2013 서울 디자인 백서

서울특별시
SEOUL METROPOLITAN GOVERNMENT

Seoul
Design Report
2013. 01. 01 –
2013. 12. 31

함께 서울
시민과 함께 세계와 함께

서울디자인재단
Seoul Design Foundation

2013 서울 디자인 백서

<2013 서울디자인백서>는 서울시가 시민을 위해
2013년도에 시행한 디자인정책과 사업을 다룬다.
서울디자인백서에 기술된 정책 수행주체는
서울시와 (재)서울디자인재단이다.

서울디자인재단
Seoul Design Foundation

목차

1장 서울디자인 개관

1.1 서울디자인 정책 흐름 10

1.2 2013 서울디자인 정책 11

1) 서울시 정책 비전 11

2) 서울디자인 정책 비전 12

3) 서울디자인 정책 전략 13

1.3 서울디자인 조직과 예산 16

1) 문화관광디자인본부 디자인 부서 17

(1) 비전과 전략 19

(2) 예산 20

2) (재)서울디자인재단 22

(1) 비전과 전략 25

(2) 예산 27

1.4 서울디자인 전망 29

1) 서울디자인 정책 변화 29

2) 서울디자인 정책 방향 31

2장 서울디자인과 경제

2.1 서울 경제 이슈와 디자인 전략 42

1) 서울 경제 이슈1 : 전통 제조업 약화 및 소상공인 영세성 지속 43

(1) 전통제조업 약화 44

(2) 소상공인 영세성 지속 45

2) 서울 경제 이슈2 : 서울경제 내실화 및 고용 안정성 확보 필요 47

3) 서울 경제 이슈3 : 서울시 관광 활성화를 위한 고유상품 개발 필요 49

4) 디자인 전략 : 디자인을 통한 경제 활성화 정책 51

(1) 디자인을 통한 도심창조산업 육성 및 지역경제 활성화 51

(2) 디자인산업 생태계 조성 53

(3) 문화상품 디자인 진흥 54

(4) 패션산업 활성화 55

2.2 2013 서울디자인 사업 : 경제 영역 56

1) 디자인을 통한 도심창조산업 육성 및 지역경제 활성화 57

(1) 성수동 수제화 산업 활성화 57

(2) 서울약령시 한방산업 활성화 67

(3) 영천시장 다시살림 프로젝트 69

2) 디자인산업 생태계 조성 74

(1) 서울디자인지원센터 운영 74

(2) DMC창업센터 운영 80

(3) 서울디자인컨설턴트 운영 81

(4) 디자인 공정거래 가이드북 발간 83

(5) 액티브시니어 디자인 연구 84

(6) 사회적기업가 육성사업 85

(7) 서울우수공공디자인 인증제 87

(8) 디자인서울클리닉 88

3) 문화상품 디자인 진흥 91

(1) 시민우수아이디어 제품화 91

(2) 국내외 박람회 참가 96

4) 패션산업 활성화 99

(1) 동대문 패션상권 활성화 지원 100

(2) 동대문패션지원센터 운영 103

2.3 주요성과와 전망 106

3장 서울디자인과 사회·문화

3.1 서울 사회·문화 이슈와 디자인 전략 110

1) 서울 사회·문화 이슈1 : 저출산·고령화로 인한 사회 복지영역 확대 요구 110

(1) 서울시 저출산율의 심각성 110

(2) 고령화로 인한 미래세대 부담 가중 112

2) 서울 사회·문화 이슈2 : 범죄율 증가로 인한 도시 안전성 저하 114

3) 서울 사회·문화 이슈3 : 시민의 문화 수요 및 창작욕구 증가 117

4) 서울 사회·문화 이슈4 : 도시자원과 연계된 관광콘텐츠 개발 필요 120

5) 디자인 전략 : 디자인을 통한 사회문제 해결 및 문화향유 확대 122

(1) 모든 시민을 배려하는 디자인복지 실현 122

(2) 디자인을 통한 안전하고 건강한 도시 만들기 123

(3) 창의적 디자인문화 확산 124

(4) 역사문화관광콘텐츠 조성 125

3.2 2013 서울디자인 사업 : 사회·문화 영역 125

1) 모든 시민을 배려하는 디자인복지 실현 126

(1) 유니버설디자인 보편화 126

(2) 국공립어린이집 스페이스브랜딩 디자인 136

(3) 종묘탑골공원 주변 서비스디자인 137

(4) 주민센터 서비스디자인 142

2) 디자인을 통한 안전하고 건강한 도시 만들기 144

(1) 범죄예방디자인 프로젝트 및 연구 144

(2) 지하철 역사 액티브디자인 150

(3) 축산물 단속비리 예방 서비스디자인 153

3) 창의적 디자인문화 확산 155

(1) 창의디자인교육사업 155

(2) 도시갤러리 프로젝트 165

4) 역사문화관광콘텐츠 조성 168

(1) 한양도성 경관조명 개선 168

(2) 문화역서울 284 활성화 방안 연구 169

3.3 주요 성과와 전망 171

4장 서울디자인과 환경

4.1 서울 환경 이슈와 디자인 전략 174

1) 서울 환경 이슈1 : 도심 시가지의 집단적 노후화 진행 174

2) 서울 환경 이슈2 : 과도한 에너지 소비로 인한 도시공해 증가 176

3) 디자인 전략 : 디자인을 통한 도시환경 개선 178

(1) 시민과 함께하는 주거환경개선 디자인 178

(2) 디자인을 통한 쾌적한 도심환경 만들기 179

(3) 에너지 절감을 위한 빛환경 개선 179

4.2 2013 서울디자인 사업 : 환경 영역 180

1) 시민과 함께하는 주거환경개선 디자인 180

(1) 서울골목디자인 프로젝트 181

(2) 경관개선사업 187

(3) 경관협정사업 189

(4) 마을정자나무 가꾸기 191

2) 디자인을 통한 쾌적한 도심환경 만들기 193

(1) 서울형 시각정보체계 연구 193

(2) 동대문 지역문화 인포그래픽 196

(3) 공공시설물 표준형디자인 개발 198

(4) 간판이 아름다운 거리 조성 199

3) 에너지 절감을 위한 빛환경 개선 201

(1) 친환경 스마트조명도시 구축 201

(2) 서울시 좋은빛상 시상 202

(3) 좋은 빛환경 조성 시범사업 203

4.3 주요성과와 전망 205

5장 서울디자인 소통

5.1 시민 소통 208

1) 시민이 바라는 서울디자인 210

(1) 디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까? 210
(2) DDP 시민소통프로그램 봄장 211
(3) 디자인공감에세이 214

2) 시민이 만드는 서울디자인 216

(1) 공공시설물 디자인 시민공모전 216
(2) 서울시 좋은간판 공모전 217

3) 시민이 살피는 서울디자인 219

(1) 서울시민디자인위원회 219
(2) 디자인서울 모니터링 220

5.2 국내외 교류와 협력 222

1) 국내 협력기관 현황 222

2) 해외 협력기관 현황 223

(1) 유네스코 디자인 창의도시 서울 225
(2) 글로벌디자인도시협의체 228
(3) 국제도시조명연맹 협력사업 230

3) 해외 디자인정책 사례 연구 231

(1) 서울 도시디자인 해외통신원 231
(2) 디자인도시 해외리포트 233

5.3 주요성과와 전망 235

6장 서울디자인 인프라

6.1 서울디자인 인프라 구축 및 운영 238

6.2 DDP 구축 및 운영 242

1) DDP 브랜드와 비전 243

2) DDP 시설 및 공간 구축 249

3) DDP 홍보 256

6.3 주요성과와 전망 259

[부록]

서울디자인서베이 데이터
표 목차, 그림 목차
2013 서울디자인 사업 담당 부서
2013 서울디자인백서 각 장별 참고자료 목록

1장
서울디자인 개관

1.1 서울디자인 정책 흐름

1.2 2013 서울디자인 정책

1) 서울시 정책 비전

2) 서울디자인 정책 비전

3) 서울디자인 정책 전략

1.3 서울디자인 조직과 예산

1) 문화관광디자인본부 디자인 부서

(1) 비전과 전략
(2) 예산

2) (재)서울디자인재단

(1) 비전과 전략
(2) 예산

1.4 서울디자인 전망

1) 서울디자인 정책 변화

2) 서울디자인 정책 방향

1.1 서울디자인 정책 흐름

서울시의 디자인정책은 크게 제1기 <도시환경 개선>에서 제2기 <시민경제를 살리기 위한 디자인산업 육성>으로, 그리고 현재 제3기 <시민 삶의 질을 높이는 시민디자인>으로 그 목표와 전략이 변화해왔다.

[표 1-1] 서울시 디자인정책 흐름[1)]

구분	서울디자인 제1기 (2007년 5월 ~ 2009년 5월)	서울디자인 제2기 (2009년 6월 ~ 2011년 10월)	서울디자인 제3기 (2011년 11월 ~ 2013년 12월)
비전	· 하드시티에서 소프트시티로	· 시민고객을 배려하는 디자인	· 더불어 창조하는 문화도시 (시민과 함께 만들고 누리는 시민디자인)
전략	· 건설과 산업, 기능과 효율 ⇨ 문화와 디자인 중심	· 시민고객 우선 디자인 - 시민중심 디자인 개선 - 디자인산업 육성	· 생활디자인 · 커뮤니티디자인
대상 및 접근방법	· 도시(City) · 개선(Soft)	· 시민(Citizen) · 배려(Caring)	· 시민 삶의 질 · 참여와 소통
성과	· 디자인정책 기반 마련	· 국제적 위상 강화	· 사회문제를 해결하는 시민디자인 도입

서울시는 지난 2011년 11월 박원순 시장 취임 이후 새로운 정책비전을 반영한 서울디자인 정책의 방향을 제시했고, 2012년 정책을 수정, 보완, 개선하는 과정을 거쳐 2013년에 사회문제를 해결하는 시민디자인의 성공적 도입이라는 성과를 거뒀다. 이는 서울시 디자인정책의 흐름이 서울디자인 제3기 후반부에 진입하였음을 의미한다.

제35대 박원순 서울시장은 2013년 신년사에서 다음과 같이 밝혔다.

…'현장 행정', '열린 행정', '트위터 행정'이라는 3대 행정 혁신을 이루었고 이것은 서울의 행정 스타일이 되었습니다. 또한 약 39회의 청책 워크숍에서만 5,200여 분의 시민 여러분을 직접 만났습니다. 하나의 정책을 만들기 위해서 수 십 명의 전문가를 만나고 회의를 통해 점검하였습니다. (중략)…우리는 모두의 지혜를 집중하여 시민의 이익을 지키는 해법을 찾을 것입니다.

이처럼 서울시는 시민의 참여와 소통을 중심으로 정책을 수립하고 시민 삶의 질을 향상시키기 위해 많은 노력을 기울이고 있으며, 이러한 의견 수렴의 과정은 서울시 디자인정책에도 고스란히 반영되고 있다.

이는 곧 서울디자인 제3기의 비전인 "시민과 함께 만들고 누리는 시민디자인"이 서울시의 정책 목표와 동일하다는 것을 의미한다.

1) 서울디자인재단. (2013). 2012 서울디자인백서. p.12.

1.2 2013 서울디자인 정책

1) 서울시 정책 비전

서울시는 2012년 "함께 만드는 서울, 함께 누리는 서울" 비전과 함께 5대 목표를 기준으로 정책을 수립하였고, 2013년 각 분야에 걸쳐 다양한 사업을 실행하였다.

'당당하게 누리는 복지', '함께 잘 사는 경제', '더불어 창조하는 문화', '안전하고 지속가능한 도시', '시민이 주인되는 시정'까지 5대 시정 목표는 「희망서울 15대 중점과제」와 연계 및 세분화되어 여러 형태로 시민의 삶에 다가가고 있다.

이러한 시정목표는 서울시의 제조업 약화, 소상공인의 영세성 지속, 저출산·고령화로 인한 사회 복지영역의 확대 요구, 범죄율 증가, 도심 노후화 등 다양한 사회 이슈를 해결하기 위해 제시되었으며, 이는 곧 시민 중심의 정책을 수립하고, 실행하겠다는 서울시의 의지를 나타낸 것이라고 볼 수 있다.

5대 시정 목표에 따른 「희망서울 15대 중점과제」는 아래와 같다.

첫 번째 '당당하게 누리는 복지'는 「시민복지 기준선 마련」, 「여성희망도시 조성」, 「교육비 부담 완화」, 「공공의료 강화」, 「공공임대 주택 확충」 5개의 중점과제로 세분화되었으며, 두 번째 '함께 잘 사는 경제'는 「좋은 일자리 창출」과 「청년희망경제 구현」 2개의 과제로 분류되었다. 세 번째 '더불어 창조하는 문화'는 「문화창조 활동 확대」 1개 과제로, 네 번째 '안전하고 지속가능한 도시'는 「안전도시 조성」, 「편리한 서울교통 구현」, 「에너지 생산도시 구현」, 「지속가능한 도시계획체계 확립」까지 4개의 중점과제로 세분화되었다. 다섯 번째 '시민이 주인되는 시정'은 「마을 공동체 복원」, 「재정 건전성 강화」, 「열린시정 구현」 3개의 중점과제를 통해 실현되고 있다.

이처럼 서울시는 시정비전-시정목표-중점과제의 세분화 단계를 거쳐 정책을 수립하고 있으며, 시민과의 소통과 신뢰를 위해 많은 노력을 기울이고 있다.

서울시의 디자인정책 또한 서울시의 시정 목표와 긴밀하게 연계되어 각 영역별로 다양한 사업을 통해 추진되고 있으며, 2014년 이후에도 지속적으로 상호 보완될 예정이다.

서울의 비전

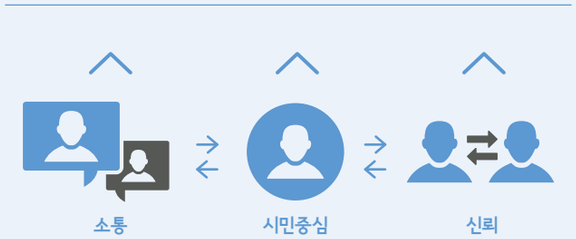
시정비전

함께 만드는 서울, 함께 누리는 서울

시정목표



시정목표



[그림 1-1] 서울시 비전 체계도

2) 서울디자인 정책 비전

서울디자인 제3기 후반에 속하는 2013년 서울디자인 정책은 “시민 삶의 질을 높이는 시민디자인”을 주요목표로 하고 있다. 그동안 서울시 디자인정책의 목표는 “도시환경개선”과 “시민경제를 살리기 위한 디자인산업 육성”으로 디자인을 산업과 경제적인 측면에서 접근하는 경향이 강했다면, 2011년 이후부터 시민의 참여와 소통을 실현함으로써 시민 삶의 질을 높이는 시민디자인에 역점을 두고 있다.

[표 1-2] 서울디자인 제3기 주요 내용[2)]

주요목표	· 시민의 참여와 소통을 실현하며 시민 삶의 질을 높이는 ‘시민디자인’
정책 주안점	· 시민이 디자인 중심으로 방향 결정, 향유의 주도권 보유 · 디자인의 역할 확장 · '희망서울 15대 중점과제'와의 연계
대표사업	· 도심창조산업 육성 및 지역경제 활성화(성수동 수제화 산업 활성화) · 범죄예방디자인 프로젝트(마포구 염리동, 가양동 공진중학교) · DDP 구축 및 운영

2) 서울디자인재단. (2014). 경영인프라 고도화 혁신 연구. p.9.

이러한 시민디자인에서 강조되는 주안점은 시민이 주도하는 디자인 실현과 디자인의 역할 확장이다. 첫 번째, 시민이 주도하는 디자인 실현은 시민이 서울시 디자인정책의 방향과 목표를 설정하는 주체가 되는 것에서 시작한다. 이는 정책을 계획·보완하고 실행하는 과정에 시민의 지속적인 참여와 소통을 통한 의견 수렴 과정이 반드시 필요하다는 것을 의미한다.

두 번째는 디자인의 역할 확장이다. 과거, 디자인의 역할은 대부분 환경 개선과 산업 육성에 초점이 맞춰져 있었다. 하지만 현 사회에서 디자인에 대한 수요와 기대치가 올라감에 따라 종전의 역할을 뛰어 넘어 창조경제를 주도하고 디자인을 통해 사회문제를 해결해야한다는 의견이 제시되고 있다. 이러한 요구에 부응하여 현재 서울디자인 정책은 디자인을 통해 사회문제를 해결하는 서비스디자인의 역할에 주목하고 있으며, 디자인을 통한 새로운 가치 창출의 영역까지 확장해나갈 것으로 보인다.

이러한 정책의 변화는 시민 참여와 디자인의 역할을 확대하고 이를 바탕으로 한 시민서비스디자인 사업의 점진적 확대로 나타나고 있다.

3) 서울디자인 정책 전략

앞서 이야기한 것과 같이 서울시의 디자인정책은 「희망서울 15대 중점과제」와 긴밀하게 연계되어 실행된다.

[표 1-3] 서울시 전체 정책과 서울시 디자인정책 연계성[3)]

서울시 전체 정책			서울시 디자인정책	
시정 비전	시정목표	희망서울 15대 중점과제	디자인정책 전략	영역
함께 만드는 서울, 함께 누리는 서울	당당하게 누리는 복지	시민복지 기준선 마련	디자인을 통한 도심창조산업 육성 및 지역경제 활성화	경제
		여성희망도시 조성	디자인산업 생태계 조성	
		교육비 부담 완화	문화상품 디자인 진흥	
		공공의료 강화	패션사업 활성화	
		공공임대 주택 확충	모든 시민을 배려하는 디자인복지 실현	사회·문화
	함께 잘 사는 사회	좋은 일자리 창출	디자인을 통한 안전하고 건강한 도시 만들기	
		청년희망 경제 구현	창의적 디자인문화 확산	
	더불어 창조하는 문화	문화창조 활동 확대	역사문화관광콘텐츠 조성	
	안전하고 지속가능한 도시	안전도시 조성	시민과 함께하는 주거환경개선 디자인	환경
		편리한 서울교통 구현	디자인을 통한 쾌적한 도심환경 만들기	
		에너지 생산도시 구현	에너지 절감을 위한 빛환경 개선	
		지속가능한 도시계획체계 확립	시민소통	소통
	시민이 주인되는 시정	마을공동체 복원	국내교류	
		재정 건전성 강화	국제교류	
		열린시정 구현	서울시민디자인연구소	인프라
			DDP	

서울시 15대 중점과제 중 <당당하게 누리는 복지>의 과제인 「시민복지 기준선 마련」,「여성희망도시 조성」,「교육비부담 완화」,「공공의료 강화」,「공공임대 주택 확충」은 서울디자인 정책 영역 중 사회·문화, 소통과 연결되어 디자인복지 실현, 창의적 디자인문화 확산 등을 위한 「유니버설디자인 보편화」,「창의디자인교육사업」 등 다양한 사업을 통해 실현되고 있다.

<함께 잘 사는 사회> 의 「좋은 일자리 창출」,「청년희망 경제 구현」 과제는 경제와 인프라 영역과 연계되어 「성수동 수제화 산업 활성화」,「사회적기업가 육성사업」,「DDP 구축 및 운영」 사업 등을 통해 추진된다.

<더불어 창조하는 문화>의 「문화창조 활동의 확대」 과제는, 사회·문화 영역과 연결되어 「창의디자인교육사업」,「도시갤러리 프로젝트」로 실행된다.

<안전하고 지속가능한 도시>의 과제인 「안전도시 조성」,「편리한 서울교통 구현」,「에너지 생산도시 구현」,「지속가능한 도시계획체계 확립」은 사회, 환경과 연결되어 「범죄예방디자인 프로젝트」,「지하철 역사 액티브디자인」,「서울형 시각정보체계 연구」,「경관개선사업」 등으로 실행된다.

<시민이 주인되는 시정> 과제인 「마을 공동체 복원」,「재정 건전성 강화」,「열린 시정 구현」은 환경, 소통과 연계되어 「서울골목디자인 프로젝트」,「서울시민디자인위원회」 운영 등으로 추진된다.

주요 사업으로는 도심창조산업 육성을 위한 「성수동 수제화 산업 활성화」, 마포구 염리동, 가양동 공진 중학교를 대상으로 한 「범죄예방디자인 프로젝트」, 창조산업을 선도하기 위한 「DDP 구축 및 운영」 등을 예로 들 수 있다.

3) 서울디자인재단. (2014). 경영인프라 고도화 혁신 연구. p.9.

[표 1-4] (재)서울디자인재단 수행 사업

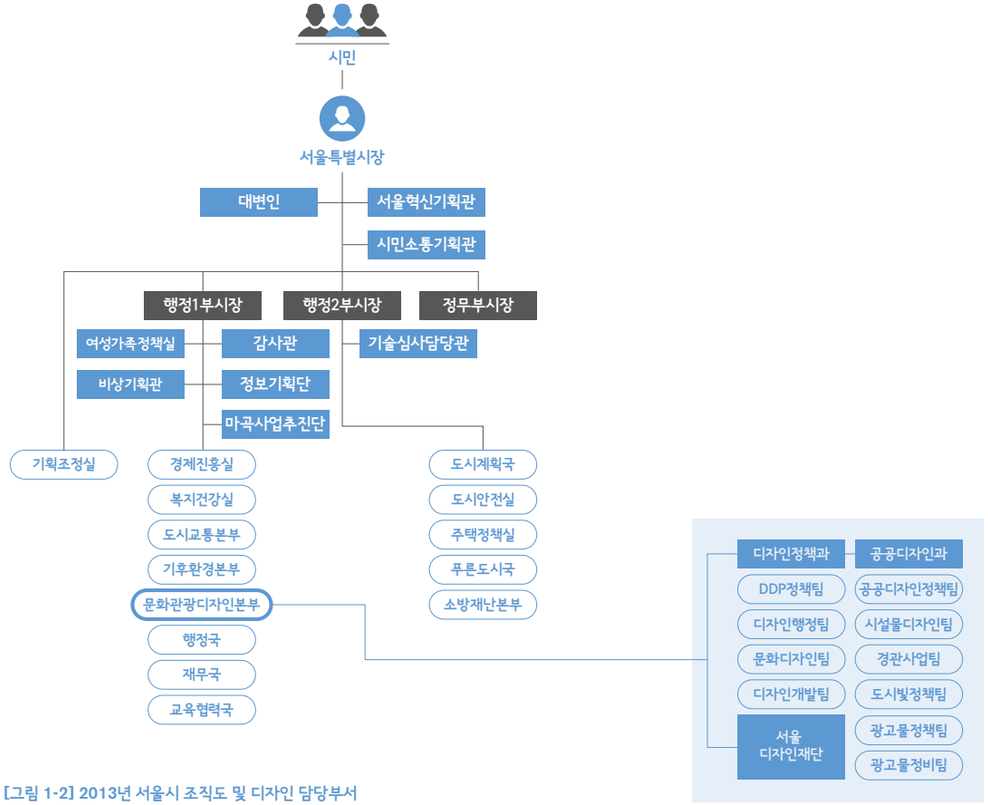
영역	전략	사업명(2013년)
경제	디자인을 통한 도심창조산업 육성 및 지역경제 활성화	· 성수동 수제화 산업 활성화 · 서울약령시 한방산업 활성화 · 영천시장 다시살림 프로젝트
	디자인산업 생태계 조성	· 서울디자인지원센터 운영 · DMC창업센터 운영 · 서울디자인컨설턴트 운영 · 디자인 공정거래 가이드북 발간 · 액티브시니어 디자인 연구 · 사회적기업가 육성사업 · 서울우수공공디자인 인증제 · 디자인서울클리닉
	문화상품 디자인 진흥	· 시민우수아이디어 제품화 · 국내외 박람회 참가
	패션산업 활성화	· 동대문 패션상권 활성화 지원 · 동대문패션지원센터 운영
사회·문화	모든 시민을 배려하는 디자인복지 실현	· 유니버설디자인 보편화 · 국공립어린이집 스페이스브랜딩 디자인 · 종묘탑골공원 주변 서비스디자인 · 주민센터 서비스디자인
	디자인을 통한 안전하고 건강한 도시 만들기	· 범죄예방디자인 프로젝트 및 연구 · 지하철 역사 액티브디자인 · 축산물 단속비리 예방 서비스디자인
	창의적 디자인문화 확산	· 창의디자인교육사업 · 도시갤러리 프로젝트
	역사문화관광콘텐츠 조성	· 한양도성 경관조명 개선 · 문화역서울 284 활성화 방안 연구
환경	시민과 함께하는 주거환경개선 디자인	· 서울골목디자인 프로젝트 · 경관개선사업 · 경관협정사업 · 마을정자나무 가꾸기
	디자인을 통한 쾌적한 도심환경 만들기	· 서울형 시각정보체계 연구 · 동대문 지역문화 인포그래픽 · 공공시설물 표준형디자인 개발 · 간판이 아름다운 거리 조성
	에너지 절감을 위한 빛환경 개선	· 친환경 스마트조명도시 구축 · 서울시 좋은빛상 시상 · 좋은 빛환경 조성 시범사업
소통	시민이 바라는 서울디자인	· 디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까? · DDP 시민소통프로그램 봄창 · 디자인공감에세이
	시민이 만드는 서울디자인	· 공공시설물 디자인 시민공모전 · 서울시 좋은간판 공모전
	시민이 살피는 서울디자인	· 서울시민디자인위원회 · 디자인서울 모니터링
	국내교류	· 디자인협회, 기관 등 업무협력
	해외교류	· 유네스코 디자인 창의도시 서울 · 글로벌디자인도시협의체 · 국제도시조명연맹 협력사업
	해외 디자인정책 사례 연구	· 서울 도시디자인 해외통신원 · 디자인도시 해외리포트
인프라	서울시민디자인연구소	· 시민디자인2020 · 시민디자인트렌드리포트
	DDP	· DDP 구축 및 운영

1.3 서울디자인 조직과 예산

서울시의 디자인정책은 서울시 문화관광디자인본부의 디자인정책과와 공공디자인과, 그리고 출연기관인 (재)서울디자인재단이 주도하고 있으나, 현재 타부서에서도 디자인 관련 사업의 위탁을 요청하거나 디자인 과제를 제안하는 등 많은 관심을 보이는 추세이다.

서울시 디자인 조직의 규모는 큰 변화 없이 전년도와 동일한 1본부 2과 10팀을 유지하고 있다. 그 역할 역시 디자인정책 개발 및 총괄 업무는 서울시에서, 디자인 전문분야 업무는 서울디자인재단에서 동일하게 지속·추진해오고 있다.

2013년 현재 서울시 디자인정책과, 공공디자인과 그리고 서울디자인재단은 상호 간의 업무 중복을 줄이기 위해 업무를 구분하고 조정하는 작업을 실행하고 있으며, 각각의 고유 업무 추진을 통해 서울시 디자인정책의 효율성 제고를 위해 노력하고 있다.



[그림 1-2] 2013년 서울시 조직도 및 디자인 담당부서

1) 문화관광디자인본부 디자인 부서

서울시 문화관광디자인본부의 디자인 전담 부서는 전년도와 마찬가지로 디자인정책과와 공공디자인과로 구성되어 있다. 디자인정책과는 DDP정책팀, 디자인행정팀, 문화디자인팀, 디자인개발팀까지 4개 팀으로, 「서울시 디자인 종합계획 수립」, 「DDP 역점사업 추진」, 「범죄예방디자인 프로젝트」, 「유니버설디자인 가이드라인 개발」 등 다양한 디자인사업을 기획 및 추진하고 있다.

[표 1-5] 디자인정책과 조직 및 업무내용

구분	업무내용
DDP정책팀	· 디자인종합계획, DDP 역점사업 추진 총괄
디자인행정팀	· (재)서울디자인재단 지도감독 · 서울디자인지원센터, DMC창업센터 운영 지원 · 유네스코 디자인 창의도시 운영 지원
문화디자인팀	· 서울상징 체계 유지 및 관리 · 서울디자인한마당 및 WDC 관련 사업 자료관리 · 도시시설물, 디자인자산에 관한 사무 · 디자인관련 비영리법인 설립 등록 · 해치문화상품 판매 및 관리
디자인개발팀	· 범죄예방디자인 프로젝트 · 복지시설 유니버설디자인 가이드라인 개발 · 유니버설디자인 조례 추진 · 유니버설디자인 컨설팅 · 온라인뉴스레터 디자인서울 발간

공공디자인과는 공공디자인정책팀, 시설물디자인팀, 경관사업팀, 도시빛정책팀, 광고물정책팀 그리고 전년도 공공시설광고팀에서 팀 이름이 변경된 광고물정비팀까지 총 6개의 팀으로 구성되어 있다.

주요 업무로는 「도시디자인 기본계획 수립 및 법령 정비」를 비롯하여 도시 전반의 공공디자인의 수준 향상을 위한 「도시경관사업」, 「공공디자인 인증제」, 「디자인서울 가이드라인 개발」과 빛공해 해소를 위한 다양한 사업을 추진하고 있다.

[표 1-6] 공공디자인과 조직 및 업무내용

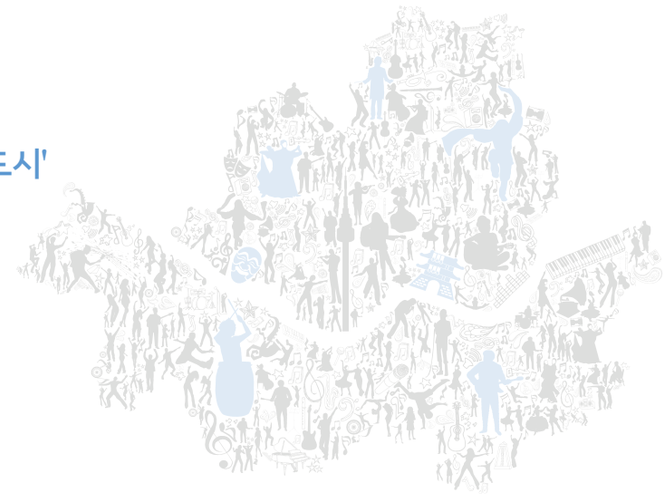
구분	업무내용
공공디자인정책팀	· 서울시민디자인위원회 및 제1·2실무위원회 운영 · 서울 도시디자인 해외통신원 운영 · 디자인서울 가이드라인 운영, 디자인서울모니터 운영 · 도시디자인 기본계획 수립 및 법령 관련업무 · 공사용 임시시설물디자인 가이드라인 운영
시설물디자인팀	· 공공시설물 디자인정책 개발에 관한 사항 · 서울시 우수공공디자인 인증제, 클리닉 운영 · 공공시설물 표준형 디자인 개발 · 공공디자인 공모전(시민/전문가) 및 시범 설치 · 서울시 안내표지판 외국어 표기 개선 · 공공디자인 교육자료 제작 및 보급 · 지하철역사 환경디자인 가이드라인 운영
경관사업팀	· 도시경관 가꾸기 사업 총괄 · 경관협정 사업총괄 · 도시경관사업 승인에 관한사항 · 경관협정 인가에 관한 사항 · 도시경관사업 및 협정사업 사후평가 관련 사항 · 디자인서울거리 관련업무
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 좋은빛상 운영 · 국제도시조명연맹(LUCI) 협력사업
광고물정책팀	· 옥외광고물 시책 및 기본계획 관련사항 · 광고물관리 및 디자인심의위원회 운영 · 옥외광고물 특정지역 지정 및 고시 관리 · 간판이 아름다운 거리 관련사항 · 좋은간판 발굴·확산 관련사항, 서울 좋은간판 개발·보급 · 불법광고물 정비 관련사항
광고물정비팀	· 공공시설물 이용 광고 가이드라인 적용·관리 · 불법광고물 정비 관련사항

(1) 비전과 전략

2013년 문화관광디자인본부는 주요업무계획을 발표하였다. 발표 내용에는 전년도와 동일한 “시민과 함께, 더불어 창조하는 문화도시 서울” 비전 아래 5대 추진목표가 제시되어 있으며, 이를 기초로 한 본부의 정책과 사업 추진계획이 담겨있다. 5대 추진목표는 각각 ‘품격있는 관광도시 서울’, ‘문화산업 중심도시 서울’, ‘역사문화도시 서울’, ‘건강한 도시 서울’, ‘문화예술 디자인도시 서울’이며, 이는 다시 각 목표별 세부과제로 분리되어 다양한 형태의 사업으로 추진되었다.

문화관광디자인본부는 ‘1,000만 관광시대를 맞아 관광산업의 내실화와 경쟁력 강화 필요’, ‘사회문제 해결을 위한 문화·디자인의 실천적 역할에 대한 사회적 요구 증대’ 두 가지를 가장 큰 이슈로 분석 및 제안하였으며 이를 토대로 세부 디자인 전략을 수립하였다.

시민과 함께
'더불어 창조하는 문화도시'
서울을 만들겠습니다.



품격있는 관광도시 서울
스토리가 넘치는 관광매력도시 만들기

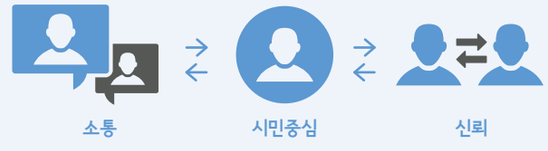
문화산업 중심도시 서울
문화창조력을 통해 일자리 만들기

역사 문화도시 서울
세계인이 즐겨 찾는 역사도시 만들기

건강한 도시 서울
스포츠를 통한 건강한 서울 만들기

문화예술 디자인도시 서울
문화로 희망을 주는 서울 만들기

시정기조



[그림 1-3] 2013년 서울시 문화관광디자인본부 정책비전

(2) 예산

2013년 초, 문화관광디자인본부는 서울시의 전체 예산 20조 6,287억 원(순계 기준)[4]중에서 2.5%에 해당하는 5,296억 원을 배정받았다. 그 중 디자인 부서의 예산은 약 526억 원으로 전년도 241억 원 대비 약 118% 증가하였다. 예산 비율이 높게 증가한 이유는 임시로 중단되었던 동대문디자인플라자 구축 사업이 새로운 운영 계획에 따라 재개됨으로써 262억 원의 예산이 추가 편성되었기 때문이다.

2013년 예산의 세부내역을 살펴보면, 전체 디자인부서 예산 중 디자인정책과가 약 83%, 공공디자인과가 17%를 사용해 서울시 디자인사업을 꾸려갔다.

전체 예산의 사업별 비중을 보면, 「동대문디자인플라자 운영기반 구축」에 50%, 「디자인 역량 강화」에 33%, 「도시경관개선」에 8%, 「공공디자인 수준 향상」에 8%의 예산이 책정되었다.

전년도와 비교하면 디자인산업 육성 항목의 예산이 삭제된 것이 가장 큰 변화였으며, 그 외에는 대부분 전년도 예산 편성 기준을 준용하여 편성, 집행되었다. 이는 '서울디자인 제3기 디자인정책'이 고도화됨에 따라 서울디자인재단이 기존에 운영해오던 4대 클러스터가 통합·운영되고, 시민서비스디자인사업이 확대 편성되었음을 시사한다.

4) 서울특별시. (2014). 2013년 한눈에 보는 서울시 예산.

[표 1-7] 2013 서울시 문화관광디자인본부 디자인부서 예산[5] (단위 : 천 원)

구분	2013년
디자인정책과	**43,670,633**
동대문디자인플라자 운영기반 구축	26,268,476
동대문디자인플라자 운영기반 구축	26,268,476
디자인 역량 강화	17,344,711
도시갤러리 유지관리	83,500
디자인 홈페이지 통합 운영	36,300
미술장식심의위원회 운영	41,260
동대문디자인플라자 운영 기반 조성	2,893,120
재단법인 서울디자인재단 운영	12,412,581
간행물 <디자인서울> 발간	57,450
유니버설디자인 프로젝트	250,000
디자인 재능 나눔 사업	153,500
범죄예방 백신 디자인 프로젝트	575,000
리폼 바느질 공방 지원(주민참여)	42,000
재미있는 도시 조형물 설치	800,000
행정운영경비	57,446
공공디자인과	**8,963,170**
도시경관개선	4,506,380
마을경관가꾸기 사업 추진	987,380
신림초등학교 담장 갤러리 조성(주민참여)	10,000
지붕없는 동네미술관 큰덕마을 조성(주민참여)	35,000
그림이 있는 마을골목만들기 사업	300,000
간판이 아름다운 거리 조성	3,005,000
좋은간판 발굴·확산	80,000
광고물관리 및 디자인심의위원회 운영	10,000
공공시설물 이용 광고물에 관한 용역	79,000
공공디자인 수준 향상	4,407,288
서울시민디자인위원회 운영	151,388
서울우수공공디자인 인증제 및 디자인서울클리닉	240,000
서울 도시디자인 해외통신원 운영	26,500
공공시설물 공모전	270,000
서울 한양도성 경관조명 유지관리 및 시설개선	330,000
조명분야 국제도시 협력사업	16,400
주택가 빛환경 개선사업	2,355,000
스마트조명도시 서울 구축 타당성 및 기본계획 수립용역	273,000
빛환경 측정·분석 및 DB 구축	245,000
백제고분 주변 빛환경 개선사업	500,000
행정운영경비	49,502

5) 서울특별시. (2013). 2013 서울시 문화관광디자인본부 세출예산.

2) (재)서울디자인재단

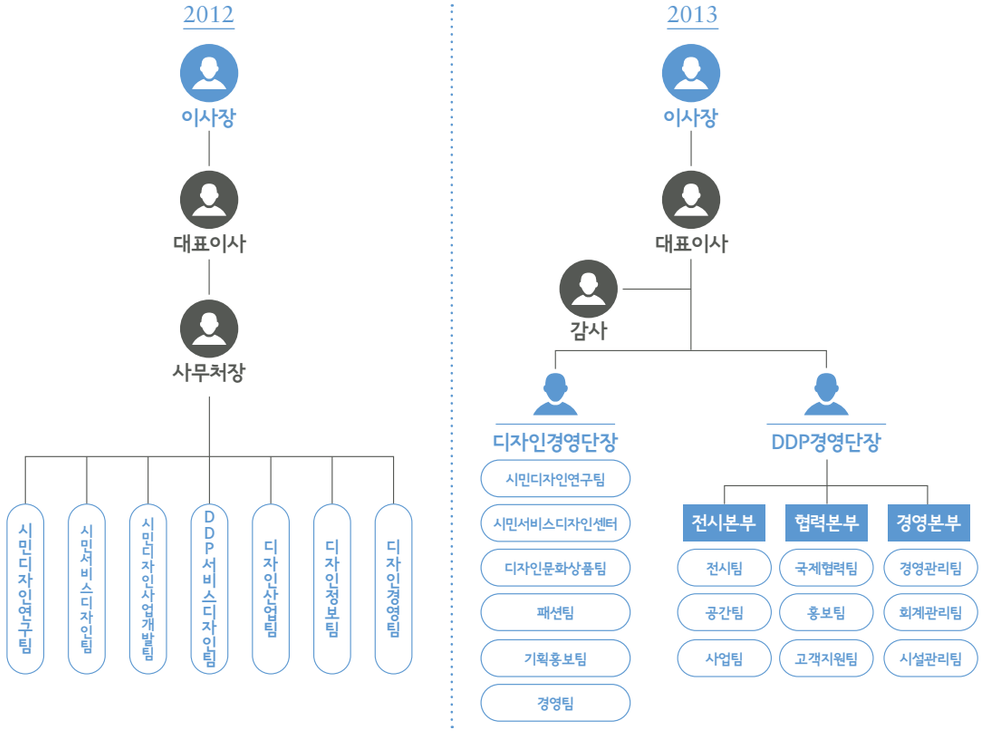
지난 2008년 9월 민법 제32조 및 비영리법인의 설립 및 감독에 관한 규칙 제4조와 서울특별시 재단법인 서울디자인재단 설립 및 운영 조례를 근거로 하여 재단법인 서울디자인재단이 설립되었다.

2013년 개정된 조례에 따라 '디자인을 통해 시민 삶의 질을 향상시키고 디자인문화 확산 및 디자인산업 진흥을 위한 각종 사업을 수행한다'를 설립 목적으로 하고 있으며, 현재 백종원 대표이사 아래 2단 1연구소 3본부 1센터 14팀 1감사역으로 구성되어 있다.

[표 1-8] (재)서울디자인재단 설립 현황

설립 근거	민법 제32조 및 비영리법인의 설립 및 감독에 관한 규칙 제4조 서울특별시 재단법인 서울디자인재단 설립 및 운영 조례	
설립 목적	DDP 시설을 기반으로 서울의 디자인산업 진흥 및 디자인문화 확산에 필요한 각종 사업을 통해 서울의 디자인 경쟁력을 국제적 수준으로 향상 ⇨ 디자인을 통해 시민 삶의 질을 향상시키고 디자인문화 확산 및 디자인산업 진흥을 위한 각종 사업 수행 (2013. 08)	
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)
	2013. 04	시민디자인연구소 출범
	2013. 11	DDP 완공

2013년 서울디자인재단은 시민서비스디자인사업 도입, DDP 개관 준비, 서울디자인지원센터를 중심으로 한 4대 클러스터의 통합과 시민디자인연구소, 시민서비스디자인센터, 디자인문화상품팀 그리고 패션팀의 신설 등 사업 분야와 조직 운영 전반에 많은 변화 과정을 겪었다.



[그림 1-4] (재)서울디자인재단 조직 변화

조직 구성에 있어서 가장 큰 변화는 기존의 사무처가 각각 디자인경영단과 DDP경영단으로 분리되었다는 점이다. 이는 전년도 백서에서 언급한 바와 같이 2014년도 DDP의 개관을 대비하여 운영 준비에 차질이 없도록 업무의 효율성을 높이고, 동시에 시민서비스디자인사업의 비중이 커져감에 따라 이를 전문적으로 계획하고 실행하기 위한 조직 개편으로 볼 수 있다.

디자인경영단의 시민디자인연구소와 시민서비스디자인센터는 서울시 디자인정책 비전에 따라 시민디자인연구의 전문성을 확보하고 사업 추진의 효율성을 제고하기 위해 신설되었으며, 디자인문화상품팀은 서울시의 고유 문화상품 개발 및 진흥을 위해 조직되었다.

패션팀의 경우 서울시에서 재단으로 패션 사업이 이관됨에 따라, 사전 준비 및 인수인계 등을 대비하여 전문 인력 채용과 동시에 부서의 편성이 이루어졌다. 조직 개편 이후 각 팀의 주요 업무내용은 아래와 같다.

[표 1-9] (재)서울디자인재단 조직 및 업무내용

디자인경영단

직책	디자인경영단장
담당업무	디자인경영단 총괄

부서명	역할 및 기능
시민디자인 연구팀	· 시민디자인 정책 연구 (경제, 사회, 환경, 정책&서비스) · 서울디자인백서 및 보고서 발간 · 국제협력
시민서비스 디자인센터	· 서울시 서비스디자인 5대 중점과제 추진 · 서비스디자인 워크숍 및 기본 교육과정 운영 · 시민아이디어 수렴 및 전문가 풀(Pool) 관리·지원 · 민간·기관·시 협력사업 · 서울디자인컨설턴트 운영
디자인 문화상품팀	· 디자인문화상품 기획 개발/제작 지원 (디자인태그, 우수디자인아이디어 사업 등) · 디자인문화상품 마케팅 기획 및 판매 · 라이센싱·디자인권리보호 · 사회적기업 육성사업
패션팀	· 동대문패션지원센터 운영 · 동대문패션상권 활성화 지원
기획 홍보팀	· 경영전략 수립(비전 관리) · 경영평가 관리 · 업무-직무-성과-평가-보상 전략 관리
경영팀	· 인사(채용, 복무, 평가, 보상, 복리 후생, 교육) · 예산/사업계획/재무회계 · 시의회/서울시/이사회 · 총무/시설

DDP경영단

직책	DDP경영단장
담당업무	DDP경영단 총괄

부서명		역할 및 기능
전시 본부	전시팀	· DDP 전시,교육,행사 콘텐츠 및 프로그램 기획·운영 · DDP 전시 및 학예정책·원칙·제도 수립 · 수장고 운영 및 DDP 소장품 관리
	공간팀	· DDP 공간별 구축사업 총괄관리 및 조정 · DDP 건축분야 대외협력 및 임대·대관 전시 건축 코디네이션 · DDP 안내 사인미디어 체계 및 옥외환경시설물 통합 기획 운영관리
	사업팀	· DDP 수익·재정운영전략 수립 및 사업 운영관리
협력 본부	국제 협력팀	· 국제 협력업무 기획 및 운영 · 국내·외 네트워크 관리 및 운영 · 국제 교류 전시 및 행사 기획 및 지원
	홍보팀	· 국내·외 언론 홍보 및 매체 관리 · 편집·출판 운영계획 수립 및 관리 · 뉴미디어·시민소통채널 운영 및 관리
	고객 지원팀	· 고객지원 및 고객관계관리 체계 구축 및 운영 · DDP 직원 및 인력자원 운영 및 관리
경영 본부	경영 관리팀	· 경영기획/인사/노무/총무 · DDP 중장기 경영전략 수립/관리 · DDP 법률·조례·내규·소송·인허가 등 행정업무
	회계 관리팀	· DDP 예산 관리 및 운용, 회계 지출
	시설 관리팀	· DDP 시설 운영 및 관리 체계·매뉴얼 구축 · DDP 방재센터 및 전산 인프라 구축 운영

(1) 비전과 전략

서울디자인재단은 디자인산업 육성 및 디자인문화 확산을 통해 시민 삶의 질을 제고하고 세계 속에서 서울디자인의 경쟁력을 향상시키기 위해 노력하고 있다. 서울시 디자인정책에 따라 “시민과 함께 만들고 누리는 시민디자인”이라는 비전을 공유하고 있으며, 크게 <글로벌 창조 산업 플랫폼 조성>, <창조산업 생태계 활성화>, <디자인을 통한 시민 공공이익 극대화>, <지속가능 성장기반 구축>이라는 네 가지의 전략방향을 바탕으로 세부 전략과제를 가지고 다양한 사업을 실행하고 있다.

[표 1-10] (재)서울디자인재단 비전 및 전략체계

설립목적	디자인산업 육성, 디자인문화 확산을 통한 시민 삶의 질 제고 및 서울 디자인 경쟁력 향상		
비전	“시민과 함께 만들고 누리는 시민디자인”		
공유가치	핵심가치	대표이사 경영철학	
	소통·가치창조·열정	공유·공정·공감·공개·공헌	
경영목표	경영운영 효율화	사업기반 강화	고객가치 실현
	경영평가 TOP3	DDP 재정자립도 100%	시민만족도 90%
전략방향/과제	· 창조산업 활성화 촉진 · 시민 창조문화 향유 기회 제공 · 운영경쟁력 강화를 통한 가치창출 기반유지	Ⅰ 글로벌 창조산업 플랫폼 조성	Ⅱ 창조산업 생태계 활성화	· 패션산업 성장 견인 · 디자인산업 경쟁력 강화 · 창조융합형 디자이너 육성 체계 고도화
	· 디자인 R&D 역량 제고를 통한 연구경쟁력 강화 · 시민편익 증대를 위한 디자인사업 활성화	Ⅲ 디자인을 통한 시민 공공이익 극대화	Ⅳ 지속가능 성장기반 구축	· 열정적이고 창의적인 조직문화 구축 · 사회적 책임경영 강화 · 시민 공감경영 확산

2013년도 서울디자인재단의 주요 사업은 다음과 같다.

첫 번째는 <글로벌 창조산업 플랫폼 조성>을 위한 DDP 운영 준비이다. 이는 2006년부터 계획 및 추진되었던 DDP 구축 사업이 2013년 11월 건물 준공을 거쳐 마무리 단계로 진입함에 따라, 전시 공간 조성 및 시민의 다양한 요구를 충족하는 콘텐츠 및 프로그램의 기획을 완료하는 시점이 되었음을 의미한다. 이에 따라 재단은 대관과 임대를 통해 공간의 효율성을 높이며 DDP가 하나의 브랜드로서 자리매김할 수 있도록 다양한 노력을 기울이고 있다.

동시에 건축물의 인수인계, 조직 및 인력 운영 등 DDP 운영의 안정화 및 내실화를 위해 자체적인 업무 개편과 조직 점검을 시행하고 있으며, DDP가 국제적인 디자인 교류의 장이 될 수 있도록 「유네스코 디자인 창의도시 서울」, 「글로벌디자인도시협의체」 등 다양한 국제기구를 활용한 홍보 방안을 검토하고 있다.

두 번째는 <창조산업 생태계 활성화>를 위한 디자인 및 패션봉제산업 육성 사업이다. 2013년 초 서울디자인지원센터, 구로중소기업센터, 강남트렌드센터, 마포디자인취업센터까지 4대 디자인 클러스터의 고유 기능과 사업을 통합하였고 이를 바탕으로 디자인 취업 및 창업을 위한 「희망시민 디자인 아카데미」와, 디자인 전문가로 구성된 「서울디자인컨설턴트 운영」 사업을 함께 추진하였다. 이러한 사업을 통해 신진디자이너 육성 및 일자리 창출, 디자인기업 역량 강화 등 다양한 기대효과를 창출하였다. 또한 재단 내 디자인 문화상품팀을 신설하여 서울시 고유 문화상품 개발 및 진흥을 위한 「시민우수아이디어 제품화」 사업과 「국내외 박람회 참가」 사업을 추진하였다.

그리고 2013년 초 서울시 문화산업과에서 추진하던 패션사업의 일부가 DDP를 중심으로 패션사업 전반에 걸쳐 육성 및 지원 기능을 담당할 수 있도록 서울디자인재단으로 이관됨에 따라 재단 내 패션팀이 신설되었고, 「동대문 패션상권 활성화 지원」, 「동대문패션지원센터 운영」 등의 업무를 수행하였다.

세 번째는 <디자인을 통한 시민 공공이득 극대화>를 위한 시민디자인 정책 연구와 서비스디자인사업이다. 2013년 4월 디자인정책 발굴 및 사업개발의 전문성을 확보하기 위해 재단 내 시민디자인연구소를 신설하였고 2014년 현재 1대 시민디자인연구소장이 취임하여 재단 내 싱크탱크로써 활발하게 기능하고 있다. 주요 연구로는 「범죄예방디자인 연구」, 「서울골목디자인 프로젝트」, 「디자인 공정거래 가이드북 발간」 등 사회문제 해결을 위한 시민디자인 정책 연구 분야와 「시민디자인2020」, 「서울디자인백서」, 「시민디자인트렌드리포트」 등 인프라 구축을 위한 기반연구 분야가 있다.

또한 2013년에는 서울시 교육청의 위탁을 받아 「학생디자인체험교육」과 「교사직무연수 프로그램」을 추진하여 시민들에게 많은 관심과 높은 평가를 받았다.

이와 함께 재단에서는 서비스디자인사업을 체계적이고 전문적으로 추진하기 위해 시민서비스디자인센터를 설립하였고 「성수동 수제화 산업 활성화」, 「서울약령시 한방산업 활성화」, 「영천시장 다시살림 프로젝트」 등 지역경제 활성화를 위해 다양한 사업을 기획 및 운영하였다.

[표 1-11] 2013 (재)서울디자인재단 주요 사업

사업부문	대표사업
글로벌 창조산업 플랫폼 조성 DDP 운영준비	· DDP 전시공간 구축 · 전시 콘텐츠 및 프로그램 기획·유치 · 대관 및 임대 마케팅 · 브랜드 포지셔닝 및 홍보 · 건축시설 인수인계, 조직 및 인력 운영 · 국제 디자인 교류 · 유네스코 디자인 창의도시 서울, 글로벌디자인도시협의체 운영 등
창조산업 생태계 활성화 디자인 및 패션봉제산업 육성	· 동대문 패션상권 활성화 지원사업 및 봉제업체 육성사업 · 서울디자인지원센터 및 DMC창업센터 운영 · 시민우수아이디어 제품화 · 사회적기업가 육성사업 · 디자인 취업 및 창업 지원사업
디자인을 통한 시민 공공이익 극대화 시민디자인 정책 연구 및 서비스디자인사업	· 시민디자인 정책 연구 · 서울골목디자인 컨퍼런스 개최 · 서울디자인컨설턴트 운영 · 성수동 수제화산업 활성화 · 지하철 역사 액티브디자인 시범사업 · 어린이 창의디자인놀이활동 프로그램 및 교구 개발 · 학생디자인체험교육 실시 등

(2) 예산

2013년 서울디자인재단은 DDP 운영기반 구축 예산을 포함하여 총 380억 원의 예산을 확보하였다. 여기에서 DDP 운영기반 구축 204억 원과 일반관리비 74.3억 원 그리고 혁신경영시스템 구축 5.3억 원을 제외한 나머지 디자인 관련 사업에 사용된 예산은 약 67.5억 원이다.

이에 서울디자인재단은 「디자인생태계 조성사업」에 28.5억 원, 「DDP 운영사업」에 24.7억 원, 「시민디자인사업」에 14.4억 원을 각각 배정하였다.

예산의 비중을 보면 「디자인생태계 조성사업」의 경우 「서울디자인지원센터 운영」, 「디자인창조기업 육성」, 「국내외박람회 참가」 순으로 예산이 배정되었으며, 「시민디자인사업」의 경우 「도심창조산업디자인」, 「시민디자인 정책 연구」, 「골목디자인자산 연구개발」 순으로 예산이 배정되었다.

[표 1-12] 2013 (재)서울디자인재단 예산[6] (단위 : 천 원)

구분	2013년
합계	**38,097,185**
DDP 운영준비	**20,431,616**
DDP 운영기반 조성사업	20,431,616
전시 및 컨벤션 프로그램	3,565,551
전시 및 정보공간 조성	6,480,013
정보시스템 구축	1,414,808
개관 및 시민참여 이벤트	1,140,000
마케팅	3,419,120
DDP 총괄기획운영	4,312,624
운영 활성화 사업	99,500
재단 운영	**14,744,548**
DDP 운영사업	2,471,038
DDP 시설운영	1,818,838
디자인교류	652,200
시민디자인사업	1,448,400
시민디자인 정책 연구	283,100
도심창조산업디자인	924,500
지하철역사 액티브디자인	57,000
기부기탁 활성화	14,200
골목디자인자산 연구개발	140,000
주민센터 서비스디자인	30,000
디자인생태계 조성사업	2,856,800
시민우수아이디어제품화	285,000
디자인공감에세이	57,000
키즈디자인놀이터	70,000
희망시민 디자인아카데미	133,000
디자인컨설팅사업	404,200
국내외박람회참가	465,000
서울디자인지원센터 운영	886,000
디자인창조기업 육성	556,600
혁신경영시스템 구축	535,690
혁신경영시스템 조성	535,690
일반관리비	7,432,220
인건비	4,882,450
운영경비	2,297,230
성과급	252,540
예비비	**2,921,021**

6) 서울디자인재단. (2014). 2013년 예산결산서.

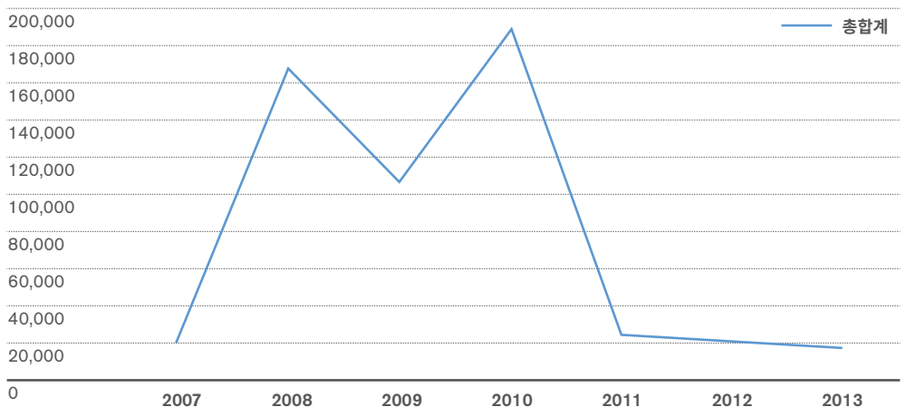
1.4 서울디자인 전망

1) 서울디자인 정책 변화

앞서 서울디자인 정책 흐름에서 살펴본 바와 같이 서울시 디자인정책은 크게 제1기 <도시 환경 개선>, 제2기 <시민경제를 살리기 위한 디자인산업 육성>, 제3기 <시민 삶의 질을 높이는 시민디자인>으로 구분할 수 있다. 2007년부터 2013년까지의 서울시 디자인분야 배정 예산을 보면 2007년 이후부터 2010년까지 일정 수준의 예산 규모를 유지하다가 2011년부터 눈에 띄게 예산이 감소하였음을 확인할 수 있다. 이는 서울시 디자인정책 방향이 기존의 한시적 행사 운영 또는 공사 위주의 사업에서 저비용, 고효율 중심의 사회문제해결을 위한 시민디자인사업으로 전환되었음을 의미한다. 2013년에는 일시적으로 중단되었던 DDP 운영기반 구축사업이 재개됨에 따라 공간 구축과 개관을 위한 예산이 추가 배정되었으나 실질적인 디자인사업 예산의 비교를 위해 아래 표에서는 DDP 구축에 해당되는 예산을 제외하였다.

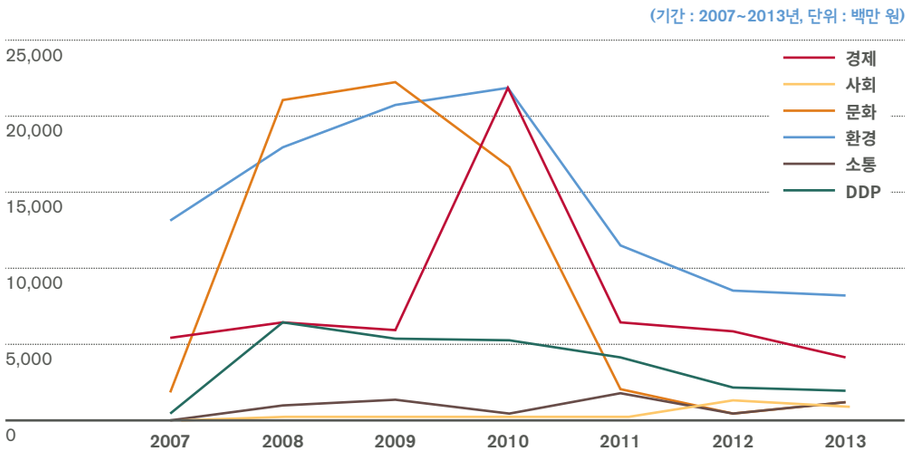
표를 살펴보면 2012년과 비교하여 2013년 디자인사업 예산이 다소 감소하였음을 알 수 있는데, 이는 4대 디자인클러스터의 통합으로 인해 제반 비용이 절감되고 혁신경영시스템구축에 일부 예산이 편성되었기 때문으로 보인다.

(기간 : 2007~2013년, 단위 : 백만 원)



[그림 1-5] 서울시 디자인사업 연간 예산 추이

그동안 서울시에서 추진한 디자인사업들을 '경제', '사회', '문화', '환경', '소통', 'DDP' 등의 영역별로 나누어 보면 아래와 같다.



[그림 1-6] 서울시 디자인사업 영역별 예산 추이

서울시 디자인사업 영역별 예산 추이에서 2012년과 2013을 비교해보면 경제 분야의 예산이 다소 감소하였고, 그 외 타 분야의 예산은 대부분 전년도와 비슷한 수준인 것을 알 수 있다.

'경제' 분야의 경우 앞서 언급한 바와 것과 같이 마포·강남·구로디자인센터가 서울디자인지원센터로 통합됨에 따라 공간 운영에 수반되었던 비용이 절감되어 전체 예산 감소에 영향을 미쳤음을 알 수 있다. 그리고 2014년 이후로는 큰 변화 없이 기존의 「서울디자인컨설턴트 운영」, 「서울디자인지원센터 운영」 등의 사업들이 지속적으로 추진될 것으로 보인다.

'사회' 분야의 디자인사업은 기존의 유니버설 관련 디자인사업 이외에도 「범죄예방디자인 프로젝트」와 「지하철 역사 액티브디자인」 등이 추가됨에 따라 전체 예산이 상승하였음을 알 수 있고, 2015년부터는 「유니버설디자인 보편화」 사업의 규모를 보다 확대·시행할 것으로 예상된다.

'문화' 분야의 디자인사업은 대부분 디자인 인식 확산을 위한 「서울상징 해치 종합마케팅」, 「서울디자인자산」 등의 전시, 행사 사업이었고, 이러한 사업들은 서울디자인 제3기에 진입함에 따라 자연스럽게 규모가 축소되었다. 이후에는 기존 사업을 유지 및 관리하는 형태가 되었음을 알 수 있다.

'환경' 분야는 2010년 이후 지속적으로 예산이 감소하였으나, 2012년부터는 비슷한 수준으로 유지가 되고 있음을 확인할 수 있다. 「마을정자나무 가꾸기」, 「간판이 아름다운 거리 조성」, 「친환경 스마트조명도시 구축」 등 대부분의 사업이 전년도를 준용하여 예산이 편성되었다.

'소통' 분야의 디자인사업은 2007년 이후 일정 수준을 유지하고 있으며,

2013년에는 적은 폭이지만 예산 규모가 상승하였음을 알 수 있다.

DDP 운영을 위한 예산은 전년도 대비 소폭 하락하였으며, 2014년 개관 이후로는 별도 출연금의 편성 없이 자체 수입을 통해 운영비를 충당할 계획이다.

앞서 살펴본 바와 같이 서울시의 분야별 디자인사업의 예산 규모는 서울시의 정책 흐름에 따라 많은 변화를 보여왔으나, 2012년과 2013년의 경우 그 변화 폭이 크지 않고, 전체적인 사업의 방향 또한 크게 다르지 않은 것을 알 수 있다. 이는 서울시의 디자인정책이 어느 정도 자리를 잡아감에 따라, 각 분야별 사업 또한 안정기에 접어들었음을 의미한다.

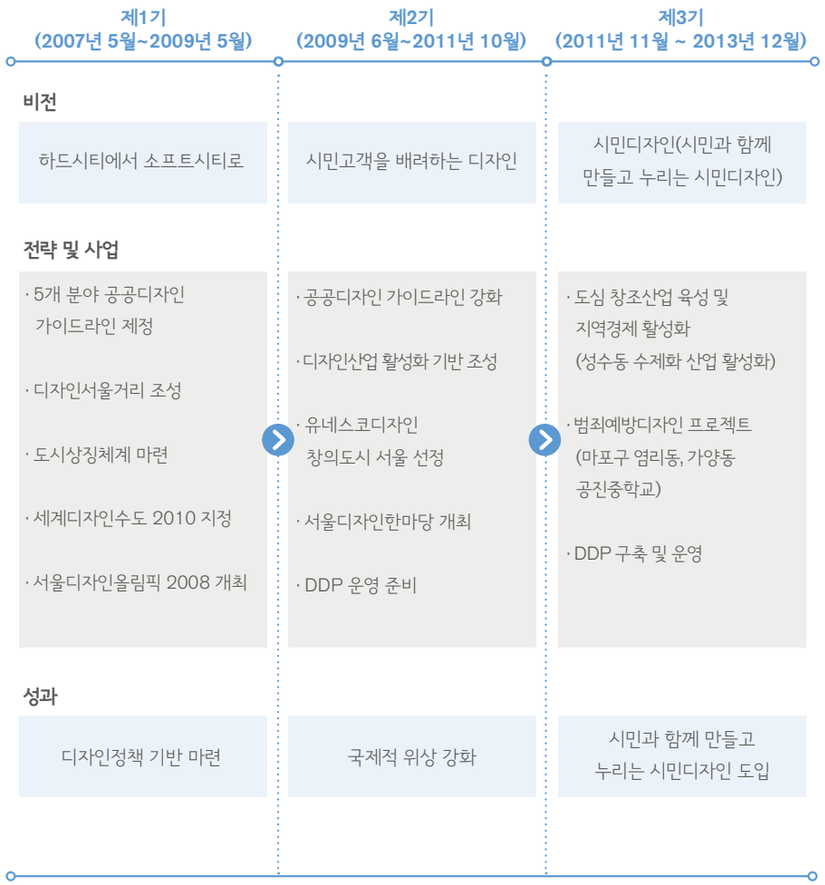
2) 서울디자인 정책 방향

2013년 9월 서울시는 최상위 법정계획인 「서울플랜 2030」을 발표하였다.

내용에 따르면 앞으로 서울시는 문화, 환경, 교통 등 다양한 분야에 걸쳐 시민디자인 정책 연구와 시민서비스디자인사업을 확대할 것으로 예상되며 특히 택시, 버스, 지하철에 이르기까지 대중교통 전반의 서비스를 개선하기 위해 대규모의 혁신 프로젝트를 추진할 예정이다.

서울시는 현재 서울디자인 제3기 후반기를 맞아 사회문제를 해결하는 시민디자인의 성공적 도입이라는 성과를 거뒀다. 대표적인 예로 「성수동 수제화 산업 활성화」 사업과 「범죄예방디자인 프로젝트」가 있으며, 그 외에도 다양한 시민디자인사업을 통해 시민 삶의 질을 향상시키기 위해 많은 노력을 기울이고 있다.

이러한 과정에 이르기까지 서울시는 많은 시행착오를 겪으며 서울시의 디자인정책을 다듬어왔고 이를 토대로 2014년에는 서울디자인 제4기에 진입할 것으로 보인다.



[그림 1-7] 서울디자인 정책 대표사업과 성과

2014년 서울디자인 제4기에서는 시민디자인이 보다 확산되고 정책이 고도화될 것으로 전망된다. '경제', '사회', '문화', '환경', '소통', '인프라'의 영역까지 각 영역별 기존 사업이 보다 고도화될 것이며 서울시 기본 정책 전반에 걸쳐 디자인의 적용 가능성이 높아질 것으로 전망된다. 2014년 각 영역별 사업의 흐름 및 전망을 자세히 살펴보면 다음과 같다.

'경제' 영역의 「성수동 수제화 산업 활성화」 사업은 과업 종료에 따라 지속적인 관리 및 운영 단계에 접어들 것으로 보이며 그 동안의 추진과정을 정리한 콘텐츠북을 발간하여 시범모델에 대한 홍보를 추진할 계획이다. 「서울디자인컨설턴트 운영」 사업과 「서울디자인지원센터 운영」, 「DMC창업센터 운영」 사업은 기존의 계획을 보완하여 지속적으로 추진될 예정이며 2014년에는 패션사업이 본격적으로 이관됨에 따라 「서울패션위크 개최」, 「서울모델리스트콘테스트 개최」 등 패션 분야의 사업 또한 함께 추진될 전망이다.

'사회' 영역은 유니버설디자인 보편화 계획 수립에 따라 「유니버설디자인 프로젝트」, 「유니버설디자인 인증제」 등 다양한 사업이 추진될 것으로 보이며 「범죄예방디자인 프로젝트」 또한 신규 대상지를 선정하여 보다 확대될 예정이다.

'문화' 영역에서는 창의적 디자인 문화 확산을 위한 「창의디자인교육사업」이 다소 축소될 것으로 보이지만 역사문화관광콘텐츠 조성을 위한 「한양도성 경관조명 개선」 사업이 큰 폭으로 확대될 계획이다.

'환경' 영역의 경우 도심 환경 정비를 위한 「경관협정사업」, 「경관개선사업」과 빛환경 개선을 위한 「친환경 스마트조명도시 구축」 사업과 「좋은 빛 환경 조성 시범사업」 등은 유지 및 관리 형태로 지속될 것이며 「서울골목디자인 프로젝트」 사업의 경우 연구 대상을 보다 확장하여 추진할 전망이다.

'소통' 영역에서는 서울디자인 정책 수립의 타당성 확보와 다양한 디자인 사례 공유를 위해 시민과의 지속적인 소통과 국내외 디자인 기관 등과의 교류를 지속한다. 「유네스코 디자인 창의도시 서울」, 「글로벌디자인도시협의체」 등 다양한 사업이 보다 고도화될 전망이다.

'인프라' 영역은 재단 내 연구기구인 서울시민디자인연구소를 중심으로 서울시 각 부서가 협력하여 서울디자인의 고유한 인프라를 구축하기 위해 많은 노력을 기울일 전망이다. 또한 연구과제 선정의 객관성과 연구결과의 전문성 확보도 기대할 수 있을 것으로 보인다. DDP의 경우 2014년 3월 개관 이후 본격적인 운영을 통해 서울디자인의 중심 거점이자 지속가능한 디자인의 발신지로 자리매김할 것이라 기대하고 있다.

이와 같이 서울디자인 제4기에서는 시민 삶의 질 향상을 위한 시민디자인 정책의 범위가 보다 확장될 예정이며, 각 영역별 디자인의 적용 가능성 또한 높아질 것으로 예상된다.

[표 1-13] 영역별 서울디자인 사업 흐름과 전망

1. 경제

전략	구분	2011	2012	2013	2014
1-1. 도심창조산업 육성 및 지역경제 활성화	사업명		성수동 수제화산업 활성화	성수동 수제화산업 활성화	성수동 수제화산업 활성화
	수행주체		서울디자인재단	서울디자인재단	서울디자인재단
	예산(백만 원)		30	864	95
	사업명			서울약령시 한방 산업 활성화	
	수행주체			서울디자인재단	
	예산(백만 원)			30	
	사업명			영천시장 다시살림 프로젝트	
	수행주체			서울디자인재단	
	예산(백만 원)			30	
1-2. 디자인산업 생태계 조성	사업명	서울디자인지원센터 운영	서울디자인지원센터 운영	서울디자인지원센터 운영	서울디자인지원센터 운영
	수행주체	서울디자인재단	서울디자인재단	서울디자인재단	서울디자인재단
	예산(백만 원)	1,800	800	339	7
	사업명	DMC창업센터 운영	DMC창업센터 운영	DMC창업센터 운영	DMC창업센터 운영
	수행주체	서울디자인재단	서울디자인재단	서울디자인재단	서울디자인재단
	예산(백만 원)	599	619	556	483
	사업명			서울디자인컨설턴트 운영	서울디자인컨설턴트 운영
	수행주체			서울디자인재단	서울디자인재단
	예산(백만 원)			500	500
	사업명			디자인 표준 계약서 개발 연구	디자인 표준 계약서 개발 연구
	수행주체			서울디자인재단	서울디자인재단
	예산(백만 원)			43	비예산
	사업명			디자인을 통한 일자리창출 연구	디자인을 통한 일자리창출 연구
	수행주체			서울디자인재단	서울디자인재단
	예산(백만 원)			33	33
	사업명	서울 우수공공디자인	서울 우수공공디자인	서울 우수공공디자인	서울 우수공공디자인
	수행주체	공공디자인과	공공디자인과	공공디자인과	공공디자인과
	예산(백만 원)	170	162	140	120
	사업명	디자인서울클리닉	디자인서울클리닉	디자인서울클리닉	디자인서울클리닉
	수행주체	공공디자인과	공공디자인과	공공디자인과	공공디자인과
	예산(백만 원)	136	124	100	86
1-3 문화상품 디자인 진흥	사업명	우수디자인제품 판매 활성화	우수디자인제품 판매 활성화	우수디자인제품 판매 활성화	
	수행주체	서울디자인재단	서울디자인재단	서울디자인재단	
	예산(백만 원)	375	158	285	
	사업명			디자인문화상품 진흥기반 조성	디자인문화상품 진흥기반 조성
	수행주체			서울디자인재단	서울디자인재단
	예산(백만 원)			1,122	2,596
	사업명			헤럴드디자인마켓	헤럴드디자인마켓
	수행주체			서울디자인재단	서울디자인재단
	예산(백만 원)			18	100

2. 사회

전략	구분	2011	2012	2013	2014
2-1. 모든 시민을 배려하는 디자인복지 실현	사업명	복지시설 유니버설디자인 가이드라인 개발	복지시설 유니버설디자인 가이드라인 개발	복지시설 유니버설디자인 가이드라인 개발	복지시설 유니버설디자인 가이드라인 개발
	수행주체	디자인정책과	디자인정책과	디자인정책과	디자인정책과
	예산(백만 원)	79	92	90	90
	사업명	복지시설 유니버설 디자인컨설팅	복지시설 유니버설 디자인컨설팅	복지시설 유니버설 디자인컨설팅	복지시설 유니버설 디자인컨설팅
	수행주체	디자인정책과	디자인정책과	디자인정책과	디자인정책과
	예산(백만 원)	57	61	60	150
	사업명		유니버설디자인 보편화(사업발굴)	유니버설디자인 보편화(사업발굴)	
	수행주체		디자인정책과	디자인정책과	
	예산(백만 원)		15	34	
	사업명			유니버설디자인 보급 확산 (교육/세미나/전시회)	유니버설디자인 보급 확산 (교육/세미나/전시회)
	수행주체			디자인정책과	디자인정책과
	예산(백만 원)			35	20
	사업명	학교환경 개선 컬러컨설팅	학교환경 개선 컬러컨설팅	학교환경 개선 컬러컨설팅	학교환경 개선 컬러컨설팅
	수행주체	디자인정책과	디자인정책과	디자인정책과	디자인정책과
	예산(백만 원)	20	20	20	30
	사업명			국공립어린이집 스페이스브랜딩 디자인	
	수행주체			디자인정책과	
	예산(백만 원)			50	
	사업명			종묘탑골공원 주변 서비스디자인	
	수행주체			디자인정책과	
	예산(백만 원)			74	
2-2. 디자인을 통한 안전하고 건강한 도시 만들기	사업명		범죄예방디자인 프로젝트	범죄예방디자인 프로젝트	범죄예방디자인 프로젝트
	수행주체		디자인정책과	디자인정책과	디자인정책과
	예산(백만 원)		575	575	566
	사업명		범죄예방 시민안전디자인 연구	범죄예방 시민안전디자인 연구	범죄예방 시민안전디자인 연구
	수행주체		서울디자인재단	서울디자인재단	서울디자인재단
	예산(백만 원)		5	37	34
	사업명			지하철 역사 액티브디자인	지하철 역사 액티브디자인
	수행주체			서울디자인재단	서울디자인재단
	예산(백만 원)			57	200
	사업명		학교폭력예방디자인		학교폭력예방디자인
	수행주체		디자인정책과		디자인정책과
	예산(백만 원)		70		180

3. 문화

전략	구분	2011	2012	2013	2014
3-1. 창의적 디자인문화 확산	사업명		창의디자인교육사업	창의디자인교육사업	
	수행주체		서울디자인재단	서울디자인재단	
	예산(백만 원)		21	201	
	사업명		어린이창의놀이공간 모델개발 및 구축사업	어린이창의놀이공간 모델개발 및 구축사업	
	수행주체		서울디자인재단	서울디자인재단	
	예산(백만 원)		50	620	
	사업명			창의놀이디자인활동 워크숍 시범운영 (키즈디자인)	
	수행주체			서울디자인재단	
	예산(백만 원)			70	
	사업명			스토리텔링 연계 조형물 설치	스토리텔링 연계 조형물 설치
	수행주체			디자인정책과	디자인정책과
	예산(백만 원)			800	500
	사업명	도시갤러리 프로젝트	도시갤러리 프로젝트	도시갤러리 유지관리	문화예술분야 도시시설물 유지관리
	수행주체	서울디자인재단	서울디자인재단	디자인정책과	디자인정책과
	예산(백만 원)	482	90	83	83
3-2. 역사문화관광 콘텐츠 조성	사업명	남산서울타워 영상조명 연출 컨텐츠 개발		한양도성 경관조명 개선 기본 및 실시설계	한양도성 왕산구간 825m 경관조명신설
	수행주체	공공디자인과		공공디자인과	도시기반시설본부
	예산(백만 원)	150		152	1,555
	사업명			관광안내표지판 표준형디자인 개발	관광안내표지판 표준형디자인 개발
	수행주체			공공디자인과	공공디자인과
	예산(백만 원)			20	20

4. 환경

전략	구분	2011	2012	2013	2014
4-1. 시민과 함께하는 주거환경개선 디자인	사업명		서울골목디자인 프로젝트	서울골목디자인 프로젝트	서울골목디자인 프로젝트
	수행주체		서울디자인재단	서울디자인재단	서울디자인재단
	예산(백만 원)		150	140	116
	사업명	경관개선사업	경관개선사업	경관개선사업	경관개선사업
	수행주체	공공디자인과	공공디자인과	공공디자인과	공공디자인과
	예산(백만 원)	2,707	1,761	1,681	280
	사업명	경관협정사업	경관협정사업	경관협정사업	경관협정사업
	수행주체	공공디자인과	공공디자인과	공공디자인과	공공디자인과
	예산(백만 원)	1,115	140	987	100
	사업명			마을정자나무 가꾸기	마을정자나무 가꾸기
	수행주체			서울디자인재단	서울디자인재단
	예산(백만 원)			5	-
4-2. 디자인을 통한 쾌적한 도심환경 만들기	사업명		서울형 시각정보체계 연구	서울형 시각정보체계 연구	서울형 시각정보체계 연구
	수행주체		서울디자인재단	서울디자인재단	서울디자인재단
	예산(백만 원)		30	18	31
	사업명	공공시설물 표준형디자인 개발	공공시설물 표준형디자인 개발	공공시설물 표준형디자인 개발	공공시설물 표준형디자인 개발
	수행주체	공공디자인과	공공디자인과	공공디자인과	공공디자인과
	예산(백만 원)	175	143	133	113
	사업명			공사용 임시시설물 디자인 가이드라인	
	수행주체			공공디자인과	
	예산(백만 원)			9	
	사업명	간판이 아름다운 거리 조성	간판이 아름다운 거리 조성	간판이 아름다운 거리 조성	간판이 아름다운 거리 조성
	수행주체	도시경관과	도시경관과	도시경관과	도시경관과
	예산(백만 원)	2,228	3,393	3,000	2,000
4-3. 에너지 절감을 위한 빛환경 개선	사업명	시행규칙 제정	빛공해방지법 제정	빛공해 환경영향평가 용역	서울시 빛공해방지계획 수립
	수행주체			공공디자인과, 환경부	공공디자인과
	예산(백만 원)			400	250
	사업명	DDP 주변 빛환경 개선을 위한 실시설계		스마트조명도시 구축 타당성조사 및 기본계획	
	수행주체	공공디자인과, 환경부		공공디자인과	
	예산(백만 원)	257		273	
	사업명		주택가 LED보안등 개선	좋은 빛환경 조성 시범사업	좋은 빛환경 조성사업
	수행주체		공공디자인과 (자치구)	공공디자인과 (자치구)	공공디자인과 (자치구)
	예산(백만 원)		1,610	5,300	3,800

5. 소통

전략	구분	2011	2012	2013	2014
5-1. 시민 소통	사업명		DDP 시민소통프로그램 봄장	DDP 시민소통프로그램 봄장	DDP 시민소통프로그램 봄장
	수행주체		서울디자인재단	서울디자인재단	서울디자인재단
	예산(백만 원)		890	1,289	1,150
	사업명	디자인서울 발간	온라인뉴스레터	온라인뉴스레터	온라인뉴스레터
	수행주체	디자인정책과	디자인정책과	디자인정책과	디자인정책과
	예산(백만 원)	91	74	57	66
	사업명	공공시설물 디자인 시민공모전	공공시설물 디자인 시민공모전	공공시설물 디자인 시민공모전	공공시설물 디자인 시민공모전
	수행주체	공공디자인과	공공디자인과	공공디자인과	공공디자인과
	예산(백만 원)	180	140	137	137
	사업명	서울시 좋은간판 공모전	서울시 좋은간판 공모전	서울시 좋은간판 공모전	서울시 좋은간판 공모전
	수행주체	도시경관과	도시디자인과	공공디자인과	공공디자인과
	예산(백만 원)	48	45	45	45
	사업명	서울시민디자인위원회	서울시민디자인위원회	서울시민디자인위원회	서울시민디자인위원회
	수행주체	공공디자인과	공공디자인과	공공디자인과	공공디자인과
	예산(백만 원)	181	197	151	145
	사업명	디자인서울 모니터링	디자인서울 모니터링	디자인서울 모니터링	디자인서울 모니터링
	수행주체	공공디자인과	공공디자인과	공공디자인과	공공디자인과
	예산(백만 원)	6	6	6	6
5-2. 국내외 교류와 협력	사업명	유네스코 디자인 창의도시 서울	유네스코 디자인 창의도시 서울	유네스코 디자인 창의도시 서울	유네스코 디자인 창의도시 서울
	수행주체	서울디자인재단	서울디자인재단	서울디자인재단	서울디자인재단
	예산(백만 원)	934	142	58	58
	사업명	글로벌디자인도시협의체 운영	글로벌디자인도시협의체 운영	글로벌디자인도시협의체 운영	글로벌디자인도시협의체 운영
	수행주체	서울디자인재단	서울디자인재단	서울디자인재단	서울디자인재단
	예산(백만 원)	211	59	70	50
	사업명	집행위원도시선정 ·연례총회참석	빛공해정책 컨퍼런스 발표 ·연례총회참석	2016년 연례총회 서울유치 및 제11회 국제도시조명상 서울시 2등상 수상 ·연례총회참석	2016년 행사대비 집행도시간의 긴밀한 협력체제 유지 연례총회참석
	수행주체	공공디자인과	공공디자인과	공공디자인과	공공디자인과
	예산(백만 원)	16	15.7	15.7	15.7
	사업명	서울 도시디자인 해외통신원 운영	서울 도시디자인 해외통신원 운영	서울 도시디자인 해외통신원 운영	서울 도시디자인 해외통신원 운영
	수행주체	공공디자인과	공공디자인과	공공디자인과	공공디자인과
	예산(백만 원)			2	2

6. 인프라

전략	구분	2011	2012	2013	2014
6-1. 서울디자인 인프라 구축 및 운영	사업명		서울시민디자인연구소 설립·운영	서울시민디자인연구소 설립·운영	서울시민디자인연구소 설립·운영
	수행주체		서울디자인재단	서울디자인재단	서울디자인재단
	예산(백만 원)		30	46	125
	사업명			서울디자인백서 발간	서울디자인백서 발간
	수행주체			서울디자인재단	서울디자인재단
	예산(백만 원)			15	38
	사업명				서울디자인서베이
	수행주체				서울디자인재단
	예산(백만 원)				35
6-2. DDP 구축 및 운영	사업명	DDP 운영준비	DDP 운영준비	DDP 운영준비	DDP 운영
	수행주체	서울디자인재단	서울디자인재단	서울디자인재단	서울디자인재단
	예산(백만 원)	728	430	45,359	5,137

2장
서울디자인과 경제

<2013 서울디자인백서>의 각 장별(경제, 사회·문화, 환경) 이슈는 서울연구원의 서울서베이, 서울디자인재단의 서울디자인서베이 등을 비롯하여 여러 연구기관의 분야별 보고서 및 연구자료를 바탕으로 서울시와 서울디자인재단의 내부 협의를 통해 도출되었다.

