대문' '서민' '글로벌' 브랜드로서의 DDP 의미 시사 • 한류 라이프스타일과 문화, 역사, 디자인이 공존하는 장으로서의 DDP 요구
4	한국디자인단체 총연합회	박인학 문화분과부회장	• 디자인, 패션, 창의산업 분야의 인재와 자본이 모이는 국가적 인프라로서의 DDP 강조
5	동대문지역 발전협의회	박병두 협의회장	• 상설 DDP 방송 설립, 신문 발행예정 발표 • 한류방송과 연계한 관광프로그램 개발 요구
6	사회적 기업 티팟	조주연 대표	• 시민 창의공정의 중요성 강조 • 시민의 고민이 반영되는 정책 필요
7	홍대앞놀이터 희망시장	조윤석 공동대표	• 시민에게 사랑받기 위한 DDP가 되는 7가지 방법 소개




[그림 6-13] 청책워크숍 : 시민과 박원순 시장의 자유토론

(2) 시민어울림마당 「동대문 디자인잼 7.7.7.」

시민어울림마당 「동대문 디자인잼 7.7.7.」은 시민이 어울릴 수 있는 다양한 프로그램을 제공함으로써 DDP를 자연스레 경험하고 긍정적인 의식을 만들어내는 이벤트로 계획되었다. 청책워크숍과 같이 시민과 디자이너들이 모여, 서울과 디자인에 대한 의견을 나누는, 그야말로 시민 참여의 거버넌스 형태로 진행되었다.

이 행사는 2012년 7월 7일 오후 7시부터 4시간 동안 동대문역사문화공원 잔디밭에서 열렸다. 페이스북 그룹 「디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?」 회원들을 비롯해 일반 시민과 학생, 디자인 전문가 등 총 300여 명이 참석한 「동대문 디자인잼 7.7.7.」은 어울림마당, 디자이너 난장쇼(디자이너 PT쇼), 100인 원탁회의, 공연, 어울림다과 등으로 진행되었다. 시민어울림마당은 시민이 주인공인 만큼 그들이 직간접적으로 참여할 수 있는 다채로운 참여 방법을 제시했다. 특히 페이스북에 「디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?」라는 화두로 많은 시민들의 의견을 받아왔고, 실제 행사에서도 이 주제를 활용하여 진행했다. 전체 행사의 콘셉트는 '디자이너와 시민이 함께 모여 즐기는 잔치'였고, 공연과 원탁토론 등으로 내용을 구성했다.



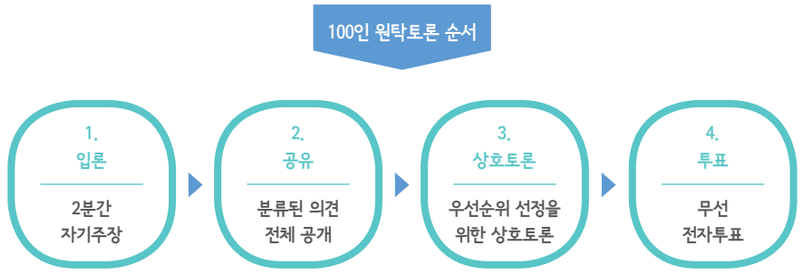
[그림 6-14] 시민어울림마당 「동대문 디자인잼 7.7.7.」 구성

시민어울림마당은 총 3가지의 내용으로 이루어졌다. 1부 어울림마당에서는 시민들이 부담 없이 즐길 수 있는 공연과 식사가 마련되었다. 윈디시티의 음악 공연을 통해 시민들의 자연스러운 행사 참여가 이뤄졌고, '나는 말하는 디자이너'라는 주제로 디자이너 난장도 마련됐다. 디자이너 난장은 인포그래픽, 역사, 환경, 지역, 도서관, 결혼문화 등 삶과 디자인에 대한 주제로 15명의 발표자가 진행했다. 발표자 중에는 페이스북 그룹에서 사전 신청한 시민도 있었다.

[표 6-6] 디자이너 난장 발표내용

순서	발표자	발표 제목
1	안상수(서울디자인재단 이사장)	잔치 기념 댄스 퍼포먼스
2	김영세(디자이너, 이노디자인 대표이사)	인간중심 디자인
3	한운희(연합뉴스 미디어랩 연구원)	꿈꾸는 데이터
4	김승범(의사, 제네럴 닥터 운영)	디자인이 동네병원을 살리기 위해서는 무엇이 필요할까?
5	박활민(디자이너, 하자 삶디자인 목공방 운영)	No Money Design
6	이범규 (Bring Your Cup 공동대표)	청년들, 텀블러 문화를 디자인하다
7	이남희+박진우 (액션스타트, 프리랜서 디자이너 협동조합)	Socially Creative, Creative for Society
8	김란기(한국역사문화정책연구원)	문화재와 서울 디자인
9	양지윤(디자이너)	아파트 옥상에서 도시농업을 시작하다
10	박원순(서울특별시장)	나도 디자이너다
11	박현주(인천연수도서관 문헌정보과장)	도서관, 디자인으로 말을 걸다
12	정미진('기적의 책꽂이' 기획운영팀)	기적의 책꽂이
13	이나미(디자이너, 스튜디오 바프 대표)	서울이 먼저 시작하는 아름다운 결혼문화디자인
14	정인애(DOMC 대표)	공동의 선(善)을 위한 디자인
15	오무영(프리랜서, 영상 디자이너)	마이너스, 플러스

이후 진행된 100인 원탁토론에서는 페이스북에서 이미 의견을 받았던 '디자인이 서울을 위해 무엇을 할 수 있을까?'를 주제로 시민의 생각을 들어보는 시간을 가졌다. 토론은 총 2회에 걸쳐 열렸는데, 첫 번째 토론은 '서울시민은 디자인에 무엇을 바랄까요?'라는 주제로 자유로운 시민의 생각을 나눴고, 두 번째 토론에서는 페이스북에서 의견을 모아왔던 '디자인이 서울을 위해 무엇을 할 수 있을까요?'란 주제로 그동안 접수된 의견 중 디자인이 가장 필요한 내용에 대한 투표를 진행했다. 토론 후에는 수리수리 마하수리의 공연으로 전체의 막을 내렸다.



[그림 6-15] 100인 원탁토론 진행방식

시민어울림마당은 음악과 맛있는 음식, 그리고 디자이너와 시민의 토론을 통해 누구나 참여하는 열린 DDP를 만들기 위해 계획되었다. 행사에 참여한 시민은 DDP에 대해 더 많이 알고, 이해하고, 의견도 전달할 수 있었다. 특히 100인 원탁토론은 많은 시민이 소망하는 디자인과 DDP의 모습을 진지하게 알아보는 뜻깊은 시간이었다. 제1토론 '서울시민은 디자인에 무엇을 바랄까요?'에서는 토론에서 발의된 시민들의 의견을 모아 가장 중요한 8개의 디자인 역할을 꼽았다. 제2토론 '디자인이 서울을 위해 무엇을 할 수 있을까요?'에서는 디자인의 역할에 대한 투표를 진행, 시민들이 제일 중요시하는 디자인을 선정했다. 투표 결과, '시민과 공공 사이에 소통을 이끌어내는 플랫폼으로서의 DDP와 디자인'이 가장 시급하고도 중요한 디자인의 역할로 뽑혔다.

[표 6-7] 100인 원탁토론 디자인 투표결과

디자인은 서울을 위해 무엇을 할 수 있을까요?	투표	비율
시민상호 및 시민과 공공 간 소통 플랫폼 제공 (투명한 공개, 사용자 위주 UX 제공, 기부프로그램 제시, 인간중심의 디자인 필요)	38	44%
디자인 과잉 지양(전시행정 등의 보여주기 위주의 정책)	5	6%
디자인에 정보기술 접목 (편익성 증대, 일관성 유지, 지하철 탑승인원 문제 해결, 포장마차 디자인 요구, 온라인 플랫폼 제공)	10	12%
과거와 현재가 공존하는 개성있는 서울(무조건적 새로움 추구 문제 해결)	11	13%
장애인, 소외계층 및 어린이가 배려되는 디자인	8	9%
자연친화 디자인(일회용 줄이기, 가로수 디자인 제안)	9	10%
공공성 증대, 문화의식 함양	5	6%
기타(동대문 상인을 위한 DDP 조성, 지역 간 균형 고려, 급식 유통 관련 디자인 요구)	0	0%







디자이너 난장 보습



©2012 양리혜(파랑곰)

[그림 6-16] 시민어울림마당 「동대문 디자인잼 7.7.7.」

2) 전문가 참여 프로젝트

전문가 참여 프로젝트는 'DDP를 어떻게 디자인할 것인가'를 주제로 전문가들이 모여 DDP의 방향을 검토하기 위해 마련된 행사다. DDP 전문가 창의공정, DDP 기획조정단 구성, DDP 콘텐츠 검토 자문회의, DDP 관련 연구 등이 여기에 속한다. 이러한 프로젝트를 통해 집단지성이 지닌 전문성을 DDP에 적용할 수 있었다. 참여 프로젝트를 살펴보면 어떤 식으로 전문가의 의견이 DDP 안에 수렴되는지 확인할 수 있다.

(1) DDP 전문가 창의공정

전문가 창의공정은 시민단체와 복지, 문화 · 예술, 경제, 사회혁신 등의 전문가들이 모여 네트워크를 만들고 DDP가 풀어야 할 문제에 대한 솔루션을 함께 고민한 프로그램이었다. 특히 전문가들은 기존 공공사업들의 문제와 부작용을 분석하고, 이러한 관행적인 문제가 더 이상 발생하지 못할 방법을 강구했다. DDP를 만들어가는 데 있어 '어떻게'라는 방법만을 생각하기 보다는 '왜' DDP를 설립하는가에 대해 질문하며, DDP가 나아가야 할 방향을 설정했다. 이는 전문가들이 쌍방향으로 의사소통하며 더 나은 DDP를 만들기 위한 노력이었다.



