2017
서울 디자인
백서 2015-2017

—

Seoul Design Report 2015-2017

서울특별시 서울디자인재단

2015-2017
서울 디자인
백서

연구진

기획 **서울디자인재단**
박삼철 서울디자인연구소 소장
신윤재 시민디자인연구센터 센터장
강지혜 시민디자인연구센터 선임
이혜민 시민디자인연구센터 선임
장희원 시민디자인연구센터 선임
최시은 시민디자인연구센터 선임

업무지원 **김아현** 시민디자인연구센터 선임
김진래 시민디자인연구센터 선임
이슬예리 시민디자인연구센터 선임
조혜리 시민디자인연구센터 선임

집필진 **문은정** 디커넥트랩 대표
전민정 디커넥트랩 공동연구원

자문위원 **강현주** 인하대학교 디자인융합학과 교수
(가나다순) **김재범** 성균관대학교 경영대학 글로벌경영학과 교수
박인석 한국예술종합학교 미술원장
변미리 서울연구원 글로벌미래연구센터장
서우석 서울시립대학교 도시사회학과 교수
이경돈 신구대학교 실내건축전공 교수

자료협조 서울특별시, (재)서울디자인재단 각 사업 담당자

교정·검수 강지혜 선임, 이혜민 선임, 황운순

CONTENTS

1장. 서울디자인정책

비전과 전략

서울시 디자인 정책 비전 12

서울디자인재단 비전 14

조직과 예산

서울시 문화본부 조직 16

서울시 문화본부 예산 19

서울디자인재단 조직 22

서울디자인재단 예산 26

제도

유니버설디자인 28

사회문제해결디자인 29

공공미술 30

도시디자인 31

2장. 경제·산업

주요 배경 34

패션산업

서울패션위크 · 트레이드쇼 36

Seoul´s 10Soul 40

DDM스퀘어 42

패션창작스튜디오 44

패션지원센터 48

DDP드림랩 50

디자인산업

서울디자인위크 52

베이징디자인위크_게스트시티 SEOUL 56

메종 & 오브제 58

서울상징 관광기념품 공모전 60

DDP브랜드상품 개발 62

공예산업

생활의 발견 · 공예프리마켓 64

포슬린 페인팅 전시회 68

서울국제핸드메이드페어 70

서울공예클러스터 72

공예테마관광 활성화 74

서울공예상 공모전 76

주요 성과 78

3장. 사회·문화

주요 배경 82

서비스디자인

도심공공 안전안심 디자인 86

찾아가는 동주민센터 공간개선 90

지하철역사 정보안내체계 디자인 가이드라인 94

을지로, 라이트웨이 96

동대문, 스타일 페스타 99

'동(洞)' 지역 문제해결을 위한 서울디자인컨설턴트 101

유니버설디자인

유니버설디자인 통합 가이드라인 104

복지시설 컨설팅 105

공공 공간 106

초등학교 인성 · 창의교육 108

유니버설디자인 박람회 · 세미나 110

사회문제해결디자인

범죄예방 디자인 112

학교폭력 예방 114

학교환경개선 116

인지건강 디자인 118

어르신 생활디자인 120

주요 성과 122

4장. 환경

주요 배경 126

공공디자인

도시디자인위원회 128

서울우수공공디자인 인증제 129

서울디자인클리닉 130

공공시설물 표준형디자인 개발 132

공공디자인 공모전 134

서울도시건축비엔날레

서울도시건축비엔날레 홍보 및 국제교류 136

서울도시건축비엔날레 전시 138

공공미술

제도적 기반조성 142

지역연계 프로젝트 145

시민참여 프로젝트 147

공공미술작품 설치 150

도심제조지역 공공미술 프로젝트 153

박수근~백남준家 안내를 위한 환경디자인 155

주요 성과 158

5장. 소통

주요 배경 162

협력
도시 164
기관 167
컨데나스트 센터 × DDP 워크숍 169
하우스비전_서울 170
브랜드 개선 171
DDP 인스타그램 사진전 172

연구
시민디자인연구 174
스마트 모빌리티 178
디자인출판 181

주요 성과 183

6장. 인프라

주요 배경 186

DDP
디자인놀이터 188
DDP CAMPUS 190
간송문화전 195
DDP 기획 · 협력 전시 197
오픈 큐레이팅 202
영 디자이너 챌린지 205
DDP 동대문 축제 207
DDP FESTA 208
서울밤도깨비야시장@DDP 210

서울새활용플라자
서울새활용플라자 212
서울새활용플라자 운영 215

주요 성과 218

참고문헌 220

2015 – 2017 서울디자인백서 그림 목차

[그림 1-1] 서울시 민선 6시 핵심 키워드 12
[그림 1-2] 서울디자인재단 비전 14
[그림 1-3] 서울시 문화본부 조직도 16
[그림 1-4] 서울시 도시공간 개선단 조직도 18
[그림 1-5] 서울시 디자인 담당 본부의 조직변화 18
[그림 1-6] 서울디자인재단 연혁 22
[그림 1-7] 서울디자인재단 조직도 23

[그림 2-1] 서울패션위크 행사 사진 39
[그림 2-2] 10Soul 디자이너 사진 41
[그림 2-3] 전시참가 사진 43
[그림 2-4] 패션창작스튜디오 46
[그림 2-5] DDP드림랩 공간구성 사진 50
[그림 2-6] 미남미녀프로젝트 교육 사진 51
[그림 2-7] 2016, 2017 서울디자인위크 포스터 53
[그림 2-8] 서울디자인위크 행사 사진 55
[그림 2-9] 2016 베이징디자인위크_게스트시티 SEOUL 참가 사진 57
[그림 2-10] 2016 메종&오브제 참가 사진 59
[그림 2-11] 서울상징 관광기념품 공모전 시상식 61
[그림 2-12] 2016 공예프리마켓 현장 사진 66
[그림 2-13] 공예박람회 사진 67
[그림 2-14] 2017 포슬린 페인팅 전시회 사진 69
[그림 2-15] 서울국제핸드메이드페어 사진 71
[그림 2-16] 북촌공예원, 마포공예지원센터 사진 73
[그림 2-17] 2016년 서울공예지도 인덱스북 75
[그림 2-18] 2016년 서울공예지도 75
[그림 2-19] 서울공예상 공모전 시상식 77

[그림 3-1] 2017 서울디자인컨설턴트 사업 85
[그림 3-2] 세부사업별 주요 사진 89
[그림 3-3] 대표 동주민센터 공간개선 91
[그림 3-4] 연희동 주민센터 컵카페 93
[그림 3-5] 왕십리역·연신내역 적용 전후 사진, 가이드라인 책 표지 95
[그림 3-6] Running together, 리플렛 96
[그림 3-7] 올룩스BI, 주제 조명, 서치라이트쇼, 포스터 97
[그림 3-8] 메인 조명, By 을지로 대표제품 98
[그림 3-9] 동대문, 스타일 페스타 포스터·행사사진 99
[그림 3-10] 동대문, 스타일 페스타 행사사진 100
[그림 3-11] 필동 서애대학문화거리 조성 (중구청 시장경제과) 102
[그림 3-12] 상일미디어고 옹벽개선사업 (강동구청 도시디자인과) 102
[그림 3-13] 유니버설디자인 통합 가이드라인 표지, 체크리스트 내지 104
[그림 3-14] 락희거리, 행촌이음길 107
[그림 3-15] 한내마실터, 성동구 보건소 107
[그림 3-16] 유니버설디자인 체험을 통한 인성, 창의교육 포스터 109
[그림 3-17] 유니버설디자인 국제세미나 및 전시회 포스터 111
[그림 3-18] 금천구 가산동 적용 전후 113
[그림 3-19] 방학중학교 PLAY@방학 115
[그림 3-20] '색깔있는 학교 만들기' 가이드라인 117
[그림 3-21] 영등포구 신길4동 기억 키움 7 119
[그림 3-22] 인지건강 생활환경 가이드북 3종 121

[그림 4-1] 디자인클리닉 제품 및 컨설팅 131
[그림 4-2] 2015, 2016, 2017 공공디자인 공모전 포스터 135
[그림 4-3] 2017 서울도시건축비엔날레 141
[그림 4-4] 서울은 미술관' 국제 컨퍼런스 행사사진 144
[그림 4-5] 서울로 미디어캔버스 설치사진 145
[그림 4-6] 퍼블릭 아트갠버스 146
[그림 4-7] 시민발굴단 활동사진 147
[그림 4-8] 타불라라사, 서울랜드/ 김한솔·조혜연(4242), 서울 흐르기/ 둘셋, 불완전한 교차 / 3분1초, 이상한 악보 #1~5 149
[그림 4-9] 윤슬 150
[그림 4-10] 시민의 목소리 151
[그림 4-11] #Here US 152
[그림 4-12] 도심제조지역 공공미술 프로젝트 개요 153
[그림 4-13] 박수근~백남준家 안내를 위한 환경디자인 사업 안내지도 156
[그림 4-14] 텔레-비전,스테이션 156
[그림 4-15] 아트워크 : 기억 157
[그림 4-16] 그의 흔적 157

[그림 5-1] 유네스코 디자인 창의도시 서울 국제세미나 165
[그림 5-2] 2015년 GDCO 총회 166
[그림 5-3] MOU 체결 168
[그림 5-4] 컨데나스트 워크쇼1 169
[그림 5-5] 서울디자인재단 기본 CI, 어플리케이션 171
[그림 5-6] 대상 박인호(@ondisplay) 172
[그림 5-7] 최우수상 김양수(@kim_yang_soo) 173
[그림 5-8] 최우수상 Ben Lau(@LKKBen) 173
[그림 5-9] DDP 인스타그램 사진전 전시 현장 173
[그림 5-10] 서울지하철 교통약자의 환승 이동성을 위한 유니버설디자인 연구/ 푸드트럭 디자인 개발 연구 / 시민디자인연구단 177
[그림 5-11] 출판도서 표지 182

[그림 6-1] DDP 둘레길, 둘레길쉼터 전시·기획 운영, DDP 디자인전시관 글로벌 협력전시 187
[그림 6-2] 브릴리언트 키즈 모터쇼, 디키디키 189
[그림 6-3] DDP CAMPUS 구성 193
[그림 6-4] 바람을그리다 신윤복·정선 196
[그림 6-5] 훈민정음과 난중일기 196
[그림 6-6] 김영원 조각전 '나-미래로' / 내안의 김광석 201
[그림 6-7] 2015 주요전시 사진 204
[그림 6-8] 2016 주요전시 사진 204
[그림 6-9] 2017 주요전시 사진 204
[그림 6-10] 2017 영디자이너 챌린지 206
[그림 6-11] DDP 동대문 축제 207
[그림 6-12] 페스타별 대표 사진 209
[그림 6-13] 서울밤도깨비야시장@DDP 211
[그림 6-14] 서울새활용플라자 비전 212
[그림 6-15] 서울새활용플라자 시설 213
[그림 6-16] 서울새활용플라자 개관식, 전경, 비전선언, 마켓, 컨퍼런스 215
[그림 6-17] 서울새활용플라자 교육 사진 216

2015 – 2017 서울디자인백서
표 목차

[표 1-1] 서울디자인 정책 흐름 13
[표 1-2] 2020 서울시 디자인정책 비전 및 추진전략 14
[표 1-3] 2017 서울디자인재단 비전 및 전략체계 15
[표 1-4] 2017 서울시 디자인정책과 부서 및 주요업무 17
[표 1-5] 서울시 디자인정책과 세출예산 19
[표 1-6] 서울시 도시공간개선단(공공디자인수준 향상정책) 세출예산 21
[표 1-7] 2017 서울디자인재단 부서 및 주요업무 24
[표 1-8] 2015 ~ 2017 서울디자인재단 예산 27
[표 1-9] 서울특별시 유니버설디자인 도시조성 조례 주요내용 28
[표 1-10] 서울특별시 사회문제해결디자인 조례 주요내용 29
[표 1-11] 서울특별시 공공미술의 설치 및 관리에 관한 조례 주요내용 30
[표 1-12] 서울특별시 도시디자인 조례 개정내용(2016년 1월7일 일부개정) 31
[표 1-13] 서울특별시 도시디자인 조례 개정연혁(2015년 이후) 31

[표 2-1] 서울패션위크 개요 36
[표 2-2] 서울패션위크 주요행사 37
[표 2-3] 2015-2017 서울패션위크 시사점 및 개선사항 38
[표 2-4] 서울패션위크 및 트레이드쇼의 주요성과 39
[표 2-5] Seoul's 10Soul 40
[표 2-6] Seoul's 10Soul 선발 브랜드 40
[표 2-7] Seoul's 10Soul 주요성과 41
[표 2-8] DDM스퀘어 개요 42
[표 2-9] DDM스퀘어 주요성과 43
[표 2-10] 서울패션창작스튜디오 개요 44
[표 2-11] 서울패션창작스튜디오 지원 프로그램 44
[표 2-12] 서울패션창작스튜디오 주요 성과 45
[표 2-13] 2017년 패션지원센터 개요 48
[표 2-14] 2017년 거점별 패션지원센터 특성화 49
[표 2-15] 2017년 거점별 패션지원센터 주요 성과_공통사업 49
[표 2-16] 2017년 거점별 패션지원센터 주요 성과_특화사업 49
[표 2-17] DDP드림랩 개요 50
[표 2-18] 청년제작자 양성 프로그램, '미남미녀프로젝트' 51
[표 2-19] DDP드림랩 주요성과 51
[표 2-20] 서울디자인위크 개요 52
[표 2-21] 2017 서울디자인위크 주요 프로그램 및 성과 53
[표 2-22] 서울디자인위크 주요 성과 55
[표 2-23] 2016 베이징디자인위크_게스트시티 SEOUL 개요 56
[표 2-24] 2016 베이징디자인위크_게스트시티 SEOUL 프로그램 56
[표 2-25] 2016 베이징디자인위크_게스트시티 SEOUL 주요 성과 57
[표 2-26] 메종 & 오브제 개요 58
[표 2-27] 메종 & 오브제 주요 성과 58
[표 2-28] 서울상징 관광기념품 공모전 개요 60
[표 2-29] 서울상징 관광기념품 공모전 주요 절차 60
[표 2-30] 서울상징 관광기념품 공모전 작품접수 및 선정결과 61
[표 2-31] 서울상징 관광기념품 공모전 주요 수상지원 내역 61
[표 2-32] DDP브랜드상품 목록 62
[표 2-33] DDP 스토어 운영 현황 63
[표 2-34] 공예박람회 개요 64
[표 2-35] 공예프리마켓 개요 64
[표 2-36] 2016년 공예프리마켓 추진내용 65
[표 2-37] 공예박람회 주요 성과 67
[표 2-38] 공예프리마켓 주요 성과 67
[표 2-39] 2017 포슬린 페인팅 전시회 개요 68
[표 2-40] 2017 포슬린 페인팅 전시회 공간구성 69
[표 2-41] 2017 포슬린 페인팅 전시회 주요 성과 69
[표 2-42] 서울국제핸드메이드페어 개요 70
[표 2-43] 서울국제핸드메이드페어 전시구성 71
[표 2-44] 서울국제핸드메이드페어 주요 성과 71
[표 2-45] 서울공예클러스터 개요 72
[표 2-46] 2017년 서울공예클러스터 주요 지원 프로그램 73
[표 2-47] 서울공예클러스터 주요 성과 73
[표 2-48] 2016년 공예테마관광 활성화 사업 개요 74
[표 2-49] 2016년 공예테마관광 활성화 사업 성과 75
[표 2-50] 서울공예상 공모전 추진 개요 76
[표 2-51] 서울공예상 공모전 수상자 사후지원 76
[표 2-52] 서울공예상 공모전 작품접수 및 선정결과 77
[표 2-53] 서울공예상 공모전 수상자 77

[표 3-1] 도심공공 안전안심 디자인 개요 89
[표 3-2] 75개 동주민센터 공간개선 세부 내용 91
[표 3-3] 찾아가는 동주민센터 공간개선 개요 92
[표 3-4] 지하철역사 정보안내체계 디자인 가이드라인 개요 95
[표 3-5] 을지로, 라이트웨이 개요 98
[표 3-6] 동대문, 스타일 페스타 개요 100
[표 3-7] '동(洞)' 지역 문제해결을 위한 서울디자인컨설턴트 2016년 세부사업 101
[표 3-8] '동(洞)' 지역 문제해결을 위한 서울디자인컨설턴트 개요 103
[표 3-9] 유니버설디자인 통합 가이드라인 개요 104
[표 3-10] 복지시설 컨설팅 개요 105
[표 3-11] 공공 공간 유니버설디자인 적용 개요 107
[표 3-12] 초등학교 인성·창의교육 개요 109
[표 3-13] 유니버설디자인 박람회 · 세미나 개요 111
[표 3-14] 범죄예방 디자인 개요 113
[표 3-15] 학교폭력 예방 디자인 개요 115
[표 3-16] 학교환경개선 컬러컨설팅 개요 117
[표 3-17] 인지건강 디자인 개요 119
[표 3-18] 어르신 생활디자인 개요 121

[표 4-1] 2017년 도시디자인위원회 분야별 위원 128
[표 4-2] 도시디자인위원회 추진 실적 128
[표 4-3] 서울우수공공디자인 인증제 개요 129
[표 4-4] 서울우수공공디자인 인증제 추진실적 129
[표 4-5] 서울디자인클리닉 사업 개요 130
[표 4-6] 서울디자인클리닉 주여 성과 131
[표 4-7] 공공시설물 표준형 디자인 개발사업 개요 132
[표 4-8] 2016년 공사용 안전시설물 유형별 개발내용 132
[표 4-9] 공공디자인 공모전 개요 134
[표 4-10] 공공디자인 공모전 수상작 개요 135
[표 4-11] 서울도시건축비엔날레 홍보 및 국제교류 사업 개요 136
[표 4-12] 국내외 자체기획 행사 및 연계 행사 개요 137
[표 4-13] 2017 서울도시건축비엔날레 사업 개요 138
[표 4-14] 2017 서울도시건축비엔날레 프로그램 139
[표 4-15] 2017 서울도시건축비엔날레 관람객 수 140
[표 4-16] 서울시 공공미술 자문회의 운영현황(2016.07.~2017.04.) 142
[표 4-17] 서울은 미술관' 국제 컨퍼런스 개요 143
[표 4-18] 서울로 미디어캔버스 개요 145
[표 4-19] 청파로 퍼블릭 아트캔버스 개요 146
[표 4-20] 시민이 찾은 길 위의 예술 개요 147
[표 4-21] 공공미술축제 '퍼블릭 x 퍼블릭' 개요 148
[표 4-22] 2017 서울 아트스테이션 개요 148
[표 4-23] 공공미술작품 〈윤슬:서울을 비추는 만리동〉 개요 150
[표 4-24] 공공미술 프로젝트 '오늘' 개요 151
[표 4-25] 공공미술 프로젝트 '단 한 곳, 단 한 점' 개요 151
[표 4-26] 도심제조지역 공공미술 프로젝트 개요 153
[표 4-27] 도시창조랩운영 개요 154
[표 4-28] 아트워크 프로젝트 개요 154
[표 4-29] 박수근~백남준家 안내를 위한 환경디자인 사업 개요 155
[표 4-30] 박수근~백남준家 아트워크 개요 156