2.1 서울 경제 이슈와 디자인 전략

1) 서울 경제 이슈1 : 전통 제조업 약화 및 소상공인 영세성 지속

(1) 전통제조업 약화
(2) 소상공인 영세성 지속

2) 서울 경제 이슈2 : 서울경제 내실화 및 고용 안정성 확보 필요

3) 서울 경제 이슈3 : 서울시 관광 활성화를 위한 고유상품 개발 필요

4) 디자인 전략 : 디자인을 통한 경제 활성화 정책

(1) 디자인을 통한 도심창조산업 육성 및 지역경제 활성화
(2) 디자인산업 생태계 조성
(3) 문화상품 디자인 진흥
(4) 패션산업 활성화

2.2 2013 서울디자인 사업 : 경제 영역

1) 디자인을 통한 도심창조산업 육성 및 지역경제 활성화

(1) 성수동 수제화 산업 활성화
(2) 서울약령시 한방산업 활성화
(3) 영천시장 다시살림 프로젝트

2) 디자인산업 생태계 조성

(1) 서울디자인지원센터 운영
(2) DMC창업센터 운영
(3) 서울디자인컨설턴트 운영
(4) 디자인 공정거래 가이드북 발간
(5) 액티브시니어 디자인 연구
(6) 사회적기업가 육성사업
(7) 서울우수공공디자인 인증제
(8) 디자인서울클리닉

3) 문화상품 디자인 진흥

(1) 시민우수아이디어 제품화
(2) 국내외 박람회 참가

4) 패션산업 활성화

(1) 동대문 패션상권 활성화 지원
(2) 동대문패션지원센터 운영

2.3 주요성과와 전망

2.1 서울 경제 이슈와 디자인 전략

서울시의 경제는 유럽 재정 위기의 장기화, 세계경제의 동반 부진, 선진 금융시장 불안 등 국내외 여러 가지 경제적 요인이 악화되면서 저성장 기조가 지속되고 있다. 최근 서울시의 GRDP(Gross Regional Domestic Product)는 2006년 231조 원에서 2012년 313조 원으로 연평균 2.7%가 증가하였다. 그러나 이는 전국 연평균 증감률보다 1%p, 수도권 연평균 증감률보다 1.6%p 밑도는 수치이다.

[표 2-1] 지역별 GRDP 연평균 증가율[1] (단위 : %)

구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	평균
서울	3.7	4.9	1.7	0.8	3.0	3.0	2.0	**2.7**
전국	4.9	5.5	2.4	0.7	6.6	3.5	2.3	**3.7**
수도권	6.4	7.4	1.9	-0.3	10.2	2.6	1.8	**4.3**

1) 통계청. (2014). e-나라지표, 지역별 GRDP 연평균 증가율. http://www.index.go.kr

2) 이민화, 차두원. (2013). 창조경제, 서울:북콘서트. p.21.

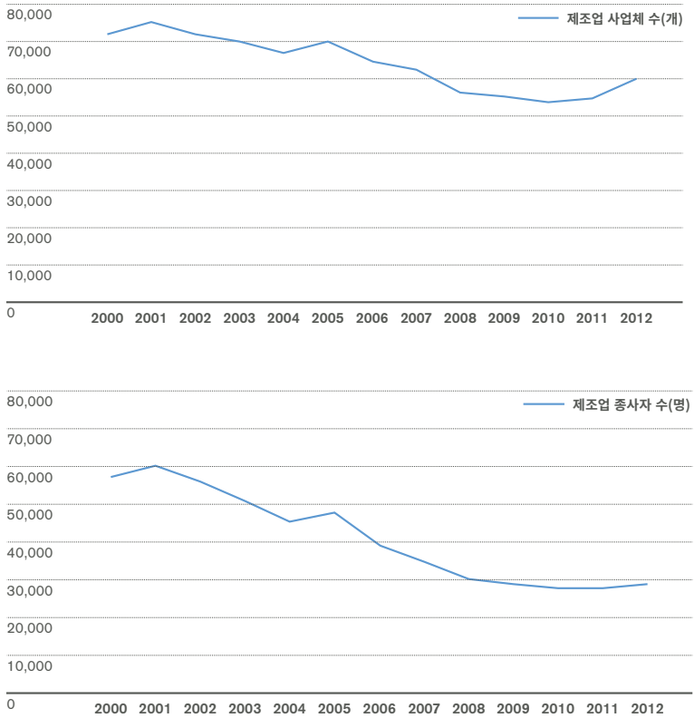
서울시는 성장률 둔화를 완화하기 위해 「2013 희망서울 시정운영계획」을 발표하고, 산업경제 정책의 방향을 설정하였으며 그에 해당하는 전략을 수립하였다. 서울시의 산업경제 정책의 첫 번째 방향은 중소기업과 함께 성장하는 사회 통합형 성장모델 구축이다. 두 번째는 소상공인 자생력을 강화, 상생협력 환경조성을 통해 보호·육성하는 것이고 세 번째는 일자리 창출을 선도하는 스마트 지식기반사회를 구현하는 것이다. 네 번째 방향은 산업경쟁력 제고를 위한 특화산업 거점을 조성하는 것이고 마지막 다섯 번째는 지구촌 공동체 가치를 구현하여 함께하는 글로벌 경제를 강화하는 것이다.

이러한 정책은 현재 대기업 중심의 추격자 전략에서 대·중소기업 생태계 중심의 개척자 전략으로의 대전환이 필요함[2]을 반영한 것이다. 이러한 노력은 마을 기업 및 사회적기업 등 작은 기업과 대기업이 함께 성장하는 토대를 마련하고, 비정규직·취약노동자 등 모든 시민을 배려하고 포용하여 함께 잘 사는 희망경제를 만들어 나가고자 하는 실질적인 움직임이라고 볼 수 있다.

1) 서울 경제 이슈1 : 전통 제조업 약화 및 소상공인 영세성 증가

서울시 경제는 소규모 자영업체들이 오랜 시간 공생과 경쟁관계를 형성하여 독특한 문화와 전통을 만들어 왔다. 국내 소상공인[3]의 사업체 수는 275만 개로 전체 사업체 수 312만 개 중 87.9%를 차지하며 종사자 수는 533만 명으로 전체 종사자 수 1,413만 명 중 37.7%가 소상공인에 속한다.[4] 또한 소상공인은 산업생태계에서 동종 업종 내, 타 산업 간 상호유기적인 관계 속에서 안정적인 산업생태계를 형성하는데 필요한 핵심 업종의 역할을 수행하고 있다. 이렇게 소규모 자영업체들은 사회·경제적 측면에서 국민경제를 구성하는 매우 중요한 경제주체로 인식되어 왔다.

하지만 최근 국내 산업구조가 3차 산업인 서비스업에 집중되면서 탈공업화가 지속되고, 이로 인해 제조기반의 공동화가 발생하고 있다. 제조기반의 공동화는 실제로 2차 산업인 제조업 감소에 가장 큰 영향을 미치는 요인이다. 제조업의 쇠퇴는 국민들의 생활에 상당한 변화를 가져올 것이며 이로 인해 국민경제가 적지 않은 어려움에 처할 것이라고 예상된다.



[그림 2-1] 서울시 제조업 사업체 및 종사자 수 추이[5]

3) 소상공인(小商工人)이라 함은 소기업 중 상시근로자수가 5인 미만(제조,광업,건설,운송업은 10인 미만)인 기업자를 의미한다. (소기업 및 소상공인지원을 위한 특별조치법 시행령 제2조). [중소기업청 용어해설]

4) 통계청. (2014). e-나라지표, 소상공인 종사자 수. http://www.index.go.kr

5) 서울특별시. (2014). 서울통계, 서울시 제조업 사업체 및 종사자 수 추이. http://stat.seoul.go.kr

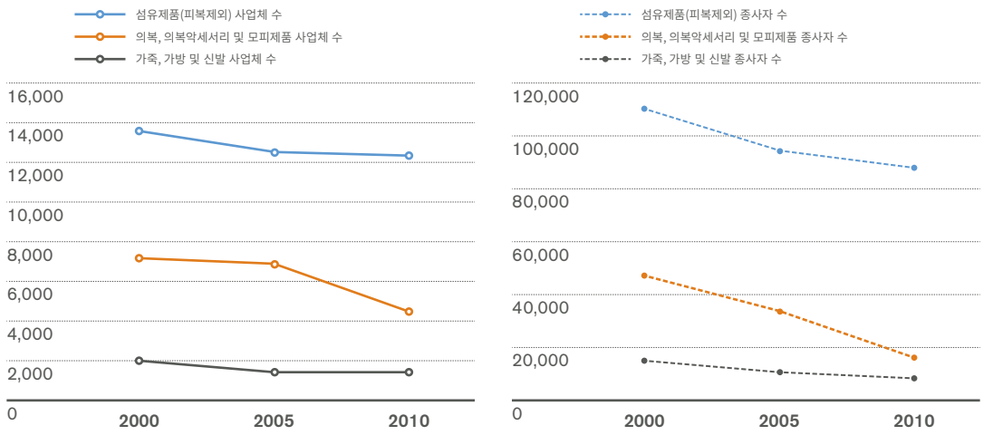
(1) 전통제조업 약화

서울의 전통 제조 특화업종은 의복(봉제), 섬유, 귀금속, 수제화, 한방 건강식품 등이 있다.[6] 이러한 서울의 제조업은 지속적인 도시개발에 따른 산업 고도화 과정을 거치면서 위축·쇠퇴하는 등 위기에 처해 있는 것으로 보인다.

서울연구원의 「서울시 우리동네 특화업종 생태계 연구」에 따르면 서울시의 전체 제조업체와 종사자 수는 지속적으로 하락하고 있다. 서울시 전체 산업구조에서 제조업의 감소를 이끄는 업종은 33.57% 감소한 섬유제품 및 제조업과 21.88% 감소를 기록한 금속가공제품 제조업으로 추정된다. 의복 및 의복액세서리 제조업, 가죽, 가방 및 신발 제조업, 정밀기계 제조업, 가구 제조업 등은 미미하게 플러스 성장률을 기록하거나 현재 상황을 유지하는 것으로 보이는데, 이 업종들이 도시형 제조업에 적합한 업종이기 때문이라 할 수 있다.

6) 금기용, 반정화, 김묵한. (2012). 서울연구원, 서울시 우리동네 특화업종 생태계 연구. p.9.

7) 서울특별시. (2014). 서울통계, 제조업별 사업체 및 종사자 수 추이. http://stat.seoul.go.kr



[그림 2-2] 제조업별 사업체 및 종사자 수 추이[7]

서울의 제조업 특화지역 및 특화업종은 공통적인 문제점을 안고 있다. 첫 번째 문제는 노동인력의 부족이다. 제조업 대부분이 장시간 근무가 요구되고 저임금의 노동집약적 산업이기 때문에 젊은 인력은 제조업 종사를 기피하고 있다. 이러한 이유로 제조업 주요 종사자의 연령대가 40~50대인 것으로 나타난다. 두 번째로 열악한 작업환경이 공통적인 문제로 지적된다. 서울시 내 제조업체들이 임대료와 인건비가 상대적으로 저렴한 곳을 찾아 입지하기 때문에 도심에서부터 점차 외곽지역으로 밀려나가고, 입지 후 주변 지역이 슬럼화되는 경향이 있다. 제조업체 주변 지역의 슬럼화는 제조업체의 잦은 이전이라는 세 번째 문제로 이어진다. 제조업체가 입지하면 주거환경에 좋지 않은 영향을 미친다는 이유로 그 지역이 재개발이나 뉴타운, 주거환경정비구역으로 지정되어 제조업체가 다시 이전을 해야 하는 상황이 발생하는 것이다. 잦은 이전은 동종 업종이 밀집하는 것을 막아 협력, 정보 공유 등과 같은 밀집으로 인한 장점을 누릴 수 없게 만든다.

(2) 소상공인 영세성 지속

1996년 유통산업이 전면 개방된 후 대형마트 및 SSM[8]등 새로운 형태의 유통업체 진출이 자유로워짐에 따라 대형마트가 골목상권까지 진출하고 있는 상황이다. 이러한 상황은 기존에 상권을 형성하고 있던 소상공인과 새로운 유통업체인 대형마트의 경쟁과 갈등을 가중시키고 있다. 소상공인들은 이미 내재되어 있는 영세성, 비효율적 경영 및 조직, 시설의 노후화 등과 같은 문제점을 비롯하여 대형마트와의 갈등으로 점점 경쟁력을 상실해 가고 있는 상황이다.

서울시의 소상공인 사업체 수는 59만여 개로 전체 소상공인 사업체 수 대비 21.6%를 차지하고 있으며 종사자는 113만여 명으로 21.3%에 달한다.

8) SSM(Super SuperMarket). '기업형 슈퍼마켓'으로 불리는 것으로, 대형마트보다 작고 일반 동네 수퍼마켓보다 큰 유통매장을 지칭한다. 일반적으로는 개인 점포를 제외한 대기업 계열 슈퍼마켓을 지칭한다. [시사상식사전, 박문각]

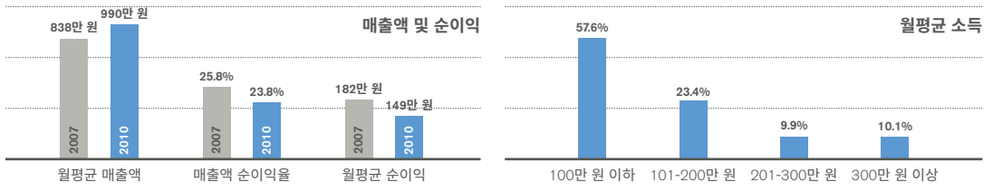
9) 통계청. (2014). e-나라지표, 전국사업체조사. http://www.index.go.kr

[표 2-2] 국내 소상공인 사업체 및 종사자 수 현황[9]

(사업체 수 : 개, % / 종사자 수 : 명, %)

구분		전체 (A+B+C)	중소기업				대기업 (C)
			소상공인	소기업 (A)	중기업 (B)	합계 (A+B)	
사업체 수 (개,%)	전체	3,125,457 (100.0)	2,748,808 (87.9)	3,002,333 (96.1)	119,999 (3.8)	3,122,332 (99.9)	3,125 (0.1)
	서울	693,027 (22.2)	594,352 (21.6)	653,414 (21.8)	38,064 (31.7)	691,478 (22.1)	1,549 (49.6)
종사자 수 (명,%)	전체	14,135,234 (100.0)	5,333,561 (37.7)	8,056,436 (57.0)	4,206,099 (29.8)	12,262,535 (86.8)	1,872,699 (13.2)
	서울	3,700,354 (26.2)	1,136,823 (21.3)	1,642,995 (20.4)	1,234,553 (29.6)	2,877,548 (23.5)	822,806 (43.9)

소상공인진흥원의 연구에 따르면 소상공인의 실질소득은 월149만 원 수준으로 같은 해 고용노동부가 발표한 임금근로자의 평균임금인 월 277만 원의 54% 수준으로 나타났다. 2007년 월평균 순이익은 182만 원이었던 점을 고려하면 2010년 오히려 3년간 33만 원 감소하였다. 이를 통해 소상공인의 경제적 삶의 질이 상당히 낮은 수준임을 알 수 있다.



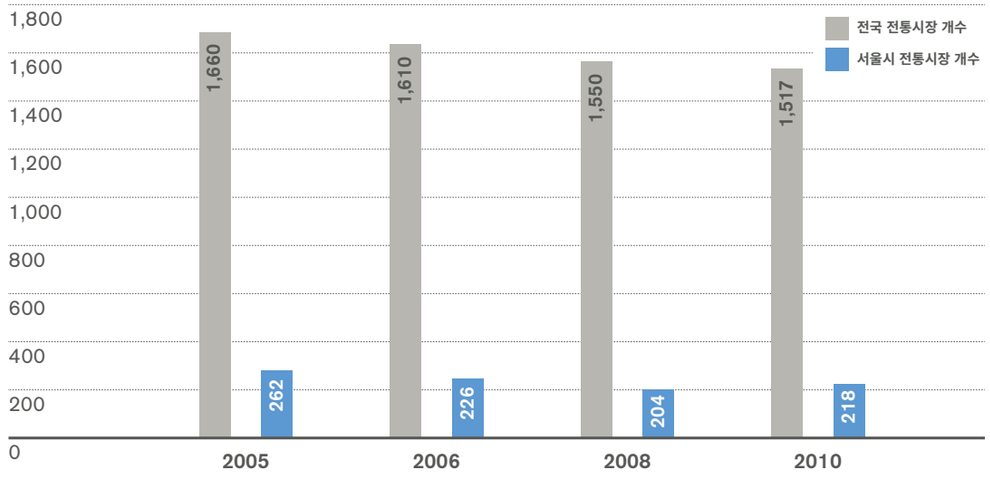
[그림 2-3] 소상공인의 소득수준[10]

이러한 소상공인의 영세성은 서울시 전통시장에서 더욱 명확하게 나타난다. 서울시에 위치하는 전통시장은 2005년 262개에서 2010년 218개로 5년 동안 약 50개의 전통시장이 사라졌다. 이는 연평균 3.6% 감소한 것으로 전국 평균 1.8%보다 2배 빠른 감소 추세이다. 이러한 영향으로 인해 전통시장 종사자 수는 2005년 99,774명에서 2010년 85,482명으로 연평균 3.0% 줄어들었고 점포당 평균 종사자 수도 2008년 2명에서 2010년 1.8명으로 축소되고 있다. 이러한 추세는 점포 규모를 점차 영세화시키고 시장침체의 가속화를 초래하고 있다.

10) 서울연구원. (2013). 서울경제, 소상공인 질적 지원을 통한 경제 활성화. p.4. 재인용.

11) 조달호. (2012). 서울연구원, 서울 소재 전통시장의 활성화 방안. p.4. 재인용.

(단위 : 개)



[그림 2-4] 서울 및 전국 전통시장 개수 추이[11]

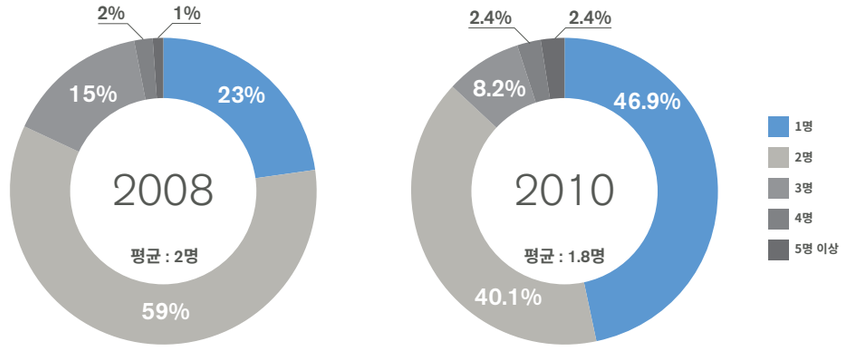
[표 2-3] 서울시 전통시장 종사자 수 추이[12]

(단위 : 명)

2005	2006	2008	2010
99,774	99,369	102,085	85,482

12) 조달호. (2012). 서울연구원, 서울 소재 전통시장의 활성화 방안. p.6. 재인용.

13) 조달호. (2012). 서울연구원, 서울 소재 전통시장의 활성화 방안. p.7. 재인용.

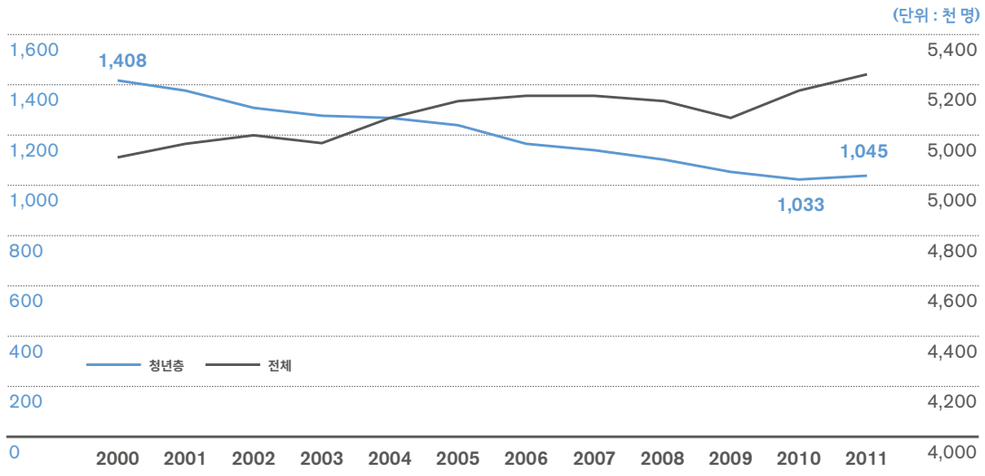


[그림 2-5] 서울시 전통시장 내 점포 종사자 수 비율[13]

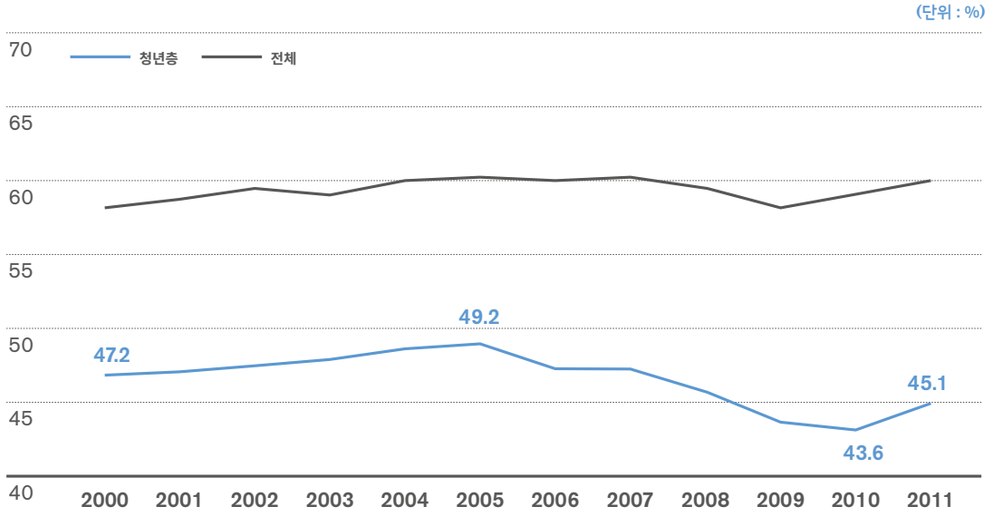
2) 서울 경제 이슈2 : 서울경제 내실화 및 고용 안정성 확보 필요

서울의 산업생산은 2013년 10월 2.3% 증가하여 처음으로 플러스 성장률을 보임으로써 성장 잠재력을 확인할 수 있었다. 하지만 상승세는 점차 줄어들고 있어 향후 내수 회복의 지연이 우려되고 있는 실정이다. 이러한 상승 기조가 일시적인 현상이 되지 않도록 서울시의 경제 내실화를 위한 지속적인 노력이 필요하다.

서울시의 고용률 또한 오랜 기간의 마이너스 성장률을 벗어나 최근 증가추세를 보였다. 서울시의 경제활동 인구 수는 신용카드 대란이 있었던 2003년과 국제 금융위기의 여파가 있었던 2008~2009년도에 일시적으로 감소한 것 외에는 전체적으로 증가세를 보인다. 반면 청년층 경제활동인구는 2000년부터 2010년도까지 일정 비율로 감소하였다.



[그림 2-6] 서울시 경제활동인구 추이[14]



[그림 2-7] 서울시 고용률 추이[15]

14) 국가통계포털. (2011). 경제활동인구 조사. http://kosis.kr/

15) 국가통계포털. (2011). 경제활동인구 조사. http://kosis.kr/

전체 고용률과 청년층 고용률은 일반적으로 10% 이상의 차이를 보인다. 격차는 2005년부터 지속적으로 벌어졌다가 2011년 소폭 감소하였다. 이러한 격차의 원인 중 하나는 외환위기와 금융위기를 거치며 경력직 채용 확산이 국내 고용시장의 특징으로 정착한 것을 예로 들 수 있다. 1996년 우리나라 주요기업의 경력직 채용은 전체 고용의 34.8%에 그쳤으나 2011년에는 그 두 배가 넘는 81.5%를 기록하였다. 서울 또한 경력직 채용 증가가 전체 채용 증가의 주요 동력으로 보인다.

[표 2-4] 전국 및 서울 경력별 채용 추이[16]

전국	2007	2008	2009	2010	2011
신규	1,128,250	1,091,055	1,218,518	1,073,470	1,102,668
경력	3,514,011	3,747,801	3,958,532	4,527,923	4,844,292
전체	4,642,261	4,838,866	5,177,050	5,601,393	5,946,960
서울	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**
신규	507,338	422,620	418,708	402,213	443,372
경력	1,387,263	1,234,021	1,228,286	1,422,345	1,563,671
전체	1,894,601	1,656,641	1,646,994	1,824,558	2,007,043

16) 한국고용정보원. (2011). 고용보험통계연보.

3) 서울 경제 이슈3 : 서울시 관광 활성화를 위한 고유상품 개발 필요

국내 경제 상황이 어려움에도 불구하고 국내 관광산업은 지속적으로 발전하고 있다. 관광산업은 숙박, 쇼핑 등 다양한 산업과 연결되어 연쇄적인 효과를 내기 때문에, 고용 창출효과가 크고 경제적 부가가치가 높은 산업이다. 관광산업이 서울경제 내 생산 및 고용에 긍정적인 영향을 미치고 그 중요도가 계속 상승할 것으로 예측되고 있다.

관광산업 활성화에 있어서 외래 관광객의 구매력은 중요한 요인으로 작용한다. 조사에 따르면 외래 관광객은 주로 여가·위락·휴가와 사업 및 전문활동을 목적으로 방한하고 단 11.8%만이 쇼핑을 위해 한국을 방문한다고 밝혔다. 하지만 실제 한국을 방문한 뒤의 활동을 조사해보면 쇼핑이 압도적으로 높은 비율을 차지하고 있다. 서울지역 방문지 조사에서도 명동이 61.5%, 동대문시장이 49%로 나타나 주로 상권이 집중된 지역을 방문하는 것을 알 수 있다.

[표 2-5] 외래관광객 방한 주요 목적[17] (단위 : %)

구분	2012	2011	2010	2009	2008
여가/위락/휴가	43.9	42.4	51.3	47.6	40.4
사업/전문활동	24.5	31.1	32.2	36.3	42.0
쇼핑	11.8	9.2	-	-	-
친구/친지방문	11.1	10.6	11.4	11.5	11.5
교육	6.5	4.6	-	-	-
뷰티/건강/치료	1.1	0.3	0.2	0.2	0.2
종교/순례	1.1	0.9	0.6	0.9	0.6
기타	0.1	0.5	4.3	3.5	5.3

[표 2-6] 외래관광객 방한기간 중 활동[18] (중복응답, 2012년 상위 10위 기준, 단위 : %)

구분	2012	2011	2010	2009	2008
쇼핑	72.8	69.9	60.9	62.5	57.1
식도락관광	48.4	46.1	38.5	39.8	33.3
업무수행	16.5	22.8	21.3	23.5	25.1
고궁/역사 유적지 방문	14.2	14.3	-	-	-
자연경관 감상	13.3	12.2	-	-	-
시티투어	13.2	12.0	-	-	-
휴양/휴식	8.6	6.9	8.0	6.8	5.9
유흥/오락	8.4	11.5	8.0	8.2	8.1
뷰티관광	7.4	9.2	7.9	7.9	6.3
온천/스파	7.1	8.7	3.8	4.3	4.5

[표 2-7] 외래관광객 서울지역 방문지[19] (중복응답, 2012년 상위 10위 기준, 단위 : %)

구분	2012	2011	2010	2009
명동	61.5	55.3	53.5	48.3
동대문시장	49.0	45.8	45.3	41.4
고궁	32.3	31.8	35.3	32.5
남대문시장	31.8	33.7	36.5	38.1
남산/N서울타워	28.9	29.1	29.0	25.0
인사동	26.2	26.1	25.7	22.8
롯데월드	23.3	20.6	20.3	18.6
박물관(기념관)	22.4	21.8	24.3	21.4
이태원	17.7	16.1	16.8	15.2
신촌/홍대 주변	16.5	14.8	10.2	9.4

17) 한국문화관광연구원. (2013). 2012 외래관광객 실태조사. p.35.

18) 한국문화관광연구원. (2013). 2012 외래관광객 실태조사. p.173.

19) 한국문화관광연구원. (2013). 2012 외래관광객 실태조사. p.125.

이렇게 쇼핑이 관광지에서 매우 중요한 활동으로 작용함에도 불구하고 한국의 문화관광상품은 관광객의 욕구에 대응하지 못하고 있다. 관광객의 쇼핑 실태조사에 따르면 향수, 화장품, 의류 등의 공산품 판매가 40%를 넘는 가운데 한국의 아름다움을 담은 전통민예품, 칠기, 목각제품은 단 5.5%를 차지하고 있다. 이는 하회탈, 부채, 항아리, 색동한복을 입은 인형 등 1980년대부터 판매해오던 관광상품의 한계와 한국 고유의 미에 대한 제한적인 해석으로 인해 새로운 디자인 개발이 이뤄지지 않는 점에서 그 이유를 찾을 수 있다.

[표 2-8] 외래관광객 주요 쇼핑 품목[20] (중복응답, 2012년 상위 10위 기준, 단위 : %)

구분	2012	2011	2010	2009	2008
향수/화장품	46.2	44.9	36.9	35.4	23.0
의류	40.8	35.1	37.2	32.3	26.6
식료품	36.2	38.3	36.9	37.5	38.1
신발류	17.5	13.3	15.3	12.4	9.4
김치	13.4	14.4	15.4	18.7	18.7
인삼/한약재	12.2	15.7	17.2	18.8	17.2
피혁제품	10.6	8.2	8.4	10.3	7.9
보석/액세서리	9.9	9.9	12.0	13.1	12.1
주류	5.8	8.1	9.1	10.1	11.3
전통민예품/칠기/목각제품	5.5	5.2	4.6	5.8	8.7

20) 한국문화관광연구원. (2013). 2012 외래관광객 실태조사. p.205.

4) 디자인 전략 : 디자인을 통한 경제 활성화 정책

(1) 디자인을 통한 도심창조산업 육성 및 지역경제 활성화

서울시는 도심산업을 육성하기 위해 4대 도시형 제조업과 디자인을 접목시킨「디자인을 통한 도심창조산업 육성 및 지역경제 활성화」프로젝트를 시행하고 있다. 4대 도시형 제조업으로 의류봉제, 귀금속, 인쇄, 기계가 선정되었으며 서비스디자인을 바탕으로 제조, 교육, 체험, 인큐베이팅 공간을 제공하는 지원인프라와 제조업 간에 기획, 디자인, 봉제, 마케팅을 잇는 스트림 협력체계를 추구하는 브랜드마케팅을 지원하고 있다.



[그림 2-8] 서울시 4대 도시형 제조업

서울디자인재단은 2012년 서비스디자인 연구 방법론을 개발하고 서울시 정책 연구기관인 서울연구원의 「서울시 우리동네 특화업종 생태계연구, 2012」 내용을 참고하여 「성수동 수제화 산업 활성화」, 「서울약령시 한방사업 활성화」, 「영천시장 다시살림 프로젝트」를 수행하였다.

「성수동 수제화 산업 활성화」는 디자인을 통해 수제화 산업을 활성화시키고 지역경제를 살리는 디자인의 역할에 대한 사례를 제시하는 시범사업이다. 이 사업은 2012년부터 2014년까지의 마스터플랜이 수립되어 있는 중장기 프로젝트이다.

「서울약령시 한방사업 활성화」와 「영천시장 다시살림 프로젝트」는 서울시에 위치한 전통시장을 활성화하기 위한 사업이다. 각 시장의 역사성, 장소성, 제품성을 강조할 수 있는 콘텐츠를 발굴하고 실질적인 디자인 지원을 통해 전통시장의 활성화에 기여하고 있다.

이러한 사업들은 서울시의 다양성과 경제성장의 원동력이 되었던 전통 제조업에 디자인을 접목한 것으로 창조산업의 재탄생을 촉진시키고 있다. 더불어 낙후지역 중심산업의 부활을 통해 도시환경 및 상권에 활력을 불어넣고, 기존 거주민과 지역문화가 자연스럽게 어우러져 지역경제를 활성화시키는 촉매제로 작용하고 있다.

(2) 디자인산업 생태계 조성

디자인은 경제적 가치가 69조 원[21]으로 추정될 만큼 고부가가치 산업이자 기업 경쟁력의 핵심 산업으로, 개발비와 회수기간이 짧고 매출의 효과가 높다. 하지만 중소기업은 자체적으로 디자이너를 고용하기 어려운 여건이다. 서울시의 디자인전문회사 또한 2012년 기준 2,800여 개 회사가 운영되는 등 양적 성장을 이루었으나 개별 규모는 매우 영세한 수준이다. 디자인전문회사 평균 종사자 수가 4명에 머물고, 1인당 매출액 평균이 1억 2천만 원으로 평균수준을 유지하고 있다. 1인당 인건비는 약 2천 7백만 원으로 평균 이하의 수준이다. 이를 통해 디자인에 대한 관심은 늘고 있지만 디자인산업이 활성화될 수 있는 환경이 제대로 갖춰져 있지 않다고 진단할 수 있다.

21) 시민디자인연구소. (2014). 서울디자인서베이(디자인의 경제적 가치=매출액x디자인 기여율x각 산업별 부가가치율).

22) 시민디자인연구소. (2014). 서울디자인서베이. p.15.

23) 시민디자인연구소. (2014). 서울디자인서베이. p.15~19.

[표 2-9] 서울 디자인전문기업 수 추이[22] (단위 : 개, % : 전국대비비율)

구분	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
전국	1,870	2,212	2,245	2,480	2,253	2,413	2,536	2,977	3,117	3,453	3,982	4,573
서울	1,092 (58.4%)	1,376 (62.2%)	1,385 (61.7%)	1,603 (64.6%)	1,499 (66.5%)	1,539 (63.8%)	1,564 (61.7%)	1,917 (64.4%)	1,993 (63.9%)	2,228 (64.5%)	2,491 (62.6%)	2,862 (62.6%)

[표 2-10] 서울 디자인전문기업 평균 종사자 수[23] (단위 : 명)

지역	구분(분야별)	사업체 수	종사자 수	사업체 1개사 당 종사자 수(평균)
전국	시각디자인	1,656(36%)	7,019(35%)	4.24명
	제품디자인	1,145(25%)	5,137(26%)	4.49명
	인테리어(환경)디자인	1,009(22%)	4,564(23%)	4.52명
	기타	763(17%)	3,064(15%)	4.02명
	소계	4,573(100%)	19,784(100%)	4.33명
서울	시각디자인	993(35%)	4,920(35%)	4.95명
	제품디자인	673(24%)	3,272(23%)	4.86명
	인테리어(환경)디자인	631(22%)	3,458(25%)	5.48명
	기타	565(20%)	2,280(16%)	4.40명
	소계	2,862(100%)	13,930(100%)	4.87명

이러한 이유로 서울시는 디자인산업의 기반을 구축하고, 중소기업과 디자인기업의 역량을 강화하기 위해 <디자인산업 생태계 조성> 전략을 수립하고 다양한 디자인 지원 사업을 펼치고 있다.

서울디자인재단은 서울디자인지원센터, 강남, 구로, 마포 DMC창업센터 운영을 통해 창업, 취업, 중소기업 활성화 등 디자인산업 생태계 조성을 위한 사업들을 추진해왔다. 2013년부터는 사업을 보다 효과적으로 추진하기 위해 서울디자인지원센터와 DMC창업센터로 그 기능을 통합하여 운영하기 시작하였다. 그 중 서울디자인지원센터는 디자인종합지원센터로 디자인산업을 육성하고 시민 대상의 교육 사업을 추진하는 등 디자인 지식정보의 허브역할을 수행하고 있다.

이외에도 디자인회사들의 공정거래 능력 배양 및 경쟁력 강화를 목표로, 디자인 표준계약서 개발 연구를 바탕으로 한 「디자인 공정거래 가이드북 발간」 사업을 추진하였다.

또한 저출산, 고령화라는 인구구조의 변화에 대응하고 디자인사업체를 운영할 수 있는 기업가를 육성하는 「사회적기업가 육성사업」을 진행하였고, 노년층의 일자리 창출을 위해 「디자인을 통한 일자리 창출 연구」을 시행하였다.

그 밖에 디자인서울의 추진방향에 맞는 공공디자인 개발 방법과 가이드라인을 지도하는 「디자인서울클리닉」과 도시의 형태·윤곽·색채·조명 및 주변과의 조화 등에 대한 디자인인증을 시행하는 「서울우수공공디자인 인증제」 사업도 실시하였다.

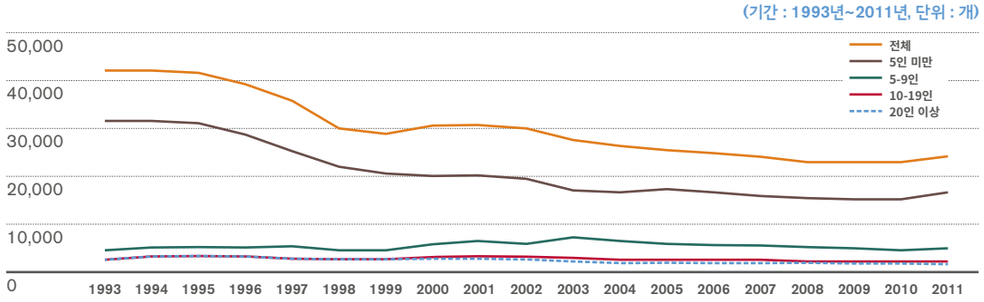
(3) 문화상품 디자인 진흥

외국인 관광 1,100만 시대에 한국의 전통과 문화 그리고 상품에 대한 외래 관광객들의 관심이 증가하고 있다. 이러한 관심과 함께 한국의 공예·디자인 상품들의 보급 및 판매 또한 증가하기 시작했다. 하지만 아직 제품의 인지도가 낮고 기존 공산품들에 비해 시장 점유율이 현저하게 낮아 공예상품의 활성화를 기대하기 어려운 수준이다.

이에 서울시와 서울디자인재단은 한국의 미를 담은 새로운 문화상품을 개발하기 위해 다양한 노력을 기울이고 있다. 먼저 「서울상징 관광기념 공모전」, 「서울·한글 상품개발」, 「청와대 사랑채 상품개발」 등의 사업을 통해 시민의 우수한 아이디어를 제품화하고 있다. 개발된 상품들은 「메종오브제」, 「서울디자인페스티벌」 등 국내외 박람회 출품을 통해 판매로 이어지고 있다. 또한 DDP 내에 문화상품 판매를 위한 상설매장과 오프라인 쇼핑몰을 운영하는 등 다양한 판로를 개척하고 있다.

(4) 패션산업 활성화

봉제업을 포함한 의류제조업은 과거 70, 80년대 국내 수출산업의 역군으로 도시 서민층의 일자리 창출에 큰 기여를 해왔다. 하지만 서비스업의 발달과 자유무역으로 인한 의류 수입 증대에 따라 국내 의류제조업은 만성적인 일감부족과 영세화에 따른 구조조정이 진행되고 있는 상황이다. 이러한 구조조정은 향후 10년간 지속될 것으로 예상되며 그 과정에서 많은 수의 의류제조업체가 사라질 것으로 전망된다. 실제로 1993년에 42,000여 개였던 의류제조업 수는 2007년에는 24,000개로 크게 감소하였고 종사자 수 또한 1993년에 386,000명에서 2007년에 152,000여 명으로 감소하였다.



[그림 2-9] 의류제조업 규모별 사업체 수 추이[24]

2013년 서울시와 서울디자인재단은 쇠퇴해가는 의류제조업의 활성화를 위해 패션사업을 서울디자인재단으로 이관하기 시작하였다. 이는 2015년까지 두 단계의 과정으로 구성되어 있다. 앞으로 재단은 패션의류를 포함한 패션산업 활성화를 위해 「서울패션위크」를 개최하고 디자이너의 패션쇼 및 수주 전시 등 다양한 패션비즈니스 행사를 개최할 것이다. 또한 침체된 동대문 상권 활성화를 위해 「동대문 패션상권 활성화 사업」을 추진하여 영세 브랜드 업체와 봉제업체를 지원하고 해외 시장 진출을 확대할 것이다.

24) 서울연구원. (2014). 서울경제, 의류제조업의 실태와 정책방향. p.13.

2.2 2013 서울디자인 사업 : 경제 영역

서울시가 경제 활성화를 위해 수립한 전략은 크게 <디자인을 통한 도심창조산업 육성 및 지역경제 활성화>, <디자인산업 생태계 조성>, <문화상품 디자인 진흥>, <패션사업 활성화>로 나뉜다. 주요 사업으로는 각각 「성수동 수제화 산업 활성화」, 「서울디자인컨설턴트 운영」, 「시민우수아이디어 제품화」 등을 꼽을 수 있다.

2012년과 비교하여 크게 변화한 점은 <디자인산업 생태계 조성 및 청년일자리 지원> 전략 아래 운영되었던 강남, 구로, 마포센터가 효율성과 집중력 강화라는 명목 아래 서울디자인지원센터를 중심으로 그 기능과 역할이 통합되었다는 것이다. 또한, 기존에 추진해오던 「디자인태그」, 「우수디자인 아이디어 제품화」 등의 사업을 보다 확장하여 2013년 <문화상품 디자인 진흥>이라는 새로운 전략을 제시하였다.

[표 2-11] 2013 경제분야 서울디자인 사업

전략	주요사업
디자인을 통한 도심창조산업 육성 및 지역경제 활성화	(1) 성수동 수제화 산업 활성화
	(2) 서울약령시 한방산업 활성화
	(3) 영천시장 다시살림 프로젝트
디자인산업 생태계 조성	(1) 서울디자인지원센터 운영
	(2) DMC창업센터 운영
	(3) 서울디자인컨설턴트 운영
	(4) 디자인 공정거래 가이드북 발간
	(5) 액티브시니어 디자인 연구
	(6) 사회적기업가 육성사업
	(7) 서울우수공공디자인 인증제
	(8) 디자인서울클리닉
문화상품 디자인 진흥	(1) 시민우수아이디어 제품화
	(2) 국내외 박람회 참가
패션산업 활성화	(1) 동대문 패션상권 활성화 지원
	(2) 동대문패션지원센터 운영

1) 디자인을 통한 도심창조산업 육성 및 지역경제 활성화

<디자인을 통한 도심창조산업 육성 및 지역경제 활성화>는 디자인을 통해 서울 낙후산업 지역의 가치를 재발견하고 낙후된 상권에 활력을 부여하기 위해 수립된 전략이다. 「성수동 수제화 산업 활성화」 사업은 이러한 전략의 대표적인 사업이자 서울디자인재단의 핵심 시범 프로젝트로 2012년부터 성수동 수제화 산업에 대한 기본연구를 실행하고 주요 사업을 기획하였다. 그리고 2013년도에는 2012년의 계획을 바탕으로 실행 단계에 착수하였다. 성수동에 이어 한의학에 대한 인식을 개선하고 서울 약령시를 활성화하기 위한 「서울약령시 한방사업 활성화」 사업과 전통시장의 가치를 되살리기 위한 「영천시장 다시살림 프로젝트」 사업이 2013년에 함께 추진되었다.

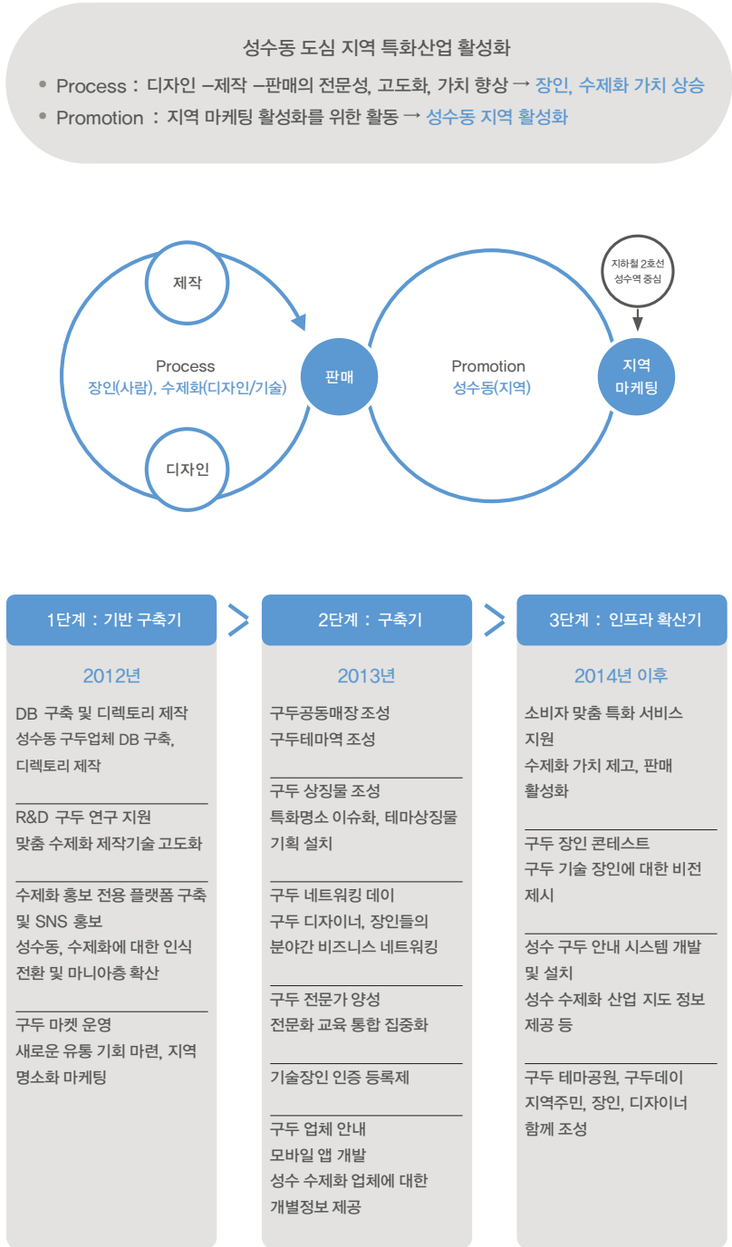
재단은 이 프로젝트들을 통해 시민디자인에 역점을 두고 지역경제를 살리는데 디자인의 역할을 적극 활용하고 확장시켜 나가고 있다.

(1) 성수동 수제화 산업 활성화

2012년 도심창조산업 디자인 프로젝트의 첫 번째 연구대상지역은 서울연구원의 「서울시 우리동네 특화업종 생태계연구 2012」의 연구내용을 바탕으로 성수동 수제화 산업지역이 선정되었다.

서울시 성동구 성수동은 국내 구두의 39%가 제작되고 있는 국내 최대 제화산업의 집적지이다. 성수동 수제화 산업은 1990년대에 급속도로 성장했지만 현재 건물의 노후화와 작업환경의 열악성, 시민들의 관심 저조, 젊은 기술자 부족, 하청구조의 일반화 등의 이유로 자족할 수 있는 기반이 점차 약해지고 있다. 이러한 문제와 더불어 성수동 지역의 이미지를 개선시켜 국내 수제화 산업을 활성화시키기 위해 서울시와 서울디자인재단은 서비스디자인 방법론을 적용하여 디자인, 제작, 판매, 지역 마케팅 4개 중점분야, 17개의 핵심 사업을 도출하였다. 또한 지역을 활성화시키기 위해서 장기적인 계획이 필요하다는 판단 하에 2012년부터 2015년까지 약 4년에 달하는 기간을 계획하였고 이를 실행에 옮기고 있다.

이 프로젝트에는 서울시와 서울디자인재단 뿐만 아니라 성동구청, 서울메트로, 서울성동제화협회 등이 협력 거버넌스를 구축하여 공유, 소통, 협력을 통해 결과물의 완성도를 높이는데 주력하였다. 디자인주도형 사업 추진을 통해 지역경제 활성화를 위한 홍보, 마케팅 허브기반을 조성하고 다각도의 협력을 바탕으로 지역문제 해결의 실마리를 제공한다는 점에 이 사업의 의의가 있다.



[그림 2-10] 성수동 수제화 산업 활성화 사업 전략

2012년

2012년은 전체 사업의 첫 번째 단계에 해당하는 기반 구축기였다. 서울디자인재단은 2012년 3월부터 서울디자인재단의 내부직원으로 TF팀을 구성하여 프로젝트를 주도하기 시작하였다. 그리고 서비스디자인 방법론을 적용하여 사업의 전체적인 방향을 설정하였다.

서비스디자인은 수요자의 니즈를 정확하게 파악하기 위해 리서치를 강화하고 문제를 정의하는 과정에서 해결방안을 도출하는 혁신적인 디자인 방법론을 지칭한다. 서비스디자인에서 중요한 점은 사람과 사람, 사람과 제품, 사람과 조직, 나아가 서로 다른 조직 사이의 관계의 본질과 가치를 이해하는 것이 중심이 되어야 한다는 것이다.[25] 최근 서울시는 시정전반 영역에 서비스디자인 방법론을 확산시켜 시민들의 의견을 정책에 적극 반영하고 시민들에게 효과적인 행정서비스를 전달하고 있다.

「성수동 수제화 산업 활성화」 사업 또한 서비스디자인 방법론을 적극 활용한 사업이다. 수제화 산업에 종사하는 생산자와 소비자의 사고 및 소비패턴을 철저히 분석하고 다양한 위치의 관계사와 관계자들을 적극 수용할 수 있는 마스터플랜을 설계하였다.

이렇게 도출된 마스터플랜은 성수동의 수제화 산업의 현황진단, 문제 정의, 컨셉 수립, 4개의 중점분야와 17개의 핵심사업을 담고 있다. 2012년 8월 마스터플랜에 의거하여 서울시장 보고와 기자설명회를 개최하였고, 서울시 디자인정책과와 경제정책과, 성동구청, 서울디자인재단은 각각 성수동 수제화 관련 세부사업에 대한 예산 편성 과정을 거쳤다.

프로젝트의 전체적인 서비스디자인 컨셉은 '신나는 성수동'으로, '신'은 새로움을 뜻하는 '신(新), NEW'과 매력적인 '신(구두)' 모두를 의미한다. 새로움의 신, 매력적인 신을 통해 구두를 중심으로 성수동에 새로운 바람을 불어넣고 이를 통해 즐거움이 넘친다는 의미를 지닌다.

25) 마르크 스틱도른, 야코프 슈나이더 외. (2012). 서비스디자인 교과서. 서울:안그라픽스. p.59



[그림 2-11] 성수동 수제화 산업 활성화 사업 컨셉

DB 구축 및 디렉토리 사업은 성동구청, 중소기업청, 서울산업진흥원, 성동토탈패션지원센터 등 성수동과 관련된 기관들이 성수동 수제화산업을 대상으로 조사한 자료들을 수집, 재가공하여 성수동 수제화산업 DB를 구축한 사업이다.

구축된 DB를 바탕으로 구두 업체들이 비즈니스에 활용할 수 있도록 「손끝에서 발걸음까지」 정보지를 개발하였다. 이렇게 제작된 콘텐츠는 온·오프라인을 통해 배포되었고 서울시, 성동구청, 서울산업진흥원, 제화협회, 제화아카데미, 제화산업업체 등 유관기관과 민간단체에 전달되었다. 이는 성수동 수제화산업에 대한 재발견과 서울시디자인재단의 서비스디자인사업에 대한 인식을 확장시키는 기회로 작용할 것이다.



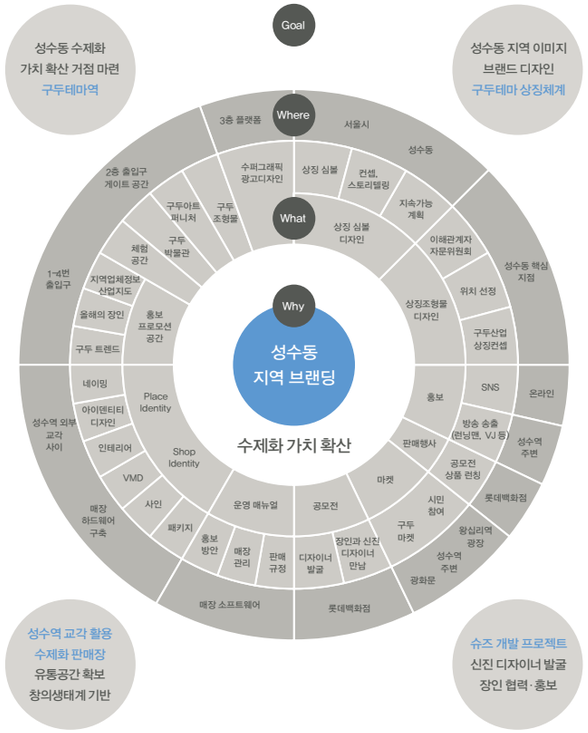
[그림 2-12] 「손끝에서 발걸음까지」 정보지

2013년

2013년은 전년도에 설립한 계획에 따라 핵심 사업을 실행하고 성과를 확인하는 구축기이다. 재단은 2012년에 마련했던 기획들을 실행에 옮기기 시작하였다. 세부 사업으로는 「구두테마역 조성」과 「구두공동매장 설치」, 「성수동 브랜드 아이덴티티 개발 및 테마상징물 설치」, 「구두디자인공모전」이 있다.

• 성수 구두테마역 슈스팟 성수 SHOESPOT SEONGSU

지하철 2호선에 위치한 성수역은 하루 유동인구가 4만 9천 명에 달하는 성수동의 중심거점이자 성수동 수제화 산업지와 맞닿은 공간이다. 하지만 이런 높은 활용 가능성에도 불구하고 성수역 내 유휴공간과 1층 교각 사이는 적합한 용도를 찾지 못하고 오랜 기간 방치되어 있었다. 이에 서울디자인재단은

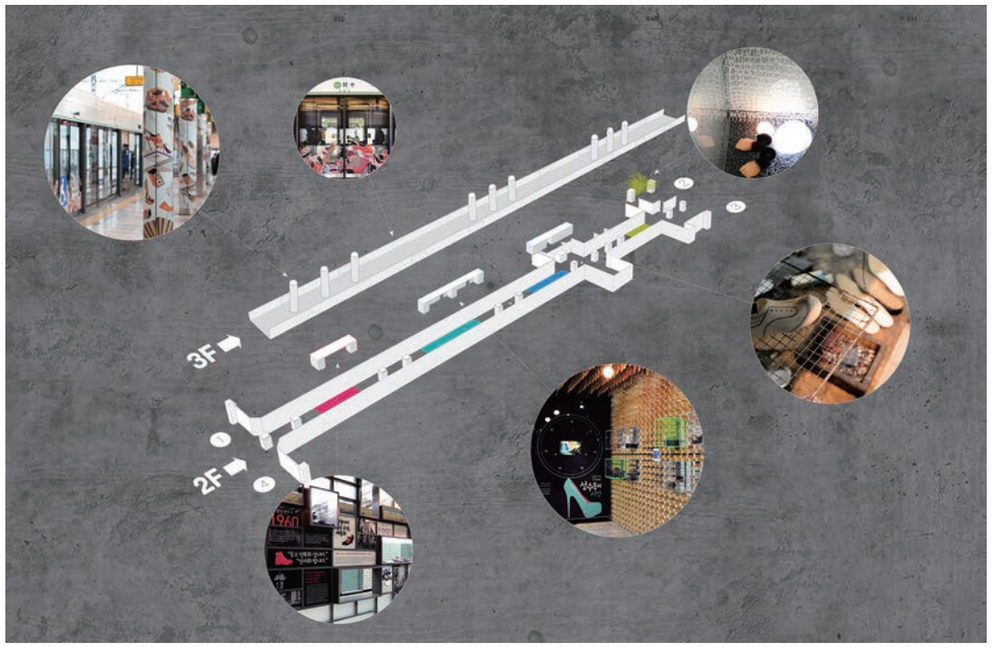


[그림 2-13] 2013년 성수동 수제화 산업 활성화 사업

도심창조산업 디자인 프로젝트를 통하여 성수역 2층 복도공간과 1층 교각을 모두 연결하는 수제화 구두테마역을 조성하였다.

성수동 구두테마역은 기본적으로 세 가지 목적을 가진다. 첫 번째는 성수동 수제화산업의 흐름과 현황, 미래를 조명하는 공간을 구성함으로써 수제화의 가치와 정체성을 확보하는 것이다. 이를 통해 수제화산업의 잠재가능성까지 발견할 수 있을 것으로 기대된다. 두 번째로 성수역을 방문하는 시민들에게 구두를 테마로 한 전시를 제공함으로서 수제화에 대한 흥미를 유발하는 것이다. 이는 성수동 구두테마역이 수제화 홍보와 상징의 공간으로 자리를 잡는데 기여할 것이다. 마지막으로 수제화를 간접적으로 체험할 수 있는 공간을 마련함으로써 일반시민들이 수제화에 대한 이해와 자료 접근성을 높이는데 도움을 줄 것이다.

성수동 구두테마역은 총 6개의 콘텐츠로 이루어져 있다. 성수역 내 2층 유휴공간에는 구두지움(GDUSEUM), 슈다츠(SHOEDOTS), 구두장인공방, 다빈치구두(DA VINCI SHOES)와 같은 공간이 마련되었고 타일아트 그래픽이 설치되었다. 3층 역에는 스크린도어와 주변 건축구조물에 구두테마 그래픽이 설치되었다.



구분	명칭	세부내용
2층	구두지움	구두에 대한 인문학적 지식 전달을 위한 전시공간
	슈다츠	성수동의 시간, 공간, 사람을 소개하는 공간
	구두장인공방	성수동 구두제작 과정 재현
	다빈치구두	구두에 대한 호기심과 상상력을 자극하는 전시공간
	타일아트그래픽	복도의 타일을 이용해 성수동의 515개 업체 정보를 담은 공간
3층	구두테마 그래픽	구두제작과 공장의 모습을 일러스트로 표현하여 승강장에 부착

[그림 2-14] 성수동 구두테마역 구조 및 세부사항

• 성수동 수제화 인증 브랜드 fromSS

성수동 지역의 아이덴티티를 정립하고 수제화의 가치를 효과적으로 홍보하기 위해 구두테마 상징 브랜드 'fromSS'를 개발하였다. 성수동 구두테마 상징 브랜드는 성수동으로부터 시작되는 대한민국 수제화의 역사와 자부심을 표현하고 수제화의 지역적 인식을 유도하며 소비자에게 쉽게 기억될 수 있도록 디자인되었다. 그리고 향후 브랜드 권리를 확보하기 위해 성수동 수제화 인증 브랜드의 상표 등록을 출원하였다. 또한 재단은 장소를 부각시킨 지역 브랜드 개발보다 성수동 수제화의 공식 인증을 통한 상품 경쟁력을 확보하고, 공식 인증 브랜드로서 성수동 수제화에 대한 소비자 인식을 개선하는 접근이 우선되어야 한다는 판단 아래 '인증형 공동 브랜드'를 개발하였다.

[표 2-12] 성수동 수제화 산업 브랜드 디자인 및 특허 상표 등록 출원

기본형 스퀘어 타입 영문조합	레터마크 타입 영문조합	슬로건
from SEONGSU	from SEONGSU	HEARTMADE 진심을 담은 성수동 수제화
분야		
패션, 의류, 신발, 구두, 핸드백, 지갑, 모자, 장갑, 피혁 잡화류 일체 의류, 모자, 신발 등 제25종 / 지갑, 가방, 핸드백 등 제18종		

• 구두테마 상징조형물 고양이의 빨간 꿈

상징조형물은 소비자들로 하여금 성수동 수제화 판매장의 위치를 인지하게 도와줄 뿐만 아니라 자연스럽게 포토존을 형성하여 성수동 수제화 공동 판매장의 랜드마크로 인식되고 있다. 설치 과정에서 위치 선정이 매우 중요한 이슈로 떠올랐으나 입주예정자들과의 회의 끝에 공동매장 사이 공간에 설치되었다.

상징조형물은 빨간 구두 위에 고양이가 앉아 있는 형상으로 고양이가 빨간 구두를 신고 자신의 꿈을 이룬다는 동화적 내용을 재구성한 것이다. 이러한 의미에는 '고양이의 빨간 꿈'처럼 성수동 수제화산업의 동화 같은 성공 기원을 담고 있다.



[그림 2-15] 성수동 상징조형물 고양이의 빨간 꿈

• 성수동 수제화 공동판매장 fromSS

성수동 수제화 산업은 규모가 큰 구두 브랜드 기업의 하청을 받아 OEM (Original Equipment Manufacturing) 생산을 하는 산업 구조가 일반적이다. “우리는 제조 기술을 갖고 있지만, 자체 브랜드가 없어 상품을 판매할 수 있는 기회와 자금이 부족하다”는 현장의 목소리는 성수동의 어려움을 반영한다. 이에 재단은 잠재력을 가지고 있는 성수동의 수제화 업체를 발굴하여 제품을 직접 판매할 수 있는 공동매장을 조성하였다. 그리고 성수동 수제화 산업을 대표할 수 있는 성동구청 인증 브랜드 ‘fromSS’를 적용함으로써 소비자의 신뢰를 얻는 마케팅 활동도 시작했다.

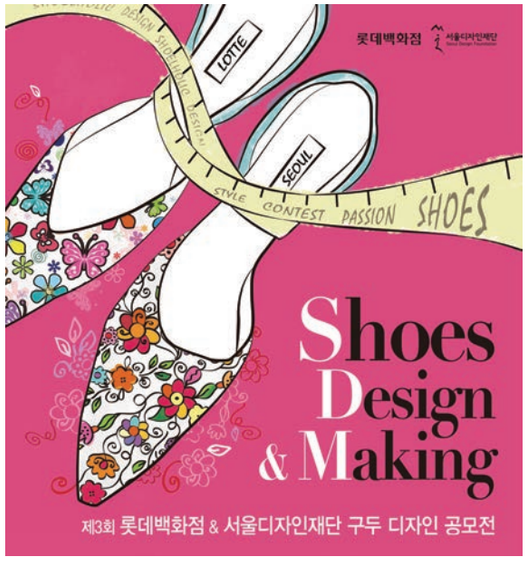
공동매장은 성수역 하부 교각 사이 유휴공간에 위치하였고 남성화, 여성화, 스니커즈, 신데렐라, 맞춤, 수선리폼, 명장제품 등 10개의 전문업체가 입점하였다. 2013년 12월 13일 정식 개장을 앞두고 2주 동안 시범운영을 한 결과, 1번 매장은 1천 7백만 원의 매출을 올렸고 2014년 1월 기준으로 월 매출 1억 2천만 원을 달성하는 등 큰 성과를 보이고 있다.



[그림 2-16] 성수동 구두 공동매장

• 슈즈개발 프로젝트 구두디자인공모전

서울디자인재단은 성수동 수제화 기술자의 장인정신 함양과 자긍심 부여를 위해 롯데백화점과 공동으로 「제3회 롯데백화점&서울디자인재단 구두 디자인 공모전」을 개최하였다. 이번 공모전은 구두디자인만 고려했던 과거와 달리, 1차 심사에서 선정된 구두는 실제로 제작된 후 2차 심사를 거쳤다. 1차 심사에 합격한 디자이너와 성수동의 구두 장인을 매칭한 후 협력체계를 구축하여 구두를 제작하는 형식으로 진행되었다. 젊은 디자이너들과 관록이 있는 장인들은 구두 스케치와 디자인을 함께 검토하고 가죽, 액세서리, 부자재 등 제작 세부 공정을 논의하였고 이 과정에서 디자이너들은 커뮤니케이션의 중요성을 체감하였으며, 디자인 스케치가 시제품으로 제작되는 모습을 몸소 체험하였다. 또한 디자인을 제안했던 디자이너가 성수동으로 취업을 하기도 하였다.



[그림 2-17] 제3회 구두 디자인공모전 포스터

[표 2-13] 구두 디자인공모전 개요 및 과정

차 례		추진결과
1	공모 준비 및 홍보(5~6월)	포스터, 현수막 SNS홍보
2	참가자 모집 및 서류 접수(6월)	563개 접수 구두 디자인(550개), 수제화 제작기술(13)
3	1차 서류 심사(6월)	24개 선정(여성화 펌프스 3개, 앵글부츠 21개)
4	오리엔테이션(7월)	24개 팀 구성(구두디자이너+기술자 매칭)
5	시제품 제작(7월)	24개 구두 시제품 제작 완료
6	2차 시민선호도 심사(7~8월)	15개 팀 선정(*특별상 시상 2개 팀 선정 완료)
7	3차 최종 심사(9월)	9개 팀 선정
8	시상식 및 전시회(9월)	동상 3개 팀, 은상 2개 팀, 금상 1개 팀, 대상 1개 팀, 특별상 2개 팀



[그림 2-18] 구두 디자인공모전 1차 심사 장면



[그림 2-19] 구두 디자인공모전 출품작 제작 장면

제작된 시제품은 거리 현장투표를 통해 시민 선호도를 확인하였다. 현장투표는 유동인구가 많은 롯데백화점 본점, 광화문 광장, 홍대 걷고 싶은 거리에서 실시되었다. 가장 인기가 많았던 작품은 총 2,736표를 득점한 전한나 디자이너의 실비제화(Mysterious Romantic)로 서울시장상을 수상하였으며 두 번째로 많은 득표를 받은(총 1,451표) 백호주 디자이너의 솔레(Zipper Lip)는 성동구청장상을 수상하였다.

특별상 / 서울시장상	특별상 / 성동구청장상	대상 / 롯데백화점 대표이사상	금상 / 서울디자인재단 대표이사상
			

은상 / 롯데백화점 본부장상	은상 / 롯데백화점 본부장상	동상 / 서울성동제화 협회장상	동상 / 서울성동제화 협회장상	동상 / 서울성동제화 협회장상
				

[그림 2-20] 구두 디자인공모전 최종 선정작

이렇게 2012년~2013년 1단계 사업은 마무리되었다. 이제 업체 대표, 수제화 장인 등을 포함한 수제화산업 종사자들의 적극적인 노력과 성수동 수제화 산업 지역의 지역적, 산업적, 문화적 측면을 통합적으로 고려한 연구를 기반으로 2단계 마스터플랜 수립이 필요한 시기이다. 이번 연구와 사업 결과물이 성수동 수제화산업의 정체성을 확립하는 기반이 되고, 지역 활성화를 위한 마케팅 허브 역할을 할 수 있을 것으로 보인다. 동시에 수제화산업 업계 인력의 고용 안정화, 노동인력 고령화로 인한 차세대 젊은 인력의 유입, 유동 판로 확장, 신진 슈즈 메이커 양성과 홍보 강화 등 성수동의 당면 과제를 해결하는 초석이 되기를 기대한다.

(2) 서울약령시 한방산업 활성화

서울 약령시는 보원제(1393~1895)에서 시작하여 현재까지 국내의 대표적인 한약재 유통시장으로 기능하고 있다. 그러나 최근 한약재의 부정적인 이미지와 열악한 관리 시스템으로 인해 약령시 중소상인들의 매출이 저하되고 한의약 점포 수가 1,044개에서 800여개로 감소하는 등 지역의 불황으로 이어지고 있다. 이러한 문제로 인해 동대문구청은 서울시에게 서울약령시 한방장터 건립 및 컨텐츠 개발 컨설팅을 요청하였고 이에 서울디자인재단은 서울약령시 한방산업을 활성화시키기 위한 사업에 착수하였다.

「서울약령시 한방산업 활성화」 사업은 전국 한약재의 70%를 보급하는 서울약령시의 역사성, 장소성, 제품성을 강조할 수 있는 스토리가 담긴 지도와 책자를 개발하였다. 이는 한방산업과 지역을 활성화시키고 나아가 한의약 분야의 인식을 개선하고 한의약의 가치를 재발견할 수 있다는 데 의의가 있다.

약령시 상품기획서인 '서울 약령시장 오늘 그리고 내일'은 오늘의 이야기와 내일의 이야기로 나누어 현재 약령시에서 한방장사를 하고 있는 상인들의 인터뷰를 싣고 한방시장의 여러 측면을 다룬 통계와 앞으로의 가능성을 제시하고 있다.



[그림 2-21] 약령시 상품기획서 서울 약령시장 오늘 그리고 내일

두 번째 콘텐츠는 약령시 지도이다. 표지에는 한방 길라잡이가 있고 약령시장을 방문한 목적에 맞추어 약을 구매하거나 한의원을 방문할 수 있다. 일러스트와 사진을 조합하여 약령시를 구성하고 있는 한약상의 종류, 사람들, 한약을 소개하고 약령시장의 한약상을 지도에 표시하여 방문객이 전체적인 약령시장을 파악하는데 도움을 주고 있다.



[그림 2-22] 약령시 맵

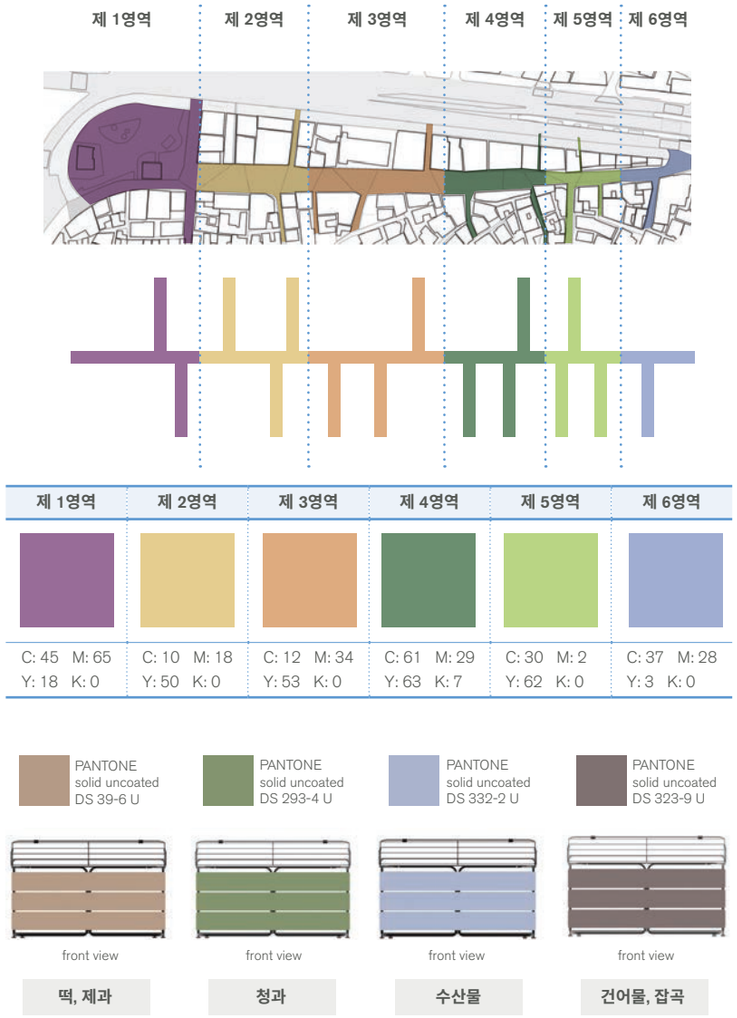
(3) 영천시장 다시살림 프로젝트

「영천시장 다시살림 프로젝트」 사업은 노후한 전통시장의 특성을 보전하면서 그 환경을 개선하여 활성화시키는 대안으로서 제안되었다. 본 연구에서는 영천시장의 마스터플랜을 수립하고 이를 기반으로 주차장, 진입골목, 간판, 매대의 물리적 구성요소에 대한 디자인 안을 제안하여 시장과 상인들의 환경을 향상시키고 소비자들을 자연스럽게 유입하기 위한 목적을 가지고 있다.

이 연구는 크게 연구 및 분석과 시스템 및 디자인 개발로 진행되었으며, 연구 및 분석에서는 영천시장 현황 및 실태 조사, 시장의 물리적 환경 유형화, 그리고 관련 정책 및 해외 사례 분석 등 세 부분으로 나누어 진행하였다. 영천시장 현황 및 실태 조사는 현장 방문 조사, 사진 및 동영상 촬영 등을 통해 연구 대상지의 현황을 파악하고 상인과 관계자를 대상으로 구술 조사를 진행하여 이용자의 실태를 분석하는 방식으로 이루어졌다. 이를 기반으로 시장의 물리적 환경을 주차장, 진입골목, 간판별로 분석하여 유형화함으로서 영천시장의 상황을 데이터화하고 이에 기초하여 소비자들과 상인들에게 더 나은 환경을 제안하는 마스터플랜의 틀을 마련하였다. 관련 정책 및 해외 사례 분석의 경우, 학술 논문 및 정책 관련 조사와 해외 사례 조사의 두 부문으로 나누어 진행되었다. 학술 논문 및 정책조사는 시장 전반적인 정책에 대하여, 해외 사례의 경우 각 아이템별 다양한 사례 위주로 조사하여 실질적으로 어떠한 예들을 영천시장 활성화를 위하여 적극적으로 도입할 수 있을지 연구하였다. 이러한 연구를 통하여 최종적으로 정립된 핵심 디자인 전략은 다음과 같다.

1. 각 아이템을 통합적으로 디자인 될 수 있는 기준으로서
   마스터플랜을 제안할 것
2. 노후한 시장 상황을 정비하는 기능을 겸할 것
3. 방문자가 시장 내부에서 위치 인식이 가능하도록 영역화할 것
4. 시장 내외의 동선을 다양화시킬 수 있을 것 –
   디자인의 다각화를 통하여 시장으로의 유입을 적극적으로 유도할 것

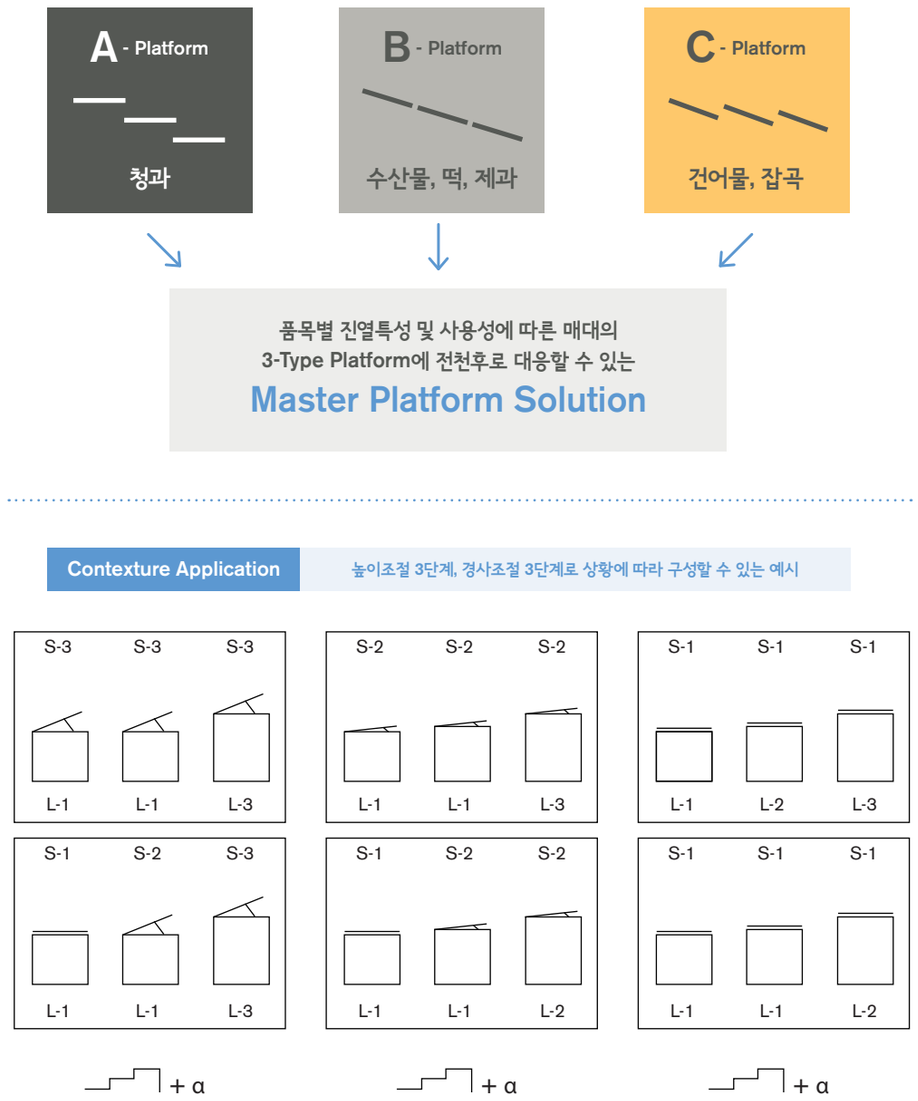
시스템과 디자인 개발의 목표는 마스터플랜을 기준으로 매대, 간판, 진입골목, 주차장의 공공시설물의 디자인을 제안하는 것이다.