[그림 6-17] 전문가 창의공정 목표

전문가 창의공정은 먼저 범디자인네트워크(이하 범디넷)라 불리는 전문가 조직을 구성하였다. 교육, 건축, 정책 · 도시 기획, 디자인 등의 각 분야 전문가 32인들은 2012년 6월부터 7월까지 11차례에 걸쳐 디자인과 DDP에 대한 열띤 토론을 벌였다. 물론 토론 때마다 그 주제는 바뀌었고, 의견을 바로바로 주고받는 민주적인 방식으로 진행되었다. 매회 논의된 내용은 정리를 거쳐 서울시와 서울디자인재단으로 전달되었고, 이는 이후 DDP 구성과정에 적용되었으며 앞으로도 계속 수렴될 것이다. 물론 창의공정은 하나의 모범답안을 얻기 위해 준비된 것은 아니었기에 딱 한 가지의 성과로 평가할 수는 없다. 하지만 DDP 전체 비전과 운영 방향, 콘텐츠의 세부내용에 이르기까지 다양한 주제가 창의공정을 통해 자유롭게 논의되었다. 전문가들의 관점에서 지적된 내용은 서울디자인 정책의 여러 부분에서 수렴되었다.

32인의 DDP 범디자인 전문가 네트워크 구성

• 시민 참여적이고 지속가능한 DDP 운영방향 및 전략을 모색 가능한 전문가 집단 구성

▼

범디넷 워크숍 개최

• DDP 미래가능성 모색 및 제언 • 워크숍을 통해 DDP에 대한 아이디어와 의견을 제안·선별·통합
• DDP의 마스터플랜 리디자인 • DDP 추진 프로세스를 제안 • 향후 지속사업 및 거버넌스의 비전과 방향을 설정

▼

서울시에 의견 전달

• 민주적인 방식으로 모인 의견은 서울시와 서울디자인재단으로 전달
• 전달된 의견과 DDP 발전 방안은 향후 관련 정책에 반영

[그림 6-18] DDP 전문가 창의공정 운영 과정

범디넷 네트워크는 사회혁신, 건축, 교육, 디자인, 패션 및 지역산업, 문화예술, 경제 등 다양한 분야에서 활동하는 전문가 풀로서 장르를 넘어서 의견을 나눌 수 있는 유연한 자세를 소유하고, 창의적으로 아이디어를 제시할 수 있는 기획자로 구성되었다. 서울디자인재단 이사회 위원(공간, 디자인개발, 패션 등) 및 디자인잼(페이스북) 활동 회원 등도 워크숍에 참여하였으며, 패션봉제아카데미, 동대문패션관광특구, 디자인총연합회 등 동대문 지역 관련 단체와 커뮤니티들의 참여도 유도하였다. 범디넷의 구성 인원은 총 32명이며, 각 회의마다 3명의 전문가가 모여 각각의 문제에 대하여 논의를 진행하였다.

[표 6-8] 범디넷 전문가 구성

부문	전문가	부문	전문가
시민단체	이원재(문화연대 사무국장)	지역 네트워크	지대식(동대문패션관광특구협의회 사무국장)
	남재석(아름다운 가게 책방사업팀장)		황금이(전 (사)한국패션봉제아카데미 교육기획처장)
복지	최혜정(세이브더칠드런 자원개발부장)	교육	박형주(하자센터 교육기획팀장)
문화·예술	김석홍(예술경영지원센터 기획지원부장)		김종휘(OO은대학연구소 2소장)
	안이영노(기분좋은 QX 대표)	건축	이재준(프리그램 대표)
	이광준(바람부는 연구소 소장)		서정일(서울대 HK연구교수)
	김영등(일상창작예술센터 대표)		유한짐(구름집 대표)
	김홍기(패션 큐레이터)		김영준(김영준 도시건축 대표)
경제	이원재(한겨레경제연구소 소장)		이치훈(SOA 대표)
	백영선(Daum 제휴비즈마케팅 차장)	정책·도시 기획	라도삼(서울시정개발연구원, 도시문화기획)
사회혁신	최승준(지속가능한 창작공동체)		김해보(서울문화재단 정책연구실 팀장)
	류한석(TEDx Korea 시니어 대사)		유창복(서울시 마을만들기 지원센터 센터장)
	하승창(더체인지 대표)		최정한((사)공간문화센터 대표)
	안연정(문화로 놀이짱 대표)	디자인	김상규(서울과학기술대학교 교수)
	전효관(하자센터 센터장)		박활민(하자센터 아트디렉터)
	김병수(사회적기업 이음 대표)		박해천(홍익대학교 BK교수)

범디넷 워크숍의 전체 주제는 '힐 더 디디피(Heal the DDP)'로, 워크숍의 목표는 우리시대의 공공부문이 행해온 결과로 만들어진 DDP의 문제를 해결하는 것으로 설정했다. 범디넷 워크숍은 발제 및 모둠토크 형식을 빌어 총 11차례 진행되었다. 첫 번째 주제는 'DDP를 치유하기 위한 진단'으로 실제 DDP가 지닌 소통의 부재 문제를 이야기했다. 또한 디자인을 통해 지역경제를 활성화 하는 방안에 대해서도 논의했다. 2차 워크숍은 '사람의 연대 : 사람-미디어-소셜 펀딩'이라는 주제로

여러 가지 가치가 교환되는 시장을 소개하고 시민이 자발적으로 참여하는 DDP를 만들기 위한 방법에 대해 생각들을 나누었다.

'시간의 네트워크 : 역사-문화-미래'를 주제로 열린 3차 워크숍과 '장소의 확장 : 지역-도시-세계'라는 주제의 4차 워크숍에서는 공공성과 상업성을 동시에 지니는 DDP의 발전 계획에 대해 논했다. 워크숍에서는 문화공간과 공공장소 사례를 두루 돌아보며 DDP의 지향점을 확인할 수 있었다.

5차, 6차, 7차 워크숍에서는 DDP에서 다뤄야 할 콘텐츠의 방향성을 살펴보았다. '창발 윈도우 : 변화의 시작'이라는 주제로 진행된 5차 워크숍에서는 현재의 시간적 배경을 담는 DDP의 필요성과 함께 공간과 운영 계획에 대해 이야기했다. 6차 워크숍에서는 '예술의 자생성 : 문화의 매개'라는 주제로 지속가능한 예술문화를 만들어내기 위해 우리가 해야 할 일, 그리고 DDP가 해야 할 일을 찾아보았다. 문화기업을 육성하고 이를 통해 시민 참여가 있는 성숙한 DDP 만들기를 목적으로 해야 함을 다시 한번 강조했다. 7차 워크숍 '디자인의 미래 : 실패하는 경험'에서는 항상 실패를 염두에 두고 유연한 자세로 DDP를 만들어가야 함을 시사했다. 그저 동대문의 모든 문제를 DDP가 해결할 수 있다는 환상을 갖기보다는 여러 가능성을 두고 문제에 대해 접근해야 한다는 것이다. 이러한 열린 태도가 오히려 지속가능한 DDP의 미래를 열어줄 것이라는 주장이 있었다.

8회 워크숍에서는 '동대문 마을 공동체 : 커뮤니티비즈니스의 가능성'에 대해 의견을 나눴다. 여기서는 수많은 사람들이 모인 동대문에서 특정 분야나 진영이 아닌 '사람' 자체가 주목을 받아야 한다는 의견이 나왔다. 사회적 기업과 NGO 단체의 참여, 그리고 청년과 여성의 참여가 우선되는 DDP를 만들기 위한 여러 방법이 모색되었다. '청년의 공공활동'을 주제로 한 9회 워크숍에서는 도심 공공작업장으로서 DDP를 구성해 더 많은 사람들이 이용할 수 있는 쾌적한 환경을 만들어 제공해야 함을 합의했다. 10회 워크숍에서는 '착한 경제 : 새로운 생산자와 소비자'라는 주제로 DDP를 통해 얻은 수익을 사회에 환원하는 방법, 이를 통해 DDP의 지속가능성을 키우고 방문객을 끌어들이는 운영 방식에 대해 논의했다. 마지막 워크숍에서는 DDP의 정체성과 존재 이유를 돌아보며 앞으로의 운영 방향을 살피는 것으로 전체 워크숍을 마무리했다.




[그림 6-19] DDP 범디넷 워크숍

[표 6-9] 범디넷 워크숍 진행내용

범주	주제	참석자	일정
시작, 왜	DDP를 치유하기 위한 진단	이원재, 지대식 ,박해천	6/25(월)
소셜 네트워크, 어떻게	사람의 연대 : 사람-미디어-소셜펀딩	최혜정, 류한석, 박형주	6/26(화)
	시간의 네트워크 : 역사-문화-미래	서정일, 이재준, 라도삼	7/2(월)
	장소의 확장 : 지역-도시-세계	안이영노, 김영준, 황금이	7/3(화)
콘텐츠 크리에이티브, 무엇을	창발 윈도우 : 변화의 시작	이광준, 이치훈, 박활민	7/9(월)
	예술의 자생성 : 문화의 매개	김해보, 김석홍, 김영등	7/4(수)
	디자인의 미래 : 실패하는 경험	김상규, 유한짐, 김홍기	7/12(목)
커뮤니티 비즈니스, 누가-누구에게	동대문 마을공동체 : 커뮤니티 비즈니스의 가능성	유창복, 최정한, 김병수	7/24(화)
	청년의 공공 활동	김종휘, 안연정, 최승준	7/10(화)
	착한 경제 : 새로운 생산자와 소비자	이원재, 백영선, 남재석	7/11(수)
마무리, 목표	DDP를 처음부터 다시 기획한다면	하승창, 전효관, 안상수	7/25(수)

(2) DDP 기획조정단

DDP 기획조정단은 DDP 조성을 위해 이미 진행된 내용들을 검토하고 앞으로의 운영 방향을 검토하기 위해 구성된 전문가 집단이다. 앞에서 확인한 전문가 창의공정의 범디넷과 같은 방식으로, 사회 각 분야의 전문가들로 기획조정단을 구성했으며, 이들의 의견을 유동적이면서도 적극적으로 수렴하고자 조직했다.