[표 5-1] 유네스코 창의도시 네트워크 활동 개요 165
[표 5-2] 20015~2017 해외 MOU 체결 현황 167
[표 5-3] 컨데나스트 × DDP, 하우스비전_서울 개요 170
[표 5-4] 2015 시민디자인연구 내용 174
[표 5-5] 2016 시민디자인연구 내용 175
[표 5-6] 2017 시민디자인연구 내용 176
[표 5-7] 2015~2017 시민디자인 기반연구 내용 177
[표 5-8] 2015 스마트 모빌리티 연구 내용 178
[표 5-9] 2016 스마트 모빌리티 연구 내용 179
[표 5-10] 2017 스마트 모빌리티 연구 내용 179
[표 5-11] 서울 스마트 모빌리티 디자인 비전 180
[표 5-12] 2016~17 스마트 모빌리티 국제 컨퍼런스 개요 180
[표 5-13] 디자인출판 도서 내용 181

[표 6-1] 디자인놀이터 개요 189
[표 6-2] 2015 교육 프로그램 개요 191
[표 6-3] 2015 DDP 창조스쿨 '디자인 톡톡, 열정에 답하다' 내용 191
[표 6-4] 2016 DDP 교육 프로그램 개요 192
[표 6-5] DDP 포럼 개요 192
[표 6-6] 2017 DDP 교육 프로그램 개요 194
[표 6-7] 청소년 멘토링 세미나 개요 194
[표 6-8] DDP CAMPUS 개요 194
[표 6-9] 간송문화전 내용 196
[표 6-10] 2015~2016 기획·협력 전시 개요 199
[표 6-11] 2017 기획·협력 전시 개요 200
[표 6-12] 2015 오픈 큐레이팅 내용 202
[표 6-13] 2016 오픈 큐레이팅 내용 203
[표 6-14] 2017 오픈 큐레이팅 내용 203
[표 6-15] 오픈 큐레이팅 개요 203
[표 6-16] 영디자이너 챌린지 개요 206
[표 6-17] DDP FESTA 내용 209
[표 6-18] 서울밤도깨비야시장@DDP 개요 211
[표 6-19] 서울새활용플라자 구축 과정 212
[표 6-20] 서울새활용플라자 공간 개요 213
[표 6-21] 서울새활용플라자 교육 프로그램 내용 216
[표 6-22] 서울새활용플라자 협력 내용 216
[표 6-23] 서울새활용플라자 입주공방 217

1장. 서울디자인정책

비전과 전략

서울시 디자인 정책 비전 12

서울디자인재단 비전 14

조직과 예산

서울시 문화본부 조직 16

서울시 문화본부 예산 19

서울디자인재단 조직 22

서울디자인재단 예산 26

제도

유니버설디자인 28

사회문제해결디자인 29

공공미술 30

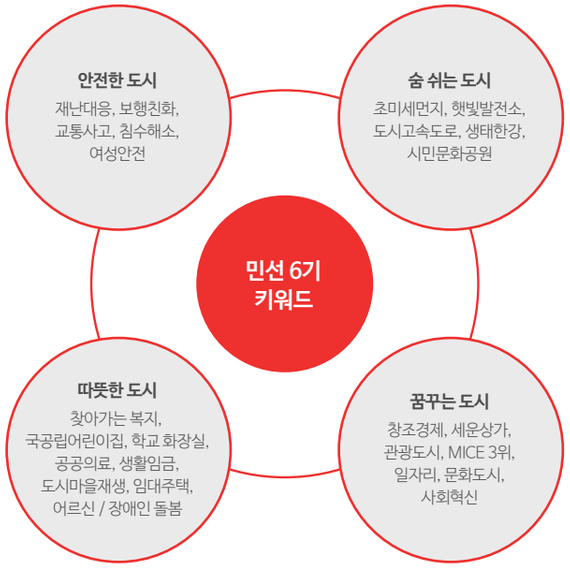
도시디자인 31

비전과 전략

서울시 디자인 정책 비전

2014년 7월 민선 6기(2014~2018년)가 시작됨에 따라 서울시는 현재 '사람이 중심인 서울, 시민이 행복한 서울'이라는 비전 아래 서울시 4개년 계획을 시행 중이다. 서울시는 민선 6기가 완료되는 2018년까지 4대 목표인 안전한 도시, 따뜻한 도시, 꿈꾸는 도시, 숨 쉬는 도시를 실현하기 위한 13대 분야, 165개 과제를 선정해 4대 시정목표별 핵심과제 25개를 추진하고 있다.

[그림 1-1]
서울시 민선 6기 핵심 키워드



이러한 민선 6기 서울시 정책을 바탕으로 서울디자인 정책은 2014년 이래 '시민 중심의 지속 가능한 디자인'을 비전으로 '서울디자인 4기'를 진행하고 있다. 디자인 정책의 기반을 마련한 1기(2007~2009), 디자인을 통해 서울시의 국제적 위상을 강화한 2기(2009~2001), 시민참여 디자인의 기반을 마련한 3기(2011~2014)에 이어[1] 서울시는 '소통'과 '시민중심'이라는 키워드로 '지속 가능성'에 중점을 맞춰 공공 디자인, 범죄예방 디자인 및 유니버설디자인 등 다양한 디자인 정책을 추진하고 있다.

1 서울디자인재단,
2016 서울디자인서베이, 2016, p.98.

[표 1-1]
서울디자인 정책 흐름[2]

2 서울디자인재단,
2013 서울디자인백서, 2014, p.12.

구분	서울디자인 제1기 (2007.05. ~ 2009.05.)	서울디자인 제2기 (2009.06. ~ 2011.10.)	서울디자인 제3기 (2011.11. ~ 2014.06.)	서울디자인 제4기 (2014.07. ~ 현재)
비전	하드시티에서 소프트시티로	시민고객을 배려하는 디자인	더불어 창조하는 문화도시 (시민과 함께 만들고 누리는 시민 디자인)	시민 중심의 지속 가능한 디자인
전략원칙	건설과 산업, 기능과 효율 → 문화와 디자인 중심	시민고객 우선 디자인 • 시민 중심 디자인 개선 • 디자인산업 육성	• 생활 디자인 • 커뮤니티 디자인	• 시민우선 디자인 • 비우는, 통합하는, 더불어 하는, 지속 가능한 디자인
대상 및 접근방법	• 도시(City) • 개선(Soft)	• 시민(Citizen) • 배려(Caring)	• 시민 삶의 질 • 참여와 소통	• 소통 • 신뢰
성과	디자인 정책 기반 마련	국제적 위상 강화	사회문제를 해결하는 시민 디자인 도입	시민문화권 보장

아울러 서울시 디자인 조직이 대폭 축소된 이후 새로운 디자인 수요 및 급변하는 사회환경에 대응하는 적시성 있는 정책의 추진이 어려워진 상황을 반영해 2017년 서울시는 중기 디자인 정책인 '2020 서울시 디자인 정책'을 수립했다. 2017년 1월 서울시와 서울디자인재단 합동 TF팀이 디자인 정책 수립과 관련해 참고자료 수집 및 분석을 실행한 뒤 분야별 외부 전문가 자문회의를 거쳐 수립된 '서울시 디자인 정책 4개년 계획'의 비전과 정책목표, 추진전략은 다음과 같다.

[표 1-2]
2020 서울시 디자인 정책 비전 및 추진전략

비전	시민의 삶이 편안해지는 디자인 도시, 서울			
정책 목표	디자인으로 편안해지는 안심하고 쾌적한 도시 조성	유니버설디자인으로 안전하고 편리한 도시환경 조성	기업의 디자인 경쟁력 강화 및 일자리 창출	시민이 만족하는 유효성 높은 정책의 개발·시행
추진 전략	디자인을 통해 다양한 사회문제 해결	UD 기반 조성 및 확산	도시경쟁력을 높이는 디자인산업 육성	디자인 거버넌스의 활용 고도화 및 확산·전파

비전과 전략

서울디자인재단 비전

서울디자인재단은 디자인을 통해 서울이 직면한 문제들을 해결함으로써 '안전한 도시', '따뜻한 도시', '꿈꾸는 도시', '숨 쉬는 도시'를 만들기 위한 비전과 전략체계를 수립했다.
2017년 서울디자인재단은 '사람이 중심인 디자인, 시민이 행복한 디자인, 서울의 품격을 높이는 디자인'이라는 비전 아래 'DDP 세계적 명소화 및 지역경제 활성화', '도시형 생활밀착 서비스디자인 기반강화', '디자인창조산업 생태계조성'이라는 전략방향을 세우고 세부 전략목표를 수립해 다양한 사업을 실행하고 있다.

[그림 1-2]
서울디자인재단 비전



[표 1-3]
2017 서울디자인재단
비전 및 전략체계

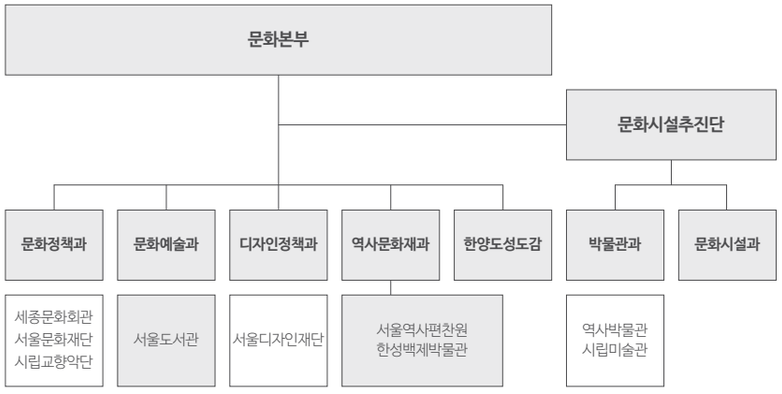
미션	디자인산업 육성 및 디자인문화 확산을 통한 서울 디자인 경쟁력 향상		
비전	사람이 중심인 디자인, 시민이 행복한 디자인, 서울의 품격을 높이는 디자인		
전략 방향	1. Test Bed & Action DDP 세계적 명소화 및 지역경제 활성화	2. R&D 도시형 생활밀착 서비스디자인 기반강화	3. Industry 디자인창조산업 생태계조성
고객	시민, 디자이너, 지역상인	시민	디자이너
전략 목표	① 디자인, 창조산업 콘텐츠 발신 및 지역상생 협력강화 ② 창조 비즈니스를 통한 교육산업 마케팅 강화 ③ 공간운영체계 및 서비스 고도화 ④ 안전안심 시설 서비스 및 정보 서비스 품질 강화	⑤ 삶의 질 향상을 위한 시민디자인연구 경쟁력 강화 ⑥ 사회문제 해결을 위한 시민생활 환경개선 ⑦ 디자인 서비스 사업 발굴 및 개발 ⑧ 서울도시건축비엔날레 기반 마련	⑨ 패션 인력 및 사업 연계를 통한 글로벌 경쟁력 강화 ⑩ 동대문패션상권 활성화를 통한 패션봉제업체 동반성장 ⑪ 공예디자인 산업 생태계 활성화 ⑫ 재단 글로벌 경쟁력 강화 및 국제협력 플랫폼 확대
조직	상생본부 운영본부	서울디자인연구소 서울도시건축비엔날레	패션문화본부 전략사업본부
거버넌스	디자인정책과	디자인정책과 도시공간개선단 25개 자치구	디자인정책과 문화융합경제과

조직과 예산 __ 서울시 문화본부 및 디자인관련 부서

서울시 문화본부 조직

서울시 문화본부는 1본부, 1추진단(문화시설추진단), 7과(문화정책과·문화예술과·디자인정책과·역사문화재과·한양도성도감·박물관과·문화시설과), 3개 사업소(서울도서관·서울역사편찬원·한성백제박물관)로 구성되어 있다. 서울디자인재단이 소속된 디자인정책과는 디자인기획팀, 공공미술사업팀, 공공미술관리팀, 디자인개발팀으로 구성돼 있으며, 디자인정책 총괄기획, 유니버설디자인 통합 가이드라인 개발 및 공공미술 프로젝트 추진과 동대문디자인플라자의 관리 운영 등 다양한 디자인 사업을 추진하고 있다.

[그림 1-3]
서울시 문화본부 조직도



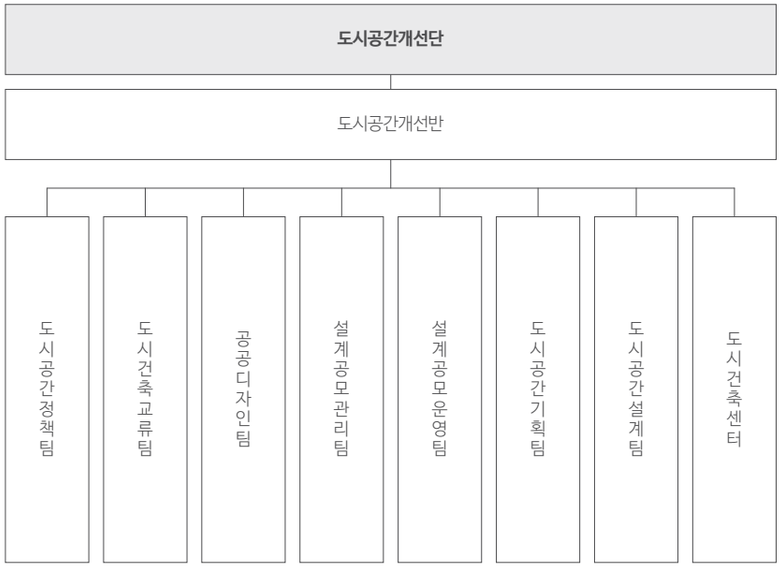
[표 1-4]
2017 서울시 디자인정책과 부서 및 주요업무

조직 및 업무내용

부서명	역할 및 기능	
디자인기획팀	• 디자인 정책방향 설정 및 사업계획 수립·시행 • 서울디자인재단 지도감독에 관한 사항 • 공예산업 활성화 • 공공디자인 분야 중소기업 디자인 혁신 및 마케팅 지원 • 지역 디자인 문제해결 전문 디자인 스튜디오 육성 • 유니버설디자인 통합 가이드라인 개발 및 확산, 평가체계 구축, 인성·창의교육 • 유니버설디자인 정책현황 분석 및 사업 발굴	• 디자인 공예산업 육성 업무 • DDP 운영에 관한 사항 • 청년 공공디자이너 육성 • 복지시설 등 유니버설디자인 컨설팅 사업 • 공공 공간 유니버설디자인 적용 사업 • 유니버설디자인 전시회 및 국제 세미나 개최
공공미술사업팀	• 공공미술 관련정책 수립 • 공공미술위원회 등 전문가 자문체계 운영 • 생활권 연계 지역단위 공공미술사업 추진 • 도시공간 활용 공공미술 이벤트 추진 • 대학 연계 공공미술사업 추진 • 공공미술 국제 컨퍼런스 개최	• 공공미술 조례 등 제도 운영 및 개선 • 공공미술사업심의제도 운영 • 시민 향유 공공미술작품 설치 추진 • 공공미술 민관 협력사업 • 자치구 연계 공공미술사업 • 타부서 공공미술사업 컨설팅 등
공공미술관리팀	• 건축물 미술작품 심의위원회 운영 • 건축물 미술작품 공모대행제 운영 • 공공미술작품 실태조사 • 자치구 및 민간 공공미술작품 유지관리·지도감독 • 도시시설물 활용 공공미술 전시 추진 • 공공미술작품 활용 프로그램 개발·운영 • 공공미술 관련 주민참여 예산 사업 및 자치구 보조사업 관리 • 디자인 비영리법인 설립 등록 및 관리업무 등	• 건축물 미술작품 심의 및 사후관리 • 공공미술작품 유지관리 • 공공미술작품 좌대 없애기 • 시민참여 공공미술 프로그램 운영 • 해외 공공미술 교류업무 추진 • 동상·기념비·조형물 점검 및 관리감독 • 서울디자인재단 공공미술 업무관리
디자인개발팀	• 범죄예방 디자인 안전마을사업 • 디자인 톡톡쇼 운영 • 100세 시대 어르신 생활 디자인 사업 • 사회문제 해결을 위한 포럼 및 전시 • 학교환경개선 컬러컨설팅 사업 • 디자인 행정 서비스 및 자문 등	• 디자인거버넌스 기획·운영 • 인지건강 디자인, 스트레스프리 디자인 사업 • 학교폭력예방 디자인 사업 • 사회문제 해결을 위한 디자인 조례 제정 • 서울서체 개발 및 확산, 서울색 인증제 등

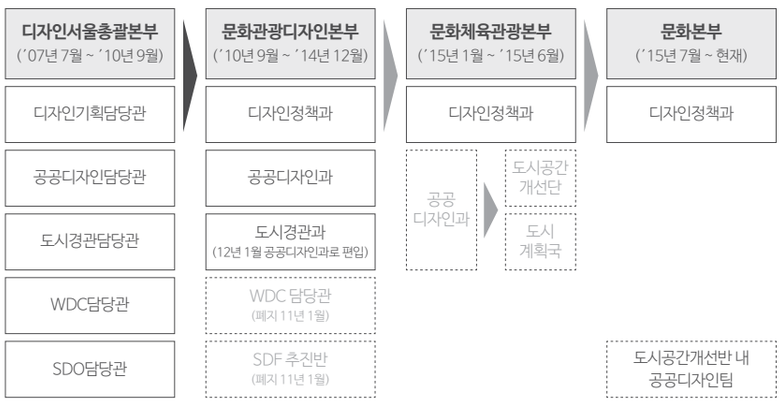
공공디자인 업무를 담당하고 있는 도시공간개선단은 2015년 1단 4팀(정책운영팀·공공시설디자인팀·연구1팀·연구2팀)으로 운영되었으나, 2016년 1단 1반 6팀(도시공간정책팀·도시건축교류팀·공공디자인팀·도시공간진흥팀·도시공간설계팀·도시건축센터)으로 조직을 개편했다. 이후 2017년에는 1단 1반 8팀(도시공간정책팀·도시건축교류팀·공공디자인팀·설계공모관리팀·설계공모운영팀·도시공간설계팀·도시공간기획팀·도시건축센터)으로 운영되었다. 도시공간개선단의 주요업무로는 도시건축 국내외 정책교류사업, 도시공간과 건축문화개선 실행전략 수립 및 서울시 공공건축가 운영 등이 있다. 공공디자인 관련 사업으로는 유니버설디자인 기본계획 수립, 공공시설물 디자인 발굴 및 표준화, 서울우수공공디자인 인증제 및 디자인서울 클리닉 등이 있다.

[그림 1-4]
2017 서울시 도시공간 개선단 조직도



2007년 7월 설치되었던 디자인서울총괄본부가 폐지·축소되면서 서울시 디자인 관련 기능이 3개 본부·국으로 분산, 이관되었다. 2014년 12월까지 문화관광디자인본부 산하에 있던 디자인정책과, 공공디자인과, 도시경관과는 2015년 공공디자인과의 업무가 행정2부시장 산하 도시공간개선단과 도시계획국으로 이관되면서 명칭도 문화체육관광본부로 변경되었다. 이후 2015년 7월 문화체육관광본부의 명칭이 문화본부로 변경되면서 서울시 주요 공공디자인 업무는 도시공간개선반 내 공공디자인팀에서 진행하고 있다.