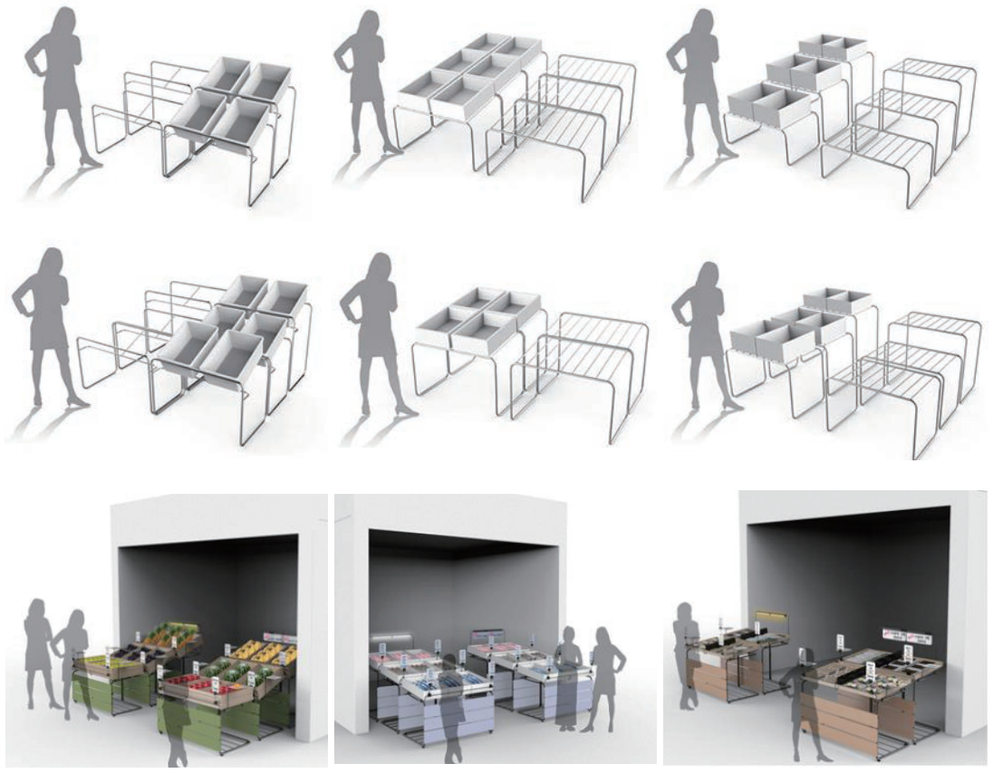
[그림 2-23] 영천시장 다시살림 프로젝트 마스터플랜

상가를 연구하고 분석한 결과를 기반으로 제시된 마스터플랜은 진입 동선에 기준하여 일직선으로 긴 영천시장을 소규모로 분할하였다. 그리고 이를 인지시키는 방법으로 재료와 색상을 통합적인 디자인 요소로 활용하였다.

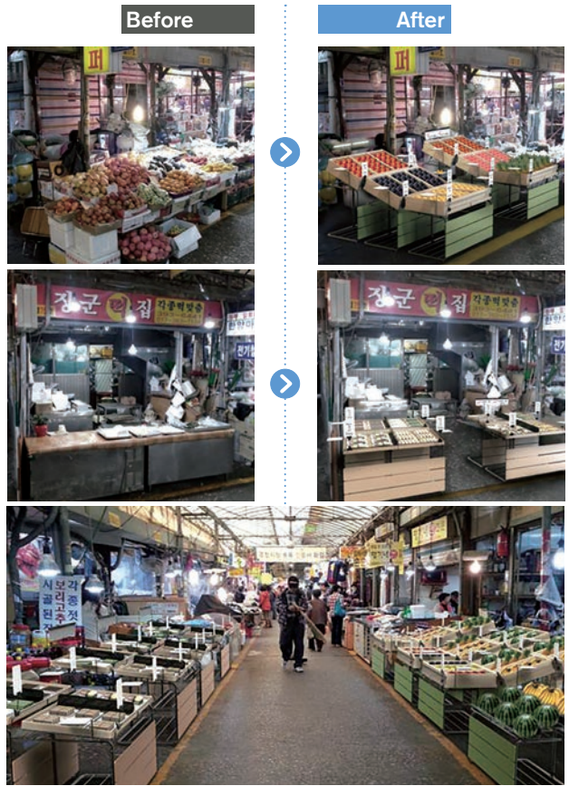
매대의 경우 취급품목과 규모가 다양한 특성에 대응하기 위하여 시장에서 각 상황별로 전천후 대응할 수 있는 마스터플랫폼의 개념을 도입하였다. 이 개념은 각각의 취급품목의 진열 효율을 극대화하기 위해서 매대 상부 선반의 각도와 높이 조절 등을 가능하게 함으로써 상인과 소비자 모두에게 최적화된 환경을 제공하였다.



[그림 2-24] 영천시장 매대 디자인 전략



[그림 2-25] 영천시장 매대 디자인



[그림 2-26] 매대 적용 전, 후 비교

간판은 시장의 이미지를 조성하는 핵심적인 요소이다. 간판 과업의 목표는 난립한 간판을 정비하고 동시에 시장 특유의 분위기를 살리는 것이다. 간판의 경우 그 다양성과 복잡성으로 인하여 단계적 과업 수행이 필수적이다.

주차장의 경우 현재 시장 입구 근방의 도로에 위치한 공용주차장을 적극적으로 확대, 도입하는 방안을 모색하였다. 시장 입구에 위치한 어린이 공원 부지 내에 주차장으로 사용 가능한 공간을 디자인하여 평상시에는 공원 부지로, 주말에는 시장이용자를 위한 주차장의 일부로, 그리고 행사 시에는 천막 부스를 설치하여 노천 시장 등의 장소로 활용할 수 있도록 디자인하였다.

이러한 디자인을 통하여 영천시장은 공간을 효과적으로 분리하고 통일감을 가지게 되는 동시에 재래시장 특유의 자유로움과 다양성을 가진다. 짧은 기간과 한정된 예산이라는 한계에도 불구하고 이번 시범사업이 점진적으로 확대된다면 시장 환경의 개선과 동시에 디자인적 통일성과 다양성을 부여하여 영천시장 활성화의 기반을 다지는 역할을 할 수 있을 것이라 기대된다.

2) 디자인산업 생태계 조성

서울시는 2011년부터 디자인 생태계를 조성하기 위해 서울디자인지원센터를 중심으로 강남, 구로, 마포, DMC의 4대 디자인 클러스터를 운영해왔다. 이후 2013년에는 디자인을 둘러싼 패러다임 변화에 능동적으로 대응하고 효율·집약적인 운영을 위해 4대 디자인 클러스터를 서울디자인지원센터와 DMC창업센터 두 기관으로 통합하여 운영하기 시작하였다.

(1) 서울디자인지원센터 운영

서울디자인지원센터는 서울시의 디자인지식을 육성하는 허브역할을 담당하고 있다. 서울의 중소기업과 디자인기업이 디자인역량을 강화하여 기업 스스로 경쟁력을 가질 수 있도록 다각도로 지원하고 있으며 시민이 만들고 누릴 수 있는 지속가능한 디자인서비스를 제공하는 동시에 디자인에 대한 사회적 인식을 확산시키는 역할을 수행하고 있다.

서울디자인지원센터에서는 2013년 한 해 동안 디자인기업 및 중소기업의 역량을 강화하기 위해 온라인 교육, 시민디자인도서관을 운영하였고 주요 사업으로는 「희망시민 디자인아카데미」가 있다.

• 희망시민 디자인아카데미

2013년 「희망시민 디자인아카데미」는 시민서비스디자인 워크숍, 디자인 창업스쿨, 디자인 취업클리닉, 디자인 전문가 과정 등 총 4개로 구성되어 있다.

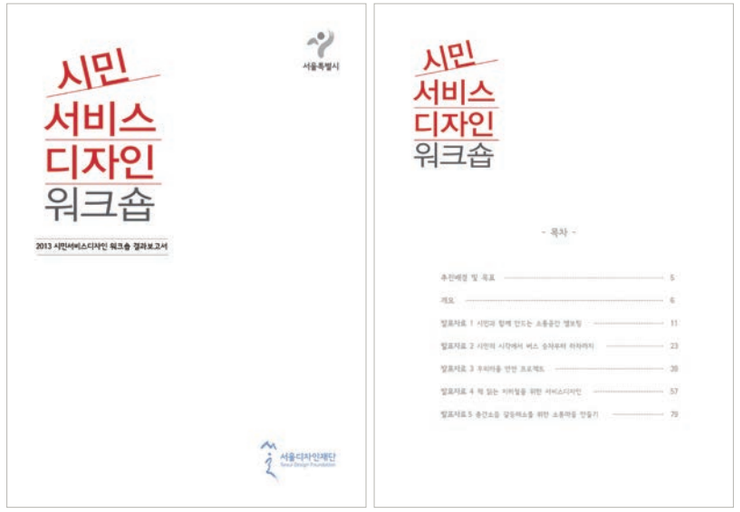
시민서비스디자인 워크숍

범죄예방디자인, 고지서 디자인 개선을 통한 에너지 절약 등 사회문제들이 서비스디자인 방법을 통해 개선된 사례가 증가하고, 정책개발의 전 과정에 참여하려는 시민의 욕구가 증가함에 따라 서울디자인재단은 시민서비스디자인 워크숍을 개최하였다. 2013년 시민서비스디자인 워크숍은 2013년 6월부터 9월까지 총 8주 과정으로 진행되었으며 시민 33명, 전문가 8명, 공무원 19명 등 총 50명이 참여하였고 5팀으로 나누어 진행되었다.



[그림 2-27] 시민서비스디자인 워크숍 추진 과정

프로그램으로는 시민, 공무원, 전문가의 다학제간 참여형 워크숍과 재단 내 컨설턴트를 활용한 멘토제를 운영하였다. 과정 완료 후 발표회를 개최하였으며 버스 시스템 개선안을 제안한 붕붕붕팀과 지하철 역사 내 공유서가를 제안한 세바지 팀이 '서울 창의상'을 수여하였다. 워크숍에서 제안된 내용들은 「시민서비스디자인 워크숍」 결과보고서로 발간되었다.



[그림 2-28] 시민서비스디자인 워크숍 결과보고서 발간

[표 2-14] 시민서비스디자인 워크숍 일정 및 세부사항

일정	제목	세부내용
1주차	워크숍 소개 및 강의	· 서비스디자인 세미나 · 팀명 발표 및 주제 간략소개 등
2주차	서비스디자인 세미나 및 팀 미팅	· 서비스디자인 세미나 · 사례발표
3 – 7주차	워크숍 및 중간발표	· 팀별 현장워크숍 진행 ex) 붕붕붕팀 : 버스 웰컴투골목길팀 : 회기동 주민센터, 골목 해피투게더팀 : 제각말 대우아파트, 금호동 대우아파트 세바지팀 : 문래, 왕십리 등 각 지하철역 공유서가
최종 발표회	시민서비스디자인 콘테스트	· 서울창의상 수여 : 붕붕붕, 세바지 · 민·관 합동 시민 서비스디자인 개선 5건 발표 · 고객 여정 및 이해관계자 지도, 서비스 사파리 지도 등 워크숍 과정 전시

워크숍 참가 대상자의 만족도 조사를 살펴보면, 85%가 공무원과 시민이 함께 과제를 해결하려는 노력이 서울시민의 생활 개선에 도움이 된다고 답했고, 92%가 다양한 분야의 전문가와의 협업이 도움이 된다고 답했다. 또한 워크숍으로 끝나는 것이 아니라 대중을 대상으로 세미나를 개최하여 많은 시민과 공유할 수 있는 기회 마련이 필요하고, 정책을 직접 실행할 수 있는 공무원의 적극적인 참여가 필요하다는 의견을 제시하였다. 이번 워크숍을 통해 시민주도형 서비스디자인 방법론을 구축하여 디자인에 대한 시민의 인식을 제고하고 시민서비스디자인 방법론이 시정에 적극 도입되기를 기대한다.



[그림 2-29] 시민서비스디자인 워크숍 현장

디자인 창업스쿨

서울디자인재단은 서울시 재무과, 서울광역자활센터와 협력하여 2013년 6월부터 12월까지 총 6개월 간 전문디자인 컨설팅 및 교육을 제공하는 디자인 창업스쿨을 추진하였다.

디자인 창업스쿨의 대상은 사회적기업 및 소자본, 소규모 생계 창업기업 7개 업체이다. 그리고 재단 내 컨설턴트와 자활창업자를 1:1 연계 매칭하여 컨설팅을 진행하였다.

[표 2-15] 디자인 창업스쿨 대상 기업 및 컨설턴트 매칭 리스트

분야	업체명	과제 명	컨설턴트
마케팅·유통	행복나눔플러스	효과적인 도시락 판매 전략	조상은
시각, 서비스디자인	조각보 주식회사	전통시장 스마트 모바일 관광수첩	정민현
제품, 디자인경영	주식회사 베네핏	베네핏 이노베이션 툴킷 / Scribing Movie	선섭희
제품, 마케팅·유통	무지개베이커리	자활기업, 지역사회의 희망을 담아 동네빵집으로 거듭나다	정두철
제품, 디자인경영	서울중구지역자활센터	부업사업단(해피샵) 생산품(액세서리, 가방 등) 디자인 개선	최영인
디자인경영	서울광역자활센터	자활형 커피매장 '더 마실 카페 프렌차이즈' 모델 개발	장호현
시각, 디자인경영	서울강서지역자활센터	홈패션 제품에 대한 포장 개선	김득주

이 과정에서 재단은 서비스디자인의 이해 및 확산을 위해 서비스디자인 방법론과 워크숍 5대 과제 개선 해결안을 담은 교재 및 결과물을 제작하여 배포하였다. 이 결과물은 서울광역자활센터와 예비 창업자 및 사회적기업에 배포되었고 PDF로 제작되어 온라인으로 공유되었다.

설문조사를 통해 교육만족도를 평가하였을 때 5.0만점에 4.0점으로 높은 만족도를 보였다. 세부 의견으로는 전문적인 강사들의 강의로 많은 도움을 받았고 현 업무에 필요한 내용에 맞춰 진행되는 강의가 좋았다고 응답했다. 하지만 교재가 미흡하고 영세한 자활사업과는 거리가 있는 브랜드나 디자인을 다룬 강의가 이해하기 어렵다는 불편사항도 있었다. 이를 통해 자활사업에 대한 강의내용이 추가되고 다양한 과목이 아닌 한 과목을 집중적으로 교육하는 것을 개선사항으로 제시하였다.



[그림 2-30] 디자인 창업스쿨 컨설팅 현장

디자인 취업클리닉

디자인전공 학과와 졸업생이 증가하는 것과 반대로 디자인 전 영역에 걸쳐 취업의 기회가 줄어들고 있다. 이에 서울디자인재단은 디자인 전공자의 취업 가능성을 높이기 위해 취업클리닉을 시행하였다.

2013년 디자인 취업클리닉은 이력서, 포트폴리오 심사를 통해 디자인전공 취업 희망자 106명을 선정하였고 2013년 10월부터 2014년 1월까지 체계적인 심층 멘토링을 진행하였다. 멘토링은 재단의 컨설턴트들이 담당하였고 사업 설명회부터 기본교육, 워크숍, 모의 면접 등 프로그램에 맞추어 다양한 역할을 소화하였다.

[표 2-16] 디자인 취업클리닉 프로그램

행사	세부내용
사업설명회 및 참가자 모집	디자인 터닝 포인트(디자인 취업의 패러다임을 바꿔라) : 취업 목표에 대한 마인드교육 및 취업성공 토크
기본교육 및 워크숍	마인드 개선(변화를 위한 도전) · 취업목표에 대한 워크숍, 목표별 소그룹 팀 구성 · 포트폴리오, 자기소개서, 이력서 작성기법 등 교육
모의면접 및 취업성공선배 특강	상호 1:1 면접 / 그룹 면접 / 취업성공선배 특강
소그룹 심층 멘토링	취업목표를 달성한 멘토의 단계별 성공 노하우 포트폴리오, 이력서 및 자기소개서 작성 및 업그레이드 방법 면접 및 프리젠테이션 스킬 취업을 위한 각종 정보 제공
네트워킹	정보교류(디자인 리더에게 묻다) 디자인기업 관리자, 멘토, 참여자간 포트폴리오 전시 및 취업정보교류회 개최

디자인 취업클리닉에 참여한 교육자에 따르면 현업에서 일하는 디자이너들을 직접 만나 조언을 얻을 수 있는 점과 포트폴리오에 대한 피드백을 받을 수 있다는 점을 장점으로 꼽았다. 그리고 누구나 참여 가능한 세미나 형식의 교육과 진로상담 과정이 필요하다는 점도 제기하였다. 2014년 1월 기준, 교육받은 대상자 중 6명이 진학하고 28명이 취업하였다.



[그림 2-31] 디자인 취업클리닉 현장

디자인 전문가 과정

디자인 전문가 과정은 변화하는 사회에 맞추어 디자인의 새로운 역할을 모색하고 경제, 사회, 환경 등 다양한 분야에 대한 트렌드를 분석, 아이디어를 공유하기 위한 자리이다. 2013년에는 '100세 시대 디자인'이라는 주제로 100세 시대를 맞이하여 발생할 수 있는 각종 사회적 이슈에 대해 토론하고 이에 대응하는 디자인의 역할을 모색하기 위해 세미나를 개최하였다. 본 세미나는 2014년 2월 6일 서울역사박물관 강당에서 열렸으며 디자이너, 관련분야 연구기관 및 전문가 그리고 디자인전공 대학생 256명이 참석하였다.

[표 2-17] 디자인 전문가 과정 프로그램

식순	내용
개회사	개회사 (유길준 서울디자인재단 디자인경영단장)
종합발표	100세 시대를 위한 디자인의 비전과 전략 (김광순 ㈜디맨드 컨설팅 대표)
세부발표1	Policy : 전 세대를 아우르는 "100세 시대 디자인"의 정책적 방향 (신윤재 서울디자인재단 시민디자인연구팀 팀장)
세부발표2	Product : Senior를 위한 제품디자인 사례 (박철웅 (주)디자인 넥스트 대표)
세부발표3	House : 서비스디자인으로 준비하는 100세 시대 '경로당과 요양원 사례' (이정규 (주)디자인 와우앤 파트너스 부대표)
세부발표4	Community : Age-friendly city design (김현선 김현선 디자인 연구소 대표)
세부발표5	Service : 100세 시대를 대비한 커뮤니티 서비스디자인 (이강오 서울그린트러스트 사무처장)
종합토론 및 질의응답	패널 : 이정규, 박철웅, 김현선, 이강오, 신윤재 좌장 : 김광순(디맨드컨설팅그룹)

세미나에서는 종전의 보험, 금융, 복지 위주의 100세 시대에서 탈피하여 디자인을 통해 수요자의 생활을 새롭게 디자인해야 한다는 화두가 제기되었다. 공급자 중심의 제한된 영역을 넘어서 사용자 생애주기에 걸친 전반적인 접근이 필요하다는 것이다. 이를 통해 앞으로 확산될 100세 시대 산업에서 디자인의 역할이 보다 확장될 것이고 수요자 중심의 우수 제품 및 서비스 개발이 가능해 질 것으로 예측되었다.



[그림 2-32] 디자인 전문가 과정 프로그램 현장

이 세미나를 통해 발표된 내용은 결과 보고서로 정리되어 온라인 및 오프라인에서 공유될 것이고 앞으로 재단이 기획하고 수행하는 100세 시대 디자인의 기본 연구자료로 활용될 것이다.

(2) DMC창업센터 운영

DMC창업센터는 디자인산업을 활성화하기 위해 경쟁력 있는 디자인기업들을 지원하는 종합 인큐베이팅 시설이다. 디자인 잠재력은 높으나 경제적 기반이 취약한 차세대 디자인기업을 선정하여 사무 및 창작공간 뿐만 아니라 홍보와 마케팅까지 지원한다.

DMC창업센터는 2013년 디자인생태계 활성화를 위해 총 3년에 이르는 중장기 계획을 수립하였다. 첫 번째 단계의 목표인 '디자인 창작공간 생태계 조성'을 위해 「신 입주기업 모집」, 「입주기업 맞춤식 교육」, 「포트폴리오 데이 개최」 등의 세부사업을 수립하였다. 또한 노후화된 시설을 재정비 하여 입주기업의 만족도를 높였으며 「디자인나눔사업 운영」, 「디자인 협동조합 운영」, 「크라우드 펀딩」 등 비예산 사업을 추진하여 디자인산업 생태계의 다양성을 높이기 위해 노력하였다.

2013	2014	2015
디자인 창작공간 생태계 조성 →	디자인 창작공간 생태계 활성화 →	디자인 창작공간 개발품 전시 마케팅연계

[그림 2-33] DMC창업센터 연도별 중장기 목표

구분	전략과제	→	사업계획
1단계(생태계조성)	창작공간 입주기업 모집		1 신규기업 입주신청 모집
2단계(활성화)	디자인 창업공간 활성화		2 디자인 창업 공간 제공 및 디자인모바일오피스 부분 운영
3단계(마케팅연계)	디자인제품 순회전시		3 입주기업 및 졸업기업 전시회 개최 / 포트폴리오 공유 및 발표 기업연계

[그림 2-34] DMC창업센터 2013년도 사업 방향

• DMC창업센터 입주기업 맞춤식 교육 제공

2013년 센터에 입주한 디자인기업은 총 45개이다. 외부연장평가를 통해 총 24개의 입주 기업이 연장을 결정하였고 신규입주기업으로 19개의 기업이 선정되었다. 센터는 입주한 기업들의 경영진단을 컨설팅한 후 그들의 역량을 강화하기 위해 총 11회의 맞춤식 교육을 추진하였다.

[표 2-18] DMC창업센터 입주기업 맞춤식 교육 추진 현황

교육명	교육내용
세무교육 1차	절세, 조세회피, 소득세, 법인세, 부가가치세, 세율
세무교육 2차	지출증빙수취의무, 조세특례, 법인전환절차
사진촬영교육 1차	조명의 종류와 용도, 이론적 설명
사진촬영교육 2차	스트로보, 모델링, 지속광, 라이팅실습
졸업기업 성공사례교육	창업기업의 융합적사고, 뉴욕 MOMA 진출스토리
사회적기업교육	사회적기업 유형, 등록절차, 사례분석
소셜마케팅교육	구글, 네이버 N드라이브 활용, 모바일 홍보전략
정책자금교육	정부 지원사업 종류, 정책자금 정보
정책자금교육	사업계획서 작성전략, 서면평가, 대면평가 준비
마케팅사례교육	개발과정, 홍보전시, 시장조사, 해외시장 진출 전략
협동조합교육	협동조합 유형, 설립절차, 운영원리, 운영사례

이 외에 DMC창업센터 입주 및 졸업기업간의 네트워크를 형성하기 위해 포트폴리오 데이도 개최하였다. 그리고 입주기업의 디자인제품 프로모션을 활성화하고 실질적 비즈니스 창출 기회를 마련하기 위해 서울디자인페스티벌 참여를 지원하고 공용장비실과 정보자료실 등 노후화된 시설을 재정비하였다. 이뿐만 아니라 서울시의 장애인재활센터 여섯 곳의 브랜드아이덴티티와 패키지디자인을 지원하는 디자인 나눔사업, 디자인협동조합 운영, 크라우드 펀딩 추진 등 비예산 사업 또한 활발히 추진하였다.

(3) 서울디자인컨설턴트 운영

사회 전반적으로 디자인의 중요성이 대두됨에 따라 중소기업 및 지자체 관련 부서에서 디자인을 통한 문제 해결 요청이 급증하고 있어 각 분야별 전문가 자문 및 컨설팅의 필요성이 제기되었다. 이에 서울디자인재단은 서울디자인컨설턴트 사업 계획을 수립하여 지자체, 중소기업, 희망기업에게 디자인컨설팅을 제공하였다. 컨설팅서비스를 제공하는 디자인컨설턴트는 시각, 제품, 환경 등 디자인분야와 문화상품, 서비스디자인, 디자인경영, 마케팅 및 유통, 법률 등 다양한 분야의 전문가 50명이 선정되었고 기업의 디자인 문제를 분석하는 클리닉 역할과 이를 해결하기 위해 지도 및 자문을 하는 멘토링 역할을 수행하였다. 컨설팅 프로그램은 상반기, 하반기로 나누어 진행되었고 공모 신청을 통해 받은 과제들은 평가를 통해 각각 50개가 선정되었다.

지도	자문	개발
Clinic	Consulting	Development
← R&D →		← 고유사업 →
서울디자인컨설턴트 컨설팅 활동 범위		그외 발생비용 : 컨설팅 의뢰 기업, 기관에서 부담 (컨설턴트사업 취지에 부합)

[그림 2-35] 서울디자인컨설턴트 활동범위

[표 2-19] 서울디자인컨설턴트 과제 공모 세부 내역

주제	분야	대상	2013 수행과제
문화·환경	제품, 시각, 패키지, 환경, 문화상품, 서비스디자인, 디자인경영, 마케팅 및 유통, 법률, 창업 등	기업 : 중소기업 희망기업(여성, 장애인, 사회적기업) / 공공 : 서울특별시, 서울디자인재단, 서울시 25개 자치구, 유관기관, 관련단체 등	중소기업 디자인 멘토링 31개 디자인권리보호 법률컨설팅 2개 시민디자인 워크숍 5개 디자인 창업스쿨 7개
주거·안전			
복지			
경제			중소기업 디자인 멘토링 45개 디자인권리보호 법률컨설팅 2개 디자인 취업클리닉 3개
교통			

선정된 컨설턴트들은 디자인에 대한 고도의 전문지식과 기법을 활용하여 제기된 디자인 문제를 분석하고 체계적인 프로세스를 통해 구체적인 해결책을 제시하였다.



[그림 2-36] 서울디자인컨설턴트 과제 예시

「서울디자인컨설턴트」 사업은 디자인 주도의 프로젝트를 발굴하고 디자인을 통해 효과적인 해결책을 제시하는 과정에서 단체의 경쟁력을 높일 뿐만 아니라 지속가능한 디자인 프로세스를 도출할 수 있다는 장점이 있다. 또한 멘토링이 요구되는 다양한 사업에 적극 참여함으로써 재단 내 사업 간의 협력을 증대시킬 뿐만 아니라 디자인계를 통합시키고 건강한 생태계를 조성하는데 일조하고 있다고 평가된다.

(4) 디자인 공정거래 가이드북 발간

2012년 실시된 디자인 권리보호 실태조사에 따르면 디자인 프로젝트를 수행하는 과정에서 피해를 입은 디자인 업체의 비율은 67%에 이르고 이들이 입은 피해 유형은 일방적인 계약해지 및 계약 불이행, 디자인 결과물에 대한 지식재산권 침해 등으로 드러났다. 이러한 피해는 디자인 용역의 질을 떨어뜨리고 궁극적으로는 산업 경쟁력 향상을 저해하는 요소로 작용한다. 이에 서울디자인재단의 시민디자인연구소는 불법 거래로 인한 피해를 줄이고 지식재산권 등록을 권장하기 위한 첫 걸음으로 한국디자인진흥원 및 관련 전문가들과 함께 「디자인 공정거래 가이드북」을 발행하였다.

이 가이드북은 네 부분으로 나뉜다. 첫 번째 챕터인 '디자인 거래의 이해'에서는 디자인을 통해 혁신적인 성장을 이끌어 낸 '코메론 줄자', '트렉스타'의 사례를 예로 들어 기업 내의 디자인의 중요성을 설명하고, 실질적인 디자인 프로세스를 제시하며 디자인에 대한 이해를 높이고 있다. 두 번째 '사례로 배우는 디자인 개발 시 주의사항'은 분쟁과 피해를 미연에 방지하기 위해 대표적인 디자인 성공사례와 분쟁사례를 대비시켜 작성하였다. 세 번째는 디자인 개발 계약의 법률관계 및 디자인용역 표준계약서에 대한 규정을 설명하며 그 활용 방법을 제시하고 있다. 마지막 지식재산권 가이드라인에서는 지식재산권 등록의 필요성과 지식재산권의 종류를 소개하고 있다. 부록에서는 표준계약서의 활용 방법 및 표준계약서를 실었으며 지식재산권 관련 용어와 관련 부처를 안내하여 지식재산권의 실질적인 활용을 유도하고자 하였다.



[그림 2-37] 디자인 공정거래 가이드북

(5) 액티브시니어 디자인 연구

고령화로 인한 경제적, 사회적 문제가 증대되고 있는 가운데 고령화 인구의 디자인공예품 생산 활성화가 효과적인 해결방안으로 제시되고 있다. 이에 서울디자인재단은「액티브시니어 디자인 연구」를 진행하고 시범 프로젝트를 수행하여 기존의 액티브시니어의 디자인·공예생산이 내재한 문제를 해결하는 동시에 공예품의 질을 향상시키고 시니어를 위한 일자리를 창출하기 위한 방안을 모색하였다.

2013년 5월 서울디자인재단 시민디자인연구소는 내부 조사활동을 통해 시니어를 중심으로 이루어지는 자체적인 공예조직의 현황을 조사하여 사업연계 가능성을 진단하였다. 그 결과, 지역 내 시니어 봉사자들이 수의와 배냇저고리를 수작업으로 제작하고 있는 양천구 자원봉사센터를 디자인상품화의 시범 프로젝트 사업지로 선정하였다.

사업지 현황 파악	→	참여 시니어 워크숍	→	브랜드 개발 및 디자인 개선	→	디자인가이드 전달
시범 사업지의 진행 상황 및 니즈 파악		제작에 참여하는 액티브시니어의 워크숍 진행		니즈 파악 및 시니어 의견 수렴에 따른 디자인 개발		개발된 디자인에 대한 가이드를 운영 담당자 및 제작 시니어에 전달
자료 조사		워크숍 프로그램 구성 및		브랜드 개발		디자인가이드 작성 및 디자인
실무자 인터뷰		개선방향 도출		프로토타입 생성		전달식

[그림 2-38] 액티브시니어를 위한 사회적 디자인 시범 프로젝트 단계

시범 프로젝트는 사업지의 현황 파악, 시니어 워크숍, 디자인 개발, 가이드 전달의 네 단계를 거쳤다. 참여 시니어 워크샵은 제작에 직접 참여하고 있는 시니어의 의견을 듣고 브랜드 개발과 디자인 개선 진행 시 활용요소로 쓰일 아이디어를 도출하기 위해 진행하였다. 메시지 카드와 개별 심층 인터뷰, 선호도 조사가 시행되었고 그 과정에서 시범사업의 전체적인 방향 뿐만 아니라 '솜씨'와 '시니어'를 모두 나타내는 '솜씨마실'이 통합브랜드 네이밍으로 채택되었다. 또한 '아기첫옷'과 '장수옷'이라는 이름을 적용한 브랜드 아이덴티티와 패키지 디자인 프로토 타입을 개발하였다.

시범 프로젝트의 중간 결과물로 제작된 배냇저고리와 수의 각 브랜드 및 패키지 디자인을 수정, 보완하여 2013년 양천구 자원봉사센터의 배냇저고리와 수의 기증식에 지원하였다.

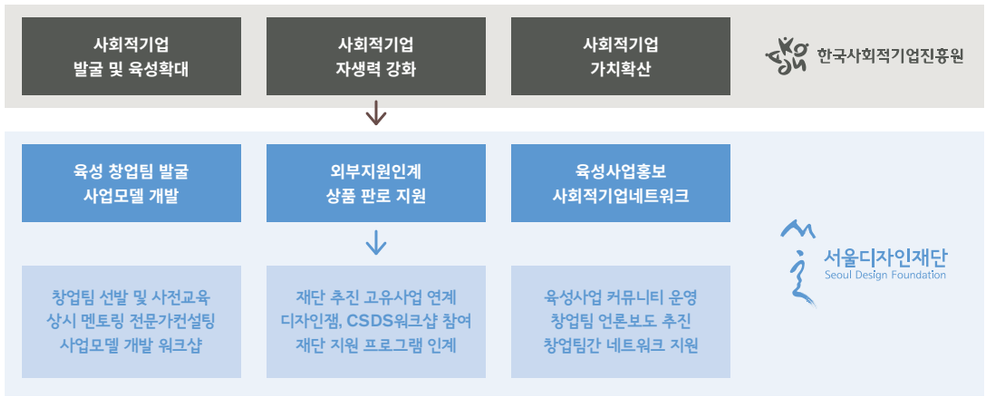


[그림 2-39] 액티브시니어 워크숍 현장 및 연구 결과물

이 연구는 단계별 상품화 지원 전략을 수립하여 시니어의 장점을 디자인으로 극대화하였으며 공예상품 생산, 지역사회의 참여를 통한 커뮤니티를 활성화하였다. 궁극적으로는 자생적 수익구조를 가진 시니어의 일자리 창출을 위한 기초·시범 사례연구로서 의의를 지닌다. 양천구 자원봉사센터는 관주도의 사회공헌 형태의 사업으로 그 특성에 따라 개발 및 개선의 범위가 제한되었다. 개선의 실행에 앞서 각 사업의 목적 및 운영 주체에 따른 형태의 유형화와 그에 따른 차별화된 지원 체계가 필요할 것으로 파악되었다. 그리고 이러한 연구는 앞으로 결혼 이주민, 장애인, 노숙인 등 사회취약계층으로 대상을 확대하여 디자인을 통한 새로운 일자리 창출방안 및 지속적인 생태계 마련을 위한 정책지원 연구로 지속될 수 있을 것으로 보인다.

(6) 사회적기업가 육성사업

사회적기업가 육성사업은 한국사회적기업진흥원의 위탁사업으로 사회적기업 관련 생태계를 확장시키기 위해 시행되었다. 심사를 통해 사회복지, 교육, 환경, 문화예술 등의 분야에서 15개 팀이 선정되었으며 서비스디자인 프로그램을 통해 혁신적이고 전문성이 강화된 사회적기업가를 육성하기 위해 온·오프라인 교육과 사전, 공통교육이 지원되었다.



[그림 2-40] 사회적기업가 육성사업 추진 체계

[표 2-20] 사회적기업가를 위한 교육프로그램

구분		교육과목	교육내용
사전 교육	온라인	사회적기업 기본과정	한국사회적기업진흥원 온라인 과정
	오프라인	개강식	담당자 및 담임멘토 소개
		위탁운영기관 소개	서울디자인재단이 꿈꾸는 사회적기업
		아이스브레이킹	창업팀 사업모델 발표
		사업소개	사회적기업가 육성사업 안내
		사례연구(1)	멘토에게 듣는 사업이야기
		협동조합 일반	협동조합은 무엇인가?
		서비스디자인방법론	서비스디자인방법론을 적용한 문제해결
		기업회계	스타트업기업에 필요한 회계
		사례연구(2)	사례를 통해 본 창업팀 준비사항
		사회적기업 평가	사회적기업 성과측정과 투자유치
		사업연계	기업의 사회적책임과 사업연계
공통 교육	법인설립 기본교육		· 법인의 종류 및 특징, 장단점 · 법인설립을 위한 준비사항 · 사회적기업을 위한 법인설립 준비사항
	사진 콘텐츠 제작요령		· 사진 컨텐츠 촬영 및 제작 · 사진촬영기기 점검 및 조언 · 사진의 활용 및 변형기법
	사회적 회계교육		· 사회적 경제(기업)의 이해 · 사회투자지원재단 · 국내외 사회적 경제 조직 현황 · 사회적기업과 사회적 목적 설계의 이해 외

창업팀 공통교육 프로그램은 법인 설립 기본교육, 사진 콘텐츠 제작요령, 사회적 회계 교육이다. '법인설립 기본교육'은 기업가로서 역량을 강화하고 창업팀을 법인으로 유도하기 위한 목적으로 수행되었고 '사진 콘텐츠 제작요령'의 경우 사진으로 전환 가능한 콘텐츠를 홍보와 홈페이지 제작에 활용하기 위한 목적으로 진행되었다. 또한 사회적기업에 적합한 경영전략과 사회적 소유구조를 통한 조직 구조를 설계하는 기반을 조성하기 위해 회계교육도 실시되었다.

교육 뿐만 아니라 간담회, 워크숍, 발표회, 출정식 등의 활동을 통해 운영기관과 창업팀 간에 원활한 소통이 이루어졌고 참여한 창업팀간의 네트워크를 형성하였으며 다각도의 자원을 연계하기 위해 외부 멘토제 및 다양한 사회적기업 행사에 참여하는 기회를 지속적으로 마련하였다.

(7) 서울우수공공디자인 인증제

「서울우수공공디자인 인증제」는 서울의 도시경관을 종합적이고 체계적으로 개선하고 관리하기 위해 도시공간, 도시시설물의 형태·윤곽·색채·조명 및 주변과의 조화 등에 대한 디자인인증을 시행하는 사업이다. 공공디자인 기초시설물의 제작단계부터 디자인 가이드라인의 적용에 이르는 작업 전반에 걸쳐 도시경관의 질서를 세움으로써 디자인서울을 구현함과 동시에 서울의 공공성을 정립하는 기준으로 기능하고 있다.

서울시는 매년 상·하반기 2회에 걸쳐 2008년부터 2013년까지 총 11회의 인증을 진행하였고 2013년에 진행된 제10회 인증에서는 총 38개, 제11회 인증에서는 52개의 제품이 추가되어 현재까지 총 620여개의 공공시설물이 인증되었다. 인증제품은 선정계획 공고, 신청서 접수, 1차 서류심사, 2차 현물심사, 서울시민디자인위원회 심의의 과정을 모두 통과해야 최종적으로 선정될 수 있다. 선정된 제품에는 서울시에서 발급한 우수공공디자인 인증서가 주어지며, 2년 동안 해치인증마크 사용 및 제품홍보 혜택, 서울시 및 산하기관 발주사업에 대한 인센티브제도 등의 다양한 권리를 부여받게 된다.

심사를 진행하는 심사위원회는 서울시민디자인위원회 위원 및 외부 전문가 등 10인 내외로 구성되며, 심사위원회 개최를 통해 우수공공디자인 적격여부를 판단하고 있다.

제11회 인증부터는 인증유효기간이 만료된 기 인증된 제품 중 유지관리 상태가 우수한 디자인을 선별하여 재인증을 해주는 과정을 신설하여 53점의 제품이 재인증되었다. 지금까지 인증된 제품은 서울우수공공디자인 온라인 인증제 홈페이지[26]에서 확인할 수 있다.

26) 서울우수공공디자인 온라인 인증제 홈페이지 http://sgpd.seoul.go.kr



[그림 2-41] 제10회 서울우수공공디자인 인증 제품



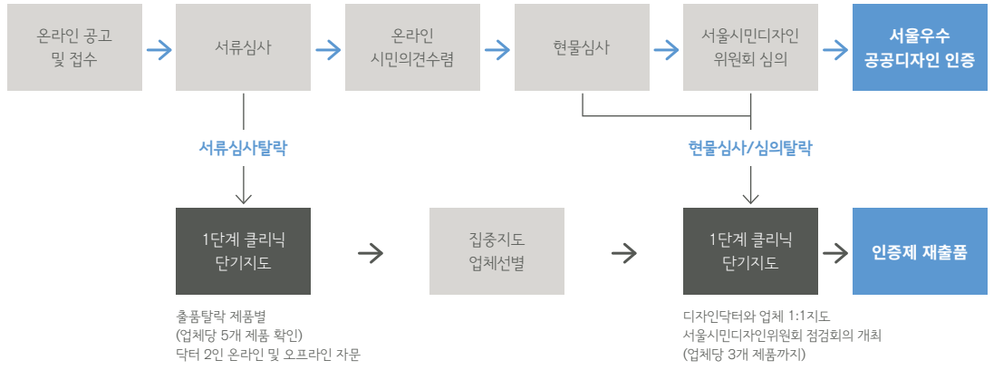
[그림 2-42] 제11회 서울우수공공디자인 인증 제품

(8) 디자인서울클리닉

「디자인서울클리닉」은 「서울우수공공디자인 인증제」에서 탈락한 업체들을 대상으로 디자인서울 가이드라인을 교육하고 디자인서울의 추진방향에 맞는 공공디자인 개발 방법을 지도하는 사업으로, 「서울우수공공디자인 인증제」 시행 직후 진행되었다. 공공시설물 종류에 따라 해당 분야의 디자인닥터(디자인 전문가)가 1:1 매칭되고, 단기클리닉, 설명회, 집중클리닉 순의 지도 절차에 걸쳐 개발업체의 공공시설물에 대한 디자인 문제 진단과 자문을 받을 수 있도록 지원하고 있다.

디자인서울클리닉의 진행 프로세스는 크게 두 단계로 구분할 수 있다. 첫 번째 단계인 단기클리닉에서는 「서울우수공공디자인 인증제」 서류탈락 업체 중 클리닉지도를 희망하는 업체를 대상으로 2명의 디자인닥터를 배정하고, 업체의 제품에 대한 서류심사 탈락원인을 분석하여 서울시 공공시설물 디자인 방향에 맞게 단기지도를 진행한다.

두 번째 단계인 집중클리닉에서는 단기지도를 완료한 업체 및 「서울우수공공디자인 인증제」 현물심사에서 탈락된 업체 중 신청 업체를 대상으로 1:1 집중 디자인컨설팅을 진행하게 되는데, 이 과정은 업체의 기술능력에 맞는 맞춤형 교육으로 진행된다. 집중지도 기간에는 디자인닥터와 4회 이상의 오프라인 미팅을 갖게 되며, 수시로 디자인 자문을 받을 수 있도록 하고 있다. 집중지도 후 최종적으로 개발된 디자인 시제품으로 「서울우수공공디자인 인증제」에 재도전을 할 수 있게 된다.



[그림 2-43] 디자인서울클리닉 진행 프로세스

서울시는 인증제가 시행된 2009년부터 2013년까지 「디자인서울클리닉」을 통해 총 373개의 업체를 지도하였으며(단기지도 216개 업체, 집중지도 157개 업체), 제10회 인증까지 총 70개 업체의 117개 제품이 「서울우수공공디자인」 인증을 취득하였다.

이 제도를 통해 공공시설물을 개발하는 중소업체들의 디자인 개발능력을 향상시키고, 공공디자인 관련 업계를 활성화시켜 일자리를 창출하는데 기여하고 있다.

[표 2-21] 디자인서울클리닉 추진실적

클리닉 회차	단기클리닉		집중클리닉		집중클리닉 후 인증제품
	지도기간	업체 수	지도기간	업체 수	
계	2009 – 2013	216개	2009 – 2013	157개	70개 업체 (117개제품)
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	4개 업체 (2개 제품)
10회	2013. 6	13개	2013. 7 – 2013. 8	5개	4개 업체 (8개 제품)
11회	2013. 11	5개	2013. 12 – 2014. 2	4개	3개 업체 (4개 제품)



[그림 2-44] 디자인서울클리닉 진행 사례

3) 문화상품 디자인 진흥

서울디자인재단은 기존에 추진해오던 「디자인태그」, 「우수디자인 아이디어 제품화」 등의 사업을 보다 확장·운영하기 위해 2013년 2월 <문화상품 디자인 진흥>이라는 새로운 전략을 수립하였고 세부사업으로 「시민우수아이디어 제품화」와 「국내외 박람회 참가」 사업을 시행하였다.

[표 2-22] 문화상품 디자인 진흥 세부사업

구분	사업명
시민우수아이디어 제품화	서울상징 관광기념품 공모전
	서울·한글 상품개발
	청와대 사랑채 상품개발
국내외 박람회 참가	메종오브제
	서울디자인페스티벌
	닝보시 디자인태그관 운영

(1) 시민우수아이디어 제품화

그간 서울시 관광사업과 등 일부 부서에서 기념품 관련 공모전을 추진하였으나, 서울을 상징할 만한 기념품 개발이 여전히 미흡하다는 평가를 받아왔다. 신청사, 박물관, 미술관 등의 기념품 매장에 서울시나 특정장소와 관련된 기념품이 존재하지 않으며 기존의 제품 또한 관광객의 기대치에 미치지 못한다는 이유이다. 이러한 문제점을 해결하고자 「시민우수아이디어 제품화」 방안이 마련되었고 2013년도 시행된 사업으로는 「서울상징 관광기념품 공모전」, 「서울·한글 상품개발」, 「청와대 사랑채 상품개발」 사업이 있다.

• 서울상징 관광기념품 공모전

「서울상징 관광기념품 공모전」은 서울을 찾는 국내외 관광객이 서울여행을 추억하거나 서울의 이미지를 쉽게 떠올릴 수 있는 관광기념품을 개발하기 위해 추진한 공모전이다. 매년 서울을 상징하는 지정주제와 자유주제를 구분하여 진행된다.

[표 2-23] 서울상징 관광기념품 공모전 세부사항

주제	지정주제 (7개)	한양도성 / 서울시청 / 시민청 / 한옥마을(북촌, 남산, 서촌) / 서울도서관 / DDP / "서울"(한글, 영어, 그림문자 등으로 활용 가능)
	자유주제	서울의 이미지, 특징을 상징적으로 나타낼 수 있는 주제
분야	중저가 (3만 원 이하) / 고가 (3만 원 이상 ~ 10만 원 이하)	

2013년 서울상징 관광기념품 공모전에는 총 266종 889개의 작품이 참가하였고 다섯 차례의 심사를 거쳐 총 100종 394개의 작품이 선정되었다. 심사방법은 두 차례의 전문가 심사와 수요자가 원하는 관광상품을 선정하기 위한 세 차례의 국내외 관광객 선호도 평가로 구성되었다. 선호도 평가는 청와대 사랑채와 명동 글로벌문화관광센터, 신청사 시민청사에서 국내외 관광객 3,332명이 심사에 참여하였다. 심사 기준은 주제와의 적합성, 상품화 가능성, 시장성이 가장 중요한 사항으로 고려되었다.




[그림 2-45] 서울상징 관광기념품 공모전 선호도 조사 장면

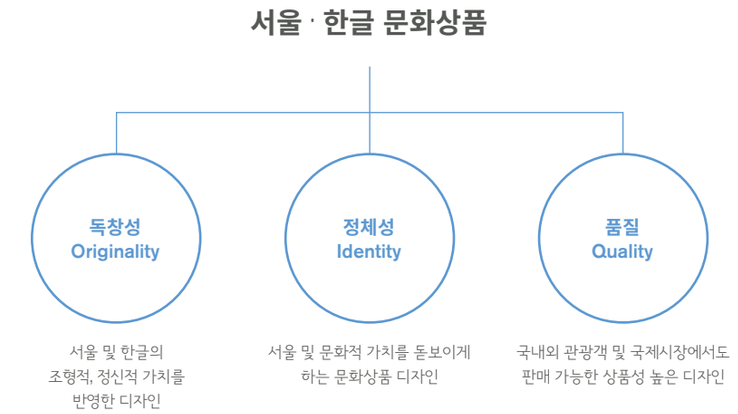
[표 2-24] 서울상징 관광기념품 공모전 선정 작품

구분	개수	제품명	이미지
대상	1	서울 오르골	
금상	3	나전 윷놀이 메모패드, 책갈피 서울 미니마크넷 세트	  
은상	5	서울 디자인엽서 양초 받침대 북촌 액자 외	  
동상	10	티스푼, 서울스팟 투어 가이드 카드 외	  
입선	81		

선정된 작품은 서울디자인재단이 선정 및 구매하여 글로벌 마케팅 등 관광정책관 행사 추진 시 활용하고 있으며 해외 방문 및 초청외빈에게 기념품으로 제공하고 있다. 또한 명동 관광정보센터, 청와대 사랑채, 다누리 매장, 광화문광장 지하 국산 캐릭터 샵에 공모전 수상작 판매코너를 별도로 마련하여 운영하고 있으며 서울시립미술관, 서울역사박물관, 중앙부처 운영 기념품 숍과 서울디자인페스티벌에서도 전시, 판매하고 있다.

• 서울·한글 상품개발

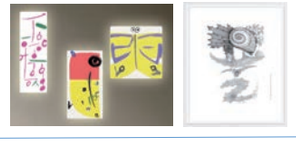
서울디자인재단은 DDP의 개관 및 개관 기획전을 기념하여 서울·한글을 주제로 문화상품을 개발하는 「서울·한글 상품개발」 사업을 시행하였다. 서울시립대학교 디아트 산학협력단과 재단이 MOU를 체결하고 협력하여 문화상품을 개발하고 양산하였다.



[그림 2-46] 서울·한글 상품개발 컨셉

이번 사업은 15인의 디자인 전문그룹과 공동개발을 통해 상품기획, 디자인, 생산 등 실질적 상품개발 방안을 마련하고 서울·한글의 내외적 가치를 재조명하여, 서울만의 문화적 가치를 담은 지속가능한 문화상품을 개발하는데 주요 목적이 있었다. 재단과 전문 디자이너는 타겟, 시장, 트랜드 조사 및 분석과 총 두 차례의 디자인 품평을 통해 출판도서, 생활소품, 문구사무 용품 등 4개 분야의 60개 시제품을 양산하였다. 개발된 상품들은 DDP 아트숍과 청와대 사랑채, 서울역사박물관 등에 입점되어 판매될 계획이다.

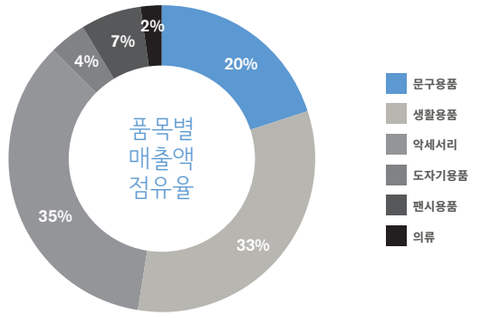
[표 2-25] 서울·한글 상품개발 아이템

아이템		이미지
출판 도서	한글책	
생활 소품	조명, 에코백, 열쇠고리, 장식용 마그네틱, 비닐폴더	
패션 소품	스카프, 악세사리, 손수건, 티셔츠	
문구 사무 용품	북마크, 노트, 수첩, 엽서, 스티커, 연필	

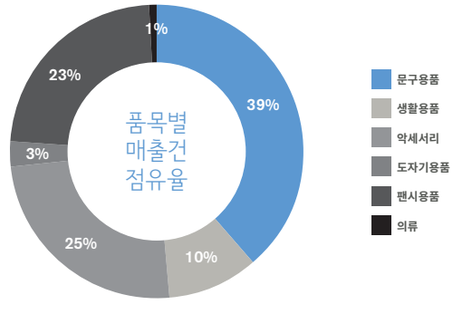
• 청와대 사랑채 상품개발

서울디자인재단은 2013년 9월부터 「청와대 사랑채 상품개발」 사업을 추진하여 21종의 청와대 로고상품을 개발 및 발굴하였다. 이후 개발된 상품은 다양한 문화상품과 함께 청와대 사랑채에 입점되었다. 현재 59개 기업의 약 2,000종의 상품이 입점되어 있으며 2013년 9월부터 12월까지의 매출실적은 약 1억 9천 2백만 원으로 집계되었다.

평균적으로 첫 번째 단체 관람객이 청와대 사랑채 관람을 마치는 오전 11시에서 오후 1시 사이에 매출이 높고 청와대의 장소적 특성상 청와대 로고 시계의 매출이 가장 크다. 하지만 매출 건수는 미라클 피쉬, 박시쌍방, 오케이 아하 등 팬시 및 도자기, 전통공예와 같이 비교적 단가가 낮은 생활용 기념품이 높게 나타났다.



[그림 2-47] 품목별 매출액 점유율



[그림 2-48] 품목별 매출건 점유율

이 외에도 재단은 2014년 DDP 아트숍 개관을 위해 DDP 아트숍 로고상품 개발을 추진하였다. 네 차례의 디자인태그 정기워크숍 개최를 통해 총 75개의 DDP 로고상품 개발 업체를 발굴하였다.

(2) 국내외 박람회 참가

재단은 2013년 한 해 동안 서울의 디자이너 및 전문 기업의 경쟁력을 강화하고 국제적인 상품성과 트렌드를 겸비한 '디자인태그'를 홍보하기 위해 메종오브제, 디자인페스티벌 등 다양한 국·내외 박람회 참여를 지원하였다. 결과적으로 총 매출은 2억 7천만 원, 총 방문객 12만 명, 약 1억 5천 8백만 원의 이익을 거뒀다.

메종오브제

「메종오브제」는 1995년부터 프랑스 공예협회(Ateliers D'Art de France)와 Reed Expositions France의 자회사가 주최해온 인테리어·디자인 박람회이다. 프랑스 파리에서 매년 1월과 9월, 총 2회 개최되며 참가사, 비즈니스 관계사 및 바이어, 유통사, 언론사 등의 네트워크 형성이 용이하다는 장점을 가지고 있다. 또한 세계적인 수준의 인테리어, 장식 오브제 및 가구 박람회로 신진 디자이너와 기업 선정을 통해 다음해 디자인 트렌드를 제시하며 디자인 비지니스의 선도적 역할을 담당하고 있다고 할 수 있다.

2013년에는 9월 6일부터 10일까지 총 5일간 프랑스 파리 노르빌팡트 전시관에서 열렸으며 서울시 소재의 디자이너 및 디자인 전문기업은 최신 트렌드를 보여주는 새로운 디자인 제품 및 상품 전시회가 개최되는 Hall8에 참가하였다.

전시 중 모지스튜디오의 '클립펜', via k studio의 '꽃펜', 김종수의 'Bright us LED lamp' 양혜은의 '고깔조명'이 현지인들로부터 많은 관심을 받았다. 전시회 기간 내 해외 유명 뮤지엄숍 담당자 및 VIP 벤더와의 교류로 문화상품 디자인 진흥기반 사업의 해외 활용기반을 마련하였고. DDP 개관 홍보 및 콘텐츠 유치 협력망을 확보하였다.



[그림 2-49] 2013 메종오브제 현장

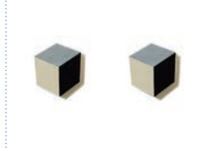
• 서울디자인페스티벌

2013년「서울디자인페스티벌」의 주제는 '나눔 디자인'이다. 12월 18일부터 22일까지 총 5일간 삼성동 무역센터에서 개최되었으며 디자인태그관이 운영되었다. 공모전 선정 상품, 사회적기업 상품, DMC창업센터 입주기업 상품이 참여하여 약 2천만 원의 매출을 달성하였고 노크네버랜드 등의 생활용품 및 문구용품이 높은 매출을 올렸다.

[표 2-26] 2013 서울디자인페스티벌 디자인태그 상품 구성

상품구분	기업 수	제품군 수	기타
공모선정 상품	55	240	'나눔'을 주제로 공모 및 심사를 통해 선정된 제품
사회적기업 상품	7	29	서울디자인재단 육성 사회적기업
DMC입주기업 상품	7	22	DMC창업센터 입주 우수기업 제품
총계	69	291	-

[표 2-27] 2013 서울디자인페스티벌 디자인태그 매출 상위 5개 업체

환상공장	(주)노크네버랜드	플라스틱팜	SECOND AMIE	A.pair
클립펜	핸드폰 악세서리, 문구류	천연 붙이는 비누	나무소품, 악세서리	악세서리(디자인 귀걸이)
				

이 외에도 재단은「헤럴드디자인마켓」을 개최하고「디자인위크인 대구」참여를 지원하였다.「헤럴드디자인마켓」은 헤럴드와 재단이 협력하여 개최하는 디자인행사이다. 2013년에는 'Re-imagine the world- 일상 속에 숨겨진 디자인의 재발견'이라는 주제로 한남동 블루스퀘어 NEMO에서 10월 8일부터 11일까지 총 4일 동안 개최되었으며 총 30개의 국내 디자인업체의 공예품, 패션의류, 액세서리, 에코 푸드, 인테리어 소품 등을 전시, 판매하고 다양한 부대행사를 마련하였다.「디자인위크인 대구」는 대구경북디자인센터에서 11월 13일에서 24일까지 총 12일간 '스마트디자인 3.0 : 착한빅뱅'이라는 주제로 개최되었다. 서울디자인재단은 서울 상징 관광기념품 공모전 수상작 19점과 약 30점의 디자인태그 상품으로 전시에 참여하였다.

• 닝보시 디자인태그관 운영

문화상품 디자인 해외마켓은 중국 닝보시[27]에 위치한 NTM 내 수입상품 무역관[28] 2층에 마련되었다. 서울디자인재단은 매년 메종오브제 전시 참가를 지원하고 있으나 일회성 전시로는 지속적인 홍보 및 판로개척이 어렵다고 판단하였으며, 2012년 기준 디자인 수출액 중 디자인기업 전체 매출액이 1.94%에 머무는 등 디자인기업의 해외진출 필요성이 요구됨에 따라 한국디자인진흥원과 협력하여 대중국시장의 진출을 위한 교두보를 마련하였다. 닝보시 디자인태그관에는 총 8개 업체의 13종의 제품이 입점되었다.

27) 중국 닝보시
· 위치 : 중국 양자강 삼각주, 항저우 동남쪽과 상하이 남부
· 면적 : 9,365㎢
· 인구 : '12년 1천만 명
· 행정구역 : 6개구, 2개현, 3개시
· GDP : '11년 1인당 평균 12,074 달러(중국 평균 5,449달러)
· 주요품목 : 의류, LCD패널, 선박, 석유화학, 문구 등
· 한국과의 교역총액 : '11년 48억 달러(수입 22억달러)
· 한국은 닝보의 제4대 무역대상국이며 제7대 무역투자국

28) NTM (Ningbo Trade Mart : 국제무역관람중심)
· 면적 : 14만㎡(수입상품무역관 : 4만㎡(COEX 3.5만㎡)
· 닝보시의 주요 프로젝트중의 하나로 상설전시관 및 무역관으로 2기 건설 완료 (향후 3기, 4기 건설 계획)
· 닝보시 동부뉴타운의 중심지로 옆에는 닝보시청, 금융센터, 문화센터 등이 들어서 경제문화행정 중심지 예상



[그림 2-50] 중국마켓 닝보 추진체계



[그림 2-51] 중국마켓 닝보 이미지

4) 패션산업 활성화

서울시는 2012년까지 총 10개의 패션사업을 6개의 민간기관에 위탁운영해왔다. 그러나 업무담당자의 잦은 인사이동 및 위탁기관 변경 등으로 사업 추진 노하우 및 전문성 축적이 어려워지고 국내외 패션계에 대한 상황이 빠르게 변화함에 따라 패션산업 지원전문기관의 필요성이 제기되었다. 서울시는 '재단법인 서울디자인재단 설립 및 운영 조례 제4조'의 근거에 따라 서울디자인재단이 DDP를 중심으로 패션산업을 육성·지원하는 기능을 담당하고 패션조직을 신설, 패션전문기관을 육성하도록 하였다. 그리고 서울디자인재단이 체계적인 단계를 통해 패션관련 전체사업을 담당하도록 DDP 주변 활성화 관련 사업을 우선 위탁하고 나머지 사업은 단계적으로 확대 이관하도록 하였다.

서울시	서울디자인재단
패션사업 지원을 위한 정책개발, 계획수립	DDP와 연계한 동대문상권 활성화 사업 오랜기간 전문성 축적이 필요한 사업 신진인력(디자이너, 봉제인력) 양성 사업 시설관리, 행사운영 위주 사업

1단계(2013)	2단계(2014)
DDP 주변 활성화 관련 사업	시설운영사업 등 일부 사업 추가 이관
1) 동대문패션상권 활성화 지원 수출지원센터 운영 패션브랜드페어 운영 패션창업지원 교육 동대문상권 활성화 2) 동대문패션지원센터 운영 패션지원센터 운영 봉제업체 역량강화 지원 홍보·마케팅 및 판로지원 교육프로그램 3) 서울패션위크 이관준비	· 서울패션위크 개최 · 패션지원센터 운영 · 한국패션봉제아카데미 운영 · 서울패션창작스튜디오 운영 · 모델리스트콘테스트 개최 · 글로벌 패션브랜드 육성사업 · 해외 패션전시회 참가 지원 · 해외 컬렉션 참가 지원

[그림 2-52] 패션산업 업무구분과 단계적 이관 계획

2013년 서울디자인재단은 기존 계획에 따라 패션팀을 신설하였고 패션사업을 위탁운영하기 시작하였다. 2013년에 실행한 위탁사업은 「동대문패션상권 활성화 지원」과 「동대문패션지원센터 운영」이 있으며 각 사업 아래 세부사업들이 시행되었다. 이후 전문 기관의 지속적 운영이 필요한 기반시설 중심의 지원사업과 서울패션위크 등 나머지 사업은 계획에 따라 단계적으로 이관할 계획이다.

[표 2-28] 패션산업 활성화전략 세부사업

구분	사업
(1) 동대문 패션상권 활성화 지원	동대문패션브랜드페어
	1인 패션디자이너 창업지원사업
(2) 동대문패션지원센터 운영	봉제장비 임대사업
	작업환경 개선사업
	의류봉제 패션잡화 수주상담회

(1) 동대문패션상권 활성화 지원

동대문 상권은 기획, 생산, 판매가 모두 한 곳에서 이뤄지는 산업 집적지로 한류에 대한 관심과 더불어 많은 주목을 받고 있다. 또한 국제적인 규모로 서울을 대표할 수 있는 글로벌 시장으로 입지를 구축하고 있는 상황이다. 이에 서울시와 서울디자인재단은 동대문 소재의 중·소 패션 브랜드들의 해외진출 기회를 확대하고 대외 경쟁력을 강화하기 위한 지원이 필요하다고 판단하여 중·소 패션 브랜드와 해외바이어를 매칭하고 수출상담회를 개최하는 「동대문패션브랜드페어」와 창업교육부터 현장실습, 상설쇼룸 입점단계까지 지원하는 「1인 창조 패션디자이너 창업보육사업」을 실시하였다.

• 2013 동대문패션브랜드페어

서울디자인재단의 수출지원센터는 2013년 중구 신당동 소재의 유어스빌딩 패션 아트홀에 상설전시관을 마련하여 동대문패션브랜드페어를 운영했다. 참가업체의 상품을 소개하기 위해 상설 전시장과 패션쇼를 개최하며 참가업체와 해외바이어간 1:1 상담을 적극 유치하고 있다.

상설 전시는 외부 심사를 통해 봄·여름, 가을·겨울 기간으로 나누어 각 40개의 브랜드를 선정한다. 서울디자인재단은 여성복, 남성복, 패션잡화 등 다양한 복종의 참가를 유도하고 기획력과 브랜드 능력이 있는 중소패션 업체를 적극 유치하고 있다. 선정된 브랜드에게 상설 전시장 내 홍보부스가 제공되며 6개월간 동대문 수출지원센터를 통해 참가업체와 해외바이어간에 1:1 매칭 기회도 제공받는다.

서울디자인재단이 초청하는 바이어는 주로 중국인과 일본인이다. 바이어의 유통 및 판매 규모와 구매 가능성 등을 고려하여 선정되며 수출지원센터가 보유한 DB와 일본 및 중국 내 현지 에이전시를 활용하여 실질적으로 구매목적을 가진 바이어를 초청한다.

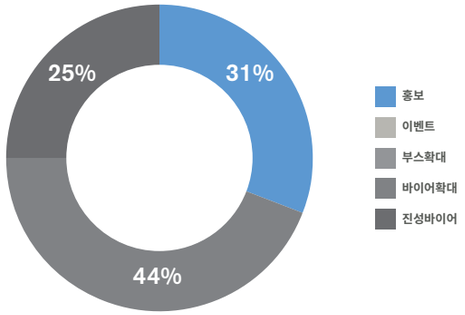
[표 2-29] 2013 동대문패션브랜드페어 행사 운영 세부사항

구분	행사기간	참가대상	바이어	수주상담액($)
상설 전시	상반기(3.19~6.30)	40개 사(여성복28, 남성복4, 패션잡화8)	596명	55,283.00
	하반기(9.23~12.31)	36개 사(여성복15, 남성복3, 아동복8, 패션잡화8, 컨텐츠샵2)	335명	69,211.00
상설 패션쇼	상반기 7회	43개 사		
	하반기 6회	44개 사		



[그림 2-53] 2013 동대문패션브랜드페어 행사

동대문패션브랜드 행사에 대한 전시브랜드 만족도 조사에 따르면, 동대문패션브랜드페어 참가이유로 해외판매망 구축이 50%로 가장 높은 비율을 나타냈고 25%가 홍보 및 인지도를 꼽았다. 행사 만족도는 패션쇼 구성이 44%, 부스 및 기타 전시시설 구성에 대한 만족도가 31%로 높게 나타났으나 전시입점 주요 이유인 해외판매망 개척과 홍보, 인지도 제고는 낮은 만족도를 보였다. 동대문패션브랜드페어의 발전을 위한 요인으로 바이어 확대 44%, 홍보 31%, 진성바이어 수급이 25%로 바이어 개선과 홍보전개가 향후 행사에 있어 중요한 요인임을 알 수 있다.



[그림 2-54] 2013 동대문패션브랜드페어 설문결과

이러한 설문조사 결과를 바탕으로 재단은 1:1 매칭 서비스를 강화하고 상설 전시장의 접근성을 강화하며, 중국과 일본 외에 동남아시아, 남미 등 다양한 지역의 바이어를 초대하는 등 행사에 대한 지속적이고 폭 넓은 홍보를 강화해 나갈 것이다. 또한 수주상담회를 연 2회에서 월 2회로 변경하고 해외 현지 단체와 밀접한 관계를 형성하는 등 해외 마케팅도 강화할 계획이다.

• 1인 패션디자이너 창업지원사업

서울디자인재단은 「1인 패션디자이너 창업지원사업」을 통해 창업을 희망하는 패션디자이너들을 대상으로 패션 전문가들이 체계적인 교육을 제공함으로써 창업기업들이 국내외 패션비즈니스 환경에 보다 안정적으로 적응하여 성공적인 창업을 실현할 수 있도록 돕고 있다. 2013년에는 상반기, 하반기 각각 서울지역에 거주하는 패션창업 예정자 25명을 선정하여 약 3개월 동안 교육을 실시하였다.

[표 2-30] 1인 패션디자이너 창업지원사업 교육과정

	단계	목적	세부내용	수강생
상반기	기초학습단계(6월) 6회 15과목 80시간	창업실무이해	OT, 창업입문, 동대문수출지원센터, 봉제단체 소개, 소매 바이어 동향, 유럽 바이어 동향 외	25명
	심화학습단계(7월) 8회 16과목 44시간	창업 사업계획 및 현장 실습	패션CEO 사례, 해외시장 동향, 해외바이어 특성, 패션 컨벤션 비즈니스 현황, 현장 실습 외	
	실전창업수립단계(8월) 6회 12과목	실전 창업 실습	소자본무역 실무, 개인 창업계획 최종 마무리, 컨벤션 실습 외	
하반기	심화학습단계 실전창업 수립단계(11, 12월) 11회, 15과목		시장조사, 상품기획, 디자인, 유통전략, 생산관리 외	19명

결과적으로 1기에서는 2명이 교육을 통해 창업하였고 또 다른 2명이 창업을 준비하고 있다. 2기는 1명이 창업하였으며 1명이 창업 준비 중에 있다. 그리고 총 5명의 교육생이 동대문패션브랜드페어에 참여하였다. 설문조사에 따르면 2013년이 교육을 시작한 첫 해임에도 불구하고 교육생이 전반적으로 만족한다는 응답을 하였고 교육생과 강사의 지속적인 멘토링 관계를 유지하길 원했다. 또한 교육이 종료된 후에도 지속적인 지원, 관리 및 세미나 등을 요청하였다.

(2) 동대문패션지원센터 운영

• 봉제장비 임대사업

봉제는 국내의 패션산업을 구성하는 가장 기본요소이자 패션에서 전·후방 고용창출 효과가 가장 큰 산업이다. 서울시는 봉제업체의 역량을 강화하기 위해 2011년부터 봉제임대사업을 실시[29]해왔으며 2013년부터는 재단이 사업을 이관하여 실시하였다.

29) 2011년 서울시 방침 "현장중심의 거점 봉제업체 육성계획"에 근거

2013년 봉제장비 임대사업은 6월부터 12월까지 시행되었다. 임대기종은 WOVEN, 다이마루, 니트 등 25종이 있고 80개의 업체를 선정하여 총 501개의 봉제장비를 임대하였다. 임대조건은 한 업체 당 세 대, 최대 3개월이고 비용은 센터가 80%, 봉제업체가 20%를 부담하였다.

지역별로는 종로구의 33개 업체, 성북구의 30개 업체, 중구의 4개 업체가 임대사업을 통해 봉제기기를 임대하였으며 가장 많이 빌린 봉제기기는 삼봉사절 재봉기와 니혼오바 재봉기로 각각 85대, 90대를 임대했다.

본 사업은 영세한 봉제업체에게는 성공적인 사업모델로 제시된다. 그 이유는 봉제장비 임대사업을 통해 생산품목별 필요한 장비를 임대함으로써 설비투자에 대한 부담감을 감소하는 효과가 있기 때문이다. 또한 수혜대상인 의류제조업계의 의견을 적극적으로 수렴하여 맞춤형 사업을 추진하였고 2011년과 2012년에 지적되었던 기종별 불균형 수급 구조가 의류제조업체에서 장비임대업체를 직접 선정하여 활용하는 방법으로 변경됨으로써 효과적으로 개선되었다.

• 작업환경 개선사업

봉제산업 활성화를 저해하는 요인으로 시설 낙후로 인한 산업재해와 직업병을 유발하는 위험 요인의 지속적인 증가가 꼽히고 있다. 이에 서울디자인재단은 작업장 내의 근로환경을 개선하여 안전사고를 사전에 예방하고 보다 쾌적한 환경 속에서 일할 수 있는 작업 여건을 만들기 위해 「작업환경 개선사업」을 실시하였다.

2013년 「작업환경 개선사업」은 7월부터 12월까지 총 5개월간 진행되었고 패션기반 거점업체 밀집지역인 종로구, 중구, 성북구 및 용산구에 있는 80개의 패션기반 업체의 작업환경을 개선하였다. 개선사업은 공조기 등 6개 품목을 대상으로 '쾌적한 작업장 환경 조성'과 전기설비 현대화, 노후 조명교체를 하는 '노후 전기설비 및 조도 개선'으로 나뉘어 시행되었다. 2012년도 사업 개선 요구사항으로 제시되었던 작업 보도 테이블도 2013년도 개선품목에 포함되었다. 업체 자체 부담금은 개선 비용의 10%이고 나머지는 센터에서 지원하였다.

[표 2-31] 작업환경 개선사업 업체 현황 (단위 : 개)

지역	종로	중구	성북	동대문	강북	용산	광진	관악	중랑	금천	기타
	26	11	16	7	5	3	3	2	2	2	3

품목	숙녀(토탈)	신사/숙녀 상의	신사/숙녀하의	셔츠	기타(완성,샘플)
	45	6	8	12	9

[표 2-32] 작업환경 개선사업 개선 현황

구분	개선 내용	개선 현황
환경 개선 물품	· 공기질 개선을 위한 공조기(공기흡입장치) 설치 · 노후 보일러(스팀다리미 작업용) 교체로 에너지 절감 · 정리정돈 유지를 위한 청소기 설치 · 정리정돈 유지를 위한 작업 보조테이블 설치 · 미세먼지 발생 억제를 위한 흡입기 설치 · 공기순환을 위한 환풍기 설치	환풍기(13), 흡입기(172), 청소기(24), 노후 보일러(55), 작업 보조대(33), 공기순환장치(4)
노후 전기 설비 개선	· 에너지 절전 및 조도개선을 위한 삼파장, LED 등으로 조명등 교체 · 조명기구(갓등, 십자등) 추가, 교체 설치로 작업장 내 조도 향상 · 작업대 위 레이스웨이 설치로 작업능률 향상 · 누전차단기 설치로 누전에 의한 화재위험 제거 · 노후 전기배선, 컨센트 및 작업장 내 무분별한 배선 정리, 교체 · 계량기함, 배전함 설치로 안전장치 보강	조명 교체(548), 레이스웨이 설치(25), 배전함/누전차단기 교체(77), 콘센트/스위치 교체(67), 배선 정리(12)

• 의류봉제 패션잡화 수주상담회

국내 봉제업체의 대부분은 기존의 거래처에 의존하고 있다. 이는 경영활동을 전개하고 일감을 확보하는데 있어 가장 큰 애로사항으로 꼽힌다. 이에 서울시는 2012년부터 봉제업체 바이어유치를 위한 수주상담회를 개최하고 있다.

30) 한국의류산업협회. (2010). 2010 전국 봉제업체 실태조사 결과 보고서. p.127.

[표 2-33] 전국 봉제업체 실태조사[30)]

구 분	업체 수	애로사항(%)				
		거래선(일감) 확보	인건비 상승 및 인력난	낮은 임가공비	자금조달의 어려움	기 타
전체	5,038	43.9	21.7	12.1	7.5	14.8

2013년 봉제업체 바이어유치 수주상담회에는 7월 11일 유어스빌딩 5층 패션아트홀에서 열렸다. 서울디자인재단 동대문패션지원센터와 한국패션협회 성동토탈패션지원센터, 한국의류산업협회 중랑패션지원센터가 공동주관하였으며 총 43개의 업체가 참여하였고 140개사의 바이어가 방문하였다. 상담 건수는 총 123건이며 상담금액은 12억 3천만 원을 기록하였다. 상담 건수는 전년대비 줄어들었으나 실 상담액수는 증가하였다.

[표 2-34] 2013 의류봉제 패션잡화 수주상담회 참가업체 규모

품목	여성복	남성복	가죽/니트	스포츠	패션잡화	액세서리	기타	총
업체 수	15	1	4	5	8	7	3	43

[표 2-35] 2013 의류봉제 패션잡화 수주상담회 방문 바이어 규모

품목	브랜드	디자이너	쇼핑몰	유통·도매	프로모션	협회	기타	총
업체 수	25	26	27	14	5	9	34	140



[그림 2-55] 의류봉제 패션잡화 수주상담회 현장

2013년 수주상담회는 2012년 수주상담회와 비교했을 때 많은 개선 사항이 있었다. 첫 번째는 여성복, 남성복 외 아웃도어, 유아복, 전통복 등 참가업체의 품목이 다변화되었고, 3개 센터가 공동으로 참가바이어를 초청하였다는 것이며, 두 번째로는 수주상담회 이외에도 참가업체 대표 및 직원을 대상으로 사전 비즈니스 교육을 실시하였다는 점이다. 세 번째로는 3개의 주체 센터가 협업 시스템을 구축한 것을 꼽을 수 있다. 마지막으로 수주상담체계를 1:1 상담을 통해 바이어와 참가업체의 매칭을 강화하여 좋은 평가를 받았다.

2.3 주요성과와 전망

서울시는 디자인을 통해 경제를 활성화하기 위해 2013년 한 해 동안 <도심창조산업 육성>, <디자인산업 생태계 조성>, <문화상품 디자인 진흥>, <패션사업 활성화>에 따른 사업을 수행했다.

「성수동 수제화 산업 활성화」 사업은 서비스디자인 방법론을 통한 도심창조산업의 가장 핵심적인 시범사업으로 2012년부터 사전조사와 DB구축, 디렉터리북 제작, 마스터플랜 수립을 추진하였고 2013년에는 이러한 조사와 계획을 바탕으로 본격적인 핵심 사업에 착수하였다. 성수동 수제화 산업을 중심으로 서민경제와 골목 상권에 활기를 불어넣기 위해 구두테마역 조성, 구두공동매장 설치, 성수동 브랜드 아이덴티티 개발 및 테마상징물 설치, 구두디자인공모전이 실시되었다. 2014년에는 기획의 마지막 단계에 해당하는 인프라 확산기로 구축 완료된 성수동 구두테마역의 지속적인 관리 및 운영을 위한 계획을 수립하여 이를 추진할 예정이다.

「성수동 수제화 산업 활성화」 사업이 성공적으로 진행됨에 따라 디자인을 통해 서울시의 전통시장을 활성화하기 위해 「서울약령시 한방사업 활성화」 사업과 「영천시장 다시살림 프로젝트」도 2013년에 함께 추진되었다.

디자인산업 생태계를 조성하고 디자인 전문인력의 교육과 시설을 지원하는 서울디자인지원센터와 4대 클러스터는 2013년에 효율성과 집중이라는 명목 아래 서울디자인지원센터와 DMC창업센터로 통합·운영되었다. 2014년에는 이러한 두 개의 지원센터가 유지되며 각각의 센터에서는 기존 추진해오던 「서울디자인컨설턴트 운영」 사업과 센터 운영 업무를 지속할 예정이다.

그 외에도 2013년에 계획된 <문화상품디자인 진흥> 전략을 바탕으로 우수디자인제품의 판매를 활성화하기 위해 국내외 디자인 마켓을 구축하고 이를 토대로 디자인문화상품 진흥 기반을 조성하는 공모전, 해외 전시 지원 등 다양한 사업을 펼쳐왔다. 2014년에는 현재까지 축적된 인프라를 바탕으로 상품 개발 및 마케팅을 위한 업무를 확대할 예정이다.

<패션사업 활성화> 전략은 쇠퇴해가는 의류제조업을 지원하고 동대문을 기반으로 패션사업을 활성화하기 위한 전략으로 두 단계에 걸쳐 이관작업이 진행 중이다. 2013년은 첫 번째 이관 단계로 기존의 동대문 상권의 영세 브랜드 업체와 봉제업체를 지원하는 사업을 지속적으로 시행하였으며 기초적인 이관작업을 수행하였다. 2014년에는 이관 계획의 두 번째 단계로 그 동안 준비해온 「서울패션위크」, 「서울모델리스트콘테스트」 등 행사를 개최할 예정이며, DDP 개관식과의 연계를 통해 사업 추진 효과를 극대화할 전망이다.

3장
서울디자인과 사회·문화

<2013 서울디자인백서>의 각 장별(경제, 사회·문화, 환경) 이슈는
서울연구원의 서울서베이, 서울디자인재단의 서울디자인서베이 등을
비롯하여 여러 연구기관의 분야별 보고서 및 연구자료를 바탕으로
서울시와 서울디자인재단의 내부 협의를 통해 도출되었다.