DDP 기획조정단은 2012년 9월부터 분야별 전문가 5인 이상을 선정하여 안건이 생길 때마다 수시로 소집하고 개최했다. 이 회의에서는 DDP 콘텐츠를 집중적으로 검토했고, 현재와 미래에 발생 가능한 문제의 해법을 논의했다. 또한 각각의 사례에 알맞은 발전 방안을 구상하기도 했다. 디자인계의 최전선에서 활동하는 디자이너, 건축가, 패션협회 대표, 교수 등으로 구성된 기획조정단은 DDP의 발전방안에 대한 다양한 의견을 제시하고 있다.

DDP 기획조정단은 총 8회에 걸쳐 회의를 가졌다. 2012년 9월부터 시작된 회의는 11월까지 3개월에 걸쳐 진행되었다. 9월 3일 있었던 1차 회의에서는 기획조정단을 구성했고, 앞으로의 운영 계획을 논의했다. 10월 9일, 22일 2회에 걸친 회의에서는 DDP의 종합운영계획과 마스터플랜을 짚어보고 현재의 진행사항을 검토했다. 10월 19일 회의부터는 좀 더 구체적인 DDP의 구성 내용을 살

펴보았다. 10월 19일 4차 회의에서는 DDP의 정체성과 주요 구성 내용을 확인했고, 25일에는 DDP의 운영 원칙과 벤치마킹이 가능한 사례를 논의했다. 이러한 기본 틀을 바탕으로 11월 2일부터는 실제로 DDP에 들어갈 콘텐츠를 검토하고, 그동안 진행해왔던 연구 내용을 살펴봤다. 마지막으로 진행된 11월 15일 회의에서는 앞으로 진행할 사업에 대한 발주와 심의 방향을 검토했다. DDP 기획조정단 회의는 서울시와 서울디자인재단이 수시로 전문가의 의견을 듣기 위해 구성한 만큼 안건이 생길 때마다 유동성 있게 개최되었다. 본 회의에서 논의된 내용들은 DDP 세부 구성에 수렴될 것이다.

[표 6-10] DDP 기획조정단 회의내용

연번	일자	주요안건
1	2012년 9월 3일	• DDP 기획조정단 구성 및 운영계획
2	2012년 10월 9일	• DDP 종합운영계획 및 마스터플랜 진행현황 검토
3	2012년 10월 22일	• DDP 종합운영계획 및 마스터플랜 진행현황 검토
4	2012년 10월 19일	• DDP 정체성 및 포지셔닝 • DDP 주요 콘텐츠
5	2012년 10월 25일	• DDP 운영의 큰 원칙 검토 • 벤치마킹의 혁신적 사례
6	2012년 11월 2일	• DDP 콘텐츠 검토 및 보완연구 진행사항 검토
7	2012년 11월 8일	• DDP 운영준비계획 보고자료 검토
8	2012년 11월 15일	• DDP 상징체계 검토 • DDP 발주 및 심의방향 검토




[그림 6-20] DDP 기획조정단 회의

(3) DDP 콘텐츠 검토 자문회의

DDP의 콘텐츠 검토 자문회의는 실제 DDP 개관 후 진행될 다양한 전시 및 이벤트 관련 콘텐츠를 검토하고 보완하기 위한 자문회의다. DDP에는 사회 및 경제 상황과 디자인 이슈를 담을 수 있는 내용이 필요한 만큼 그 구성 방향을 시의적절하게 기획하는 것이 매우 중요하다. 따라서 전시 및 이벤트에 대한 연구를 진행했는데, 이 연구를 계획하고 결과를 확인하기 위해 전문가를 모아 회의를 개최했다.

자문회의는 2012년 5월과 8월에 걸쳐 총 2회 개최됐다. 앞으로도 콘텐츠의 운영 방향이 결정되는 단계나 안건이 생길 때마다 계속해서 열릴 예정이다. DDP 콘텐츠 검토 자문회의는 현재까지 DDP의 그랜드 콘셉트 수립에 관여했고, DDP 마스터플랜과 관련한 지침과 운영 방향을 만들었다. 기타 프로그램 및 공간구축 진행에 따른 자문과 심의도 함께 진행했다.

2012년 5월 10일 있었던 첫 번째 회의에서는 DDP의 정체성과 운영계획을 두루 검토했다. 이와 함께 앞으로 DDP 공간에서 운영될 사업에 대한 구체적인 자문도 진행되었다. 8월 25일 두 번째 회의에서는 세부 콘텐츠를 확인했다. 당시 진행 중이던 전시 콘텐츠 연구용역의 내용도 검토되었다. 이러한 회의 과정을 통해 도출된 문제점과 발전 방향에 대한 제안은 연구과정에 반영됐으며, 앞으로의 DDP 콘텐츠 구성에도 반영될 계획이다.

[표 6-11] DDP 콘텐츠 검토 자문회의 내용

연번	일자	주요 안건
1	2012년 5월 10일	• DDP 정체성, 운영계획 • DDP 사업계획 검토 및 자문
2	2012년 8월 25일	• DDP 콘텐츠 및 보완연구 추진내용 검토




[그림 6-21] DDP 콘텐츠 검토 자문회의

(4) DDP 관련 연구

DDP 관련 연구 프로젝트는 자문회의를 통한 의견 수렴과 조율에서 나아가 특정 주제에 대한 전문가 집단의 실질적 의견을 받아들이는 방법으로 진행되었다. DDP의 콘텐츠 구성, 전시개발, 동대문권역 활성화 종합대책 등이 전문가의 연구로 구체화되었다.

[표 6-12] DDP 관련 연구

연번	연구내용
1	DDP 재정립을 위한 콘텐츠 검토·보완 연구
2	시민과 함께하는 DDP 디자인 전시개발연구
3	동대문권역 활성화 종합대책 연구

○ DDP 재정립을 위한 콘텐츠 검토·보완 연구

「DDP 재정립을 위한 콘텐츠 검토 · 보완 연구」는 DDP의 개념과 존립이유를 재고하고, 공간별 콘텐츠와 공간연출 방법을 보완하고자 진행되었다. 이 연구는 기존에 계획된 콘텐츠 구성 방안의 실효성과 타당성에 대한 연구도 포함돼 DDP의 내실을 다지는 연구가 되었다. 연구는 2012년 7월 22일부터 2012년 10월 31일까지 약 3개월간 한국예술종합학교 산학협력단 컨소시엄의 주도로 진행되었다. DDP의 기본 콘셉트를 비롯해 운영 방침, DDP 내의 3개 시설, 총 11개의 공간과 실내외 공용 공간에 마련될 세부 내용을 점검하고 발전시키는 방법에 대해 다뤘다.

[표 6-13] DDP 콘텐츠 검토 및 보완 연구주제

연번	내용
1	DDP 그랜드 콘셉트 구축
2	DDP 공간별 프로그램 정립
3	공간프로그램별 세부 콘텐츠 수립
4	DDP 정보미디어 연출계획
5	DDP 콘텐츠 구축 예산(안) 제시

연구는 DDP의 전체 주제와 공간을 포함한 모든 영역의 내용을 범위로 진행했다. 이 연구를 통해 기존 콘텐츠 계획에 변화가 있었다. 변경 내용은 [표 6-14]와 같은데, 가장 큰 부분이 운영 전략이다. 그 내용은 기존의 '영감 받는 공간', '흥미로운 시간', '유기적인 관계', '인터랙티브한 활동'에서 'DDP의 명소화', '24시간 가동', '60가지 새로운 경험'으로 좀 더 구체적으로 변했다. 이러한 전략은 '24시간 활성화', '60개의 명소화', '100% 효율화'라는 DDP의 전체 운영 전략으로 발전됐다. 이외에도 구역별 공간 구성과 프로그램 구성안을 내놓으며 DDP가 만들어가야 할 모든 내용을 다루었다.

[표 6-14] DDP 콘텐츠 검토 및 보완 연구결과

연번	내용	기존	개편안
1	비전	세계디자인의 메카	미래창발의 구심점
2	역할 및 기능	창조산업과 창조문화의 거점	도시의 창의문화 · 창의산업의 플랫폼
3	사용자	참여주체로서 사람, 기업, 기관	DDP의 진화하는 사용자
4	동대문 패션	동대문 패션의 측면이 아닌 통합적 디자인의 관점	창의력으로 세계 앞에 우뚝 서는 동대문 패션
5	운영과제	시설별 관점에서 통합적 방향성 제시	공간별 콘텐츠 관점에서 조화로운 방향성 제시
6	공간과제	건축적 구획에 의거한 공간기능 적용	콘텐츠에 의거한 공간기능의 재편
7	공간기획	프로그램에 의거한 단순한 공간 기획	전체와 부분의 상호작용과 순환이 가능한 플랫폼 기획
8	단기운영	영감받는 공간 흥미로운 시간 유기적인 관계 인터랙티브한 활동	DDP의 명소화 24시간 가동 60가지 새로운 경험
9	장기운영	공간별, 업종별 운영전략	미래를 내다보는 단계별 운영 전략

○ 시민과 함께하는 DDP 디자인 전시개발연구

「시민과 함께하는 DDP 디자인 전시개발연구」는 DDP 전시내용 구성을 통해 서울시민, 나아가 세계인이 즐겨 찾는 디자인 문화 공간을 제공하고, 서울의 정체성과 창조 능력을 선보이는 것을 목표로 한다. 또 DDP 전시는 문화 소통의 통로로 작용하는 동시에 수익을 창출하고 나누는 창구가 되어야 한다. 이렇게 시민이 참여할 수 있는 전시 콘텐츠의 세부 내용을 만들기 위해 연구가 진행되었다.