[그림 1-5]
서울시 디자인 담당 본부의 조직변화



서울시 문화본부 예산

2017년 서울시 전체 예산은 29조 8,011억 원[3]이며, 문화본부는 전체 예산의 1.5%에 해당하는 4,406억 원[4]을 배정받았다. 이는 2016년의 4,387억 원[5]보다 약 18억 원이 증가한 금액이며, 서울시 전체 예산에서 차지하는 비율은 2016년 1.6% 대비 0.1% 감소했다.

문화본부 내에서 디자인 분야를 담당하는 디자인정책과의 예산을 살펴보면, 2015년 23,642,174천원, 2016년 32,713,196천원, 2017년 40,994,740천원을 배정받았다. 디자인정책과의 정책사업은 디자인 역량 강화를 목표로 하는 ‘SOFT 서울 기반구축’과 ‘사회문제 해

3 서울시,
2017년 세입·세출 총괄표,
2017, p.2.

4 서울시 문화본부,
2017년 문화본부 세출예산 총괄표,
2017, p.3.

5 서울시 문화본부,
2016년 문화본부 세출예산 총괄표,
2016, p.2.

[표 1-5]
서울시 디자인정책과 세출예산

단위 : 천원

사업명			2015	2016	2017	16년 대비 17년 증감액	증감률(%)
디자인정책과			**23,642,174**	**32,713,196**	**40,994,740**	**8,281,544**	**25.3**
정책사업		**디자인 역량 강화 추진**	**22,165,513**	**32,659,594**	**40,940,138**	**8,280,544**	**25.4**
단위사업 1		**SOFT 서울 기반구축 사업**	**18,132,223**	**26,814,904**	**34,848,138**	**8,033,234**	**30.0**
세부사업	1	재단법인 서울디자인재단 운영	17,987,223	23,541,399	30,563,388	7,021,989	29.8
	2	문화예술 분야 도시시설물 유지관리	101,500	150,005	641,250	491,245	327.5
	3	미술작품심의위원회 운영	43,500	43,500	43,500	-	0.0
	4	공공미술 프로젝트 추진	-	3,080,000	3,600,000	520,000	16.9
단위사업 2		**사회문제 해결을 위한 디자인 개발**	**4,033,290**	**3,522,690**	**4,268,990**	**746,300**	**21.2**
세부사업	1	유니버설디자인 종합 프로젝트	645,000	820,000	768,800	△51,200	△6.2
	2	100세 시대, 어르신 생활디자인	-	87,900	87,000	△900	△1.0
	3	범죄예방 디자인 사업(안전마을)	2,254,000	1,055,500	1,141,500	86,000	8.1
	4	학교폭력 예방 디자인	343,000	500,000	844,000	344,000	68.8
	5	인지건강 디자인	323,290	323,290	323,290	0	0.0
	6	학교환경 개선 컬러컨설팅	50,000	120,000	97,400	△22,600	△18.8
	7	2017년 디자인거버넌스 운영	287,000	520,000	505,000	△15,000	△2.9
	8	스트레스프리(Stress-Free) 디자인	-	96,000	396,000	300,000	312.5
	9	행정서비스 디자인	-	-	106,000	106,000	100.0
	10	스파이더 범죄 예방마을 확대 조성	35,000	-	-	-	-
	11	‘그린디자인 서울’ 브랜드 개발 및 시범운영	96,000	-	-	-	-

단위 : 천원

사업명			2015	2016	2017	16년 대비 17년 증감액	증감률(%)
주민참여사업 및 자치단체 자본보조			0	980,000	1,823,010	843,010	86.0
주민참여	1	연서지하보도 옆 옹벽 벽화사업	-	-	9,000	9,000	100.0
	2	희망의 벽화공원 조성	-	-	48,000	48,000	100.0
	3	어르신 친화거리 참여 프로그램 디자인	-	-	178,200	178,200	100.0
	4	어르신 문화활동 공간 및 프로그램 디자인	-	-	257,810	257,810	100.0
자치단체 자본보조	5	마포문화창작지원연구센터 설립 지원	-	-	480,000	480,000	100.0
	6	범죄예방 디자인 사업(안전마을)	-	980,000	850,000	△130,000	△13.3
행정운영경비			57,686	53,602	54,602	1,000	1.9
종료사업			811,575	1,342,000	-	△ 1,342,000	△100.0
종료사업	1	강서 100경 알리기 위한 담장벽화사업	-	25,000	-	△25,000	△100.0
	2	아름다운 풍경이 있는 벽화골목 조성	-	4,000	-	△4,000	△100.0
	3	경원선 방학역사 벽면 미관개선 사업	-	30,000	-	△30,000	△100.0
	4	성북동 집터 표지석 및 안내판 설치	-	150,000	-	△150,000	△100.0
	5	'상습 쓰레기 무단투기 골목 지역' 벽화 골목 조성사업	-	13,000	-	△13,000	△100.0
	6	옹벽 가로등을 이용한 명화 및 명시 전시장(거리) 만들기	-	20,000	-	△20,000	△100.0
	7	중구 여성이 안전한 마을 만들기 사업	-	230,000	-	△230,000	△100.0
	8	강북구 여성이 안전한 마을 만들기 사업	-	70,000	-	△70,000	△100.0
	9	성동구 안전하고 이야기 있는 골목길 만들기	-	300,000	-	△300,000	△100.0
	10	동작구 사당 3동 여성 안심마을 조성사업	-	300,000	-	△300,000	△100.0
	11	노원구 희망을 주세요! 안전하고 깨끗한 희망마을 만들기	-	50,000	-	△50,000	△100.0
	12	구로디지털단지 깔깔거리 조형물 설치	-	150,000	-	△150,000	△100.0
	13	한전 전력구 이전설치 공사부담금 납부	14,575	-	-	-	-
	14	공공미술 온라인 사이트 및 DB 구축	60,000	-	-	-	-
	15	동화관련 벽화조성(주민참여)	50,000	-	-	-	-
	16	외국인 관광지 벽화조성(주민참여)	5,000	-	-	-	-
	17	뉴타운해제지역 벽화거리조성(주민참여)	12,000	-	-	-	-
	18	중앙선 굴다리구간 벽화조성(주민참여)	30,000	-	-	-	-
	19	세계거리춤축제 상징 조형물 설치	300,000	-	-	-	-
	20	서울서체 유지·관리	90,000	-	-	-	-
	21	삼성동 안심골목길 조성사업(주민참여)	250,000	-	-	-	-

결을 위한 디자인 개발'로 분류할 수 있다. SOFT 서울 기반구축 사업에는 2017년 디자인정책과 전체 예산의 85%에 해당하는 34,848,138천원이 책정되었다. 이는 전체 예산에서 차지하는 비중이 76.7%였던 2015년보다 8.3% 증가한 것이고, 82%를 차지했던 2016년보다 3% 증가한 수치이다. '사회문제 해결을 위한 디자인 개발' 사업의 경우, 2015년에는 디자인정책과 전체 예산의 17.1%인 4,033,290천원이 책정되었으며 2016년에는 전체 예산의 10.8%인 3,522,690천원, 2017년에는 전체 예산의 10.4%인 4,268,990천원이 책정되었다.

공공디자인을 담당하는 도시공간개선단의 전체 예산을 살펴보면 2015년 1,586,757천원, 2016년 3,327,751천원, 2017년 10,940,123천원이 책정되었다. 2017년 예산이 2016년 대비 30.4% 증가했는데, 이는 2017년 서울도시건축비엔날레 개최와 관련해 전체 예산의 90.9%에 해당하는 '도시경관 개선사업'의 비중이 크게 증가한 것으로 해석할 수 있다. 공공디자인 수준향상정책 예산의 비중을 살펴보면 2015년 56.2%, 2016년 17.1%, 2017년 8.0%로 점차 감소한 것으로 나타났다. 공공디자인 수준 향상정책은 크게 '공공디자인 기준 적용'과 '공공디자인 선도 및 표준화' 사업으로 분류할 수 있다. 두 단위사업의 사업별 비중을 살펴보면, 공공디자인 기준 적용 사업은 2015년 공공디자인 수준 향상정책 전체 예산의 35.4%를 차지했고 2016년 15.6%, 2017년 48.2%를 차지했다. 공공디자인 선도 및 표준화 사업의 경우 2015년 공공디자인 수준향상 정책 전체 예산의 64.6%를 차지했으며 2016년 84.4%, 2017년 51.8%를 차지했다.

[표 1-6]
서울시 도시공간개선단 (공공디자인 수준 향상정책) 세출예산

단위 : 천원

사업명		2015	2016	2017
도시공간개선단		1,586,757	3,327,751	10,940,123
정책사업	공공디자인 수준 향상정책	891,036	569,879	870,741
공공디자인 기준 적용		315,036	88,879	419,741
서울시 도시디자인위원회 운영		135,036	88,879	119,741
서울특별시 유니버설디자인 기본계획 수립 연구용역		-	-	300,000
공공디자인 선도 및 표준화		576,000	481,000	451,000
공공시설물 디자인 발굴 및 표준화		270,000	275,000	265,000
서울우수공공디자인 인증제 및 서울디자인클리닉		206,000	206,000	186,000
행정운영경비		53,721	103,544	122,857

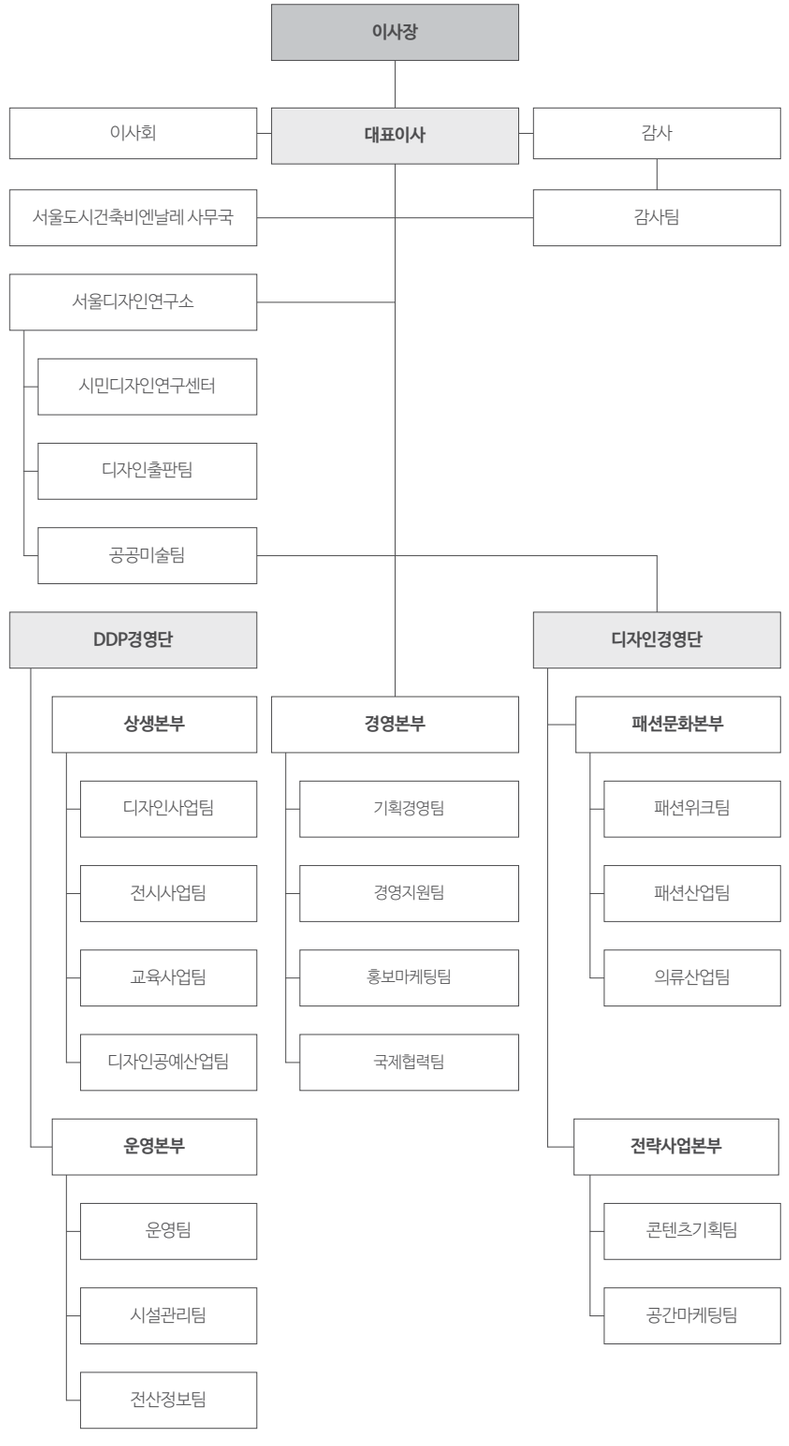
서울디자인재단 조직

서울디자인재단은 2014년 3월 DDP가 개관하면서 본격적인 DDP 운영체제로 전환되었다. 2014년 2단 3본부 1연구소 1센터에서 2015년 2단 5본부 1연구소 1사무국 체제로 변경되었고, 2017년 현재 2단 5본부 1사무국 19팀 1센터 체제로 운영되고 있다.

[그림 1-6] 서울디자인재단 연혁

일시	내용
2008. 09.	재단법인 서울디자인재단 설립 및 운영조례 제정
2008. 12.	법인 설립(초대 이사장 권영걸)
2009. 03.	재단 출범(초대 대표이사 심재진, 직원 32명)
2009. 10.	동대문역사문화공원 개장
2012. 01.	제2대 이사회 출범(이사장 안상수)
2012. 03.	제2대 대표이사 취임(대표이사 백종원)
2013. 11.	DDP 완공
2014. 03.	DDP 개관
2015. 01.	제3대 이사회 출범(이사장 안상수)
2015. 04.	제3대 대표이사 취임(대표이사 이근)

[그림 1-7] 2017 서울디자인재단 조직도



서울디자인재단은 크게 디자인경영단과 DDP경영단으로 분리 운영되고 있다. 디자인경영단은 패션사업을 담당하는 패션문화본부와 새활용플라자 운영준비본부의 역할을 수행하는 전략사업본부로 구성돼 있다. DDP경영단은 전시를 포함한 DDP 사업을 기획·운영하는 상생본부와 DDP 시설관리 및 운영을 담당하는 운영본부로 구성돼 있다. 각 팀의 역할과 주요업무 내용은 다음과 같다.

[표 1-7]
2017 서울디자인재단 부서 및 주요업무

부서명	역할 및 기능
경영본부	
기획경영팀	• 예산 편성 및 결산 • 경영평가 및 대표이사 성과계약 등 외부 평가관리 • 성과 평가 운영 • 시장·부시장·대표이사 요구사항 및 지시사항 • 조직관리(직제 및 정원) • 이사회운영 • 정보공개 • 교육 기획 및 운영 • DDP 운영정보관리 • 전시콘텐츠 운영위원회 기획 • 연간 사업계획 수립 및 사업관리 • 중장기 경영전략 수립 • 국회, 시의회, 서울시 주무부서 업무
경영본부 경영지원팀	• 인사관리 • 재단 규정 제·개정 • 계약, 구매 • 기부금심의위원회 운영 • 복무관리 • 업무분장 조정 및 관리 • 회계관리 및 수입내역관리 • 복리후생 및 사회공헌 • 자산관리 • 주요행사 운영
경영본부 홍보마케팅팀	• DDP 대관사업 운영 • 디자인놀이터 기획 및 운영 • 뉴미디어·시민소통채널 기획 및 운영 • 국내외 홍보 및 언론·매체 대응 • 방송 및 광고촬영 관리 • DDP 시민참여 행사 기획 및 운영
경영본부 국제협력팀	• 재단 국제협력 총괄지원 • 해외 문화예술기관·단체·기업 교류 및 협력 • 해외 협력 프로그램 기획 • 글로벌디자인협의체(GDCO) 사무국 운영 • 유네스코 디자인 창의도시 서울 운영 • 공무 국외출장 심사 • 국내외 기관 MOU 체결 관리
감사팀	
감사팀	• 감사 및 청렴·윤리경영 • 분쟁·소송업무(법무관리) • 인권관련 업무 • 재단감사(이사회) 업무보조
서울디자인연구소	
시민디자인연구센터	• 서울시민디자인 연구 및 보고서 발간 • 연구 관련 세미나, 포럼 개최 • 재단 정책 연구
디자인출판팀	• 재단 브랜드 아이덴티티 연구 및 관리 • 재단 디자인 성과물 품질관리 및 수집·관리 • 홍보물 발간 및 관리 • 온·오프라인 아카이브 기획 및 운영
공공미술팀	• 공공미술사업 기획 및 운영
서울도시건축비엔날레 사무국	
서울도시건축 비엔날레 사무국	• 서울도시건축비엔날레 기획 및 운영 • 서울도시건축비엔날레 운영위원회 운영
상생본부	
디자인사업팀	• 시민서비스디자인 사업(※ 도심공공 유니버설디자인 사업, 도심창조산업디자인 사업) • 동대문상권 상생사업 운영(※ 동대문문화벨트 조성, 동대문상생협의체 운영) • 디자인컨설팅 사업 • DMC 운영 • DDP 살림터 2층 기획 및 운영 • 전시콘텐츠 운영위원회 운영
전시사업팀	• 전시 기획 및 운영 • 디자인박물관 기획 및 운영 • 수장고 운영 및 소장품 관리 • 서울디자인위크 운영 • 동대문역사관 및 동대문운동장기념관 현재 콘텐츠 활용계획 수립 및 실행
교육사업팀	• DDP 전체 교육일정 관리 • 대상별 디자인 교육 프로그램 기획 • DDP 포럼 운영 • DDP 라이브러리 운영 • DDP 투어 운영
디자인공예산업팀	• 디자인문화상품 판매 활성화(DDP스토어 브랜드 강화) • 디자인전시 참가 지원 • DDP 살림터 1층 기획 및 운영 • 공예산업 육성 및 기획
패션문화본부	
패션위크팀	• 서울패션위크 운영 • 트레이드쇼 운영 • 글로벌 패션브랜드 육성 • 해외 패션전시회 및 컬렉션 참가 지원
패션산업팀	• 서울패션창작스튜디오 운영(※ 패션정보자료실 운영 포함) • 동대문 패션상권 활성화 지원사업 운영 (※ DDM스퀘어, 서바이벌패션K, 디자인권리보호, 상인패션쇼, 패션비즈니스센터 등) • 서울모델리스트콘테스트 운영 • 동대문역사관 및 동대문운동장기념관 패션 콘텐츠 기획 및 운영
의류산업팀	• 권역별 패션지원센터 운영 • 의류 제조산업 육성사업 운영(※ 메이커스랩-미남미녀프로젝트), • 업사이클 교육 • 봉제교육, 메뉴팩처 서울 행사 개최, 신진디자이너 글로벌화 플랫폼 구축 등) • 지속 가능한 패션봉제 허브 운영
운영본부	
운영팀	• DDP 공간 기획 • DDP 행사 지원 및 임대시설 총괄 관리 • DDP 운영 활성화 프로그램 운영(서울밤도깨비야시장, 얼굴 있는 농부시장) • DDP 고객지원 및 현장 서비스, 편의시설 운영 관리(키오스크 운영 관리) • DDP 예매발권 운영 관리 • DDP IoT 구축사업 • DDP AV, 통신 운영 관리 • 시민만족도 관리 • DDP 시민참여인력 운영 관리(서포터즈, 자원봉사 등)
시설관리팀	• 시설관리 운영 및 안전, 보안 총괄 관리 • DDP 가구 및 장치·장비 운영 관리 • DDP 종합상황실 운영 관리 • DDP 시설·문화재·주차·미화 운영 관리 • DDP 구내식당 운영 • DDP 시민참여 공간 및 시설 운영 관리(LED 장미정원)
전산정보팀	• 정보화 전략계획 수립 및 관리 • 정보보호 업무 • 홈페이지 운영 관리 • 빅데이터 수집 및 분석 전략수립 • 정보통신·전산 인프라 정보화 기기 및 내부 업무 시스템 운영 관리
전략사업본부(새활용플라자 운영준비본부)	
콘텐츠기획팀	• 서울새활용플라자 개관 및 운영준비 • 서울새활용플라자 운영 콘텐츠 기획
공간마케팅팀	• 서울새활용플라자 공간 및 시설 운영 • 서울새활용플라자 건축물 인수인계

서울디자인재단 예산

서울디자인재단은 2017년 재단운영 등을 위한 출연금 및 DDP 운영으로 인한 자체 수입을 포함해 총 60,417,407천원의 예산을 확보했다. 이는 DDP 핵심 콘텐츠 리뉴얼 및 시설개보수 비용 2,575,520천원과 서울새활용플라자 개관준비비 3,999,920천원이 포함되지 않은 금액이다. 2017년 예산은 2015년 대비 16,397,565천원, 2016년 대비 6,459,399천원이 증액되었다. 이러한 예산의 변화는 서울디자인재단이 운영하는 사업의 변화와 맥락을 같이하는 것으로 2016년에는 서울시 디자인 정책에 따라 공예문화사업이 추가되었고, 2017년에는 도시건축비엔날레 사업을 서울디자인재단이 위탁받으면서 예산이 증가했다. 한편 서울디자인재단의 재정자립도가 2015년 40.6%에서 2016년 39.3%, 2017년 34.4%로 점차 감소한 데 반해 총 예산액이 증가한 것은 출연금의 증가에 따른 것으로 분석된다.