3.1 서울 사회·문화 이슈와 디자인 전략

1) 서울 사회·문화 이슈1 : 저출산·고령화로 인한 사회 복지영역 확대 요구

(1) 서울시 저출산율의 심각성
(2) 고령화로 인한 미래세대 부담 가중

2) 서울 사회·문화 이슈2 : 범죄율 증가로 인한 도시 안전성 저하

3) 서울 사회·문화 이슈3 : 시민의 문화 수요 및 창작욕구 증가

4) 서울 사회·문화 이슈4 : 도시자원과 연계된 관광콘텐츠 개발 필요

5) 디자인 전략 : 디자인을 통한 사회문제 해결 및 문화향유 확대

(1) 모든 시민을 배려하는 디자인복지 실현
(2) 디자인을 통한 안전하고 건강한 도시 만들기
(3) 창의적 디자인문화 확산
(4) 역사문화관광콘텐츠 조성

3.2 2013 서울디자인 사업 : 사회·문화 영역

1) 모든 시민을 배려하는 디자인복지 실현

(1) 유니버설디자인 보편화
(2) 국공립어린이집 스페이스브랜딩 디자인
(3) 종묘탑골공원 주변 서비스디자인
(4) 주민센터 서비스디자인

2) 디자인을 통한 안전하고 건강한 도시 만들기

(1) 범죄예방디자인 프로젝트 및 연구
(2) 지하철 역사 액티브디자인
(3) 축산물 단속비리 예방 서비스디자인

3) 창의적 디자인문화 확산

(1) 창의디자인교육사업
(2) 도시갤러리 프로젝트

4) 역사문화관광콘텐츠 조성

(1) 한양도성 경관조명 개선
(2) 문화역서울 284 활성화 방안 연구

3.3 주요 성과와 전망

3.1 서울 사회·문화 이슈와 디자인 전략

21세기에 접어들면서 서울시의 인구·가구 구조는 급격한 변화를 맞이하기 시작하였다. 그리고 이러한 변화는 저출산, 고령화, 저성장, 저고용 등의 문제를 야기하였고 이에 대한 해결책으로 문화와 창의성의 역할이 대두되기 시작하였다.

이러한 창의성에 대한 사회적, 문화적 관심은 전 세계적인 추세라고 볼 수 있다. 미국, 일본, 영국 등 세계 도시들이 도시의 문화적 가치를 보존하고 창조적인 인재를 양성하는데 힘을 쏟고 있다. 실제로 미국 오바마 대통령과 일본 아베 총리, 중국 시진핑 주석, 영국 데이비드 캐머린 총리는 국민의 잠재된 창의성과 아이디어 등을 활용하여 새로운 산업과 일자리 등 경제적 가치 창출을 위한 창조산업 중심의 창조경제 활성화[1]를 위해 많은 노력을 쏟고 있다. 이뿐만 아니라 유엔도 2010년 「창조경제 보고서」[2]발간을 통해 인류 역사상 그 어느 때보다 상상력, 아이디어 등 창의성에 바탕을 둔 무형자산이 경제적 가치로서 중요성이 높다는 것을 시사했다. 서울시 또한 창의성을 개발할 수 있는 문화·관광 인프라 및 프로그램을 개발하고 창조적인 인적자원을 육성하여 사회문제를 현명하게 해결할 뿐만 아니라 사회구성원 모두의 삶의 질을 보전하고 향상을 도모하기 위해 노력을 기울이고 있다.

1) 이민화, 차두원. (2013). 창조경제. 서울:북콘서트. p.37.

2) UN. (2010). Creative Economy Report.

1) 서울 사회·문화 이슈1 : 저출산·고령화로 인한 사회 복지영역 확대 요구

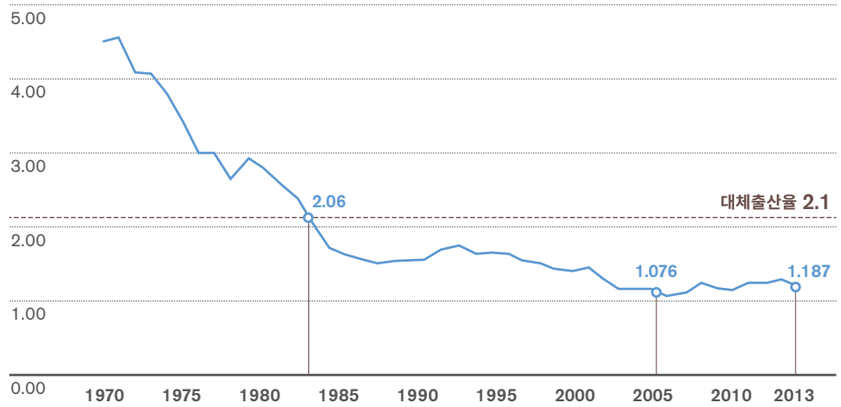
(1) 서울시 저출산율의 심각성

2013년 서울통계[3]에 따르면 서울시 합계 출산율[4]은 0.968명으로 전국 평균인 1.187명을 밑돌았다. 이는 전국 17개 시·도 중에서도 가장 낮은 수치로 서울시의 저출산율이 심각함을 나타낸다.

3) 서울특별시. (2014). 서울통계. http://stat.seoul.go.kr

4) 여자 한 명이 평생 동안 낳을 것으로 예상되는 평균 자녀 수.

(단위 : 가임여자 1명당 명)



[그림 3-1] 전국 합계 출산율 추이

[표 3-1] 서울시 출생률 변화 (단위 : 명)

년도	2000	2002	2003	2005	2007	2009	2010	2012	2013
합계출산율	1.262	0.995	1.003	0.922	1.056	0.962	1.015	1.059	0.968

[표 3-2] 시도별 모(母)의 연령별 출산율 및 합계 출산율[5] (단위 : 해당연령 여자인구 1천 명당 명, 가임여자 1명당 명)

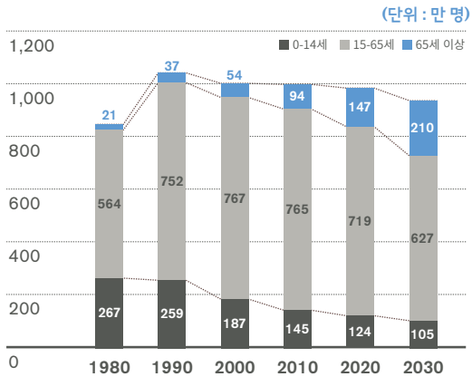
	2012	2013	'12년 대비 증감
전국	1.297	1.187	-0.110
서울	1.059	0.968	-0.091
부산	1.135	1.049	-0.086
대구	1.217	1.127	-0.091
인천	1.301	1.195	-0.107
광주	1.295	1.170	-0.125
대전	1.315	1.234	-0.080
울산	1.481	1.391	-0.090
세종	1.597	1.435	-0.162
경기	1.355	1.226	-0.129
강원	1.374	1.249	-0.125
충북	1.485	1.365	-0.120
충남	1.571	1.442	-0.130
전북	1.440	1.320	-0.121
전남	1.642	1.518	-0.124
경북	1.489	1.379	-0.110
경남	1.503	1.367	-0.136
제주	1.598	1.427	-0.171

5) 통계청. (2014). e-나라지표, 연령별 출산율 및 합계 출산율. http://www.index.go.kr

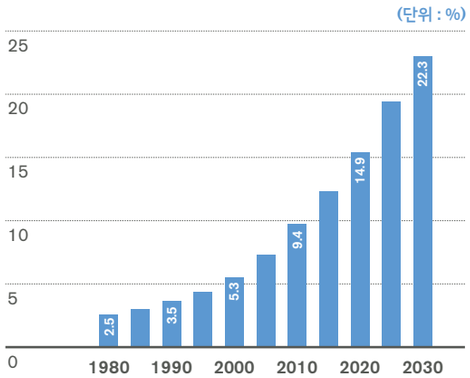
서울의 출산율이 낮은 이유는 혼인 연령대의 젊은 인구가 밀집되어 있음에도 불구하고 일하는 여성이 많아 만혼과 늦은 출산 비율이 높기 때문인 것으로 분석된다. 실제로 서울에서 아기를 낳는 여성의 출산연령은 32.74세로 전국 시·도 중 산모의 평균 출산연령이 가장 높다. 또한 출산은 보육·교육·주거 등 복합적인 문제를 수반하는 행위이기 때문에 출산율 제고 자체만을 목표로 양육비 및 보육비만 지원하는 재정지출을 확대하는 정책은 한계에 부딪힐 수밖에 없다. 실질적으로 저출산 문제를 극복하기 위해서는 재정지출뿐만 아니라 공보육 확대, 가족 정책, 노동시장 개혁, 남녀 파트너십에 대한 사회복지 영역의 확대 및 인식 개혁 등이 필요할 것이다.

(2) 고령화로 인한 미래세대 부담 가중

출산율의 감소만큼 심각한 사회문제는 빠른 속도로 늘어나는 고령화다. 2010년 서울시의 65세 이상 고령인구는 전체 인구의 9.3%인 94만 명으로 현재 서울은 고령화 사회(Aging society)에 해당한다. 그리고 6년 후인 2020년에는 고령인구 비율 14.9%의 고령사회(Aged Society)로, 20년 이내에는 고령인구 200만 명의 초고령 사회(Post-Aged Society)로 진입할 것으로 예상된다.



[그림 3-2] 서울시 인구구조 변화[6]

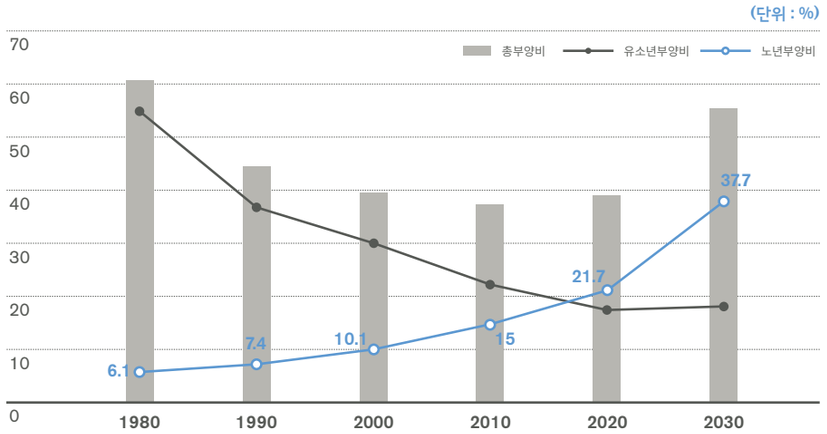


[그림 3-3] 서울시 고령인구 구성비[7]

이러한 인구구조의 변화는 출산율의 감소와 더불어 여러 가지의 사회문제를 야기할 것으로 예상된다. 낮은 출산율로 유소년 부양비는 감소하는 반면, 노년 부양비는 급격히 증가할 것으로 예상되기 때문이다. 생산가능인구 100명 당 노인 수를 의미하는 노년부양비는 2010년 15.0%에서 초고령 사회로 들어선 2030년에 37.7%로 증가할 것이다.

6) 통계청. (2014). e-나라지표, 장래인구추계. http://www.index.go.kr

7) 통계청. (2014). e-나라지표, 장래인구추계. http://www.index.go.kr



[그림 3-4] 서울의 부양비 변화[8]

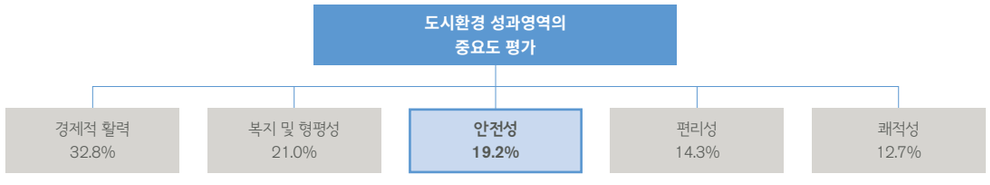
인구구조의 노령화는 노인 부양부담이 늘어나는 문제뿐만 아니라 노동력의 부족, 노동생산성 저하, 저축과 투자의 위축 등을 야기하기 때문에 경제성장에 부정적인 영향을 미칠 것이라는 것이 일반적인 전망이다. 또한 노년기에 접어들면 절대소득이 감소하는 것이 일반적임에도 불구하고 여전히 과반수 정도가 노후에 대한 뚜렷한 대책 없이 노년기에 진입하고 있는 것으로 알려져 있다. 때문에 현재와 동일한 수준의 서비스를 제공한다고 하더라도 2030년 서울시 노인복지 예산은 2010년 대비 약 2.3배 증가해 노인 복지 관련 재정 부담을 증가시킬 것으로 예측된다.

이와 반대로 노령화에 대한 긍정적인 전망도 존재한다. 서울이 초고령 사회로 접어드는 20년 후의 노인세대는 현 세대 노인과는 달리 고학력, 전문직이고 상대적으로 높은 경제력을 보유한 집단으로, 자원봉사와 배움 등의 자기계발과 자기관리에 충실하며 생산적 활동에 적극적으로 동참하는 신노년 문화가 등장할 것으로 예상된다. 따라서 신노년을 대상으로 비물질적인 사회복지 영역을 확대하고 고령자 개개인의 인적 자원을 사회적 자본으로 전환할 수 있는 기회를 제공하는 정책 제안이 요구되고 있다.

8) 김경혜. (2011). 서울연구원, 초고령 사회 서울, 어떻게 대처할 것인가(I). p.3.

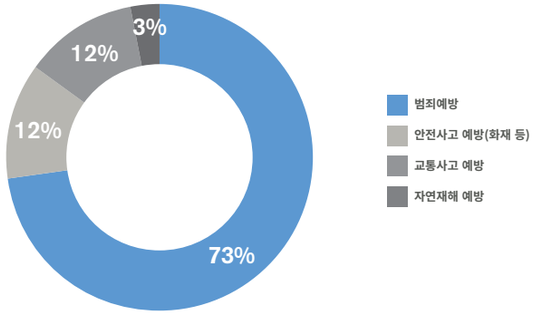
2) 서울 사회·문화 이슈2 : 범죄율 증가로 인한 도시 안전성 저하

도시의 안전은 시민 삶의 질을 향상시키기 위한 가장 기본적인 조건이다. 2010년 서울시에서 진행한 설문조사에 따르면 서울 시민은 도시환경 성과영역 중 경제적 활력, 복지 및 형평성 다음으로 도시 안전성을 중요한 항목으로 꼽았고 안전분야 중에서는 범죄예방을 가장 중요한 요소로 인식하고 있었다.



[그림 3-5] 서울시민의 도시환경 성과영역 중요도 평가결과[9]

(표본 : 1,000명)



[그림 3-6] 서울시민의 안전성 영역 중요도 평가결과[10]

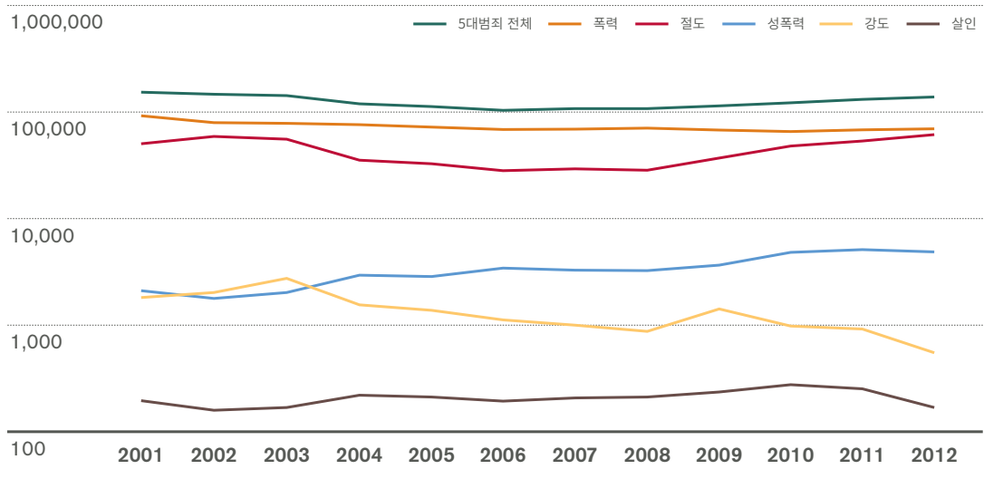
(표본 : 1,000명)

그러나 서울이 점차 팽창하고 복잡해짐에 따라 생활·강력범죄 발생빈도가 높아지고 그에 따라 시민들의 두려움 또한 증가하고 있다. 강도, 살인, 성폭력, 폭력, 절도 5대 범죄는 2000년대 중반 이후 지속적인 증가세를 보인다. 특히 절도와 폭력이 90% 이상을 차지하고 강간, 성추행을 포함한 성폭력이 가장 급격하게 증가하고 있어 서울 시민들의 안전을 위협하고 있다.

9) 서울특별시. (2010). 「지역발전계획 수립을 위한 정책지표 개발」 설문조사. p.214.

10) 서울특별시. (2010). 「지역발전계획 수립을 위한 정책지표 개발」 설문조사. p.227.

(단위 : 건)



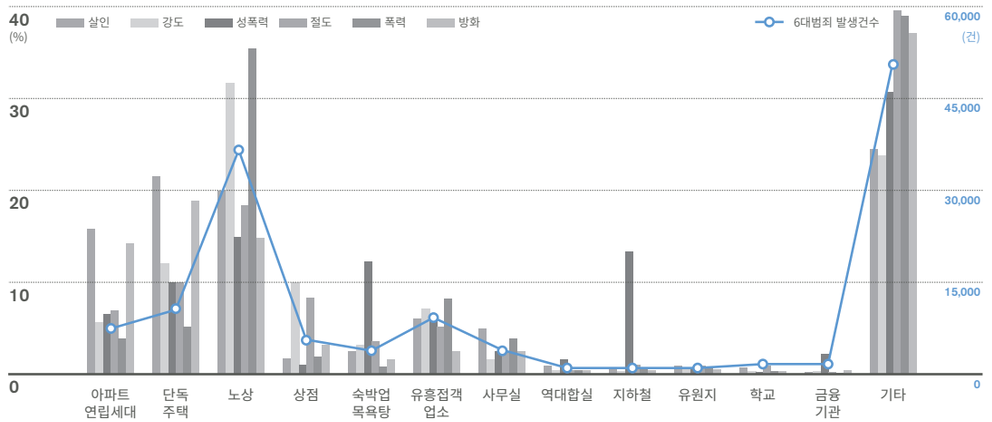
[그림 3-7] 서울의 5대 범죄 발생 추이[11]

「서울의 범죄발생 특성과 안심도시 추진방향」 연구에 따르면 범죄가 가장 빈번하게 발생하는 곳은 소로(小路), 골목길 등 불특정 공공장소이며 주로 야간, 주말에 많이 발생한다.

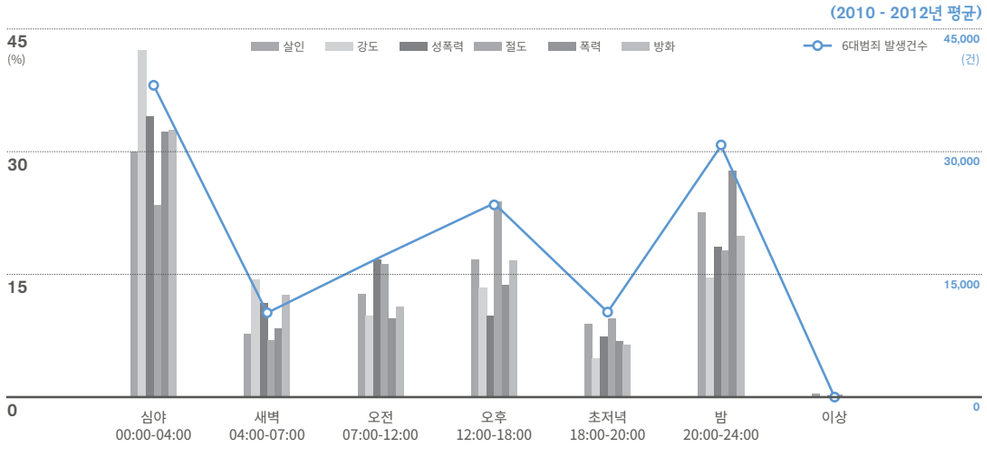
11) 신상영, 조권중. (2014). 서울연구원, 서울의 범죄발생 특성과 안심도시 추진방향. p.4.

12) 신상영, 조권중. (2014). 서울연구원, 서울의 범죄발생 특성과 안심도시 추진방향. p.6.

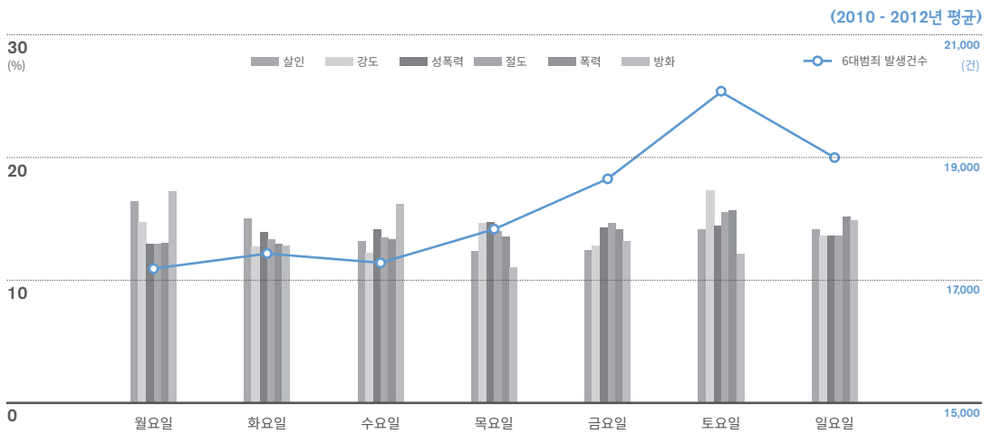
(2010 - 2012년 평균)



[그림 3-8] 6대 범죄 발생장소[12]



[그림 3-9] 6대 범죄 발생시간[13]



[그림 3-10] 6대 범죄 요일별 발생비율[14]

13) 신상영, 조권중. (2014). 서울연구원, 서울의 범죄발생 특성과 안심도시 추진방향. p.7.

14) 신상영, 조권중. (2014). 서울연구원, 서울의 범죄발생 특성과 안심도시 추진방향. p.7.

'서민보호 치안강화구역'과 '청소년 유해업소 밀집지역'을 중심으로 범죄취약지역의 특성을 자세히 살펴보면, 1인 가구, 15~36세 여성인구, 저소득가구 비중이 높고, 세입자 가구 비중과 인구 이동률이 높은 지역으로 분석된다. 범죄취약지역은 주로 좁고 시야 확보가 불량한 지역이 많다. 방범용 CCTV가 부족한 일부지역에서는 사설 보안시스템에 의존하고 있으며, 가로등이 부족하거나 야간조명이 충분치 않은 지역도 있다. 또한 불법주차, 쓰레기 투기 등 기초질서 유지 및 환경관리 상태가 불량한 지역도 있는 것으로 드러났다. 시민들이 안심하고 삶을 꾸릴 수 있는 도시안전을 이루려면 지역실정에 밝은 주민들이 적극적으로 참여하여 지역특성에 적합한 과제들을 발굴하고 대처해나가는 접근이 필요할 것이다.

3) 서울 사회·문화 이슈3 : 시민의 문화 수요 및 창작욕구 증가

현재 서울은 물리적, 기술적 네트워크만으로 구축된 지식기반 경제에서 문화적·인적 요인들의 네트워크 기반으로 경제의 패러다임이 변화하고 있다고 볼 수 있다. 이러한 변화는 인적자원의 중요성을 부각시키며 창조적 시민의 역량 또한 도시의 경쟁력을 결정하는 주요 요소로 작용함을 인식시키고 있다. 이에 창의성과 상상력을 활용하는 창조산업의 중요성이 점차 증가하는 추세이다.

경제발전에 의한 생활방식의 변화 또한 상상력과 창조력에 대한 시민의 욕구를 증가시키는 요인으로 작용한다. 경제성장으로 인한 여가생활 증가 및 주 5일제 수업 전면 시행, 그리고 치열한 경쟁사회에 대한 피로가 급증하면서 그 반대급부로 공동체적 삶을 지향하는 문화가 생성되고, 문화를 향유하고 창작하고자 하는 욕구가 꾸준히 증가하고 있다.

그동안 서울시는 여러 경로를 통해 문화예술 참여, 즉 시민들의 예술향유와 문화교육을 위해 많은 노력을 해왔다. 그리고 이러한 노력의 결과로 문화·환경 만족도가 점차 증가하고 있는 상황이다. 서울시 통계정보에 따르면 '매우 불만족'이 2006년 2.3%에서 2012년 2.0%로 감소하였고 '매우 만족'은 2006년 2.5%에서 2012년에 16.7%로 약 8배 증가하였다. 이를 통해 서울시의 문화 인프라와 환경이 시민의 요구에 부응하면서 점차 개선되고 있음을 알 수 있다.

[표 3-3] 서울시 문화환경 만족도 추이[15] (단위 : %)

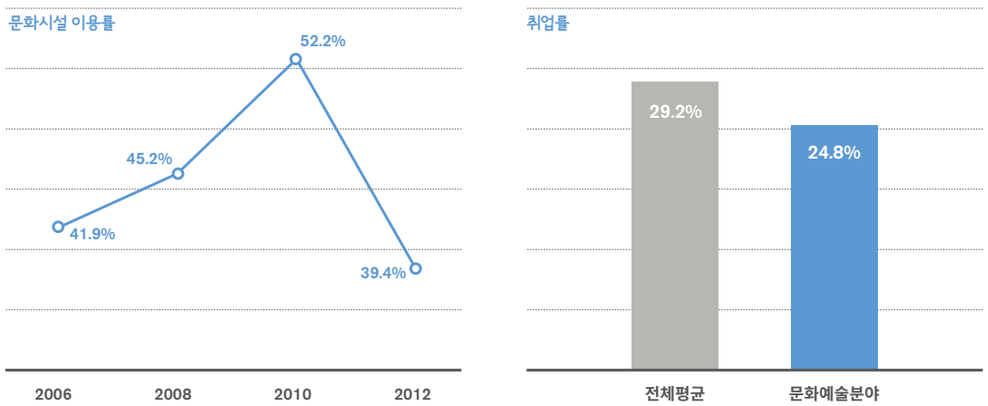
구분	매우 불만족	약간 불만족	보통	약간 만족	매우 만족
2006	2.3	10.6	67.3	17.4	2.5
2007	2.5	9.5	60.4	25.7	1.9
2008	1.7	8.3	57.7	30.3	1.9
2009	1.7	7.1	61.2	28.0	1.9
2010	1.4	5.8	50.9	38.1	3.8
2011	0.8	5.8	49.7	39.3	4.4
2012	2.0	6.3	42.8	32.2	16.7

그러나 문화시설 이용률은 2010년 52.2%에서 2012년 39.4%로 떨어지고, 문화·예술 분야의 취업률 또한 24.8%로 전체 평균의 29.2%에 못 미치는 등 문화생활을 영위하고 싶은 시민의 욕구는 증가하나 이에 대응하는 문화기반은 여전히 취약함을 알 수 있다.

15) 서울특별시. (2014). 서울통계, 문화시설 이용률 및 문화예술분야 취업률. http://stat.seoul.go.kr

16) 서울특별시. (2013). 시정운영계획-1권(총괄편). p.27.

(단위 : %)

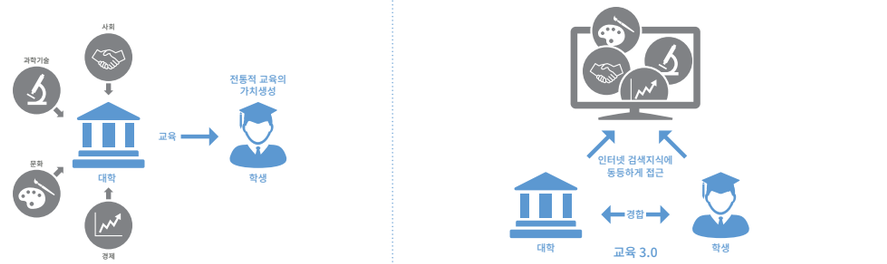


[그림 3-11] 문화시설 이용률[16]

창조적 인재양성 교육 또한 시민의 주요한 관심사로 떠오르고 있다. 지금까지 한국의 성장 동력은 추격자[17]의 형태로서 많은 지식을 빠른 시간 내에 습득하는 사람을 좋은 인재로 여겼다. 하지만 사회가 창조적 도전을 필요로 하는 개척자를 요구함에 따라 한국의 교육이 정답 중심에서 문제발굴과 창조적 문제해결 중심으로 변화할 필요성이 제기되고 있다.

17) 이민화, 차두원. (2013). 창조경제. 서울:북콘서트. p.32.

[표 3-4] 창조성 교육[18]



교수 중심 교육	학습자 중심 교육
많은 지식 소유가 중요	지식의 융합과 활용이 중요
콘텐츠 중심	콘텍스트 중심
일상적인 매뉴얼 기능	비일상적인 인터랙티브 기능

이러한 변화의 필요는 시민들에게도 찾을 수 있다. 2014년 서울디자인서베이에 따르면 시민의 삶의 질 개선을 위해 디자인교육이 필요하다는 의견이 68.9%로 나타났다. 특히 50대 이상과 소득이 높은 층에서 그 필요성을 더 높게 인식하고 있었다.

18) 이민화, 차두원. (2013). 창조경제. 서울:북콘서트. p.264.

19) 시민디자인연구소. (2014). 서울디자인서베이. p.75.

[표 3-5] 디자인교육 설문조사[19] [Base : 전체 응답자(n=2,000, Unit : % / 5점 평균]

Q. 귀하가 보시기에 시민들의 삶의 질을 개선하기 위해 시민들을 위한 디자인교육이 어느정도 필요하다고 보시는지요?

구분		Base	필요	보통	불필요	5점 평균
전체		(2,000)	68.9	25.3	5.9	3.74
성별	남자	(995)	66.5	26.8	6.6	3.69
	여자	(1,005)	71.1	23.7	5.2	3.79
연령	20대	(447)	61.7	30.2	8.1	3.66
	30대	(534)	69.1	25.5	5.4	3.74
	40대	(530)	68.9	26.4	4.7	3.73
	50대 이상	(489)	75.1	19.2	5.7	3.81
지역	종로/중구/용산	(106)	70.8	22.6	6.6	3,74
	성북/강북/도봉/노원	(337)	69.4	24.6	5.9	3.74
	성동/광진/동대문/중랑	(289)	62.6	29.8	7.6	3.63
	송파/강동	(228)	72.8	22.4	4.8	3.81
	서초/강남	(198)	71.7	25.3	3.0	3.82
	동작/관악/금천	(236)	65.3	24.2	10.6	3.64
	양천/강서/구로/영등포	(372)	68.5	26.3	5.1	3.73
	은평/서대문/마포	(234)	72.6	23.9	3.4	3.82
월평균 가구소득	300만 원 미만	(453)	60.9	31.6	7.5	3.62
	300-499만 원	(852)	70.0	24.1	6.0	3.74
	500만 원 이상	(695)	72.7	22.6	4.7	3.81

창조도시는 과학기술, 창조적 인재, 그리고 다양한 문화가 공존하는 사회를 의미한다. 특히 지역 내 창조 잠재력이 높을 뿐만 아니라 창조성이 발현되어 내발적으로 발전하는 도시, 창조성을 발휘할 수 있는 환경을 갖춘 도시, 창조계층이 모여 창조자본이 형성되고 창조기업이 집중하게 되어 성장된 도시를 의미한다.[20] 서울시 또한 창조도시로서 자리매김하기 위해 전 시민층을 대상으로 문화향유 기회를 확대하고 창조적 인재를 육성할 수 있는 공공교육을 실시하는 등의 정책 마련이 필요하다.

20) 이민화, 차두원. (2013). 창조경제. 서울:북콘서트. p.291.

4) 서울 사회·문화 이슈4 : 도시자원과 연계된 관광콘텐츠 개발 필요

서울은 약 600년 동안 수도로서 기능하였고 이로 인해 역사적, 문화적 가치가 높은 유산들을 다수 보유하고 있다. 하지만 활용도 높은 역사·문화자원 보유와 더불어 최근 역사문화유산의 중요성이 대두되고 있음에도 불구하고 여전히 문화유산들은 도시미관적 측면과, 문화재 보전차원에서 보호와 정비가 이뤄지는 대상으로 여겨질 뿐 시민의 생활에 좀처럼 다가가기 힘든 자원으로 인식되고 있다.

최근 조사에 따르면 이러한 역사문화의 낮은 접근성은 국내 시민들뿐만 아니라 관광산업에도 부정적인 영향을 미치는 것으로 드러난다. 한국을 방문하는 외래 관광객은 관광정책이 본격적으로 시행된 2006년을 기준으로 급격하게 증가하였다. 2009년 이후 방한 외래 관광객 수의 증가율은 지속적으로 연평균 10% 이상을 기록하였고 2012년도에는 전년대비 13.7% 성장한 약 1천 1백만 명이 한국을 방문하였다. 이 중 82.5%인 9백만 명이 서울을 방문한 것으로 추정된다. 이러한 관광객의 양적 급증과 더불어 한국의 관광경쟁력은 2013년 140개국 중 25위로 상위권에 진입했다. 하지만 한국 방문 이후 3년 안에 한국을 다시 찾는 관광객의 재방문율은 전반적으로 감소하는 추세이고 관광친밀도(Affinity for Travel and Tourism) 또한 81위로 중하위권을 기록[21]하는 등 관광의 질적 측면에서는 다소 부족함이 있다고 볼 수 있다.

21) WEF. (2013). The Travel and Tourism Competitiveness Report.

22) 금기용. (2013). 서울연구원, 서울관광 질적 내실화 방안. pp.40~41.

[표 3-6] 서울 방문 외래 관광객[22] (단위 : 천 명, %)

년도	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
전체 방문 외래 관광객 수	6,023	6,155	6,448	6,891	7,818	8,795	9,785	11,140
서울 방문 비율	78.1	76.8	73.4	74.5	77.4	80.3	79.7	82.5
서울 방문 외래 관광객 수(추정)	4,704	4,727	4,733	5,134	6,051	7,065	7,806	9,191
서울 방문 외래 관광객 증가율	-	0.5	0.1	8.5	17.9	16.8	10.5	17.7

[표 3-7] 3년 이내 한국 재방문율[23] (단위 : %)

년도	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
재방문율	45.3	44.7	43.8	41.5	41.8	43.7	41.9	39.2	41.8

세계 경제 포럼(WEF)이 발간하는 「The Travel and Tourism Competitiveness Report」의 아시아 국가 관광 경쟁력 순위를 보면 싱가포르가 5.23점으로 가장 높은 점수를 획득하였고 일본이 5.13점, 홍콩이 5.11점으로 상위권을 차지하였다. 한국은 4.91점으로 그 뒤에 위치하였다. 이는 관광산업에 대한 국가 규제와 인적·문화적 자원 등을 전반적으로 종합하여 평가한 수치로 한국이 가진 문화적 자원의 가능성을 확인할 수 있다.

23) 금기용. (2013). 서울연구원, 서울관광 질적 내실화 방안. p.30.

[표 3-8] 아시아 관광 경쟁력 순위(상위 5개국)

순위	국가 명칭	지수
1위	싱가포르	5.23
2위	일본	5.13
3위	홍콩	5,11
4위	한국	4.91
5위	대만	4.71

관광의 질을 결정하고 관광지의 재방문율을 높이는데 역사·문화적 매력은 매우 중요한 요소이고 그 중에서도 문화재가 차지하는 비중은 매우 크다고 할 수 있다. 문화재란 '인위적·자연적으로 형성된 국가적·민족적·세계적 유산으로서 역사적·예술적·학술적·경관적 가치가 큰 것'으로 우리의 문화를 소개할 수 있는 문화관광자원 중 하나이기 때문이다. 이에 따라 서울시는 2013년 5대 관광명소를 선정하여 관광 활성화를 위한 스토리텔링 사업을 추진하고 있다.

24) 금기용. (2014). 서울연구원, 서울시 스토리텔링 관광자원 마케팅 전략 연구. p.92.

[표 3-9] 2013 서울시 5대 관광명소 스토리텔링 사업 주요 성과[24]

구분		한강	한양도성	동대문	세종대로	한성백제
5대 지역 대표 스토리 발굴		383건	546건	235건	167건	100건
전달방법 (Communication)	이야기 자료집	383건 수록	82건 수록	43건 수록	41건 수록	100건 수록
	스토리 북	'한강이 말걸다' 30건 수록	'이야기를 따라 한양도성을 걷다' 104건 수록	-	-	웹툰 : '매의 아이' 25회
	오디오 북	61건 수록	-	-	-	-
	이야기지도	27건 수록	40건 수록	27건 수록	10건 수록	13건 수록
	패널 설치	30개	3개	-	2개	3개
	관광 상징물 설치	-	-	2개	19개(한글 숨바꼭질 18개)	1개
	체험, 재현 프로그램 개발 및 운영	멘토투어 (조류학자 윤무부, 소설가 김훈 등)	창작극 : '호랑이바위로 쌓아 올린 한양도성'	뮤지컬 : 하도감 이생전	투어 체험프로그램 : 이야기꾼과 함께 떠나는 한글여행	뮤지컬 : 이도한산

5) 디자인 전략 :
디자인을 통한 사회문제 해결 및 문화향유 확대

(1) 모든 시민을 배려하는 디자인복지 실현

서울시의 인구구조는 저출산과 고령화로 인해 빠른 속도로 변화하고 있다. 이러한 변화는 신체적 제약과 타인의 도움이 요구되는 노년층과 유소년 층의 분포도를 증가시키고, 이는 곧 서울시가 고려해야 할 시민층이 더욱 다양해지는 것을 의미한다. 또한 세계화로 인한 외국인 관광객이 증가하고 도시 내 시민의 안전을 위협하는 여러 요소들이 분포하고 있어 다양한 계층을 배려하고 안전한 생활이 보장되는 지역사회 및 도시환경 조성이 요구되는 있는 실정이다.

최근 사회, 인구, 환경의 변화에 의한 문제를 해결하는 방안으로 유니버설 디자인이 대두되고 있다. 유니버설디자인은 모든 인간의 편리성을 위한 디자인적인 방향성을 지니고 있는 디자인 개념을 지칭한다. 이 개념에는 이용성이라는 특성이 내포되어 있으며 이를 바탕으로 접근성, 편리성, 변모성, 동등성, 융통성 등 모든 인간의 편리성을 충족시키기 위한 방향성을 지니고 있다.[25] 해외에서는 물리적 환경 중심의 무장애(Barrier-Free)에서 나아가 교육, 문화, 정보, 서비스 등 소프트웨어에 이르기까지 정부차원의 적극적인 유니버설디자인 정책 도입이 이루어지고 있으며 미국의 경우 유니버설디자인센터를 설립하여 약자의 편의를 증진하기 위한 다양한 사례들을 발굴하고 있다.

서울시 또한 2012년부터 유니버설디자인이 복지를 실현하는데 있어 핵심 개념이 되어 왔으며 2013년에 들어와 유니버설디자인의 보급 및 확산을 위한 구체적인 사업을 시행하고 있다.

서울시는 2009년 교통약자의 이동에 불편한 요소들을 개선하는 시책인 「서울특별시 교통약자 이동편의 증진계획」을 수립한 이후 「복지시설 유니버설디자인 가이드라인」을 수립하였다. 그리고 2012년 모든 시민의 삶을 변화시키는 디자인산업 생태계 조성 기반을 마련하기 위한 「유니버설디자인 산업 생태계 조성 방안 연구」를 수행하였고 2013년에는 2012년에 이어 유니버설디자인을 더욱 보편·확산시키기 위해 「유니버설디자인 보편화 및 보급 확산」 사업과 「복지시설 유니버설디자인 가이드라인 개발 및 컨설팅」을 진행하였다.

「학교환경개선 컬러컨설팅」 사업 또한 유니버설디자인을 적용한 것으로 열악하고 획일적인 교육환경을 개선하고 학생들의 감성과 창의력을 키우며, 함께 참여하고 소통하는 교육공간을 조성하기 위해 3개의 학교를 선정하여 색채기본계획안을 개발하였다.

25) 남궁윤재. (2011). 유니버설디자인 연구 분석을 통한 개념 재정립.

「주민센터 서비스디자인」 사업은 시민의 접근성이 가장 높은 동주민센터를 대상으로 유니버설디자인을 적용한 사업이다. 시민의 활용이 많은 동주민센터 민원실 내에 유니버설디자인 매뉴얼을 마련하고 시범 설치함으로써 장애인, 노약자, 어린이 등 모든 시민에게 편리한 서비스를 제공하기 위한 목적으로 실행되었다.

이뿐만 아니라 유소년층과 노년층을 위한 환경을 조성하는 사업도 진행하였다. 「국공립어린이집 스페이스브랜딩 디자인」 개발을 통해 어린이들에게 심리적 만족감과 즐거움을 주고 차별화된 브랜드 아이덴티티를 부여하여 시민체감의 인지도를 높이고자 하였다. 친노령화 환경을 조성하기 위해 서비스디자인 방법론을 적용하여 저소득 어르신 밀집지역의 환경을 개선하는 「종묘탑골공원 주변 서비스디자인」도 시행하였다.

(2) 디자인을 통한 안전하고 건강한 도시 만들기

도시 만족도를 결정하는데 있어서 안전성은 필수 불가결한 요소이다. 하지만 서울시의 인구 증가, 생활 가치관과 사회규범 변화로 인해 도시 범죄가 나날이 증가하고 있어 시민의 안정성이 위협받고 있는 상황이다.

이에 서울시는 2012년에 시행하였던 범죄인의 심리와 행동 및 물리적 환경을 분석하고 개선하는 「범죄예방디자인 프로젝트」에 이어 2013년에 교육시설, 공공 교통시설 등 다양한 인공 환경을 대상으로 범죄예방디자인에 대한 연구를 진행하였다. 시민들이 가장 많이 이용하는 교통수단인 지하철이 대상지로 선정되었고 지하철 내 발생하는 범죄를 예방하기 위한 「범죄예방 시민안전디자인 연구 - 지하철 범죄예방을 위한 디자인 연구」를 시행하였다. 이 연구를 통해 시민의 일상공간에서 발생하는 범죄 및 안전사고와 사고발생에 대한 불안감을 저감하기 위해 디자인을 통한 해결방안을 도출하고자 하였다.

서울 시민의 안정성을 위협하는 또 다른 요소로 건강문제를 예로 들 수 있다. 시민의 신체활동 부족으로 인해 발생하는 질병과 스트레스, 비만 등의 문제를 해결하기 위해 지하철 역사 내 액티브디자인을 도입하는 「지하철 역사 액티브디자인」이 개발되었다.

그 외 서울시 축산물 단속 공무원의 비리 발생 가능성을 사전에 예방하고 축산물 위생점검이 제대로 실시되어 서울시민이 안전하게 축산물을 이용할 수 있는 방안을 마련하기 위한 「축산물 단속비리 예방 서비스디자인」 사업을 실시하였다.

(3) 창의적 디자인문화 확산

시민들의 삶의 질 향상으로 인해 문화예술을 향유하고자 하는 욕구가 증가하였으며 사회 환경이 점차 창의적인 인재를 요구하고 있다. 이에 서울디자인은 시민의 문화예술의 대한 수요를 만족시킬 뿐만 아니라 시민들에게 창조성 개발의 기회를 제공하기 위해 문화예술·디자인의 생활화 및 창의적 디자인교육을 추진하고 있다.

그 일환으로 서울디자인재단은 2012년부터 학생 및 교사를 대상으로 「어린이의 창의적환경 조성을 위한 디자인 콘텐츠 모델개발 및 구축사업」을 실시하고 있다. 기본적으로 디자인교육 사업은 학생 및 교사에게 디자인 프로세스를 경험할 수 있는 기회를 제공하고 이 경험을 통해 창의적 사고방식을 향상시키고 발상의 전환과 상상력을 고무시킴으로써 새로운 시각과 관점을 기르는데 도움을 준다.

창의적 디자인문화를 확산시키기 위해 시행된 첫 번째 사업은 「어린이의 창의적환경 조성을 위한 디자인 콘텐츠 모델개발 및 구축사업」이다. 현재 어린이 관련 보육 및 교육, 놀이공간이 확산되고 있는 가운데 어린이의 창의성을 개발하기 위한 안전하고 쾌적하며 창의력과 상상력을 키워낼 수 있는 모델 개발이 요구되고 있다. 이를 위해 서울디자인재단은 영유아의 창의적인 디자인놀이를 유도하기 위한 콘텐츠를 개발하고, 개발된 창의디자인놀이활동 콘텐츠를 교구로 제작하여 워크숍을 시범운영함으로써 유아들에게 창의디자인체험학습기회를 제공하고 콘텐츠의 교육효과를 관찰 및 평가할 수 있는 「어린이 창의놀이 공간 모델 개발 및 구축사업」, 「어린이집의 창의디자인놀이활동 콘텐츠 개발」, 「창의디자인놀이활동 워크숍 시범운영」 사업들을 실시하였다. 이 외에 서울의 초·중·고등학생에게 디자인교육을 제공하는 「학생디자인체험교육」과 교사들을 대상으로 하는 「교사직무연수 프로그램」 사업도 실시하였다.

창의적인 디자인문화를 확산시키는데 있어 예술과 문화에 대한 시민들의 접근성을 향상시키는 것도 중요한 요소로 작용한다. 서울시가 지속적으로 추진해온 「스토리텔링 연계조형물 설치」와 「도시갤러리 유지관리」 사업은 도심 곳곳에 재미있는 공공미술작품을 설치하여 시민이 미술관을 찾아가지 않아도 실생활에서 문화예술을 향유할 수 있는 기회를 제공하고 있다. 이는 시민과 작품, 그리고 예술가 사이의 격차를 해소하고 일상 속에서 시민들의 문화참여를 유도했다는 점에서 큰 의미를 갖는다.

(4) 역사문화관광콘텐츠 조성

최근 경제발전 및 산업 발달에 의해 끊임없이 달라지는 서울의 외견을 두고 서울만의 역사를 복원하고 그 중요성을 부각시켜야 한다는 목소리가 대두되고 있다. 또한 서울의 관광 매력도를 증진시키기 위해 도시와 연계된 문화·역사적 자원을 활용한 새로운 관광콘텐츠 개발이 지속적으로 요구되고 있는 상황이다. 이에 서울디자인은 서울에 남겨진 역사문화가치를 발굴하고 이를 문화관광콘텐츠로 개발하는 사업을 추진하였다.

서울시는 서울만의 차별화된 관광진흥시책을 채택하면서 '스토리텔링을 통한 관광자원화'라는 관광 마케팅 접근방법을 도입하였다. 한강, 한양도성, 동대문, 세종대로, 한성백제 5개 지역이 서울스토리텔링 대표지역으로 선정되었고 각 지역에 적합한 스토리 발굴, 재현 및 체험 프로그램, 자치구 스토리 발굴 및 관광상품화 지원 사업 등을 추진하였다. 2013년 서울시와 서울디자인재단이 시행한 사업으로는 성곽 경관조명 시설 및 유지관리방안을 개선하는 「한양도성 경관조명 개선」 사업과 문화역서울 284를 문화예술 중심의 복합문화공간으로 조성하기 위한 「문화역서울 284 활성화 방안 연구」가 있다.

2013년 추진된 스토리텔링 관광자원화 사업은 시행기간이 짧지만 서울시만의 역사·문화 관광자원이 관광객들에게 인식되고 그 자체가 상품화될 수 있는 기회를 제공할 것이라는 기대를 받고 있다.

2.3 2013 서울디자인 사업 : 사회·문화 영역

서울시가 도시의 다양한 사회·문화 문제를 해결하고 시민들이 안전하고 편안하게 문화를 향유하기 위해 수립한 디자인 전략은 <모든 시민을 배려하는 디자인복지 실현>, <디자인을 통한 안전하고 건강한 도시 만들기>, <창의적 디자인문화 확산>, <역사문화관광콘텐츠 조성>이다. 2013년도 주요 사업으로는 「유니버설디자인 보편화」와 「범죄예방디자인 프로젝트」, 「창의디자인 교육사업」이 있다.

[표 3-10] 2013 사회·문화 분야 서울디자인 사업

전략	주요사업
모든 시민을 배려하는 디자인복지 실현	(1) 유니버설디자인 보편화
	(2) 국공립어린이집 스페이스브랜딩 디자인
	(3) 종묘탑골공원 주변 서비스디자인
	(4) 주민센터 서비스디자인
디자인을 통한 안전하고 건강한 도시 만들기	(1) 범죄예방디자인 프로젝트 및 연구
	(2) 지하철 역사 액티브디자인
	(3) 축산물 단속비리 예방 서비스디자인
창의적 디자인문화 확산	(1) 창의디자인교육사업
	(2) 도시갤러리 프로젝트
역사문화관광콘텐츠조성	(1) 한양도성 경관조명 개선
	(2) 문화역서울 284 활성화 방안 연구

1) 모든 시민을 배려하는 디자인복지 실현

서울시는 복지사회에 대응하는 새로운 미래도시의 모델로 '유니버설디자인 도시'를 설정하고 인권디자인, 통합디자인, 사용자디자인을 실현하기 위해 다양한 노력을 펼치고 있다. 2013년에는 유니버설디자인 사회·환경 조성을 위한 정책 및 제도를 개선하고, 사용자 중심의 도시를 건설하기 위해 「유니버설디자인 보편화 및 보급확산」, 「복지시설 유니버설디자인 가이드라인 개발 및 컨설팅」, 「학교환경 개선 컬러컨설팅」을 실시하였다.

또한 국공립어린이집을 대상으로 공간디자인을 실시한 「국공립어린이집 스페이스브랜딩 디자인」과 어르신 밀집지역 환경 개선을 통해 어르신들의 삶의 질을 향상시키기 위한 「종묘탑골공원 주변 서비스디자인」, 디자인을 통해 지역 커뮤니티를 활성화시키는 「주민센터 서비스디자인」 사업이 실시되었다.

(1) 유니버설디자인 보편화

서울시는 어르신, 장애인과 같이 사회적 약자가 급속히 증가함에 따라 다양한 시민들의 행태를 반영하고, 이들의 인권을 증진시키는 동시에 법, 기관, 시설물 등을 고려하는 통합디자인 사업을 추진하고 있다. 구체적으로 2007년 「디자인서울 가이드라인 개발」을 시작으로 2012년 「복지디자인 프로세스북」과 「노숙인 이동식 쉘터(Shelter)」를 개발하는 등 다양한 복지기관을 대상으로, 다각도의 접근방법을 적용한 유니버설디자인 환경을 마련해왔다. 2013년은 기존의 활동들을 바탕으로 유니버설디자인을 제도화, 보편화, 홍보하는데 집중하였다.

[표 3-11] 서울시 유니버설디자인 사업 추진현황

디자인서울 가이드라인 개발(2007-2008) : 디자인 원칙 수준의 규정
5개 분야 : 공공공간, 공공건축물, 공공시설물, 공공시각매체, 옥외광고물
유형별 복지시설 유니버설디자인 가이드라인 개발 및 시범적용(2010~2012)
가이드라인 개발(18종-사회복지관·노인 등), 시범적용(7개 시설)
장애없는 보도 디자인 가이드라인 개발 : 시각·지체장애인 배려(2009)
보행 안전구역 조성, 횡단보도 부분 턱 낮춤과 점자블럭의 분리설치 등
동주민센터 시민케어 디자인 개발 및 시범적용(2010)
민원실 공간조성 가이드라인, 마포구 성산2동 시범적용
복지디자인 프로세스북 개발(2012)
복지디자인을 통한 기능보강사업 효율적 지원시스템 개선 필요성
노숙인 이동식 쉘터 개발(2012)
노숙인의 겨울철 동사예방을 위한 최소한의 안전장치 마련
유니버설디자인 세미나 운영(2012)
유니버설 전문가 릴레이 세미나를 통한 중·장기 유니버설디자인 사업계획 도출
종묘탑골공원 주변 환경개선 계획설계(2012)
저소득 어르신 밀집지역의 서비스디자인적 접근을 통한 환경개선 마스터플랜 도출

[표 3-12] 2013 유니버설디자인 보편화 사업

구분	사업명
1) 제도화	유니버설디자인 중장기전략 수립 및 조례제정
2) 유니버설디자인 보급	복지시설 디자인 가이드라인 개발
	복지시설 디자인컨설팅
	학교환경 개선 컬러컨설팅
3) 유니버설디자인 홍보	유니버설디자인 세미나 및 전시회 개최

• 조례제정 등 제도화 : 유니버설디자인 중장기 전략 수립 및 조례제정

서울시는 향후 유니버설디자인 사업의 방향을 체계적이고 구체적으로 설정하고 지속적으로 추진하기 위해 유니버설디자인 프로젝트 중장기 사업계획을 수립하고 제도화 장치를 마련하였다.

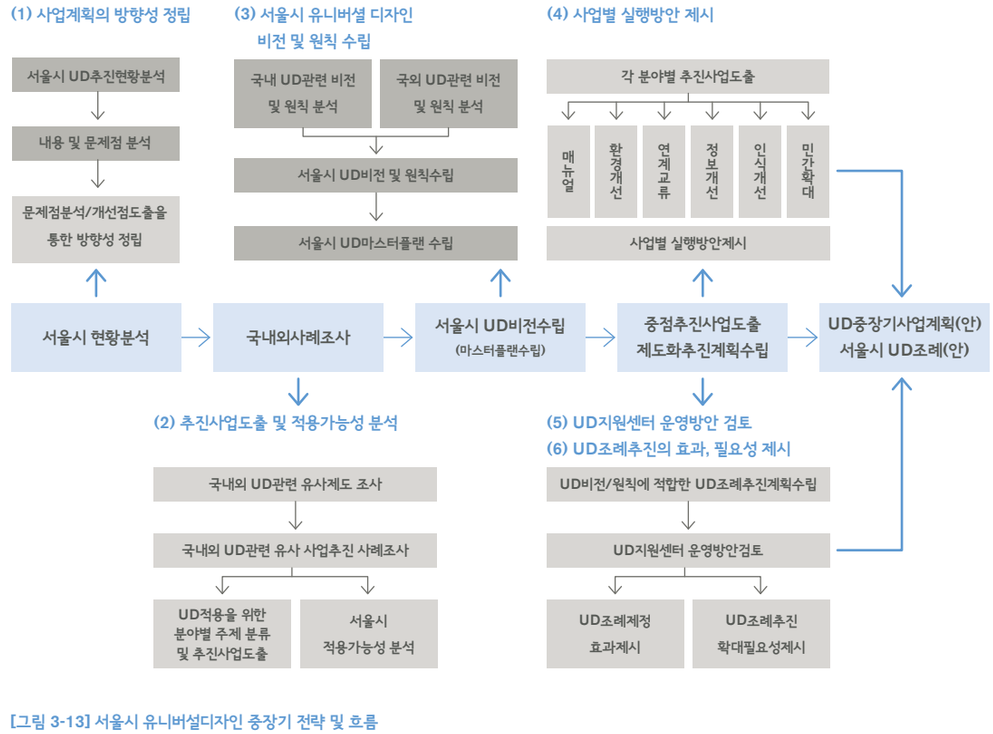
서울시는 먼저 유니버설디자인의 비전과 원칙을 수립하였다. 유니버설디자인의 비전은 "평등디자인 도시 서울"이고 추진원칙은 '사용자중심 디자인', '지속가능한 디자인', '소외계층 배려 디자인', '생활밀착형 디자인', '차별 없는 디자인,' '시민소통, 참여디자인'이다.



[그림 3-12] 서울시 유니버설디자인 비전과 추진원칙

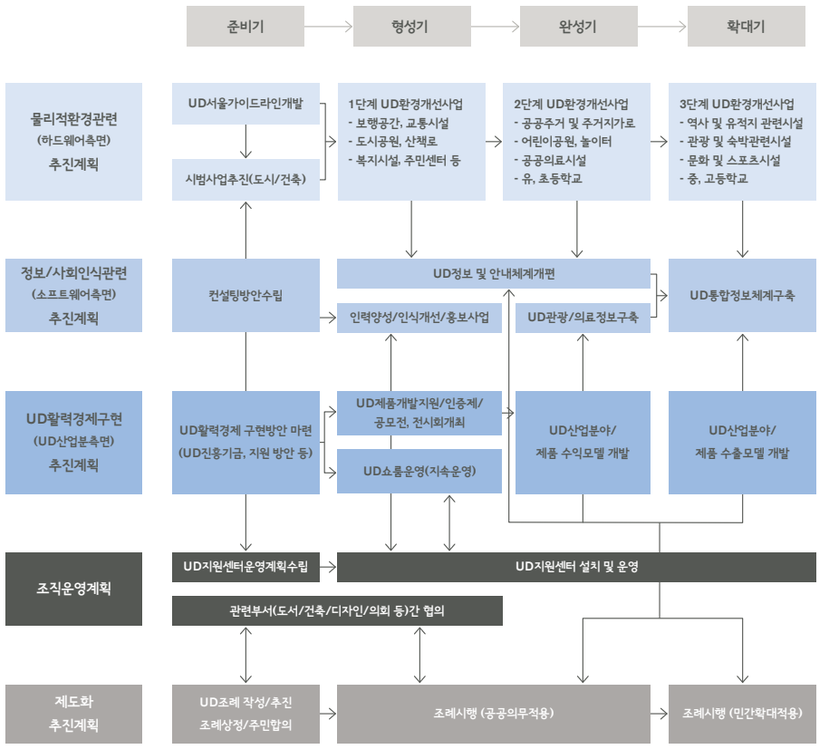
유니버설디자인 중장기 사업계획은 서울시가 추진하고 있는 유니버설 사업 추진현황을 객관적으로 분석한 후 각 분야의 연도별 중장기 사업계획을 수립하고 마지막으로 사업별 실행방안을 도출하였다.

이 계획은 '서울시 현황분석', '국내외 사례조사', '서울시 UD비전수립', '중점추진사업도출, 제도화추진계획수립', 'UD중장기사업계획(안), 서울시 UD조례(안)'까지 총 다섯 단계로 나뉜다. 유니버설디자인 조례제정은 중장기 사업계획의 네 번째 단계로, 도시디자인 조례 등 유사 조례의 위계를 검토한 후 객관적 자료 제시를 통해 조례 제정을 통한 사업 효과성을 분석하고 추진계획을 수립하는데 목적이 있다.



[그림 3-13] 서울시 유니버설디자인 중장기 전략 및 흐름

유니버설 중장기 사업의 실행 방안은 시기별로 준비기(2014년), 형성기(2015~2017년), 완성기(2018~2020년), 확대기(2021~2023년)로 나뉜다. 향후 10년의 사업추진 목표를 설정하며, 사업내용으로는 물리적 환경 관련(하드웨어 측면), 정보/사회인식 관련(소프트웨어 측면), UD활력경제구현(UD산업분야 측면)으로 구분하였고, 원활한 추진을 위해 조직운영계획과 제도화 추진계획도 함께 수립하였다.



[그림 3-14] 서울시 유니버설디자인 중장기 사업계획 추진전략

서울시가 유니버설디자인의 비전을 수립함에 따라 여러 가지 효과를 얻을 수 있을 것이라 기대된다. 그 효과 중 첫 번째는 시민의 90%가 만족하는 디자인구축이다. 기존의 디자인이 경관 및 미적 측면으로만 접근하여 부를 가진 일부 사람들에게만 혜택이 돌아갔다면, 유니버설디자인을 통해 장애인, 노약자, 여성, 어린이 등 사회 소외계층을 배려함과 동시에 시민 모두에게 혜택이 돌아가는 환경을 조성할 수 있을 것으로 보인다. 두 번째는 차별 없는 사회를 위한 서비스디자인을 구축할 수 있다는 것이다. 물리적 환경뿐만 아니라 복지, 세대통합 등의 서비스 프로그램 사업을 통해 모두가 차별 없이 도시를 이용하여 함께 어우러져 살아가는 환경을 조성할 수 있다. 또한 도시의 보도, 광장, 공공건축물에서부터 시민의 일상생활 영역인 골목길, 소공원, 주거지, 제품까지 시민의 삶이 중심이 되는 환경을 조성하는 생활밀착형 디자인을 구축할 수 있을 것으로 기대된다.

• 유니버설디자인 보급

서울시는 2010년부터 복지시설을 중심으로 유니버설디자인 사업을 펼쳐왔다. 현재 서울시의 복지시설은 11,935개에 이르지만 대부분 법적 최소 시설기준만 충족하고 이용자별 행태와 특성을 반영한 디자인이 적용된 사례는 없다고 평가되고 있다. 이러한 문제점을 해결하기 위해 2013년에는 여성, 보육, 아동청소년 관련 복지시설을 대상으로 유니버설디자인 가이드라인을 개발하고 선정된 복지시설에 적용하여 전면 개보수하는 컨설팅 사업을 실시하였다.

[표 3-13] 서울시 복지시설 현황 (단위 : 개)

계	보육시설	노인복지	아동·청소년	장애인	사회복지관	여성복지
11,935	6,105	4,469	618	539	96	108

복지시설 유니버설디자인 가이드라인 개발

「복지시설 유니버설디자인 가이드라인개발」 사업은 복지시설 유형에 따라 이용자들의 행태를 반영하여 진입로, 실내공간 마감재 및 색채, 조명, 가구, 안내사인 등의 가이드라인을 개발하는 것이다. 2013년에는 여성, 보육, 아동청소년을 대상으로 아동공동생활, 아동일시보호, 여성보호시설, 정서행동발달장애 아동시설, 전신장애인 사회복귀생활시설, 정신장애인 사회복귀이용시설로 총 6종의 복지시설 가이드라인을 마련하였다.

[표 3-14] 복지시설 유니버설디자인 가이드라인

구분	기본 방향
아동 공동생활	① 가정적인 느낌을 최대한 살린 공간 평범한 가정집으로 계획, 차갑고 딱딱한 소재의 사용 지양, 외부위험으로부터 안전을 고려한 공간계획
	② 이용자의 특성을 고려한 공간 학대와 방치로 저하된 신체능력 지원, 정서적인 치유를 돕고 자존능력을 회복시켜주는 공간, 인지하기 쉬운 정보제공, 심리적인 혼란과 불안감을 느낄 수 있는 색 지양
	③ 안전을 고려한 환경 물리적 장애제거, 안전한 피난
	④ 쾌적하고 건강한 환경조성 건강간 공기 질 확보, 건강한 빛환경 확보, 쾌적한 열환경과 음환경 확보
	⑤ 정서적·심리적 안정을 돕는 공간조성 자연친화적인 공간으로 계획, 색채를 이용한 치유효과
	⑥ 지역연계 및 교류를 확대하는 공간계획 공동생활가정의 네트워크
정서행동발달장애 아동시설	① 안전하고 건강을 고려한 공간계획 물리적 장애 제거, 안전한 피난, 쾌적하고 건강을 고려한 환경, 오감을 발달시키는 환경
	② 정서적, 심리적으로 안정감 있는 공간계획 따뜻하고 친숙한 소재의 사용, 안정감 있는 패턴사용, 라포형성을 위한 편안하고 친밀한 분위기 조성
	③ 마음을 치유하는 환경조성 자연친화적 공간으로 계획, 색채를 이용한 치유효과
	④ 아동의 특성에 맞춘 공간계획 아동의 신체적 특성을 고려한 좌식형태, 아동의 눈높이에서 이해하기 쉬운 공간구성, 아동의 특성을 고려한 프로그램 공간계획, 사회적응을 위한 스스로 할 수 있는 환경조성
	⑤ 부모를 위한 공간계획 정보를 공유할 수 있는 공간계획, 휴식을 위한 공간계획

복지시설 디자인 컨설팅

「복지시설 디자인 컨설팅」 사업은 유니버설디자인 개념을 도입하여 이용자 중심의 건축환경을 조성하고 복지시설에 디자인 전문성을 지원하여 이용자, 운영자 모두가 만족하는 시설을 제공하기 위해 시행되었다. 또한 사회적 약자의 환경을 개선하기 위한 인권차원의 목적도 내재되어 있다.

2013년 컨설팅 대상은 지적장애 거주시설 ‘늘푸른마을’과 시각장애 거주시설 ‘한빛 맹아원’이 선정되었다. 디자인부서, 복지부서, 사회복지사를 TF팀으로 구성하여 복지시설의 진입로, 마감재, 색채, 조명, 가구, 안내사인 등 전면 개보수 사업을 실시하였다.

[표 3-15] 복지시설 디자인컨설팅 결과

대상지	지적장애인 거주시설 ‘늘푸른마을’
위치	강북구 송동 484-21번지
규모	연면적 1,49.43㎡, 건축면적 339.46㎡, 지하1층, 지상4층
공간구성	소강당(식당), 사무실, 양호실, 치료실, 프로그램실, 거주실, 창고, 휴게실, 옥외 테라스 등
공간구성 원리	지적장애인들의 하루 일과를 고려한 공간구성과, 채광 및 환풍을 통해 자연과 접하는 공간관계 구성, 직원을 위한 합리적인 동선을 고려한 시설 계획



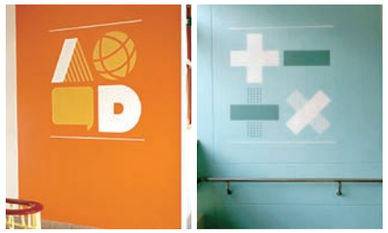

대상지	시각장애인 거주시설 ‘한빛 맹아원’
위치	강서구 개화동 330
규모	연면적 2368.28㎡, 건축면적 629.61㎡, 지하1층, 지상4층
공간구성	사무실, 물리치료실, 휴게공간, 식당, 주거, 외부테라스, 진입 및 주차공간, 옥외데크, 다목적 강당 등
공간구성 원리	마당 조성으로 지하식당의 채광과 환기가 용이하고 개발될 부지를 후원으로 꾸며 거주민들에게 다양한 외부공간을 제공하는 시설 계획




학교환경 개선 컬러컨설팅

「학교환경 개선 컬러컨설팅」 사업은 매년 초·중·고교를 선정하여 학교의 실외와 실내 그리고 사인의 그래픽 및 색채디자인을 개발하기 위해 시행되었다. 이를 통해 학생들의 긍정적인 정서를 유도하고 학교문제를 해결하는 디자인 솔루션을 제공하는 등 다양한 효과를 기대하고 있다. 2013년 대상학교로는 우신초등학교, 봉화중학교, 길음중학교가 선정되었다.

[표 3-16] 2013 학교환경 개선 컬러컨설팅 결과

구분	컬러컨설팅 내용	컨설팅 컨셉
우신초등학교		'숨바꼭질B' 숨은 그림찾기를 통해 아이들이 그래픽을 도구로 놀이와 소통에 참여할 수 있도록 공간연출계획
봉화중학교		'Banding Class' 교과교실제 중심의 인포그래픽으로 각 교과목 영역에 매칭되는 컬러와 그래픽 디자인
길음중학교		'나만의 멘토를 찾아라' 학생들에게 꿈과 희망이 되는 명언들을 소재로 학교명인 '길음'의 초정, 중성, 종성을 디자인 요소로 활용하여 디자인

개발된 그래픽디자인은 기본적으로 대상 학교의 문화적, 물리적 특성을 고려하여 추상적으로 표현되었고 색채를 적극적으로 사용하여 학생들의 미적 감수성을 발달시키고 학습효과를 높이는 효과를 극대화하였다.

컬러컨설팅은 전문가의 능력에 전적으로 의존하는 것이 아닌, 학교 실내환경디자인 공모전을 통하여 학생들의 적극적인 참여와 실질적인 변화를 유도하고 있다. 이렇게 개발된 사례들은 후에 타 학교의 컬러디자인에 활용할 수 있는 구체적인 지침을 마련하는 기반이 될 것이다.

• 유니버설디자인 홍보 : 세미나 및 전시회

서울시는 현장사회복지사, 복지시설장 및 건축, 복지 관련 공무원을 대상으로 유니버설디자인 개념을 확산하고 보급하기 위해서 유니버설 세미나와 전시회를 개최하였다.

제1회 「유니버설디자인 국제 세미나」는 복지시설 담당 공무원을 포함한 복지시설장, 현장사회복지사 등을 대상으로 일본, 유럽의 공공시설 및 복지시설 사례를 비롯해, 서울시 유니버설디자인 추진사례를 공유하고 향후 유니버설디자인의 발전방향을 논의하는데 목적이 있었다.

[표 3-17] 유니버설디자인 전시 및 세미나

구분	일시	장소	주제	참석자
제1회 유니버설디자인 국제 세미나	12월 9일 14:00~16:30	서울시 신청사 다목적홀 8F	법적 최소한에서 삶의 최대한으로	480명(사회복지사, 복지시설장, 복지·디자인관련 협회 및 학회, 공무원 등)
유니버설디자인 전시회	12월 17일~ 12월 20일 (4일간)	서울시 신청사 시민청 B1	· (재)장애인인권포럼 : 제8회 유니버설디자인 공모전 수상작 40여 점 전시 · 서울시 : 유니버설디자인 추진사례 소개(폼보드6점, 물품3점)	

이러한 세미나와 전시회를 통해 유니버설디자인이 사회의 모든 계층을 위한 복지 구현의 실질적인 도구로 작용할 수 있다는 마인드가 확산될 것이다. 또한 향후 유니버설디자인의 지속가능성을 위해 제도화 및 정책 추진 방안을 공론화해가는 계기가 될 것으로 기대된다.





[그림 3-15] 유니버설디자인 전시 및 세미나

(2) 국공립어린이집 스페이스브랜딩 디자인

국공립어린이집은 만 6세 미만의 취학전 아동을 건강하고 안전하게 보호·양육하고 영유아의 발달 특성에 맞는 교육을 제공하는 사회복지서비스 시설로 해마다 수요가 증가하고 있다. 이에 서울시는 서울시장 방침 「국공립어린이집 확충 3개년 기본계획」과 「국공립어린이집 확충 사업추진 계획」을 수립하여 국공립어린집의 브랜드 가치를 높이고 어린이들에게 심리적 만족감과 즐거움을 주며 시민체감 인지도를 향상시키기 위해 노력하고 있다. 2013년에는 국공립어린이집 고유의 브랜드를 개발하고 어린들이 안정감과 즐거움을 동시에 느낄 수 있는 공간을 디자인하는 「국공립어린이집 스페이스브랜딩 디자인」 사업이 시행되었다.

스페이스브랜딩은 브랜드 아이덴티티를 디자인하는 브랜드디자인과 실외공간 및 사인을 디자인하는 외부디자인, 그리고 진입공간, 실내공간, 아이전용공간을 디자인하는 내부디자인으로 구분되어 있다.

브랜드디자인은 모우미성(毛羽未成)[26]의 한자성어에서 의미하는 "많은 가능성을 내포하고 있는 어린 새"를 상징 이미지로 선정하였다. 어린이집의 주요 이용대상자인 아이들에게 친근하게 다가가기 위해 심플하고 자연스러운 디자인을 적용하였으며 아이들의 순수한 호기심을 자극하기 위해 어린이집 곳곳에 상징이미지가 적용된 시설물을 배치하였다.

아이전용공간을 포함한 내부공간은 아이들이 보고, 만지고, 체험하는 공간이자 친구들과 함께 어울리는 장소로써 인성과 사회성이 발달하는 공간이다. 심플한 구조물과 형태를 적용하여 아이들의 다양한 행동을 유도하였으며 아이의 신체 사이즈를 고려한 크기로 디자인되었다.

어린이집으로 가는 길을 포함한 실외공간 또한 국공립어린이집 기준 반경 250m내에 상징 이미지를 적용한 안내시설을 설치하여 아이들의 등굣길을 즐겁고 흥미로운 경험을 하는 공간으로 탈바꿈하였다.

26) 모우미성(毛羽未成) : 어린 새가 아직 깃이 다 나지 않아 날지 못한다.



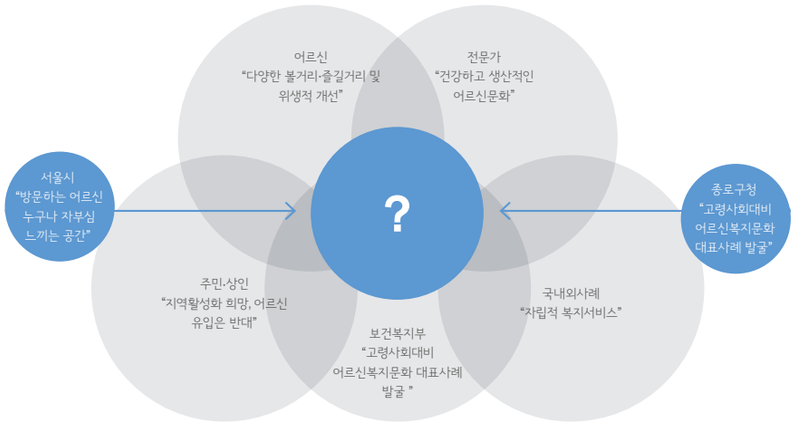
[그림 3-16] 국공립어린이집 스페이스브랜딩 디자인 추진 결과

(3) 종묘탑골공원 주변 서비스디자인

최근 인구구조의 변화로 노령인구가 빠른 속도로 늘어나고 있는 반면 어르신들의 낮은 자존감, 부족한 복지프로그램이 문제점로 지적되고 있는 실정이다. 이에 서울시는 이러한 문제점을 해결하고 어르신의 삶의 질을 향상시키고자 어르신의 욕구 및 행태를 반영한 서비스디자인을 개발하기 위해 「종묘탑골공원 주변 서비스디자인」 사업을 시행하였다.

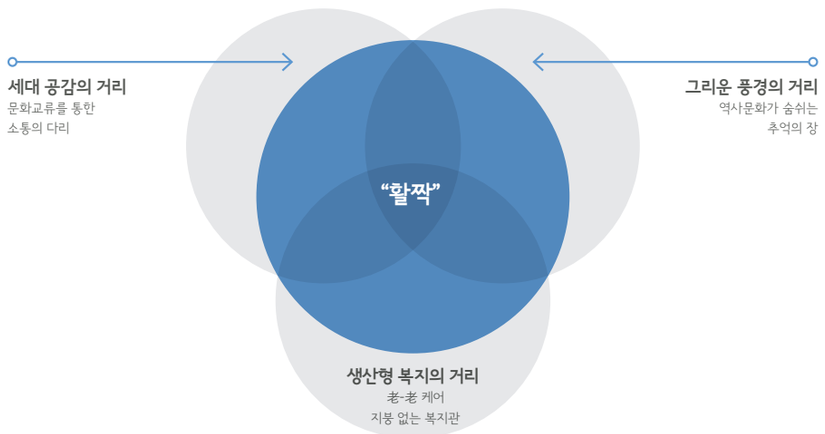
종묘탑골공원은 하루에 약 5천 명의 어르신이 운집하는 대표적인 어르신 밀집지역이다. 사업의 첫 번째 단계로 어르신들의 욕구 및 행태를 파악하기 위해 현장 및 의견 조사와 어르신 행태 조사, 전문가 자문, 국내외 사례 연구를 실시하였다. 이와 함께 종묘탑골공원 프로젝트 자문위원회를 구성하였고 주민, 상인 설명회 및 초동교회를 방문하여 현장의견을 수렴하였다. 그 결과 '어르신 이미지 향상', '자립형 복지문화 조성', '추억의 장소 활성화'를 고려한 서비스디자인 개발이 필요하다는 결과가 도출되었다.

‘어르신 이미지 향상’, ‘자립형 복지문화 조성’, ‘추억의 장소 활성화’ 필요



[그림 3-17] 종묘탑골공원 조사 종합

서울시가 기획한 어르신들을 위한 서비스디자인의 컨셉은 ‘활짝’이다. 프로그램은 ‘세대공간의 거리’, ‘그리운 풍경의 거리’, ‘생산형 복지의 거리’로 나누어 추진되었다.

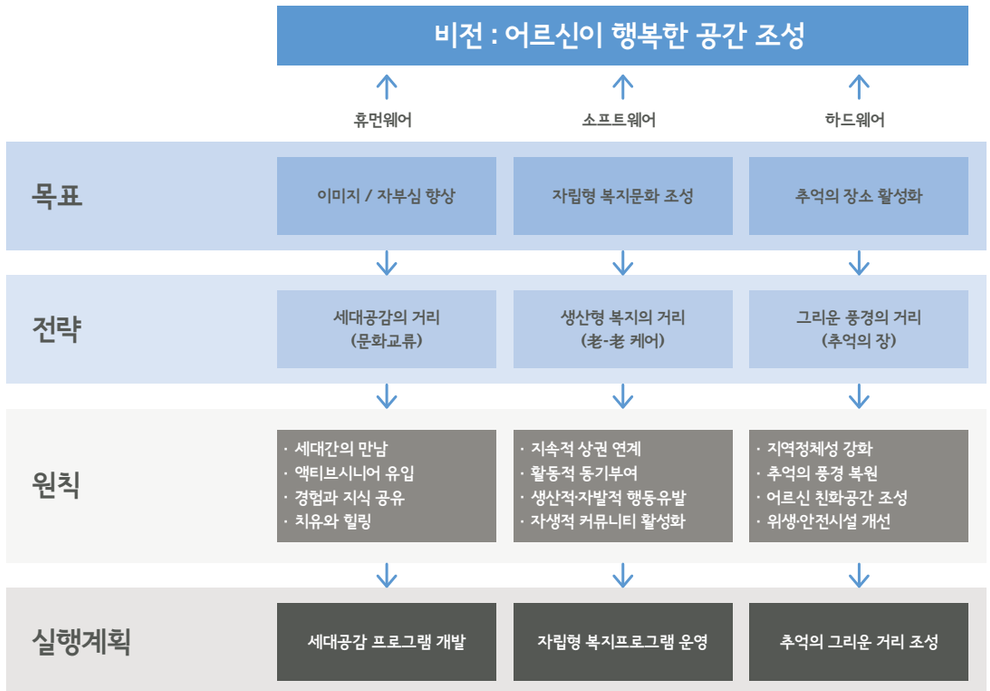


[그림 3-18] 종묘탑골공원 서비스디자인 컨셉

앞서 부족하다고 언급되었던 어르신의 이미지 및 자부심을 향상시키기 위해 문화를 통한 ‘세대공감의 거리’ 전략을 수립하였고 이를 바탕으로 다양한 프로그램이 개발되었다. ‘거리도서관’, ‘만 원의 행복’, ‘악기교육, 합동공연’과 경험과 지식을 공유하기 위한 ‘전광판 메시지’, ‘가상면접 캐스팅’, ‘스마트폰 교육’, ‘만담·재담꾼 대회’, 그리고 ‘우체국 서비스’, ‘노화, 죽음 간접체험공간’ 프로그램들이 기획되었다.

자립형 복지문화를 조성하기 위해 ‘생산형 복지의 거리’ 전략이 수립되었고 이는 ‘음악동아리, 공연장’, ‘생활체조’, ‘장기, 바둑 토너먼트’ 프로그램 기획으로 이어졌다. 자발적이고 생산적인 활동을 유도하는 ‘심리, 의료, 금융 상담센터’와 ‘제2의 노후준비 상담’ 프로그램과 어르신 커뮤니티를 활성화하기 위해 ‘리사이클 공방’, ‘시니어 자원봉사’ 등 어르신들의 활동을 주선하는 프로그램도 계획되었다.

마지막으로 추억의 장소를 활성화하기 위해서 ‘그리운 풍경의 거리’ 전략을 수립하였다. 그리고 그 지역 정체성을 강화할 수 있는 ‘추억의 먹거리 간식’, ‘음악+야시장’을 기획하였으며 추억의 풍경을 복원하기 위해 과거 간판의 형태와 현대식을 결합한 ‘레터링 간판’을 제작하고, ‘파사드 복원’ 계획을 세웠다. 또한 어르신 친화공간을 조성하기 위해 ‘위생환경조성’, ‘안전시스템구축’, ‘걷기편한 환경 조성’ 사업을 기획하였다.