연구 프로젝트는 2012년 7월 23일부터 2012년 10월 23일까지 3개월간 이뤄졌다. 연구에는 서울과학기술대학교 디자인학과 공업디자인 교수와 연구원들이 외부 연구원으로 참여했다. 연구 대상 공간은 컨벤션홀, 대회의실, 특별전시관, 체험관, 디자인둘레길, 디자인박물관이었으며, 각 공

간에서 적용 가능한 해외 및 국내 사례를 살펴보고, 공간별 전시의 방향성을 구체적으로 제시했다.

DDP의 공간 중 전시를 위한 공간은 전체의 12%에 달하며, 뮤지엄을 제외한 이벤트 및 외부 공간에서도 전시는 개최될 수 있기에 이러한 유연성을 고려한다면 그 비율은 더 높아진다. 전시 공간에서는 상설전시, 기획전시, 이벤트 등 다채로운 전시가 꾸준히 열릴 계획이다. 특히 전시 콘텐츠의 방향설정과 세부 내용을 구성하는 것이 중요하다. 따라서 DDP는 환경변화에 따른 새로운 형태의 전시를 개발하고 효율적으로 운영하여 시민의 참여를 높이고자 한다. 전시는 시민이 부담 없이 참여할 수 있는 프로그램인 터라 민감성을 제대로 읽어내는 전시기획을 통해 DDP 전체를 활성화시킬 수 있다. 이 연구에서는 내 · 외부 공간 사용을 극대화 하고 짜임새 있는 전시를 구성하는 구체적인 방법을 고안했다.

연구결과는 각각의 전시 형태에 따른 전시의 성격과 사례를 소개하고 있다. DDP에서 개최될 기획전은 일시적으로 개최되는 전시로, 시대적 가치를 반영하는 전시 내용으로 진행될 것을 결정했다. 상설전은 한국의 근현대의 디자인사를 담을 수 있는 내용을 선보이기로 했다. 박람회나 무역 견본시 등을 개최하는 컨벤션 공간에서는 매년 열리는 디자인 관련 전시회, 박람회, 페스티벌 등을 정기적으로 유치하여 DDP 자체가 대한민국의 디자인 중심지로 알려지고 그 입지를 굳힐 수 있도록 결정했다. 그 외에 컨퍼런스, 워크숍에 대한 계획도 연구를 통해 정리됐으며, 공간적인 계획에 그쳤던 기존에 비해 한 단계 발전된 연구가 이루어졌다.

[표 6-15] DDP 전시 콘텐츠와 운영계획

기획전	상설전	컨벤션
• 2개월 이내 일시 전시	• 6개월 이상 1년 이내 전시	• 1주일 내외 단기 행사
• 동시대성을 반영하고 미래비전을 제시하는 디자인 전시 개최	• 한국 근현대 디자인사 및 디자인 학술연구 내용	• 박람회, 무역 견본시, 홍보 이벤트, 상품 발표회 등 개최
컨퍼런스	**워크숍**	**교육 프로그램**
• 1주일 내 단기 행사	• 1주일 내 단기 행사	• 지속적인 연중 프로그램
• 국제 심포지엄, 강연 등 개최	• 어린이 및 청소년 대상 체험 프로그램 운영 • 전문가 대상 집중 프로그램 운영	• 체험교육프로그램 진행 • 상상체험관 운영

○ 동대문권역 활성화 종합대책 연구

서울시는 2014년 3월 DDP의 개관 시점을 목표로 기존 동대문권역 계획을 재정립할 필요성을 인지했다. 서울시의 대표적인 패션산업 중심지인 동대문은 최근 봉제 산업의 쇠퇴와 기반시설의 부족 문제로 경쟁력이 약화되었다. 따라서 동대문 지역 및 DDP의 공동의 발전모델을 제시하고, 종합적이고 체계적인 실행 전략을 구축해 동대문 지역을 다시 활성화시키고자 연구를 진행했다.

본 연구는 서울연구원 주도로 2012년 4월 12일부터 2012년 9월 15일까지 5개월간 진행되었다. 그 내용은 서울시에서 추진해야 할 동대문 지역의 정책 방향과 DDP의 발전 전략이었다. 연구는 동대문 지역의 현황과 패션산업 종사자 및 전문가의 인터뷰를 중심으로 핵심 문제를 파악한 후, 이를 토대로 활성화 방향과 계획을 수립했다.

연구의 결과로 동대문 발전을 위한 '동대문 지역의 정체성의 변화'가 제시되었다. 이러한 인식의 변화는 패션 · 디자인 · 엔터테인먼트가 융합된 새로운 산업과 문화 창출을 통해 가능하다. 즉 '사고파는' 곳에서 '교류하고 즐기는' 곳으로의 변화가 필요하다는 것이다.

동대문권역 활성화 종합대책 연구는 크게 산업 인프라 활성화 방안과 도시 인프라 활성화 방안의 두 가지 전략을 제시했다. 첫 번째 산업 인프라 활성화 방안으로는 디자인 관련 산업을 발전시키기 위한 다양한 시스템을 소개하고 있다. 두 번째 도시 인프라와 관련한 방안은 현재 보행자와 지역 상인들에게 불편함을 주는 공간의 개편을 그 내용으로 하고 있다. 이 연구를 통해 만들어진 다양한 동대문 활성화 방법과 정책들은 앞으로 지역 개편에 활용될 것이다.

[표 6-16] 동대문 지역 활성화 방향

구분		내용
산업 인프라	동대문패션산업 포지셔닝	• 동대문의 새로운 정체성 필요 • 동대문 상품의 저가 이미지 탈피
	한류 환경 조성	• 중국 및 동남아를 대상으로 부자재 원단 등 수출 지원 • 메이드인 코리아 품질에 대한 기대를 증가시킬 수 있는 기술 발전
	디자이너들의 대내환경 개선	• 신진디자이너가 정착하기 어려운 환경을 개선하고 지원을 확대
도시 인프라	가로환경 인프라	• 동대문의 정체성을 고려한 가로환경 조성 • 장충단로로 분리된 동·서부 상권 및 DDP 연결 • 버스 주차공간 확보 및 교통동선 개선
	문화관광 인프라	• 동대문의 역사성 회복 • 이전부지를 활용한 문화시설 확충 및 문화관광프로그램 개발 • 공실을 높은 상업·업무시설을 활용한 숙박시설 및 관광안내소 확충

3) 동대문역사문화공원 활성화

동대문역사문화공원은 현재 '시민과 함께하고 소통하는 시민 참여의 공간'으로 문화 · 예술 · 디자인 등과 관련된 다양한 프로그램을 운영하고 있다. 공원은 패션몰과 재래시장이 밀집한 도심 한가운데 위치해 편안한 환경과 서비스를 제공하고, 시민들의 휴식처로 자리매김하고 있다. 2012년 동대문역사문화공원에서는 총 25개의 전시, 촬영, 시상식 등이 열렸다. 그중 서울디자인재단이 직접 주최한 행사로는 전시회 「시장의 재발견」과 「신당생활사박물관」, 그리고 「동대문봄장」이라는 장터 행사가 있었다.

[표 6-17] 2012년 동대문역사문화공원 행사

장소	연번	구분	행사명	개최기간
이벤트홀	1	대관	• 2012 어린이공간디자인학교 체험전	2/16~2/26
	2		• SBS 미니시리즈 패션왕 드라마 촬영	3/1~3/4
	3		• 만화아트마켓	3/15~4/14
	4		• 스위스-한국의 밤	4/16~4/20
	5		• 하비페어	4/21~4/22
	6		• 싱글즈 토크콘서트	4/24
	7		• 기업사회 공헌의 현재와 활성화 전략 특강	4/27
	8		• 2012 양성평등 공공디자인 전국공모전 전시 및 시상식	6/11~6/17
	9		• 어린왕자 한국특별전	6/23~9/17
	10		• The Creators Project	9/18~9/24
	11		• 동아미술제	10/16~10/31
	12		• 상명대학교 실용예술학과 졸업전	11/6~11/12
	13		• 서울사사다 패션스쿨 졸업전	11/15~11/18
	14		• 서울전문학교 패션학부 24th 졸업작품 패션쇼	11/22~11/24
	15		• 아시아패키지디자인전	12/6~12/8
	16		• 홍익국제디자인전문대학원 석사학위 청구전	12/20~3/12
디자인 갤러리	1	기획	• 시장의 재발견	1/17~2/20
	2		• 신당생활사박물관	10/16~11/3
	3	대관	• 만화아트마켓	3/15~4/14
	4		• 어린왕자 한국특별전	6/23~9/17
	5		• The Creators Project	9/18~9/24
	6		• 가천대학교 졸업전	9/25~9/27
	7		• 제7회 대한민국 니트디자인 공모전 전시	11/29~12/1
	8		• 건국대학교 디자인대학원 뷰티디자인 전공졸업전	12/2~12/5
공원	1	기획	• 동대문봄장	5월~6월, 10월~11월

(1) 창의희망시장 「동대문봄장」

창의희망시장 「동대문봄장」은 동대문의 위치와 역사성을 포함하는 콘텐츠, 시민 정신을 담은 지역문화 장터다. 동대문역사문화공원과 DDP는 시민 참여와 소통, 창작, 휴식 공간으로 조성하고 있는데, 동대문봄장은 이 공간을 더욱 활성화하고자 계획됐다.

동대문봄장은 2012년 5월부터 6월까지 총 7회, 10월부터 11월까지 총 4회 열렸다. 이 장터에서는 시민이 디자인한 물건과 다양한 구제 물품 등이 거래되었다. 장터와 함께 시민그룹, 창작그룹, 상인그룹 토론회를 마련해 그들이 원하는 요구사항을 수렴하기도 했다.