[표 1-8]
2015~2017
서울디자인재단 예산 [6]

6 서울디자인재단,
264회 문화본부 업무보고·
270회 문화본부 업무보고·
277회 정례회(행감) 업무보고.

단위 : 천원 / 2017년 10월 기준

사업명	2015	2016	2017
세출총계	**44,019,842**	**53,958,008**	**60,417,407**
DDP운영사업	**20,166,960**	**23,106,449**	**15,911,810**
창의플랫폼사업	1,770,265	2,230,730	1,749,000
상생협력사업	1,058,804	940,000	500,000
기반운영사업(2017:시설안전안심관리)	17,337,891	19,935,719	13,662,810
패션봉제산업 육성사업	**8,517,629**	**11,472,898**	**15,015,625**
패션기반산업 지원 및 지원시설 운영	7,377,629	10,332,898	14,015,625
패션산업 글로벌마케팅 지원	1,140,000	1,140,000	1,000,000
재단운영	**14,172,080**	**18,802,207**	**29,108,491**
디자인생태계조성	4,087,310	7,635,992	5,683,800
시민디자인사업	2,737,260	1,752,000	1,674,000
공예문화사업 활성화	-	1,780,000	2,250,000
서울도시건축비엔날레	-	-	7,731,393
동대문상권활성화 지원	1,800,000	919,000	-
혁신경영 시스템	200,000	214,060	-
일반관리비	5,347,510	6,501,155	11,769,298
예비비	**1,163,173**	**576,454**	**381,481**

제도 __ 조례제정

유니버설디자인

「서울특별시 유니버설디자인 도시조성 기본 조례」(제6235호, 2016. 05. 19. 제정)는 공공시설을 비롯한 생활환경 전반에 유니버설디자인 이념을 도입해 모든 시민이 보편적인 환경 속에서 더욱 안전하고 편리하게 살아갈 수 있는 도시의 조성을 목적으로 제정되었다. 유니버설디자인이란 성별, 연령, 국적 및 장애의 유무와 관계없이 모든 시민이 안전하고 편리하게 이용할 수 있는 환경을 설계하는 것을 의미한다.(조례 2조) 2015년 11월 17일 우창윤 의원 대표발의로 접수되었고, 2016년 2월 26일 공청회를 거쳐 5월 3일 제267회 시의회에서 의결되어 5월 19일 제정·공포되었다. 조례에는 유니버설디자인의 기본이념, 서울시장의 책무와 시민의 역할, 가이드라인 수립, 위원회와 디자인센터의 설치 및 운영 규정이 담겨 있다.

[표 1-9]
서울특별시 유니버설디자인 도시조성 기본 조례 주요내용

구분	내용
제7조(적용범위)	공공 공간, 공적 공간, 도시디자인위원회 심의대상, 건축위원회 심의대상, 공공 건축물(총 공사비 5억 원 이상), 경관조례 별표(사회기반시설)
제8조(기본계획)	5년마다 수립 의무, 도시디자인 기본계획 포함 수립 가능
제10조 및 제11조(가이드라인)	가이드라인 수립 의무, 제7조 적용범위에 우선적용 가능
제12조(디자인인증)	유니버설디자인 참여 및 확산 촉진을 위해 인증제도 운영 가능
제13조(위원회)	도시디자인위원회 및 건축위원회가 대행할 수 있음. ·도시디자인위원회 : 공공 공간, 도시디자인위원회 심의대상 ·건축위원회 : 공적 공간, 건축위원회 심의대상, 공공건축물
제20조(디자인센터)	유니버설디자인의 도입과 사업의 효율적 시행을 위해 센터 설치·운영 가능

제도 __ 조례제정

사회문제해결디자인

「서울특별시 사회문제해결디자인 조례」는 시민 일상에서의 행복과 삶의 질 향상을 위해 다양한 사회문제에 대응하고, 디자인을 통해 사회문제를 사전에 예방할 수 있는 사업들의 체계적이고 지속적인 추진을 목적으로 제정되었다.[7] 사회문제해결디자인이란 시민의 요구를 파악하고 시민과 협력해 효율적 해결방안을 제시하는 디자인을 의미한다. 적용범위는 인구구조 변화에 대응하는 디자인, 위험예방을 위한 디자인, 생활환경 개선 디자인, 정서적 안정감 증진을 위한 디자인 등 7가지가 해당된다.[8] 사회문제해결디자인 조례는 2017년 7월 4일 조례 제정계획을 수립하고 규제심사 등 관련부서와의 사전협의를 거쳐 2017년 9월 8일 조례안 법제심사를 받았으며, 2017년 9월 15일 조례규칙심의회의 심의·의결과 시의회의 심의·의결을 거쳤다. 조례안에는 사회문제해결디자인의 목적, 대상 등의 정의와 관련사업 기본계획의 수립, 시민참여 및 교육·홍보방안이 담겨 있다.

7 서울시, 서울특별시 사회문제해결 디자인 조례안 입법예고 (서울특별시공고 제2017-1735호), 2017.

8 서울시, 2017년 8월 4일 보도자료.

[표 1-10]
서울특별시 사회문제해결디자인 조례 주요내용

구분	내용
사회문제해결 디자인의 정의, 적용범위 등 규정 (안 제3~6조)	· 시민의 요구 파악, 시민과의 협력, 디자인을 통한 해결방안 제시를 핵심으로 사회문제해결디자인을 정의함. · 인구변화에 대응, 위험예방, 생활환경 개선, 정서적 안정감 증진, 서비스 향상 등 7가지를 사회문제해결디자인 적용범위로 규정함. · 시장의 책무로서 사회문제해결디자인 사업 추진에 필요한 재원을 마련하도록 함.
기본계획 수립, 사회문제해결 디자인 사업추진에 관한 사항 (안 제7~8조)	· 목표 및 추진방향, 단계별·부문별 추진계획, 주요시책 등이 포함된 기본계획을 3년마다 수립 · 시민, 자치구 등 다양한 주체가 사회문제해결디자인 사업을 제안하게 하는 규정 마련 · 사업 완료 후 공공시설물, 공공매체 등의 관리책임자를 지정해 유지·관리체계 구축
시민참여, 교육·홍보에 관한 사항 (안 제9~11조)	· 사업추진 과정에서 시민이 충분한 정보를 얻고 의견을 제시할 수 있는 시민참여 절차를 마련하도록 함. · 활한 사업 추진을 위해 학술기관, 관계기관에 대한 협조요청 규정을 둠. · 교육·홍보를 통해 사회문제해결디자인의 필요성 및 우수사례의 확산에 노력함.

제도 __ 조례제정

공공미술

「서울특별시 공공미술의 설치 및 관리에 관한 조례」(6471호, 2017. 05. 18. 제정)는 「서울특별시 동상·기념비·조형물의 건립 및 관리기준 등에 관한 조례」와 「서울특별시 문화도시 기본조례」에 이원화된 서울시 공공미술의 관리체계를 정비해 시민의 문화향유 기회를 확대하고, 예술을 통한 도시재생으로 '살고 싶은 도시, 서울'을 만들기 위해 제정되었다. 이 조례안은 2016년 12월 7일 조례 제정계획을 수립하고, 2017년 1월 5일부터 25일까지 조례안 입법예고기간을 거쳐 제273회 시의회에서 의결됨에 따라 2017년 5월 18일 제정·공포되었다. 조례안에는 공공미술심의 적용대상 확대 및 공공미술위원회의 설치, 심의위원수 축소, 심의 신청시기 조정 등 건축물 미술작품 제도개선 및 공공미술의 체계적·효율적 관리 및 활용을 위한 규정이 담겨 있다.

[표 1-11] 서울특별시 공공미술의 설치 및 관리에 관한 조례 주요내용

구분	내용
공공미술위원회 및 미술작품심의위원회 구성 및 운영에 관한 규정 (제2~5조)	성별 균형참여를 고려해 위원회 구성 시 위촉직 위원은 특정성별이 60%를 넘지 않도록 규정 · 위원의 책임감 강화를 위한 서약서 제출(안 별지 제1호 서식) · 여론조사 등의 방법을 통해 지역주민의 의견을 조사해 심의에 반영 · 동상, 기념비 등의 심의에 있어 역사, 문화 등 관련전문가의 의견 반영
건축물 미술작품 심의 운영 (제6~8조)	· 건축물 미술작품 심의 등을 위한 관련서식 규정(안 별지 제2호 서식~별지 제9호 서식) · 채점방식, 가산점, 승인결정 등 건축물 미술작품 심의에 관한 구체적인 사항 규정 · 건축물 미술작품 공모대행제 운영을 위한 구체적인 사항 규정 · 공공미술작품 관리에 관한 규정(안 제9조) · 공공미술 관리대장 서식 규정(안 별지 제10호 서식~별지 제11호 서식) · 보수 및 보존 처리가 필요한 공공미술에 관한 조치, 건축물 미술작품 설치 확인 등 관리기관의 의무규정

제도 __ 조례제정

도시디자인

「서울특별시 도시디자인 조례」(제6386호, 2017. 01. 05. 타법개정)는 서울특별시의 도시디자인을 종합적·체계적으로 개선·관리하는 데 필요한 사항을 규정함으로써 도시의 효율적 보전·발전에 기여함을 목적으로 제정되었다. 도시디자인이란 서울특별시 도시경관의 보전·개선을 위해 도시건축물 등 도시공간, 도시시설물의 형태·윤곽·색채·조명 및 주변과의 조화성 등 도시의 디자인에 대한 계획 및 사업을 뜻한다. 2006년 7월 19일 도시디자인 조례가 제정되고 2007년 5월 17일 경관법이 제정되면서 '경관'과 '도시디자인'의 개념을 정비할 필요가 있었다. 또한 2014년 5월 14일 경관 조례의 전부개정·시행으로 디자인위원회의 심의대상 조정과 위원회 관련 정비가 필요했다. 이에 따라 2015년 8월 입법예고 사전심사를 거쳐 2015년 10월 조례·규칙심의회에서 의결되었고, 2015년 12월 시의회에서 의결되어 2016년 1월 7일 일부개정안이 공포·시행되었다.

[표 1-12] 서울특별시 도시디자인 조례 개정내용 (2016년 1월 7일 일부개정)

구분	내용
제1장 총칙	· 조례 목적 변경(도시경관 → 도시디자인) 및 도시디자인 용어 재정의 · 조례상에 사용되는 각종 용어에 대한 구체적인 정의 신설
제2장 도시디자인 기본계획 수립 등	· 도시디자인이 지켜야 할 원칙 신설 · 도시디자인 기본계획을 수립하고자 하는 경우 공청회 개최 신설 · 도시디자인 가이드라인을 수립하는 경우 의견수렴 의무화
제3장 도시디자인 사업 등	· 도시디자인 기본계획에 따라 도시디자인사업 시행의 근거 마련 · 도시디자인사업의 시행절차·주민참여 및 지원방법 등 신설
제4장 사회기반시설 등의 심의	· 도시디자인 심의대상과 심의신청 시기 및 심의절차 규정 신설 · 심의결과에 이의가 있는 경우 재심제도를 도입해 공정성 확보
제5장 도시디자인위원회	· 서울시민디자인위원회 및 위원회 산하 3개 실무위원회를 폐지하고 도시디자인위원회로 통합 및 위원수 감원 · 위원회 회의 개최 시 위원 구성원 수를 구체적으로 규정
제6장 민간전문가 운영	· 시장의 요청사항을 반영해 공공 디자인 민간전문가 설치 근거 마련 · 서울시 도시디자인 분야를 한 단계 향상시킬 수 있도록 함.

[표 1-13] 서울특별시 도시디자인 조례 개정연혁

구분	일시	주요내용
1	시행 2017.01. 05.	조례 제6386호, 2017. 01. 05., 타법개정
2	시행 2016. 03. 24.	조례 제6156호, 2016. 03. 24., 전부개정
3	시행 2016. 01. 07.	조례 제6089호, 2016. 01. 07., 일부개정

2장. 경제·산업

주요배경 34

패션산업

서울패션위크 · 트레이드쇼 36
Seoul´s 10Soul 40
DDM스퀘어 42
패션창작스튜디오 44
패션지원센터 48
DDP드림랩 50

디자인산업

서울디자인위크 52
베이징디자인위크_게스트시티 SEOUL 56
메종 & 오브제 58
서울상징 관광기념품 공모전 60
DDP브랜드상품 개발 62

공예산업

생활의 발견 · 공예프리마켓 64
포슬린 페인팅 전시회 68
서울국제핸드메이드페어 70
서울공예클러스터 72
공예테마관광 활성화 74
서울공예상 공모전 76

주요성과 78

주요 배경

서울시와 서울디자인재단은 서울시의 경제활성화 및 체계적·자생적인 디자인산업 생태계의 조성을 위해 패션분야를 비롯해 산업디자인 및 공예분야에서 다양한 지원사업을 지속적으로 추진하고 있다.

패션산업

서울디자인재단은 서울의 패션산업 육성 및 지원을 위해 글로벌 디자인 행사를 개최하고 해외디자인전시 참가지원 및 인프라 지원사업을 진행하고 있다. 국내 디자이너 브랜드의 해외진출을 지원하고 신진 디자이너를 발굴해 스타 디자이너로 육성하기 위한 대표적 사업으로는 '서울패션위크·트레이드쇼'가 있다. 2014년 DDP가 개관함에 따라 서울패션위크의 효율적 운영을 위해 서울디자인재단으로 사업이 이관되어 2015년부터 2017년까지 총 6회가 DDP에서 진행되었다.[10] 또한 국내 중소 패션업체의 해외 마케팅 지원을 위해 글로벌 역량을 갖춘 디자이너 브랜드 10개사를 선정, 해외 백화점 및 패션편집매장 내 팝업프로젝트와 국내외 프로모션을 지원하는 'Seoul´s 10Soul'과 동대문 공동 패션브랜드를 개발해 해외패션전시 참가지원 및 국내외 온오프라인 팝업스토어 운영을 지원하는 'DDM스퀘어'를 추진하고 있다.
그 밖에도 신진 패션디자이너의 창업 활성화와 브랜드의 안정적 운영을 위해 다양한 패션 인큐베이팅 사업을 추진하고 있다. 대표적인 패션 인큐베이팅 사업으로는 창작공간·장비와 창작활동비 등을 지원하는 '패션창작스튜디오', 의류제조 기반산업의 육성을 위한 '패션지원센터', 저임금을 포함한 열악한 환경 등으로 젊은 층의 제작자가 단절되는 문제를 해결하기 위해 봉제교육[11] 및 공동작업장 공간을 지원하는 'DDP드림랩'이 있다.

디자인산업

패션산업에 이어 우수한 디자인 아이디어 및 제품을 보유한 디자이너 및 디자인기업을 발굴, 육성하기 위해 정기적인 디자인행사의 개최와 해외전시 참가지원 및 상품개발 지원 등 산업디자인의 육성을 위한 지원사업을 다양하게 추진하고 있다. 서울을 방문하는 외래 관광객 수는 공식적으로 연간 1,000만 명을 넘어섰고, 쇼핑관광이 활성화되면서 소비규모도 지속적으로 확대되고 있다. 이에 따라 서울시와 서울디자인재단은 2015년 서울디자인재단 시민연구센터에서 수행한 '관광문화기념품 실태분석 및 활성화 전략 연구'를 기반으로 서울을 상징하는 관광기념품을 개발하기 위한 '서울상징 관광기념품 공모전'과 DDP 대표 문화상품을 개발하는 'DDP 브랜드상품 개발사업'을 추진하고 있다. 이와 함께 서울디자인재단에서는 해외 판로개척 및 인지도 확장을 위해 해외 유명박람회 참가 지원사업을 지속적으로 추진하고 있다. 대표적인 사업으로는 세계적인 인테리어·디자인박람회인 '메종&오브제' 참가지원사업, 국제 디자인 네트워크 구축을 위해 추진한 '2016년 베이징디자인위크_게스트시티 서울'이 있다. 또한 서울디자인재단은 개인·기업·단체·학교·디자인 전문가 등 다양한 주체가 디자인을 통해 소통하는 시민참여형 축제인 '서울디자인위크'를 지속적으로 개최함으로써 디자인의 변화를 선도하고 글로벌 디자인 축제로 발전시키기 위해 다양한 노력을 기울이고 있다.