[그림 3-19] 종묘탑골공원 서비스디자인 운영방안

세대공감의 거리_서비스 프로그램

세대간 만남

- 거리도서관 '책읽는 어르신'
- 만 원의 행복 싼집지도+스탬프
- 악기 교육 + 콜라보 공연

경험과 지식 공유

- 전광판 메시지 '명언 할아버지'
- 가상면접 컨설팅 '인생의 선배'
- 스마트폰 교육 '하이테크 어르신'
- 만담.재담꾼 대회

신 계층 유입 및 치유와 힐링

- 우체국 서비스 '사후 자녀들에게'
- 노화, 죽음 간접체험 공간



< 거리도서관. 우체국 서비스 >

생산형 복지의 거리_서비스 프로그램

상권연계, 활동적 동기 부여

- 음악 동아리/ 공연장
- 생활체조
- 장기, 바둑 토너먼트

생산적, 자발적 행동 유발

- 심리, 의료, 금융 상담센터
- 베이비부머 제2의 노후준비 상담

상권연계, 자생적 어르신 커뮤니티

- 디자이너+어르신재능 '리사이클 공방'
- 시니어 자원봉사 (공공근로, 협동조합)


< 리사이클 공방 >


< 상담, 생활체조 >

그리운 풍경의 거리_서비스 프로그램

지역 정체성 강화

- 추억의 먹거리 간식 '건빵, 찹쌀떡 등'
- 음악+'야시장' (벼룩시장/물물교환)

추억의 풍경 복원

- 추억의 형태+현대식 '레터링 간판'
- 파사드 복원

어르신 친화공간 조성

- 위생환경 조성
- 안전시스템 구축
- 걷기 편한 환경 조성



< 추억의 먹거리 간식, 레터링 간판 >

[그림 3-19] 종묘탑골공원 서비스디자인 운영방안

이렇게 기획된 프로그램들은 어르신들로 구성된 '활짝센터'가 운영한다. 또한 '활짝패스'를 통해 심리상담, 자원봉사, 재능 기부시 마일리지가 적립되고 이를 다시 복지문화프로그램에 참여하는데 사용할 수 있는 시스템을 운영할 계획이다.

마지막으로 이러한 프로그램을 중장기 관점에서 체계적으로 수행하기 위해 2014년부터 2021년까지 총 8년의 마스터플랜을 수립하였다. 마스터플랜은 센터설립, 운영주체 발족, 서비스프로그램 실시설계에 해당하는 1단계, 초동교회, 서울노인복지센터 연계 및 문화프로그램을 실행하는 2단계, 종로재활용센터 리모델링 및 지붕없는 복지관을 조성하는 3단계, 마지막으로 지속가능한 서비스시스템 구축 및 확산에 해당하는 4단계로 구성되어 있다. 이렇게 계획된 마스터플랜은 2014년부터 본격적으로 시행될 예정이다.



[그림 3-21] 종묘탑골공원 서비스프로그램 마스터플랜

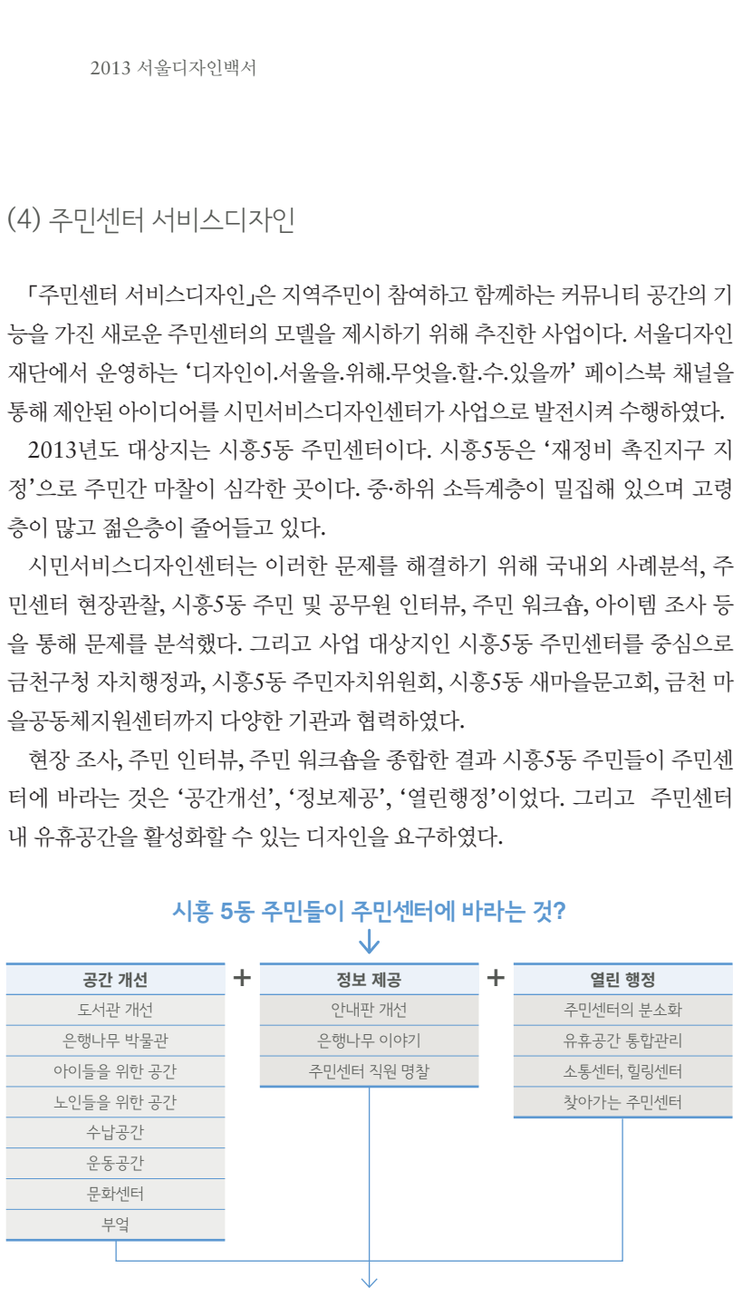
(4) 주민센터 서비스디자인

「주민센터 서비스디자인」은 지역주민이 참여하고 함께하는 커뮤니티 공간의 기능을 가진 새로운 주민센터의 모델을 제시하기 위해 추진한 사업이다. 서울디자인재단에서 운영하는 '디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까' 페이스북 채널을 통해 제안된 아이디어를 시민서비스디자인센터가 사업으로 발전시켜 수행하였다.

2013년도 대상지는 시흥5동 주민센터이다. 시흥5동은 '재정비 촉진지구 지정'으로 주민간 마찰이 심각한 곳이다. 중·하위 소득계층이 밀집해 있으며 고령층이 많고 젊은층이 줄어들고 있다.

시민서비스디자인센터는 이러한 문제를 해결하기 위해 국내외 사례분석, 주민센터 현장관찰, 시흥5동 주민 및 공무원 인터뷰, 주민 워크숍, 아이템 조사 등을 통해 문제를 분석했다. 그리고 사업 대상지인 시흥5동 주민센터를 중심으로 금천구청 자치행정과, 시흥5동 주민자치위원회, 시흥5동 새마을문고회, 금천 마을공동체지원센터까지 다양한 기관과 협력하였다.

현장 조사, 주민 인터뷰, 주민 워크숍을 종합한 결과 시흥5동 주민들이 주민센터에 바라는 것은 '공간개선', '정보제공', '열린행정'이었다. 그리고 주민센터 내 유휴공간을 활성화할 수 있는 디자인을 요구하였다.



[그림 3-22] 시흥5동 주민들이 주민센터에 바라는 것

결과적으로 주민들이 제안한 '책읽는 주민사랑방'이 최종 명칭으로 채택되었고 요구사항에 따라 접이식 좌식책상을 대량 확보하는 등 디자인 과정에서 주민의 의견을 적극 수렴하였다. 또한 도서관을 기존 입식방식에서 온돌형 좌식구조로 변경하였고 일방형 정보전달 게시판을 주민참여 공유게시판으로 디자인하였다.

디자인 최종안

주민사랑방



주민소리함



주민사랑방 사인물



[그림 3-23] 주민센터 서비스디자인 사업 추진 결과

책읽는 주민사랑방은 시흥5동 주민센터와 새마을문고회가 운영하고, 옥외게시판은 주민센터와 주민자치위원회에서 관리하는 등 업무분장을 통해 지속적으로 유지·관리되고 있다. 주민센터는 주민들이 그림을 그릴 수 있는 프레임을 제공하지만 그 공간에서 문화를 형성해나가는 것은 주민들의 몫이자 역할이다. 앞으로 시흥5동 주민센터와 주민들은 스스로 지속적인 모니터링을 통해 지역 커뮤니티를 발전시켜 나가야 할 것이다.

2) 디자인을 통한 안전하고 건강한 도시 만들기

서울시는 2012년에 추진되었던 마포구 염리동의 범죄예방디자인(CPTED)[27]이 실질적인 효과를 입증함에 따라 사업 추진방식을 직접사업, 연계사업 등으로 다양화하고 사업대상지를 확대하는 등 범죄예방디자인의 가능성을 높게 평가했다. 또한 디자인을 통해 시민의 행동을 유도하고 인식을 개선하는 등 디자인의 역할을 확장하고 이를 토대로 다양한 사업을 추진하였다. 그 대표적인 예가 「범죄예방디자인 프로젝트 및 연구」, 「지하철 역사 액티브디자인」, 「축산물 단속비리 예방 서비스디자인」 사업이다.

27) 범죄예방디자인(CPTED, Crime Prevention Through Environmental Design)이란, 디자인을 통해 범죄 심리를 위축시켜 범죄발생 기회를 사전에 차단하고 예방하는 디자인이다.

[표 3-18] 범죄예방디자인 사업 추진단계

2012년도		2013년도
1) 사회적 이슈화 2) 시범사업 추진 - 마포구 염리동 - 강서구 공진중학교 - 서울 국제범죄예방 세미나	→	1) 직접사업(3) 2) 연계사업(10) 3) 염리동활성화 사업(1) 4) 연구사업(1)

(1) 범죄예방디자인 프로젝트 및 연구

• 범죄예방디자인 프로젝트

2013년 서울시가 선정한 「범죄예방디자인 프로젝트」 대상지는 싱글여성 밀집지역인 관악구 행운동 재래시장과 사회적 약자 밀집지역인 중랑구 면목동, 외국인 밀집지역인 용산구 용산2가동이다. 선정된 세 지역은 모두 경찰청이 집중 관리하는 '서민보호치안강화구역'으로, 9개 자치구에서 접수받은 11개 지역 중 '범죄예방디자인위원회'의 현장방문과 경찰청 추천을 거쳐 최종 선정되었다.

[표 3-19] 2013 범죄예방디자인 프로젝트 세부

지역 구분	디자인 컨셉	개발안
관악구 행운동	안심(安) 알려주고 감시한다	행운길 조성 · CPTED 통합모듈 개발(방범등, 반사경, 비상부저) · 영역성 강화(미러, 반사시트 방범문 영역사인)
	어울리고 의지한다	안심다락방, 안심담벼락, 여성안심지킴이집
		
중랑구 면목동	소통(通) 곪은공간을 치유한다	소통길 조성 · 사각지대 작가개선 · 빈집 모듈러시스템(평상, 게시판, 쉼터 등)
	알기 쉽게 전달한다	커뮤니케이션디자인 · 픽토그램 및 시각정보 시스템 개발
		
용산구 용산2가동	미담(談) 애착심을 강화한다	미담길 조성 · 지역스토리를 활용한 사인물, 캐노피 등 개발
	범죄심리를 위축시킨다	자율경계시스템 · 면목시장 보안스크린(ADT) · 지킴이스토어 운영(코리아헤븐) · 비상전화부스 설치(KT)
	예측가능하게 한다	밤길 길찾기 · 조닝 색채계획, 고보조명
		

관악구 행운동은 20~30대 싱글여성의 거주비율이 높은 원룸 밀집지역이다. 건물과 건물사이의 공간이 어둡고 좁을 뿐만 아니라 직장여성이나 여대생들의 거주비율이 높아 범죄에 노출되기 쉽고 상황이 발생했을 때 도움을 청하기 힘든 장소로 조사되었다. 이에 서울시는 경찰의 설문 공청회와 팟캐스트 등 다양한 채널을 통해 주민들의 의견을 수렴하였고 이를 토대로 범죄두려움지도를 완성하였다. 또한 동네 상황에 적합한 '안심'을 테마로 다양한 범죄예방디자인 프로그램을 기획하였다. 행운길 건물 사이에는 LED방범등, 반사경, 비상부저, 경광등과 뒤에 누가 있는지 확인이 가능한 현관문 미러시트, 반사띠 등 사각지대 방범시스템이 구축되었다. 또한 네일샵 등 지역상권을 활용하여 안전정보를 공유할 수 있는 '행운동안심다락방' 커뮤니티 공간도 구축되었다.

중랑구 면목동은 재래시장 상권 밀집지역이자 네 가구 중 한 가구 꼴로 장애인이나 기초수급자가 거주하는 취약지역이다. 절도율이 높고 거주지에 대한 주민들의 애착심이 낮은 것으로 조사되었다. 이에 중랑천, 영마폭포공원 그리고 면목시장을 아우르는 '미담길'을 조성하여 15개의 미담 지역에 얽힌 이야기를 캐노피, 핸드레일 시설물에 설치하였다. 그리고 야간이동을 위해 주로 이용되는 면목시장에는 미디어아트와 결합한 보안시스템과 고보조명을 활용한 길찾기 시스템, 위급상황시 사용가능한 신고전화, 비상벨, 녹화장치가 설치된 공중전화 부스가 개발되었다.

해방촌으로 불리는 용산구 용산2가동은 외국인 거주비율이 전국 평균 2~3%보다 높은 7.6%를 차지한다. 다민족이 모여 사는 만큼 언어적, 문화적, 소통문제로 인해 쓰레기 무단투기, 주차문제 등 일상생활에서 이웃 간의 다툼이 많은 곳이다. 서울시는 그림으로 소통할 수 있는 '분리수거 픽토그램', '쓰레기 무단투기방지 양심거울'을 설치하였다. 또한 공가, 폐가와 사각지대의 안전성을 높이기 위해 게릴라 프로젝트로 지역 디자이너가 공간을 재탄생시키기도 하였다. 앞으로 개인재산으로 등록되어 있는 폐가에는 향후 소유주의 동의를 얻어 외부에 평상을 놓거나 알림판을 거는 등 시민들의 왕래를 유도하는 '빈집 모듈러 시스템(Modular System)'을 꾸준히 적용해나갈 계획이다.

서울시는 사후 조치 위주였던 범죄대책을 디자인을 통해 환경적 문제를 사전에 해결하는 예방책으로 전환함으로써 취약한 환경에 의해 발생하는 각종 범죄에 대한 발생률을 낮추고 있다. 이러한 변화는 연간 20조원의 사회적 비용 절감을 이끌어 낼 뿐만 아니라 주민참여를 통해 지속가능한 활동을 기획하고 공동체를 회복함으로써 범죄 걱정 없는 서울을 만들어 나가는데 크게 기여할 것으로 예상된다.

• 범죄예방 시민안전 디자인 연구 – 지하철 범죄예방을 위한 디자인 연구

지하철은 서울시민의 60%가 매일 이용하는 중요한 교통수단이다. 하지만 유동인구가 많은 지하철 역사의 특성상 성범죄, 절도범죄 등 각종 범죄와 안전문제 발생률 또한 높아지고 있다. 이에, 서울디자인재단 산하 시민디자인연구소는 「범죄예방 시민안전 디자인 연구 – 지하철 범죄예방을 위한 디자인 연구」를 통하여, 지하철역사공간의 디자인적 개선방안을 도출하고, 나아가 서울시민의 일상인 지하철에서 발생하는 범죄와 이용객이 느끼는 범죄 불안감을 낮추어, 마음 편하고 쾌적한 지하철 이용에 기여하고자 하였다.

'지하철 역사 공간 안에서 발생하는 범죄'라는 연구 대상의 특성에 따라 두 가지 관점에 집중하여 연구를 진행하였다. 하나는 '범죄발생 불안감 저감'이라는 연구목표에 초점을 맞춘 '범죄예방환경설계(Crime Prevention Through Environmental Design, CPTED)' 관점이고, 다른 하나는, 지하철역사가 기본적으로 이동을 목적으로 하는 공간이라는 점에서 중요시되는 'Way-finding(길찾기)' 관점이다. 특히, 'Way-finding(길찾기)' 디자인의 관점은 지하철 이용객의 길찾기를 도와주어 이용객의 빠른 이동을 유도함으로써 지하철 이용 시, 많은 인파가 좁은 공간에 일시적으로 몰리면서 발생하게 되는 성범죄와 절도범죄의 범죄유발요인을 경감시키는데 의의가 있다.



[그림 3-24] 안전한 지하철 환경 조성방안 연구개요 및 흐름

CPTED 전문가와 공간디자인 전문가, 그리고 시민디자인연구단을 연구진으로 구성하여 연구결과의 전문성과 시민의견 수렴이라는 두 가지의 성과를 거둘 수 있었다.

CPTED와 Way-finding 두 가지 관점으로 설계된 체크리스트와 일반시민 대상 온·오프라인 설문(485건)을 통해, 범죄피해현황 및 취약공간을 규명하였고 범죄불안유발요인 및 만족도 분석을 시행하였다. 또한 호주 시드니의 DOC(Designing Out Crime Research Centre)와 시민디자인연구단과의 국제디자인워크숍을 통해 디자인을 활용한 범죄예방사례와 도출 프로세스를 공유하고 이를 바탕으로 4개의 후보 대상지를 선정하였다. 후보 대상지는 지하철 이용객 수가 많은 서울역과 신도림역, 반대로 이용객 수가 적어 한적한 마곡역 그리고 환승이 복잡하고 DDP와의 연계성을 지닌 동대문역사문화공원 네 곳이며 이렇게 선정된 장소를 대상으로 시민디자인연구단이 직접 현장조사를 실시하였다.

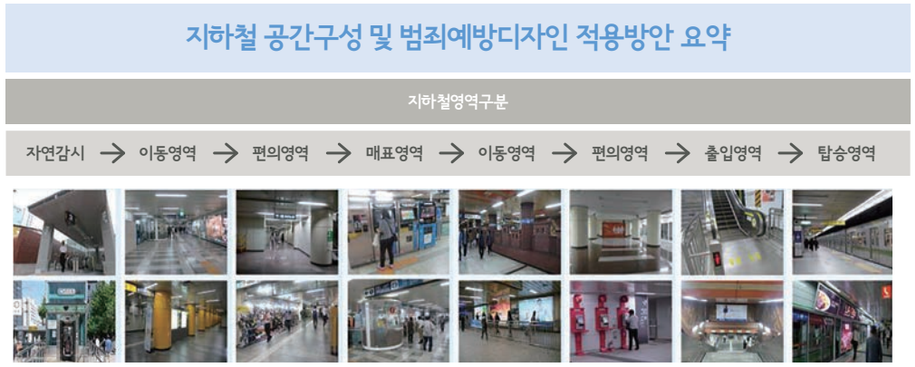
Way-finding 요소의 적용 정도를 파악하고자, 역사 내 공간을 이용목적과 행태에 따라 각각 진입공간, 이동공간, 편의공간, 매표 및 관리공간, 탑승공간으로 구분하였고, 이를 CPTED의 다섯 가지 원리에(자연감시, 접근통제, 영역성, 명료성, 유지관리/운영) 근거하여 아래와 같이 문제점을 도출하였다.

[표 3-20] CPTED 관점의 문제점 분석

1. 자연감시	· 돌출 구조물/복잡한 공간 · 시설물의 부적절한 위치 · 급한 경사의 계단 및 계단하부 사각지대 · 굽은 승강장 · 외진 곳의 편의시설 · 부적절한 조명
2. 접근통제	· 방범용 CCTV 부족 및 부적절한 위치선정
3. 영역성	· 부족/미흡한 안전구역 · 부적절한 공간의 규모(승강장, 수직이동공간 등) · 모호한 공간구분(휴게, 대기, 이동공간 등)
4. 명료성	· 부족한 비상시설(벨, 전화) · 명료성을 저하시키는 시설물의 색상적용 · 관리실(경찰출장소 포함) 낮은 인지성 · 부적절한 안내사인/시설(혼란을 가중시킴)
5. 유지관리/운영	· 노후시설과 미흡한 관리 · 부족한 관리인력 · 방치된 공간(휴게, 편의) · 이용이 적은 시간대를 고려한 방범대책 미흡

이렇게 도출된 지하철 역사 공간 내의 범죄예방 관련 문제점을 근거로 두 분야의 전문가와 시민디자인연구단이 최종 선정된 동대문역사문화공원에 대한 가이드라인, 환경 개선 방안 및 관련 이미지 제시 등 여러 가지 개선 아이디어를 제안하였다.

제안된 아이디어는 범죄학, 지하철 보안, 교통, 디자인 등 관련 분야의 전문가 자문을 거쳐 디자인 관점의 개선 방안과 정책적 관점의 개선 방안으로 최종 정리되었다. 각 영역별 세부 원리 및 전략은 아래 그림과 같다.



	CPTED 원리 & 전략							
원리	자연감시	자연감시	자연감시	자연감시	자연감시	자연감시	자연감시	자연감시
	접근통제	접근통제	접근통제	접근통제	접근통제	접근통제	접근통제	접근통제
	명료성강화	명료성강화	명료성강화	명료성강화	명료성강화	명료성강화	명료성강화	명료성강화
	활동활성화	활동활성화	활동활성화	활동활성화	활동활성화	활동활성화	활동활성화	활동활성화
	영역성강화	영역성강화	영역성강화	영역성강화	영역성강화	영역성강화	영역성강화	영역성강화
전략	투시형 엘리베이터	사각지대를 제거하는 공간개선	외진공간 조명설치	개찰구 주변에 투시형 구주의 역무원실 설치	사각지대를 제거하는 공간개선	외진공간 조명설치	투시형 엘리베이터	CCTV, 조명, 비상벨에 설치된 안전구역 지정
	CCTV설치	감시 및 도주방지를 고려한 분리대 설치	편의시설 표지판 개선		감시 및 도주방지를 고려한 분리대 설치	편의시설 표지판 개선	CCTV설치	각종 광고물 규제
	범죄예방표지판 설치	신속한 이동 및 빠른 길찾기를 위한 안내시설 개선	공간연계를 통한 자연감시 기능 강화		신속한 이동 및 빠른 길찾기를 위한 안내시설 개선	공간연계를 통한 자연감시 기능 강화	범죄예방표지판 설치	

[그림 3-25] 지하철 공간구성 및 범죄예방디자인 적용방안 요약

(2) 지하철 역사 액티브디자인

미국 뉴욕시의 액티브디자인 가이드라인과 시카고의 보행로 확대 계획 등 액티브디자인에 대한 다양한 선행 사례들이 이어지면서 액티브디자인에 대한 세계적인 관심이 급증하고 있다. 서울디자인재단 또한 “걷기 즐거운 서울”이라는 비전 아래 액티브디자인을 기반으로 도시환경을 조성하여 서울시민들의 건강을 유지하고 이처럼 여러 가지의 부정적 사회현상들을 극복하기 위해「지하철 역사 액티브디자인」사업을 실시하였다.

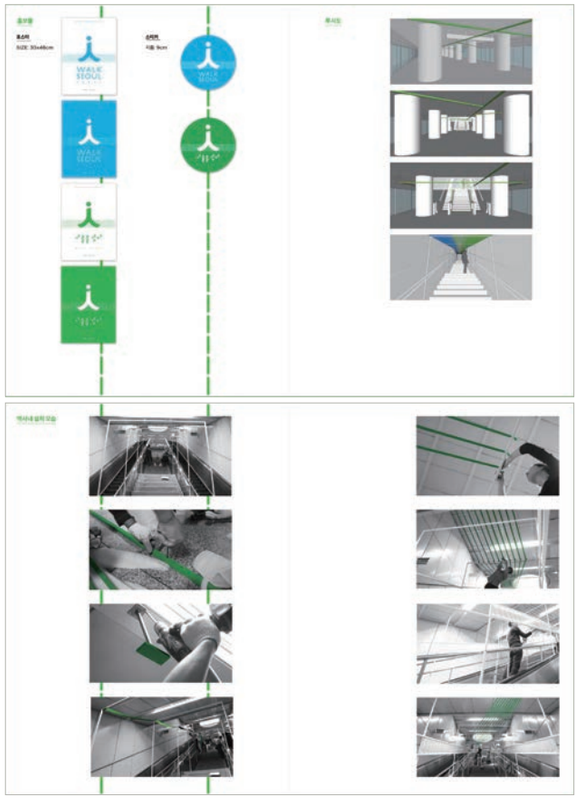
대상지는 선행 리서치와 자문회의 등을 거쳐 지하철 4호선 동대문역사문화공원역이 선정되었으며 사업의 범위를 설정하기 위해 대상지의 장소, 환경, 사용자 조사 및 분석을 실행하고 이를 바탕으로 액티브디자인 구현 방향을 수립하였다.



[그림 3-26]] 서울형 액티브디자인 추진 방향

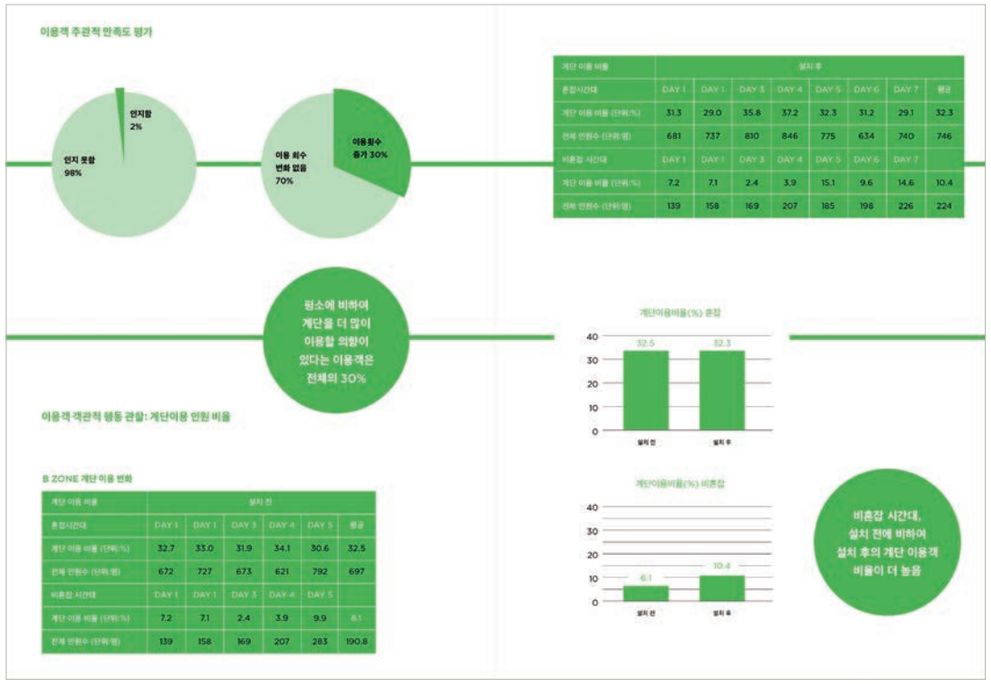
그리고 대상지 분석 결과에 따라 ‘분산’을 핵심 키워드로 설정하여 디자인을 통한 능동적 행동 변화를 유도하고, 유동인구의 혼잡을 해결하고자 하였다.

혼잡의 주요 요인으로는 방향성의 혼선, 낮은 가독성과 시인성, 일관성의 결여 등 주로 정보의 혼재에서 발생하는 경우가 많았으며 이를 해결하기 위해 사인물의 소재와 위치, 직관적 그래픽의 사용, 다국어 표기에 대한 가이드 등 다양한 개선 방향을 반영한 액티브디자인 실행 계획을 수립하였다. 그리고 지하철 역사 내 1개소 시범 설치를 추진하였다.



[그림 3-27] 지하철 역사 액티브디자인 시범 설치

대상지 시범 설치 완료 후 사업효과를 검증하기 위해 2013년 10월부터 12월까지 약 2개월 동안 이용객 대상 만족도 조사를 시행하였다. 평가 항목은 주관적 만족도 평가, 객관적 행동 관찰, 인터뷰 설문 세 가지 항목으로 설정되었다. 만족도 조사 결과 시인성은 3.4점에서 3.7점으로 상승했으나, 유용성은 3.9점에서 3.8점으로 감소하여 결과적으로 그 변화 폭이 크지 않은 것으로 나타났다.

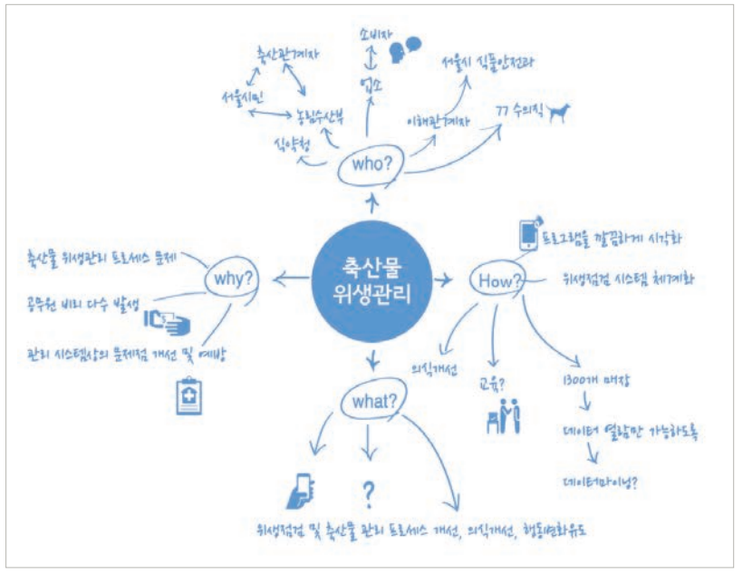


[그림 3-28] 시범 설치 후 이용객 대상 만족도 조사

서울디자인재단은 이러한 조사 결과를 바탕으로 2014년에는 보다 효과적인 액티브디자인을 실행하기 위해 충분한 연구기간의 확보 및 연구와 시공의 분리를 개선사항으로 설정하였다. 향후 액티브디자인 발전 방안 및 과제 도출을 위해 지속적인 노력을 기울일 예정이다.

(3) 축산물 단속비리 예방 서비스디자인

서울시는 국민권익위원회가 발표한 「2012년 공공기관 청렴도 측정」에서 종합청렴도 4등급이라는 평가를 받았다. 이에 서울시는 여러 가지 비리 유형 중 최근 문제가 되었던 '축산물 단속 공무원' 비리를 대상으로 「축산물 단속 비리 예방 서비스디자인」 사업을 실시하였다. 이 사업은 서울시 축산물 단속 공무원의 비리 발생 가능성을 사전에 예방할 뿐만 아니라 축산물 위생점검이 제대로 실시되어 서울시민이 안전하게 축산물을 이용할 수 있는 방안을 마련한다는 세부 목표를 가지고 있다.



[그림 3-29] 축산물 단속비리 예방 서비스디자인 연구범위

먼저 축산물 현황 및 문제점을 파악하기 위해서 축산물 위생점검 프로세스, 위생점검 과정별 현황, 시민참여 및 교육 현황, 위생점검 이해관계자, 축산물 관련 언론보도 조사를 실시하였다. 그리고 공무원부터 어린이까지 다양한 시민을 대상으로 서비스디자인 워크숍을 실시하고 여러 분야의 전문가를 인터뷰 하였다. 이러한 과정을 바탕으로 '객관적인 점검대상 관리', '공무원 권력분산/자부심 상승', '개방적인 평가/의견 정보교환', '손쉬운 시민참여', '업체간 자율적인 위생경쟁'이라는 다섯 가지 목표가 도출되었다.



[그림 3-30] 축산물 단속비리 예방 서비스디자인 연구목표

최종적으로 제시된 축산물 단속을 위한 비리예방 청렴시스템은 총 여덟 가지의 아이디어로 구성되어 있다. 시스템은 사람과 환경을 동시에 변화시키기 위해 행동주의 메커니즘과 매뉴얼 강화 시스템 환경으로 나뉜다.

행동위주 메커니즘에는 점검 공무원의 자부심을 강화시키고 역할을 가시화할 수 있는 청렴유니폼과 청렴의지를 표명하기 위한 청렴명함, 청렴서약서가 개발되었다. 또한 서울시 중앙위생점검단을 구성하고 위생점검 우수 공무원을 대상으로 성과포상제 도입 등과 같은 아이디어가 제시되었다.

매뉴얼 강화 시스템 환경을 구축하기 위해서 서울시 홈페이지, 앱, 아이 카메라, 구글 글래스 등 인터넷 환경을 통해 실시간으로 정보를 공개하고, 우수 판매업소 창고 내부를 매장에 공개함으로써 업소 간 경쟁을 유도하는 아이디어가 제안되었다. 이렇게 제시된 시스템은 주관성이 배재되어 보다 객관적

이며 선순환적인 점검 과정이 이루어진다. 과거에는 공무원 스스로 자기통제 능력에 의존해 업무를 이행했다면 이러한 시스템 개발을 통해 자기통제 능력의 의존도를 낮추고 통합적이고 객관적인 순환을 활성화할 예정이다.



[그림 3-31] 축산물 단속 청렴시스템

3) 창의적 디자인문화 확산

서울시와 서울디자인재단은 다양한 계층의 시민들을 대상으로 디자인교육을 제공하고 예술적 욕구를 자극할 수 있는 환경을 제공하는데 많은 노력을 기울이고 있다. 2013년도에는 2012년도의 사업과 마찬가지로 영유아, 초·중·고등학교 학생들과 초등교사를 대상으로 「창의디자인교육사업」을 실시하고 예술에 대한 서울시민의 접근도를 높이기 위해 「도시갤러리 프로젝트」 사업을 실행하였다.

(1) 창의디자인교육사업

「창의디자인교육사업」은 미래 사회를 이끌어나갈 수 있는 창의적 인재를 양성하고, 다양한 분야의 우수 인재를 발굴하는 교육 지원 시스템을 마련하기 위해 기획되

었다. 이를 통해 아동·청소년에게 자신의 적성과 능력을 발견할 수 있는 계기와 인문학·공학·과학 분야를 비롯하여 예술문화 분야에 이르기까지 폭넓은 사고와 활동을 할 수 있는 기회를 제공하는 것이 주요 목적이다.

2013년에 시행된 세부사업은「어린이의 창의적 환경 조성을 위한 디자인 콘텐츠 모델개발 및 구축사업」과「학생디자인체험교육」,「교사직무연수 프로그램」이다.

「어린이의 창의적 환경 조성을 위한 디자인 콘텐츠 모델개발 및 구축사업」은 영유아를 대상으로 한 창의적 교육 콘텐츠를 개발하기 위한 사업이다. 이 사업은 다시「어린이 창의놀이 공간 모델 개발 및 구축사업」과「어린이집의 창의디자인놀이활동 콘텐츠 개발」,「창의디자인놀이활동워크숍 시범운영」로 나뉘어 실행되었다.

2013년 서울디자인재단 내 시민디자인연구소에서 수행한「학생디자인체험교육」과「교사직무연수 프로그램」은 서울특별시교육청의 위탁사업으로 초·중·고 학생과 교사를 대상으로 디자인체험교육을 제공하는 것이 주된 내용이었다.

「학생디자인체험교육」은 학교별, 학급별 맞춤형 교육을 위하여 일반과정과 심화과정이 분리 운영되며 교과뿐 아니라 적성·진로 결정에도 도움을 줄 수 있도록 구성되었다. 또한,「교사직무연수 프로그램」은 학생 및 교사의 요구를 적극 반영하여 운영되며 디자인교육 마인드를 정립하고, 디자인 기초부터 전공까지 이론 및 실습 과정을 통하여 학생 지도에 즉각적으로 활용될 수 있도록 구성되어 있다.

[표 3-21] 창의디자인교육 세부사업

사업		대상
어린이의 창의적 환경 조성을 위한 디자인 콘텐츠 모델개발 및 구축사업	어린이 창의놀이 공간 모델 개발 및 구축사업	영유아
	어린이집의 창의디자인놀이활동 콘텐츠 개발	
	창의디자인놀이활동 워크숍 시범운영	
학생디자인체험교육		초·중·고 학생
교사직무연수 프로그램		초중등학교 교사

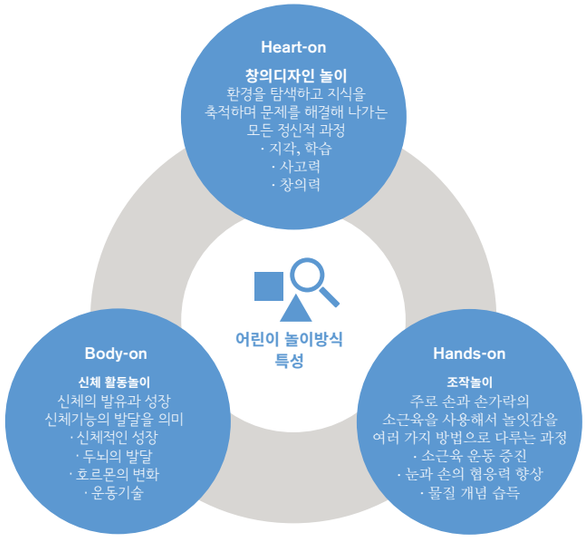
• 어린이의 창의적 환경 조성을 위한 디자인 콘텐츠 모델개발 및 구축사업

어린이 창의놀이 공간 모델 개발 및 구축사업

최근 어린이 관련 보육 및 교육, 놀이공간이 증대되고 있는 반면, 공간의 형태는 상업적으로 획일화되고 어린이의 창의성개발과 안정성 확보에 위배되고 있어 영유아기 어린이의 창의성 개발을 위한 안전하고 쾌적한 공간 모델의 개발의 필요성이 제기되고 있다.

「어린이 창의놀이 공간 모델 개발 및 구축사업」은 이렇게 디자인을 통한 미래지향적 어린이 창의놀이공간 모델을 개발하기 위해 시행되었고 DDP 살림터 1층 아이공간에 아이플레이(I-Play) 브랜드로 구축되었다. 아이플레이(I-play)는 어린이 놀이방식 특성 분류를 토대로 창의디자인놀이, 신체활동놀이, 조작놀이로 각각 나누어 공간을 구성하였다.

재단은「어린이 창의놀이 공간 모델 개발 및 구축사업」을 통해 DDP에 대한 시민의 접근도를 높일 뿐만 아니라 어린이들에게 상상력과 창의력을 자극할 수 있는 공간을 제공하고 동시에 시범모델을 제안함으로써 관련 산업에 긍정적인 파급효과와 변화를 줄 수 있을 것으로 기대하고 있다.





[그림 3-32] 어린이 창의놀이 공간 아이플레이 컨셉

ZONE	CORNER	사업명
PLAY CUBE	향기의 방	향기나는 구슬방
	빛과 소리의 방	귀 기울여 보세요_자연의 소리
		귀 기울여 보세요_사물의 소리
	촉각의 방	울퉁불퉁 다리를 건너자
		부들부들 꺼끌꺼끌
		그물을 건너가요
		커다란 색깔 숲
	착시의 방	뱅글뱅글
	커다란 방	커다란 장남간
PLAY ART	디자이너의 방	자동차 디자이너
		패션 디자이너
		책 디자이너
	새싹 디자이너의 방	블록 색칠놀이
		알록달록 고무줄
		요렇게 저렇게
부대시설	휴게공간	바람부는 토끼 숲
	워크샵 공간	꼼지락 상상
	화장실 및 물품보관	

어린이집의 창의디자인놀이활동 콘텐츠 개발

보육서비스의 보편적 복지시대를 맞이하여 서울시가 국공립어린이집 사업을 대대적으로 추진하고 있는 가운데 어린이집의 창의적 환경조성을 위한 교육 콘텐츠 개발의 필요성 또한 요구되고 있다. 이에 서울디자인재단은 어린이집의 창의디자인놀이활동을 위한 교구 콘텐츠를 개발하고 이를 활용한 워크숍 프로그램을 시범 운영하였다.

기본디자인 교구는 색, 모양, 재료 세 가지 영역으로 구성되며 유아들이 관찰과 체험을 통해 이해, 해석, 확장, 활용할 수 있는 기본 구조를 이루고 있다.

색은 사물을 느끼게 하는 중요한 도구이다. 다양한 색의 이름과 상징, 원리와 활용법에 대하여 배운다. 모양의 경우, 선이 모양이 되고 모양이 형태가 되는 원리를 배우고 사물의 구조를 만들어 낼 수 있는 다양하고 기본적인 요소들을 체계적으로 습득할 수 있도록 한다. 재료를 통해서는 다양한 질감과 재료들의 특성을 배운다.

교구박스에는 총 12색과 자연물, 인공물 사진이 종이카드와 필름카드에 인쇄되어 있고 유아의 발달 감각을 돕기 위해 실질적인 질감표현이 적용되었다. 다칠 위험이 없고 환경, 유해 호르몬이 발생하지 않는 안전한 소재를 사용하였다.

[표 3-22] 창의디자인놀이활동을 위한 교구 세부 내역

색	주제	- 열두 가지 색과 감정', '자연물과 인공물의 색', '색의 혼합', '색의 연상(약속의 색)', '보호색과 강조색', '따뜻한 색과 차가운 색', '채도와 명도', '색의 조화' - 빨강, 파랑, 노랑, 주황, 초록, 보라, 분홍, 갈색, 금색, 흰색, 검정, 회색
	구성	- 각 주제별 사진은 자연물과 인공물로 상호 비교할 수 있도록 구성 - 앞면은 대표사진, 뒷면은 대표사진에 대한 설명 또는 같은 색을 가진 종류의 사진으로 구성
	활용방법	- 관련 프로그램을 위한 도입, 기본 이해, 탐색하기 단계에서 활용 - 다른 활동의 교보재, 참고자료로 활용 - 다른 영역의 활동 후, 반복 및 비교, 종합정리 단계로 활용 - 카드만을 이용한 이해, 발견, 비교, 분류, 나열, 조합, 연결, 체험 놀이로 활용
모양	주제	- '전체와 부분', '사물 속 모양', '자연의 모양', '인공물의 모양', '선의 종류', '모양에서 형태' - 100장의 빈 필름 카드 : 주변의 여러 가지 모양을 발견하고 따라 그려보기
	구성	- 각 주제별 사진은 부분과 전체를 상호 비교할 수 있도록 구성 - 자연물과 인공물이 가진 모양과 기본 모양 카드를 비교할 수 있도록 구성 - 앞면은 대표사진, 뒷면은 대표사진에 대한 설명 또는 같은 모양을 가진 종류의 사진으로 구성
	활용방법	- 관련 프로그램을 위한 도입, 기본 이해, 탐색하기 단계에서 활용 - 다른 활동의 교보재, 참고자료로 활용 - 다른 영역의 활동 후, 반복 및 비교, 종합정리 단계로 활용 - 카드만을 이용한 이해, 발견, 비교, 분류, 나열, 조합, 연결, 체험 놀이로 활용
재료	주제	- '촉감 : 자연물과 인공물', '물건과 재료', '15종의 서로 다른 재료', '120장의 서로 다른 종이' - 120장의 종이 : 12색에 해당하는 종류가 다른 10종의 종이를 모은 색지 묶음
	구성	- '부드럽다', '딱딱하다', '말랑말랑하다', '거칠거칠하다', '매끈하다', '뾰족하다' 여섯 가지 촉감의 자연물과 인공물을 상호 비교할 수 있도록 구성 - 생활 속 물건과 그 물건을 만든 재료를 조합하여 구성 - 질감이 서로 다른 재료 묶음을 통해 직접 만져보고 재료로 사용할 수 있도록 구성 - 동색 계열의 질감이 다른 종이를 통해 종류에 따른 질감과 색 차이를 경험할 수 있도록 구성
	활용방법	- 관련 프로그램을 위한 도입, 기본 이해, 탐색하기 단계에서 활용 - 다른 활동의 교보재, 참고자료로 활용 - 다른 영역의 활동 후, 반복 및 비교, 종합정리 단계로 활용 - 카드만을 이용한 이해, 발견, 비교, 분류, 나열, 조합, 연결, 체험 놀이로 활용

색 (Color)





색의 연상(약속의 색)

필름카드



필름카드+필름카드



필름카드+종이카드

모양 (shape)





부분과 전체

자연의 모양



사물 속 모양



인공물의 모양

재질 (material)





촉감 : 자연물과 인공물



물건과 재료

창의디자인놀이활동 워크숍 시범운영

워크숍은 재단에서 개발한 '창의디자인교구'를 활용한 체험 형태의 워크숍으로 일반 유아 대상의 일회성 교육 프로그램과 교구의 효과측정을 위한 어린이집 대상 장기 프로그램으로 나뉜다.

일회성 교육 프로그램은 일반 유아들의 창의성 교육 체험을 통해 프로그램을 홍보하고 경험하는데 목적을 두고 무료로 운영되었다. 장기프로그램은 유아기 창의성 교육이 중요시됨에 따라 창의디자인놀이활동 운영을 통해 창의적인 체험학습 기회를 제공하고 개발된 교구의 효과를 관찰하고 평가할 수 있는 시범사업으로 운영되었다.

[표 3-23] 창의디자인놀이활동 워크숍

구분	일회성 워크숍
목적	창의디자인교육체험을 위한 일회성 프로그램
대상	만 3~5세 유아 20명 내외
장소	소마미술관 세미나실
횟수	6회
시간	회당 워크숍 70분
진행	· 오늘 기분은 ◯색? 나만의 색깔 팔레트 만들기 (3회) · 색, 모양, 질감 수수께끼 상자 만들기(3회)



구분	효과측정을 위한 장기 워크숍
목적	창의디자인교육의 효과 측정을 위한 장기프로그램 진행, 디자인교육 효과 관찰 및 평가
대상	만 3세, 5세 유아 각 15명
장소	구립마장 어린이집, 서초구청 어린이집
횟수	8회
시간	대그룹활동 및 소그룹활동 포함 1회 50분
진행	· 색 교육 – ①색의 이해/ ②색의 사용/ ③색의 기능 · 모양 교육 – ④모양의 이해/ ⑤모양의 사용과 기능 · 질감 교육 - ⑥질감의 이해/ ⑦질감의 사용과 기능 · 종합 - ⑧기본디자인 교육의 확장



교육프로그램의 결과를 살펴보면 첫 번째로 기본디자인 교구의 사용을 통해 아이들이 색·모양·질감에 대한 개념들을 체계적으로 배울 수 있고, 두 번째로 본 교육프로그램의 목적인 기본디자인 요소 사용능력을 기르는데 효과적임을 알 수 있다.

• 학생디자인체험교육

「학생디자인체험교육」은 디자인교육을 활성화시키고 창의적으로 문제를 해결하는 능력을 양성하기 위해 추진한 사업이다. 주 5일제 수업이 진행됨에 따라 서울시 초·중·고등학교 재학생을 대상으로 매주 토요일에 교육을 실시하였으며 하계와 추계로 나누어 연간 두 번 시행하였다. 참여 대상은 다문화 가정 및 저소득계층 등의 사회적 배려대상 학생 총 49명을 우선 선발하였다.

[표 3-24] 학생디자인체험교육 하계 세부내역

기간	모집인원	교육장소	특징
6.29. ~8.10	프로그램별 40명 총 480명 (사회적 배려대상 33명)	서울디자인지원센터 (ART&SMART예술교육연구소 김희주 대표)	· 교육주제 : '가족 힐링 프로그램' 나만의 연극-무대 디자인 · 교육특성 : 가족 동반 초등학생 프로그램으로써, 학부모의 어린시절을 주제로 작은 연극무대를 만드는 과정을 통해 가족 간 대화와 소통을 유도
		홍익대학교 (김현석, 이근, 박연선, 김보연 교수 외 교수별 강사진)	· 교육주제 : 시각, 자동차, 색채, 그린디자인을 주제로 학교급별 강의 · 교육특성 : 학생들의 창의력 증진 및 문제해결 능력 강화에 초점을 맞추었으며, 홍익대학교와의 협약 운영을 통하여 학생들에게 대학탐방 및 진로체험 기회를 제공



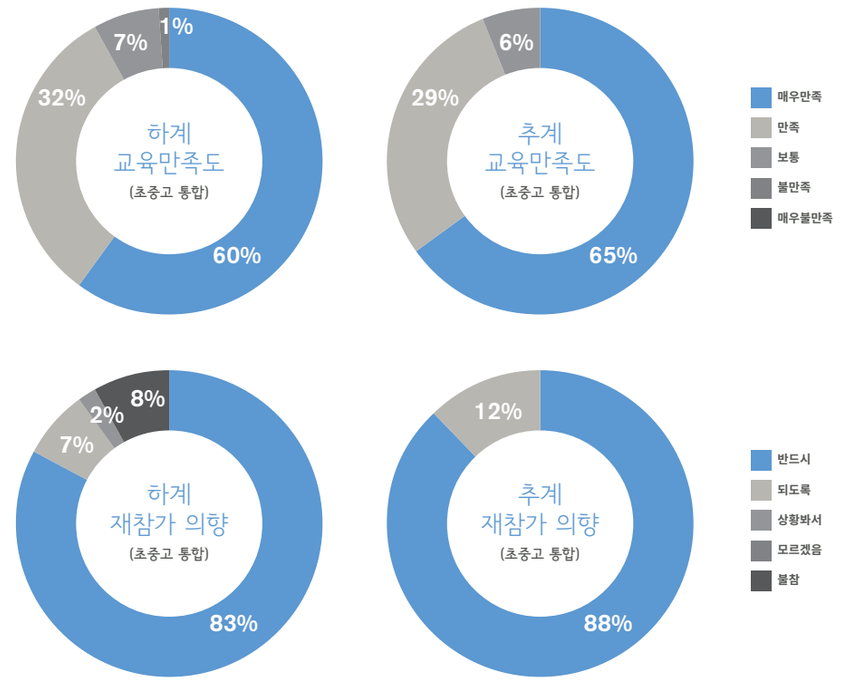
[표 3-25] 학생디자인체험교육 추계 세부내역

기간	모집인원	교육장소	특징
10.12. ~11.16	프로그램별 40명 총 560명 (사회적 배려대상 16명)	국민대학교 (정도성 교수, 장중식 교수 외 교육별 강사진)	· 교육주제 : 인클루시브/지속가능/3D/생활디자인을 주제로 학교급별 강의 · 교육특성 : 국민대학교와의 협약을 통하여 학생들에게 대학탐방 및 진로체험 기회를 제공할 뿐 아니라, 국민대 UIT디자인 컴패니언센터에서 신기술 융합 디자인 실습 체험 가능
		숭의여자대학교 (윤현정 교수, 김도희 교수 외 교수별 강사진)	· 교육주제 : 쿠션/인형/핸드폰고리/램프/패키지/액세서리 디자인 등 생활 속의 다양한 실용 디자인을 중심으로 초등학생 맞춤 교육 진행 · 교육특성 : 1학년~6학년 학생들을 고루 섞어 조를 배정하여, 고학년 학생들이 같은 조 저학년들을 이끌고 도와주면서 협동과 협력하는 방법을 일깨워줌 단순 체험으로 끝나지않고 개인의 결과물을 '완성'할 수 있도록 학습목표 설정





교육 완료 후 총 1,045명의 참가자를 대상으로 설문조사를 실시한 결과 하계, 추계 모두 '매우만족'을 선택한 비율이 60%가 넘었다. 재참가 의향 또한 80%를 넘을 만큼 디자인교육에 대한 참가자들의 만족도가 매우 높은 것을 알 수 있다.



[그림 3-33] 학생디자인체험교육 만족도 조사 결과

그 외 프로그램 반영, 개선 사항으로 자녀가 교육을 받는 동안 대기하고 있는 학부모를 고려하여 대기실에 시청각 자료를 재생해주는 등의 학부모 배려를 요구하였고 학년 통합으로 진행하고 있는 교육을 수준별 맞춤 교육으로 변경하고 이를 위해 조별 학생 인원을 줄이고 전임 보조강사의 인원을 충원하자는 제안을 하기도 하였다.

추후에는 이러한 설문조사와 제안된 개선사항을 수렴하고 보다 많은 학생들이 차별 없이 교육 해택을 받을 수 있도록 교육 횟수, 교육 대상 선발 방법을 좀 더 심도 있게 강구할 계획이다.

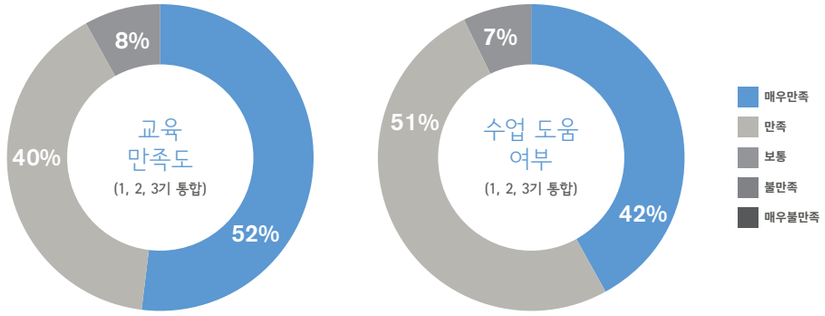
• 교사직무연수 프로그램

「교사직무연수 프로그램」은 교사를 대상으로 다양한 디자인교육의 방향성을 이론과 실습을 통해 제시함으로써 디자인교육에 대한 이해를 높이고, 디자인 교과 학습 능력을 향상시켜 학생 지도에 즉각적으로 활용하기 위해 기획되었다. 서울특별시 관내 초·중등학교 교원 120명을 대상으로 초등일반, 초등심화, 중등공통과정으로 나누어 7월 29일부터 8월 9일까지 총 45시간 동안 진행되었다.

[표 3-26] 교사직무연수 세부내역

구분	일시	세부
1기 초등일반과정	7.29~7.31 (15시간)	1일 : 창의적 사고와 인재교육 / Tool-kit 디자인교육
		2일 : 창의디자인수업 설계 / 창의디자인수업 워크숍 I / 창의디자인수업 워크숍 II
		3일 : 그린디자인과 교육
2기 초등심화과정	8.1~8.5 (15시간)	1일 : 창의교육과 미래디자인 / 우수디자인교육사례와체험실습
		2일 : 창의디자인수업 설계 / 창의디자인수업 워크숍 I / 창의디자인수업 워크숍 II
		3일 : 그린디자인과 교육
3기 중등공통과정	8.7~8.9 (15시간)	1일 : 청소년 디자인교육 개론 / Tool-kit 디자인워크숍
		2일 : 창의예술교육 수업설계 / 창의예술교육 워크숍 I / 창의예술교육 워크숍 II
		3일 : 그린디자인과 교육

참가자들을 대상으로 설문조사를 실시한 결과 52%가 '매우 만족', 40%가 '만족'을 답했다. 또한 교과수업에의 도움 여부를 살펴보았을 때, 42%가 '매우 도움이 됨', 51%가 '도움이 됨'을 선택하여 연수가 실제 학생 지도에 적용될 수 있다고 응답했다.



[그림 3-34] 교사직무연수 프로그램 만족도 조사 결과

건의사항은 이론수업과 실습과정을 나누어 조사하였는데 이론수업은 강사 간 미팅 등 사전 조율을 통해 중복되는 내용을 조정하거나 필요한 내용들은 보다 긴밀하게 연계되어 진행되길 원했고 실습과정에서는 자신의 작품을 완성하거나 다른 연수생의 작품을 감상하는데 시간적 어려움이 있으므로 시간 조정이 필요하다고 대답했다. 그 외 미술, 디자인, 예술, 문화 등 새롭게 떠오르는 분야들에 대한 진로, 직업과 관련된 내용들이 소개되는 수업이 필요하다고 응답했다.

(2) 도시갤러리 프로젝트

「도시갤러리 프로젝트」는 시민, 예술가와 함께 새로운 서울을 만들어 나가기 위한 프로젝트로 2007년부터 지속되어온 사업이다. 서울시는 창의적인 예술 작품을 공공장소에 설치하고 서울의 역사와 이야기를 담은 조형물을 제작, 설치하여 서울시민 뿐만 아니라 서울을 찾은 국내외 손님에게 서울만의 문화적 자긍심을 전하고 새로운 체험을 제공하고 있다.

2013년 시행된 도시갤러리 프로젝트에는 「재미있는 조형물 제작·설치」와 기존의 도시갤러리 프로젝트들을 유지하고 관리하는 「도시갤러리 유지관리」 사업이 있다.

• 재미있는 조형물 제작·설치

서울시는 예술성 또는 사실성을 강조하던 기존 조형물과 달리 재미와 즐거움을 주는 형태의 조형물과 설치 지역과 연관된 스토리를 내재한 조형물을 설치하여 시민들에게 볼거리를 제공하고 있다.

기존에 기획했던 공모 방식은 참여를 원하는 작가가 스스로 제안서를 제출하고 도시조형물자문단에서 2명의 작가를 지명 추천하면 그 작가들이 심화된 제안서를 제출하는 제안서 공모 방식이었다. 그러나 2013년부터는 참여자들의 시간과 비용을 절감하여 참여도를 높이고 작품 제안서 내용의 수준을 향상시키기 위해서 1차에서 아이디어 스케치를 제출하고 심사에서 선정된 3명의 작가가 심화된 제안서를 제출하는 아이디어스케치 공모 방식으로 변경되었다. 이 외에 설치장소 선정기준, 조형물 제작·설치 기준 등은 2012년과 동일하다. 2013년에는 총 58개 작품이 응모되었고 아이디어스케치 심사에서 장소별 3개 작품이 선정되었으며 최종적으로 한성백제 유적지에 칠지도 상징 조형물, 세종대로 주변에 한글 상징 조형물이 설치되었다.

[표 3-27] 재미있는 조형물 설치 세부내역

설치위치	대상	제작 배경
한성백제 유적지 (성내교 동남쪽 경사면)	칠지도 상징 조형물	한성백제 문화유적의 중요한 거점인 몽촌토성과 풍납토성 연결지점에 '칠지도'를 설치하여 문화적 자긍심 고취
세종대로 주변 (세종문화회관 예술의 공원 내)	한글 상징 조형물	한글을 소재로 한 조형물을 설치하여 한글가온길 상징화



[그림 3-35] 칠지도 상징 조형물



[그림 3-36] 한글 상징 조형물

• 도시갤러리 유지관리

2007년부터 2011년까지 도시갤러리 프로젝트 하에 제작, 설치된 조형물은 총 85개이고 작품의 종류도 조형물, 벽화, 미디어아트, 아트퍼포먼스, 시민참여 프로젝트 등 다양하다. 설치된 이후 환경적, 인위적 요인으로 인해 보수가 필요한 작품이 발생함에 따라 서울시는「도시갤러리 유지관리」사업을 실시하였다.

2013년 평가담당관 점검 결과에 따라 유지·보수를 진행한 작품은 총 6건이다. 이 외에도 전 작품을 대상으로 일 년에 1~2회 정기점검을 실시하고 자연재해, 사고발생, 민원 제기 등 보수가 필요할 때 개별작품을 수시로 점검하고 있다. 또한 일정 규모 이상의 대형작품은 정밀안전 점검을 실시한다.

[표 3-28] 도시갤러리 보수 세부내역

작품명	보수내역	이미지
러브레트 (서울숲)	1) 글자오염 제거 2) 도장마감	 
자연과 더불어 전통과 함께 (별이 빛나는 궁전)	1) 전체 센딩 및 오염물 제거 2) 도장 마감	 
자연과 더불어 전통과 함께 (바람의 정거장)	1) 탈락부위 부착 2) 도장 마감	 
인사이드아웃아이드 (인포센터)	1) 녹 제거(센딩 및 약품처리) 2) 도장마감	 
색동 사이로	1) 녹 제거(센딩 및 약품처리) 2) 도장마감	 
투명 변조기	1) 오염물 제거 2) 세정마감	 

4) 역사문화관광콘텐츠 조성

(1) 한양도성 경관조명 개선

「한양도성 경관조명 개선」 사업은 서울 성곽의 아름다운 야간 경관을 조성하여 이를 관광자원화하고 유네스코문화유산으로 등록하는데 기여하고자 계획되었으며, 성곽 경관조명 시설 및 유지관리방안을 개선하는 내용을 담고 있다.

서울성곽조명은 성북, 삼선, 동숭, 광희, 장충, 남산, 청운, 남산 등 8개 지구 8.5㎞에 걸쳐 2005년 3월부터 2009년 10월까지 총 2,232개의 등이 설치되었고, 2010년부터는 연중 1회 이상 관리되고 있다.

경관조명 설치는 시작부터 약 6년이 경과하여 시설 노후 등의 문제가 발생하고 있으며, 주변 광원과의 부조화 및 색온도의 불일치 문제가 발생하여 기본 조명 콘셉트가 훼손되고 있는 실정이다. 또한 산책객들에 의한 시설물의 손괴 및 보수의 지연으로 인한 다양한 문제가 발생하였다. 이번 계획에서는 이러한 실태 및 기존의 문제점을 해결함과 동시에 추후 시설 유지보수까지 고려한 체계적인 계획을 수립하였다.

현재 시설·점검·인력·자료·예산과 관련된 관리개선방안을 수립하여 경관조명시설 개선 기술용역을 5월에 시작하였고, 2014년 2월에 완료되는 용역결과에 따라 연차별로 개선 작업을 실시할 예정이다. 또한 1년에 3회씩 점검을 하는 등 조명 관리작업도 지속할 계획이다.

[표 3-29] 한양도성 경관조명 실태

지구	구간	준공일	경과년수	설치연장 [m]	시설현황		
					분전함 [면]	등수	부하전력[KVA]
계				8,557	28	2,232	351
성북지구	숙정문 ~ 혜화문	2005.12.30	6년 3월	1,080	4	350	89
광희지구	광희문 남측(광희문)	2006.06.30	5년 9월	129	1	40	8
동숭지구	혜화문우측 ~ 흥인지문	2008.01.30	4년 2월	1,051	5	300	34
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
장충지구	장충체육관 ~ 남산동측	2008.12.30	3년 3월	1,053	3	256	45
삼선지구	혜화문(동소문)좌 우측	2009.10.30	2년 5월	979	3	304	46



광희문 경관조명



흥인지문 경관조명

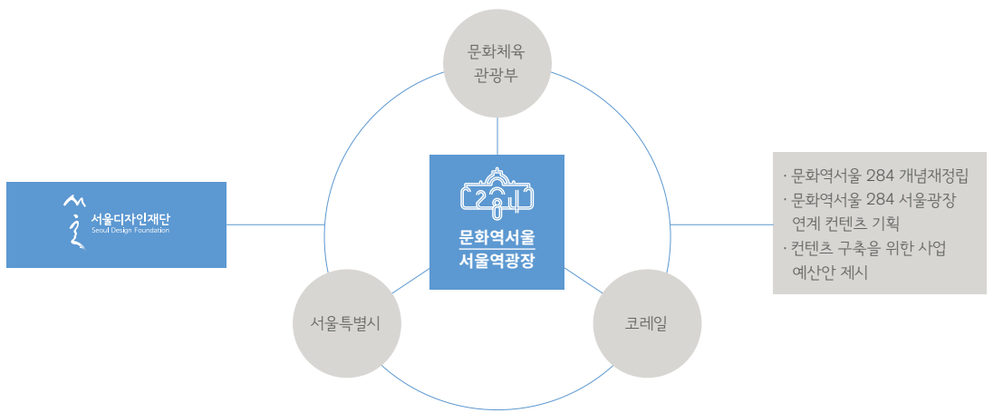
[그림 3-37] 서울 한양도성 경관조명 조성

(2) 문화역서울 284 활성화 방안 연구

‘문화역서울 284’는 문화체육관광부에서 2011년도에 구서울역을 원형복원하여 다양한 문화예술의 창작 및 교류를 위해 새롭게 출범한 복합문화공간이다. 그러나 작가 위주의 전시공간으로만 활용되고 있어 일반시민들을 위한 열린 문화공간으로서의 역할이 미흡하고 ‘문화역서울 284’만의 차별성이 부족하다는 평가를 받고 있다. 또한 기존 서울역 광장과의 유기적인 관계 형성이 필요하다는 의견도 제시되었다.

이에 구서울역과 서울역 광장, 그리고 서울역을 둘러싼 교통 및 주거지 등의 행정을 각각 담당하고 있는 문화체육관광부와 코레일, 서울특별시 3개 기관이 협력하여 서울디자인재단에 연구 용역을 의뢰하여 「문화역서울 284 활성화 방안 연구」를 추진하게 되었다.

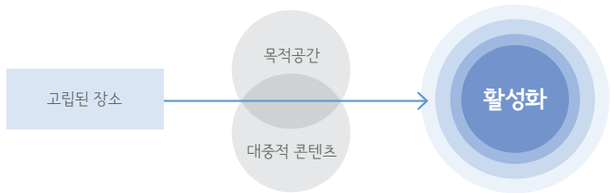
연구의 목적은 역사적, 문화적 중요성뿐만 아니라 장소적 가치에 주목하여 ‘문화역서울 284’의 활성화 전략을 수립하고 이를 서울역 광장과 연계하여 현안 문제를 해결하기 위한 실질적인 방안을 제시하는데 있다.



[그림 3-38] 문화역서울 284 활성화 방안 연구 용역 발주 구조

연구는 현황분석, 국내외 사례분석, 정체성 확립 및 활성화 전략, 콘텐츠 기획, 서울역광장 정비기획, 조직 및 운영체계로 구성되었다.

‘문화역서울 284’의 고립을 극복하고 ‘문화여행의 출발점이자 집결지’라는 정체성을 확립하기 위해 우선적으로 ‘문화역서울 284’를 서울 도심의 4개 문화벨트가 교차하는 지점에서 바라볼 것을 제안했다. 또한 보다 분명한 정체성을 가지기 위해 ‘문화역서울 284’의 특성과 수준의 일관성 유지, 공간 특수성에 적합한 장르 특성화, 다양한 프로그램 운영을 위한 전문적인 인력과 인프라 구축, 전략적인 홍보를 위한 관계기관의 협력 등이 제안되었다.



[그림 3-39] 문화역서울 284 연구기본방향

그 외 ‘문화역서울 284’만의 정체성 및 포지셔닝, 프로그램/이벤트 기획 및 운영전략, 홍보전략, 시설 및 설비가 제안되었다.



[그림 3-40] 서울 도심 4개 문화벨트와 이벤트/프로그램 운영 예시

3.3 주요성과와 전망

서울시는 디자인으로 사회문제를 해결하고 증가하는 시민들의 문화향유 욕구를 충족시키기 위해 2013년 한 해 동안 <모든 시민을 배려하는 디자인 복지 실현>, <디자인을 통한 안전하고 건강한 도시 만들기>, <창의적 디자인 문화 확산>, <역사문화관광콘텐츠 조성> 전략에 따른 사업을 실시하였다.

서울시가 2013년에 집중적으로 시행했던 「유니버설디자인 보편화」 사업은 모든 시민을 배려하는 디자인복지 실현을 목적으로 하고 있으며, 2014년에 보다 확대되어 기존의 유니버설디자인 계획을 바탕으로 「유니버설디자인 프로젝트」, 「유니버설디자인 인증제」 등 다양한 형태의 사업이 추진될 것으로 보인다.

「범죄예방디자인 프로젝트」는 2012년에 서울시가 디자인정책으로 처음 시도한 사업으로 마포구 염리동을 대상으로 범죄예방디자인을 성공적으로 추진함으로써 시민들과 관계자들의 공감을 얻었던 사업이다. 2013년도에는 싱글여성 밀집지역인 관악구 행운동 재래시장과 사회적약자 밀집 지역인 중랑구 면목동, 외국인 밀집지역인 용산구 용산2가동이 대상지로 선정되었다. 2014년에는 신규 대상지를 2개소 선정하여 지속적으로 추진되며 「서울 범죄예방 지도 만들기 프로젝트」도 함께 진행될 예정이다.

2013년 다양한 시민을 대상으로 창의적인 디자인교육을 제공하고 예술적 욕구를 자극할 수 있는 환경을 마련하기 위해 추진한 「창의디자인교육사업」은 시민들로부터 많은 관심과 좋은 평가를 받았다. 세부사업으로는 영유아, 초·중·고등학생을 대상으로 한 「학생디자인체험교육」과 학교에서 실질적으로 디자인 교육을 담당하는 선생님들을 대상으로 한 「교사직무연수 프로그램」으로 구분되었다. 2014년에는 교육 중심의 창의디자인사업은 다소 축소될 것으로 전망되지만 이와 반대로 도시자원을 활용한 관광콘텐츠 개발에 대한 필요성이 대두됨에 따라 역사문화관광콘텐츠 조성을 위한 「한양도성 경관조명 개선사업」이 큰 폭으로 확대될 예정이다.

이처럼 서울시와 재단은 디자인을 통해 시민 복지 수준을 향상시키고 보다 안전한 도시 환경을 조성하며 시민들에게 문화향유의 기회를 폭넓게 제공하기 위해 많은 노력을 하고 있다.

4장
서울디자인과 환경

<2013 서울디자인백서>의 각 장별(경제, 사회·문화, 환경) 이슈는 서울연구원의 서울서베이, 서울디자인재단의 서울디자인서베이 등을 비롯하여 여러 연구기관의 분야별 보고서 및 연구자료를 바탕으로 서울시와 서울디자인재단의 내부 협의를 통해 도출되었다.

4.1 서울 환경 이슈와 디자인 전략

1) 서울 환경 이슈1 : 도심 시가지의 집단적 노후화 진행

2) 서울 환경 이슈2 : 과도한 에너지 소비로 인한 도시공해 증가

3) 디자인 전략 : 디자인을 통한 도시환경 개선

(1) 시민과 함께하는 주거환경개선 디자인
(2) 디자인을 통한 쾌적한 도심환경 만들기
(3) 에너지 절감을 위한 빛환경 개선

4.2 2013 서울디자인 사업 : 환경 영역

1) 시민과 함께하는 주거환경개선 디자인

(1) 서울골목디자인 프로젝트
(2) 경관개선사업
(3) 경관협정사업
(4) 마을정자나무 가꾸기

2) 디자인을 통한 쾌적한 도심환경 만들기

(1) 서울형 시각정보체계 연구
(2) 동대문 지역문화 인포그래픽
(3) 공공시설물 표준형디자인 개발
(4) 간판이 아름다운 거리 조성

3) 에너지 절감을 위한 빛환경 개선

(1) 친환경 스마트조명도시 구축
(2) 서울시 좋은빛상 시상
(3) 좋은 빛환경 조성 시범사업

4.3 주요성과와 전망

4.1 서울 환경 이슈와 디자인 전략

서울시는 지난 50년 동안의 압축적인 성장의 결과로, 누적된 피로감과 한계에 부딪히고 있다. 지속가능한 도시공간에 대한 원칙과 철학에 대한 충분한 고려 없이 추진한 개발은 도시경관과 서울의 역사성을 훼손시킬 뿐만 아니라 에너지 소비를 지속적으로 증가시켜 지구온난화, 생태계파괴 등 다양한 환경문제를 발생시키고 있는 상황이다. 이는 곧 도시의 노후화를 촉진시키고 시민의 건강과 안전을 위협할 것으로 예측된다.

이에 서울시는 안전하고 지속가능한 도시환경 구축을 궁극적인 목표로 다양한 정책을 펼치고 있다. 시민이 자연과 함께 편안히 쉴 수 있는 생태공간을 조성하고 장애인, 노약자, 자전거 이용자 등 모두를 위한 무장애 접근 환경을 조성할 뿐만 아니라 동네공원을 마을공동체와 소통할 수 있는 공간으로 개선하는 등 도시공간을 쾌적하고 용이하게 변화시키기 위해 노력하고 있다. 또한 「원전하나줄이기 종합대책」을 수립하여 에너지 자립을 향상시키고 기후변화와 에너지 위기에도 안전한 서울을 만들기 위해 힘쓰고 있다. 이러한 노력은 도시 내 자연환경을 증대시키고 시민들의 활동을 장려하며 쾌적하고 건강한 생활환경을 조성할 것으로 기대된다.

1) 서울 환경 이슈1 : 도심 시가지의 집단적 노후화 진행

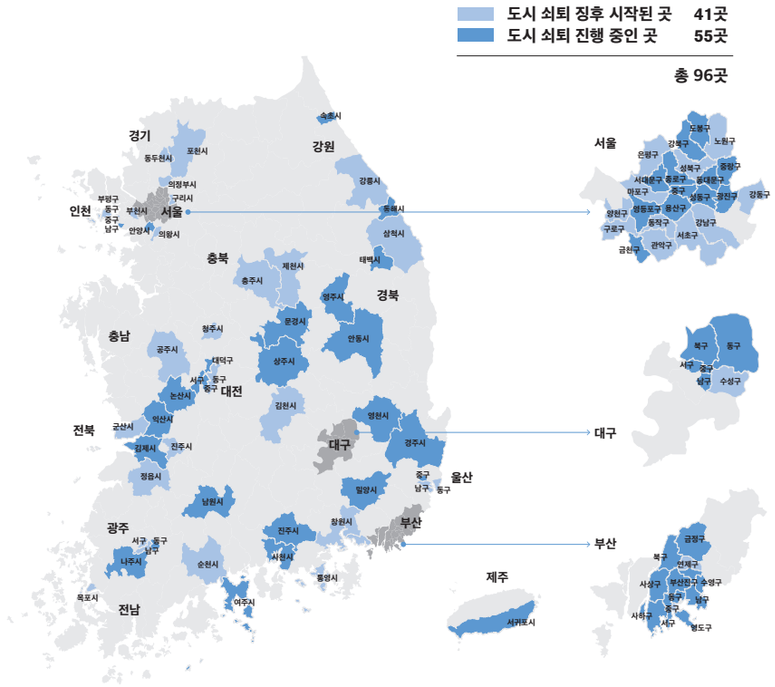
도시는 무한히 성장하고 확장하는 것이 아니라 일정 수준의 도시화에 도달하고 나면 각종 문제로 인해 쇠퇴의 징후를 나타낸다. 서울시 또한 근대화 이후 빠른 도시화로 인해 도심 집단적 노후화를 겪고 있다. 이러한 노후화는 도시를 관리하고 가꾸어야 할 시점이 도래했다는 것을 시사한다.

도시 쇠퇴는 인구·사회, 산업·경제, 물리·환경적 측면에서 시간적으로 활력을 잃어가고 있는 상태를 말한다. 도시 쇠퇴 양상은 물리적 노후화, 경제적 노후화, 인구·사회 측면의 쇠퇴라는 세 가지 측면으로 나타난다.[1)]

국토연구원의 2012년 분석자료에 따르면 전국 읍면동의 65%에 이르는 2,239개 읍면동에서 인구·사업체가 감소하거나 노후화가 진행되는 등 쇠퇴 징후를 보이고 있다. 서울시는 다른 도시에 비해 상대적 낙후도는 낮지만 종로구, 중구, 동대문구 등 강북에 해당하는 지역에서 도시쇠퇴가 진행 중이고 용산구, 서초구, 강남구 등 강남에 위치한 지역에서도 도시 쇠퇴 징후가 나타나기 시작하였다. 서울시 외곽지역에 대규모 신도시가 개발됨에 따라 행정·

1) 양동석, 유영화. (2011). 한국토지주택공사, 도시재생 종합정보시스템 구축 - 시군구단위 쇠퇴진단시스템 구현을 중심으로 -.

주거·업무·서비스 등 다양한 기능이 신도시로 이전하였고 이로 인해 구도심이 활력을 잃어가고 강북구를 중심으로 빠른 속도로 쇠퇴기를 겪고 있다.



[그림 4-1] 전국 도시쇠퇴 현황[2)]

지난 40여 년간 기성시가지 내 노후 지역을 정비하기 위해 활용된 방법은 「도시 및 주거환경 정비법」을 비롯하여 「도시재정비 촉진을 위한 특별법」 등에 근거한 재개발·재건축, 재정비촉진지구 사업이 대부분이었다. 하지만 기존의 정비사업들은 민간자본에 의존하여 노후화된 물리적 환경을 전면 철거하는 방식으로 추진되었고 해당 지역 주민들의 사회·경제·문화적 여건과 장소적 특성을 반영하지 못하였다. 이로 인해 물리적 환경은 개선되었지만, 그 지역에 살던 세입자는 물론이고 원주민들조차 재정착하지 못하는 문제가 발생했으며, 지역공동체가 파괴되는 악순환이 되풀이되었다.[3)]

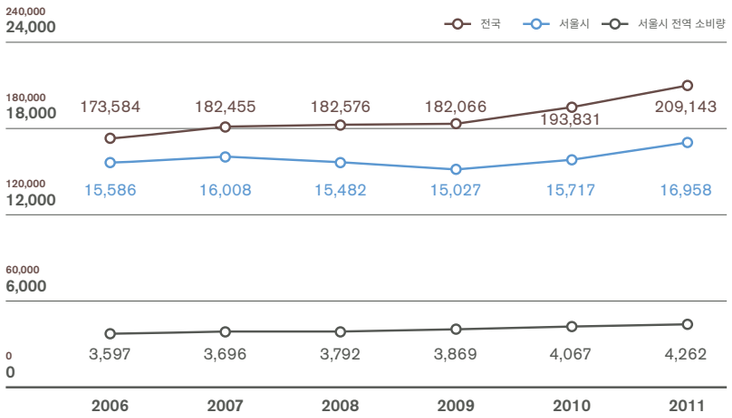
이러한 문제에 대응하기 위해 2013년 6월 「도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법」이 제정되었고 이에 우리나라와 서울의 도시재생은 새로운 국면을 맞이하고 있다. 더불어 도시쇠퇴 문제를 해결하기 위해서는 노후화된 물리적 환경을 점진적으로 개선해나가고 지역주민들의 일자리와 건강, 주거복지, 보육과 교육문제 등에 대한 종합적이고 통합적인 대책수립을 수립해 나가야 할 것이다.

2) 국토교통부. (2013). 전국 도시쇠퇴 현황.

3)양재섭. (2013). 공공정책연구원, 도시재생특별법 제정 의미와 과제. 「공공정책」 제95호. p.15.

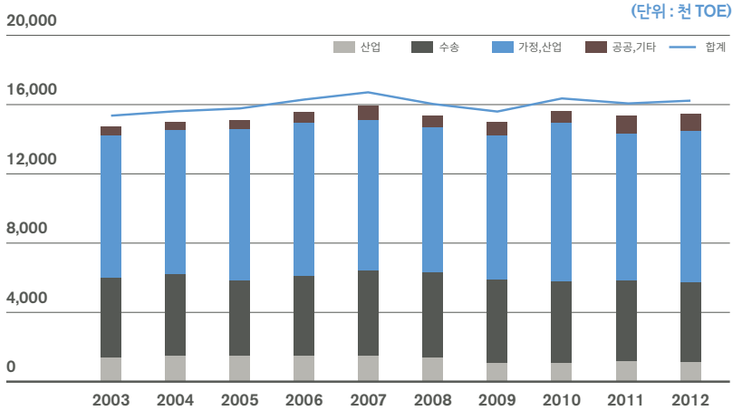
2) 서울 환경 이슈2 : 과도한 에너지 소비로 인한 도시공해 증가

세계 9위의 에너지 소비국인 한국은 현재 석유, 석탄, 가스의 소비가 전체 에너지 소비의 4분의 3 이상을 차지하고 있다. 석유·석탄·가스 등 화석에너지원은 지구상에서 유한한 자원으로서 수십 년 내에 대부분 고갈될 것이며 이산화탄소 등 환경문제를 야기한다는 한계를 가지고 있다. 하지만 소득증가와 기후 변화의 영향으로 매년 화석에너지원을 포함한 에너지 수요는 꾸준히 증가추세를 보이고 있다.