동대문봄장은 '시민', '소통', '자율' 세 가지 원칙을 바탕으로 아이덴티티를 만들었다. 시민은 시민의 생각으로 꾸리는 시민을 위한 장으로서의 동대문봄장의 역할과 연결된다. 소통은 하나의 주체가 운영하는 장이 아니라 참여자가 모두 의견을 내고 만들어가는 장을 의미한다. 자율은 어떠한 외부의 압력 없이 시민이 자율적으로 만들어가는 것을 말한다.

한편 10~11월에 열린 장터는 시기에 맞춰 가을장터로 4회 개최되었는데, 콘셉트의 변화가 조금 있었다. 시민이라는 요소는 '시민시장'으로 유지되었고, 소통은 '사회적 디자인'으로, 자율은 '문화다양성'이라는 요소로 구체화되었다. 사회적 디자인이란 사회적 가치를 고민하는 시민 디자이너를 발굴하는 시장을 의미하며, 문화다양성은 이주민, 유학생, 여행자가 함께 즐기는 문화 공간을 의미한다.



[그림 6-22] 「동대문봄장」 아이덴티티 구성 요소

[표 6-18] 「동대문봄장」 운영 개요

동대문봄장		동대문봄장 가을장터		F.G.I		
1회	5월 6일(일)	1회	10월 13일(토)	시민그룹	2회	5월 29일
2회	5월 13일(일)					6월 17일
3회	5월 20일(일)	2회	10월 20일(토)	창작그룹	2회	5월 24일
4회	6월 3일(일)					5월 29일
5회	6월 10일(일)	3회	10월 28일(일)	동대문 상인그룹	1회	5월 25일
6회	6월 17일(일)					
7회	6월 24일(일)	4회	11월 3일(토)	유사시장 관련자	1회	6월 17일

장터는 크게 화폐로 물건을 사고파는 '화폐시장', 화폐가 아닌 다른 가치를 이용해 거래하는 '노머니시장', 공익적인 캠페인을 알리는 '캠페인장', 믿을 만한 먹거리를 판매하는 '맛장' 등으로 구성되었다. 가을장터에서는 시민 요구에 맞춰 콘텐츠가 좀 더 늘어났는데, 다문화 가정이나 이주 노동자를 위한 '무지개장' 개설이 그것이었다. 이렇듯 동대문봄장은 유연한 시스템으로 그 형태를 조금씩 바꿔가며 진행되었다.

[표 6-19] 「동대문봄장」 구성 내용

구분		특징 및 참가품목
동대문 봄장	화폐시장	화폐로 거래하는 장 (핸드메이드 수공예품, 재활용품 등)
	노머니시장	화폐가 아닌 다른 것으로 거래하는 장
	캠페인장	사회적, 공공적 의미가 있는 캠페인을 알리는 장
	버스킹장	내가 만든 음악, 연주하는 음악을 뽐내는 장
	맛장	믿을만한 재료로 만든 착한 먹거리를 판매하는 장
	시민운동장	운동기구 및 추억의 놀이기구를 경험하는 운동장
	여행자장	세계 각국을 다녀온 여행자들이 여행상품과 여행정보를 나누는 장
동대문봄장 가을장터	자랑장(공연 및 퍼포먼스)	음악, 연극, 퍼포먼스 등 다양한 형태의 공연이 펼쳐지는 장
	알림장(캠페인장)	공공성을 띤 사회적 메시지를 알리는 장
	만들장(워크숍 및 체험)	각각의 방식으로 다양한 재료를 활용한 워크숍 및 체험활동의 장
	놀이장(추억의 놀이 및 운동)	추억의 놀이기구와 운동 등을 하며 자유롭게 노는 장
	맛장(음식)	직접 재배하고 만든 음식들을 가지고 나와 판매하는 장 안전한 식재료로 만든 식품을 판매하는 장
	여행장(여행자)	직접 가져온 여행상품과 여행정보를 나누는 장
	노머니장	화폐 이외의 것으로 거래하며 사물의 가치를 경험하는 장
	꾸러미장(재활용, 수공예)	입던 옷이나 남은 원단, 재료를 서로 교환, 판매하는 장
	무지개장(다문화 체험)	관광객, 내국인과 결혼한 외국인, 이주노동자 등이 참여하는 장

동대문봄장은 시민이 주도해서 이끌어가는 DDP의 미래를 담은 행사였다. 행사의 구성부터 진행까지 시민, 지역상인, 창작그룹이 참여하여 프로그램 및 판매 콘텐츠를 만들었다. 장터를 이용하는 고객 역시 시민이다. 결국 동대문봄장은 시민에 의한, 시민을 위한, 시민의 장터로서 바람직한 시민 참여 디자인의 모습을 제시한 DDP 프로그램의 모델이다. 이 행사를 통해 서울시와 서울디자인재단은 시민이 원하는 문화를 만들어가는 DDP의 모습을 만들어갈 수 있는 기틀을 마련했다.



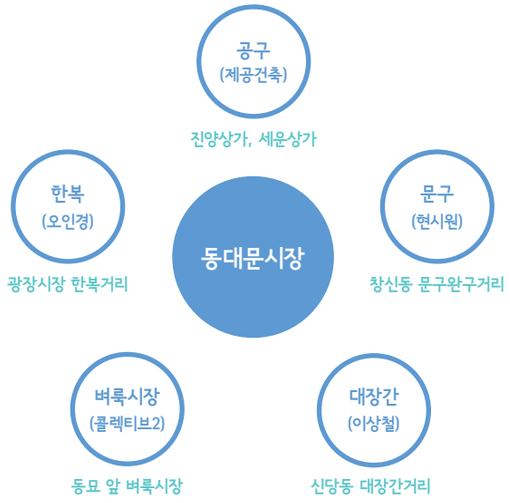
[그림 6-23] 동대문봄장

(2) 「시장의 재발견」

「시장의 재발견」 전은 여느 시민 참여 프로그램처럼 시민의 DDP 참여를 위해 기획되었다. 이 전시는 근대화 과정에서 잃어버린 재래시장의 고유성과 가능성을 찾는다는 의미로 마련됐다. 특히 오랜 전통의 동대문시장을 공간으로 하여 대중 속의 생활문화를 발굴하고 가치 있는 물건을 찾아 전시했다. 전시품을 선별한 디자이너와 아티스트는 시장 안에서 의미 있는 물건을 선별, 사람들의 생활과 친숙한 사물이며 디자인을 보여주었다. 특히 DDP의 공간 안에서 동대문 지역을 돌아보며 시민들이 DDP와 디자인의 연관성을 확인할 수 있도록 했다.

「시장의 재발견」 전은 2012년 10월 11일부터 11월 11일까지 한 달간 동대문역사문화공원 내

디자인갤러리에서 열렸다. 선정된 전시 작가 5팀은 동대문에서 찾을 수 있는 재미있고 가치 있는 사물을 선택해 전시했다. 그들은 '동대문시장의 일상, 다섯 명의 아티스트가 발로 찾아 각자의 눈으로 본 좋은 디자인, 윤리적 디자인'이라는 주제를 잘 표현할 사물을 전시, 시대에 따른 생활 문화의 변화를 보여주었다. 동대문 광장시장 한복거리, 신당동 대장간 거리, 진양상가와 세운상가, 동묘 앞 벼룩시장, 창신동 문구완구거리에서 구입한 사물 100여 점과 함께 전시를 준비한 아티스트의 강연회도 열려 전시의 이해를 도왔다. 10월 27일에 열린 「위키서울@디자인」은 전시와 함께 진행된 강연회로 '좋은 디자인, 윤리적 디자인'을 주제로 각 아티스트가 전시 준비부터 전시품 선정 이유 등을 들려주었다. 시민들은 강연회를 통해 좋은 디자인의 개념을 다시 생각해 볼 수 있는 기회를 가질 수 있었다.



[그림 6-24] 「시장의 재발견」 전시 구성

전시는 사람들이 가장 쉽게 접할 수 있는 문화행사로 단순히 디자인 전문가나 학생만을 위한 것이 아니다. 시민 모두를 위한 행사로 계획되고 진행되는 것이 바로 전시다. 특히 「시장의 재발견」 전시라는 형태를 빌려 시장물건의 디자인을 이야기하고 디자인에 대한 기본적인 의문, 즉 '좋은 디자인'에 대한 문제를 시민에게 던지며 생각해볼 기회를 제공했다. DDP의 존재의 이유인 '디자인'이라는 키워드는 DDP 전시공간 안에서 계속돼야 할 것이다.



[그림 6-25] 「시장의 재발견」 전시







[그림 6-26] 「시장의 재발견」 강연회

(3) 「신당생활사박물관」

「신당생활사박물관」 전은 동대문 주변에서 활성화된 커뮤니티와 연계하여 기획된 전시다. 이 전시는 디자인에 대한 새로운 시각을 선보인 「시장의 재발견」 전처럼 일상에 묻힌 소품을 소개하고, 디자인의 가치를 일깨워주고자 계획되었다.

(재)서울디자인재단이 주최하고 서울시 창작 공간인 신당창작아케이드가 주관한 「신당생활사박물관」은 2012년 1월 17일부터 2월 29일까지 43일간 동대문역사문화공원 디자인갤러리에서 열렸다. 전시회는 조명, 찻잔세트, 바닥장판재로 만든 가방, 의자, 가구 등의 작품들 전시와 퍼포먼스로 구성되었다. 특히 「신당생활사박물관」은 작가와 지역 상인이 연합해 전시품을 만들고 소개하며 DDP 거버넌스 주체 간의 자유로운 교류의 방법을 선보인 사례다. 덕분에 전시회장을 찾은 시민들도 보다 쉽고 재미있게 관람할 수 있었다.