공예산업

서울시는 공예분야에 대한 관심과 경제가치가 높아짐에 따라 서울공예문화산업의 활성화를 위해 2015년 10월 '공예문화산업활성화 마스터플랜'을 발표하고, 2015년 12월 '공예문화산업활성화 3개년 계획'을 수립했다. 2016년 1월 공예문화산업이 서울시에서 서울디자인재단으로 이관됨에 따라 서울디자인재단은 우수공예상품 발굴 및 판매 채널 확대를 위해 공예박람회와 공모전의 개최 및 클러스터 조성 등 다양한 사업을 추진하고 있다. 대표 전시사업으로는 공예산업의 저변확대를 위해 추진 중인 '공예박람회'와 서울지역 프리마켓 단체들과 협력해 진행하는 '공예프리마켓'이 있다. 또한 핸드메이드산업의 활성화를 위해 사단법인 일상예술창작센터와 MOU를 체결해 2016년부터 공동주관하는 '국제핸드메이드페어'와 '포슬린페인팅전시회'가 있다. 이 밖에 공예산업 인프라 기반 조성 및 확대를 위한 '서울공예클러스터 사업'으로 북촌과 마포에 북촌공예원과 마포공예지원센터를 구축·운영하고 있으며, 우수한 공예상품의 발굴 및 개발을 위해 '서울공예상공모전'도 추진하고 있다. 마지막으로 현재 소비 트렌드의 변화로 한국공예의 발전 가능성이 상당한데도 불구하고 공예문화산업의 활성화를 저해하는 다양한 문제점을 내포하고 있는 실정을 반영해 향후 공예사업 추진 기반을 마련하기 위해 공예산업 DB 구축 및 디렉토리를 제작하는 '공예테마관광활성화' 사업을 추진하는 등 다양한 노력을 기울이고 있다.

10 동대문디자인플라자(DDP)에 필요한 프로그램 : DDP 공간을 활용한 디자인 문화행사 84% (서울디자인재단, 2016 서울디자인서베이, 「시민디자인의식조사」, p.133.)

11 디자인교육이 시민들의 삶의 질 개선에 미치는 영향 82.8% (서울디자인재단, 2016 서울디자인서베이, 「시민디자인의식조사」, p.118~123.)

서울패션위크·트레이드쇼

서울패션위크 개최, 트레이드쇼 개최

2015 — 2016 — 2017

서울디자인재단은 국내 디자이너 브랜드의 해외진출 교두보 마련과 세계 5대 패션도시 진입을 위해 국내 디자이너의 해외진출을 적극적으로 지원하고 있다. 그중 대표적인 지원사업의 하나로 대한민국 신진 디자이너 발굴을 통한 스타 디자이너 육성을 위해 서울패션위크를 지속적으로 개최해왔다. 서울시는 2014년 DDP가 개관하자 서울패션위크의 효율적 운영을 위해 서울 디자인재단으로 사업을 이관했다. 서울패션위크는 매년 두 차례 개최되며, 국내외 홍보 마케팅의 내실화 및 글로벌 스탠더드에 걸맞은 전문 수주환경의 구축을 통해 국내외 바이어의 참여율을 높이고 국내 패션업계의 많은 관심을 이끌어내고 있다.

[표 2-1]
서울패션위크 개요

구분	2016 S/S	2016 F/W	2017 S/S	2017 F/W	2018 S/S
개최 일시	2015.10.16.~ 21.	2016.03.21.~26.	2016.10.17.~22.	2017.03.27.~04.01.	2017.10.16.~21.
행사명	2016 S/S HERA Seoul Fashion Week (2016 S/S 헤라 서울패션위크)	2016 F/W HERA Seoul Fashion Week (2016 F/W 헤라 서울패션위크)	2017 S/S HERA Seoul Fashion Week (2017 S/S 헤라 서울패션위크)	2017 F/W HERA Seoul Fashion Week (2017 F/W 헤라 서울패션위크)	2018 S/S HERA Seoul Fashion Week (2018 S/S 헤라 서울패션위크)
장소	DDP(동대문디자인플라자)				
주최 주관	서울시 / 서울디자인재단				
후원 및 협찬	• ㈜아모레퍼시픽 헤라 • 배달의민족 • 캘리포니아아몬드 • 현대자동차 • 하나금융지주 • 산펠레그리노 • 브루노말리	• ㈜아모레퍼시픽 헤라 • ㈜삼성전자 갤럭시S7 • YOOX ASIA LIMITED • ㈜CJ제일제당 • 레이몬드 스타크(페로니) • ㈜메이크어스(딩고)	• ㈜아모레퍼시픽 헤라 • ㈜제이콘텐트리 엠앤비 Ceci • ㈜더블유컨셉코리아 • 할리스에프앤비 • 산펠레그리노 • 딩고 • 동아TV	• ㈜아모레퍼시픽 헤라 • 현대자동차 • 라인프렌즈 • MCM • 캘리포니아아몬드 • 미쟝센 • 동아TV • Ceci • 할리스에프앤비	• ㈜아모레퍼시픽 헤라 • MCM • 할리스 • 에프앤비 • 네이키드 워터 • 동아TV • Ceci

2015년 10월부터 2017년까지 '2016 S/S 서울패션위크'를 시작으로 '2018 S/S 서울패션위크'까지 DDP 알림터 및 어울림광장에서 총 5회 개최되었으며, 매년 3월과 10월에 6일간 진행되었다. 서울패션위크의 주요 행사는 패션쇼와 서울패션위크를 즐기러 온 일반시민을 위한 패션문화 이벤트 및 패션관계자를 위한 부대행사로 구성된다.

[표 2-2]
서울패션위크
주요 행사

구분	행사명	내용	2016		2017		2018
			S/S	F/W	S/S	F/W	S/S
패션쇼	서울컬렉션	신진·중진 디자이너 패션쇼					
	제너레이션넥스트 서울 미니패션쇼	신진 디자이너 브랜드 20개 선발 및 패션쇼 참여 지원					
	패션기업쇼	국내외 기업 브랜드의 패션쇼					
트레이드쇼	제너레이션넥스트 서울	중소 패션브랜드의 실질적 비즈니스 활성화 및 해외 판로개척 기회를 제공하기 위한 수주상담회	-	-			
패션 문화 이벤트	명예디자이너 전시 (연1회)	명예 디자이너 전시, 시민 대상 개방	진태옥	-	한혜자	-	루비나
	멘토링 세미나	우수 해외 비즈니스 PR 전문가들로 구성된 세미나	-				
	실시간 패션쇼 중계	컬렉션에 참석하지 못한 시민을 대상으로 어울림광장 및 온라인을 통한 전 컬렉션 생중계 서비스	-	-			
	영패션위크	패션을 모티브로 서울패션위크 기간 도중 볼거리, 즐길 거리, 살 거리가 있는 다양한 시민참여 행사 개최	-	-	-		
부대행사	오프닝(전야제)	서울패션위크 오프닝 리셉션					
	디자이너 어워드(연1회)	명예·중진·신진 디자이너 선정, 시상		-		-	
	디자이너 네트워킹 파티	국내외 패션관계자 및 디자이너의 네트워킹 행사					
	피날레	피날레 행사로 어워드 및 갈라 디너					
기타	데일리 뉴스페이퍼	서울패션위크 국·영문 홍보지 발행					

패션쇼는 신진·중진 디자이너들의 패션쇼인 서울컬렉션과 중소 패션전문 브랜드를 위한 트레이드쇼 '제너레이션넥스트서울'의 미니패션쇼 및 국내외 기업 브랜드가 참여하는 패션기업쇼로 진행되었다. 또한 패션을 모티브로 한 시민 참여 프로그램인 패션문화 이벤트로는 1세대 디자이너들의 아카이빙을 전시하는 명예디자이너 전시, 해외 비즈니스·PR 전문가들의 공개 세미나인 멘토링 세미나가 꾸준히 진행되어왔다. 이에 더해 2017년 춘계 시즌을 시작으로 패션쇼에 참석하지 못한 시민을 위해 패션쇼를 생중계하는 컬렉션 라이브 스트리밍 서비스도 시작했고, 2017년 추계 시즌부터 영패션위크 콘서트, 패션필름페스티벌 등의 즐길 거리와 K-디자이너 샘플마켓 및 모델 애장품 플리마켓 등의 살 거리 및 푸드트럭과 DDP 푸드라이브러리 등의 먹거리를 제공하는 '영패션위크(YOUNG PASSION WEEK)'가 개최되었다. 마지막으로 국내외 패션관계자 및 디자이너를 위한 부대행사로 오프닝 리셉션, 디자이너 네트워킹 파티 및 피날레가 진행되었다. 그 밖에 서울패션위크 행사홍보를 위한 온·오프라인 홍보지인 데일리 뉴스페이퍼가 꾸준히 발행되었다.

[표 2-3] 2015~2017 서울패션위크 시사점 및 개선사항

시사점	개선사항
글로벌 경쟁력 강화 요구	• 글로벌 역량을 갖춘 총감독 선임(2015~2017) • 해외 패션기관 연계 MOU 체결(2016) • 해외 패션기관과의 교류를 통해 양사 간 익스체인지쇼 기회 부여(2017)
해외 패션위크와의 차별화 요구	• 아시아 대표 패션 비즈니스 마켓으로서의 위상 정립(2015) – 수주가 적극적으로 이뤄지는 바잉쇼로 재정비
민간 자립을 위한 재정 안정성 확보	• 협찬사와 윈-윈 할 수 있는 행사 기획(2015~2017) – 유형(패션위크 타이틀 스폰서 유치), 무형(디자인 기부·글로벌 홍보) 협찬전략 마련
제한적인 디자이너 선정 자격기준	• 참가 디자이너 자격기준 완화(2016) – 컬렉션의 심미성 강화를 위한 정성평가 심사기준 개편 – 열정페이 논란을 감안해 노동여건 관련 가산점제도 시행
디자이너 지원체계 미흡	• 외부기관과 협력, 디자이너 지원 방안 확대(2017) – 어워드 프로그램 및 수혜자 확대로 디자이너 지원 강화 – 일대일 글로벌 멘토시스템을 도입해 실질적 도움 연계
비즈니스 행사 축소	• 비즈니스에 특화된 트레이드쇼 개설 및 지원(2016~2017) – 글로벌 스탠더드에 맞춘 전문 수주환경 구축
시민 패션 · 문화축제 요소 정착	• 동대문 상권 활성화 전략 마련(2015) – 미디어 협찬사와 협업 시민 참여 이벤트 개최 • 패션 모티브의 시민 직접 참여 행사 프로그램 확대(2017) – 패션필름페스티벌, 실시간 패션쇼 중계 등 즐길 거리 제공
아카이빙 체계 마련	• 서울패션위크 어플리케이션 개발 및 상용화(2017) – 안정적인 아카이빙 채널 확보 및 지속적 자료 축적

2015년부터 2017년까지 서울패션위크는 지속적으로 시사점을 도출하고 이를 개선하기 위해 꾸준히 노력해왔다. 지금까지 도출된 주요 시사점으로는 해외 디자이너 및 기관의 참여 미흡, 해외 패션위크와의 차별화 요구, 민간 자립을 위한 재정 안정성 확보, 제한적인 디자이너 선정 자격기준, 디자이너 지원체계 미흡, 비즈니스 행사 축소, 시민 패션·문화축제 요소 정착 및 아카이빙 체계 마련 등이 있다. 이런 시사점을 개선하기 위해 해외 패션기관과 연계해 MOU를 체결하고 재정 안정성을 확보하기 위해 유무형의 협찬전략을 마련했다.

또한 서울컬렉션 참가기회를 확대하기 위해 정성평가 심사기준을 개편하고, 참가 자격기준을 사업자등록 5년 이상에서 1년 미만으로 완화했으며, 디자이너 지원 강화를 위해 어워드 프로그램 및 수혜자를 확대하고 일대일 글로벌 멘토시스템을 도입했다. 여기에 비즈니스에 특화된 트레이드쇼의 개설 및 지원을 위해 패션쇼와 트레이드쇼를 분리하고, 영향력 있는 국내외 톱 바이어를 초청해 수주상담 기회를 확충했다. 또한 시민 문화축제로 확대하기 위해 패션을 모티브로 한 시민 참여 행사 프로그램을 확대 실시했으며, 아카이빙 체계 마련을 위해 서울패션위크 어플리케이션 개발 및 상용화를 추진하는 등 서울패션위크의 발전을 위해 지속적으로 노력하고 있다.

[표 2-4] 서울패션위크 및 트레이드쇼의 주요 성과

구분	2016 S/S	2016 F/W	2017 S/S	2017 F/W	2018 S/S
관람객 수	39,559명	33,800명	334,956명	381,907명	238,876명
참여 브랜드	95개	85개	129개	93개	142개
패션쇼 횟수	67회	68회	69회	66회	72회
초청 해외 바이어	71명	160명	160명	140명	174명
국내외 바이어 참가 (초청 바이어 포함)		160명 (현장등록 미집계)	344명	267명 (집계 중)	409명
해외 수출액 (수주실적)	$161만	$398만	$313만	$388만	$616만 (상담금액)
해외 프레스 참여	125명	121명	101명	82명	97명
국내홍보 실적	14,944건	10,453건 (2016. 05. 04. 집계기준)	12,780건	15,467건 (2017. 02.17.~ 04. 24. 집계)	19,006건 (2017. 09. 01.~ 11. 06. 집계)
해외홍보 실적	286건	215건 (2016. 05. 04. 집계기준)	200건 (2016. 11. 집계기준)	342건	2018년 상반기 중 발표 예정

지금까지 진행된 서울패션위크의 주요 성과를 살펴보면 전체 관람객은 꾸준히 증가해왔다. 전체 관람객 수의 증가 외에 경제적·홍보적 측면에서도 긍정적인 성과를 이끌어냈다. 2016 S/S 행사에서는 161만 달러, 2016 F/W 행사에서는 398만 달러의 수주실적을 기록하였으며, 2017 S/S 행사에서는 313만 달러, 2017 F/W 행사에서는 388만 달러를 달성하는 등 꾸준한 계약과 구매가 성사되었다. 또한 홍보측면에서도 매 행사마다 약 100여 명의 해외 프레스들이 꾸준히 참석하였고, 국내외 유명 패션 전문 매거진 및 언론 등에서 지속적으로 소개되며 세계적인 패션위크로 주목받고 있다. 서울시와 서울디자인재단은 이와 같은 서울패션위크의 지속적인 개최 및 글로벌화를 통해 세계적인 디자인 중심 도시로서 서울의 위상을 제고하여 서울 경제의 활성화에 기여하고자 노력하고 있다.

[그림 2-1] 서울패션위크 행사 사진



Seoul's 10Soul

글로벌 패션 브랜드 육성지원 2015 — 2016 — 2017

서울디자인재단은 국내 중소 패션업체의 해외 마케팅을 지원하기 위해 글로벌 패션브랜드 육성사업 및 해외전시회 참가 지원사업, 크게 두 가지 프로그램을 진행하고 있다. 그 가운데 글로벌 패션브랜드 육성사업인 'Seoul´s 10Soul'은 글로벌 역량을 갖춘 디자이너 브랜드 10개를 선정해 해외 백화점 및 패션편집매장 내 팝업프로젝트와 국내외 프로모션을 지원하는 사업이다.

[표 2-5]
Seoul´s 10Soul 개요

구분	2015	2016	2017
선발인원	10개 브랜드		
지원자격	독립 브랜드 5년 이상	서울패션위크 참가 브랜드	
선정기준	DDP(동대문디자인플라자)	서울패션위크에 참여한 해외 바이어의 투표로 상위 10개 브랜드 선발	
지원내용	• 해외 쇼룸 지원(2시즌) • 국내외 프로모션 • 브랜드별 일대일 컨설팅	• 해외 백화점 및 편집매장 팝업 지원(2시즌) • 국내외 프로모션 • 해외 바이어·PR전문가 멘토 체제 운영	
예산	610,000천 원	610,000천 원	700,000천 원

2015년까지 5년 이상 된 독립 브랜드 가운데 국내외 심사를 거쳐 선정했던 Seoul´s 10Soul은 2016년부터는 국내외 홍보역량의 강화를 위해 상위 10개 브랜드를 선발하기 시작했다.

[표 2-6]
Seoul´s 10Soul
선발 브랜드

구분	2015	2016	2017
1	CY CHOI(최철용)	DGNAK(강동준)	DGNAK(강동준)
2	MUNSOO KWON(권문수)	KAAL E. SUKTAE(이석태)	NOHKE(정미선)
3	LEIGH(이상현)	NOHKE(정미선)	RESURRECTION(이주영)
4	FLEAMADONNA(김지은)	RESURRECTION(이주영)	MOOHONG(김무홍)
5	CRES.E DIM(김홍범)	HEICH ES HEICH(한상혁)	BLINDNESS(신규용, 박지선)
6	S=YZ(송유진)	VLADES(최무열)	MUNN(한현민)
7	NOHKE.J(정미선)	MOOHONG(김무홍)	D-ANTIDOTE(박환성)
8	FLAT APARTMENT(서정희/이광섭)	TIIKI(김영균)	PUSH BUTTON(박승건)
9	THE STUDIO K(홍혜진)	BLINDNESS(신규용, 박지선)	BOURIE(조은혜)
10	ONE CHOI(최원)	MUNN(한현민)	ROCKET X LAUNCH(우진원, 김은혜)

또한 2016년부터 국내 브랜드의 글로벌 경쟁력을 확인하고 편집숍 매니저 및 해외 바이어들에게 인지도를 높이기 위해 프랑스 파리를 포함한 해외 백화점 및 편집숍에서 연 2회 팝업 전시 프로모션을 진행해 지원하기 시작했다.

[표 2-7]
Seoul´s 10 Soul
주요 성과

		2015(쇼룸 지원)	2016(팝업프로젝트)	2017(글로벌브랜드 육성 지원)
팝업 프로젝트	장소	• MC2(파리) • Avista(밀라노) • H3O(파리, 도쿄) • ROMEO(파리) • DEMAVINSSY(파리) • ALTER(상하이) • PROI(도쿄) • CT/MATTSON(홍콩/미국) • BRERAMODE(밀라노) • VALD AGENCY(코펜하겐)	• 상반기(2016. 06. 22.~07. 10.) 프랑스 파리 편집숍 레클레어 • 하반기(2016. 09. 22.~12. 04.) 이탈리아 밀라노 편집숍 엑셀시오르	• 상반기(2017. 04. 13.~05. 04.) 홍콩 하이산 원의 편집숍 I.T • 하반기 (2017. 10. 16. ~ 11. 12.) 영국 런던 셀프리지 백화점
	수주 판매 금액	₩1,192,277,608(133건 계약)	€27,084(총 53피스 판매)	89,458천 원 매출(총 375피스 판매. 전년 대비 매출 258% 상승)
프로모션		• 16 S/S 서울패션위크 10Soul 패션쇼 • 10Soul 컬렉션 언급 기사 50건 (〈중앙일보〉, 〈헤럴드경제〉 등)	• 홍보효과 가치[12]: 6,954,673천 원 • 총 151건	• 홍보효과 가치 : 27,170,000천 원 (전년 대비 390% 증가) • 총 321건(전년 대비 50% 증가)

12 홍보효과 환산가치 산출 : 규격 세로/3.3×가로, 시간)×홍보비용(page, 15sec)=홍보효과 가치

그 결과 2016년 10Soul 디자이너들의 개별 홍보성과가 2015년 대비 해외 홍보실적은 87%, 국내 홍보실적은 37% 증가한 것으로 나타났다. 또한 2016년 해외 팝업프로젝트를 통해 블라인드니스, 뮌, 티키 및 블라디스와 같은 신진 브랜드들은 파리에 위치한 쇼룸 로메오(ROMEO)나 미국의 폴리틱스 스토어(Politix Store), 이탈리아의 트래픽멀티랩(Traffic Multi Lab)과 같은 편집숍에 입점하는 등 글로벌 마켓 첫 진출의 기회를 얻었다. 또한 에이치에스에이치나 디그낙 같은 기성 브랜드들도 홍콩 바우하우스(Bauhaus)나 미국의 H. 로렌조 같은 편집숍에 입점하며 글로벌 비즈니스 영역을 확대하는 성과를 거두었다.