[그림 4-2] 전국 및 서울시 에너지 소비량 추이[4]

서울시 에너지 소비량은 2007년에 5.4%가 증가한 이후, 지속적으로 감소하였고 2009년부터 다시 증가하였다. 이와 함께 전력소비량 또한 지속적으로 증가하고 있다. 서울시의 부문별 에너지 소비량이 가장 많은 부문은 가정·상업부문으로 2012년 서울지역 에너지 소비현황을 살펴보면 해당 부문이 56.8%의 에너지를 사용하였음을 알 수 있다.



[그림 4-3] 서울시 에너지별 소비현황[5]

4) 서울특별시. (2012). 원전하나줄이기 종합대책. p.4.

5) 서울특별시. (2013). 2013 서울에너지백서. p.31.

과도한 에너지 소비는 다양한 환경 문제를 야기하기 마련이다. 최근 새로운 환경문제로 빛공해가 주목받기 시작했다. 서울시 내에 위치한 건물들은 홍보를 목적으로 높은 휘도와 현란한 색상의 옥외간판을 무분별하게 사용하면서 엄청난 에너지를 사용하고 있다. 이렇게 과도한 빛 사용은 에너지 낭비뿐만 아니라 사람들에게 불면증, 우울증 등을 유발하며 인체건강을 저하시키고 생태계를 교란시키는 부작용을 발생시키고 있다.

이에 서울시는 2011년 빛공해 국제기준 대비 2~5배 높은 동대문관광특구를 선도 시범 사업지로 선정하여 「DDP 빛환경개선 10대 원칙」 가이드라인을 수립하고 시범사업을 시행하였다. 이를 바탕으로 2013년 2월에 「인공조명에 의한 빛공해 방지법」을 수립하고 서울 주요지역의 빛환경 실태를 측정·조사 및 분석함으로써 서울시의 조명환경을 관리하기 시작하였다. 또한 에너지 수요를 절감하고 신재생에너지 생산을 확대하기 위해 「원전하나줄이기 종합대책」을 마련하였다. 이는 서울시 10대 핵심 사업 중 하나로 「LED를 활용한 스마트조명도시 구현」을 위해 LED 800만개를 보급한다는 목표를 가지고 있다.



[그림 4-4] 원전하나줄이기 10대 핵심사업



[그림 4-5] LED를 활용한 스마트조명도시 구현 계획

3) 디자인 전략 : 디자인을 통한 도시환경 개선

(1) 시민과 함께하는 주거환경개선 디자인

서울시는 주민의 자율적 참여를 통해 근현대 생활상을 담고 있는 도시와 거주지역 경관을 개선하는 주민주도형 경관관리제도를 정착하기 위해 노력해왔다.

이러한 노력의 대표적인 사례로 「서울골목디자인 프로젝트」를 꼽을 수 있다. 이 프로젝트는 골목 재정비 모델을 개발하기 위해 시행된 사업이다. 보존 가능한 서울의 골목을 발굴하여 삶의 맥락에서 이를 되살리고 골목의 가치를 재발견하기 위해 시행되었다. 「국제골목컨퍼런스」와 「골목사진전」을 통해 도시발전 속 공동체 지향점과 인간성 회복의 의미를 고민하는 토론의 장을 마련했다는 점에서 큰 의의가 있다.

「마을정자나무 가꾸기」 사업은 매년 한 지역의 나무를 선정하여 나무를 중심으로 주민 커뮤니티 공간을 조성하는 것이다. 서울디자인재단과 아름지기재단이 상호간 MOU를 체결하고 공동으로 진행해왔다. 2013년에는 단계별 선정절차를 통해 성북구 돈암동에 위치한 350년 된 느티나무를 선정하였다.

그 밖에 쾌적한 환경과 아름다운 경관을 형성하기 위해 지역 거주민의 참여를 이끌어내고 거주지의 경관을 보전··관리 및 형성할 수 있도록 유도하는 「경관협정사업」과 서울시 내의 소외되고 낙후된 경관 취약지역의 생활환경을 지역 특성에 맞는 경관으로 개선하여 쾌적한 도시경관을 만드는 「경관개선사업」도 함께 실시하였다.

(2) 디자인을 통한 쾌적한 도심환경 만들기

90년대 이후 서울시 보행환경이 도시환경 문제로 지적됨에 따라 지상 가로환경을 개선하고 안내표지판의 디자인 수준을 향상시키는 정책과 사업이 꾸준히 추진되었다.

「서울형 시각정보체계 연구」는 2012년부터 서울디자인재단에서 지속적으로 추진하고 있는 연구로 시민, 관광객들에게 서울시의 다양한 정보를 알기 쉽게 전달하는 것을 목표로 하고 있다. 2013년에는 동대문시장지역을 대상으로 보행자 중심의 길찾기 체계를 연구하였다.

이와 함께 동대문(DDP) 지역을 중심으로 주변 지역의 문화유산을 선별하여 시민과 관광객에게 가치 있는 정보를 전달하고, 이를 통해 동대문 지역 관광을 활성화하고자 「동대문 지역문화 인포그래픽」 사업도 함께 추진하였다. 그 외에도 서울형 공공시설물을 개발하여 시민 생활의 편리를 도모하고, 나아가 서울의 정체성을 하나로 모으기 위한 「공공시설물 표준형 디자인 개발」 사업과 도시 미관을 해치는 무질서한 간판을 개선하여 쾌적한 도시 경관을 만들기 위한 「간판이 아름다운 거리 조성」 사업이 진행되었다.

(3) 에너지 절감을 위한 빛환경 개선

서울시는 에너지 문제에 대한 인식을 고취하고 향후 발생 가능한 에너지 부족현상에 대비하기 위해 여러 가지 정책을 펼치고 있다. 「원전하나줄이기 종합대책」은 서울의 에너지 위기 대응 능력을 향상시키고, 지역상생, 미래세대를 위한 에너지 소비자를 양성하는 운동으로 2012년 4월에 계획을 수립하였다. 종합대책의 내용은 신재생에너지 생산, 에너지효율화 및 에너지절약 등 크게 세 가지 목표에 따라 나눠지며 각 목표를 달성하기 위한 구체적인 방안이 제시되어 있다. 2013년에는 2012년의 활동에 이어 태양광 보급 확대를 위해 서울형 발전차양지원제도를 시행하고 대규모 태양광 및 수소연료전지 발전시설을 설치하였으며, 이와 함께 에코마일리지 가입자를 120만 명까지 확대해 나갔다.

그 외에 서울시와 서울디자인재단이 빛환경을 개선하기 위해 실시한 사업으로 「친환경 스마트조명도시 구축」, 「서울시 좋은빛상 시상」, 「좋은 빛환경 조성 시범사업」이 있다. 「친환경 스마트조명도시 구축」 사업은 무분별한 조명의 사용과 비효율적인 빛 에너지 낭비를 관리함으로써 체계적인 조명 시스템을 고안하기 위해 시행되었다. 「서울시 좋은빛상 시상」은 시민과 자연 및 환경보호를 위한 생명의 빛 형성에 현저한 공로가 있는 분야별 인사를 선발하고 우수사례를 확산·장려하기 위해 추진한 사업이다. 「좋은 빛환경 조성 시범사업」은 주택가 빛환경 개선을 목표로 안전에 취약한 주택가 골목길의 기준조도를 높여 안전보행을 확보하고 생활 곳곳에서 느끼는 빛공해를 해소하기 위하여 진행되었다.

4.2 2013 서울디자인 사업 : 환경 영역

서울디자인이 쾌적한 도시환경 조성을 위해 추진하고 있는 환경 분야의 디자인 전략은 크게 <시민과 함께하는 주거환경개선 디자인>, <디자인을 통한 쾌적한 도심환경 만들기>, <에너지 절감을 위한 빛환경 개선>으로 나눌 수 있다. 전략에 따른 주요 추진사업으로는 「서울골목디자인 프로젝트」, 「서울형 시각정보체계 연구」, 「공공시설물 표준형디자인 개발」, 「좋은 빛환경 조성 시범사업」 등이 있다.

[표 4-1] 2013 환경분야 서울디자인 사업

전 략	주요 사업	대상
시민과 함께하는 주거환경개선 디자인	(1) 서울골목디자인 프로젝트	주거환경
	(2) 경관개선사업	
	(3) 경관협정사업	
	(4) 마을정자나무 가꾸기	
디자인을 통한 쾌적한 도심환경 만들기	(1) 서울형 시각정보체계 연구	도심환경
	(2) 동대문 지역문화 인포그래픽	
	(3) 공공시설물 표준형디자인 개발	
	(4) 간판이 아름다운 거리 조성	
에너지 절감을 위한 빛환경 개선	(1) 친환경 스마트조명도시 구축	생태계
	(2) 서울시 좋은빛상 시상	
	(3) 좋은 빛환경 조성 시범사업	

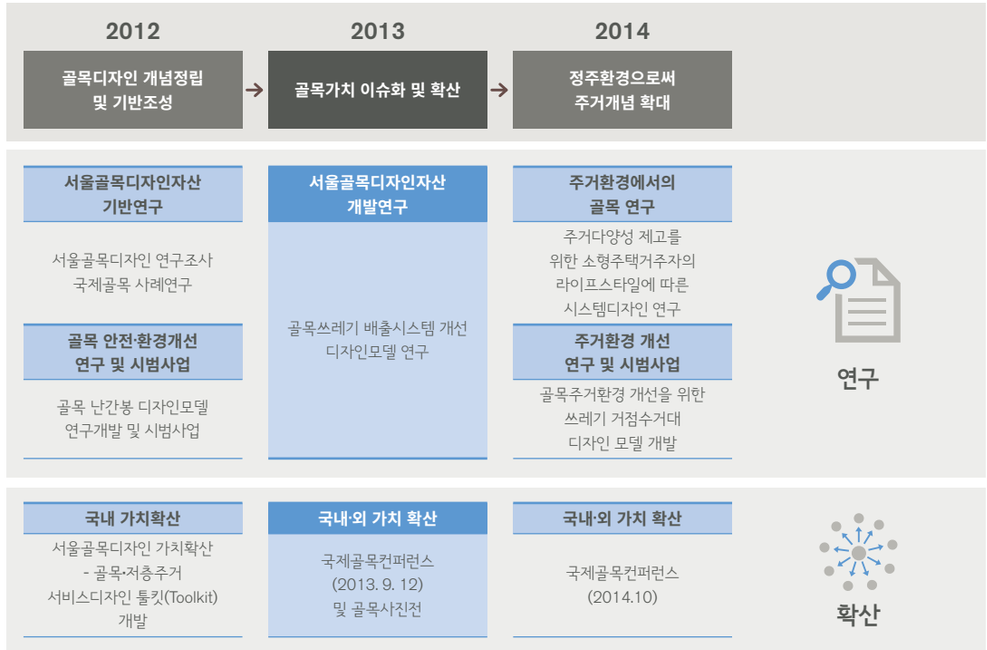
1) 시민과 함께하는 주거환경개선 디자인

서울시는 시민의 주거환경을 개선하여 보다 편안하고 쾌적한 생활공간을 만들기 위해 다양한 사업을 진행하였다. 이 과정에서 시민들의 의견을 적극 수렴하여 사업에 반영함으로써 시민생활에 보다 가깝게 다가갈 수 있었으며, 실제 시민들이 원하는 주거환경디자인을 실현할 수 있었다고 평가된다. 시행한 사업으로는 「서울골목디자인 프로젝트」와 「경관개선사업」, 「경관협정사업」, 「마을정자나무 가꾸기」가 있다.

(1) 서울골목디자인 프로젝트

서울디자인재단은 서울의 골목이 가진 역사와 문화를 발굴하고 각 골목의 다양성과 정체성을 발견해 서울시의 디자인자산을 만들기 위해 「서울골목디자인 프로젝트」를 진행했다. 이 사업은 골목의 가치를 발견하여 시민의 삶과 공간의 맥락을 이어주는 디자인을 개발하고 연구 및 시범사업을 통해 골목의 문화적 가치 재조명과 지역문화 정체성을 확립하는데 그 목적이 있다.

「서울골목디자인 프로젝트」는 2012년부터 시작하여 2015년까지 약 4년에 걸쳐 장기적으로 계획된 사업이다. 프로젝트가 시행된 첫 해인 2012년에는 「서울골목디자인 연구·조사」와 동시에 「국제골목 사례연구」, 「서울골목디자인 시범사업-난간봉 디자인모델 개발 연구」, 「서울골목디자인 가치확산 사업」을 시행했다.

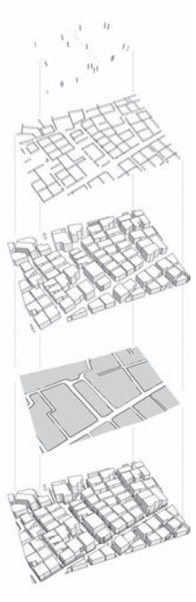


[그림 4-6] 서울골목디자인프로젝트 중장기 계획

2013년도에는 골목 및 저층 주거지를 보존하면서 주거환경을 개선할 수 있는 일련의 대안을 제시하고자 「골목재정비모델 개발 연구 - 골목쓰레기 배출시스템 개선 디자인모델 연구」와 서울골목자산 공유 및 골목가치 확산을 목적으로 국제골목컨퍼런스, 골목 답사, 골목사진전을 추진했다.

「골목쓰레기 배출시스템 개선 디자인모델 연구」의 연구 과정은 크게 현황조사, 대상지 선정·분석, 디자인모델 개발 연구로 나뉜다.

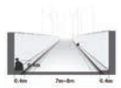
현황 조사는 중랑구청의 협조를 통해 서울시 중랑구 면목본동 일대의 골목을 대상으로 쓰레기 배출 현황과 거주민을 대상으로 실태조사를 실행하였고, 이를 기반으로 골목의 현황을 분석하였다. 그리고 쓰레기 배출 시스템을 마을 스케일, 골목 스케일, 시설물 스케일의 3개 단위로 구분 및 유형화하여 핵심 디자인 전략을 추출하였다. 특히 마을, 골목, 시설물 스케일의 단위에 따라 쓰레기 배출에 미치는 요인을 찾아내어 분석했다.



시설물 스케일

화단/조경용 화분	의류수거함	전봇대/가로등	기타 도로 시설물	벽면 표지판
				

골목 스케일

골목의 접점	도로폭과 담장높이	주차공간	건물의 형태	건물의 주출입구
				

마을 스케일

공개공지


[그림 4-7] 골목 구성요소 분석 분류

[표 4-2] 서울골목디자인프로젝트 핵심 디자인 전략

배출 시스템 (물리적 환경 요소들과 연계된 디자인)	마을 단위	· 공공용지를 중심으로 자연적으로 형성된 쓰레기 수거 공간을 적극적으로 도입 · 주민들의 인지가 용이하되, 투기발생을 줄일 수 있는 디자인
	골목 단위	· 야간 주간 모두 적절히 대응 가능한 디자인 · 주차공간과 분리를 통하여 비위생적 환경 형성을 막는 디자인 · 골목에 면하는 건물 입면에 쓰레기 배출 공간을 형성하여 건물 입주자의 영역성을 명확하게 확보할 수 있는 디자인
	시설물 단위	· 쓰레기 배출 시 공공의 이익에 직접적인 손해를 끼치는 것으로 인식되도록 하는 디자인
수거 시스템	배출 봉투	· 배출 시 안정성이 있는 디자인 · 재활용품 배출의 규격화, 재활용품 배출을 위한 디자인
	수거 업체	· 수거 업체의 움직임이 불편하지 않도록 적절한 위치 안배 · 수거 과정에서 손상되지 않도록 안정성을 확보하는 디자인

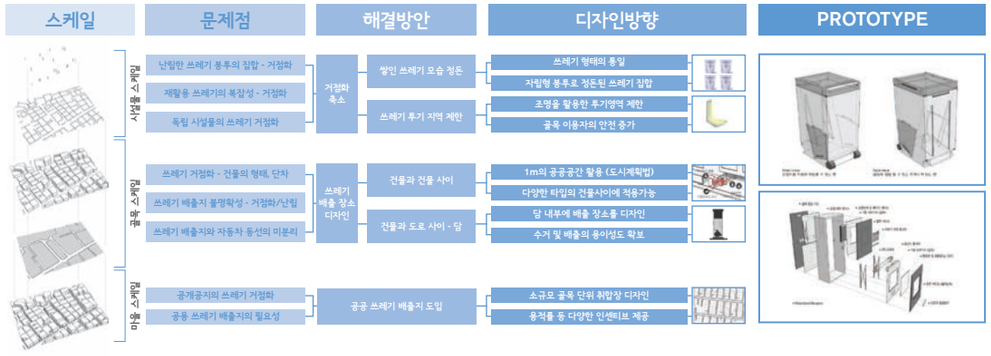
앞선 현황조사 결과를 토대로 중랑구 주민과 중랑구청 관계자의 의견을 수렴하여 다양한 쓰레기 배출 형태가 보이는 동시에 주민들의 개선 요구가 높은 면목본동 1239번지와 69-45번지 일대를 최종 연구 대상지로 확정하였다

연번	위치	사업량
①	면목로84나길 16번지 옆길	L=42m
②	면목로84나길 3~3-4번지 사잇길	L=47m
③	겸재로49길 46~48번지 사잇길	L= m
④	상봉로15길 52번지에서 상봉로15라길과의 교차로까지	L=70m
⑤	상봉로15라길 7번지와 9번지 사잇길로 71번지와 73번지에 이르기까지 거리	L=50m
⑥	면목로66길 32번지~42번지 사이	L=45m
⑦	면목로66길 31번지~72번지 사이	L= m
⑧	면목로66길 51번지~65번지 사이	L=85m
⑨	상봉로1길 34-13번지~59-25번지 사이	L= m





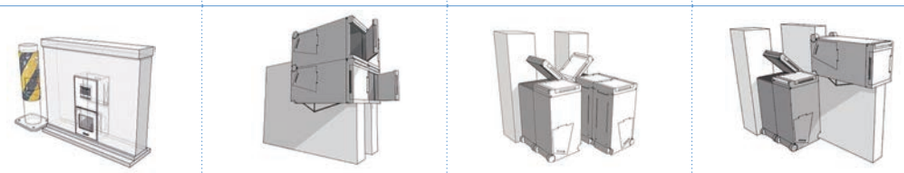
[그림 4-8] 서울골목디자인프로젝트 집중연구 대상지 선정



[그림 4-9] 디자인 매트릭스 분석 및 디자인 프로토타입

두 대상지를 바탕으로 제작한 프로토타입은 골목의 벽과 틈이라는 건축적 요소를 중심으로 제안되었다. 프로토타입 1 담장 모델은 담장 안, 담장, 담장 밖을 각각 배출, 보관, 수거 시스템으로 활용할 수 있도록 공간의 구분을 이용하여 디자인하였다. 프로토타입 2 건물의 틈 모델은 담장과 담장 사이의 공간과 뚜껑 부분을 접합, 결합하여 담장의 역할을 수행함과 동시에 집안에서 쓰레기를 배출할 수 있는 형태로 디자인되었고 이를 기본으로 세 가지의 변형된 형태가 제안되었다.

프로토타입 1 : 담	프로토타입 2 : 건물의 틈		
A	B	C	D



[그림 4-10] 프로토타입 적용 가능한 SITE 분류

본 연구는 지역 주민들의 요구를 반영해 진행되었다는 데 의미가 있으며, 골목 환경을 개선하는 동시에 지역의 디자인적 통일성과 개별성을 부여하는 방안으로 활용될 것으로 기대된다.

2013년도 서울골목디자인 개발 연구의 일환으로써 개발된 쓰레기통 모델은 추후 시민서비스디자인센터에서 골목 쓰레기 거점수거대 디자인 모델로 제작하여 보급할 예정이다. 또한, 시민디자인연구소의 2014년 「서울골목디자인 개발 연구」는 주거 환경 범위를 정주 환경으로써의 개념으로 보다 확장하여 취약계층의 1인 가구에 대한 디자인 모듈 개발 연구를 추진할 계획이다.

연구 외에 세계 곳곳의 도시마다 자연발생적으로 형성된 '골목'의 의미와 가치를 발견하고 이를 공유·확산하기 위해 「국제골목컨퍼런스」와 「골목사진전」 그리고 경복궁 서측의 청운효자동 「골목 답사」를 진행하였다.

「국제골목컨퍼런스」는 '골목, 돌아오다 - Alley, Discovery'라는 주제로 2013년 9월 12일 서울역사박물관에서 개최되었으며 전문가 및 시민 450여 명 이 참가하였다. '골목, 돌아오다'는 한때 버려지고, 지저분하고, 안전하지 않아 개발의 대상이 된 골목이 다시 우리 곁으로 다가오고, 쾌적하고 안전한 삶의 터전으로서의 장소가 되도록 노력해야 한다는 내용으로 구성되었다. 또한 물리적 환경 개선 위주의 도시 개발의 한계에 대한 대안으로 골목의 삶과 커뮤니티의 역할이 강조되어야 한다는 내용도 공유되었다.

세부 프로그램으로는 「보이지 않는 도시들」에 대한 기조연설을 시작으로 도시 계획의 역사를 살피며 모더니즘 사조에서 건설된 도시의 문제점을 짚었다.

이후 여러 전문가의 사례발표와 시민들과의 패널토의가 이어졌으며 참석한 연사들과 일부 시민을 대상으로 경복궁 서측의 청운효자동 골목 답사를 진행하였다.

연계 프로그램으로 골목가치를 공유하는 '골목, 돌아오다' 사진전이 2013년 9월 7일부터 10월 6일까지 약 30일간 서울특별시청 1층 로비와 8층 하늘광장갤러리에서 열렸다. 사진전에는 꿈꽃팩토리, 서울어반아트프로젝트, 비폐기물생산자연대와 페이스북 공모를 통해 선정된 서울 시민 14인이 참여하였다. 전시는 '골목 이야기', '지금, 다시 골목이다', '함께 걷는 골목' 세션으로 구성되었으며 「국제골목컨퍼런스」의 취지를 시각적으로 잘 보여줄 수 있는 가이드 전시로 꾸며졌다. 재단은 이번 전시를 통해 시민들에게 물리적인 의미의 '골목'뿐만 아니라 사람과 삶에 대해 질문을 던지는 추상적인 의미의 '골목'에 대해 생각할 수 있는 기회를 제공하였다.




[그림 4-11] 국제골목컨퍼런스 현장 사진




[그림 4-12] 골목 답사 현장 사진




[그림 4-13] 골목사진전

(2) 경관개선사업

「경관개선사업」은 서울시 내 소외되고 낙후된 경관 취약지역의 생활환경을 지역 특성에 맞는 경관으로 개선하여 쾌적한 도시경관을 만드는 것을 목적으로 하는 사업이다.

2012년 1월에 지정된 소외낙후지역은 은평구 신사동 237번지 일대(산새마을), 도봉구 창동 135-1번지 일대(창동역 주변), 금천구 가산동 717번지 일대(독산역 주변) 등 세 지역으로, 2013년까지 이 지역들의 생활환경 및 보행환경을 개선하는 것을 사업의 주요 내용으로 하고 있다. 이외에도 야간슬럼화를 방지하는 예방시설을 설치하고, 조경 및 쉼터를 조성하는 등 도시환경을 개선하는 내용들을 담고 있다.

서울시는「경관개선사업」을 통해 각 지역의 특성에 맞는 환경 개선책을 선보였는데, 다세대, 다가구 밀집 지역인 은평구 산새마을은 석축, 옹벽, 경사로, 계단 등을 정비하고 주민 안전을 지킬 수 있는 시설로 정비하였다. 도봉구 창동역 주변은 역 주변과 역사 하부를 잇고 환경을 개선하여 주민이 쉽게 접근하고 활용하는 공간으로 조성하였으며, 특별히 업무시설과 공장이 밀집되어 유동인구가 많은 금천구 독산동 주변은 주민을 위한 편의시설 및 커뮤니티 공간으로 탈바꿈하였다.

이처럼 서울시는 소외낙후지역을 재정비하여 쾌적한 도시경관을 만들기 위해 노력하고 있으며, 해당 자치구와의 협의를 통해 지속적으로 추진할 예정이다.

[표 4-3] 2013년 소외낙후지역 지정 및 생활환경개선사업 내역

지역	구분	내용
은평구	위치	은평구 신사동 237번지(산새마을)
	범위	15,600m^2
	사업기간	2012. 1. 1 ~ 2013. 6. 30
	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 3,150m^2
	사업기간	2012. 1. 1 ~ 2013. 7. 5
	사업내용	주민커뮤니티 공간(북카페), 시민갤러리, 쾌적한 보행환경확보(조명설치, 도장, 점자블럭 설치), 편의시설(자전거 보관대, 안내판)
금천구	위치	금천구 독산역 주변
	범위	고가하부 3,000m^2
	사업기간	2012. 1. 1 ~ 2013. 9. 12
	사업내용	주민 커뮤니티 공간(도서출납 및 인터넷 시설) 및 편의시설(자전거 수리 및 보관소) 열린광장 설치



[그림 4-14] 은평구 소외낙후지역 생활환경 개선 후



[그림 4-15] 도봉구 소외낙후지역 생활환경 개선 후

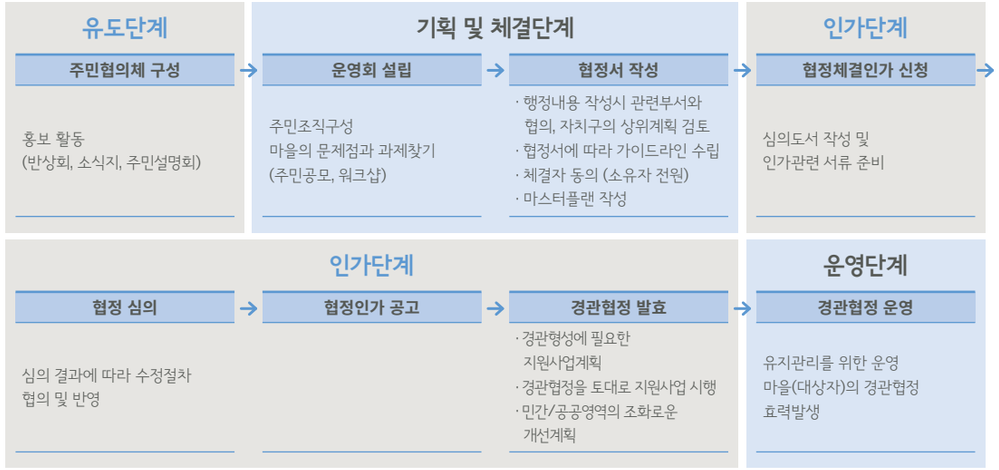


[그림 4-16] 금천구 소외낙후지역 생활환경 개선 후

(3) 경관협정사업

「경관협정사업」은 쾌적한 환경과 아름다운 경관형성을 위해 지역 거주민의 자발적 참여를 이끌어내고 거주지의 경관을 보전·관리 및 형성할 수 있도록 유도하는 사업이다.

「주민참여형 마을경관가꾸기 사업」은「경관협정사업」의 하위사업으로 사업의 범위가 건물, 담장, 주차장 등의 사유시설을 대상으로 하는 만큼 건물 소유자 전원의 합의에 따라 협정을 체결한 후 사업을 추진하고 있다. 원활한 협정체결을 위해 조직된 '경관협정운영회'에서 협정 조율 및 협정서 작성을 전담하고 있다. 이외에도 지역주민, 행정기관 관계자, 전문가가 유도단계, 기회 및 체결단계, 인가단계, 운영단계까지 총 네 가지 단계를 주도하고 있다.

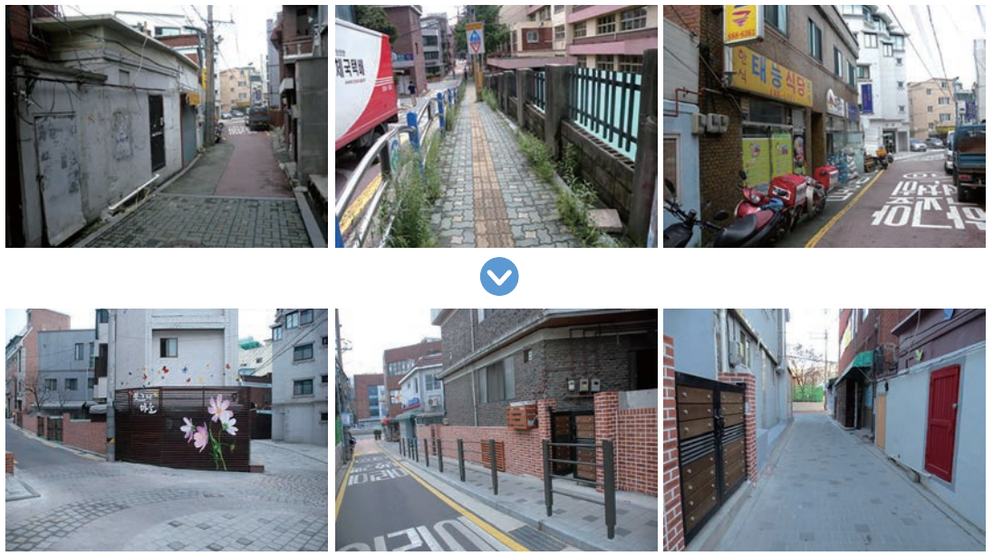


[그림 4-17] 경관협정사업의 추진 절차

「경관협정사업」은 2009년부터 2011년 11월까지 시범사업이 먼저 진행된 바 있다. 시범사업은 마을환경개선과 공동체 복원이라는 기본 목표를 바탕으로 강북구 우이동과 양천구 신월2동을 대상으로 시행되었다. 이 공간들에는 주민쉼터 조성, 자투리땅 녹화, 주민편의시설 설치 등이 이루어졌으며, 사업으로 인해 마을공동체가 활성화되고 방문객이 늘어나는 성과를 얻을 수 있었다. 특히 강북구 우이동은 국토부 주최 '제1회 대한민국 경관대상'에서 최우수상을 수상하기도 하면서 국가적으로도 인정받는 사업의 성과를 보여주기도 하였다.

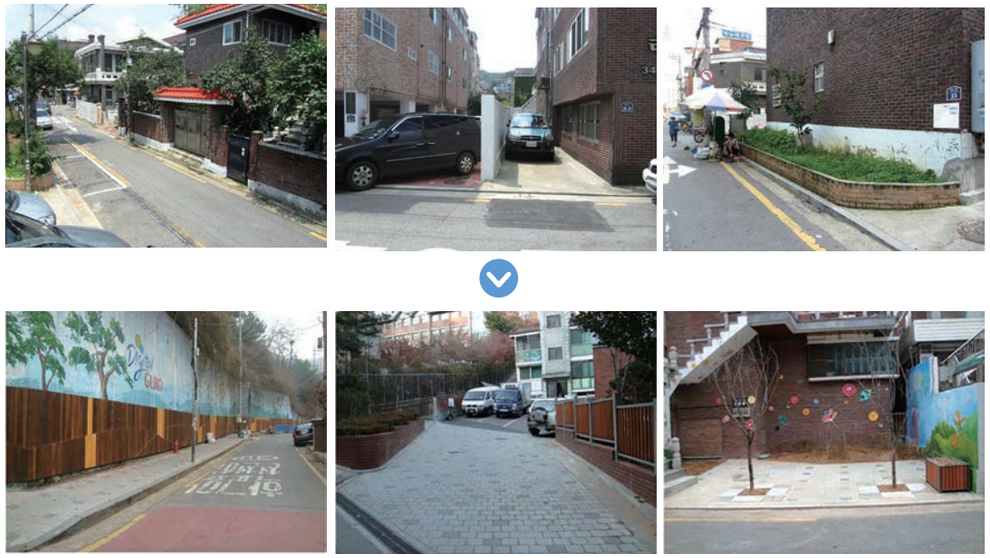
2012년 본격적으로 시행된「경관협정사업」은 낙후지역 개선을 통한 주민삶의 질 향상, 이웃 간 커뮤니티 형성을 통한 지역 공동체 회복을 목적으로 서울시 관악구 서림동 116번지 일대와 구로구 개봉3동 344번지를 대상으로 2012년 1월부터 2013년 12월까지 진행되었다.

사업의 첫 번째 대상지인 관악구 서림동 116번지 일대는 보그니마을이라 명명된다. 이 지역은 약 22,000㎡ 범위로 건물 25개 동을 포함하여 원룸과 다세대주택이 주를 이루고 있으며, 지역 내에는 초등학교와 고시촌, 상가, 빌라 등이 혼재되어 어수선한 분위기를 자아냈다. 이를 개선하기 위해 통학로 및 어린이보호구역을 정비하고 담장을 허물어 주민 편의시설을 조성하였다.



[그림 4-18] 관악구 서림동 마을경관가꾸기 성과

두 번째 대상지는 일명 들머리마을로 불리는 구로구 개봉3동 344번지이다. 이 마을은 38,000㎡의 면적으로 총 76개의 건물이 있고 단독, 다가구, 다세대, 근린생활 시설이 입지한 전형적인 저층 주거지역이다. 「경관협정사업」을 통하여 아름다운 골목길 환경과 지역 녹화를 통한 친밀하고 건강한 생활공간을 조성할 수 있었다.



[그림 4-19] 구로구 개봉동 마을경관가꾸기 성과

(4) 마을정자나무 가꾸기

마을정자나무는 예로부터 마을의 상징이자 주민들의 쉼터로써 기능해왔다. 하지만 예전과 달리 지역 주민들이 모여 커뮤니티를 형성하고 소통하는 공간의 필요성이 줄어듦에 따라 마을정자나무 또한 빠른 속도로 사라지고 있다. 「마을정자나무 가꾸기」 사업은 사라져가는 마을정자나무를 찾아 주변 환경을 개선하여 지역의 커뮤니티 회복을 돕기 위한 사업이다.

서울디자인재단은 아름지기재단과 협약을 맺고 디자인을 통한 마을공동체의 회복 및 지역 커뮤니티 구축의 일환으로 2013년부터 「마을정자나무 가꾸기」 사업을 실행해왔다. 특히 이 사업은 서울시 및 공적 예산이 투입되지 않고, 아름지기재단과 함께 온전히 민간자원을 기부을 받아 진행되었다는 점에서 의미가 있는 사업이라고 할 수 있다.

1	2	3	4	5
DB활용 →	필터링 →	1차 평가 →	2차 현장평가 →	결정 및 협조
서울시 216주 지정보호수 사전검토	위원별 10개 후보지 선정	토론을 통해 7개 대상지 후보군 선정	7개 대상지 현장조사를 통해 최종결정	해당 구청 통보 및 사업진행

[그림 4-20] 마을정자나무 가꾸기 대상수목 선정 과정

2013년 대상수목은 평가위원회를 통해 서울시 216주 지정보호수 중 전설 및 고사가 있고, 개선이 필요하며, 커뮤니티로서 가치가 있는 수목을 기준으로 성북구 돈암동 홍천사 느티나무(350년)가 선정되었다.



[그림 4-21] 마을정자나무 가꾸기 평가 과정

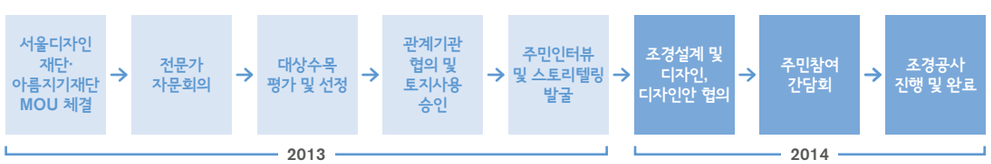
성북구 돈암동 홍천사 느티나무는 서울시 지정보호수임에도 불구하고 주변에 쓰레기가 쌓여있는 등 제대로 된 관리가 이루어지고 있지 않아 보호수 주변 개선이 시급하다고 판단되었다. 또한 개선 시 지역 커뮤니티 조성에 많은 도움을 줄 수 있을 것으로 분석되었다.

이 정자나무는 서울시 지정보호수 정보에 '고사 없음'으로 표기되어 있었으나, 주민 40여 명을 대상으로 인터뷰를 실행한 결과 오래된 거주민 3명에게서 느티나무에 얽힌 아래와 같은 이야기를 발굴해낼 수 있었다.

< 홍천사 느티나무 전설 >

약 350년 전 저절로 자라난 느티나무로 어느날 갑자기 나무가 죽어가고 있어서, 흥천사 주지스님 및 동네 주민들이 힘을 합쳐서 썩은 나무속을 파내고 치료하여 나무를 다시 살려냈다. 그 후 죽을뻔하다가 다시 살아난 나무에 대해 영험한 기운이 있다고 생각한 마을 주민들이 장승도 세우고, 돌을 쌓아서 소원도 빌고, 주로 아기를 가졌을 때 부정이 타지 않고 태어나기를 바라며 기도를 했다고 한다. 이후에도 수시로 산제사를 지내고, 마을 주민들이 이 나무를 지나갈 때마다 서낭당과 비슷하게 인사를 드리고 가고는 했다고 한다. 하지만, 이후 절 주변 판자촌에 살던 원주민들이 쫓겨나거나 이사를 가게 되고, 새로운 이주민들이 들어오면서 나무에 대한 이야기는 점점 잊혀지게 되었다.

발굴해 낸 정자나무의 전설은 추후 정자나무 개선 시 보호수 정보판에 삽입하기로 하였다.



[그림 4-22] 마을정자나무 가꾸기 사업 전체진행 과정

2014년에는 조경설계와 공사를 진행할 예정이다. 완성된 마을정자나무를 통하여 주민 커뮤니티가 활성화될 것을 기대하고 있으며, 주민센터 협력을 통해 모니터링을 지속하고, 보완해나갈 계획이다. 이 사업은 성북구 돈암동 홍천사 느티나무를 시작으로 서울시 전역으로 확장될 예정이며, 적극적인 홍보를 통해 기부 기업 및 기관을 유치하여 안정적으로 운영할 계획이다.

2) 디자인을 통한 쾌적한 도심환경 만들기

서울시는 내·외국인 관광객의 증가에 따른 관광 활성화 및 쾌적한 도심환경 정비를 위해 다양한 노력을 기울여왔다. 2013년에는 「서울형 시각정보체계 연구」, 「동대문 지역문화 인포그래픽」, 「공공시설물 표준형디자인 개발」 등 보행자를 위한 시각정보 디자인 및 가이드라인을 제시하였고, 「간판이 아름다운 거리 조성」을 통해 깨끗한 거리 조성 사업을 진행했다.

(1) 서울형 시각정보체계 연구

전년도에 이어 추진된 「서울형 시각정보체계 연구」는 외래관광객의 관광 편의성을 확보하고 걷기 좋은 도시 서울을 구축하기 위한 목적으로 시행되었다. 이번 연구에서는 보행 관련 시각매체에 초점을 맞추어 서울의 시각정보체계를 연구대상으로 설정하였으며 연구 결과로 보행자 행태 분석을 통한 서울형 시각정보체계 표준안을 제시하였다.

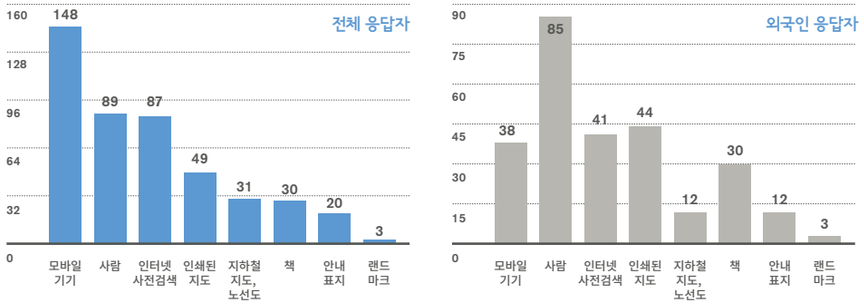
첫 번째 시범지역은 대표적인 서울의 관광지이며 동시에 2014년에 DDP 개관을 앞두고 있는 동대문 지역으로 선정하였다. 다양한 연구보고서들을 참고로 조사한 결과 동대문은 앞으로도 관광객이 꾸준히 증가할 것으로 예상되고 있었으나 그에 따른 시각정보체계 마련에는 소극적인 것으로 분석되었다.

서울디자인재단은 동대문 지역의 보행자 행태 조사를 위해 총 11명의 시민디자인연구단을 선발하였다. 먼저 연구단은 '길찾기에 관한 보행자 행태 및 지리 정보 인식 설문조사'를 진행하였다. 설문조사는 동대문 지역에서 유동인구가 가장 많은 지역들을 중심으로 4개 국어로 실시하여 설문 대상자가 편중되지 않도록 노력하였고 5일 간 457명의 인터뷰를 진행하였다.

주요 문항은 서울의 길찾기 현황에 대한 의견과, 응답자가 위치하고 있는 동대문 지역에 대한 생각을 묻는 질문으로 구성되었다. 설문조사 결과에 따르면, 서울에서 길을 찾기 위해 내국인은 모바일 기기를 가장 많이 사용하고,

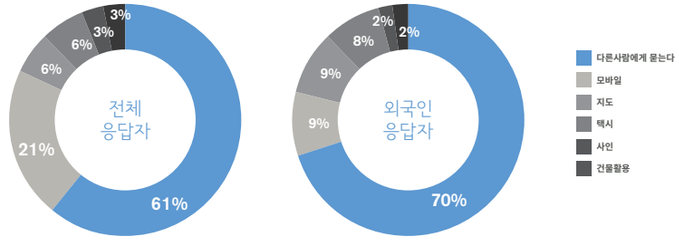
외국인은 사람에게 물어보는 것을 가장 선호하였다. 길을 잃었을 때 전체 응답자 61%, 외국인 응답자 70%가 다른 사람에게 묻는다고 응답하였는데, 이 때 지도나 사인을 활용한다는 응답은 10%도 채 되지 않았다.

Q. 서울에서 이동할 때 길찾기를 위해 어떠한 정보를 이용 하십니까? (단위 : %)



[그림 4-23] 길찾기를 위해 사용하는 매체에 관한 설문

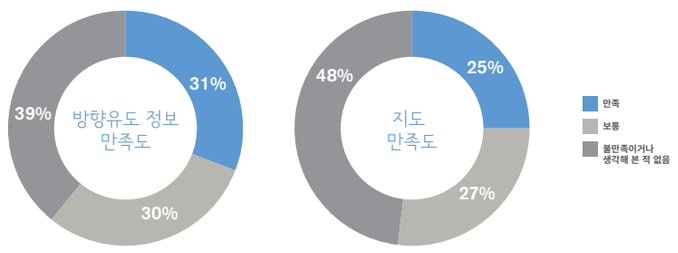
Q. 보행 중 길을 잃었을 때 어떻게 하십니까?



[그림 4-24] 보행 중 길을 잃었을 때 대처방안에 관한 설문

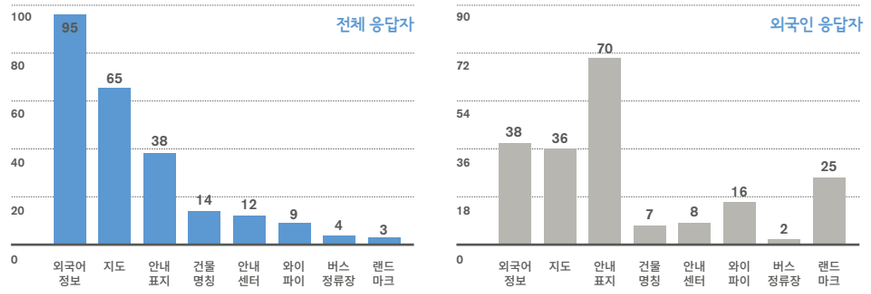
도로 위 안내표지에 대하여 만족한다는 응답이, 방향유도 정보가 31%이고, 지도가 25%인 것으로 보아 그 만족도가 현저히 낮다는 것을 알 수 있다. 길을 찾기 위해 외국어 정보가 필요하다는 의견이 가장 많았고, 다음으로 지도 및 안내표지와 같은 공공 정보에 대한 응답률이 높았다.

Q. 도로 위 안내표지에 대해 어느정도 만족하십니까?



[그림 4-25] 안내표지 만족도에 관한 설문

Q. 도로 위 길찾기에 관한 어떠한 정보를 원하십니까? (단위 : %)



[그림 4-26] 길찾기 시 원하는 정보에 관한 설문

관광안내센터 통역사를 대상으로 한 인터뷰에 따르면, 동대문을 잇는 서울의 관광 콘텐츠가 부족하고 안내표지나 정류장 표시 등이 적절치 않다는 의견이 있었다. 또한 행정구역상 동대문 지역의 위치가 모호하여 불편을 겪는 관광객이 많다고 응답하였다.

서울디자인재단에서는 보행자 대상 설문조사와 관광안내센터 통역사의 의견, 시민디자인연구단의 현장조사 결과를 토대로 보행자를 위한 열한 가지의 길찾기 체계 방향성을 제시하였다.

[표 4-4] 보행자를 위한 길찾기 체계의 방향성

보행자 길찾기 체계	현황	방향성
길찾기 체계 현황	각종 안내체계가 각 행정 주체별로 질서 없이 설치되어 사용자에게 혼란을 줌	안내체계를 행정적으로 통합하여 일관성, 통일성 있는 시스템을 구축해야 함
도시 통합형 안내 체계의 필요성	지역마다 시각 문법 체계가 달라 불필요한 비효율과 혼란 초래	하나의 도시 통합적 보행자 안내 체계를 구축하여, 한 번의 시각 문법 학습만으로 서울시 내에서 길찾기에 어려움이 없어야 함
안내표지 제품 체계 현황	각 행정 주체별로 고유의 안내표지 제품을 제작, 설치하여 제품 디자인 측면의 통일성 및 시각 언어적 통일성이 떨어짐	안내표지 관련 행정 체계의 통합화 작업을 거친 후, 일관되고 통일성 있는 하나의 제품군을 개발해야 함
정보 제공 전략	주소와 명칭이 기준 없이 표기되어 있어 혼란 초래	거시적 정보 제공 전략이 필요. 주소 체계, 명칭 체계, 시설 안내 등을 효과적으로 전달할 방법 강구 및 디자인 개발 작업 필요
정보 내용 관리	관광안내표지에서 많은 오류가 발견되었음	정보 내용을 효과적으로 관리할 수 있는 행정 체계 구축
정보 디자인 체계	사용자 중심이 아닌 공급자, 제작자 중심	보행자에게 중요하고 보행자가 필요한 내용을 사용자 중심으로 구성해야 함
가시성&아이덴티티	원색이 많은 서울 도시환경의 특성상, 공공 시설물이 가시성과 아이덴티티를 지나치게 강조하면 시각 공해를 가중시킬 위험이 있음. 그럼에도 불구하고 현행 안내표지는 가시성이 지나치게 떨어져 사용성이 낮음	도시 미관을 해치지 않되, '보행 체계 아이덴티티' 차원에서 접근해 사용성을 높여야 함
제품디자인	안내표지판에 서울의 특징이나 콘셉트가 투영되어 있지 않음	사인 제품군을 개발할 때, 서울의 특성을 제품 디자인에 반영. 골목 상권 상호명 안내표지, 임시 안내표지, 와이파이 결합형 안내표지 등의 콘셉트 제시
배치 체계	지선과 본선에는 보행자용 안내표지가 설치되어 있지 않아, 보행자가 길을 잃지 않으려면 큰길로만 다녀야 하는 상황	대안적인 배치 체계 원칙 필요
포용성	지도의 표기 위치, 램프, 출입구, 횡단보도, 난간 표기, 색맹 시뮬레이션, 서체 사이즈, 전화 연결 서비스 등이 사회적 약자를 고려하지 않고 디자인되어 있음	장애인을 포함한 최대한 많은 사람들이 보행자 길찾기 체계를 사용할 수 있도록 다양한 이슈를 검토하고, 포용성을 높일 수 있는 디자인을 개발해야 함
사용성	보행자 길찾기 체계에 대한 사용성이 현저히 떨어지고 프로세스의 구축이 시급함	앞선 열 가지 이슈에 대한 행정 체계 구축, 리서치, 콘셉트 개발, 디자인 개발이 이루어질 때, 전체 보행자 길찾기 체계와 개별 안내표지의 사용성도 높아질 수 있음

(2) 동대문 지역문화 인포그래픽

「동대문 지역문화 인포그래픽」 연구는 DDP 지역을 중심으로 주변 지역의 문화유산을 선별하여 시민과 관광객에게 가치 있는 정보를 전달하고, 이를 통해 동대문 지역 관광 활성화에 기여하고자 하는 목적에서 실시되었다.

최근 여가문화의 발달 및 관광객의 증가로 시민과 관광객의 다양한 요구를 수렴하는 문화콘텐츠정보 제공의 필요성이 대두되었고, 특히 서민문화의 역사적 집적지이자 관광객의 주요 방문지인 동대문 지역의 쉽고 체계적인 관광콘텐츠 정보 제공이 필수적이게 됨에 따라 이를 인포그래픽으로 표현한 지도를 개발하게 되었다.

인포그래픽 제작의 지역적 범위는 DDP를 중심으로 1.5km 반경 이내 거리로, DDP로부터 도보관광이 가능한 일대인 종로구 내 10개동(연건동, 동숭동, 이화동, 충신동, 창신동, 숭인동, 효제동, 연지동, 종로5가, 종로6가)과 중구 내 11개동(을지로6가, 을지로7가, 주교동, 오장동, 광희동1가, 광희동2가, 신당동, 홍인동, 황학동, 쌍림동, 장충동1가)으로 설정하였으며, 연구방법은 문헌조사 및 전문가 인터뷰 그리고 현장 조사로 진행되었다.

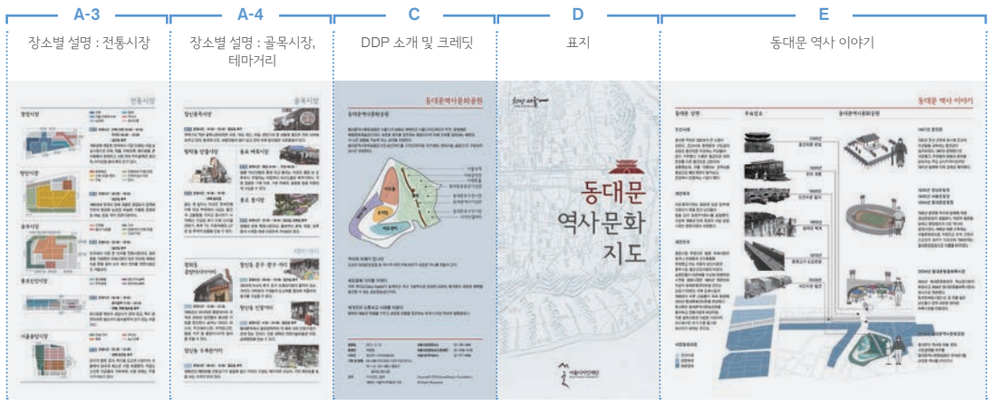
연구는 동대문의 지역문화를 발굴하고 체계화하기 위하여 과거와 현재로 나누는 '시간', 유와 무형을 나눌 수 있는 '형태', 경제, 비경제로 구분되는 '활동'으로 분류하여 진행하였다. 이는 다시 '역사유적'과 '생활' 축으로 나뉘었고 관광객의 주요 활동과 관련지어 '역사유적', '전통시장'과 '패션타운(쇼핑)', '음식', '예술' 그리고 이 모두를 아우르는 동대문만의 풍경 및 경치인 '경관'으로 구분하였다. 이와 같은 기준으로 동대문 지역문화 인포그래픽은 총 6개의 내용으로 구성되었으며 '동대문 역사문화 지도'로 제작되었다. 상세 페이지는 역사·유적지, 문화·예술, 전통시장, 골목시장, 동대문역사문화공원 소개 및 크레딧, 동대문 역사 이야기로 구성되었다.

이 지도는 청계천 줄기와 DDP를 중심으로 종로4가, 5가 일대부터 신설동까지 표시되어 있고 동대문 지역의 옛날 경관 사진과 역사 유적지를 표현함으로써 일반 지도와의 차별성을 가지고 있다.

지도의 기본요소로는 도로, 지하보도, 횡단보도, 녹지·공원, 학교·관공서, 청계천 및 청계천 진입로, 지하철, 서울시티투어버스, 움직이는 관광안내소 등이 있다. 또한 동대문의 옛 모습과 종로, 청계천, 구 서울운동장 등의 경관 사진이 삽입되어 있고, 역사·유적지는 건축 시기에 따라 조선시대, 대한제국, 대한민국 세 가지로 나누어 각각 다른 색으로 표기되어 있다.



[그림 4-27] 동대문 역사문화 지도 앞면



[그림 4-28] 동대문 역사문화 지도 뒷면

재단은 동대문 역사문화 지도 개발을 통하여 문화유산자원을 발굴하고 관광객의 다양한 수요를 충족시키며 관심과 흥미를 유도할 수 있으리라 기대하고 있다. 완성된 지도는 DDP 관광객 투어 자료로 활용할 수 있도록 관계부처와 협의를 진행 중이다.

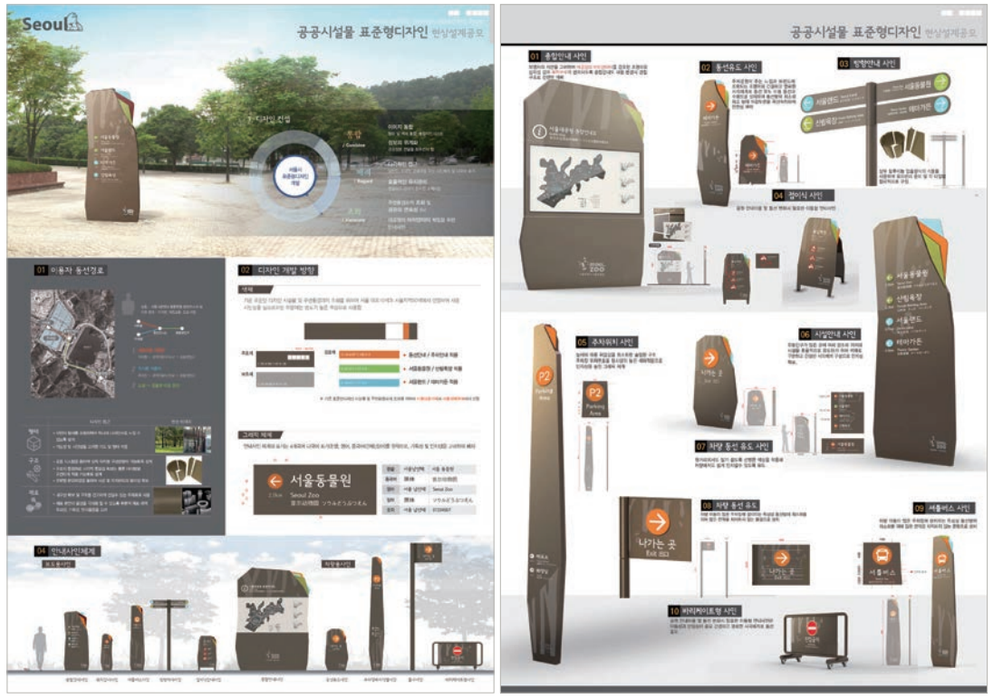
(3) 공공시설물 표준형디자인 개발

「공공시설물 표준형디자인 개발」 사업은 서울형 공공시설물을 개발하여 시민 생활의 편리를 도모하고, 나아가 서울의 정체성을 하나로 모으기 위해 2007년부터 꾸준히 추진되었다. 이 사업은 산발적으로 제작되었던 공공시설물에 통일감을 부여하고 서울시 공공디자인의 수준을 높여 시민을 배려하는 시민행복 디자인을 실현하고자 진행되었다.

서울시는 총 7년 동안 「공공시설물 표준형디자인 개발」을 추진하여 현재까지 총 25종 149개 타입의 공공시설물 디자인을 선보였다. 2008년 마을버스의 폴사인, 2009년에는 택시승차대, 2010년 지하철 외부 캐노피 및 출입구와 시내버스 승차대, 2011년 공원 관련 디자인, 2012년에는 지하철 통합안내사인 디자인가이드라인을 개발했다. 2013년에는 서울의 공원 안내사인이 주제로 선정되어 서울시 도시근린공원 안내사인체계에 대한 가이드라인과 어린이공원 및 서울대공원에 대한 안내사인이 개발되었다.

[표 4-5] 공공시설물 표준형디자인 개발 사업 추진 내용

년도	디자인개발 내역	개발수량
2007	가로판매대, 휴지통, 볼라드, 벤치, 맨홀뚜껑, 보도블럭	6종 49개 타입
2008	마을버스 폴사인, 보행자용 방호울타리, 보행조명시설	3종 6개 타입
2009	택시승차대, 폴사인, 그늘막	3종 5개 타입
2010	지하철외부캐노피, 지하철외부출입구, 공사장가설사무소, 시내버스승차대, 시티투어버스승차대	5종 13개 타입
2011	공원안내부스, 공공안내판	2종 16개 타입
2012	지하철 통합사인시스템 가이드라인 지상부 냉각탑 가림벽, 지하철 환기구 외관	3종 30개 타입
2013	도시근린공원, 어린이공원 대형주제공원(서울대공원) 안내사인체계	3종 30개 타입



[그림 4-29] 공공시설물 표준형디자인 개발 사업 결과

(4) 간판이 아름다운 거리 조성

「간판이 아름다운 거리 조성」 사업은 시민생활에 불편을 주고 도시 미관을 해치는 무질서한 간판을 개선하여 쾌적한 도시 경관을 만들기 위해 진행되었다. 서울시는 보다 체계적인 간판 정비를 위하여 옥외광고물 가이드라인을 제정하였고, 이 가이드라인을 바탕으로 강렬한 색상, 들쑥날쑥한 크기와 모양의 간판을 정비하였다. 새롭게 디자인된 간판을 통해 시민들에게 간판 개선의 필요성을 알리고 간판문화 개선에 대한 공감대를 이끌어 올 수 있었으며, 나아가 좋은 간판을 설치하고자 하는 범시민적 분위기를 확산시켰다.

이 사업은 서울시가 기본계획을 수립한 후 각 자치구별 개선대상의 수요를 조사하고, 조사된 자료를 바탕으로 정비시범구역을 지정하여 자치구의 주도로 사업이 시행되는 방식으로 운영된다. 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 완료하게 된다.



[그림 4-30] 간판이 아름다운 거리 조성 순서

「간판이 아름다운 거리 조성」 사업은 2008년 10개 거리를 시작으로, 2009년 20개, 2010년 21개, 2011년 23개, 2012년 21개, 그리고 2013년 25개 거리로 이어져 서울시 내 총 120개 거리에서 진행되어왔다. 2011년에는 2,568개, 2012년에는 3,130개의 업소의 간판을 개선한 바 있으며, 2013년에는 3,809개 업소의 간판을 개선하였다. 특히 2013년 사업에서는 영등포구 대림로 387개, 강남구 선릉로 258개 업소의 간판을 집중 정비하기도 하였다.

[표 4-6] 2013년 간판이 아름다운 거리 조성 사업구간

구별	사업구간	개선업소 수(개)
총계		3,809
종로	자하문로9 ~ 낙산길35	67
중구	명동1 ~ 5블럭	240
	명동6 ~ 7블럭	95
용산	한강로(숙대역~삼각지)	183
성동	광나루로138 ~ 광나루로213	119
동대문	시립대 정문~ 덕전교	183
	외대앞 ~ 외대역	114
중랑	상봉역	46
강북	4.19사거리 ~ 국민마트	137
도봉	쌍문역 ~ 소피아호텔	78
노원	벽산종합상가	213
서대문	신촌역 ~ 현대백화점	169
마포	신촌역 ~ 이대역	84
양천	신월사거리 ~ 농협사거리	199
강서	화곡로327 ~ 공항대로340	112
구로	오류역 ~ 오류IC	123
금천	시흥대로350 ~ 시흥대로368	92
영등포	대림사거리 ~정보문화도서관	387
동작	사당역 ~ 이수역	210
	사당시장 ~ 남성초등학교	105
관악	서울대입구역 ~ 은천로입구	211
서초	뱅뱅사거리 ~ 서초구민회관	200
강남	갤러리아백화점 ~ 강남구청역	258
송파	삼익상가 ~ 삼성아파트	120
강동	강동아트센타 ~ 한방병원	64


노원구 벽산상가

동작구 동작대로

[그림 4-31] 간판이 아름다운 거리 조성 사례

3) 에너지 절감을 위한 빛환경 개선

서울시는 에너지 낭비에 따른 에너지 부족이 다방면의 사회문제로 야기되고 있는 상황에서 「원전하나줄이기 종합대책」을 세우고 본격적으로 에너지를 절감하기 위한 여러 노력들을 해오고 있다. 특히 빛환경 개선을 통한 도시미관 조성과 빛공해 해소, 에너지 절감을 목표로 여러 사업들을 진행하였다. 이에 대한 사업으로 「친환경 스마트조명도시 구축」과 「서울시 좋은빛상 시상」, 「좋은 빛환경 조성 시범사업」이 있다.

(1) 친환경 스마트조명도시 구축

「친환경 스마트조명도시 구축」 사업은 「원전하나줄이기 종합대책」의 일환으로 2012년 전문가 워크숍을 통해 사업의 타당성과 방향을 결정하였다.

이 사업은 체계적인 조명 시스템 개발을 통해 무분별한 조명의 사용을 억제하고 비효율적인 빛 에너지 낭비를 관리함으로써, 에너지 절감 및 효율적인 빛 에너지의 사용을 유도하는데 목적이 있다.

2013년에는「친환경 스마트조명도시 구축」사업의 기술검토, 경제성 분석 등 실효성 확보를 위해「타당성 조사 및 기본계획 수립 용역」을 진행하였다. 2014년 2월에 완료되는 용역 결과에 따라 추후 구체적인 정책방향이 정해질 것이다.

추후 실제 사업 추진을 통해 서울시의 가로등, 보안등, 공원등, 간판등, 미디어파사드 등 총 132만 개의 등을 효과적으로 제어하기 위한 방법과 점등 및 소등, 계절별·시간대별·날씨별 밝기 조절 등을 일괄적으로 제어할 수 있는 방법을 도출하게 될 것이며, 이를 통해 빛공해 해소뿐만 아니라 에너지 절약 및 도시의 야간경관 개선의 효과를 얻을 수 있을 것으로 보인다.



[그림 4-32] 스마트조명도시 연구 내용

(2) 서울시 좋은빛상 시상

「서울시 좋은빛상」은 서울시 빛공해 방지 및 좋은빛 형성관리조례(개정-2014.7.17) 제18조에 의거하여 2012년에 처음 시작한 사업이다. 시민과 자연 및 환경보호에 현저한 공로가 있는 분야별 인사를 선발하여 시상함으로써 우수사례를 확산·장려하고자 추진되었다. 이러한 시상은 인공조명의 개선을 통해 서울의 밤 환경을 빛공해로부터 벗어나 안전하고 아름답게 형성하고, 시민의 삶의 질을 높이는 데 기여할 것이다.

2013년 좋은빛상은 학술, 제조, 설계, 시공의 네 분야를 공모하였으며, 학술 분야에서 대상 1팀, 최우수상 1팀, 우수상 1팀을, 설계 분야에서 최우수상 1팀, 시공 분야에서 우수상 1팀 등 총 5개 팀을 수상자로 선정하였다. 공모 분야 중 학술 분야에서 빛공해사진전, 빛공해방지법 제정 기여의 공로자를 시상하였으며, 설계 분야에서는 은은하게 스며드는 한국적인 빛을 접목하여 좋은빛 환경을 형성한 설계자를 시상하였다.

작품 선정을 위해 각계의 전문가 7명을 대상으로 심사위원회를 구성하였으며, 이후 엄격한 심사를 거쳐 총 12개의 공모작품 중 수상작을 선정하였다. 대상 및 최우수상 수상자는 서울특별시 빛공해방지위원회 위원으로 추천되는 인센티브가 주어졌다. 또한 수상작은 빛공해방지 홍보자료로 활용하고 조명 관련 학술지 및 신문, 잡지 등에 게재되었다.

작품 접수	→	우수작품 선정 심사	→	시상 및 전시
2013년 1월 10일(목) ~ 2월 13일(수)		2013년 2월 19일(화)		2013년 3월 6일(수)

[그림 4-33] 서울시 좋은빛상 진행 과정



설계 분야 : 최우수(운현궁)

시공 분야 : 우수상 (대한민국 역사박물관)

[그림 4-34] 서울시 좋은빛상 수상작

(3) 좋은 빛환경 조성 시범사업

「좋은 빛환경 조성 시범사업」은 주택가의 빛환경을 개선하는 사업으로, 안전에 취약한 주택가 골목길의 기준조도를 높여 안전보행을 확보하고 생활 곳곳에서 느끼는 빛공해를 해소하기 위해 진행되었다.

골목길의 가로등을 조도 3~5룩스인 기존 나트륨등에서 5~10룩스인 LED보안등으로 교체하면 골목길 조도를 2배 더 밝게 개선할 수 있다. 이를 통해 안전성은 강화하면서 동시에 에너지는 30~60% 절약하는 효과를 가져올 수 있다.

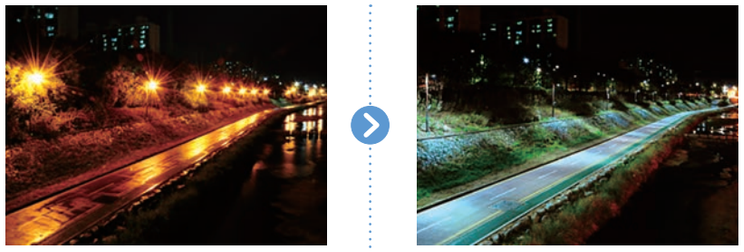
「지역에너지절약사업」의 일환으로 운영된 이 사업은 각각 2012년 5월과 7월에 수립된 '주택가 친환경 LED 보안등 개선 방침', '지역에너지절약사업 국비 우선집행계획 방침'에 따라 실행되었다.

이러한 기본 방침을 바탕으로 2012년도에는 성동구, 강북구, 은평구, 강서구, 영등포구, 송파구 등 6개 서울시 내 자치구에 있는 1,900개 나트륨보안등을 LED 보안등으로 교체하였으며, 2013년도에는 약 9,400개를 추가로 교체 완료하였다.

한편 2014년에도 약 6,600개, 2015년 이후에는 약 210,000개의 LED보안등의 교체가 계획되어 있어 이후의 에너지 절감 폭은 13,680TOE로 늘어나게 될 것으로 예상된다. 앞으로 주택가의 빛환경 개선을 위하여 기존의 나트륨보안등을 LED등으로 계속해서 교체해나갈 계획이다.

[표 4-7] 주택가 빛환경 개선 현황 및 계획

구분	계	2012년	2013년	2014년	2015년 이후
보안등 개선(수량/등)	227,900	1,900	9,400	6,600	약 210,000
에너지절감(TOE/년)	14,845	123	612	430	13,680



개선전 : 나트륨등을 사용한 거리

개선후 : LED등을 사용한 거리

[그림 4-35] 주택가 빛환경 개선 모습

4.3 주요성과와 전망

서울시는 서울시민들에게 안전하고 깨끗한 환경을 제공하기 위해 2013년 한 해 동안 <시민과 함께하는 주거환경개선 디자인>, <디자인을 통한 쾌적한 도심환경 만들기>, <에너지 절감을 위한 빛환경 개선> 전략 아래 다양한 사업을 수행했다.

서울디자인재단에서는 「서울골목디자인 프로젝트」 연구를 추진함과 동시에 서울 골목의 가치를 전파하고 혁신하기 위한 「국제골목컨퍼런스」를 개최하였다. 이는 도시발전 속 공동체 지향점과 인간성 회복의 의미를 고민하는 토론의 장을 마련했다는 점에서 큰 의미를 갖는다. 2014년에는 전년도에 개발된 쓰레기통 모델을 시민서비스디자인센터에서 실제로 제작하여 보급할 예정이다. 또한, 시민디자인연구소는 「2014 서울골목디자인 개발 연구」를 통해 대상의 범위를 보다 확장시켜 1인 가구에 대한 모듈 개발 연구를 추진할 계획이다.

「마을정자나무 가꾸기」 사업은 수목 선정 및 스토리텔링 발굴 단계를 거쳐 조경설계 및 디자인 단계에 진입하였으며, 시공 완료 후에 지속적인 모니터링을 통해 월 단위 이용 현황 및 주민 평가를 조사할 계획이다.

「서울형 시각정보체계 연구」는 보행 관련 시각매체에 초점을 맞추어 보행자를 위한 서울의 시각정보체계를 구축하는 연구로 2014년에는 「안전·안심 디자인 연구」와 결합하여 추진될 예정이다.

그 외에 「경관개선사업」, 「경관협정사업」, 「공공시설물 표준형디자인 개발」 등 서울시 공공디자인과에서 추진 중인 사업들은 전체적인 예산 수준이 줄어들며 유지, 관리 단계로 접어들 것으로 보인다.

「빛환경 개선」 사업의 경우 2014년에도 비슷한 수준으로 지속될 전망이다. 2014년에는 「원전하나줄이기 종합대책」의 10대 핵심 사업 중 하나인 「LED를 활용한 스마트조명도시 구현」을 위해 서울시 곳곳에 LED 800만 개를 보급한다는 목표를 가지고 있으며 기존의 「좋은 빛환경 조성사업」과 「빛공해방지계획 수립」 사업 또한 계속해서 추진할 계획이다.

이처럼 서울시와 재단은 보다 쾌적한 주거환경 및 도심환경을 만들기 위해 여러 사업을 추진하고 있으며 에너지 절감을 위한 빛환경 개선에도 많은 노력을 기울이고 있다.

5장
서울디자인 소통

5.1 시민 소통

1) 시민이 바라는 서울디자인

(1) 디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?
(2) DDP 시민소통프로그램 봄장
(3) 디자인공감에세이

2) 시민이 만드는 서울디자인

(1) 공공시설물 디자인 시민공모전
(2) 서울시 좋은간판 공모전

3) 시민이 살피는 서울디자인

(1) 서울시민디자인위원회
(2) 디자인서울 모니터링

5.2 국내외 교류와 협력

1) 국내 협력기관 현황

2) 해외 협력기관 현황

(1) 유네스코 디자인 창의도시 서울
(2) 글로벌디자인도시협의체
(3) 국제도시조명연맹 협력사업

3) 해외 디자인정책 사례 연구

(1) 서울 도시디자인 해외통신원
(2) 디자인도시 해외리포트

5.3 주요성과와 전망

5.1 시민 소통

2011년부터 2013년까지 서울시는 '현장 행정', '열린 행정', '트위터 행정'이라는 3대 행정 혁신을 이루었으며 2012년 한 해 동안 39회의 청책 워크숍을 통해 5,200여 명의 시민과 만남을 가졌다.

서울디자인 제3기의 주요 목표는 '시민의 참여와 소통을 실현하며 시민의 삶의 질을 높이는 시민디자인'으로 시민이 서울시 디자인정책의 방향과 목표를 설정하는 주체가 되는 것을 시작으로 한다. 이는 정책의 수립과 보완 그리고 실행에 있어 시민의 의견을 수렴하는 과정이 반드시 필요하며, 서울시가 이를 중요한 가치로 여기고 있다는 것을 의미한다. 이러한 시민의 참여 활동과 의견 수렴의 장을 활성화하기 위해 서울시와 서울디자인재단은 다양한 소통 채널을 마련하고 이와 관련한 여러 사업을 추진하고 있다.

대표적인 소통 채널로는 2012년부터 계속되어온 페이스북 그룹 「디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?」가 있으며, 여기에서 제시된 시민 의견을 반영하여 「DDP 시민소통프로그램 봄장」을 추진하였다. 이외에도 시민공감기획단의 활동을 담은 「디자인공감에세이」를 발간하는 등 다양한 사업을 함께 실행했다.

또한 시민의 직접적인 참여를 유도하기 위해 「공공시설물 디자인 시민공모전」과 「서울시 좋은간판 공모전」 사업을 추진하고 있으며 이를 통해 서울디자인에 대한 시민의 부정적 인식을 개선하고 실제 아이디어 제안을 통해 시민이 서울디자인의 주체가 될 수 있도록 하였다.

그 외에도 서울디자인 정책의 객관성 및 전문성을 확보하기 위해 전문가를 중심으로 구성된 「서울시민디자인위원회」의 운영과 시민이 참여할 수 있는 「디자인서울 모니터링」 사업을 지속적으로 추진하고 있다. 이는 시민과 전문가 그리고 관계기관의 유기적인 네트워크를 통해 다양한 의견을 수렴하고 이를 통해 수립된 정책과 사업을 검증하는데 그 목적이 있다.

이처럼 서울시는 정책 수립 시 시민의 의견을 지속적으로 수렴하고, 시민의 직접적인 참여 기회를 확대하며, 시민 스스로 정책의 실효성을 평가할 수 있는 프로세스를 만들기 위해 많은 노력을 기울이고 있다.

[표 5-1] 서울시와 서울디자인재단의 대표 온라인 소통창구

운영	구분	명칭	주소
서울시	웹사이트	서울특별시	www.seoul.go.kr
		정보소통광장	opengov.seoul.go.kr
		천만상상 오아시스	oasis.seoul.go.kr
	SNS	서울시	www.facebook.com/seoul.kr
		서울마니아	www.twitter.com/seoulmania
		메타블로그 솥	www.twitter.com/Sott_seoul
		서울나들이	blog.naver.com/haechiseoul
		서울마니아	blog.seoul.go.kr
서울디자인재단	웹사이트	서울디자인재단	www.seouldesign.or.kr
			m.seouldesign.or.kr
	SNS	서울디자인재단	www.twitter.com/designseoul
			www.facebook.com/designseoul
			blog.naver.com/iloveddp
		디자인이.서울을.위해.무엇을.할수.있을까?	www.facebook.com/groups/DesignSeoul
		서울디자인	www.design4seoul.or.kr
DDP	웹사이트	DDP	www.ddp.or.kr
	SNS	DDP	www.facebook.com/ddp.or.kr
			www.twitter.com/ddpseoul
		DDP SEOUL	www.pinterest.com/ddpseoul/

[표 5-2] 2013 소통분야 서울디자인 사업

전략	분야	주요 사업
시민이 바라는 서울디자인	수렴	(1) 디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?
		(2) DDP 시민소통프로그램 봄장
		(3) 디자인공감에세이
시민이 만드는 서울디자인	참여	(1) 공공시설물 디자인 시민공모전
		(2) 서울시 좋은간판 공모전
시민이 살피는 서울디자인	평가	(1) 서울시민디자인위원회
		(2) 디자인서울 모니터링

1) 시민이 바라는 서울디자인

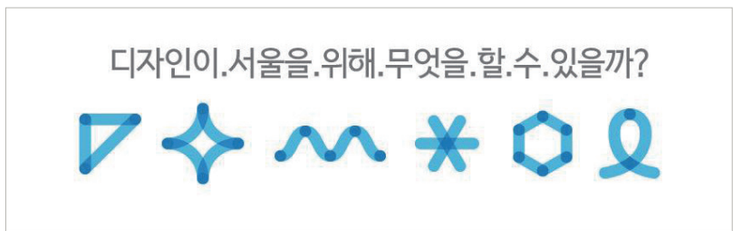
서울시는 시민이 바라는 서울디자인을 실천하고자 시민의 의견을 수렴하고 함께 소통할 수 있는 방법에 대해 꾸준히 고민해왔다.

2012년에 시작하여 현재까지 운영되고 있는 「디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?」는 시공간적 제약을 최소화하고 시민들과 직접 소통할 수 있는 창구가 되고 있으며, 여기에서 나온 시민 의견을 반영하여 「DDP 시민소통프로그램 봄장」을 개최하였다. 또한 시민이 직접 생활 속 디자인에 대해 고민하고 이를 공유할 수 있도록 「디자인공감에세이」를 함께 시행했다.

(1) 디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?

「디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?」는 명칭 그대로 디자인이 서울을 위해 할 수 있는 일을 시민과 자유롭게 토론하고 사업에 반영하기 위한 목적으로 서울디자인재단에서 2012년에 개설한 페이스북 페이지이다.

'시민과 함께 만들고 누리는 디자인, 시민디자인'을 목표로 하고 있는 서울디자인재단은 시민이 바라는 서울디자인을 구축하기 위하여 다양한 분야 및 연령층의 시민과 정보를 공유하고 의견을 수렴할 수 있는 온라인 소통 창구를 마련하였고, 이를 통해 시민들의 서울디자인 정책과 사업에 대한 아이디어와 의견을 지속적으로 수렴하고 있다.



[그림 5-1] 디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?

2013년에는 「디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?」를 통해 '디자인이.10대의.하루.오늘과.내일을.위해.무엇을.할.수.있을까?', '디자인이.서울.택시를.위해.무엇을.할.수.있을까?', '디자인이.서울의료원을.위해.무엇을.할.수.있을까?', '디자인이.현대인의.밥상문화를.위해.무엇을.할.수.있을까?', '디자인이.디디피주변.거리가게를.위해.무엇을.할.수.있을까?' 등의 주제를 제안하고 이에 대한 시민들의 의견을 수렴하였다.

또한 온라인에서의 의견 개진에서 더 나아가 「디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?」의 오프라인 모임인 「디자인잼(DesignJAM)」을 총 12회 개최하였다.

특히 제9회 디자인잼은 '디자인이.서울.택시를.위해.무엇을.할.수.있을까?'에 대한 주제로 진행되었는데, 서울의 택시를 대중교통으로써의 택시, 서비스산업으로써의 택시, 도시경관적 측면에서의 택시 등 다각적인 관점으로 분석하였고, 동시에 시민의 관점, 승객의 관점, 택시기사의 관점으로 구분하여 택시를 둘러싼 여러 가지 환경에 대해 심층적으로 고민하여 문제점과 개선방안에 대한 의견을 나눌 수 있었다.



[그림 5-2] 제9회 디자인잼 '디자인이.서울.택시를.위해.무엇을.할.수.있을까?'

(2) DDP 시민소통프로그램 봄장

「DDP 시민소통프로그램 봄장」은 DDP 개관 전 희망시장 솜씨거리 조성을 통해 서울시민의 참여 및 소통을 활성화하고, 시민의 의견 수렴과 디자인 논의의 장을 마련하고자 하는 목적에서 추진한 사업으로 2014년 2월 7일, 8일 양일에 걸쳐 동대문역사문화공원 이간수전시장에서 개최되었다.



[그림 5-3] DDP 시민소통프로그램 봄장 홍보 포스터

「DDP 시민소통프로그램 봄장」의 프로그램은 각각 전시 프로그램과 행사 프로그램으로 구성되었다. 전시 프로그램에는 작가 100명이 디자인한 한글 티셔츠를 전시하는 '입는 한글', 한글디자인상품전시 '한글, 디자인을 만나다', 스트리츠 퍼니처 디자인전 '동대문 가가(街家)'가 있었고, 공연 프로그램은 청년 푸드디자이너 음식열전 'DDP 요리대회'와 '내가 디자인하고 내가 만드는 한글티셔츠, 라이브 실크스크린' 등의 행사가 기획되었다.