[표 6-20] 「신당생활사박물관」 전시 구성

구분	전시품	작가
함께 창작하기_ 지역생활 탐구형 (입주작가와의 제작 공유)	조명	이웃상회(최주희)
	찻잔세트	이웃상회(최주희)
	조명	이웃상회(유정아)
	바닥 장판재를 소재로 한 가방 시리즈	이웃상회
	검은 봉다리 '가죽 가방'	
	가구	
	의자	
	그릇	
	주얼리	이윤철
함께 창작하기_ 인터랙티브한 관객 참여형 (관객과의 창작공유)	손뜨개 목장갑	청실수예 사장, 이웃상회
	만두깔개를 이용한 수재 배낭	대성사 사장
	자투리 천으로 만든 쿠션	
	수채	충남횟집, 이웃상회
	파리방지기계	건어물 상점 사장, 이웃상회
	앞치마	임혜원, 동해횟집
	조끼	청실수예 사장
	치마	대성사 사장, 이웃상회
오브제 형식의 조형물 및 회화 작품	아! 더워	오화진
	중앙시장, 속, 공간	추영애
	월매집의 꿈	이웃상회
	허리띠를 졸라매던...	
	I can, we can, you can	이은원
퍼포먼스	예술가표 선경이빵 퍼포먼스	한선경
	Art in 자판기	이웃상회



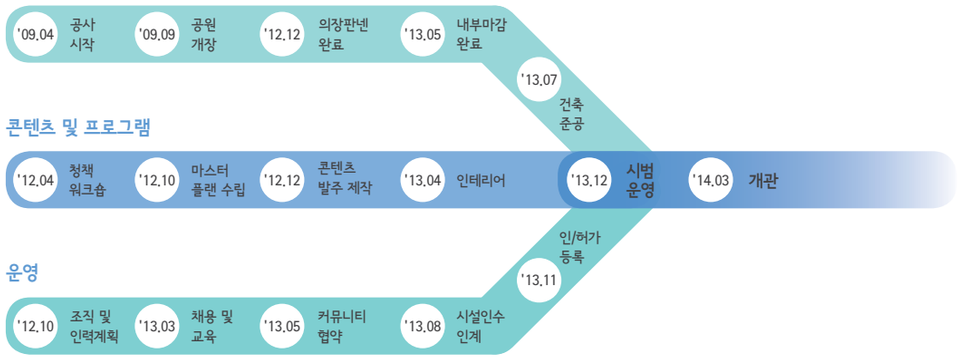
[그림 6-27] 「신당생활사박물관」 전시

6.5 주요성과와 전망

DDP는 서울디자인의 거점기지이자 21세기 창조 · 지식의 발신지가 되기 위해 2012년 한 해 동안 DDP 거버넌스를 구축하고, 빈틈없는 운영 준비에 노력을 아끼지 않았다. DDP를 가득 채울 콘텐츠 마련 연구는 물론이고 시민이 바라는 DDP, 전문가들이 바라본 DDP를 알기 위해 청책워크숍 「시민이 사랑하는 DDP만들기」와 시민어울림마당 「동대문 디자인잼 7.7.7.」, 「DDP 전문가 창의공정」, 「DDP 기획조정단」 등 DDP에 대한 다양한 이야기를 수렴하여 새로운 DDP의 모습을 구축했다.

그리하여 '새로운 생각, 다양한 인재, 더나은 생활'을 DDP의 운영목표로 설정하고 '24시간 활성화, 60개 명소화, 100% 효율화'를 전략으로 수립하여 사업 구성을 완료했다.

현재 DDP는 2014년 3월 그랜드 오픈을 목표로 진행되고 있다. 이를 위해 오는 2013년 12월부터 시범 운영에 들어갈 예정이다. 건축 공사는 86%(2012년 11월 기준) 완료된 상황으로 내부 마감과 건축 준공이 진행될 예정이다. 내부에 들어갈 콘텐츠는 연구와 자문회의 등을 통해 반복적으로 검토되고 있으며, 2013년 6월부터 세부 내용을 제작할 것이다.



[그림 6-28] DDP 준비 일정

표 목차

1-1 디자인정책과 조직 및 업무내용
1-2 공공디자인과 조직 및 업무내용
1-3 서울시 문화관광디자인본부 디자인 부서 예산
1-4 (재)서울디자인재단 설립현황
1-5 (재)서울디자인재단 조직 및 업무내용
1-6 서울디자인지원센터와 4대 디자인 클러스터 운영현황
1-7 (재)서울디자인재단 예산
1-8 영역별 서울디자인 사업의 흐름과 전망

2-1 2000~2008년 16개 시·도 업종별 연평균 실질부가가치 증가율 추이
2-2 2009년 서울시 사업체와 종사자 수
2-3 2009년 서울시 서비스업 종사자 규모별 사업체 수
2-4 시대에 따른 소비자 니즈 변화
2-5 디자인개발과 기술개발 비교 분석
2-6 서울시 디자인 전문회사 종사자 규모
2-7 서울시 디자인 전문회사 매출액 규모
2-8 2012 경제 영역 서울디자인 사업
2-9 서울 전통기능 디자인 제품개발 및 기획 전략
2-10 서울 전통기능 디자인 활성화 방안 핵심 추진사항
2-11 2012 디자인 트렌드 아카데미 교육내용
2-12 2012 트렌드 전문가 양성 교육내용
2-13 2012 가로수길 프리마켓 'EARTH&DESIGN' 상영영화
2-14 2012 중소기업 디자인개발 지원 결과
2-15 2012 중소기업 디자인컨설팅 지원 결과
2-16 2012 양산제품 디자인최적화 지원 결과
2-17 2012 중소기업 후가공 현장방문 교육내용
2-18 2012 디자인 창업스쿨 4기 교육내용
2-19 디자인 창업스쿨 1~4기 창업률
2-20 2012 디자인취업클리닉 취업 세미나 내용
2-21 2012 디자인취업클리닉 취업멘토링 워크숍 1차 내용
2-22 2012 메리 프로젝트 결과
2-23 청년 등 사회적기업가 육성 사업에 선발된 예비 창업팀

3-1 서울시 5대 강력범죄 발생 현황
3-2 서울시 청소년 범죄 유형별 현황
3-3 2010~2011년 한국문화예술교육진흥원 창의적 체험활동 관련 사업
3-4 2010~2011년 서울시 및 시교육청 창의적 체험활동 관련 사업
3-5 2007년 서울시 교육지원 사업 예산
3-6 2010년 서울시 디자인 관련 기반시설 조사
3-7 국내의 유니버설 디자인 관련 표준 및 설계지침 현황
3-8 2012 사회·문화 영역 서울디자인 사업
3-9 유니버설 디자인 프로젝트 추진 대상
3-10 2010~2012년 디자인 컨설팅 추진 현황
3-11 학교환경개선 컬러 컨설팅 사업 추진현황
3-12 2012 디자인 나눔봉사단 활동 내용
3-13 염리동 주민과의 소통 내용
3-14 강서구 가양동 공진중학교 주민과의 소통 내용
3-15 1999~2008년 전국 학교 주요범죄 현황
3-16 학교안전 평가를 위한 체크리스트 일부
3-17 2012 창의현장체험학습 여름 프로그램
3-18 2012 창의현장체험학습 겨울 프로그램
3-19 초등학교 창의디자인교육을 위한 교사 직무연수 프로그램

4-1 서울시 경제 수준 대비 도시환경 수준
4-2 2009년 외국인이 서울 관광 시 느낀 불편사항 조사결과
4-3 2011년 서울시 전력 소비량과 생산량 현황
4-4 2009년 서울시 도심 건물의 표면휘도
4-5 2012 환경 영역 서울디자인 사업
4-6 국제골목연구 결과
4-7 서울시 시각정보체계 연구 대상
4-8 공공시설물 표준형디자인 개발 내역
4-9 서울우수공공디자인 인증 제품 현황
4-10 디자인서울클리닉 추진실적
4-11 2012 간판이 아름다운거리 조성 사업구간
4-12 2012 소외낙후지역 생활환경 개선 대상지
4-13 빛공해의 피해 종류
4-14 한양도성 경관조명 실태
4-15 주택가 빛환경 개선 계획

5-1 서울시와 서울디자인의 대표 온라인 소통창구
5-2 2012 소통 영역 서울디자인 사업
5-3 2012년 DesignJAM 주제와 진행현황
5-4 시민 의견이 반영된 사업
5-5 페이스북 100선
5-6 서울시민디자인위원회 심의 및 자문사항
5-7 2012 서울시민디자인위원회 개최 실적
5-8 국내기관 MOU 체결 현황
5-9 2012 협력기관 주요 활동내용
5-10 2012 해외 유관 행사 참가 현황
5-11 해외기관 MOU 체결 현황
5-12 글로벌디자인도시협의체 회원도시
5-13 유네스코 창의도시 네트워크 가입 현황
5-14 유네스코 디자인 창의도시_서울 시민 서포터즈 활동내용
5-15 유네스코 삶터 디자인 대상지 선정 내용
5-16 2012 서울 도시디자인 해외통신원 현황
5-17 2012 서울 도시디자인 해외통신원 미션수행 목록
5-18 디자인도시 해외리포트 연구도시와 특성

6-1 DDP 공간 구성내용
6-2 DDP 공간 구성 세부내용
6-3 DDP 대상별 콘텐츠 운영안
6-4 2012 DDP 관련 주요 사업
6-5 청책워크숍 발표내용
6-6 디자이너 난장 발표내용
6-7 100인 원탁토론 디자인 투표결과
6-8 범디넷 전문가 구성
6-9 범디넷 워크숍 진행내용
6-10 DDP 기획조정단 회의내용
6-11 DDP 콘텐츠 검토 자문회의 내용
6-12 DDP 관련 연구
6-13 DDP 콘텐츠 검토 및 보완 연구주제
6-14 DDP 콘텐츠 검토 및 보완 연구결과
6-15 DDP 전시 콘텐츠와 운영계획
6-16 동대문 지역 활성화 방향
6-17 2012년 동대문역사문화공원 행사
6-18 「동대문봄장」 운영 개요
6-19 「동대문봄장」 구성 내용
6-20 「신당생활사박물관」 전시 구성