더 나아가 서울디자인재단은 2016년에 유럽 중심의 프로모션을 추진해 타 지역에 노출되는 기회가 제한된 것을 감안해 2017년부터는 아시아에서의 해외 프로모션을 병행해 추진하기 시작했다. 또한 해외 팝업스토어와 10Soul 브랜드 콘셉트 간의 괴리감을 극복하기 위해 런던 셀프리지 백화점과 협업해서 10개 디자이너와 특별한 캡슐컬렉션 팝업 전시를 추진하기도 했다.

[그림 2-2]
10Soul 브랜드 사진




DDM스퀘어

동대문 패션상권 활성화 지원

2015 — 2016 — 2017

서울디자인재단은 동대문 패션상권 브랜드의 글로벌 경쟁력 강화를 위해 동대문 공동 패션브랜드인 'DDM스퀘어(Dongdaemun Design & Manufacture Square)'를 개발, 다양한 마케팅 지원 프로그램을 진행하고 있다. DDM스퀘어 마케팅 지원사업은 동대문 패션상권 브랜드의 수출기회를 확대하고 아시아 지역 유통판로를 개척하기 위해 해외 패션전시 참가지원 및 국내외 온·오프라인 팝업스토어 운영 등 다양한 프로그램을 추진하고 있다.

[표 2-8]
DDM스퀘어 개요

구분		2015	2016	2017
선발 인원	DDM 스퀘어	15개 브랜드	18개 브랜드	40개 브랜드
	NEXT DDM 스퀘어		38개 브랜드	
지원자격		• 사업자등록 3년 이상 • 서울 소재 패션브랜드(사업자등록지 기준) • 홀세일이 가능한 디자이너 브랜드 또는 도·소매 브랜드		• 사업자등록 1년 이상 • 서울 소재 패션브랜드 (사업자등록지 기준) • 홀세일이 가능한 디자이너 브랜드 또는 도·소매 브랜드
지원내용		• 국내 마케팅 지원 • 패션전문지를 통한 DDM스퀘어 홍보 • 국내 패션전시 참가지원 • 해외 마케팅 지원 • 해외 패션전시 참가지원	• 해외 패션전시 참가지원 • 국내외 온·오프라인 팝업스토어 운영 • 해외진출전략 역량강화 교육·상담 • 마케팅 프로그램 운영 • DDM스퀘어 프로모션	
예산		165,000천 원	200,000천 원	200,000천 원

DDM스퀘어는 2016년까지는 사업자등록 3년 이상의 중견 브랜드 중심으로 지원을 했지만 2017년부터 역량 있는 신진 브랜드에도 기회를 제공하기 위해 사업자등록 1년 이상의 브랜드로 참가자격을 확대했다. 또한 2016년에는 DDMS와 Next-DDMS로 구분해 선발했는데, 재단 내부의 타 지원 프로그램에 참여한 브랜드와 선발 브랜드가 다수 중복되고 DDMS 확립 초기단계에서 대외적으로 혼돈을 일으킬 수 있다는 점을 고려해 2017년부터는 DDMS의 목적에 부합하는 브랜드를 집중 선발하는 방식으로 변경했다. DDMS의 프로모션을 위한 전시 참가 지원의 경우 2015년에는 국내 전시 1회, 해외 전시 1회 참가방식으로 진행했으나 중국 유통망 확보에 집중하기 위해 2016년에는 중국 패션전시에 2회 참가하는 방식으로 변경해 추진했다. 또한 2017년에는 중국 패션전시 1회, 홍콩 패션전시 1회 참가를 통해 다양한 바이어와 만날 수 있는 기회를 제공했다.

[표 2-9]
DDM스퀘어 주요 성과

구분		2015	2016	2017
전시 참가	춘계	• 전시명 : 2015 패션리테일페어 • 기간 : 2015. 07. 15.~16. • 참가 : 10개 브랜드 • 성과 · 현장수주액 $5.5만	• 전시명 : 상하이 CHIC 전시 • 기간 : 2016. 03. 16.~18. • 성과 · 상담횟수 : 535건 · 상담금액 : 6,480,484 RMB · 계약금액 : 2,970,701 RMB · 현장판매 : 68,515 RMB	• 전시명 : 상하이 CHIC 전시 • 기간 : 2017. 03. 15.~17. • 성과 · 상담횟수 : 493건 · 상담금액 : 488,514천 원 · 계약금액 : 341,192천 원(진행 중) · 현장판매 : 41,451천 원
	추계	• 전시명 : CHIC-영블러드 • 기간 : 2015. 10. 13.~15. • 참가 : 10개 브랜드 • 성과 · 상담액 $98.5만 · 수주액 $49.4만	• 전시명 : 상하이 CHIC 전시 • 기간 : 2016. 10. 11.~13. • 성과 · 상담횟수 : 445건 · 상담금액 : 6,283,016 RMB · 계약금액 : 3 ,173,667 RMB · 현장판매 : 168,422 RMB	• 전시명 : 홍콩 센터스테이지 전시 • 기간 : 2017. 09. 06.~09. • 성과 · 상담횟수 : 361건 · 상담금액 : 1,052,275천 원 · 현장판매 : 20,375천 원
기타		• 'DDMS' 상표권 등록 (특허청, 2015. 12. 04.)	• 교육운영 : 총 3회, 45명 · Next-DDM스퀘어 창업 및 컨벤션 비즈니스 교육 · DDM스퀘어 컨벤션 비즈니스 교육 · Next-DDM스퀘어 CHIC 전시참가 창업교육	• 교육운영 : 총 5회, 85명 · 해외시장 진출 가이드 세미나 · 국내 및 중국 지식재산 교육 · 비즈니스 계약 실무 · 창업기초 세무/노무 교육

DDM스퀘어의 주요 성과로는 국내외 전시 참가와 비즈니스 교육 및 DDM스퀘어 홍보지원을 들 수 있다. 국내 마케팅의 활성화를 위해 2015년 상반기에는 패션전문지인 〈패션인사이트〉가 주최하는 '패션리테일페어 2015'에 여성복 8개 브랜드와 남성복 2개 브랜드가 참가해 총 5.5만 달러 수주를 달성했다. 2015년 하반기에는 중국 상하이에서 열린 'CHIC-영블러드'에 10개 브랜드가 참가해 49.4만 달러 수주를 달성했으며, 2016년에는 중국 상하이에서 열리는 'CHIC 2016'에 참가해 약 10억 9천만 원의 수주계약을 따냈다. 그 밖에도 일본 대표 온라인숍 라쿠텐과 함께 'K-패션 트렌드, 서울(K-fashion Trend by Seoul)'이라는 공동 프로젝트를 추진하는 등 DDM스퀘어 프로모션을 위해 다양한 지원을 했다. 2017년 하반기에는 사드 배치 이슈로 중국 수주박람회 성과가 감소됨에 따라 중화권 내 다양한 국적의 바이어가 집결하는 홍콩의 센터스테이지에 참여해 361건의 상담, 1,052,275천 원의 상담액을 달성했다.

[그림 2-3]
전시참가 사진



패션창작스튜디오

서울패션창작스튜디오 운영

2015 — 2016 — 2017

서울패션창작스튜디오는 유망한 신진 패션디자이너의 창업 활성화 및 브랜드의 안정적 운영을 위한 패션 인큐베이팅 사업이다. 창작활동에 필요한 작업공간을 지원할 뿐 아니라 비즈니스 활동에 필요한 홍보, 마케팅, 컨설팅 등을 지원함으로써 브랜드의 안정적 독립을 위한 성장 발판을 제공하고 있다.

[표 2-10] 서울패션창작스튜디오 개요

구분	내용
위치/규모	서울시 중구 신당동 유어스 빌딩 5층(1,637㎡)
입주대상	① 국내외 패션디자인(의류, 잡화 등) 관련 창작활동 실적이 있는 디자이너 ② 최초 창업 5년 이내의 디자이너(사업자등록이 완료된 자) ③ 서울시 거주자(주민등록자)
입주기간	24개월(매년 상하반기 품평회 및 종합평가 후 입주기간 연장 여부 결정)
입주인원	연평균 15명 선발(매년 하반기 종합평가 후 퇴거인원에 따라 변동)
주요시설	창작실, 공동 작업공간(봉제작업실, 포토스튜디오, 세미나실, 쇼룸, 휴게 공간 등)

중구 신당동 유어스 빌딩 5층에 자리한 서울패션창작스튜디오는 2009년 12월에 개관해 2017년까지 8년째 운영해왔다. 서울패션창작스튜디오의 입주대상자는 서울시 거주자로 국내외 패션디자인 관련 창작활동 실적이 있고 사업자등록이 완료된 최초 창업 5년 이내의 디자이너이다. 입주기간은 최장 24개월이고, 매년 상·하반기 품평회 및 종합평가 후 입주기간 연장 여부를 결정하며, 연평균 15명의 디자이너를 선발하고 있다. 주요시설은 개별 창작실과 입주 디자이너들이 함께 사용하는 공동 작업공간으로 구성돼 있다.

[표 2-11] 서울패션창작스튜디오 지원 프로그램

구분	내용
창작공간 지원	개별 창작공간(A실 : 18㎡ / B실 : 14㎡ / C실 : 29㎡), 공동 작업공간(포토스튜디오, 봉제작업실, 세미나실, 쇼룸 등) 등 시설지원
창작비 지원	활동평가에 따른 연별 창작활동비 지원(상위 10% : 7,000천 원 / 중상위 40% : 5,000천 원 / 중하위 40% : 3,000천 원 / 하위 10% : 1,000천 원)
홍보·마케팅 지원	판로 개척을 위한 국내외 마케팅 지원 및 브랜드 인지도 제고를 위한 홍보 지원
역량강화교육 지원	브랜드 및 디자이너의 역량강화를 위한 교육 및 멘토링 지원 (입주·졸업 디자이너 역량강화 프로그램)

서울패션창작스튜디오는 신진 디자이너 육성을 위해 다양한 맞춤형 지원 프로그램을 운영하고 있다. 입주 디자이너에게는 개별 창작공간과 제작제품 촬영을 위한 포토스튜디오, 샘플 봉제작업을 위한 공동 봉제작업실, 소규모 비즈니스 미팅 및 바이어 상담을 위한 세미나실 및 쇼룸 등의 공동 작업공간을 제공한다. 또한 매년 품평회 및 종합평가를 통한 활동평가에 따라 창작비를 차등해서 지급하고, 판로 개척을 위한 국내외 마케팅 지원 및 브랜드 인지도 제고를 위한 홍보 지원 프로그램도 진행하고 있다. 아울러 컬러·소재·라이프스타일 및 제너럴 트렌드 전문교육, 국내외 상표권 컨설팅 등 브랜드 및 디자이너의 역량강화를 위한 교육·멘토링 지원 프로그램을 운영하고 있다.

[표 2-12] 서울패션창작스튜디오 주요 성과

구분		2015	2016	2017
입주 디자이너		30명	30명	30명
홍보 마케팅 지원	마케팅 지원	• 대형 유통채널 팝업 2회 · 22개 브랜드, 매출 48,264천 원 • 편집매장(코오롱 시리즈) 팝업 · 3개 브랜드, 매출 1,805천 원 • 홈쇼핑(GS숍) 입점 · 7개 브랜드, 매출 90,916천 원 • 패션바자(서울바자축제) · 3개 브랜드, 매출 3,168천 원 • 서울패션위크 트레이드쇼 · 6개 브랜드, 수주상담 20건 • 상·하반기 시즌 재고상품 판매 · 58개 브랜드, 매출 34,744천 원	• 대형 유통채널 팝업 2회 · 현대시티아울렛 위메프관 (9개 브랜드, 매출 17,199천 원) · 판교 아브뉴프랑 쇼핑몰 (8개 브랜드, 매출 18,687천 원) • 브랜드 / 기관 협업 2회 · 삼성물산 '아워 서울'(4개 브랜드) · 서울새활용전 업사이클링 전시 (9개 브랜드), 31개 한복 업사이클링 작품 전시 • 서울패션위크 트레이드쇼 · 상반기 : 10개 브랜드, 수주액 $14,914 · 하반기 : 10개 브랜드, 수주액 $15,690 • 상·하반기 시즌 재고상품 판매 · 상반기 : 22개 브랜드, 매출 41,489천 원 · 하반기 : 26개 브랜드, 매출 38,363천 원	• 대형 유통채널 입점 연계 · 엘롯데 엘스테이지샵 입점 연계 (19개 브랜드 참여, 8개 브랜드 최종입점 계약) • 서울패션위크 트레이드쇼 · 상반기 : 16개 브랜드, 수주상담 137건 · 하반기 : 12개 브랜드, 수주상담 83건 • 상·하반기 시즌 재고상품 판매 · 상반기 : 24개 브랜드, 매출 32,288천 원 · 하반기 : 23개 브랜드, 매출 31,901천 원
	홍보 지원	• 서울패션위크 참가 디자이너 매체 홍보(21개 브랜드) • 온·오프라인 홍보 · 보도자료 등 : 60건 · 홈페이지, 페이스북, 블로그, 텀블러포스팅 • 스타 / 매거진 협찬 · 방송, 패션매거진, 포털사이트 등 : 255건	• 디자이너 토크콘서트 진행 · 서울패션창작스튜디오 출신 디자이너 'DDP포럼' Vol.9 패션편 진행 • 온·오프라인 홍보 · 보도자료 등 : 32건 · 홈페이지, 페이스북, 블로그 등:423건 • 스타/매거진 협찬 · 패션매거진 : 117건 · 방송 및 온라인 매체 : 346건	• 매거진 인터뷰 연계 · 쎄씨 차이나(3개 브랜드) • 서울패션위크 부대행사 진행 '영패션위크', 디자이너 X 뮤지션 협업공연(4개 브랜드) • 온·오프라인 홍보 · 보도자료 등 : 14건 · 홈페이지, 페이스북, 블로그 등 : 524건 • 스타 / 온라인마케팅 · 방송 및 온라인 매체 스타협찬 및 바이럴 진행
역량강화교육 지원		• 쇼룸 비즈니스 및 트렌드 교육 : 11회 • 상표권 출원 지원 : 6개 브랜드 • 현업전문가 멘토링 : 4회 • 해외비즈니스 컨설팅 : 22개 브랜드	• 해외컬렉션 분석 및 트렌드 교육 : 5회 • 현업전문가 멘토링 및 국내외 상표권 컨설팅 : 3회	• 해외 컬렉션 분석 및 트렌드 교육 : 4회 • 현업전문가 멘토링 및 국내외 상표권 컨설팅 : 4회 • 국내외 비즈니스 브랜딩 컨설팅 : 1회

서울디자인재단은 입주 디자이너들을 대상으로 다양한 홍보·마케팅 지원 및 역량강화교육 지원 프로그램을 지속적으로 진행해왔다. 2016년에는 판로개척 및 마케팅 지원을 위해 현대시티아울렛, 판교 아브뉴프랑 등 대형 유통채널에 팝업스토어를 오픈했으며, 삼성물산과의 디자인 컬래버레이션도 진행했다. 또한 온·오프라인 매체 및 스타 연예인 협찬을 통해 입주 브랜드의 인지도를 높이는 홍보지원을 진행하는 한편, 해외 컬렉션 분석을 포함한 다양한 비즈니스 교육과 국내외 상표권 출원 지원 프로그램을 지속적으로 운영하는 등 패션인력의 창업 활성화 및 입주 브랜드의 운영 안정화에 기여하기 위해 노력했다.

[그림 2-4]
패션창작스튜디오







패션지원센터

패션지원센터 운영

2015 — 2016 — 2017

서울시는 의류제조 기반산업 육성을 위해 봉제업체 밀집지역인 중구, 중랑구, 용산구, 금천구에 패션지원센터를 두고 서울디자인재단에 운영을 위탁했고, 서울디자인재단은 2016년까지 작업환경 개선 및 봉제장비 임대사업을 주요 사업으로 추진했다. 2017년부터 현재 운영 중인 동대문패션지원센터, 중랑패션지원센터, 서북권 교육장, G밸리패션지원센터를 권역별 거점으로 삼아 지역특성에 맞는 특화사업을 발굴하고 사업 간 연계를 통해 의류제조산업의 벨트화 및 산업클러스터 조성을 위해 다양한 지원을 펼치고 있다.

[표 2-13]
2017년 패션지원센터 개요

구분	도심권	동북권	서북권	남부권
	동대문패션지원센터 (DDP드림랩)	중랑패션지원센터	서북권 교육장	G밸리패션지원센터
운영기관	직접 운영	한국의류산업협회 (민간 위탁)	(사)한국봉제패션협회 (민간 위탁)	직접 운영 (2017년 6월 개소)
위치	중구 신당동 251-7 유어스 빌딩 4층	중랑구 망우동 이안빌딩 9층	*청파사랑방 : 서계동 267-56. 2017년 5월 31일 폐소 *서북권 교육장 : 청파로 351 3층 *서북권 쇼룸 : 만리재로 40길 15 1층. 2018년 1월 개소 예정(구축 중)	금천구 디지털로10길 9 현대아울렛 501호
면적	985㎡(298평)	909㎡(275평)	교육장-72㎡(21평) 사랑방-49㎡(15평)	419.83㎡(127평)
지원시설	메이커스 랩, 회의실, 교육실 등	재단실, 회의실 공용 장비실 등	회의실, 교육장, 휴게실 등	공동 작업실, 교육장, 쇼룸, 소규모 런웨이장 등
관할지역	동대문, 성동, 종로, 중구(4개 구), 광진(특별관리)	중랑, 강북, 도봉, 노원, 성북(5개 구)	마포, 용산, 서대문, 은평(4개 구)	강서, 양천, 구로, 금천, 영등포, 동작, 관악, 서초, 강남, 송파, 강동 (11개 구)
예산	1,045.700천 원	644,017천 원	585,549천 원	832.234천 원

패션지원센터의 공통 사업인 봉제장비 임대사업과 작업환경 개선사업의 목적은 열악한 의류제조업체의 낙후된 작업환경을 개선하고 봉제장비를 저렴한 가격으로 임대해 작업비용을 절감하고 생산성을 증대시키는 데 있다. 2015년에는 총 49개 의류제조업체의 전기설비 현대화, 노후된 조명 교체 등의 작업환경 개선사업을 진행했다. 2016년에는 총 335개 업체의 작업환경 개선, 28개 봉제업체의 봉제장비 임대지원 등 총 413개의 의류제조업체를 지원한 것으로 집계되었다.