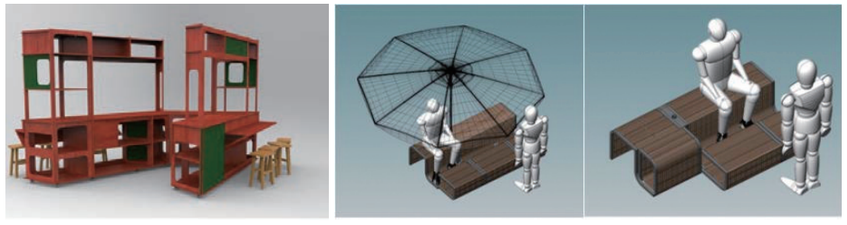
'입는 한글'은 한글 모티브의 티셔츠를 디자인하고 전시하는 행사로, 한글 티셔츠 디자인을 위해 한글타이포그라피, 시각예술, 캘리그라피, 팝아트, 만화, 일러스트, 그래피티 등 다양한 분야의 예술가 100명이 참여하였다. 특히 한글을 주제로 한 행사에 곤도 유카코, 제스(Jess), 로봅(Robob) 등 외국인 작가들이 참여했다는 데에도 특별한 의미가 있었으며, 대규모 작가들이 동시에 참여하는 최초이자 최대 규모의 한글전시로 평가받았다.



[그림 5-4] 입는 한글 작품

'한글, 디자인을 만나다' 전시는 한글디자인상품 대표업체 세 곳의 상품이 전시부터 판매까지 이어지는 행사였다. 기존의 관광 문화상품이 아닌 젊고 참신한 신생 디자인이 생산되었고 이를 통해 서울을 넘어 대한민국의 대표 문화상품으로서의 한글의 가능성을 확인할 수 있었다.

'동대문 가가(街家)'의 경우, 국내 젊은 건축가 4인을 협력건축가로 구성하여 DDP거리 및 거리가게에 새로운 형태의 스트리트 퍼니처 모델을 제시하였다. 이 행사를 통해 그동안 한국에서는 찾아볼 수 없었던 미학적, 기능적으로 발전된 거리가게의 모델이 제시되었다.



[그림 5-5] 동대문 가가(街家) 디자인전 작품

'DDP 요리대회'는 청년푸드디자이너들의 독창적인 레시피와 조리 노하우를 공개하고, 새로운 개념의 맛거리를 선보이는 요리대회이다. 이 프로젝트를 통해 맛있고, 건강하고, 경제적인 새로운 거리음식이 개발되었고, 발굴된 청년요리사에게 향후 요리사로서 재능을 펼쳐나갈 기회를 제공하는 목표를 달성할 수 있었다.



[그림 5-6] DDP 요리대회 출품작

'라이브 실크 스크린'은 시민이 직접 디자인하고 공모한 한글티셔츠를 라이브 실크스크린으로 실현하는 행사이다. 시민들의 한글디자인 참여를 독려하고, 나아가 동대문 봄장을 효과적으로 홍보하려는 목적으로 진행되었다.



[그림 5-7] 라이브 실크 스크린

「DDP 시민소통프로그램 봄장」에 대한 평가를 종합해보면, 건축, 음식, 디자인이 한 자리에서 진행된 새로운 형태의 행사였다는 내용이 주를 이루었다.

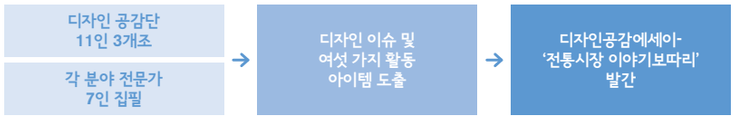
그러나 동시에 봄장이 시민소통프로그램을 표방하고 있음에도 불구하고 거리상인과 건축가, 디자이너, 전문 요리사를 포함한 전문가 그룹을 중심으로 행사가 진행되어 시민참여의 장으로써는 다소 부족함이 있었음이 제기되었다. 더불어 각각의 프로그램에서 '동대문'이라는 키워드가 충분히 부각되지 못했다고 평가받았다.

이후 이러한 문제점들을 보완하여 지역주민, 상가 직원, 거리상인, 청년들이 함께 교류하는 장으로 만들어나갈 계획이다. 또한 청년요리사들의 팝업레스토랑, 거리가게를 위한 새로운 형태의 거리가구, 그리고 청년과 노점의 협업 하에 서울의 특성이 담긴 제품을 개발하는 등의 프로젝트들을 실현해 나갈 예정이다.

(3) 디자인공감에세이

「디자인공감에세이」는 주변에서 경험할 수 있는 디자인 이슈를 에세이 형식으로 기록하여 누구나 손쉽게 접하고 공유하기 위해 기획된 사업이다. 대학생과 대학원생을 중심으로 열한 명의 시민 공감기획단을 구성하고 각 분야의 전문가 참여를 통해 시민과 전문가 상호간의 공감대를 형성하는 것이 「디자인공감에세이」의 핵심목표라고 할 수 있다.

2012년도에는 '길에서 만나는 디자인'이라는 주제로 「디자인공감에세이」를 진행한 데 이어 2013년도에는 '전통시장 이야기보따리'를 주제로 사업을 추진하였다.



[그림 5-8] 디자인공감에세이 구성도

2013년 10월 25일 공감기획단 출범식 이후 동대문 DDP 주변 시장을 활동 범위로 설정하여 동대문 일대의 역사적, 문화적, 상권적 특성을 관찰하였다. 동대문 상권은 우리나라 패션사업의 중심지이고 서민문화를 대변하는 관광지로 다양한 시장문화와 역사를 경험할 수 있는 특색이 있는 곳이다.

「디자인공감에세이」는 여섯 개의 주제로 구성되었으며, 세부적으로는 전통시장 미션수행, 내가 생각하는 1년 뒤 시장 모습, 시장 안에서 '서로 되보기', 시장박물관, 시장에서의 즐거운 걷기, 오손도손이라는 주제로 집필되었다.

[표 5-3] 기획단 활동 내역

아이템	목적/의의	세부내용
1. 재래시장 미션수행 (Conceptual Room Creation)	· 전통시장의 가치 재발견을 위한 클라이언트 중심의 골동품 발견 탐험. 미션 수행과정에 기획단원들의 전통시장에 대한 인식변화를 기대	· 기획단의(20대 여성의 섬세함) 시선으로 발견한 골동품을 중심으로 기획단원들만의 컨셉방을 디지털 및 아날로그 방식으로 편집해 꾸밈.
2. 내가 생각하는 1년 뒤 시장 모습	· 현재의 시장을 사진으로 담고, 가까운 미래 시장의 모습을 그려보는 활동 · 기획단원들이 원하는 시장의 변화상에 대한 상상	· 스토리텔링 중심의 이야기 전개 후 기획단원들이 생각하는 시장의 변화를 10개의 소주제별로 나누어 아이디어를 제시함
3. 시장 안에서 서로 '되보기'	· 내가 아닌 다른 사람이 되어(동대문 패션디자이너) 시장을 탐험하고 경험한 기록을 공유	· 동대문 패션디자이너의 하루를 조사하여 패션시장 생태계 탐험 및 동대문 상권에서의 패션시장의 위치를 제고하고 기획단원들이 생각하는 미래상 제시
4. 시장박물관 (시장유산 탐험)	· 대형마트와 기업형 슈퍼마켓의 전략적 상권 침범속에서 동대문 주변 시장별 역사성을 대변하는 시장유산 및 시장미래유산을 찾아봄으로써 단순한 경제적 이익 이외에 시장이 가지는 의미를 되새겨봄	· 시장에서 역사성을 가진 주제(ex>30년 맛집, 3대 건어물 상점 등) 및 그것들을 구성하는 외적인 요소들(ex>30년 맛집의 도마, 테이블 등)을 조사하고 또한 앞으로 시장의 역사를 대변할 신생품을(시장미래유산) 조사하여 시장 역사흐름을 기록해 비교, 예측해 봄
5. 시장에서의 즐거운 걷기	· 시장은 한정된 공간에 다양한 인간 활동이 일어나는 곳으로서 걷기라는 수단을 통하여 다양한 문화 및 인간 삶을 경험할 수 있음 · 이러한 시장 경험을 페르소나별로 카테고리화 하여 걷기 추천코스를 만들어 시장을 방문하는 방문객들에게 편리한 정보제공	· 네 가지 페르소나를 중심으로 시장의 각 골목의 대표 아이템들을 소개함. 기획단원들만의 조사로 얻은 팁(Tip)을 소개함
6. 오손도손 (시장에서의 대화)	· 백화점 및 대형마트에서는 경험할 수 없는 시장 상인들과의 정감어린 대화를 통해 바쁜 도심 속 삶의 스트레스를 줄여보고 인간미 있는 전통시장을 느껴봄	· 조사 활동 중 얻은 시장에서의 특징 있는 대화를 에피소드별로 엮어 감성적으로 작성하고 관련 사진을 소개함으로써 읽는이의 이해를 도움

공감기획단은 조별 협업의 효율성을 높이기 위해 다양한 분야의 조원들을 한 조로 구성하였고 이를 통해 조별 에세이의 다양성을 확보할 수 있었다. 또한 격주로 편성된 정기회의와 매주 진행된 기획단 회의, 그리고 각 조별 개별 회의 등을 통해 공감기획단의 진행상황을 원활하게 공유하였다.

「디자인공감에세이」 사업을 통하여 시민과 전문가가 함께 서울의 디자인에 대해 분석하고 기록함으로써 시민의 의견 수렴 및 시민이 직접 정책에 참여할 수 있는 기회를 만들었다는데 큰 의미가 있었다.

2) 시민이 만드는 서울디자인

서울시는 아름답고 쾌적한 서울을 만들기 위해 서울디자인을 수행하는데 있어 다양한 서울시민의 참여를 적극적으로 유도하여 시민이 만드는 서울디자인을 실현해나가고 있다. 이러한 노력의 일환으로 2013년도에는 「공공시설물 디자인 시민공모전」과 「서울시 좋은간판 공모전」 사업을 진행하였다.

(1) 공공시설물 디자인 시민공모전

7년째를 맞는 「공공시설물 디자인 시민공모전」은 올해 '아름다운 서울'을 주제로 벤치·의자 디자인과 공공시설물 2개 부문을 공모하였다. 시민공모전은 서울을 사랑하는 사람이면 누구나 참가할 수 있으며 접수된 아이디어는 디자인분야 전문가로 구성된 심사위원회의 심사를 통해 우수 아이디어로 선정된다.



[그림 5-9] 2013 공공시설물 디자인 시민공모전 포스터

「2013 공공시설물 디자인 시민공모전」에는 총 257점의 작품이 접수되었고, 그 중 벤치·의자 디자인 부문에서 26점(대상 1점, 금상 1점 은상 2점, 동상 3점, 장려상 9점, 입선 10점), 휴지통, 음수대, 공중화장실 등 위생시설물 디자인 부문에서 25점(대상 1점, 금상 1점, 은상 2점, 동상 3점, 장려상 8점, 입선 10점)으로 총 51점의 작품이 시상하였다.

수상작들은 전시를 위해 패널 및 실물로 제작되었다. 이번 수상작 전시는 2013년 10월 15일부터 31일까지 17일 동안 동대문역사문화공원에서 진행되었으며. 수상작 중 11종 약 18점을 선별하여 실물로 제작하였고 작품의 디

자인 의도를 최대한 반영하여 구현하였다. 전시가 끝난 후에는 강동아트센터에 다시 설치되어 시민들이 자유롭게 이용할 수 있도록 하였다.



[그림 5-10] 2013 시민공모전 전시

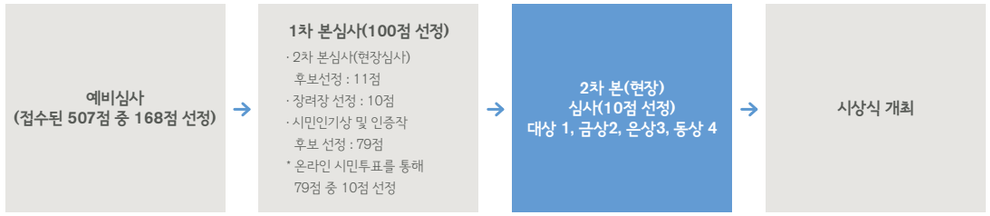
서울시는 이러한 공모전을 통해 시민의 아이디어를 시정에 반영하여 개방적이고 개성적이며 창의적인 공공디자인을 구현하고자 노력하고 있으며 앞으로도 시민의 몸과 마음의 휴식처가 될 공공시설물을 널리 보급할 계획이다.

(2) 서울시 좋은간판 공모전

서울시의 130만 9천 개의 옥외광고물 가운데 적법 광고물은 33%(43만 5천 개)에 불과하고 67%(87만 4천 개)가 불법 옥외광고물로 조사되어 시민들의 안전을 위협하고 있는 것으로 나타났다.

이에 서울시는 옥외광고물이 생활 속에서 살아 숨 쉬는 문화로 인식되고 향유될 수 있도록 간판소유주·점포주, 광고주, 제작자, 광고사업자, 디자이너 그리고 시민을 대상으로 「서울시 좋은간판 공모전」 사업을 실시하였다.

2013년 「서울시 좋은간판 공모전」 에서는 507점의 공모작 중 온라인 투표를 통한 '시민인기상' 10점을 포함하여 대상 1점, 금상 2점, 은상 3점, 장려상 10점, 인증작 69점의 총 100점을 좋은간판으로 선정하였다.



[그림 5-11] 서울시 좋은간판 선정 과정

서울시는 2010년부터 좋은간판 선정 업소를 TV 등 각종 언론매체, 서울시 및 자치구 홈페이지, 고등학교 디자인교과서 및 각종 간행물, 자치구 및 지하철역, 지하철 주변지역 안내도를 통해 적극 홍보하였다, 이는 해당 업소 매출증대에 큰 몫을 하였다는 호평을 받고 있다. 특히 좋은간판 점포주에게는 소상공인진흥원과 연계하여 경영개선컨설팅과 경영개선자금 대출을 알선하고, 서울시 중소기업육성자금 대출을 알선하여 실질적인 경영지원이 이루어지도록 돕고 있다.





[그림 5-12] 2013 서울시 좋은간판 공모전 당선작

[표 5-4] 2013 서울시 좋은간판 선정 심사평

상훈	간판명	심사평
대상	질경이	건축물과 함께 간결하면서도 고급스러운 느낌을 주면서 한복업체라는 업종의 특성을 잘 나타내는 세련되고 우수한 작품.
금상	한주홀딩스코리아	업소들의 개별적 특성과 성격을 유지하면서도 전체적으로 질서를 유지하여 조화를 이룸으로써 가시성을 높임. 또한, 가로형과 돌출형 간판을 복합적으로 설치하여 공간과 정보전달의 효율성을 높인 우수한 작품.
	백노세탁	서울시 간판개선사업 간판으로 단순하면서도 명확하게 세탁소라는 업종의 이미지를 나타내어 가시성이 매우 높은 참신한 작품임.
은상	짧은 여행의 기록	금속 레이저커팅 글자 및 표면가공처리가 멋스럽고, 글자와 벽면의 공간을 둠으로써 그림자가 지는 효과가 독특함. 상단의 조명 처리가 아쉬움.
	아우름	소규모 점포임에도 불구하고 레이아웃의 변화를 통해 설치 위치공간을 효율적으로 사용함으로써 주목성을 높임.
	경성팥집 옥루몽	건축양식에 따라 간판의 서체와 색채 등을 통해 전통미를 잘 살린 현판형 사인으로 적절한 위치 및 크기와 과하지 않은 디자인이 돋보임.
동상	미술관 옆 돈까스	간판자체는 수작업풍의 개성있는 간판이나, 한옥적인 특색의 건물과 건물전체의 색감과의 조화에서 아쉬움.
	유럽풍 십자수	서울시 간판개선사업 간판으로 식상한 직사각형 틀을 벗어나 디자인의 변화를 통해 재미를 줌. 고채도 색채의 사용이 아쉬움.
	우리마루	소형간판으로 복잡하지 않고 단순하면서도 간판명의 특징을 잘 나타냄. 건물의 특징을 고려하여 곡각지점 면을 이용해 보행자의 눈높이에 위치시킨 점이 돋보임.
	거제지심도	튀지 않는 흑과 백의 색감사용으로 고급스러운 이미지를 주었으나, 철제 설치물로 건물 전체를 둘러쌓아 조금 과한 느낌임.

3) 시민이 살피는 서울디자인

서울시는 서울디자인 정책의 방향과 사업의 추진결과에 대한 시민의견을 적극 수렴하여 시민이 살피는 서울디자인을 실현하고 있다. 특히 서울 공공디자인 전문가와 시민의 자문 및 심의를 적극적으로 수용하고 있으며, 이후의 결과에 대해서도 평가를 받고 있다. 2013년에 수행한 사업으로는 「서울시민디자인위원회」와 「디자인서울 모니터링」이 있다.

(1) 서울시민디자인위원회

「서울시민디자인위원회」는 서울 도시디자인의 발전을 위해 도시디자인 기본계획의 수립단계에서부터 구체적 개별 시설물의 디자인에 이르기까지 디자인 사업 전반에 대한 심의와 자문역할을 수행하는 조직이다. 「서울시민디자인위원회」는 '디자인서울'의 이념 및 전략 수립에 대한 자문과 도시디자인에 대한 의견을 심의하는데 주요 목적이 있다. 도시디자인조례 제7조에 따라 도시경관에 영향을 미치는 각종 가로시설물, 공공건축물, 경관조명 등에 대하여 심의 및 자문을 실시하고 있다.

2007년 「서울디자인위원회」에서부터 시작하여 2011년 「서울시민디자인위원회」로 명칭을 개칭하였으며, 현재까지 지속적으로 활동해오고 있다.

「서울시민디자인위원회」는 본 위원회와 그 산하에 분야별 심의를 담당하는 3개의 실무위원회로 구성되어 있다. 본 위원회는 정책 전반에 대한 심의와 자문을 담당하고 있으며, 3개 실무위원회는 도시시설물, 공공건축물, 빛공해 방지와 도시조명에 대한 심의와 자문을 각각 담당하고 있다. 실무위원회는 매주 3개의 위원회가 1회씩 주기적으로 회의를 개최한다.

「서울시민디자인위원회」는 '서울특별시 도시디자인 조례' 제8조(위원회의 구성)에 따라 위원장 1명과 부위원장 1명을 포함하여 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 대한 학식과 경험이 풍부한 사람 중에서 시장이 임명 또는 위촉한 사람으로 하며 위촉직위원의 임기는 2년으로 하되, 1회에 한하여 연임할 수 있다. 또한 실무위원회는 관계공무원, 외부 전문가 등을 포함하여 100명 이내의 위원으로 구성되고, 실무위원회의 위원장과 부위원장은 실무위원회 위원 중에서 호선으로 정하고 있다.

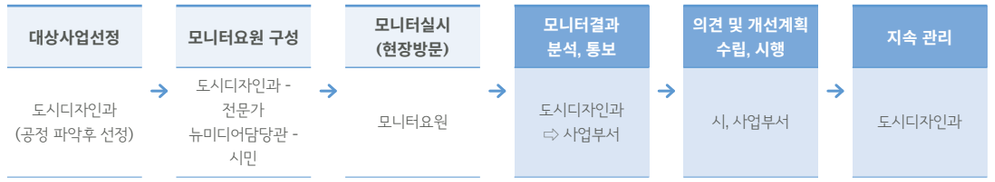
[표 5-5] 2013 서울시민디자인위원회 개최 실적

구분	계		1분과위원회		2분과위원회		3분과위원회	
	횟수	건수	횟수	건수	횟수	건수	횟수	건수
개최 횟수	65	365	25	148	16	65	24	152

(2) 디자인서울 모니터링

서울시는 2008년부터 「디자인서울 가이드라인」을 수립하여 시행하였지만 결과 확인이 제대로 이루어지지 않아 실제로 준수하지 않는 사례들이 빈번히 발생하였다. 따라서 이에 대한 체계적인 점검을 위하여 2011년부터 디자인 전문가와 시민 모니터 요원에 의한 합동 모니터링을 실시하게 되었다. 이러한 「디자인서울 모니터링」은 디자인서울의 실효성을 평가하기 위한 모니터 단체이다.

「디자인서울 모니터링」은 「서울시민디자인위원회」의 심의내용과 다르게 시행되는 사례를 방지하고, 심의의 실효성을 확보하여 공공디자인에 대한 시민의 만족도를 향상하는데 그 목적이 있다. 이를 위하여 모니터단은 직접 현장에 방문하여 해당 사업이 「서울시민디자인위원회」의 심의 결과대로 적정하게 시공되었는지, 「디자인서울 가이드라인」을 준수하였는지, 시민 입장에서 사업이 전체적으로 성공적이었는지 등을 평가한다.



[그림 5-13] 디자인서울 모니터단 운영 과정

전문가로 구성된 전문가 모니터는 공공시설물과 공공건축물, 야간경관을 평가항목과 평가지표에 근거하여 평가표를 작성하는 방식으로 이루어진다. 공공시설물, 공공건축물, 야간경관 3개 분야에 대한 평가항목을 기준으로 이행실태를 분석하고, 각 사업별 평균점수에 따라 개별 사업에 대한 이행률을 집계한다.

시민 모니터단은 서울시 뉴미디어담당관이 운영하는 시정모니터로 구성된다. 시민 모니터는 평가표에 따라 조화성, 관리상태, 안전성 등 분야별 5개~10개의 항목을 평가하고, 사업별 만족도 조사 및 이용 시 불편사항, 개선점 또는 아이디어를 수렴하는 형태로 이루어져 있다.

모니터 활동은 상반기와 하반기 각 1회로 연간 2회에 걸쳐 실행되었다. 2013년도 상반기는 6월 11일부터 6월 28일까지 2010년 심의 후 완료된 사업 30개소를 대상으로 점검을 실시하였으며 점검결과 시민만족도는 65%, 심의 이행률은 61%로 전반적으로 낮은 양상을 보였다. 2013년도 하반기는 11월 11일부터 11월 29일까지 상반기와 마찬가지로 2010년 심의 후 완료된 사업 30개소를 대상으로 점검을 실시하였고 시민만족도는 61%로 확인되었다. 심의의결 미반영 시설에 대한 분야별 분석결과 공공시설물과 공공건축물, 야간경관 순으로 미반영 사례가 높게 나타났다. 미반영 사유는 해당지역의 여건 반영, 민원 수용, 소송 등이 주요 원인이었다.

5.2 국내외 교류와 협력

현재 세계 여러 국가에서는 디자인을 통해 도시 경관을 개선하고 낙후된 산업에 새로운 원동력을 불어넣으며 도시 경쟁력과 시민 삶의 질을 향상시키기 위해 많은 노력을 하고 있다. 헬싱키의 세계디자인수도 선정과 암스테르담의 도시 브랜드 가치, 그리고 빌바오의 구겐하임미술관 등 다양한 사례를 살펴보면 디자인이 도시 경쟁력을 높이는 가장 창의적이고 혁신적인 방법이라는 것을 알 수 있다.

서울시 또한 디자인을 통해 도시 경쟁력을 높이고 국내외 교류와 협력을 통해 그 효과를 극대화하기 위해 노력하고 있다.

지난 몇 해 동안 다양한 활동을 통해 디자인 국제교류 네트워크의 기반을 만들었고 2013년 현재까지 그러한 네트워크를 지속해오고 있다. 「유네스코 디자인 창의도시 서울」과 「글로벌디자인도시협의체」 그리고 국내외 선진기관과의 협력 관계가 그 대표적인 예시라 할 수 있다.

[표 5-6] 2013 협력분야 서울디자인 사업

전략	분야	주요 사업
국내 협력기관 현황	국내	(1) 디자인협회, 기관 등 업무협력
해외 협력기관 현황	해외	(1) 유네스코 디자인 창의도시 서울
		(2) 글로벌디자인도시협의체
		(3) 국제도시조명연맹 협력사업
해외 디자인 정책 사례 연구		(1) 서울 도시디자인 해외통신원
		(2) 디자인도시 해외리포트

1) 국내 협력기관 현황

서울디자인재단은 설립 이후 디자인 분야를 중심으로 여러 국내외 기관들과 MOU를 체결했고 현재까지 협력관계를 유지해오고 있다. 2012년도에는 디자인협회, 디자인센터 외에도 사회문제를 해결하는 시민디자인사업의 추진을 위해 (사)한국셉테드학회, 서울광역자활센터 등과 새로운 업무협력관계를 맺었다.

2013년도에는 디자인산업 정보의 활발한 교류와 콘텐츠 제휴를 위해 (주)웹스미디어와 MOU를 체결하였고, DDP 개관에 앞서 동대문패션상권 활성화를 위해 동대문패션타운 관광특구협의회와도 상호 교류를 위한 기반을 다졌다.

이처럼 재단은 디자인 분야를 포함한 여러 기관과의 지속적인 네트워크 구축을 통해 시민 삶의 질을 높이는 시민디자인 정책의 개발과 확산을 위해 많은 노력을 하고 있다.

[표 5-7] 국내기관 MOU 체결 현황

구분	기관명	체결일자	
디자인 협회	(사)한국디자인단체총연합회	2010. 01. 08	디자인분야 상호 교류 협력
	(사)한국디자인기업협회	2012. 10. 11	
	(사)한국서비스디자인협의회	2012. 04. 20	
디자인 센터	(재)광주디자인센터	2010. 03. 22	디자인분야 상호 교류 협력
	(재)대구경북디자인센터	2012. 05. 09	
	(재)부산디자인센터	2012. 08. 02	
	국제디자인트렌드센터	2013. 08. 07	
학교	계원예술대학교	2009. 08. 13	디자인 인재 발굴 지원 및 디자인분야 상호 교류 협력
	서울시립대학교	2013. 08. 12	디자인문화 확산 및 산업 진흥
디자인 외 전문기관	(사)한국셉테드학회	2012. 09. 07	범죄예방디자인 관련 연구 교류 협력
	서울광역자활센터	2012. 12. 06	지역 자활사업 등 교류 협력
	동대문패션타운 관광특구협의회	2013. 09. 30	동대문패션상권 활성화 및 교류 협력
공기업	(주)서울관광마케팅	2011. 03. 31	관광마케팅 관련 교류 협력
일반 기업	디자인하우스	2013. 03. 21	창작활동 활성화 및 디자인산업 경쟁력 강화
	(주)웹스미디어	2013. 05. 06	디자인산업 정보 활성화 및 콘텐츠 제휴 협약

2) 해외 협력기관 현황

서울시와 서울디자인재단은 디자인정책의 수립과 추진에 있어 관련 정보를 교류하고 향후 정책의 방향을 설정하기 위해 해외의 다양한 디자인기관 및 협력기구와 협조 체계를 구축하고 있다.

• 해외 네트워크 구성

서울디자인재단의 글로벌 네트워크는 크게 세 가지 축을 중심으로 구성되어 있다. 첫 번째 축은 세계 각국의 창의문화도시로 연결되어 있는 '유네스코 창의도시 네트워크'이며 두 번째 축은 26개의 디자인정책 관심도시로 이루어진 '글로벌디자인도시협의체(GDCO, Global Design Cities Organization)'이다. 마지막 세 번째 축은 해외 디자인 관련 협회, 센터 등 선진기관들과의 네트워크이다.



[그림 5-14] 서울디자인 글로벌 네트워크

서울디자인재단은 2008년 설립 이후 각국의 디자인 관련 협회, 센터, 전시시설, 문화기관 등 해외 선진기관과의 협력관계를 맺어왔다. 2013년에는 일본과 싱가폴에 위치한 기관들과 MOU를 체결하였다. 이러한 네트워크를 활용하여 서울시의 디자인정책과 DDP에 대한 국제적인 인지도를 향상시키고 다양한 디자인 콘텐츠를 나누는 것이 주된 목적이다. 특히 유사한 정책 사례를 공유함으로써 기존의 계획을 보완하고 이를 고도화하는데 많은 도움이 될 것으로 기대하고 있다.

• 해외 네트워크 활동

해외 네트워크 구성에서 언급한 바와 같이 서울시와 서울디자인재단은 기존 네트워크를 보다 효과적으로 활용하기 위해 다양한 활동을 펼쳤다. 먼저 글로벌디자인도시협의체의 경우 3개의 회원도시를 추가하였고 2013년 8월 터키 앙카라에서 열린 글로벌디자인도시서미트에 참가하여 의장 도시 선출과 도시디자인정책 사례 공유 등 여러 프로그램을 함께 진행했다.

유네스코 창의도시 네트워크의 경우 2013년 3월 프랑스 셍테티엔에서 열린 유네스코 창의도시 분과회의에 참석하여 UCCN(Unesco Creative Network) 웹사이트 구축과 관련하여 여러 의견을 나누었고 이후 5월 프랑스 파리에 위치한 유네스코 본부에서 개최한 유네스코 창의도시 네트워킹그룹 회의에 참석하여 UCCN 운영예산의 확보 및 관리체계 효율화 대책에 대해 논의하였다. 또한 9월 이탈리아 볼로냐에서 개최된 유네스코 창의도시 네트워크 정례회의와 10월 중국 베이징에서 열린 유네스코 창의도시 서미트에 참가하였으며, 2013년 11월 유네스코 디자인 창의도시 서울 국제세미나를 개최하는 등 한 해 동안 주도적인 활동을 펼쳐왔다.

그 외에도 재단은 GDCO와 UCCN 네트워크를 활용하여 「디자인도시 해외리포트」와 「국제골목컨퍼런스」 행사를 추진하였고 서울시에서는 국제조명도시연맹 총회에서 「한강공원 조명개선 프로젝트」로 국제도시조명상(도시, 사람, 빛) 2등상을 수상하는 등 적극적인 활동을 통해 디자인분야의 국제적 위상을 높인 한 해였다.

[표 5-8] 협력기관과 세부 활용 내용

구분	활용 내용 및 행사명	협력기관
회의 및 연구	디자인도시 해외리포트	UCCN(유네스코 창의도시 네트워크) GDCO(글로벌디자인도시협의체)
	국제골목컨퍼런스	
	국제조명도시연맹 연례총회	LUCI(국제도시조명연맹)
전시	메종오브제	SAFI(프랑스 공예협회)

[표 5-9] 해외기관 MOU 체결 현황

구분	기관명	체결일자	
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	
	일본디자인진흥원(일본)	2013. 10. 29	
	나고야 국제디자인센터(일본)	2013. 10. 30	
전시 교육	쿠퍼휴잇 국립디자인뮤지엄(미국)	2011. 05. 16	전시, 교육프로그램 등 교류 협력
	프랑크푸르트 응용미술박물관(독일)	2011. 07. 04	
	비트라디자인뮤지엄(독일)	2011. 07. 06	
	런던디자인뮤지엄(영국)	2011. 07. 06	
	도멘 드 브아브세(프랑스)	2011. 07. 06	
	파브리카(이탈리아)	2012. 09.14	
	파워하우스뮤지엄(호주)	2012. 12. 04	
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	전시 프로그램, 마케팅 관련 교류 협력
	Design Against Crime Research Center(호주)	2012. 10. 17	
	싱가포르 난양폴리테크닉(싱가포르)	2013. 07. 12	지역 협력관계 구축 및 협력 사업 추진

(1) 유네스코 디자인 창의도시 서울

「유네스코 창의도시 네트워크(UCCN, UNESCO Creative Cities Network)」는 창의적 문화산업을 확산하고 네트워크를 구축하여 활발한 교류를 도모하기 위한 목적으로 2004년 10월부터 유네스코에서 시행하고 있다. 창의도시는 다양한 국가별 도시들의 문화적 자산과 잠재력을 바탕으로 디자인, 영화, 문학, 음식, 공예, 음악, 미디어아트에 이르는 일곱 가지 분야에서 선정되며, 관련 문화산업을 발전 및 전파시킴으로써 세계적 차원에서 문화적 다양성 증진 및 지속가능한 성장에 기여하는데 목적이 있다.

2013년 현재 유네스코 창의도시로 지정된 도시는 총 34개이고, 이 중 디자인 창의도시는 11개이다. 서울시는 2010년 디자인 창의도시로 지정되어 활발한 활동을 펼치고 있다.



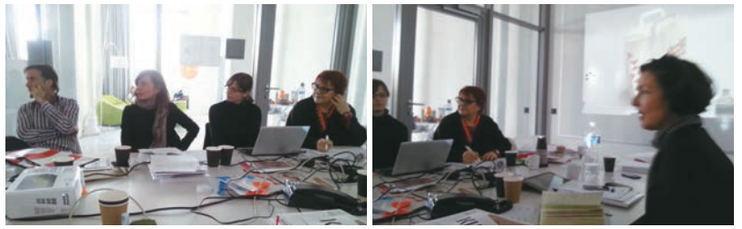
[그림 5-15] 유네스코 디자인 창의도시 서울 공식로고

[표 5-10] 유네스코 창의도시 네트워크 가입현황

구분	지정도시(국가)	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)	2005	
	몬트리올(캐나다)	2006	
	나고야(일본)	2008	
	고베(일본)	2008	
	선전(중국)	2008	
	상하이(중국)	2010	
	베이징(중국)	2012	
	서울(한국)	2010	
	생떼디엔느(프랑스)	2010	
	그라츠(오스트리아)	2011	
공예와 민속예술 (5)	산타페(미국)	2005	· 전통기술 일상적 예술품 작업 · 공예, 보석 세공 등 문화유산 · 조각박물관, 수공업 교육센터 · 지역축제 개최
	아스완(이집트)	2005	
	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)	2008	
	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)	2006	
	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)	2010	
	전주(한국)	2012	
영화 (2)	브래드포드(영국)	2009	· 영화산업의 발생지 · 다양한 영화산업 분야 발달 · 풍부한 영화 관련 시설
	시드니(호주)	2010	
미디어 아트 (1)	리옹(프랑스)	2008	· 활발한 민간 디지털 게임 산업 · 문화예산의 20% 우선 배정 · 활발한 국제네트워크

서울시는 2010년 유네스코 디자인 창의도시에 지정된 이래로 「유네스코 디자인 창의도시 서울 서포터즈」 운영과 「유네스코 창의도시 네트워크 전략포럼」, 「유네스코 창의도시 네트워크 컨퍼런스 서울2011」, 「유네스코 창의도시 네트워크 정례회의」와 「유네스코 디자인 창의도시 분과회의」에 참석하는 등 다양한 활동에 참여해왔다.

2013년에 서울디자인재단은 네트워크 협력체계를 강화하기 위해 생테티엔, 파리, 볼로냐, 베이징 등 국제회의 및 행사에 적극 참여하였다. 3월에 프랑스 생테티엔에서 열린 유네스코 창의도시 분과회의에 참석하여 UCCN 워킹그룹 활동현황을 공유하고 UCCN 웹사이트 구축에 관하여 논의하였으며 디자인 창의도시로 지정된 각 도시별 주요 프로젝트를 소개하는 시간을 가졌다. 이때 서울시의 DDP 시설과 개관에 관한 내용을 소개하였다. 이후 생테티엔 국제디자인 비엔날레 및 유네스코 디자인 창의도시 전시를 참관하였고, 유네스코 디자인 창의도시 심포지엄에도 참가하였다.



[그림 5-16] 유네스코 디자인 창의도시 분과회의_생테티엔

5월 22일 프랑스 파리에 위치한 유네스코 본부에서는 '유네스코 창의도시 네트워크 워킹그룹 회의'가 개최되었다. UCCN 운영예산의 확보 및 관리체계 효율화 대책을 논의하는 회의였으며, 지원도시 평가 프로세스 개선과 UCCN 관리체계 구축, 주요회의의 일정을 확정하는 것과 관련된 안건을 가지고 진행하였다.

9월에는 유네스코 음악 창의도시로 지정된 이탈리아 볼로냐에서 개최된 유네스코 창의도시 네트워크 정례회의에 참석하여 창의도시 네트워크 운영에 관한 의견을 개진하였고, 유네스코 디자인 창의도시 분과회의에 함께 참석하였다.



[그림 5-17] 유네스코 창의도시 네트워크 정례회의_볼로냐

10월에는 중국 베이징에서 열리는 유네스코 창의도시 서미트에 참석하여 창의도시 관련 경험들을 공유하고 서울시의 DDP 개관을 홍보하는 자리를 가졌다. 또한 창의·혁신·발전 포럼과 예술과 도시 포럼에 참석하기도 하였다.



[그림 5-18] 유네스코 창의도시 네트워크 시장단 라운드테이블 참석_베이징

2013년의 마지막 일정으로 11월 21일부터 22일에 유네스코 디자인 창의도시 서울 국제세미나가 개최되었다. '디자인을 통한 도심재생'을 주제로 한 이 세미나에는 프랑수와 가네, 최구환, 왕보웨이, 기무라 코이쿠, 이상구 등 각국의 전문가들을 포함하여 250여 명이 참가하였으며, 이 자리를 통해 해외 도시 및 전문가의 디자인정책 사례를 공유하고 해외 네트워크와 서울디자인재단 간의 협력 프로젝트를 추진할 기반을 마련하는 등의 성과를 거두었다.

결과적으로 여러 국제 행사에 참석함으로써 창의도시 국제네트워크가 강화되고 글로벌 디자인서울의 위상이 확립될 수 있었다. 또한 전 세계 34개 유네스코 창의도시 및 유네스코 본부를 통하여 효과적으로 DDP 개관을 홍보할 수 있었으며, DDP 전시, 교육 관련 해외 콘텐츠를 유치하는데 필요한 프로세스를 구축할 수 있었다.

(2) 글로벌디자인도시협의체

「글로벌디자인도시협의체(GDCO, Global Design Cities Organization)」는 2010년 'WDC 세계디자인도시 서미트'에 참석한 32개 도시가 정기적인 디자인 도시 서미트 개최에 동의하여 2011년 창립한 협의체이다. '어떻게 디자인을 통해 도시를 발전시키고 시민의 행복을 도모할 것인가'라는 공통된 고민으로 모인 세계 여러 도시들이 디자인정책과 디자인을 통한 미래 도시 발전 방안에 대해 함께 논의하고 경험을 공유하고 있다.

글로벌디자인도시협의체의 사무국은 서울디자인재단 내에 있으며, 현재 회원도시는 터키 앙카라, 남아공 케이프타운, 중국 양저우 등 26개 도시이다. 2년 임기의 의장도시는 격년마다 선출하고 의장도시에서 「글로벌디자인도시서미트(GDCS, Global Design Cities Summit)」를 개최한다.

[표 5-11] 글로벌디자인도시협의체 회원도시

도시		수
유럽	앙카라(터키), 로테르담(네덜란드), 이스탄불(터키), 마세이크(벨기에), 헤몬트아첼(벨기에), 아인트호벤(네덜란드), 가지안테프(터키), 코냐(터키), 키레니아(키프로스), 니코시아(키프로스), 소피아(불가리아), 카잔(타타르스탄)	12
아프리카	케이프타운(남아공), 나이로비(케냐), 아스완(이집트), 아디스 아바바(에디오피아)	4
아메리카	플로리아노폴리스(브라질)	1
아시아	양저우(중국), 서울(한국), 방콕(태국), 다카(방글라데시), 뭄바이(인도), 마나즈루(일본), 타이페이(타이완), 연길(중국), 쿠알라룸푸르(말레이시아)	9

• 글로벌디자인도시서미트

「글로벌디자인도시서미트」는 도시디자인 정책 정보교류를 위해 글로벌디자인도시협의체(GDCO)에서 2년마다 개최하는 행사이다.

2011년 9월 양저우에서 개최된 제1회 「글로벌디자인도시서미트」에 이어 2013년 8월 27일부터 29일까지 3일간 의장도시인 터키 앙카라에서 제2회 「글로벌디자인도시서미트」가 열렸다. 제2회 서미트는 GDCO 운영위원회와 GDCO 총회를 비롯하여 '도시재생방법과 그 후 남겨진 소외된 공간'을 주제로 한 전문가 포럼 등 다양한 프로그램으로 구성되었다.

제2회 「글로벌디자인도시서미트」에는 GDCO 회원도시, 준회원 도시 및 기타 관심도시에 이르는 23개 도시가 참석하여 성황을 이뤘다.

제2회 GDCO 운영위원회를 통하여 GDCO 사무국 업무 경과보고와 제2회 GDCO 총회 안건에 대한 사전 논의를 거칠 수 있었으며, GDCO 총회는 사무국 경과보고, 주요 의제 협의 및 참석 회원도시 전체 의결, 포럼 등 사례 공유 활동을 주요 안건으로 하였다. 총회 개최를 통해 GDCO 업무 경과 및 진행 사항 공유, 의장도시 선정 결과 공유 및 앙카라 연임 가결, 8개 준회원 도시 정회원 승인, 운영위원도시 기존 6개에서 10개로 확대 개편, 8개 도시 디자인정책 사례 발표 등의 성과를 거둘 수 있었다.



[그림 5-19] 제2회 GDCO 총회

(3) 국제도시조명연맹 협력사업

국제도시조명연맹은 회원도시 간의 네트워크를 구축하고 비전과 경험, 기술 등의 공유를 통해 도시조명 발전을 이루기 위한 목적으로 설립되었다. 이 연맹은 총 36개국 66개 도시를 회원으로 하고 있으며 서울시는 2007년 9월 회원도시에 가입하여 협력관계를 유지하고 있다.

서울시는 매년 연례총회에 참석하여 회원도시간의 도시빛정책과 조명신기술 자료 등을 공유하여 서울의 도시빛정책에 접목하고 있다. 2013년 11월 중국 광저우시에서 열린 국제도시조명연맹 연례총회에서는 서울의 도시브랜드 가치를 높이기 위하여 서울시의 조명정책을 홍보하고, 국내 조명산업 발전과 관광객 유치 등을 위해 2016년 연례총회 서울시 개최를 확정하였다. 또한 2008년 국제도시조명 1등상 수상에 이어 2013년 총회에서는 '한강공원 조명개선 프로젝트'로 국제도시조명상(도시, 사람, 빛) 2등상을 수상하였다.

그밖에도 2013년 연맹 총회에서는 광저우시의 조명마스터플랜 성공사례 발표가 있었고 조명컨퍼런스에서는 고덴버그시의 도시 빛 정책 소개와 2030년 에인트호벤시의 도시조명 비전과 로드맵 소개 등 12개 도시의 발표가 있었다. 이처럼 서울시는 집행위원도시 및 회원 도시들과 협력체제 구축을 강화해왔으며, 조명에 관련된 다양한 기술 교류를 통해 선진도시의 입지를 구축해 나가고 있다.



[그림 5-20] 2013 국제도시조명상 시상식

3) 해외 디자인정책 사례 연구

서울시와 재단은 보다 발전된 서울디자인정책을 수립하기 위해 해외 디자인 선진도시의 우수 사례에 대한 리서치 및 분석을 시행하였다. 대표적인 리서치로 「서울 도시디자인 해외통신원」 사업과 「디자인도시 해외리포트」 사업을 들 수 있다.

(1) 서울 도시디자인 해외통신원

서울시는 해외의 디자인 우수인력을 활용하여 해외 선진도시의 디자인 우수사례 및 정책을 실시간으로 파악하고, 이를 서울시 시정에 활용하기 위해 서울 도시디자인 해외통신원을 운영하고 있다.

이 사업은 2009년 「디자인서울 해외통신원」으로부터 시작되어 선진 디자인도시의 도시디자인 사례와 정책, 현황 수집을 목표로 현재까지 꾸준히 이어져오고 있다. 서울 도시디자인 해외통신원 운영을 통하여 선진도시의 디자인정책을 파악하는 것뿐만 아니라 서울디자인의 간접적인 홍보 효과까지도 기대할 수 있을 것으로 보인다.

통신원들을 통해 서울시와 25개 자치구, 사업소 등에서 요청하는 특정 주제에 대한 조사를 수행하여 리포트를 작성하고, 그 중에서 우수 사례를 자료집(e-book)으로 발간하고 있다.

미션 부여 요청	→	미션 접수	→	통신원 미션시행 (이메일 발송)	→	해외통신원 미션수행 및 결과제출
실·국·본부 요청부서		공공디자인과		통신원 담당자		해외통신원
미션 결과수합 요청부서 송부 (평가 요청)	→	**미션결과 평가 평가결과 제출**	→	**평가결과 조정 확정 통신원 원고료 지급**	→	**우수사례 자료집 발간 및 전파**
공공디자인과		실·국·본부 요청부서		공공디자인과		공공디자인과

[그림 5-21] 서울 도시디자인 해외통신원 운영 프로세스

도시디자인과 관련한 해외의 우수한 시책과 자료를 더욱 다양하게 수집하기 위해 대상 국가와 도시가 점차 확대되고 있다. 2013년에는 도시디자인과 관련하여 유학생과 교수, 기업체 운영자 또는 근무자, 연구원, 관심이 있는 일반인까지 총 22개국 50개 도시에서 84명의 통신원을 선발하였으며, 선발된 통신원에게는 서울시와 자치구 도시디자인 관련 사업에 실질적인 도움이 될 수 있도록 심층적이며 체계적인 조사 자료를 지원하고 있다.

[표 5-12] 서울 도시디자인 해외통신원 현황

구 분	계	미국	영국	독일	프랑스	스페인	기타
통신원 수	84	14	14	7	6	6	37

2013년 서울 도시디자인 해외통신원은 모두 14개의 미션을 수행하고 148건의 리포트를 제출하였다. 미션 주제는 '해외 휴지통 디자인 조사', '지하철 역사 환경개선 공사' 등 도시디자인과 관련된 것이나 '스토리텔링을 통한 관광명소 개발', '서울상징 관광기념품 개발 육성'과 같이 관광 및 지역축제와 관련된 미션 등이 있었으며 해당 주제를 바탕으로 다양한 분야의 조사가 이루어졌다.

[표 5-13] 2013년 서울 도시디자인 해외통신원 미션수행 목록

구분	미션내용	요청부서	비고 (참여인원)
1차	해외 휴지통 디자인 조사	공공디자인과	26명 제출
2차	독립의 언덕 조성을 위한 타당성 조사 및 기본계획수립 용역	복지정책과	11명 제출
3차	지하철 역사 환경개선 공사	서울메트로 고객만족처	22명 제출
4차	서울시 대표 홍보물 제작	관광사업과	10명 제출
5차	강동구 홍보상품 개발	강동구 도시디자인과	9명 제출
6차	교량 경관조명 운영 및 관리개선	도로시설과	8명 제출
7차	글로벌 매체 활용 서울 해외브랜드 마케팅	관광사업과	5명 제출
8차	서울상징 관광기념품 개발 육성	관광사업과	8명 제출
9차	마포 석유비축기지 활용방안 및 마스터플랜 수립 용역	공공개발센터	7명 제출
10차	공공문화시설 홍보물 설치 개선	세종문화회관	4명 제출
11차	서울시 공공임대주택 디자인 및 기능개선을 위한 해외사례 조사	SH공사(설계기준팀)	5명 제출
12차	스토리텔링을 통한 관광명소 개발	관광정책과	12명 제출
13차	공공시설물을 이용한 광고물 현황조사	공공디자인과	12명 제출
14차	안내체계 개선 사업	서울메트로(고객만족처)	9명 제출

(2) 디자인도시 해외리포트

「디자인도시 해외리포트」는 세계 디자인도시의 트렌드와 정책을 분석하고 세계 디자인정책 트렌드를 데이터베이스화하여 서울디자인 정책에 참고하기 위해 추진되었다.

서울을 비롯한 세계의 많은 도시들은 시민 삶의 질 향상을 꾀하고 도시경쟁력을 확보함과 동시에 문화를 발전시키기 위해 다양한 디자인정책을 시행하고 있다. 또한 도시 디자인정책 실행에 대해 유네스코 창의도시 네트워크(UCCN), 세계디자인수도(WDC), 글로벌디자인도시협의체(GDCO) 등 여러 국제협력기구와 국제디자인기관에서 디자인도시를 선정하고 교류·협력하는 사업을 진행 중이다.

이 같은 세계적인 추세에 맞추어 디자인도시들의 다양한 디자인정책과 실행을 비교·분석하는 자료로 「디자인도시 해외리포트」가 작성되었으며 서울시에 적합한 디자인정책을 수립하는데 활용하고자 하였다.

「디자인도시 해외리포트」 사업의 주요 과업은 해당 디자인도시의 기초 정보와 디자인정책을 분석하고 그 현장을 조사하여 보고서를 제작하는 것이다.

선정 도시의 기초 자료 조사 → 디자인정책 조사 및 분석 → 디자인정책 현장조사 → 디자인도시 해외리포트 제작

[그림 5-22] 디자인도시 해외리포트 진행과정

2013년도 선정 도시는 독일의 베를린, 캐나다의 몬트리올, 프랑스의 생테티엔이었고, 각 도시에 체류하고 있는 현지의 디자인 전문가를 참여연구원으로 선정하였다. 연구원들은 해당 도시의 역사, 지리, 디자인의 발전 등을 조사하고 나아가 디자인정책의 조사 및 분석을 통해 리포트를 작성하였다.

[표 5-14] 디자인도시 해외리포트 대상 도시

연구도시	각 도시의 디자인정책 특성
베를린 (독일)	· 2006년 독일 최초 유네스코 디자인 도시 선정 · 디자인과 문화예술산업을 도시 경제부흥의 주축으로 삼음 · 역사에 디자인을 결합하여 도시정체성 발전 · 디자인 캠페인 : Be Berlin, 나는 베를린 시민입니다!
몬트리올 (캐나다)	· 도심재개발사업 프로세스 전반에 디자인 도입 · 공공디자인 성공사례 : Musical Swing, BIXI · 북미 최초 디자인위원회 설치 · 디자인 전문가 양성 및 지원 활발
생테티엔 (프랑스)	· 2013 국제디자인비엔날레 개최 · 공업도시에서 디자인도시로 전환 · 문화협력 공공기관 '씨떼뒤디자인'을 중심으로 정책 수립 · 생테티엔 국제 디자인비엔날레 개최




[그림 5-23] 베를린 그래피티, 베를린장벽





[그림 5-24] 몬트리올 지하도시 레조RÉSO, 자전거 택시 빅시BIXI




[그림 5-25] 생테티엔 씨떼뒤디자인 플라틴

5.3 주요성과와 전망

서울시는 '시민이 바라고', '시민이 만드는' 그리고 '시민이 살피는' 서울디자인정책을 수립하기 위해 시민과의 직·간접적인 소통 채널을 확보하고 국내외 다양한 업무협력 관계를 지속해왔다.

전년도에 많은 관심을 받았던 「디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?」 페이스북 채널은 2013년에도 동일하게 유지되고 있으며 향후에도 시민의 다양한 의견을 수렴하는 고유한 채널로 기능할 것으로 보인다.

서울디자인재단에서는 페이스북 내 시민의 의견을 수렴하여 「DDP 시민소통 프로그램 봄장」 사업을 추진하였다. 이는 DDP 개관 전 창의적인 희망시장 솜씨거리 조성을 통해 서울 시민의 참여와 소통을 활성화하는데 목적이 있었다.

그 외에도 시민과의 공감대 형성 및 소통 체계 마련을 위해 대학생, 대학원생, 관련 분야 종사자 등 일반 시민들로 구성된 공감기획단을 중심으로 「디자인공감에세이」 발간 사업도 함께 추진하였다.

또한 「공공시설물 디자인 시민공모전」, 「서울시 좋은간판 공모전」 사업을 통해 시민의 아이디어가 실제 정책에 반영될 수 있도록 노력하였으며 전년도에 이어 「서울시민디자인위원회」와 「디자인서울 모니터링」 사업을 추진하여 시민 스스로 정책의 실효성을 평가할 수 있도록 하였다.

서울시와 재단에서는 이렇게 다양한 사업을 추진함과 동시에 국내외 교류와 협력에도 많은 힘을 쏟았다. 대표적인 국제교류 기구로는 「유네스코 디자인 창의도시 서울」과 「글로벌디자인도시협의체」 그리고 「국제도시조명연맹」이 있으며 이를 통해 세계 여러 나라와 도시의 선진 디자인정책 사례를 공유하고 다양한 의견을 나누는 등 한 해 동안 활발한 교류 활동을 펼쳤다.

이처럼 서울시와 재단은 시민의 의견을 지속적으로 수렴하고 이를 반영한 정책을 수립하기 위해 다양한 매체와 방법을 바탕으로 소통 채널을 유지해오고 있다.

2014년에는 기존 네트워크의 활성화와 다양한 분야의 신규 네트워크 구축을 통해 소통 영역의 정책과 사업을 보다 고도화할 전망이다.

6장
서울디자인 인프라

6.1 서울디자인 인프라 구축 및 운영

6.2 DDP 구축 및 운영

1) DDP 브랜드와 비전

2) DDP 시설 및 공간 구축

3) DDP 홍보

6.3 주요성과와 전망

6.1 서울디자인 인프라 구축 및 운영

2013년 4월 서울디자인재단은 시민디자인 정책 수립의 객관성 및 전문성을 확보하기 위해 재단 내 서울시민디자인연구소를 신설하였다. 연구소에서는 경제, 사회·문화, 환경, 소통, 인프라까지 여러 영역을 대상으로 한 디자인 연구와 시민디자인 정책의 방향을 제시하는 「시민디자인 2020」, 자체적인 디자인 트렌드 DB 구축을 위한 「시민디자인트렌드리포트」 등 다양한 기반 연구를 함께 추진하고 있다.

• 시민디자인 정책 연구

서울시민디자인연구소는 서울디자인재단의 싱크탱크로서 '시민을 위한 지속가능한 디자인서비스 연구'를 목표로 하고 있으며 경제, 사회·문화, 환경, 소통, 인프라를 대상으로 양질의 연구를 추진하고 있다.
사회적 디자인 이슈에 대한 연구를 심화하여 시민 삶의 질 향상을 도모하고, 이러한 과정을 통해 도출된 연구 결과를 디자인정책에 반영하여 공공의 이익을 극대화하는 것이 연구소의 궁극적인 목적이라 할 수 있다.

• 시민디자인 2020

서울시민디자인연구소는 향후 시민디자인 정책이 나아가야 할 방향과 구체적인 실행방안을 제안하기 위해 「시민디자인 2020」 연구를 추진하였다.

「시민디자인 2020」 연구는 서울시에서 추진 중인 여러 사업과의 연계를 바탕으로 향후 디자인정책 수립을 위한 토대를 마련하고 커뮤니티 구축, 공유문화 형성, 사회적 경제문제 해결, 시민의 적극적인 참여방식 도입 등 다양한 아이디어를 제시하는데 그 목적이 있다.

연구소는 2013년 7월 「시민디자인 2020」 연구의 세부 계획을 수립하였으며, 영역별 키워드 도출과 추진전략을 바탕으로 연구를 추진하였다.

키워드는 '함께 잘 사는' 경제, '더불어 사는' 사회, '지속 가능한 도시' 환경으로 각 영역별로 도출되었다. 추진전략은 2012년 연구에서 제시한 5개 중점 분야를 재구성하는 것에서 시작했다. 기존의 혁신성, 주체성, 공동체성, 정체성, 공공성 중점 분야를 〈디자인을 통한 사회문제 해결〉, 〈시민디자인 역량 강화〉, 〈이웃과 함께하는 삶터 디자인〉, 〈서울다움을 살리는 디자인〉과 〈시민이 주도하는 환경디자인〉으로 각각 재구성하였다. 연구의 영역별 키워드와 추진전략은 아래 표와 같다.

[표 6-1] 시민디자인 2020 영역별 키워드

'함께 잘 사는' 경제	'더불어 사는' 사회	'지속가능한 도시' 환경
문화 ⇨ 창조	컨텐츠 ⇨ 사람	전통 ⇨ 유산
컬처럴 ⇨ 소셜	소통 ⇨ 공감	지속가능성 ⇨ 관리운영
공공 ⇨ 공유	마을 ⇨ 커뮤니티	참여(대상) ⇨ 참여(주체)
경제 ⇨ 일자리	복지 ⇨ 서비스	거버넌스 ⇨ 협력적 프로세스
문제해결 ⇨ 힐링	유니버설 ⇨ 마이크로타겟팅	생태보존 ⇨ 생태계서비스

[표 6-2] 시민디자인 2020 추진전략

혁신성	주체성	공동체성	정체성	공공성	
사회혁신 디자인	디자인교육	커뮤니티디자인	아이덴티티 디자인	공공디자인	기존
디자인을 통한 사회문제 해결	시민디자인 역량 강화	이웃과 함께하는 삶터 디자인	서울다움을 살리는 디자인	시민이 주도하는 환경디자인	
↓					
디자인을 통한 사회문제 해결		**시민디자인 역량강화 이웃과 함께하는 삶터 디자인**		**서울다움을 살리는 디자인 시민이 주도하는 환경디자인**	재구성
↓					
'함께 잘 사는' 경제		**'더불어 사는' 사회**		**'지속가능한 도시' 환경**	
도심창조육성산업		디자인교육 및 인재양성 커뮤니티디자인		생태계서비스 지구방화 디자인	
공유경제 활성화		주민주도형 마을디자인		공공공간의 시민관리운영	

이후 약 3개월 동안 디자인, 공공조경, 문화, 디자인경영 등 다양한 분야의 외부연구원과 함께 전문가 토론회 및 자문위원회, 워크숍, 관련 부처 협의 등의 과정을 거쳐 「시민디자인 2020」 정책체계와 16개의 중점 추진과제를 도출하였다.

[표 6-3] 시민디자인 2020 정책체계 및 추진과제

비전	시민 중심의 지속가능한 디자인도시	
↓		
목표	참여와 협력을 통한 디자인 민주주의 실현과 쾌적한 도시 창조	
↓		
중점 분야	1. 시민디자인 역량 강화 2. 이웃과 함께 하는 삶터 디자인 3. 디자인을 통한 사회문제 해결 4. 시민이 주도하는 환경 디자인 5. 서울다움을 살리는 디자인	
↓		
중점 추진 과제	시민디자인 역량 강화	(1) 시민디자인 아카데미 운영
		(2) 시민디자인 클리닉 운영
		(3) 시민디자인 동아리 활동 육성
	이웃과 함께 하는 삶터 디자인	(4) 마을 디자인 관리시스템 구축
		(5) 공유공간 디자인 개발
		(6) 공공텃밭 디자인
	디자인을 통한 사회문제 해결	(7) 안전을 위한 디자인
		(8) 자치구 지원 디자인플랫폼 운영
		(9) 도심산업 활성화를 위한 디자인
		(10) 공유 활성화를 위한 디자인
	시민이 주도하는 환경디자인	(11) 주민 참여형 간판경관 개선
		(12) 창조적 장소 만들기
		(13) 시민에 의한 공공공간 운영
	서울다움을 살리는 디자인	(14) 서울의 역사문화적 가치증진 디자인
		(15) 장소브랜드 디자인
		(16) 글로벌 디자인교류

• 시민디자인트렌드리포트

연구소는 기존 연구와 차별화된 신규 과제의 발굴과 지속적인 국내외 디자인 트렌드 DB 구축을 위해 자체적인 리서치 사업을 추진하였다.

「시민디자인트렌드리포트」 사업이 그 대표 사례이며, 경제·사회·환경 분야의 다양한 디자인연구 주제를 선정하여 그와 관련된 국내외 자료 리서치를 통해 매월 자체 리포트를 발간하는 것이 주요 목표이다.

2013년도에는 서울디자인재단의 임직원 투표를 통해 여섯 개의 주제를 선정하였으며, 이를 기초로 총 24회에 걸쳐 리포트를 발간하였다. 각각의 주제는 아래 표와 같다.

[표 6-4] 2013 시민디자인트렌드리포트 주제

분야	세부 분야	세부 주제	
환경	보행자를 위한 디자인	1	건강 걷기 장려
		2	안전하고 쾌적한 가로 환경
		3	교통약자 배려
		4	자전거 이용 활성화
경제	판매·유통 활성화를 위한 디자인	1	오프라인마켓 서비스
		2	온라인마켓 서비스
		3	참여&DIY 서비스
		4	맞춤형 큐레이션 서비스
환경	재래시장과 골목상권을 위한 디자인	1	커뮤니티 조성
		2	소비자 진입 유도(홍보)
		3	커뮤니티 비즈니스
		4	브랜드 개발
사회	1인가구를 위한 디자인	1	공유경제 서비스
		2	안전/건강 서비스
		3	여가/취미/문화 지원 서비스
		4	사회적약자 배려 서비스
경제	관광산업 활성화를 위한 디자인	1	유휴공간 활용 관광콘텐츠
		2	편리한 정보제공 서비스
		3	여행관광 제품
		4	참여 기반 서비스
사회	삶의 질을 높이기 위한 디자인	1	건강한 삶을 지향하는
		2	다음 세대를 생각하는
		3	공동체를 바탕으로 협력하는
		4	공존, 공생의 환경을 지향하는

「시민디자인트렌드리포트」는 서울디자인재단 내 게시판을 통해 내부직원을 대상으로 배포되었으며, 2014년도 사업 계획 수립 시 기반 자료로 활용되었다.

6.2 DDP 구축 및 운영

서울디자인재단은 2014년 DDP 개관을 대비하여 건물의 준공과 DDP 브랜드 포지셔닝 및 통합마케팅 그리고 5대 시설에 각각의 개성을 부여하고 이를 연계하기 위해 많은 노력을 기울였다. 이러한 여러 과업들을 효과적으로 수행하기 위해 DDP 공간, 전시·행사, 포지셔닝, 운영 4개 분야를 구분하여 「DDP 디자인 구축사업」을 추진하였다.

• DDP 디자인 구축사업

「DDP 디자인 구축사업」은 DDP를 세계 최초(First Mover)의 '디자인-창조·지식의 발신지'로, 그리고 서울미래 성장 동력의 '창조산업의 전진기지'로 조성하기 위한 전문기업의 참여 및 협력 사업이다. DDP 공간, 전시·행사, 포지셔닝, 운영 등 4개 분야 19개 사업은 총 460억 원 규모로 2013년 3월부터 개관 직전까지 계획되었다.

「DDP 디자인 구축사업」의 추진방향은 아시아를 대표하는 창조산업 및 문화산업 런칭패드로 운영될 전문 공간 구축, 동대문·서울·동아시아·세계로 확장되는 DDP 인프라 및 프로그램 구축, '공정·공개·공유'의 협치 플랫폼을 통한 설계·구축 및 운영 세 가지이다.

재단은 투명한 시행, 입찰, 평가 및 사업자를 선정하는 것을 원칙으로 한다. DDP 정체성과 대표 포트폴리오를 디자인하기 위한 참여·협력 체계를 구축하고 사업 특성별 맞춤형 공모 시행으로 공공성과 전문적 다양성을 확보하고자 했다. 2013년 3월 「DDP 디자인 구축사업 참여 및 협력을 위한 진행계획」을 공고했고 이후 디자인 구축사업에 입찰을 희망하는 신청업체(자)를 대상으로 사업설명회를 개최하고 발주사업 관련 자료를 배포하는 등 다양한 방법으로 지원했다.

재단은 사업설명회를 통해 DDP 디자인 구축사업에 참여, 협력하고자 하는 기업에게 입찰방법, 절차 및 참여와 관련된 규정을 안내하고 '공정·공개·공유' 원칙을 기반으로 사업에 대한 정보를 제공했다.

[표 6-5] DDP 디자인 구축사업 세부내역

구분	사업	과업내역
공간 7개 사업	DDP 아트홀	오픈스튜디오, 연회장, 회의실 디자인 및 장비 구축 등
	DDP 뮤지엄	박물관(수장고 포함), 기획전시관, 둘레길 디자인 및 장비 구축 등
	DDP 비즈센터	비즈스트리트, 지식정보센터 운영모델 개발, 인테리어 디자인 및 장비 구축 등
	DDP 상상체험관	아카데미홀, 안내센터 콘텐츠 개발, 디자인 및 장비 구축 등
	DDP 교육관 및 배려공간	주요 공간 가구 구매 및 제작, 가구 설계(큐레이팅) 등
	DDP 가구 구매 및 제작 설치	사인-정보 체계 기획, 사인물/스트리트퍼니처/정보미디어기기/디지털 콘텐츠 제작 및 관리시스템 개발, 미디어월 인프라 등
전시·행사 2개 사업	DDP 개관전시 프로그램	전시 콘텐츠 개발 및 큐레이팅, 구축, 운영 등
	DDP 개관식 및 이벤트	개관 행사 및 이벤트 개발, 구축, 운영 등
포지셔닝 2개 사업	DDP 브랜드 포지셔닝 및 마케팅	포지셔닝, 네이밍, 브랜드, CI, Application(유니폼, 기념품, 기타 장비 등) 제작, 통합 마케팅 전략(IMC), 종합홍보 등
	DDP 가이드북 제작 및 디자인	DDP 가이드북 출판을 위한 콘텐츠 제작 및 편집디자인 등
운영 8개 사업	DDP 디자인 구축사업 총괄관리	DDP 디자인발주 사업에 대한 총괄사업관리(PMO), 운영 등
	DDP 경영 및 시민서비스 디자인 모델링	조직·재정·제도·행정·운영 프로세스, 시민 채널 서비스, 블루프린트, 아키텍처, 운영 매뉴얼 개발 등
	DDP 커뮤니티 정보네트워크 구축	전시 예약 및 티켓 예매, 대관 관리, 경영·자원관리 (인사, 재정, 예산, 제도, 행정 등) 정보시스템 구축 등
	DDP 인프라 플랫폼 구축	통합운영상황센터, 기본 전산인프라, 입출력기기 구축 등
	DDP 사무기기 도입	DDP 사무 운영을 위한 장비의 임대 및 설치 등
	DDP 부대시설 구축 및 운영	미아보호소, 의무실, 이동형 매장 등
	DDP 가격정책 연구 및 감정평가	가격정책, 편의시설 임대료 산정 (부동산가격공시 및 감정 평가에 관한 법률) 등
	DDP 시설위탁관리	전기, 기계, 소방 등 방재센터 인수인계 및 시설 운영 등

1) DDP 브랜드와 비전

「DDP 브랜드 포지셔닝 및 통합 마케팅」 사업은 DDP 고유의 브랜드 개발 및 확산을 목적으로 추진한 사업이다. 브랜드 개발, 네이밍, 어플리케이션, 통합마케팅전략을 아우르는 전체 플랫폼 체계를 구축하고 DDP 이미지를 함축하는 키워드와 슬로건 등을 종합 개발하여 DDP 전체 공간의 네이밍을 제안하는 것이 주된 과업이다. 각 개발 항목과 내용은 아래 표와 같다.

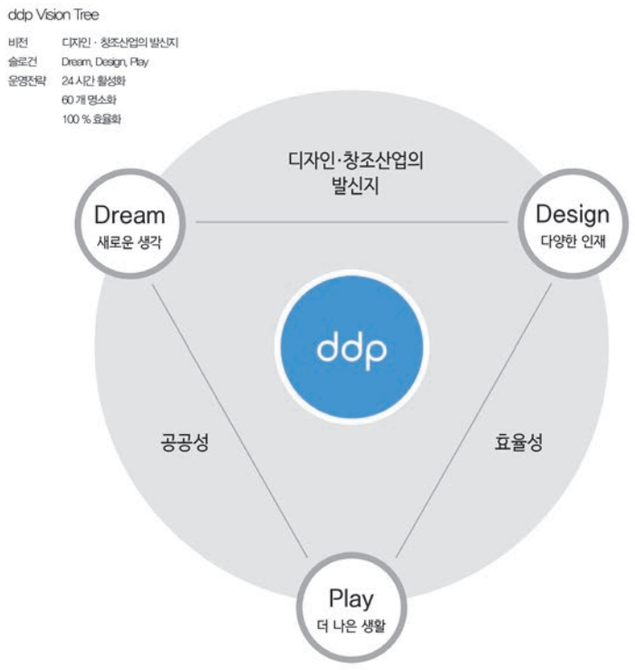
[표 6-6] DDP 브랜드 기본시스템 개발

개발항목	개발 내용 및 종류
심볼마크	기본형(국·영·한문), 응용형, 그리드시스템, 색상규정, 활용규정 등
로고타입	기본형(국·영·한문), 응용형, 그리드시스템, 색상규정, 활용규정 등
시그니처	심볼로고조합, 한글·영문·한문 조합, 상하, 좌우 등
전용색상	주색, 보조색, 인쇄색 규정, 활용규정, 금지규정 등
전용서체	국문, 영문, 한문, 숫자, 기호, 보더라인 등
디자인모티브	기본형, 응용형, 픽토그램
캐릭터	캐릭터 디자인 개발, 네이밍 1종, 색상활용, 그리드시스템, 활용 및 금지규정 등
슬로건	국문, 영문, 로고타입, 응용형, 작도법, 활용법, 색상활용, 금지규정 등

DDP 포지셔닝 개발을 위해 각 분야의 전문가들이 모여 수 차례의 회의를 진행하였으며 이러한 리서치, 분석, 보고 과정을 거쳐 DDP의 포지셔닝 도출과 네이밍 개발을 완료하였다.

• 브랜드 포지셔닝 : First Mover, DDP

「DDP 브랜드 포지셔닝 프로젝트」는 DDP가 한국과 전 세계에 어떠한 포지션으로 위치할 것인가를 정립하는데 목적이 있었다. 기존의 일본 아크로스 후쿠오카, 영국 런던 바비칸센터, 프랑스 라빌레트파크, 미국 발보아파크, 국내외 복합문화공간, 디자인전문공간, 공원 등 다양한 사례를 조사·분석한 결과 DDP는 전 세계에 전례가 없던 '세계 최초(Fiste Mover)'의 공간이었다. 이처럼 DDP는 세계의 디자인트렌드와 혁신사례를 소개하는 장이자 대한민국 서울의 과거, 현재, 미래를 만나는 곳으로 정의되었다.

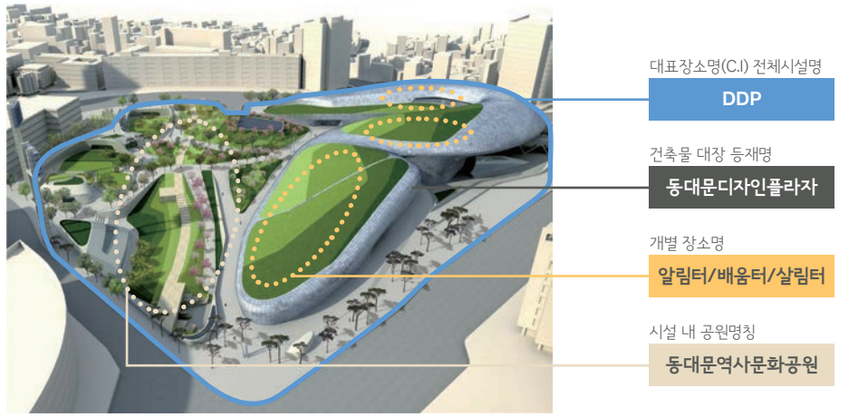


[그림 6-1] DDP 비전과 미션 체계

• DDP 네이밍

재단은 포지셔닝 전략을 근거로 기존의 DDP 브랜드 이미지를 새롭게 담아낼 네이밍에 대한 전반적인 재검토를 실시했다. DDP 네이밍은 '기존 동대문디자인플라자를 대표명칭을 사용할 것인지, 새로운 명칭으로 교체할 것인지' 고민하는 것에서 시작됐다. 빅 데이터 분석과 서울시 및 관련 전문가와의 지속적인 워크숍과 회의를 통해 기존안과 개발안을 면밀하게 비교하였고 정식 명칭의 객관성과 당위성을 확보하는데 주력하였다.

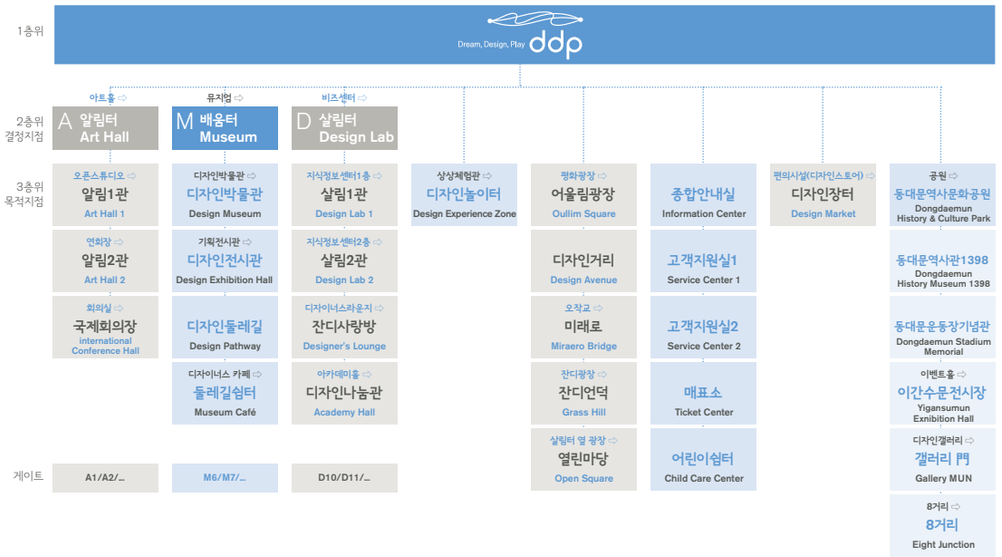
재단은 수차례의 회의와 사례조사, 분석 등을 바탕으로 최종 명칭을 약어인 'DDP'로 결정하였고, 'P'는 DDP의 기본 콘셉트에 맞게 기존의 Plaza, Park 외에도 Play, People 등 다양한 의미를 적용할 수 있도록 열어 놓았다.



[그림 6-2] DDP 브랜드 네임

• 하위공간 네이밍

2013년 10월 DDP의 5대 시설과 15개 공간의 네이밍 작업이 본격적으로 진행되었고, 현장답사와 유사사례 조사를 바탕으로 네이밍의 구체적인 방향을 설정하였다. 기존의 명칭은 '아트홀', '뮤지엄', '비즈센터'와 같이 영어로 되어 있었으나 한국적 창조성을 콘셉트로 하여 '알림터', '배움터', '살림터', '디자인놀이터'로 최종 변경되었다.



[그림 6-3] DDP 하위공간 명칭

• 슬로건

DDP의 슬로건은 “Dream, Design, Play”로 결정되었다. Dream은 자연과 사회와 경제가 모두 함께 지속적으로 성장하는 세상에 대한 상상력, Design은 더 나은, 더 즐거운, 더 새로운 생각에 의한 해결과정과 실행력, Play는 개성을 즐겁게 표현하여 생각을 만들고 이를 실행하여 사용 가능하게 하는 구현력을 의미한다.

dream, design, play DDP

꿈꾸고 만들고 누리는 DDP

[그림 6-4] DDP 국·영문 슬로건

• DDP 심벌마크

DDP의 심벌마크는 한글창제의 원리인 천·지·인을 모티브로 다양한 시민들이 함께 만들고 누리는 창조지식의 흐름으로 표현되었다. 천·지·인을 기본으로 다양한 의미를 만들어 나가는 한글의 창조원리처럼 점과 선, DDP가 만나 새로운 창조지식을 만들어 나가는 모습을 표현했다.



[그림 6-5] DDP 심벌마크

• DDP 서체

서울시는 지난 2008년 서울남산체와 서울한강체를 개발하여 사용해왔으나, 문서 작업을 할 때 중첩이 되고, 프린트를 할 때 낭비되는 것이 많다는 지적을 받아왔다. 서울디자인재단에서는 기존의 서울서체가 본문형으로 적합하지 않다는 의견에 따라 DDP 서체를 개발하기로 하였다. 서체의 개발 방향은 기존 서울서체의 특성을 최대한 유지하면서 본문용 서체의 특성을 담는 것을 목적으로 하였으며, 서울남산체의 불필요한 요소를 최소화하여, 가독성과 완성도를 중점으로 두고 개발했다.

DDP돋움 Light

DDP 심벌마크는 안으로는 DDP의 비전을 담고 밖으로는 DDP의 건축물을 표현합니다.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 01234567890

DDP돋움 Regular

DDP 심벌마크는 안으로는 DDP의 비전을 담고 밖으로는 DDP의 건축물을 표현합니다.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 01234567890

DDP돋움 Bold

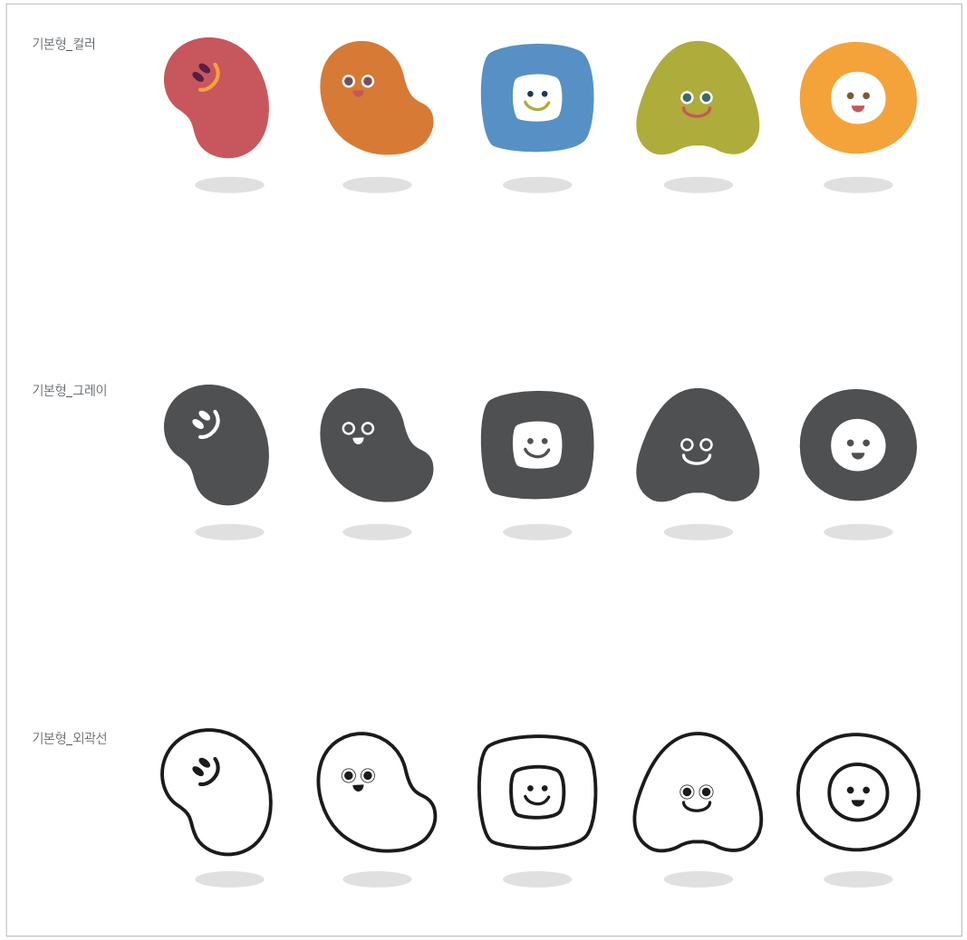
DDP 심벌마크는 안으로는 DDP의 비전을 담고 밖으로는 DDP의 건축물을 표현합니다.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 01234567890

[그림 6-6] DDP 서체 샘플문장

• DDP 캐릭터

DDP 캐릭터의 키워드는 '담다'이다. 한글의 기본 자음 'ㄱ', 'ㄴ', 'ㅁ', 'ㅅ', 'ㅇ'을 콘셉트로 개발되었으며, DDP의 고유 정체성을 표현할 수 있는 한글 요소를 이용하여 기본적인 형태를 구성하였다. 또한 한글의 구성법에 맞추어 재미있고 다양하게 활용 가능한 타입으로 만들었으며, 시즌별로 패턴을 적용할 수 있게 개발했다.