그림 목차

1-1 서울디자인 정책의 흐름
1-2 서울디자인 제1기 정책비전 및 목표
1-3 서울디자인 제1기 조직도
1-4 경관기본관리구역과 시가지경관기본관리구역
1-5 수변/ 자연녹지/ 역사문화 경관 관리방안 예시
1-6 은평구 통일로 디자인서울거리
1-7 용산구 이태원로 디자인서울거리
1-8 서울상징 해치와 해치 캐릭터
1-9 서울서체 : 서울한강체, 서울남산체
1-10 서울대표색 10
1-11 세계디자인수도서울2010 공식 로고
1-12 세계디자인수도서울2010 서울광장 로고 표출
1-13 서울디자인올림픽 2008 전경
1-14 서울디자인 제2기 정책비전 및 목표
1-15 서울디자인 제2기 조직도
1-16 4대 디자인 클러스터
1-17 유네스코 디자인 창의도시_서울 공식 로고
1-18 서울디자인 한마당 2010 전경
1-19 동대문디자인플라자 조감도
1-20 희망서울 서울시 시정비전
1-21 희망서울 서울시정 운영계획 : 15대 중점과제
1-22 2012년 문화관광디자인본부 정책비전
1-23 희망서울 15대 중점과제와 서울디자인 정책전략
1-24 서울시 디자인조직 변화
1-25 2012년 서울디자인 정책 주 담당부서
1-26 2012년 디자인정책과 정책목표
1-27 2012년 (재)서울디자인재단 사업 분야
1-28 (재)서울디자인재단 조직 변화
1-29 (재)서울디자인재단 사업 실행체계
1-30 (재)서울디자인재단 조직개편 체계도
1-31 2012년 (재)서울디자인재단 정책비전
1-32 서울디자인 사업 연간 예산 추이
1-33 서울디자인 사업 영역별 예산 추이
1-34 서울디자인 정책 대표사업 및 성과
1-35 2012, 2013년 서울디자인 정책전략과 사업 분류체계도

2-1 서울시 경제성장률과 국가 경제성장률 추이
2-2 서울시 산업생산지수 추이
2-3 서울시 제조업 종사자 수와 비중 추이
2-4 서울시 서비스업 종사자 수와 비중 추이
2-5 서울시 실업자 추이
2-6 서울시 청년실업률 추이
2-7 서울시 업종별 노동생산성과 전국 평균
2-8 서울시 청년층 취업자 추이
2-9 청년층의 학교급별 취업률
2-10 서울시 고령층 취업자 추이
2-11 성수동 구두거리와 구두 제작 기술자
2-12 성수동 구두산업 활성화 추진목표와 4개 분야 17개 핵심 사업안
2-13 성수동 구두산업 활성화 서비스디자인 콘셉트 '신나는 성수동'
2-14 지하철 2호선 성수역 구두 테마역 조성안
2-15 구두 네트워킹 데이 사례
2-16《손끝에서 발걸음까지》성수동 구두 이야기
2-17 성수동 구두산업 활성화 사업 로드맵안
2-18 서울형 커뮤니티비즈니스 디자인모델 구축연구 프로세스
2-19 커뮤니티비즈니스 디자인모델 구성 축
2-20 서울 전통기능의 가치를 높이는 디자인혁신 연구 프로세스
2-21 서울디자인지원센터 전경
2-22 서울디자인지원센터 디자인전시실과 시민디자인도서관
2-23 디자인태그 홈페이지
2-24 2012 메종&오브제 전시
2-25 2012 우수디자인 아이디어 제품화 결과물
2-26 강남트렌드센터 정보자료실과 전시실
2-27 2012 디자인 트렌드 아카데미 1기 교육
2-28 2012 트렌드 전문가 양성 1기 교육
2-29 2012 가로수길 프리마켓 현장
2-30 시민체험워크숍 '나만의 씨앗화분 만들기'
2-31 구로중소기업센터 전시실
2-32 2012 중소기업 후가공 현장방문 교육 1차
2-33 2012 G-FAIR KOREA 전시
2-34 마포디자인취업센터 전시실과 세미나실
2-35 2012 디자인 창업스쿨 4기
2-36 2012 디자인 창업스쿨 4기 네트워크 데이
2-37「디자인창업전, 창을 열다」포스터
2-38「디자인창업전, 창을 열다」전시
2-39 2012 디자인취업클리닉 취업 세미나
2-40 2012 디자인취업클리닉 취업멘토링 워크숍
2-41 2012 디자인취업클리닉 심층 전문 멘토링
2-42 2012 디자인취업클리닉 포트폴리오 데이
2-43 DMC창업센터 개인 스튜디오와 공동휴게실
2-44 디자인 모바일오피스와 운영설명회
2-45 2012 입주기업 디자인 개발지원 제품
2-46 2012 메리 프로젝트 진행 과정
2-47 2012 메리 프로젝트 재활시설 방문
2-48 청년 등 사회적기업가 육성 사업 단계별 지원
2-49 시민서비스디자인학교 강의
2-50 외부 멘토링
2-51 2012 청년 등 사회적기업가 페스티벌 참가
2-52 2012 청년 등 사회적기업가 육성 운영위원회

3-1 2012년 서울시 분야별 실생활 위기요인 조사결과
3-2 서울시 65세 이상 어르신인구 비율의 지역별 분포
3-3 어르신의 경제적 형편의 어려움
3-4 어르신의 경제적 지원에 대한 기대
3-5 어르신 취업의 어려움
3-6 어르신의 취업·창업정보 습득의 용이성
3-7 어르신의 사회활동 불참비율
3-8 어르신의 여가체육시설 활용 용이성
3-9 2008년 서울시 도시환경 고령친화성 평가
3-10 2010년 서울시민의 도시환경 성과영역에 대한 중요도 평가결과
3-11 2010년 서울시 도시환경 분야별 시민 만족도 조사결과
3-12 서울시민이 도시안전에서 가장 중요하다고 생각하는 부분
3-13 서울시 청소년 범죄 발생 건수
3-14 2010년 서울시민의 문화 관람률
3-15 유니버설 디자인의 5가지 원칙
3-16 2012년 양평쉼터 영농학교 디자인 컨설팅
3-17 서초구립어린이집 디자인 컨설팅 적용
3-18 금옥중학교 2011년 학교환경개선 컬러컨설팅
3-19 녹천초등학교 2011년 학교환경개선 컬러컨설팅
3-20 양재초등학교 2011년 학교환경개선 컬러컨설팅
3-21 2012 학교환경개선 컬러컨설팅 색채계획
3-22 등명초등학교 채도대비 효과
3-23 등명초등학교 그라피티 계획
3-24 유니버설 디자인산업 방향성 도출
3-25 성북장애인보장구 클린센터 디자인 나눔봉사단 활동
3-26 다운복지관 디자인 나눔봉사단 활동
3-27 행복한 디자인나눔을 통한 환경개선 결과
3-28 마포구 염리동 주민목소리
3-29 소금길 코스
3-30 전봇대를 이용한 표식과 거리개선 결과
3-31 소금길 조성
3-32 소금지킴이집
3-33 커뮤니티 아트 작업 현장
3-34 시민이 함께하는 아름다운 거리 조성
3-35 꿈의 무대 설치
3-36 소통의 벽 설치
3-37 스트레스 제로 존 설치
3-38 공진중학교 컬러테라피 디자인
3-39 서울 국제 범죄예방 디자인 세미나 개최

3-40 (재)서울디자인재단, 영국, 호주의 MOU 체결
3-41 셉테드 이론 적용원리
3-42 걷고 싶은 계단 만들기 사례
3-43 서울시 자전거안내사인 연구 사인디자인
3-44 서울시 자전거안내사인 연구 사인디자인 적용
3-45 2012 어린이디자인창의력캠프
3-46 2012 어린이디자인창의력캠프 본 행사 프로그램
3-47 2012 어린이디자인창의력캠프 부대행사 프로그램
3-48 2012 창의현장체험학습 여름 프로그램
3-49 2012 창의현장체험학습 겨울 프로그램
3-50 초등학교 창의디자인교육을 위한 교사 직무연수
3-51 도시갤러리 프로젝트 트리플 에이
3-52 도시갤러리 프로젝트 설치장소
3-53 서울다운 장소 만들기 대표작품
3-54 인간적인 도시 만들기 대표작품
3-55 참여하는 서울 만들기 대표작품
3-56 일상이 아름다운 도시 만들기 대표작품
3-57 쉘터 오브 메모리즈
3-58 풍류에 류를 더하다