[표 2-14]
2017년 거점별
패션지원센터 특성화

구분	도심권		동북권	서북권	남부권
	동대문패션지원센터 (DDP드림랩)		중랑패션지원센터	서북권 교육장	G밸리패션지원센터
운영목표	인재육성 및 창업지원		의류제조 기반 지원	소규모 봉제업체 지원	마케팅 및 판로지원 OBM 전환 유도
특화 사업	도심권	광진	• 특수장비 활용 (CAD, CAM) 의류제조 숙련공교육 • 의류제조기업 CEO 역량교육	• 영세 봉제업체 쉼터 및 회의실 지원 • 차상위계층 봉제실무 취업교육 • 지역바자회	• G밸리지원센터 OBM 거점으로 리모델링 • 의류제조업체 OBM 전환사업 (시설 운영 및 패션쇼 등)
	• DDP 드림랩 • 특수장비 교육 • 미남미녀 프로젝트	• 다문화가정 및 차상위계층 봉제인력 맞춤교육			

2017년부터는 의류제조산업의 벨트화 및 산업클러스터 기반조성을 목표로 센터별 지역성·공간특성을 살려 작업환경 개선과 장비임대 등의 공통사업을 기반으로 센터별 특화사업을 발굴해 의류제조기업의 일감수주와 판로개척을 지원하고 있다.

[표 2-15]
2017년 거점별 패션지원센터
주요 성과_공통사업

구분	동대문패션지원센터 (DDP드림랩)	중랑패션지원센터	서북권 교육장	G밸리패션지원센터
시설운영 (방문객)	9,666명 (전년 대비 238% 증가)	1,450명	2,182명	3,340명
작업환경 개선 (지원업체)	111개 사	70개 사	44개 사	49개 사
장비 임대 지원 (지원업체)	36개 사	48개 사	15개 사	27개 사

[표 2-16]
2017년 거점별 패션지원센터
주요 성과_특화사업

구분	주요 사업	주요 성과
동대문패션지원센터 (DDP 드림랩)	특수장비 교육	총 43회, 762명
	청년제작자 양성- 미남미녀프로젝트	39명(수료인원 28명) *취업 10명, 창업 12명, 미미마켓 2017년 첫 운영
	광진 의류제조 교육사업	50명(지역 내 차상위계층 및 다문화가정)
중랑패션지원센터	봉제업체 CEO 함양 교육사업	총 4회, 117명 교육
서북권 교육장	봉제실무 취업교육 사업	12명(취업 8명, 창업 4명, 100% 달성)
	지역바자회	총 3개 업체 연계, 매출 1,613천 원
G밸리패션지원센터	OBM 전환 지원 거점화	자체 브랜드(OBM) 발굴(미소나비, SEW&G 등)
	G밸리위크 개최	3,000명 참가, 패션쇼 2회 개최, 팝업스토어 7일 운영, 1500만 원 매출, 포럼 1회 100명 참석

2017년 센터별 특화사업의 주요 성과로는 동대문패션지원센터의 경우 특수장비 교육 762명, 청년제작자 양성 프로젝트 39명, 다문화가정 및 차상위계층을 위한 광진 의류제조 교육에 50명이 참가한 것으로 집계되었다. 제품홍보, 판로지원 등 종합적으로 봉체업체를 지원하는 공간으로 리모델링한 G밸리패션지원센터는 의류제품 품평회, 콘텐츠 촬영스튜디오 및 패션쇼 등의 마케팅과 판로지원, OBM 전환 유도를 위해 다양한 지원을 펼친 것으로 나타났다. 이와 같이 패션지원센터는 의류제조산업의 클러스터 기반형성을 통한 의류제조기업의 자생력과 경쟁력 제고를 위해 센터별 특화사업을 추진했다.

DDP드림랩

메이커스랩 조성 및 운영 2016 — 2017

서울시는 서울시가 운영하고 있는 유어스 빌딩 일부 공간을 재구성해 2016년 봉제산업 지원을 위한 봉제교육 및 공동작업장인 DDP드림랩을 조성했다. DDP드림랩은 청년 제작자의 성공적인 취업과 창업을 지원함으로써 봉제산업에 대한 사회적 인식을 개선하기 위해 오픈스튜디오를 열었다. 또한 시민 누구나 방문해서 직접 상품을 기획·제작하는 새로운 방식을 시도했으며, 봉제 공용장비를 구축하고 의류제조관련 전문교육을 실시하는 등 다양한 지원사업을 펼치고 있다.

[표 2-17] DDP드림랩 개요

구분	내용
운영방법	직접 운영
위치	서울시 중구 마장로 22 DDP패션몰 4층
면적	전용면적 985㎡(298평)
지원시설	• 드림제작소 : 시민을 위한 개방형 공동작업장 • 청년공방 : 패션 청년 제작자들을 위한 창업 인큐베이팅 공간 • 포토 스튜디오 : 판매용 제품의 촬영을 위한 공간 • 배움공방 : 교육과 특강을 제공하는 교육공간 • 소통공방 : 지식재산권 보호를 위한 상담 및 세미나 공간
예산	2017년 300,000천 원(2016년과 동일)

[그림 2-5] DDP드림랩 공간구성 사진



DDP드림랩의 주요 사업 중 하나인 미남미녀프로젝트는 디자인과 봉제기술, 마케팅, 고객관리 등 종합교육 과정을 통한 인재양성 지원사업으로 취업 과정과 창업 과정으로 나누어 24주간 진행되었다. 2016년은 취·창업 과정이 통합된 종합교육 커리큘럼을 기반으로 추진되었고, 2017년은 교육 과정을 취업반과 창업반으로 분리시키고 교육 수료생들과 서울디자인재단 타사업의 연계를 강화하는 등 교육 과정을 개선했다. 그 결과 2016년에는 22명의 수료생 중 2명의 취업자와 9명의 창업자를 배출했으며, 2017년에는 교육 과정을 수료한 28명 중 6명이 취업을 했고 12명이 창업을 했거나 준비 중인 것으로 집계되었다.

[표 2-18] 청년제작자 양성 프로그램 '미남미녀프로젝트'

구분	2016		2017	
교육목적	디자인 기획 및 제작, 교육을 통한 취·창업 인력 양성			
운영방식	민간위탁 운영			
모집인원	30명 선발(취업반과 창업반 각 15명)			
교육대상	만 19세에서 39세 이하의 취·창업을 원하는 청년			
교육기간	24주 과정(상반기와 하반기 각 12주)			
	2016. 04. 05.~06. 30. / 09. 01.~11. 30.		2017. 07. 01.~12. 31.	
교육내용	취· 창업 과정	• 디자인과 봉제기술, 마케팅, 고객관리 등 종합교육 과정	취업 과정	• 유럽식 의류제작 마스터 장인 양성 과정 • 도제식 봉제 기술교육 • 산업현장 실무 중심의 맞춤형 교육
			창업 과정	• 경영교육(마케팅, 유통전략 등) • 의류제조 공급과정 교육(상품기획, 의류제작, 품평 등)
교육성과	수료인원	22명	28명	
	취·창업	취업 2명, 창업 9명(예정자 포함)	취업 6명, 창업 12명	

[그림 2-6] 미남미녀프로젝트 교육 사진



[표 2-19] DDP드림랩 주요 성과

구분	2016	2017
방문객	4,068명(2016. 05. 13.~12. 31.)	9,851명(2017. 01. 01.~12. 31.)
장비사용 집계	342대(2016. 05. 13.~11. 30.)	2,399대(2017. 01. 01.~12. 31.)
포토 스튜디오 사용	28건(2016. 11. 01.~12. 31.)	265건(2017. 01. 01.~12. 31.)
창업 특강 / 워크숍 인원	27회 / 472명	50회 / 792명

2016년 DDP드림랩 작업공간 사용자는 일반 방문자를 포함해 공용장비 사용과 외부행사에 참여한 총 방문객이 4,068명으로 집계되었다. 이는 목표인원 대비 904%에 달하는 인원이 DDP드림랩을 방문했다는 의미이다. 2017년 방문객 또한 총 9,851명으로 목표 대비 164%에 달하는 인원이 방문한 것으로 나타났다. 아울러 DDP드림랩 창업특강 및 워크숍의 경우 2016년에는 472명, 2017년에는 792명이 참여한 것으로 집계돼 각각 목표인원 대비 131%, 144%를 기록했다.

서울디자인위크

서울디자인위크 개최

2015 — 2016 — 2017

서울디자인재단에서는 2014년부터 개인, 기업, 단체, 학교, 디자인 전문가 등 다양한 주체가 디자인을 통해 서로 소통하는 시민참여형 축제 '서울디자인위크(Seoul Design Week)'를 개최하고 있다. 2017년 4회째를 맞은 서울디자인위크는 서울 도심 전역에서 제각기 열리는 디자인 전시와 행사를 하나로 묶고 DDP를 중심으로 진행하던 행사를 서울 전체로 확장했다. 이를 통해 각 행사의 독립성을 유지하는 한편, 연대와 협력을 통한 시너지 창출로 서울디자인위크의 브랜드 가치를 높이기 위해 다양한 전략과 프로그램을 추진하고 있다.

[표 2-20]
서울디자인위크 개요

구분	2015	2016	2017
행사명	서울디자인위크 2015	서울디자인위크 2016	서울디자인위크 2017
기간	2015. 12. 02.~06. (5일간)	2016. 09. 22.~10. 02. (5일간)	2017. 09. 21.~27. (7일간)
장소	DDP, 코엑스, 서울디자인스팟	DDP, 서울시 전역	
주제	보이지 않는 디자인, 시민이 행복한 디자인 (Seoul's Design Wizard)	스마트 디자인을 통해 스마트 라이프를 추구하는 스마트 시티 서울 (Smart Design, Smart Life, Smart City)	더 나은 관계를 위한 디자인 (Design for Better Relationship)
추진방식	민관 공동협력		
주최 / 주관	서울디자인재단		
예산	500,000천 원	1,200,000천 원	1,572,800천 원

서울디자인위크는 매년 주제를 지정해 이루어지며, DDP를 중심으로 서울 도심 전역에서 다양한 디자인 행사가 민간기업과 서울시, 서울디자인재단의 협력 아래 동시다발적으로 열린다. '서울디자인위크 2015'는 '보이지 않는 디자인, 시민이 행복한 디자인'이라는 주제 아래 2015년 12월 2일부터 6일까지 5일간 진행되었다. '서울디자인위크 2016'은 '스마트 디자인을 통해 스마트 라이프를 추구하는 스마트 시티 서울'이라는 주제로 2016년 9월 22일부터 10월 2일까지 5일간 진행되었다.

[그림 2-7]
2016, 2017
서울디자인위크 포스터



[표 2-21]
2017 서울디자인위크
주요 프로그램 및 성과

사업명	프로그램명	성과
주제프로그램 개발		
컨퍼런스	프리포럼 개최	400명, 연사 7명
	오프닝 국제 컨퍼런스 개최	687명, 국내 / 해외 연사 6명
주제전	주제사례 및 자치구, 디자인스튜디오전	46,424명, 콘텐츠 53개
청년디자이너	공모참가팀 선정&멘토링 워크숍 7주 운영	공모 총 7개 팀(13명), 전문가 멘토링 21회
	다음 스토리 펀딩(크라우드 펀딩)	총 6개 팀, 총 9회 연재
	오디션 개최 On Stage PT	490명, 연사 7명, 전문가 심사위원 6명
	아카이브 전시	관람객 5,382명
디자이너 무브먼트	초청 디자이너 페차쿠차 PT	340명, 연사 8명
	오픈스튜디오 및 지역모임(홍대·강남·강북)	83명 참가, 4곳(홍대·강남·동대문·을지로)
	디자이너 추천 릴레이 100	디자이너 100명 추천 릴레이 참가
	디자인 스튜디오 아카이빙	총 26개 스튜디오 참가

협력프로그램 유치		
컨퍼런스 및 세미나	서울 스마트 모빌리티 국제 컨퍼런스(연구소)	510명, 국내 / 해외 연사 15명
	유니버설디자인 세미나	403명, 국내 / 해외 연사 6명
	컨데나스트 워크숍	286명, 교육 4회, 해외 강사 3명
	DIC '아시안 컬러 트렌드' 세미나	일본 1개국, 해외 1명, 120명
	DDP 포럼	69명, 연사 1명
	건축강연	79명, 연사 6명
	건축어린이 워크숍	79명, 연사 2명
	존 타카라 초청 DDP 지식공유 세미나	169명, 해외 연사 1명
전시 및 페어	초청 디자이너 페차쿠차 PT	340명, 연사 8명
	오픈스튜디오 및 지역모임(홍대·강남·강북)	83명 참가, 4곳(홍대·강남·동대문·을지로)
	디자이너 추천 릴레이 100	디자이너 100명 추천 릴레이 참가
	디자인 스튜디오 아카이빙	총 26개 스튜디오 참가
이벤트 및 마켓	디자인공예 프리마켓	224,858명, 148개 업체
	얼굴 있는 농부시장	3,056명, 50개 업체
	서울밤도깨비야시장	65,490명, 60개 업체
	청년광복페스티벌 토크콘서트(꿈톡)	435명, 연사 6명, 공연 6팀
	상상패션위크(서울시 재생과, KT&G)	1,500명, 연사 및 협력기관 150명
	윤이상음악회(서울문화재단, 운영팀)	700명, 공연 6팀
시민 프로그램 향유		
시민 프로그램	주제 시민참여전	70,461명, 콘텐츠 5개
	주제 공연	5,380명, 5회
	디자인 영화제	1,032명
	디자이너 네트워킹파티	248명
	시민 버스킹 공연	6회, 1,160명
서울 전역 프로그램 확장		
디자인 메이트	마켓	9곳(현장 집계 제외)
	디자인숍	14개(현장 집계 제외)
	서점 및 레코드숍	8개(현장 집계 제외)
	카페 및 레스토랑	11개(현장 집계 제외)
	다이닝 프로그램(A Delicious Life)	133명, 4개 레스토랑
오픈스튜디오	디자이너, 대중 참여 세미나	83명, 5곳
글로벌 프로그램 도약		
ico-D (국제디자인협회)	월드디자인데이 - 세계어린이디자인워크숍	5개국 동시 진행, 약 200여 명 참가
월드디자인위크	월드디자인위크 활동	50개국, 9개 보드멤버, '교육팀 정기프로그램 도입'
	헬싱키디자인위크 서밋(워크숍, 라운드 테이블, 갈라 등)	디자이너 500명
베세토	베세토 협력 회의	베세토 대표단 4명, 10명 참가

4회째인 '서울디자인위크 2017'은 '더 나은 관계를 위한 디자인'이라는 주제로 9월 21일부터 27일까지 7일간 개최되었다. 이 기간에는 주제 컨퍼런스, 주제전시, 청년디자이너 오디션(EP.age Project), 디자이너스 무브먼트 등의 주요 프로그램과 함께 각계의 해외 전문가들이 참가하는 글로벌 컨퍼런스, 도시건축비엔날레, 유니버설디자인박람회, 디자인공예 프리마켓 등 다양한 협력 프로그램이 동시에 진행되었다.

[표 2-22]
서울디자인위크 주요 성과

구분	2015	2016	2017
관람객 수	28만 명	30만 명	31만 명 이상(서울 전역 집계 제외)
참여기업	455개	962개	1,121개(서울 전역 마켓 제외)
협력기관	19개	39개	68개
프로그램	30개	56개	58개(홍보 프로그램 제외)

지금까지 진행된 서울디자인위크의 주요 성과를 살펴보면 전체 관람객 수는 2015년 28만 명, 2016년 30만 명, 2017년 31만 명 이상으로 집계되었다. 행사에 참여한 기업도 2015년 455개에서 2016년 962개, 2017년 1,121개로 집계되었으며, 민간기업 및 시민의 참여가 매년 확대되고 있는 것으로 나타났다.
서울디자인재단은 서울디자인위크의 지속적인 개최 및 프로그램과 협력기관 등의 확대를 통해 지속 가능한 서울시 글로벌 디자인 축제로 육성하기 위해 꾸준히 노력하고 있다.

[그림 2-8]
서울디자인위크 행사 사진



베이징디자인위크_ 게스트시티 SEOUL

디자인 전시 참가지원 _ 베이징디자인위크 **2016**

서울시는 서울의 우수 디자인 제품을 발굴·선정해 해외판매 채널을 다변화하고 디자이너 및 디자인기업의 글로벌 인지도 제고를 위해 지속적으로 해외박람회 참가 지원사업을 진행하고 있다. 베이징디자인위크는 베이징의 도시 특성을 살려 지역 갤러리나 낡은 공단지역에서 전시를 개최하는 디자인 행사로 2009년부터 시작되었다. 베이징디자인위크의 주요 섹션 중 매년 1개의 해외 디자인 선진도시를 초청해 선진 디자인산업 사례를 소개, 홍보하는 '게스트시티(Guest City)' 섹션에 2016년 서울시가 아시아 최초로 선정되었다. 서울시는 국내 디자인기업의 해외시장 진출을 지원하기 위해 2015년 12월 베이징디자인위크 참가를 공식 수락했다.

[표 2-23] 2016 베이징디자인위크_ 게스트시티 SEOUL 개요

구분	내용
행사명	2016년 베이징디자인위크 '게스트시티 SEOUL'
주제	스마트 시티, 스마트 디자인, 스마트 라이프(Smart City, Smart Design, Smart Life)
주관	베이징 시 및 중국 중앙부서(과학기술부, 문화부 등) 공동주관
장소	중국 베이징(시티센터), 751D-Park(79tank, FashionEcho, L-Building, 751D-Park bridge 등)
참가기업	기업관 5개 사, 디자인태그 50개 사, 447개 상품 전시
기간	· 베이징디자인위크 : 2016. 09. 25.~10. 07.(13일간) · 게스트시티 : 2016. 09. 28.~10. 06.(9일간)
예산	700,000천 원

'2016년 베이징디자인위크_게스트시티 SEOUL'은 2016년 9월 28일부터 10월 6일까지 약 9일간 '스마트 디자인(Smart Design)을 통해 스마트 라이프(Smart Life)를 추구하는 스마트 시티(Smart City) 서울'이라는 주제로 진행되었다.