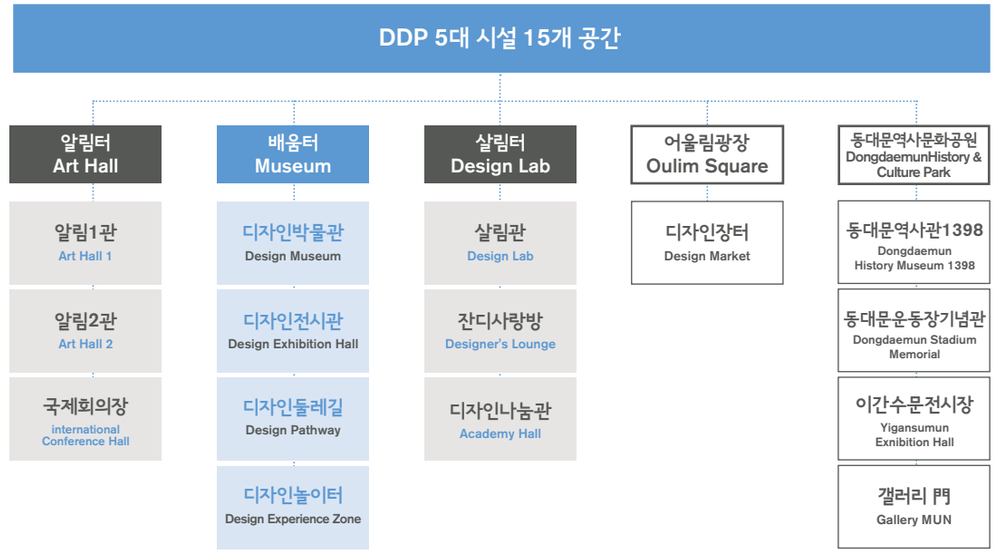


[그림 6-7] DDP 캐릭터

2) DDP 시설 및 공간 구축

DDP는 크게 알림터, 배움터, 살림터, 어울림광장, 동대문역사문화공원의 5대 시설로 이루어져 있다. 알림터(Art Hall), 배움터(Museum), 살림터(Design Lab) 3개의 구역이 남북으로 이루어져 있고 그 좌우에 어울림광장과 동대문역사문화공원이 자리해 있다. 총면적 86,574㎡의 DDP는 다양한 공간을 유기적으로 연결하는 콘셉트를 토대로 건축물과 공원 사이의 경계에 내·외부 공간을 따로 나누지 않고 하나의 공간으로 활용될 수 있도록 하였다.

알림터는 알림1관과 알림2관을 비롯해 국제회의장이 있으며, 배움터에는 디자인박물관, 디자인전시관, 디자인둘레길, 그리고 디자인놀이터가 있다. 살림터에는 살림1관과 살림2관, 잔디사랑방, 디자인나눔관이 있으며, 어울림광장은 디자인장터와 연결되어 있다. 동대문역사문화공원에는 동대문역사관1398과 동대문운동장기념관, 이간수문전시장, 갤러리 門이 자리하여 총 15개의 공간으로 구분되어 있다.



[그림 6-8] DDP 5대 시설 및 15개 공간 구분

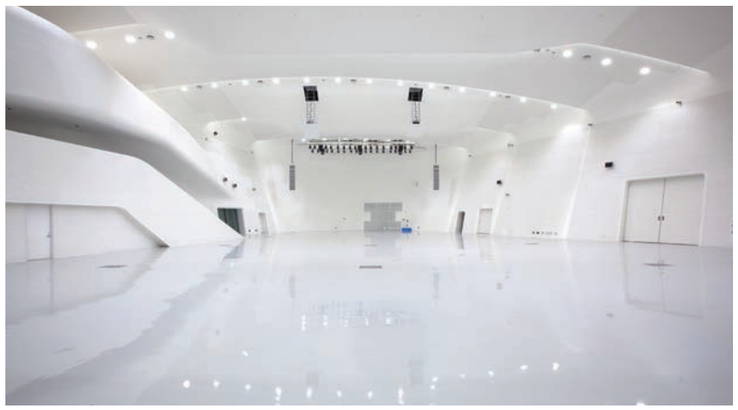
• 창조산업의 런칭패드, 알림터

알림터는 지상 1층, 지하 2층 규모로 DDP 공간 중 가장 규모가 크다. '디자인 트렌드의 발신지'라는 비전 아래 패션쇼, 콘서트, 신제품 발표회, 세미나, 포럼, 영화 시사회, 연회, 기획 전시 등 다양한 행사를 진행할 수 있는 공간이다. 알림1관, 알림2관, 국제회의장 등으로 구분되어 있다.

알림1관과 알림2관은 높은 층고와 기둥 없이 넓은 공간, 밝고 환한 공간으로 시민들을 맞이한다. DDP에서 가장 높은 층고를 자랑하는 알림1관에서는 신제품 발표회, 패션쇼, 제작발표회 등 창조산업의 런칭 플랫폼으로 다양한 행사를 개최하고, 백색의 곡선이 아름다운 알림2관은 디자인·패션·문화 관련 단체의 세미나, 컨퍼런스, 국제회의, 패션쇼, 전시회 등이 열리며 동시에 연회를 겸한 행사가 가능하다. 그리고 국제회의장은 동시통역실 및 VIP 공간을 구비한 국제 규모의 컨퍼런스 회의장으로 글로벌 창조 지식 산업의 알림터로서 그 기능을 갖추었다.



[그림 6-9] DDP 알림터 알림1관 ⓒ박상훈 & DDP



[그림 6-10] DDP 알림터 알림2관 ⓒ박상훈 & DDP

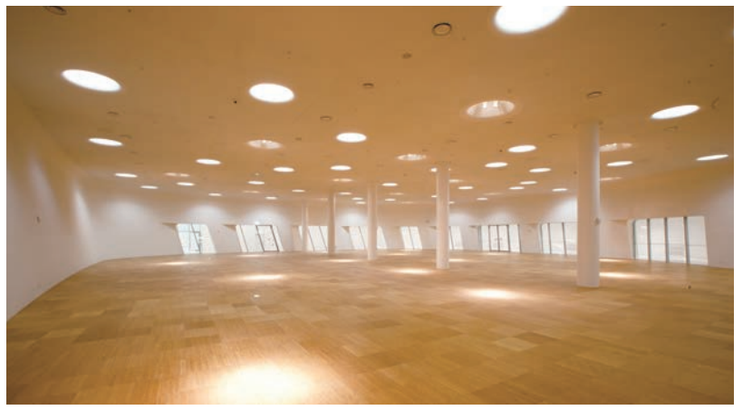


[그림 6-11] DDP 알림터 국제회의장 ⓒ박상훈 & DDP

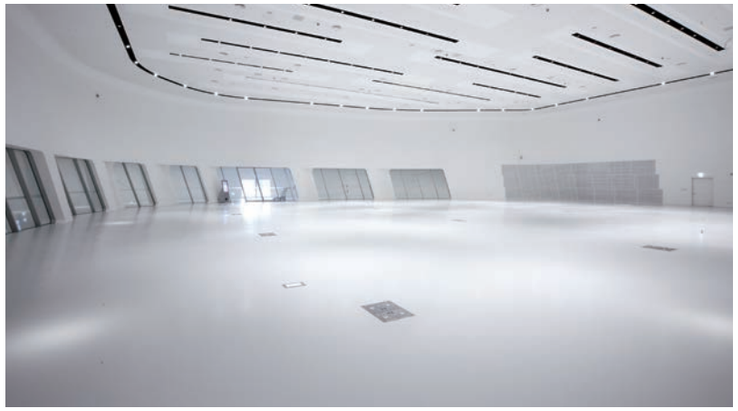
• 즐거운 디자인뮤지엄, 배움터

배움터는 '창조적 디자인의 지평을 넓히는 배움의 장(場)'이다. 지상 4층, 지하 2층 규모로 알림터와 살림터 사이에 위치해 있으며, 디자인놀이터(지상 4층), 디자인둘레길(지상 4층~지하 2층), 디자인박물관(지상 2층), 디자인전시관(지하 2층) 등으로 구성된다.

지상 4층부터 지하 2층까지 디자인박물관, 디자인전시관을 중심으로 533m의 디자인둘레길이 감싸고 있고, 아름다운 조형계단과 함께 DDP의 중심에 위치해 있다. 디자인박물관은 한국 디자인의 원형을 보여주고 세계로 발신하고자 간송재단과 DDP의 협력으로 구축되었고, 디자인전시관은 정보와 트렌드를 만나고 교류하는 전시시설과 인프라를 갖추었다. 디자인둘레길은 배움터의 모든 공간을 아우르는 통로이자 그 자체로 상징적인 공간으로서 이동과 전시, 휴식 기능의 역할을 겸한 가변적이면서도 창의적인 공간이다. 디자인놀이터는 미래 창의인재를 키우는 창의 융합 디자인 전시·교육 공간이다.



[그림 6-12] DDP 배움터 디자인박물관 ⓒ박상훈 & DDP



[그림 6-13] DDP 배움터 디자인전시관 ⓒ박상훈 & DDP



[그림 6-14] DDP 배움터 디자인둘레길 ⓒ박상훈 & DDP

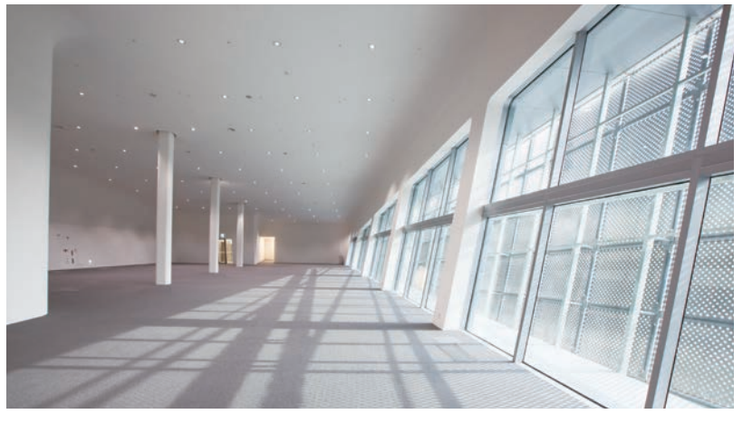
• 디자인이 생활로 비즈니스로, 살림터

살림터는 '디자인이 생활로 이루어지고 산업이 되는 공간'이다. 지상 4층 지하 2층 규모이며, 잔디사랑방(지상 4층), 디자인나눔관(지상 3층), 살림2관(지상 2층), 살림1관(지상 1층), 종합안내실(지하 2층) 등으로 구성되어 있다. 어울림광장과 연결된 디자인장터에는 식당, 카페, 화장품 브랜드숍과 함께 라이프스타일 디자인 편집숍이 운영된다.

살림터는 디자인마켓과 트렌드숍 같은 쇼핑공간과 강연·워크숍이 열리는 교육공간, 시민과 디자이너와 기업을 모이게 하는 소통의 장이다. 살림터에는 살림1관, 살림2관, 디자인나눔관이 있으며 이곳에서 시민과 디자이너, 기업, 지역 주민이 만나 창조적인 소통을 이룰 수 있도록 준비했다. 살림1관과 살림2관은 지식과 정보를 교류하는 디자인 비즈니스 플랫폼으로 디자인과 콘셉트, 책이 있는 살아 있는 디자인도서관으로 탄생했다. 그리고 디자인나눔관은 시민을 위한 디자인전문교육 프로그램과 다양한 세미나, 워크숍이 가능한 다목적 디자인 활동공간이다.



[그림 6-15] DDP 살림터 살림1관 ⓒ박상훈 & DDP



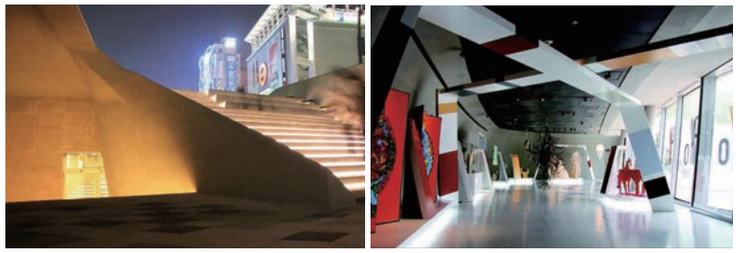
[그림 6-16] DDP 살림터 디자인나눔관 ⓒ박상훈 & DDP

• 동대문역사문화공원

동대문역사문화공원은 역사로 숨쉬고 디자인으로 꿈꾸는 공원이다. DDP 전체 대지 65,232㎡ 중 19,597㎡로 DDP보다 먼저 2009년 10월 27일에 개장했다. 동대문역사문화공원은 동대문운동장 아래에서 발견된 한양도성 성곽과 이간수문, 유적, 유물을 보존하여 서울의 과거와 현재의 역사를 기리는 곳이다. 동대문역사관 1398과 동대문운동장기념관, 동대문야외유구전시장, 성화대, 축구장 조명탑 2기가 이곳의 역사를 말해주고 있고, 시민과 함께 하는 열린 문화공간으로 이간수문 전시장과 갤러리 문이 있다.



[그림 6-17] 동대문역사문화공원 동대문역사관 1398 및 동대문운동장기념관



[그림 6-18] 동대문역사문화공원 이간수문전시장 및 갤러리 門

• 어울림광장

DDP와 동대문 주변을 연결하는 어울림광장은 DDP의 마당이자 관문 역할을 한다. 지하로는 지하철 동대문역사문화공원역(2, 4, 5호선)과 바로 연결되어 있으며, 지상으로는 주변도로, 버스정류장과 이어져 있어 DDP를 방문하는 시민과 관광객들에게 휴식, 쇼핑, 정보 서비스와 다양한 문화행사를 제공하고 있다. 주요시설로는 디자인장터, 종합안내실, 미래로가 있다.



[그림 6-19] 어울림광장 ⓒ박상훈 & DDP

• DDP 안내사인·미디어서비스 구축

DDP 안내사인과 미디어서비스는 누구나, 어디서나, 언제나, 쉽고 안전하고 재미있게 DDP를 찾고 이용할 수 있도록 기획됐다. 안정성과 사용성은 기본이고 DDP만의 특화성을 기반으로 DDP 고유 안내서비스 체계를 구축하는 것을 목표로 했다.

DDP 안내사인은 시민들이 처음 만나고 경험하는 공간의 친절한 안내자가 되기 위해 고심에 고심을 거듭했으며 길을 잃기 쉬운 내부 구조에 즐거운 길 찾기 경험을 제공하면서도 건축디자인과 조화를 이루기 위해 노력했다. 그리고 안내사인과 미디어서비스를 포함한 DDP의 통합 안내시스템은 이용자들이 안심할 수 있고 안전하고 배려하는 서비스를 제공하기 위해 유니버설디자인을 토대로 추진했다. 길 찾기를 위한 DDP 안내사인, 미디어서비스 구축은 DDP를 방문하는 사용자 중심의 정보환경을 만드는 것을 기본으로 DDP 고유의 사용성, 안전성, 특화성을 가지고 입체적인 서비스 체계를 구성하는 과정이었다. 또한 이는 시민과 DDP의 첫 만남과 즐거운 경험을 보조하는 일이자 함께 누리고 즐기는 소통을 위한 준비이기도 했다.



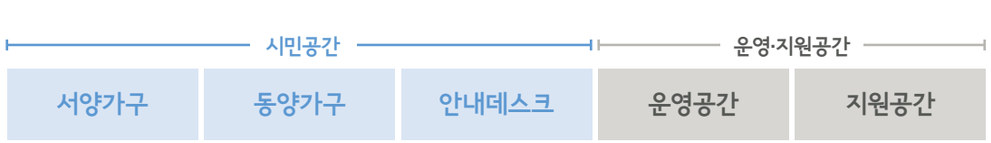
[그림 6-20] DDP 안내사인과 미디어서비스의 구축 범위

• DDP 가구 구매 및 제작 설치

DDP의 가구는 '누리는 가구'이다. 박물관처럼 작품을 직접 구입하여 전시의 개념으로 보여주고 있지만, 쇼케이스 안에 갇혀 있지 않다. DDP 전체가 가구 전시장이다.

DDP 가구 컬렉션 구축은 재단의 「DDP 가구 구매 및 제작 설치」사업을 통해 진행되었다. 시민들이 가구를 통해 일상 속에서 디자인의 가치를 체험하고 즐거움을 누릴 수 있도록 하는 것을 목적으로 했다. '창의성(Creativity)', '원류성(Originality)', '다양성(Diversity)'을 원칙으로 시민공간, 운영공간, 지원공간으로 구분하여 공간별로 어울리는 가구를 선정하여 배치했다. '창의성'은 '일상 속 예술'인 가구를 통해 디자인적인 영감을 불러일으키고 공간 속의 새로운 가치를 보여주는 것을 의미한다. '원류성'이란 디자이너들의 철학이 깃든 가구 작품들을 통해 역사적, 교육적 가치를 지향하는 것이다. '다양성'은 시대와 장소, 문화, 디자인을 바탕으로 다채로운 컬렉션을 선보이는 것을 의미한다.

이를 위해 서양의 유명 디자인 가구 외에도 아시아 문화를 담을 수 있는 가구, 국내 가구 디자이너의 작품도 다양하게 구성하기로 했다. 아울러 플라스틱, 시멘트, 인조대리석, 강철, 나무, 가죽, 천, 대나무 등 독특한 형태만큼이나 다양한 소재를 보여주고자 했다.



[그림 6-21] DDP 가구 구매 및 제작 설치 사업의 범위

3) DDP 홍보

• 통합마케팅 커뮤니케이션(IMC, Inergrated Marketing Communication) 전략 개발

「통합마케팅 커뮤니케이션 전략 개발」은 DDP의 부정적 인식을 극복할 수 있는 전략방향을 도출하고 DDP만의 차별화된 커뮤니케이션 설정을 통해 연 550만 명의 방문객 목표 달성을 위한 IMC 전략 수립을 목적으로 했다. DDP의 「통합마케팅 커뮤니케이션 전략 개발」 범위는 개관 전후 로드맵에 대한 통합 마케팅 포트폴리오, 중장기적 브랜드 관리 및 확산 전략, 서비스 및 경험관리를 통한 공감대 형성방안 등을 아우르고 있다.

2014년 3월 개관을 전후로 로드맵에 대한 통합 홍보·마케팅 전략을 수립하고 문화마케팅, 서비스 프로그램, 회원사업 등 서비스디자인을 통한 브랜드 제고 방안을 마련, DDP 60개 명소 개발을 통한 플레이스 브랜딩사업 기반 구축, 통합적 미디어 운영을 통한 홍보 집행 전략계획을 주요 과업내용으로 설정하였다.

DDP의 내부현황과 트렌드, 미디어환경 등에 대한 분석을 한 결과, 시사점과 검토과제가 나왔다. IMC 전략의 기본방향은 체계적이고 명확한 타깃 세그먼트(Target Segment) 선정, 전략적인 홍보 방안 및 실행 계획을 통한 시기별 커뮤니케이션 활동 진행, 명확한 경쟁 우위 도출과 감성마케팅을 통한 DDP만의 USP(Unique Selling Proposition)소구, 타깃 고객의 특성에 기반한 마케팅 활동 네 가지로 설정되었다.



[그림 6-22] DDP 통합마케팅 커뮤니케이션(IMC) 실행전략

기본방향에 따른 IMC 실행전략은 아트&디자인 체험형 마케팅 프로그램 '흥(興)', 디자인의 창의적 해결을 통해 따뜻한 사회를 만드는 사회공헌 프로그램 '인(仁)', DDP를 널리 확산시키기 위한 홍보 프로그램 '지(之)', 지속가능한 지역 활성화를 도모하기 위한 지역 경제협력 및 활성화 프로그램 '문(門)'으로 설정했다.

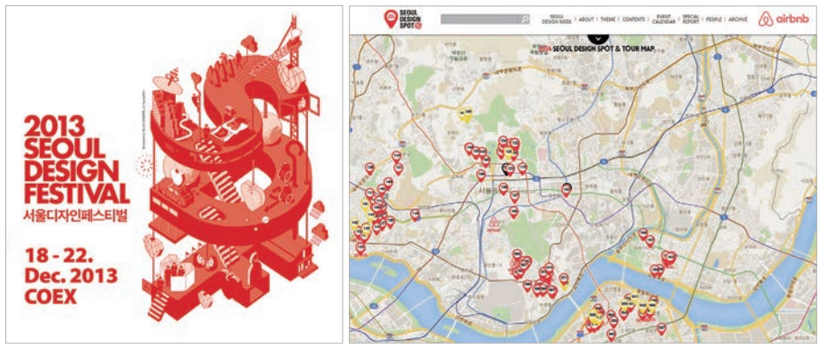
'통합마케팅 커뮤니케이션 전략 개발'을 통해 제안된 내용은 DDP 개관 전후 통합마케팅 커뮤니케이션 실행에 적용되었으며, 향후 DDP 운영에도 지침서 역할을 할 것이다.

• 서울디자인스팟

DDP 개관을 사전에 대대적으로 홍보하고 서울 전역에서 붐을 조성하기 위해 「DDP와 함께하는 서울디자인스팟」이 진행되었다. 디자인하우스와 협력해 매년 발행하는 서울디자인스팟의 네트워크를 활용하여, 2013년 대표 스팟을 DDP로 정했다. 서울디자인페스티벌에는 서울디자인스팟 대표 명소를 즐기는 쉼터를 콘셉트로 DDP 홍보부스를 운영했다.

디자이너 100인이 추천하는 디자인명소에 동대문패션특구협의회의 지원으로 동대문 디자인스팟 20곳을 신규로 추가해 주변 상권과의 협력체계를 구축했다. 서울디자인스팟 가이드맵은 국문 3만, 영문 2만, 중문 2만, 일문 2만 등 총 9만 부를 제작하여 배포하였으며, 서울디자인스팟 스토리북은 1만 부를 인쇄하여, DDP 개관홍보 및 부대행사와 연계하여 활용하였다.

서울디자인스팟을 통해 DDP 개관을 DDP만의 행사가 아닌 서울 전 지역의 디자인축제로 승화시킬 수 있었으며, 서울디자인스팟을 통해 확보된 국내외 디자인네트워크를 DDP 네트워크로 확대하여 교류할 수 있는 발판을 마련했다.

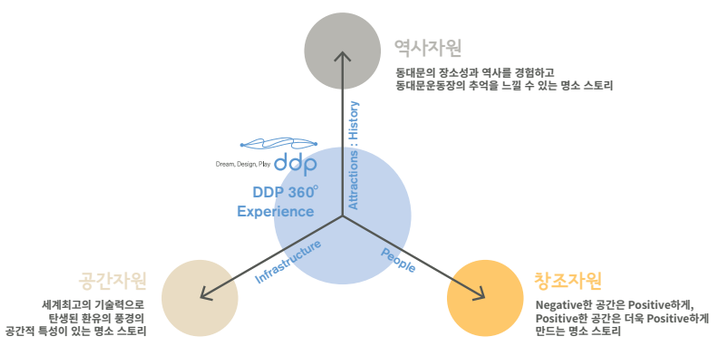


[그림 6-23] 서울디자인페스티벌 및 서울디자인스팟

• 60개 명소 스토리 개발

「60개 명소 스토리 개발」은 DDP와 주변 동대문의 역사자원, 공간자원, 창조자원을 기반으로 시민 방문객이 다양한 경험과 체험을 할 수 있도록 60개 명소 후보지를 발굴하는 사업이다. DDP가 가진 역사, 공간, 창조자원을 기반으로 발굴하여 향후 방문객들에게 색다른 체험을 제공하고 충성도 있는 재방문을 유도하는 것이 목표이다. 시설로서의 장소가 아닌 다양한 사람들이 이용하고 친근하게 느끼는 활성화된 장소로서의 DDP를 만들기 위해서는 고유의 스토리 개발이 필요했으며 각 명소들과 DDP와의 관계에서 연관성이 드러나야 하는 것이 중요한 원칙이었다.

기존 DDP 관련 문헌, 국내외 사례, 미디어, 현장답사, 일본 그랜드 프론트 오사카(Grand Front Osaka) 답사, 인터뷰 등의 조사를 통해 기준을 설정하고, 60개의 명소를 차례차례 찾아나갔다. DDP가 독특한 장소브랜드로서 인지될 수 있도록 시설, 지역, 사람 측면을 고려한 세 가지 매력자원을 발굴했다.



[그림 6-24] 60개 명소 스토리 도출 기준

6.3 주요성과와 전망

2013년 서울디자인재단은 디자인정책 수립의 객관성 및 전문성을 확보하고 고유 연구 과제를 도출하기 위해 자체 연구기구인 서울시민디자인연구소를 신설하였다. 연구소는 '시민을 위한 지속가능한 디자인서비스 연구'를 목표로 하고 있으며 이를 토대로 양질의 연구 결과를 도출하기 위해 노력하고 있다.

연구의 종류는 각 영역을 대상으로 한 디자인연구와 서울시 및 재단의 디자인정책을 기록하고 방향을 제시하는 기반연구로 구분되어 있다.

각 영역을 대상으로 하는 디자인연구는 디자인을 통해 경제, 사회·문화, 환경 영역의 문제를 해결하는데 그 목적이 있다.

기반 연구는 시민디자인 정책과 세부 연구과제의 방향을 제시하는 「시민디자인 2020」과 내부 고유의 디자인 트렌드 DB 구축을 위한 「시민디자인트렌드리포트」가 있으며 각각의 고유한 프로세스를 기반으로 추진되고 있다.

재단에서는 「시민디자인 2020」 연구를 통해 디자인정책체계와 중점 추진과제를 도출하고자 하였다. 디자인, 공공조경, 문화, 디자인경영 등 여러 분야의 외부 전문가들과 함께 여러 차례의 토론회 및 워크숍 등의 협의 과정을 통해 양질의 연구 결과를 얻을 수 있었다.

서울시민디자인연구소의 신규 과제 발굴과 고유 DB 구축을 목적으로 추진한 「시민디자인트렌드리포트」 연구는 내부 설문조사를 통한 주제 선정 과정을 거쳐 총 24회의 리포트로 발간되었다.

재단은 이처럼 다양한 연구를 바탕으로 서울시의 디자인인프라를 강화하기 위해 많은 노력을 기울이고 있다.

DDP에서는 2014년 3월 개관을 기점으로 그동안 준비해온 양질의 콘텐츠를 시민들에게 제공하기 위해 만반의 준비를 해왔다. 오랜 시간 동안 여러 차례의 계획 변경에도 불구하고 시민과 전문가를 대상으로 지속적인 의견 수렴 과정을 통해 새로운 DDP의 모습을 구축하는데 성공하였고 이제 그 결과에 대한 검증을 받을 차례가 되었다.

서울시 및 재단에서는 DDP가 서울디자인의 중심 거점으로, 또한 지속가능한 창조적 디자인의 발신지로 자리매김할 것으로 기대하고 있다.

부록

서울디자인서베이 데이터
표 목차, 그림 목차
2013 서울디자인 사업 담당 부서
2013 서울디자인백서 각 장별 참고자료 목록

2014 서울디자인서베이 데이터

• 서울디자인서베이 조사 범위와 방법

조사 범위는 디자인산업과 정책, 시민디자인 의식으로 구성하였다. 전반적인 디자인산업 및 관련 정책 현황에 대해서는 문헌조사를 통하여 파악하였고, 설문조사는 디자인정책과 시민디자인 의식 영역에서 이루어졌다. 디자인산업의 경우 포커스 그룹 인터뷰를 통하여 디자인산업 통계에서 반영하지 않았던 새로운 주체에 대한 산업 부문 지표로 포함하기 위한 초기 조사를 실시하였다. 설문조사는 ㈜마이크로밀엠브레인에서 수행하였고, 이 데이터를 중심으로 시민디자인 의식과 공무원 디자인 사업 수행 현황에 관한 분석이 이루어졌다.

조사 방법은 공공 데이터 수집과 직접적인 조사(설문)로 이루어졌다. 정부에서 공개한 공공 데이터를 수집하여 인벤토리 작업을 하였고, 이후 설문 목적에 맞추어 재가공하였다.

구분	내용			
조사 범위	디자인산업, 디자인정책, 시민디자인 의식			
조사 대상 및 방법	디자인산업 및 관련 정책 현황		문헌조사	
	시민디자인 의식		설문조사	
	디자인산업의 새로운 주체(사회적기업, 협동 조합, 1인 창조기업)에 대한 파악		FGI (Focus Group Interview)	
분석 방법	수집된 자료는 Data Processing 과정을 거쳐 통계 패키지인 SPSS에 의해 통계 처리			
조사 기관	㈜마크로밀엠브레인			
문헌 조사 참고 자료	정부 3.0 공개 행정 데이터 수집 분석 및 재가공 (산업통상자원부, 통계청, 중소기업청, 소상공인 진흥공단, 서울특별시, 한국디자인진흥원(KIDP), 한국공예·디자인문화진흥원(KCDF) 등)			
설문 조사	정량, 정성 산출 근거	설문	표적집단 조사	표본 대표 직접 설문, 전화
			무작위 조사	인터넷 설문
	정성 산출 근거	인터뷰	FGI	1인 디자인기업, 디자인소기업
설문조사 표집 오차	95% 신뢰수준 ±2.2			

01 정량적 집계조사_디자인산업, 디자인정책

1) 직접조사 및 서울관련 데이터 취합 및 재가공
2) 기존 연구에서 제외된 1인 창조기업, 사회적기업, 연매출 1억 이하 소규모 디자인회사 관련 행정데이터 및 관련 정책 취합
3) 존재하지 않는 데이터의 경우 직접조사 시행, 조사범위 확대
4) 25개 자치구 단위 공공기관의 디자인 수요와 활용 형태 직접조사

02 정성적 집계조사_시민디자인 의식

1) 서울의 범위, 서울시민의 정의 규정
2) 디자인경제, 디자인사회, 디자인환경 분야에 적합한 영역, 지표 순 조사지표의 위계 마련
3) 일반시민, 공무원, 디자인 전문가, 디자인 업계의 디자인 이해도 비교
4) 시민이 체감하는 디자인의 기여도와 디자인 만족도 분석
5) 지역별, 계층별, 연령별, 디자인 이해관계 등의 분류에 의한 분석 다각화
6) 고정 조사영역과 추가 조사영역의 항목분리를 통해 조사 해당년도의 주요 정책 이슈 반영

• 서울디자인서베이 지표 구축

디자인산업 영역은 산업 현황에 대한 전반적인 파악은 기존 통계 조사 및 관련 문헌을 참고하였다. 디자인산업 현황 중 소비자 만족도 부분은 2014 서울디자인 서베이에서 시민대상 설문조사 내용에 포함하여, 응답 분석을 하였다. 그리고 새로운 디자인산업 주체로 등장한 1인 창조기업, 협동조합, 사회적기업 등에 대한 부분을 추가하였다. 디자인정책 영역은 서울시 25개 자치구 중 디자인 관련 업무부서가 있는 15개 자치구의 공무원을 대상으로 공공디자인정책에 대한 현재의 인식을 파악하고자 하였다. 시민디자인 의식 영역은 시민이 체감하는 디자인의 기여도와 디자인 만족도를 분석하였고, 시민과 공무원의 디자인 인식에 대한 차이를 비교하였다.

조사 항목			지표	분석 방식
디자인 산업	기업 현황	디자인 활용 일반 기업	· 업체 수 · 디자인 투자 금액 · 디자인 자체 개발 비율	통계 자료 분석
		디자인전문기업	· 업체 수 · 자본금 · 산업집중도	
	인력 현황	규모	· 디자이너 수	
		고용	· 고용 형태	
	매출 실적		· 매출액 · 수출현황	
	디자인 실적		· 지식재산권 · GD(Good Design)마크 획득 실적	
	소비자 만족도		· 디자인의 주요 기능 · 제품 구매시 우선고려 사항	시민, 공무원 설문조사
	디자인산업 생태계 환경		· 디자인산업 생태계 작동을 위한 주요 문제점 · 디자인산업 영역 활성화를 위한 공공지원 항목	
디자인 정책	서울디자인 사업 운영 방식		· 협력성(관련 유관기관, 산하기관과의 협력) · 일관성(관련 계획과의 연관성) · 적합성(서울시 경쟁력 제고, 시민 삶의 질 제고) · 합리성(디자인가이드라인과 예산) · 투명성(집행 및 실행과정)	공무원 설문조사
	디자인이 서울시 경제 및 문화에 미치는 영향 정도		· 서울시 경제발전 · 서울시 문화적 정체성 확립 · 서울시 국제적인 이미지 기여 · 서울 시민 삶의 질 향상	
	디자인산업 활성화와 서울디자인 정책		· 서울시 디자인산업 제반진흥 활동에의 기여 · 신규 법령, 공공정책 제안 및 입안활동 정도 · 사업 지원이 확대되어야 할 분야	
	공무원 대상 디자인관련 교육 지원의 정도		· 공무원 대상 디자인관련 교육 지원의 정도 · 디자인 인력 수요 발생시 대응 방법 · 디자인 업무와 서울디자인 재단과의 관련성	
시민디자인 의식	정보원천		· 정보획득 경험 유무	시민, 공무원 설문조사
	채널		· 정보접촉 매체	
	디자인 시정 이해도		· 서울시 디자인시정 방향에 대한 동의도	
	DDP 인지도 및 가치		· DDP 방문 경험 · 서울시 랜드마크로서의 DDP	
	디자인정책 비전 동의도		· 하드시티에서 소프트시티로 · 시민고객 배려 디자인 · 시민과 함께 만들고 누리는 시민디자인	
	서울디자인 사업내용 인지도		· 디자인 전담 조직 및 관련 인프라 운영 · 상징체계 마련 · 우수 디자인 제품 판매 지원 · 서울디자인올림픽, 서울디자인한마당 개최 · 민간 디자인 행사와 연계한 서울 대표 디자인 축제 육성 · 서울 패션위크 개최 · 범죄예방 디자인 개선사업 · 학교폭력 예방을 위한 통학로 디자인 개선 사업 · 성수동 테마거리 조성 · 골목 디자인 사업 · 치매 대응 힐링 디자인 · 유니버설 디자인 · 공공시설물 디자인 공모전 개최 및 개발, 보급 · 광고물 간판디자인 개선 · 도시 및 환경개선	
	디자인정책과 시민의 삶의 질 연관성			
	디자인환경 인식현황		· 일자리 창출 및 지역경제 활성화 기여도 · 삶의 질 개선을 위한 디자인 교육 필요성 · 생활환경개선 위한 디자인 역할의 중요도 · 디자인 통한 사회문제 해결 역할의 중요도 · 행정서비스 이용시 디자인 개선이 필요한 항목	

• 2013 서울디자인백서 내 활용 데이터

01 디자인의 경제적 가치

- 2012년 디자인의 경제적 가치는 69조 원으로 추정됨

· 디자인의 경제적 가치 = 매출액 x 디자인 기여율 x 각 산업별 부가가치율

디자인 특수 분류	매출액 (단위 : 백만 원)	디자인기여도 (단위 : %)	부가가치율 (단위 : %)	디자인의 경제적 가치 (단위 : 백만 원)
제품디자인	177,273,494	23.36	24.17	10,009,060
시각디자인	43,115,775	35.73	41.39	6,376,240
디지털/미디어디자인	9,220,684	35.59	37.64	1,235,210
공간디자인	59,925,887	38.39	39.99	9,199,919
패션/텍스타일디자인	8,876,026	27.71	27.64	679,819
서비스/경험디자인	152,443,293	27.18	54.92	22,755,601
산업공예디자인	9,881,308	26.45	28.82	753,241
디자인인프라	123,914,468	24.10	61.81	18,458,559
전체	-	-	-	69,467,648

02 서울 디자인전문기업 수

- 디자인전문기업의 서울 집중화 현상은 2005년 66.5%(전국 2,253개사 / 서울 1,499개사)를 기점으로 2006년 63.8%, 2007년 61.7%로 다소 완화, 약 63% 소폭의 등락 유지
- 매년 147개(평균) 기업이 발생하고 개인사업체가 63.2%, 회사법인이 36.4%를 구성함

(단위 : 개, % : 전국대비비율)

구분	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
전국	1,870	2,212	2,245	2,480	2,253	2,413	2,536	2,977	3,117	3,453	3,982	4,573
서울 (전국대비)	1,092 (58.4%)	1,376 (62.2%)	1,385 (61.7%)	1,603 (64.6%)	1,499 (66.5%)	1,539 (63.8%)	1,564 (61.7%)	1,917 (64.4%)	1,993 (63.9%)	2,228 (64.5%)	2,491 (62.6%)	2,862 (62.6%)

03 서울 디자인전문기업 종사자 수

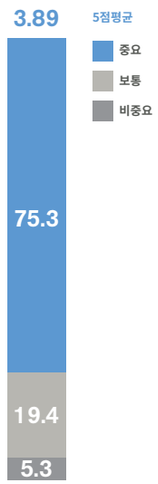
- 서울 디자인전문기업의 종사자 수는 1개사 당 평균 4.87명(전국 평균 4.33명)
- 일자리 제공률 : 시각디자인 > 제품디자인 > 인테리어디자인 > 기타

(단위 : 명)

지역	구분(분야별)	사업체 수	종사자 수	사업체 1개사 당 종사자 수(평균)
전국	시각디자인	1,656(36%)	7,019(35%)	4.24명
	제품디자인	1,145(25%)	5,137(26%)	4.49명
	인테리어(환경) 디자인	1,009(22%)	4,564(23%)	4.52명
	기타	763(17%)	3,064(15%)	4.02명
	소계	4,573(100%)	19,784(100%)	4.33명
서울	시각디자인	993(35%)	4,920(35%)	4.95명
	제품디자인	673(24%)	3,272(23%)	4.86명
	인테리어(환경) 디자인	631(22%)	3,458(25%)	5.48명
	기타	565(20%)	2,280(16%)	4.04명
	소계	2,862(100%)	13,930(100%)	4.87명

04 사회문제 해결을 위한 디자인의 역할 중요도

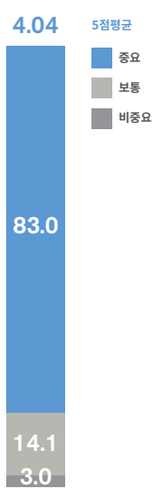
- 디자인을 통해 사회문제 해결에 대한 중요성에 대한 설문 결과, 응답자의 75.3%(5점 평균 중 3.89점)가 중요하다고 응답함
- 범죄와 같은 사회적인 문제에 대하여 상대적으로 민감한 여성 응답자의 수치가 좀 더 높게 나타남



[Unit : % / 5점 평균]		Base	중요	보통	비중요	5점 평균
전체		(2,000)	75.3	19.4	5.3	3.89
성별	남자	(995)	71.7	21.8	6.5	3.80
	여자	(1,005)	78.9	17.0	4.1	3.99
연령	20대	(447)	73.2	20.8	6.0	3.91
	30대	(534)	78.1	18.4	3.6	3.95
	40대	(530)	73.6	20.8	5.7	3.85
	50대 이상	(489)	76.1	17.8	6.1	3.87
지역	종로/중구/용산	(106)	74.5	18.9	6.6	3.88
	성북/강북/도봉/노원	(337)	76.3	17.5	6.2	3.89
	성동/광진/동대문/중랑	(289)	74.7	21.8	3.5	3.91
	송파/강동	(228)	77.6	17.1	5.3	3.95
	서초/강남	(198)	78.8	16.7	4.5	3.96
	동작/관악/금천	(236)	66.1	26.3	7.6	3.74
	양천/강서/구로/영등포	(372)	75.5	18.5	5.9	3.87
	은평/서대문/마포	(234)	78.6	18.4	3.0	3.97
월평균 가구소득	300만 원 미만	(453)	70.6	22.7	6.6	3.83
	300-499만 원	(852)	78.3	16.9	4.8	3.93
	500만 원 이상	(695)	74.7	20.3	5.0	3.90

05 도시 생활환경 개선을 위한 디자인 역할 중요도 변화

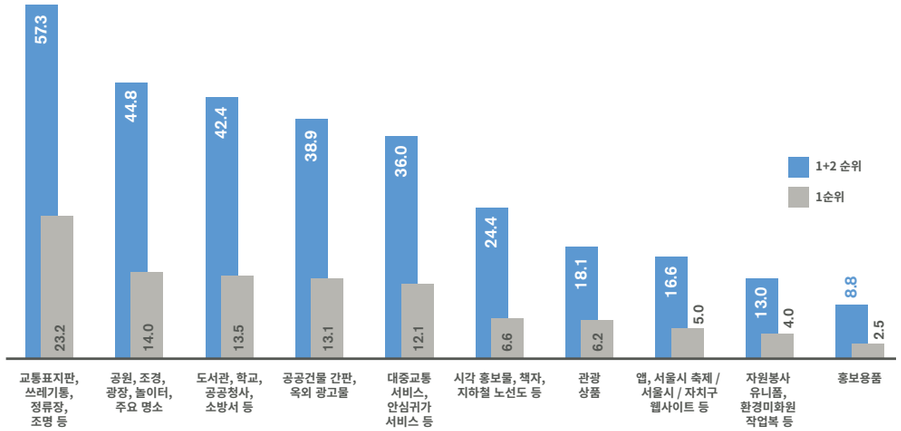
- 도시 생활 환경 개선하기 위해 디자인의 역할이 중요하다는 응답한 비율은 83%로 매우 높게 나타남
- 남성 대비 여성, 50대 이상, 고소득층에서 디자인의 역할의 중요성을 더 높게 인식하고 있음



[Unit : % / 5점 평균]		Base	중요	보통	비중요	5점 평균
전체		(2,000)	83.0	14.1	3.0	4.04
성별	남자	(995)	78.3	17.4	4.3	3.94
	여자	(1,005)	87.7	10.7	1.6	4.14
연령	20대	(447)	77.9	17.2	4.9	3.98
	30대	(534)	83.1	14.6	2.2	4.04
	40대	(530)	82.6	15.7	1.7	4.04
	50대 이상	(489)	87.9	8.8	3.3	4.10
지역	종로/중구/용산	(106)	82.1	13.2	4.7	3.97
	성북/강북/도봉/노원	(337)	84.6	12.5	3.0	4.04
	성동/광진/동대문/중랑	(289)	78.9	17.6	3.5	3.97
	송파/강동	(228)	85.1	12.7	2.2	4.12
	서초/강남	(198)	86.4	11.6	2.0	4.10
	동작/관악/금천	(236)	81.4	16.1	2.5	4.04
	양천/강서/구로/영등포	(372)	81.7	14.5	3.8	4.01
	은평/서대문/마포	(234)	85.0	12.8	2.1	4.10
월평균 가구소득	300만 원 미만	(453)	74.8	20.5	4.6	3.89
	300-499만 원	(852)	83.3	13.6	3.1	4.04
	500만 원 이상	(695)	87.9	10.4	1.7	4.15

06 디자인 개선이 필요한 서울시 행정서비스

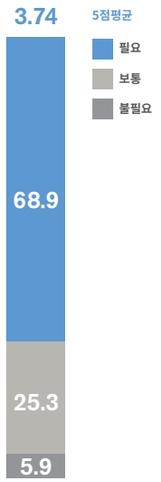
- 디자인을 통해 개선이 필요한 행정서비스는 교통표지판, 쓰레기통, 정류장, 조명 등이 57.3%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음은 공원, 조경, 광장, 놀이터가 44.8%, 도서관, 학교, 공공청사가 42.4%로 높게 나타남
- 연령이 높을수록 교통표지판 및 옥외광고물 등의 개선이 필요하며, 지역별로 개선을 필요로 하는 서비스의 차이가 있음



1+2+3순위 (%)		Base	교통 표지판, 쓰레기통, 정류장, 조명 등	공원, 조경, 광장, 놀이터, 주요 명소	도서관, 학교, 공공청사, 소방서 등	공공건물 간판, 옥외 광고물	대중교통 서비스, 안심귀가 서비스 등	시각 홍보물, 책자, 지하철 노선도 등	관광 상품
전체		(2,000)	57.3	44.8	42.4	38.9	36.0	24.4	18.1
성별	남자	(995)	55.0	44.4	42.8	37.4	37.0	26.4	14.9
	여자	(1,005)	59.6	45.2	41.9	40.4	34.9	22.3	21.3
연령	20대	(447)	50.1	47.0	43.0	36.5	30.4	27.3	18.1
	30대	(534)	57.7	46.8	38.2	41.0	32.6	26.2	18.2
	40대	(530)	58.9	42.8	46.8	39.6	37.5	20.8	19.2
	50대 이상	(489)	61.8	42.7	41.5	38.0	42.9	23.5	16.8
지역	종로/중구/용산	(106)	53.8	44.3	41.5	48.1	32.1	17.9	24.5
	성북/강북/도봉/노원	(337)	57.9	43.0	43.0	38.6	36.8	25.2	15.7
	성동/광진/동대문/중랑	(289)	60.9	44.6	43.6	35.3	34.3	25.3	15.9
	송파/강동	(228)	54.8	43.0	43.4	39.0	38.6	27.2	17.5
	서초/강남	(198)	53.5	39.4	47.0	40.9	31.8	23.7	22.7
	동작/관악/금천	(236)	58.5	44.9	37.7	36.4	41.5	24.2	18.2
	양천/강서/구로/영등포	(372)	58.9	47.0	42.7	41.4	30.6	23.1	18.0
	은평/서대문/마포	(234)	55.6	50.4	39.3	36.3	42.3	24.8	17.9
월평균 가구소득	300만 원 미만	(453)	50.3	46.4	41.3	36.9	41.3	23.2	17.9
	300-499만 원	(852)	61.0	44.6	44.1	39.4	34.3	25.6	17.3
	500만 원 이상	(695)	57.3	44.0	40.9	39.6	34.5	23.6	19.3

07 시민 대상 디자인 교육의 필요도

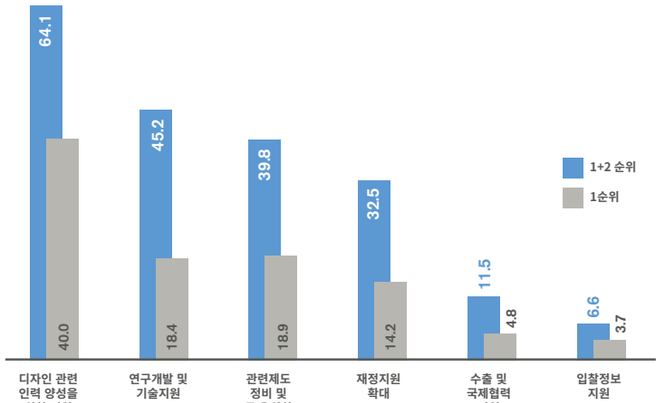
- 시민의 삶의 질 개선을 위해 디자인 교육이 필요하다는 의견이 68.9%로 높게 나타남
- 특히 50대 이상과 소득이 높은 층에서 필요성을 더 높게 인식함



[Unit : % / 5점 평균]		Base	필요	보통	불필요	5점 평균
전체		(2,000)	68.9	25.3	5.9	3.74
성별	남자	(995)	66.5	26.8	6.6	3.69
	여자	(1,005)	71.1	23.7	5.2	3.79
연령	20대	(447)	61.7	30.2	8.1	3.66
	30대	(534)	69.1	25.5	5.4	3.74
	40대	(530)	68.9	26.4	4.7	3.73
	50대 이상	(489)	75.1	19.2	5.7	3.81
지역	종로/중구/용산	(106)	70.8	22.6	6.6	3.74
	성북/강북/도봉/노원	(337)	69.4	24.6	5.9	3.74
	성동/광진/동대문/중랑	(289)	62.6	29.8	7.6	3.63
	송파/강동	(228)	72.8	22.4	4.8	3.81
	서초/강남	(198)	71.7	25.3	3.0	3.82
	동작/관악/금천	(236)	65.3	24.2	10.6	3.64
	양천/강서/구로/영등포	(372)	68.5	26.3	5.1	3.73
	은평/서대문/마포	(234)	72.6	23.9	3.4	3.82
월평균 가구소득	300만 원 미만	(453)	60.9	31.6	7.5	3.62
	300-499만 원	(852)	70.0	24.1	6.0	3.74
	500만 원 이상	(695)	72.7	22.6	4.7	3.81

08 서울시 디자인산업 영역 활성화를 위한 지원 필요 부문

- 서울시가 디자인산업 활성화를 위해 지원할 부분은 우선, 디자인 관련 인력양성을 위한 지원(64.1%)이 가장 높으며 그 다음은 연구개발 및 기술지원(45.2%), 관련 제도 정비 및 규제 완화(39.8%)순으로 나타남
- 디자인 관련 인력 양성을 위한 지원에 대한 필요도는 연령이 낮은 층과, 성동/광진/동대문/중랑 지역에서 높게 나타남



1+2순위 (%)		Base	디자인 관련 인력 양성을 위한 지원	연구개발 및 기술지원	관련제도 정비 및 규제 완화	재정지원 확대	수출 및 국제협력 지원	입찰정보 지원
전체		(2,000)	64.1	45.2	39.8	32.5	11.5	6.6
성별	남자	(995)	62.1	43.1	42.0	34.6	11.3	6.4
	여자	(1,005)	66.1	47.2	37.6	30.4	11.7	6.7
연령	20대	(447)	66.9	42.3	31.3	35.6	14.1	9.8
	30대	(534)	64.6	46.8	40.4	30.5	9.9	7.1
	40대	(530)	63.8	45.3	43.6	31.9	10.0	5.1
	50대 이상	(489)	61.3	45.8	42.7	32.5	12.5	4.5
지역	종로/중구/용산	(106)	64.2	44.3	39.6	28.3	13.2	9.4
	성북/강북/도봉/노원	(337)	65.0	44.8	35.9	35.3	11.9	6.8
	성동/광진/동대문/중랑	(289)	68.9	40.8	41.2	30.1	12.1	6.6
	송파/강동	(228)	61.0	48.2	39.5	33.8	11.4	6.1
	서초/강남	(198)	65.2	44.9	37.9	35.4	11.6	4.5
	동작/관악/금천	(236)	64.0	45.8	40.7	32.2	12.3	4.7
	양천/강서/구로/영등포	(372)	61.6	43.5	43.0	32.0	11.3	8.3
	은평/서대문/마포	(234)	63.2	50.4	39.7	30.8	9.0	6.0
월평균 가구소득	300만 원 미만	(453)	65.3	46.6	37.5	31.6	11.5	6.8
	300-499만 원	(852)	65.7	44.4	38.6	34.5	10.6	5.9
	500만 원 이상	(695)	61.3	45.2	42.7	30.6	12.7	7.2

표 목차

[표 1-1] 서울시 디자인정책 흐름
[표 1-2] 서울디자인 제3기 주요 내용
[표 1-3] 서울시 전체 정책과 서울시 디자인정책 연계성
[표 1-4] (재)서울디자인재단 수행 사업
[표 1-5] 디자인정책과 조직 및 업무내용
[표 1-6] 공공디자인과 조직 및 업무내용
[표 1-7] 2013 서울시 문화관광디자인본부 디자인부서 예산
[표 1-8] (재)서울디자인재단 설립 현황
[표 1-9] (재)서울디자인재단 조직 및 업무내용
[표 1-10] (재)서울디자인재단 비전 및 전략체계
[표 1-11] 2013 (재)서울디자인재단 주요 사업
[표 1-12] 2013 (재)서울디자인재단 예산
[표 1-13] 영역별 서울디자인 사업 흐름과 전망
[표 2-1] 지역별 GRDP 연평균 증가율
[표 2-2] 국내 소상공인 사업체 및 종사자 수 현황
[표 2-3] 서울시 전통시장 종사자 수 추이
[표 2-4] 전국 및 서울 경력별 채용 추이
[표 2-5] 외래관광객 방한 주요 목적
[표 2-6] 외래관광객 방한기간 중 활동
[표 2-7] 외래관광객 서울지역 방문지
[표 2-8] 외래관광객 주요 쇼핑 품목
[표 2-9] 서울 디자인전문기업 수 추이
[표 2-10] 서울 디자인전문기업 평균 종사자 수
[표 2-11] 2013 경제분야 서울디자인 사업
[표 2-12] 성수동 수제화 산업 브랜드 디자인 및 특허 상표 등록 출원
[표 2-13] 구두 디자인공모전 개요 및 과정
[표 2-14] 시민서비스디자인 워크숍 일정 및 세부사항
[표 2-15] 디자인 창업스쿨 대상 기업 및 컨설턴트 매칭 리스트
[표 2-16] 디자인 취업클리닉 프로그램
[표 2-17] 디자인 전문가 과정 프로그램
[표 2-18] DMC창업센터 입주기업 맞춤식 교육 추진 현황
[표 2-19] 서울디자인컨설턴트 과제 공모 세부 내역

[표 2-20] 사회적기업가를 위한 교육 프로그램
[표 2-21] 디자인서울클리닉 추진실적
[표 2-22] 문화상품 디자인 진흥 세부사업
[표 2-23] 서울상징 관광기념품 공모전 세부사항
[표 2-24] 서울상징 관광기념품 공모전 선정 작품
[표 2-25] 서울·한글 상품개발 아이템
[표 2-26] 2013 서울디자인페스티벌 디자인태그 상품 구성
[표 2-27] 2013 서울디자인페스티벌 디자인태그 매출 상위 5개 업체
[표 2-28] 패션산업 활성화전략 세부사업
[표 2-29] 2013 동대문패션브랜드페어 행사 운영 세부사항
[표 2-30] 1인 패션디자이너 창업지원사업 교육과정
[표 2-31] 작업환경 개선사업 업체 현황
[표 2-32] 작업환경 개선사업 개선 현황
[표 2-33] 전국 봉제업체 실태조사
[표 2-34] 2013 의류봉제 패션잡화 수주상담회 참가업체 규모
[표 2-35] 2013 의류봉제 패션잡화 수주상담회 방문 바이어 규모

[표 3-1] 서울시 출생률 변화
[표 3-2] 시·도별 모(母)의 연령별 출산율 및 합계 출산율
[표 3-3] 서울시 문화환경 만족도 추이
[표 3-4] 창조성 교육
[표 3-5] 디자인교육 설문조사
[표 3-6] 서울 방문 외래 관광객
[표 3-7] 3년 이내 한국 재방문율
[표 3-8] 아시아 관광 경쟁력 순위(상위 5개국)
[표 3-9] 2013 서울시 5대 관광명소 스토리텔링 사업 주요 성과
[표 3-10] 2013 사회·문화 분야 서울디자인 사업
[표 3-11] 서울시 유니버설디자인 사업 추진현황
[표 3-12] 2013 유니버설디자인 보편화 사업
[표 3-13] 서울시 복지시설 현황
[표 3-14] 복지시설 유니버설디자인 가이드라인
[표 3-15] 복지시설 디자인컨설팅 결과
[표 3-16] 2013 학교환경 개선 컬러컨설팅 결과
[표 3-17] 유니버설디자인 전시 및 세미나
[표 3-18] 범죄예방디자인 사업 추진단계
[표 3-19] 2013 범죄예방디자인 프로젝트 세부
[표 3-20] CPTED 관점의 문제점 분석
[표 3-21] 창의디자인교육 세부사업

[표 3-22] 창의디자인놀이활동을 위한 교구 세부 내역
[표 3-23] 창의디자인놀이활동 워크숍
[표 3-24] 학생디자인체험교육 하계 세부내역
[표 3-25] 학생디자인체험교육 추계 세부내역
[표 3-26] 교사직무연수 세부내역
[표 3-27] 재미있는 조형물 설치 세부내역
[표 3-28] 도시갤러리 보수 세부내역
[표 3-29] 한양도성 경관조명 실태

[표 4-1] 2013 환경분야 서울디자인 사업
[표 4-2] 서울골목디자인프로젝트 핵심 디자인 전략
[표 4-3] 2013년 소외낙후지역 지정 및 생활환경개선사업 내역
[표 4-4] 보행자를 위한 길찾기 체계의 방향성
[표 4-5] 공공시설물 표준형디자인 개발 사업 추진 내용
[표 4-6] 2013년 간판이 아름다운 거리 조성 사업구간
[표 4-7] 주택가 빛환경 개선 현황 및 계획

[표 5-1] 서울시와 서울디자인재단의 대표 온라인 소통창구
[표 5-2] 2013 소통분야 서울디자인 사업
[표 5-3] 기획단 활동 내역
[표 5-4] 2013 서울시 좋은간판 선정 심사평
[표 5-5] 2013 서울시민디자인위원회 개최 실적
[표 5-6] 2013 협력분야 서울디자인 사업
[표 5-7] 국내기관 MOU 체결 현황
[표 5-8] 협력기관과 세부 활용 내용
[표 5-9] 해외기관 MOU 체결 현황
[표 5-10] 유네스코 창의도시 네트워크 가입현황
[표 5-11] 글로벌디자인도시협의체 회원도시
[표 5-12] 서울 도시디자인 해외통신원 현황
[표 5-13] 서울 도시디자인 해외통신원 미션수행 목록
[표 5-14] 디자인도시 해외리포트 대상 도시

[표 6-1] 시민디자인 2020 영역별 키워드
[표 6-2] 시민디자인 2020 추진전략
[표 6-3] 시민디자인 2020 정책체계 및 추진과제
[표 6-4] 2013 시민디자인트렌드리포트 주제
[표 6-5] DDP 디자인 구축사업 세부내역
[표 6-6] DDP 브랜드 기본시스템 개발

그림 목차

[그림 1-1] 서울시 비전 체계도
[그림 1-2] 2013년 서울시 조직도 및 디자인 담당부서
[그림 1-3] 2013년 서울시 문화관광디자인본부 정책비전
[그림 1-4] (재)서울디자인재단 조직 변화
[그림 1-5] 서울시 디자인사업 연간 예산 추이
[그림 1-6] 서울시 디자인사업 영역별 예산 추이
[그림 1-7] 서울디자인 정책 대표사업과 성과

[그림 2-1] 서울시 제조업 사업체 및 종사자 수 추이
[그림 2-2] 제조업별 사업체 및 종사자 수 추이
[그림 2-3] 소상공인의 소득수준
[그림 2-4] 서울 및 전국 전통시장 개수 추이
[그림 2-5] 서울시 전통시장 내 점포 종사자 수 비율
[그림 2-6] 서울시 경제활동인구 추이
[그림 2-7] 서울시 고용률 추이
[그림 2-8] 서울시 4대 도시형 제조업
[그림 2-9] 의류제조업 규모별 사업체 수 추이
[그림 2-10] 성수동 수제화 산업 활성화 사업 전략
[그림 2-11] 성수동 수제화 산업 활성화 사업 컨셉
[그림 2-12] 「손끝에서 발걸음까지」 정보지
[그림 2-13] 2013년 성수동 수제화 산업 활성화 사업
[그림 2-14] 성수동 구두테마역 구조 및 세부사항
[그림 2-15] 성수동 상징조형물 고양이의 빨간 꿈
[그림 2-16] 성수동 구두 공동매장
[그림 2-17] 제3회 구두 디자인공모전 포스터
[그림 2-18] 구두 디자인공모전 1차 심사 장면
[그림 2-19] 구두 디자인공모전 출품작 제작 장면
[그림 2-20] 구두 디자인공모전 최종 선정작
[그림 2-21] 약령시 상품기획서 서울 약령시장 오늘 그리고 내일
[그림 2-22] 약령시 맵
[그림 2-23] 영천시장 다시살림 프로젝트 마스터플랜
[그림 2-24] 영천시장 매대 디자인 전략
[그림 2-25] 영천시장 매대 디자인

[그림 2-26] 매대 적용 전, 후 비교
[그림 2-27] 시민서비스디자인 워크숍 추진 과정
[그림 2-28] 시민서비스디자인 워크숍 결과보고서 발간
[그림 2-29] 시민서비스디자인 워크숍 현장
[그림 2-30] 디자인 창업스쿨 컨설팅 현장
[그림 2-31] 디자인 취업클리닉 현장
[그림 2-32] 디자인 전문가 과정 프로그램 현장
[그림 2-33] DMC창업센터 연도별 중장기 목표
[그림 2-34] DMC창업센터 2013년도 사업 방향
[그림 2-35] 서울디자인컨설턴트 활동범위
[그림 2-36] 서울디자인컨설턴트 과제 예시
[그림 2-37] 디자인 공정거래 가이드북
[그림 2-38] 액티브시니어를 위한 사회적 디자인 시범 프로젝트 단계
[그림 2-39] 액티브시니어 워크숍 현장 및 연구 결과물
[그림 2-40] 사회적기업가 육성사업 추진 체계
[그림 2-41] 제10회 서울우수공공디자인 인증 제품
[그림 2-42] 제11회 서울우수공공디자인 인증 제품
[그림 2-43] 디자인서울클리닉 진행 프로세스
[그림 2-44] 디자인서울클리닉 진행 사례
[그림 2-45] 서울상징 관광기념품 공모전 선호도 조사 장면
[그림 2-46] 서울·한글 상품개발 컨셉
[그림 2-47] 품목별 매출액 점유율
[그림 2-48] 품목별 매출건 점유율
[그림 2-49] 2013 메종오브제 현장
[그림 2-50] 중국마켓 닝보 추진체계
[그림 2-51] 중국마켓 닝보 이미지
[그림 2-52] 패션산업 업무구분과 단계적 이관 계획
[그림 2-53] 2013 동대문패션브랜드페어 행사
[그림 2-54] 2013 동대문패션브랜드페어 설문결과
[그림 2-55] 의류봉제 패션잡화 수주상담회 현장

[그림 3-1] 전국 합계출산율 추이
[그림 3-2] 서울시 인구구조 변화
[그림 3-3] 서울시 고령인구 구성비
[그림 3-4] 서울의 부양비 변화
[그림 3-5] 서울시민의 도시환경 성과영역 중요도 평가결과
[그림 3-6] 서울시민의 안전성 영역 중요도 평가결과
[그림 3-7] 서울의 5대 범죄 발생 추이

[그림 3-8] 6대 범죄 발생장소
[그림 3-9] 6대 범죄 발생시간
[그림 3-10] 6대 범죄 요일별 발생비율
[그림 3-11] 문화시설 이용률
[그림 3-12] 서울시 유니버설디자인 비전과 추진원칙
[그림 3-13] 서울시 유니버설디자인 중장기 전략 및 흐름
[그림 3-14] 서울시 유니버설디자인 중장기 사업계획 추진전략
[그림 3-15] 유니버설디자인 전시 및 세미나
[그림 3-16] 국공립어린이집 스페이스브랜딩 디자인 추진 결과
[그림 3-17] 종묘탑골공원 조사 종합
[그림 3-18] 종묘탑골공원 서비스디자인 컨셉
[그림 3-19] 종묘탑골공원 서비스디자인 운영방안
[그림 3-20] 종묘탑골공원 서비스디자인 프로그램
[그림 3-21] 종묘탑골공원 서비스프로그램 마스터플랜
[그림 3-22] 시흥5동 주민들이 주민센터에 바라는 것
[그림 3-23] 주민센터 서비스디자인 사업 추진 결과
[그림 3-24] 안전한 지하철 환경 조성방안 연구개요 및 흐름
[그림 3-25] 지하철 공간구성 및 범죄예방디자인 적용방안 요약
[그림 3-26] 서울형 액티브디자인 추진 방향
[그림 3-27] 지하철 역사 액티브디자인 시범 설치
[그림 3-28] 시범 설치 후 이용객 대상 만족도 조사
[그림 3-29] 축산물 단속비리 예방 서비스디자인 연구범위
[그림 3-30] 축산물 단속비리 예방 서비스디자인 연구목표
[그림 3-31] 축산물 단속 청렴시스템
[그림 3-32] 어린이 창의놀이 공간 아이플레이 컨셉
[그림 3-33] 학생디자인체험교육 만족도 조사 결과
[그림 3-34] 교사직무연수 프로그램 만족도 조사 결과
[그림 3-35] 칠지도 상징 조형물
[그림 3-36] 한글 상징 조형물
[그림 3-37] 서울 한양도성 경관조명 조성
[그림 3-38] 문화역서울 284 활성화 방안 연구 용역 발주 구조
[그림 3-39] 문화역서울 284 연구기본방향
[그림 3-40] 서울 도심 4개 문화벨트와 이벤트/프로그램 운영 예시

[그림 4-1] 전국 도시쇠퇴 현황
[그림 4-2] 전국 및 서울시 에너지 소비량 추이
[그림 4-3] 서울시 에너지별 소비현황
[그림 4-4] 원전하나줄이기 10대 핵심사업
[그림 4-5] LED를 활용한 스마트조명도시 구현 계획
[그림 4-6] 서울골목디자인프로젝트 중장기 계획
[그림 4-7] 골목 구성요소 분석 분류
[그림 4-8] 서울골목디자인프로젝트 집중연구 대상지 선정
[그림 4-9] 디자인 매트릭스 분석 및 디자인 프로토타입
[그림 4-10] 프로토타입 적용 가능한 SITE 분류
[그림 4-11] 국제골목컨퍼런스 현장 사진
[그림 4-12] 골목 답사 현장 사진
[그림 4-13] 골목사진전
[그림 4-14] 은평구 소외낙후지역 생활환경 개선 후
[그림 4-15] 도봉구 소외낙후지역 생활환경 개선 후
[그림 4-16] 금천구 소외낙후지역 생활환경 개선 후
[그림 4-17] 경관협정사업의 추진 절차
[그림 4-18] 관악구 서림동 마을경관가꾸기 성과
[그림 4-19] 구로구 개봉동 마을경관가꾸기 성과
[그림 4-20] 마을정자나무 가꾸기 대상수목 선정 과정
[그림 4-21] 마을정자나무 가꾸기 평가 과정
[그림 4-22] 마을정자나무 가꾸기 사업 전체진행 과정
[그림 4-23] 길찾기를 위해 사용하는 매체에 관한 설문
[그림 4-24] 보행 중 길을 잃었을 때 대처방안에 관한 설문
[그림 4-25] 안내표지 만족도에 관한 설문
[그림 4-26] 길찾기 시 원하는 정보에 관한 설문
[그림 4-27] 동대문 역사문화 지도 앞면
[그림 4-28] 동대문 역사문화 지도 뒷면
[그림 4-29] 공공시설물 표준형디자인 개발 사업 결과
[그림 4-30] 간판이 아름다운 거리 조성 순서
[그림 4-31] 간판이 아름다운 거리 조성 사례
[그림 4-32] 스마트조명도시 연구 내용
[그림 4-33] 서울시 좋은빛상 진행 과정
[그림 4-34] 서울시 좋은빛상 수상작
[그림 4-35] 주택가 빛환경 개선 모습

[그림 5-1] 디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?
[그림 5-2] 제9회 디자인잼 '디자인이.서울.택시를.위해.무엇을.할.수.있을까?'
[그림 5-3] DDP 시민소통프로그램 봄장 홍보 포스터
[그림 5-4] 입는 한글 작품
[그림 5-5] 동대문 가가(街家) 디자인전 작품
[그림 5-6] DDP 요리대회 출품작
[그림 5-7] 라이브 실크 스크린
[그림 5-8] 디자인공감에세이 구성도
[그림 5-9] 2013 공공시설물 디자인 시민공모전 포스터
[그림 5-10] 2013 시민공모전 전시
[그림 5-11] 서울시 좋은간판 선정 과정
[그림 5-12] 서울시 좋은간판 공모전 당선작
[그림 5-13] 디자인서울 모니터단 운영 과정
[그림 5-14] 서울디자인 글로벌 네트워크
[그림 5-15] 유네스코 디자인 창의도시 서울 공식로고
[그림 5-16] 유네스코 디자인 창의도시 분과회의_생테티엔
[그림 5-17] 유네스코 창의도시 네트워크 정례회의_볼로냐
[그림 5-18] 유네스코 창의도시 네트워크 시장단 라운드테이블 참석_베이징
[그림 5-19] 제2회 GDCO 총회
[그림 5-20] 2013 국제도시조명상 시상식
[그림 5-21] 서울 도시디자인 해외통신원 운영 프로세스
[그림 5-22] 디자인도시 해외리포트 진행과정
[그림 5-23] 베를린 그래비티, 베를린장벽
[그림 5-24] 몬트리올 지하도시 레조RÉSO, 자전거 택시 빅시BIXI
[그림 5-25] 생테티엔 씨떼뒤디자인 플라틴

[그림 6-1] DDP 비전과 미션 체계
[그림 6-2] DDP 브랜드 네임
[그림 6-3] DDP 하위공간 명칭
[그림 6-4] DDP 국·영문 슬로건
[그림 6-5] DDP 심벌마크
[그림 6-6] DDP 서체 샘플문장
[그림 6-7] DDP 캐릭터
[그림 6-8] DDP 5대 시설 및 15개 공간 구분
[그림 6-9] DDP 알림터 알림1관
[그림 6-10] DDP 알림터 알림2관
[그림 6-11] DDP 알림터 국제회의장
[그림 6-12] DDP 배움터 디자인박물관

[그림 6-13] DDP 배움터 디자인전시관
[그림 6-14] DDP 배움터 디자인둘레길
[그림 6-15] DDP 살림터 살림1관
[그림 6-16] DDP 살림터 디자인나눔관
[그림 6-17] 동대문역사문화공원 동대문역사관 1398 및 동대문운동장기념관
[그림 6-18] 동대문역사문화공원 이간수문전시장 및 갤러리 문
[그림 6-19] 어울림광장
[그림 6-20] DDP 안내사인과 미디어서비스의 구축 범위
[그림 6-21] DDP 가구 구매 및 제작 설치 사업의 범위
[그림 6-22] DDP 통합마케팅 커뮤니케이션(IMC) 실행전략
[그림 6-23] 서울디자인페스티벌 및 서울디자인스팟
[그림 6-24] 60개 명소 스토리 도출 기준

2013 서울디자인 사업 담당 부서

경제	
성수동 수제화 산업 활성화	(재)서울디자인재단 시민서비스디자인센터
서울약령시 한방산업 활성화	
영천시장 다시살림 프로젝트	
서울디자인지원센터 운영	
DMC창업센터 운영	
서울디자인컨설턴트 운영	
디자인 공정거래 가이드북 발간	(재)서울디자인재단 시민디자인연구소
액티브시니어 디자인 연구	
사회적기업가 육성사업	(재)서울디자인재단 디자인문화상품팀
서울우수공공디자인 인증제	서울특별시 공공디자인과 시설물디자인팀
디자인서울클리닉	
시민우수아이디어 제품화	(재)서울디자인재단 디자인문화상품팀
국내외 박람회 참가	
동대문 패션상권 활성화 지원	(재)서울디자인재단 패션팀
동대문패션지원센터 운영	

사회·문화	
유니버설디자인 보편화	서울특별시 디자인정책과 디자인개발팀
국공립어린이집 스페이스브랜딩 디자인	
종묘탑골공원 주변 서비스디자인	
주민센터 서비스디자인	(재)서울디자인재단 시민서비스디자인센터
범죄예방디자인 프로젝트 및 연구	서울특별시 디자인정책과 디자인개발팀
지하철 역사 액티브디자인	(재)서울디자인재단 시민서비스디자인센터
축산물 단속비리 예방 서비스디자인	
창의디자인교육사업	(재)서울디자인재단 시민서비스디자인센터 (재)서울디자인재단 시민디자인연구소
도시갤러리 프로젝트	서울특별시 디자인정책과 문화디자인팀
한양도성 경관조명 개선	서울특별시 공공디자인과 도시빛정책팀
문화역서울 284 활성화 방안 연구	(재)서울디자인재단 시민서비스디자인센터

환경	
서울골목디자인 프로젝트	(재)서울디자인재단 시민디자인연구소
경관개선사업	서울특별시 공공디자인과 경관사업팀
경관협정사업	
마을정자나무 가꾸기	(재)서울디자인재단 시민서비스디자인센터
서울형 시각정보체계 연구	(재)서울디자인재단 시민디자인연구소
동대문 지역문화 인포그래픽	
공공시설물 표준형디자인 개발	서울특별시 공공디자인과 시설물디자인팀
간판이 아름다운 거리 조성	서울특별시 공공디자인과 광고물정비팀
친환경 스마트조명도시 구축	서울특별시 공공디자인과 도시빛정책팀
서울시 좋은빛상 시상	
좋은 빛환경 조성 시범사업	

소통	
디자인이.서울을.위해.무엇을.할.수.있을까?	(재)서울디자인재단 정보팀
DDP시민소통프로그램 봄장	(재)서울디자인재단 DDP협력본부 고객지원팀
디자인공감에세이	(재)서울디자인재단 시민디자인연구소
공공시설물 디자인 시민공모전	서울특별시 공공디자인과 공공디자인정책팀
서울시 좋은간판 공모전	서울특별시 공공디자인과 광고물정비팀
서울시민디자인위원회	서울특별시 공공디자인과 공공디자인정책팀
디자인서울 모니터링	
유네스코 디자인 창의도시 서울	(재)서울디자인재단 시민디자인연구소
글로벌디자인도시협의체	
국제도시조명연맹 협력사업	서울특별시 공공디자인과 도시빛정책팀
서울 도시디자인 해외통신원	서울특별시 공공디자인과 공공디자인정책팀
디자인도시 해외리포트	(재)서울디자인재단 시민디자인연구소

인프라	
시민디자인 2020	(재)서울디자인재단 시민디자인연구소
시민디자인트렌드리포트	
DDP 구축 및 운영	(재)서울디자인재단 DDP경영단

* 담당부서명은 2013년 12월 기준

2013 서울디자인백서 각 장별 참고자료 목록

구분	주요 이슈	자료 제목	출처	발행년도
1장 서울디자인 개관		2013 문화관광디자인본부 업무계획	서울시	2013
		2013 시정운영계획	서울시	2013
		2030 서울도시기본계획안	서울시	2013
		2030 서울플랜	서울시	2013
		경영인프라 고도화 연구 보고서	서울디자인재단	2013
		2013년 경영실적보고서	서울디자인재단	2013
2장 서울디자인과 경제	이슈1. 전통 제조업 약화 및 소상공인 영세성 지속	제2 한강의 기적 창조경제	이민화, 차두원	2013
		서울시 우리 동네 특화업종 생태계 연구	서울연구원	2012
		서울 소재 전통시장의 활성화 방안	서울연구원	2012
		서울경제 2013 5월호(전통시장)	서울연구원	2013
		소상공인 질적 지원을 통한 경제 활성화	서울연구원	2013
	이슈2. 서울경제 내실화 및 고용 안정성 확보 필요	서울경제 2013 11월호(지식기반 제조업)	서울연구원	2013
		서울경제 2013 12월호(지식기반 제조업)	서울연구원	2013
		서울경제 2014 1월호(의류제조업의 실태와 정책방향)	서울연구원	2014
		서울경제 일자리 창출의 동력, 창조산업의 전략적 육성	서울연구원	2012
		4/4분기 서울경제 여건 및 2014년 경제 전망	서울연구원	2013
	이슈3. 서울시 관광 활성화를 위한 고유상품 개발 필요	서울시 청년창업의 실태와 정책 개선방안	서울연구원	2013
		서울시 노동시장 분석과 노동복지정책 제언	서울연구원	2014
		시민이 함께 만들고 누리는 공예도시 서울	서울디자인재단	2013
		서울 전통기능의 가치를 높이는 디자인혁신 연구	서울디자인재단	2013
		2012 외래관광객 실태조사	한국문화관광연구원	2013
3장 서울디자인과 사회·문화	이슈1. 저출산·고령화로 인한 사회 복지영역 확대 요구	초고령 사회 서울, 어떻게 대처할 것인가1	서울연구원	2011
		초고령 사회 서울, 어떻게 대처할 것인가2	서울연구원	2011
		서울노인의 경제, 사회적 결핍 실태와 노인복지정책의 발전방향	서울연구원	2014
	이슈2. 범죄율 증가로 인한 도시 안정성 저하	생활안전을 위한 도시환경 개선전략	서울연구원	2012
		서울의 범죄위험지역 분석 및 안전증진방안 연구	서울연구원	2013
		주민참여형 안전마을 만들기	서울연구원	2013
		서울의 범죄발생 특성과 안심도시 추진방안	서울연구원	2014
	이슈3. 시민의 문화 수요 및 창작욕구 증가	창조경제: 아이디어와 다양성이 만들어내는 전혀 다른 미래	존 호킨스	2013
		서울의 새로운 문화정책 의제 발굴을 위한 연구	서울연구원	2012
		창조산업 집적현황과 지역연계전략	국토연구원	2013
	이슈4. 도시자원과 연계된 관광콘텐츠 개발 필요	서울시 도보관광 활성화 방안 수립	서울연구원	2012
		서울관광 질적 내실화 방안	서울연구원	2013
		서울시 스토리텔링 관광자원 마케팅 전략 연구	서울연구원	2014
4장 서울디자인과 환경	이슈1. 도심 시가지의 집단적 노후화 진행	도시 어메니티와 생태: 이와나미 강좌	우에타 가즈히로	2013
		욕망을 디자인하라: 디자인은 어떻게 혁신을 창조하는가	정경원	2013
		경관 자가점검제도를 통한 서울시의 경관관리 전략	서울연구원	2011
		해피하우스 시범사업 사례분석을 통한 주거지재생 방안 연구	서울연구원	2012
		경관법 재정에 따른 서울시 경관정책의 개선전략	서울연구원	2014
	이슈2. 과도한 에너지 소비로 인한 도시 공해 증가	2030 에너지전쟁: 과거에서 미래까지 에너지는 세계를 어떻게 바꾸는가	대니얼 예긴	2013
		서울과 동경의 저탄소 도시관리체계 비교	서울연구원	2013
		서울시 가정용 전력소비의 변화요인과 저감방안	서울연구원	2013
		원전하나줄이기 2012	서울시	2012
		원전하나줄이기 종합대책	서울시	2012
		서울시 빛공해환경영향평가 용역 종합보고서	서울시	2014
5장 서울디자인과 소통		디자인도시 해외리포트 2013	서울디자인재단	2013
6장 서울디자인 인프라		DDP 디자인구축사업 아카이브구축연구 보고서	서울디자인재단	2014
부록		2014 서울디자인서베이	서울디자인재단	2014

2013 서울디자인백서

발행일
2014년 12월

발행인
백종원

발행처
(재)서울디자인재단
서울시 종로구 율곡로 283 서울디자인지원센터 7, 8, 9층
www.seouldesign.or.kr

주관
(재)서울디자인재단
안상수 이사장
백종원 대표이사
유길준 경영단장

기획
(재)서울디자인재단 시민디자인연구소
강병길 소장
신윤재 팀장
임덕환 주임, 박고은 연구원, 박아연 연구원
이상묵 수석, 엄아영 선임, 강지혜 선임, 이효원 주임
박재은 책임, 김정아 선임, 장혜진 주임

집필진
임덕환 주임, 박고은 연구원, 박아연 연구원

자문위원
강현주 인하대학교 시각정보디자인전공 교수
김상규 서울과학기술대학교 디자인학과 교수
허보윤 서울대학교 디자인학부 교수
강성오 서울시 디자인정책과 디자인행정팀장
장영호 서울시 공공디자인과 시설물디자인팀장

자료협조
서울특별시, (재)서울디자인재단 각 사업 담당자

교정·교열
조지선 연구원

디자인
medium

인쇄처
예영사

ⓒ2013 (재)서울디자인재단
ISBN 978-89-98664-32-9
ISBN 978-89-98664-04-6 (세트)

2013 서울디자인백서

1장 서울디자인 개관
2장 서울디자인과 경제
3장 서울디자인과 사회·문화
4장 서울디자인과 환경
5장 서울디자인 소통
6장 서울디자인 인프라

Seoul
Design Report
2013. 01. 01 –
2013. 12. 31

비매품
04600
9 788998 664329
ISBN 978-89-98664-32-9
ISBN 978-89-98664-04-6 (세트)