4-1 2007, 2009년 외국인이 서울 관광 시 느낀 불편사항 조사결과
4-2 서울시민이 생각하는 우선적으로 해결해야 할 환경문제
4-3 서울시 에너지 소비 현황과 전력 소비량
4-4 서울시 전력 자립비율 향상의 저해요인
4-5 서울골목디자인 사업 구조
4-6 선정한 골목과 조사 지역
4-7 창신2동 난간봉 디자인
4-8 골목·저층 주거 서비스디자인 툴키트 카드
4-9 관악구 서림동 116번지(보그니마을) 현황
4-10 구로구 개봉3동(들머리마을) 현황
4-11 마을경관가꾸기 시범사업 우이동 사례
4-12 마을경관가꾸기 서림동 계획안
4-13 서울형 통합조정관리 체계 제안 내용
4-14 공공시설물 표준형디자인 개발 사업 결과
4-15 제9회 서울우수공공디자인 인증 제품
4-16 디자인서울클리닉 진행 과정
4-17 디자인서울클리닉 사례 보행자 펜스
4-18 간판이 아름다운거리 조성 사례
4-19 서울시 좋은간판 선정 사례
4-20 광고물관련 심의위원회
4-21 공공시설 이용 광고물 개선 추진 과정
4-22 소외낙후지역 생활환경 개선 설계안(은평구)
4-23 소외낙후지역 생활환경 개선 설계안(금천구)
4-24 소외낙후지역 생활환경 개선 설계안(도봉구)
4-25 에너지 절약 인포그래픽 개발 디자인
4-26 에너지 절약 인포그래픽 활용방안
4-27 스마트조명도시 연구 내용
4-28 서울 한양도성 경관조명 조성
4-29 LUCI 연례총회 서울시 발표
4-30 2012 서울시 좋은빛상 수상작
4-31 주택가 빛환경 개선 결과
4-32 LED 도로조명 시범사업
4-33 LED 산책로조명 시범사업

5-1 서울시 천만상상 오아시스 웹사이트
5-2 (재)서울디자인재단 페이스북 그룹
5-3 페이스북 <디자인잼> 진행 화면
5-4 <Design.CanDo> 워크숍
5-5 페이스북 100선 분야별 통계
5-6 2012 공공시설물 디자인 시민공모전 포스터
5-7 2012 공공시설물 디자인 시민공모전 전시
5-8 벤치·의자 부문 대상 수상작 <Lean On It>
5-9 공공시설물 부문 대상 수상작 <Seoul Puzzle>
5-10 벤치·의자 부문 수상작 전시
5-11 실물작품 선호도 조사 결과
5-12 서울시민디자인위원회 제1실무위원회의
5-13 디자인서울 모니터단 활동 과정
5-14 심의 미반영 분야별, 사유별 분석
5-15 서울시 디자인 글로벌 네트워크
5-16 GDCO 공식 로고
5-17 WDC 세계디자인도시 서미트 2010
5-18 GDCO 창립총회
5-19 유네스코 디자인 창의도시_서울 공식 로고
5-20 유네스코 창의도시 네트워크 컨퍼런스 서울 2011
5-21 유네스코 디자인 창의도시_서울 시민 서포터즈 3기 발대식
5-22 유네스코 디자인 창의도시_서울 시민 서포터즈 활동
5-23 레드클라우디 탐방
5-24 탱그램디자인연구소 탐방
5-25 유네스코 디자인 창의도시_서울 네이버 공식 카페
5-26 유네스코 디자인 창의도시_서울 시민 서포터즈 페이스북
5-27 종로구 부암동 대상지 개선안 : 숲 속 히스토리 벤치
5-28 동대문구 전농동 대상지 개선안 : 주민실명제 화분텃밭
5-29 디자인도시 해외리포트 진행 과정
5-30 디자인도시 해외리포트 2012

6-1 DDP 전경
6-2 동대문과 DDP 역사
6-3 DDP 현상공모작
6-4 DDP 추진 경과
6-5 당선작 <환유의 풍경>
6-6 DDP 비전과 전략
6-7 DDP 공간 구성
6-8 DDP 실행계획 모델
6-9 DDP 인력 구성
6-10 DDP 인력 운영안
6-11 DDP 재정 계획안
6-12 DDP 거버넌스 구성 및 운영 추진체계도
6-13 청책워크숍: 시민과 박원순 시장의 자유토론
6-14 시민어울림마당 「동대문디자인잼 7.7.7.」 구성
6-15 100인 원탁토론 진행방식
6-16 시민어울림마당 「동대문디자인잼 7.7.7.」
6-17 전문가 창의공정 목표
6-18 DDP 전문가 창의공정 운영 과정
6-19 DDP 범디넷 워크숍
6-20 DDP 기획조정단 회의
6-21 DDP 콘텐츠 검토 자문회의
6-22 「동대문봄장」 아이덴티티 구성 요소
6-23 동대문봄장
6-24 「시장의 재발견」 전시 구성
6-25 「시장의 재발견」 전시
6-26 「시장의 재발견」 강연회
6-27 「신당생활사박물관」 전시
6-28 DDP 준비 일정

2012 서울디자인 사업 담당 부서

경제

도심창조산업 디자인 프로젝트 성수동 구두산업 활성화	(재)서울디자인재단 시민디자인사업개발팀
서울형 커뮤니티비즈니스 디자인모델 구축연구	(재)서울디자인재단 시민디자인연구팀
서울 전통기능의 가치를 높이는 디자인혁신 연구	
서울디자인지원센터	(재)서울디자인재단 디자인산업팀
강남트렌드센터	
구로중소기업센터	
마포디자인취업센터	
DMC창업센터	
청년 등 사회적기업가 육성	(재)서울디자인재단 시민서비스디자인팀

사회·문화

유니버설 디자인 프로젝트	서울특별시 디자인정책과 디자인개발팀
종묘·탑골공원 환경개선	
범죄예방 디자인 프로젝트	
행복한 디자인나눔	서울특별시 디자인정책과 디자인행정팀, (재)서울디자인센터
유니버설 디자인산업 생태계 조성방안 연구	(재)서울디자인재단 시민디자인연구팀
초등학교 범죄예방 디자인 연구	
서울형 액티브디자인 기초 환경 연구	
서울시 자전거안내사인 연구	(재)서울디자인재단 시민디자인사업개발팀
도시갤러리 프로젝트	서울특별시 디자인정책과 문화디자인팀 (재)서울디자인재단 시민디자인사업개발팀
2012 어린이디자인창의력캠프	서울특별시 디자인정책과 DDP정책팀, (재)서울디자인센터
2012 창의현장체험학습	(재)서울디자인재단 시민서비스디자인팀
초등학교 창의디자인교육을 위한 교사직무연수	

환경

서울골목디자인 프로젝트	서울특별시 디자인정책과 문화디자인팀 (재)서울디자인재단 시민서비스디자인팀
주민참여형 마을경관가꾸기	서울특별시 공공디자인과 경관사업팀
서울형 시각정보체계 기본연구	(재)서울디자인재단 시민디자인연구팀
공공시설물 표준형디자인 개발	서울특별시 공공디자인과 시설물디자인팀
서울우수공공디자인 인증제	
디자인서울클리닉	
간판이 아름다운 거리 조성	서울특별시 공공디자인과 광고물정책팀
서울시 좋은간판 선정	
광고물관리 심의위원회	
공공시설 이용 광고물 개선	서울특별시 공공디자인과 공공시설광고팀
소의낙후지역 생활환경 개선	서울특별시 공공디자인과 경관사업팀
에너지 절약 인포그래픽 개발	서울특별시 디자인정책과 디자인개발팀
빛공해 해소 종합대책	서울특별시 공공디자인과 도시빛정책팀
친환경 스마트조명도시 구축	
조명분야 국제도시 협력사업	
서울특별시 좋은빛상	
빛환경 개선	

소통

디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?	(재)서울디자인재단 디자인정보팀
2012 공공시설물 디자인 시민공모전	서울특별시 공공디자인과 시설물디자인팀
서울시민디자인위원회	서울특별시 공공디자인과 공공디자인정책팀
디자인서울 모니터단	
서울 도시디자인 해외통신원	
디자인도시 해외리포트	(재)서울디자인재단 시민디자인연구팀
글로벌디자인도시협의체	서울특별시 디자인정책과 디자인행정팀 (재)서울디자인재단 시민디자인연구팀
유네스코 디자인 창의도시_서울	

동대문디자인플라자(DDP)

청책워크숍「시민이 사랑하는 DDP 만들기」	서울특별시 디자인정책과 DDP정책팀 (재)서울디자인재단 DDP서비스디자인팀, 디자인정보팀
시민어울림마당「동대문디자인잼 7.7.7.」	
DDP 운영준비	서울특별시 디자인정책과 DDP정책팀 (재)서울디자인재단 DDP서비스디자인팀
DDP 전문가 창의공정	
DDP 기획조정단	
창의희망시장「동대문봄장」	
시장의 재발견	
신당생활사박물관	
DDP 재정립을 위한 콘텐츠 검토·보완 연구	
동대문권역 활성화 종합대책 연구	
시민과 함께하는 DDP 디자인 전시개발연구	(재)서울디자인재단 시민디자인연구팀

* 담당 부서명은 2012년 12월 기준

2012 서울디자인백서

발행일 2013년 5월

발행인 백종원

발행처 (재)서울디자인재단
서울시 종로구 율곡로 283 서울디자인지원센터 8, 9층
www.seouldesign.or.kr

주관 (재)서울디자인재단
안상수 이사장
백종원 대표이사
김광례 디자인경영단장

기획 (재)서울디자인재단 시민디자인연구소
신윤재 소장
서혜영 선임, 노다운 연구원(총괄)
이상묵 책임, 전기현 책임, 엄아영 선임, 강지혜 선임
이효원 주임, 이유빈 주임
최은정 선임, 정영진 주임, 장혜진 주임

집필진 노다운(총괄)
김보경 연구원, 구경완 연구원, 김영연 연구원, 정봉금 연구원

자문위원 강현주 인하대학교 시각정보디자인전공 교수
김홍배 한성대학교 제품디자인전공 교수
나 건 국제디자인전문대학원 디자인경영학과 교수
오창섭 건국대학교 디자인학부 교수
이동현 한국디자인진흥원 정책연구팀 팀장
장영호 서울특별시 공공디자인과 시설물디자인팀장
허보윤 서울대학교 미술대학 교수

자료협조 서울특별시, (재)서울디자인재단 각 사업 담당자

교정·교열 김유신

디자인 그래픽바이러스 www.graphicvirus.com

인쇄처 갭 프로세스

ⓒ2013 (재)서울디자인재단

ISBN 978-89-98664-03-9
ISBN 978-89-98664-04-6 (세트)