[표 2-24] 2016 베이징디자인위크_ 게스트시티 SEOUL 프로그램

주제	장소	내용
스마트 시티	L-Building(서울홍보관)	서울시 우수 디자인정책 및 서울디자인재단 소개
스마트 디자인	FashionEcho(중소&디자인기업관)	· 1층 : 디자이너 세미나 및 프로모션 · 2층 : 참가기업 전시(서비스디자인기업) · 3층 : 참가기업 전시(중소 공예 디자인기업)
스마트 라이프	79Tank(대기업브랜드관)	국내 대기업 브랜드 제품 및 프로모션
기타 전시	751 Bridge(서울디자인로)	릴레이 추천 방식으로 선정된 디자이너 35인의 '서울'을 주제로 한 그래픽 아트워크 작품 전시
부대행사	751 Bri dge, Precious Mome nt A11, 79Tank	· 서울디자인스팟 VR, 디자이너 5인의 시티 프로젝트 '서울' · 참가기업 간담회 · 개막식 VIP 리셉션

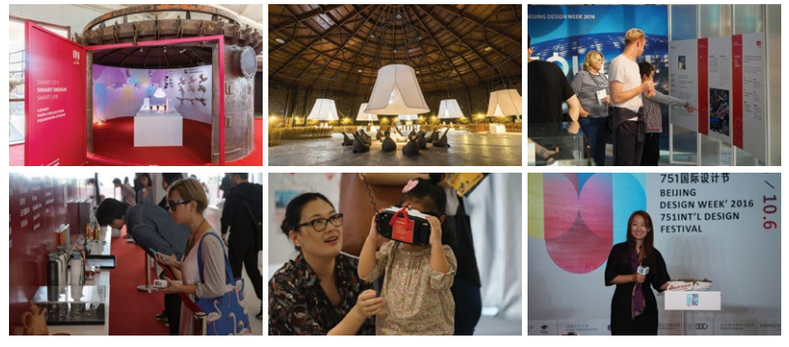
'2016년 베이징디자인위크_게스트시티 SEOUL' 프로그램은 '스마트 시티, 스마트 디자인, 스마트 라이프'를 주제로 서울홍보관, 중소&디자인기업관 및 대기업브랜드관의 3가지 섹션으로 구성되었다. '스마트 시티(Smart City)'를 주제로 기획된 서울홍보관은 유네스코 창조도시 서울, 서울디자인재단, '꿈꾸고, 만들고, 누리는 DDP', 서울디자인위크, 서울패션위크 및 서울시 디자인 스팟의 6가지 테마로 구성해 2016년 서울시의 우수한 정책을 소개했다. 우수한 정책 사례로는 서울시민의 삶에 질적 기여를 한 서울교통정보센터(TOPIS), 시민청, 찾아가는 동주민센터, 서울형 도시재생 프로젝트 및 범죄예방 디자인을 포함한 5가지가 대표적으로 소개되었다. 또한 '스마트 디자인(Smart Design)'을 주제로 한 중소&디자인기업관에서는 '스마트 시티, 스마트 디자인, 스마트 라이프'를 주제로 한 디자이너들의 세미나와 참가 디자인기업들의 디자인 분야별 전시를 진행했다. '스마트 라이프(Smart Life)'를 키워드로 기획된 79TANK의 기업관에서는 한류 콘텐츠를 소개하고 대기업과 서울의 디자이너 35인의 '서울', 'heart', '한글'을 주제로 한 그래픽 작품을 전시했다.

[표 2-25] 2016 베이징디자인위크_ 게스트시티 SEOUL 주요 성과

구분	내용
프로모션	· 총 51건(해외 45건/국내 6건) - 해외 보도 : 중국 및 유럽 매체 총 45회(CCTV 인터내셔널 방송 취재 등) - 국내 보도 : 네이버 디자인(메인페이지), 네이버 매거진 캐스트, 월간디자인 등
전시만족도	· 전시만족도 설문기간:2016. 09. 26. ~10. 06 · 설문대상 : 베이징디자인위크 일반관람객 300명 · 설문결과 - '서울홍보관(L-Building)', '공예·디자인 중소기업관(FashionEhco)'은 90%가 긍정적으로 평가함 : 서울시 시책의 콘텐츠 및 새로운 경험을 가져다준 VR 체험의 인기가 높았음. - '공예·디자인 중소기업관(FashionEhco)'과 '대기업관(79Tank)' : 전통적 요소와 융합된 디자인, 첨단 IT기술과 융합된 디자인 등에 대한 호응이 높았음.

서울디자인재단은 행사기간 동안 베이징디자인위크를 방문한 일반 관람객 300명을 대상으로 게스트시티 전시에 대한 만족도를 조사했다. 그 결과 서울홍보관과 공예·디자인 중소기업관은 90%가 넘는 만족도를 나타냈으며, 공예·디자인 중소기업관을 포함한 대기업관 또한 전통적 요소 및 첨단 IT기술과 디자인의 융합적 디자인으로 높은 호응을 얻은 것으로 조사되었다.

[그림 2-9] 2016 베이징디자인위크_ 게스트시티 SEOUL 참가 사진



메종 & 오브제

디자인 전시 참가지원 _ 메종 & 오브제 2015 — 2016 — 2017

서울디자인재단은 1995년부터 2017년까지 24년째 열려온 인테리어·디자인 박람회 '메종&오브제'에 8회째 참가하며 서울시 디자이너와 디자인기업의 해외 판로 개척 및 인지도 확장을 위해 적극적인 지원을 추진하고 있다.

[표 2-26] 메종 & 오브제 개요

구분	2015	2016	2017
행사명	메종&오브제 파리(MAISON&OBJET PARIS)		
주최	SAFI(Salons Français et Internationaux)		
장소	프랑스 파리 노르 빌팽트 전시관 'NOW-7Hall'		
참가형태	참가기업 개별 부스 형태		DDP 상품개발 참가사 개별 면적 제공
지원사항	부스 임차비, 부스 기본장치, 홍보 및 현장 운영		
기간	2015. 09. 04.~08.(5일간)	2016. 09. 02.~06.(5일간)	2017. 09. 08.~12.(5일간)
참가기업	12개	16개	10개
예산	300,000천 원	200,000천 원	200,000천 원

※ 2015년 예산 : 메종&오브제, 도쿄디자인위크, 베이징디자인위크 참가 합계임.

서울디자인재단은 메종&오브제의 8개 테마 전시관 가운데 최신 트렌드 및 인테리어가 전시되는 'NOW-7Hall'에 2015년부터 지속적으로 전시부스를 설치해왔다. 해외 판로 개척의 기회를 확대하기 위해 참가기업도 2015년 12개 사에서 2016년 16개 사로 확대했다. 그러나 2017년부터는 재단 내 디자인공예산업 생태계 기반 지원사업에 적극 참여시키고 브랜드를 강화하기 위해 10개 사를 선발, 집중 육성하는 방식으로 전환했다. 또한 전시공간 구성의 경우 참가기업의 정체성과 전문적 홍보 및 적극적 마케팅 활동을 펼칠 수 있도록 통합부스를 임차한 뒤 참가기업에게 개별 공간을 분할 제공하는 방식으로 진행했다. 이와 함께 바이어 상담 및 응대를 위해 현장 동시통역 서비스와 비즈니스 상담공간을 지원했고, 바이어와 방문객의 적극적 유치를 위해 통합 카탈로그와 프레스 키트를 사전에 제작, 배포했다.

[표 2-27] 메종 & 오브제 주요 성과

구분	2015	2016	2017
오더 실적	408,340천 원	153,760천 원	241,200천 원
방문객 수	112,000명	64,591명	78,419명

그 결과 2015년 현장 상담실적이 총 623건으로 2014년 대비 134% 상승한 것으로 나타났다. 또한 2014년 오더 실적의 90%가 1개 사의 실적이었던 데 비해 2015년에는 12개 참가기업이 고루 실적을 올린 것으로 조사되었다. 2016년 파리 테러 사건 이후 메종&오브제의 전체 관람객 수가 절반 가까이 감소한 상황에서 64,591명이 서울디자인재단의 'DDP 스토어' 부스를 방문한 것으로 집계되었다. 또한 2016 메종&오브제 전시 만족도를 조사한 결과, 참가기업 16개 사 중 66%가 사전준비 과정에 만족했고, 70.6%가 다시 참가할 의향이 있는 것으로 조사되었다.

[그림 2-10] 2016 메종&오브제 참가 사진



서울상징 관광기념품 공모전

서울상징 관광기념품 개발육성

2015 — 2016 — 2017

서울디자인재단은 서울을 대표하는 우수한 디자인상품을 발굴하기 위해 다양한 지원사업을 추진하고 있다. 그중 '서울상징 관광기념품 공모전'은 상품성이 우수하고 서울을 상징할 수 있는 관광기념품을 개발하고 실력 있는 신진 디자이너를 육성하기 위한 사업으로 2013년부터 2017년까지 5회가 개최되었다.

[표 2-28] 서울상징 관광기념품 공모전 개요

구분		2015	2016	2017
공모명		서울상징 관광기념품 공모전		
공모기간		2015. 05. 04.~07. 22.	2016. 04. 01.~07. 10.	2017. 04. 17.~07. 15.
주체 / 주관		서울시 / 서울디자인재단		
공동주관 · 협찬 · 후원		-	㈜호텔롯데 롯데월드	㈜호텔롯데 롯데월드, 한화호텔앤드리조트㈜
주제	서울시	서울을 상징하는 대표적 관광명소를 소재로 한 심미성 있는 관광기념품 (한양도성, DDP, 세빛섬 등)	• 지정주제 : I·SEOUL·U, 한양도성, 한옥마을, DDP, 서울시청, 서울휘장 • 자유주제 : 서울의 이미지·특징을 상징적으로 나타낼 수 있는 주제	• 지정주제 : Seoullo7017 • 자유주제 : 서울의 대표적 상징과 관광명소 기념품
	민간		• 지정주제 : 롯데월드타워 서울스카이	• 지정주제 : 롯데월드타워 서울스카이, 63빌딩
시상내용		• 상장수여 • 카탈로그 제공과 판로 지원	• 상품화 지원 • 국내외 디자인전시 출품 및 견학 지원	• 수상작 매입
예산		333,607천 원	326,200천 원	315,930천 원

2016년에는 공모전의 주제를 'I·SEOUL·U, 한양도성, 한옥마을, DDP, 서울시청, 서울휘장'으로 규정했지만, 2017년부터는 기념품 개발의 다양성을 위해 공모 주제를 확대했다. 또한 수상작의 판로 지원 확대를 위해 2015년까지 서울시와 서울디자인재단이 주도적으로 추진해온 공모전을 2016년부터는 관광명소를 보유한 민간기업과의 공동주관 및 협찬을 통해 사업범위를 확대했다. 이에 따라 서울디자인재단은 재단 홈페이지 및 온·오프라인 홍보활동을 통해 민간기업을 유치하고 10명 내외로 민관협의체를 구성해 공모전 주제 및 민간부문 심사기준을 정하기 위한 자문회의를 주기적으로 개최했다. 아울러 공모전 진행을 위한 홍보협찬과 기념품 개발, 육성사업 방향설정, 세부 과업 실행 및 자금 협찬을 위한 거버넌스 활동을 함께 추진했다.

[표 2-29] 서울상징 관광기념품 공모전 주요 절차

1단계	2단계	3단계
서울상징 관광기념품 민관협의체 거버넌스 구성	공모전 개최	상품화 및 판로지원

[표 2-30] 서울상징 관광기념품 공모전 작품접수 및 선정결과

구분	2015	2016	2017
작품접수	총 373개 (제품분야 344개, 아이디어분야 29개)	총 377개 (서울시 331개, 민간기업 46개)	총 440개 (서울시 284개, 민간기업 156개)
작품선정	총 111개 (제품분야 100개, 아이디어분야 11개)	총 105개 (서울시 100개, 민간기업 5개)	총 109개 (서울시 99개, 민간기업 10개)

2015년부터 2017년까지 서울상징 관광기념품 공모전에 접수된 상품은 2015년 373개, 2016년 377개, 2017년 440개였다. 접수된 상품은 1차 전문가 심사, 2차 시민·관광객 심사, 3차 전문가 심사를 거쳐, 2015년 111개, 2016년 105개, 2017년 109개의 수상작이 선정되었다.

[표 2-31] 서울상징 관광기념품 공모전 주요 수상지원 내역

구분	2015	2016	2017
수상작 매입금 및 수상금	총 169,155천 원 · 매입금 165,955천 원 · 수상금 3,200천 원	총 172,000천 원 · 서울시 142,000천 원 · 민간기업 30,000천 원	총 228,998천 원 · 서울시 182,998천 원 · 민간기업 46,000천 원
상품화 지원	총 20개 제품	총 25개 제품 · 서울시 상위 20개 · 민간기업 5개	총 30개 제품 · 서울시 상위 20개 · 민간기업 10개
해외디자인 전시 견학	• 대상 : 제품 분야 상위 수상자 10명 • 장소 : 2015 도쿄디자인위크	• 대상 : 제품 분야 상위 수상자 10명 (2명 견학 포기로 최종 8명) • 장소 : 2016 베이징디자인위크	-
판로지원	• 대상 : 상위 수상자 20개 제품 • 참가전시 · 2015 베이징디자인위크 · 2015 도쿄디자인위크	• 대상 : 수상자 25개 제품 • 참가전시 : 2016 베이징디자인위크	• 대상 : 서울시 상위 수상자 10개 제품 • 참가전시 : 2017 DDP 공예 프리마켓

서울상징 관광기념품 공모전은 수상작에게 상금을 지급하는 대신 수상작을 매입해 서울시 홍보제품으로 활용하고 있다. 또한 서울시가 선정한 수상작 상위 20개 제품을 대상으로 패키지 개발, 가격전략 및 마케팅 관련 전문가 멘토링을 실시해 상품가치를 높일 수 있게 지원하고 있다. 상품화 과정을 통해 업그레이드된 상품들은 서울시와 재단 및 민간기업이 보유한 온·오프라인 매장에 입점할 수 있을 뿐 아니라 해외시장 진출을 위한 해외 유명 디자인전시 투어 및 전시참여 기회가 제공된다.

[그림 2-11] 서울상징 관광기념품 공모전 시상식

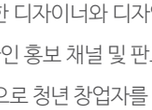
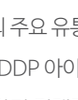
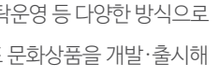


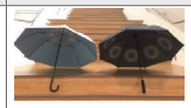
DDP브랜드상품 개발

우수디자인상품 판매 활성화 2017

서울디자인재단은 우수한 디자이너와 디자인기업의 비즈니스 체계를 강화하기 위해 상품개발 지원을 포함해 온·오프라인 홍보 채널 및 판로를 지원하는 등 다양한 지원사업을 추진하고 있다. 이러한 지원사업의 일환으로 청년 창업자를 위한 공간이자 복합문화공간인 DDP 스토어를 구축, DDP를 중심으로 서울 및 해외 주요 유통거점에서 직영·온라인 및 위탁운영 등 다양한 방식으로 운영하고 있다. 2017년에는 DDP 아이덴티티를 형상화한 DDP 대표 문화상품을 개발·출시해 국내외적으로 유통망을 확대하며 경쟁력이 약한 강소기업의 국내외 판로를 지속적으로 지원 하고 있다.

[표 2-32] DDP브랜드상품 목록

품목		상품 이미지	품목		상품 이미지
의류	그래픽(3종)		문구	노트(3종) 볼펜(3종)	
	남성복(3종)			연필(1종)	
	DDP 사진(2종)			필통(1종)	
	여성복(2종)			클립(1종)	
	가운(6종)	 		마스킹테이프(3종)	
				지우개(1종)	
	점프슈트(3종)			자석(4종)	

품목		상품 이미지	품목		상품 이미지
우산(2종)			브랜드북	브랜드 매뉴얼북(1종)	
주얼리(9종)			포장재	봉투(1종)	
포장재	지퍼백(1종)			비닐쇼핑백(1종)	

2017년 서울디자인재단은 DDP 디자인상품 개발 및 서울 대표 공예상품을 발굴하기 위해 DDP 아이덴티티가 담긴 상품을 개발했다. 2017년 DDP 브랜드 상품은 의류를 비롯 문구류, 포장재, 브랜드북 등 총 20개 품목, 51종으로 다양한 분야 디자이너들의 협력으로 개발되었다. 이 상품들은 국내외 DDP 스토어에 출시, 판매되고 있다.

[표 2-33] DDP 스토어 운영 현황

구분	매장합계	2016		2017	
합계	23	8		15	
직영	10	3	• DDP 스토어-배움터 • 디자인박물관 아트숍 • 광화문 한글누리	7	• DDP 스토어-배움터 • DDP 스토어-T(2017. 08.~12. 종료) • DDP 스토어-팝업(2017. 06.~09. 종료) • DDP 디자인박물관(2017. 02. 종료) • DDP 스토어-마포 • 광화문 한글누리(2017. 08. 종료) • 디큐브(2017. 02. 종료)
해외	1	0	-	1	• 홍콩 PMQ 1개소
위탁	12	5	• 두산면세점 1개소 • 현대백화점 디큐브시티 1개소 • 인천공항 더방 • 현대 온라인닷컴 • 더미코닷컴 온라인 페이지	7	• 두산면세점 1개소(2017. 04. 종료) • 박물관문화재단 2개소(국립중앙박물관, 한국민속박물관) • 한국문화재재단 2개소(인천공항, 동궐마루) • 인천공항 1개소(2017. 08. 종료) • 더현대몰(2017. 03. 종료)

2016년 8개의 DDP 스토어를 운영해온 서울디자인재단은 2017년 직영 7개소, 해외 1개소와 두산면세점, 박물관문화재단, 한국문화재재단 등 위탁운영 7개소를 포함해 총 15개의 DDP 스토어를 운영하고 있다.

2017년 4월 20일 해외 첫 매장으로 홍콩의 PMQ S503호에 DDP 스토어를 오픈하였다. PMQ(Police Married Quarters)는 홍콩에서 가장 주목받는 명소로 쇼핑몰 겸 복합문화예술 공간이다. 서울 우수 디자이너 40여 명의 상품 300여 종을 전시·판매 중이며, 상품 판매방식은 서울의 디자이너 상품과 PMQ 입주 디자이너의 상품을 15,000불(미화) 내에서 상호 매입하여 판매하는 방식으로 시작하였다. 매장 공간도 상호 제공하여 PMQ에는 DDP 스토어를, DDP에는 PMQ Design Select 매장을 운영 중이다. PMQ의 DDP 스토어 활동은 페이스북 DDP Store-PMQ(www.facebook.com/ddp.pmqhk)에서 확인할 수 있다.

생활의 발견·공예프리마켓

공예문화산업 활성화 _ 공예박람회(위크), 공예프리마켓 활성화 2016 — 2017

서울디자인재단은 생활 속에서 수공예품을 접촉할 기회를 늘리고 우수 공예상품 발굴 및 판매채널 확대를 위해 다양한 공예문화사업을 추진하고 있으며, 대표적으로 공예박람회와 공예프리마켓이 있다. 공예박람회는 2015년부터 시작되었고 공예프리마켓은 서울 지역의 기존 프리마켓 운영단체의 협력으로 2016년부터 개최되었다. 서울디자인재단은 서울공예문화산업의 활성화를 도모하기 위해 공예프리마켓과 공예박람회를 통해 다양한 프로그램을 시도하고 있다.

[표 2-34] 공예박람회 개요

구분	2015	2016
공모명	2016 공예위크 박람회	2017 서울생활의 발견
공모기간	2016. 09. 22.~10. 02.(11일간)	2017. 09. 21.~27.(7일간)
주체 / 주관	DDP 둘레길(B2~4F), 둘레길 쉼터, 갤러리 문	DDP 알림2관
주제	생활의 발견_밥그릇	은밀한 공예(空藝)
내용	식(食)문화의 변화에 따른 공예품의 변화	주(住)문화의 변화에 따른 공예품의 변화
기획	서울디자인재단 공예디자인팀, 황교익	서울디자인재단 공예디자인팀, 제이쓴
예산	150,000천 원	318,000천 원

2016년 9월 22일부터 10월 2일까지 개최된 '2016 공예위크 박람회'는 소비자들에게 가장 친근한 주제 중 하나인 '식(食)문화'를 주제로 해서 '밥그릇'이라는 매개체를 중심으로 현대시대 한국의 새로운 밥그릇을 제안했다. 2017년 9월 21일부터 27일까지 서울디자인위크와 연계해 개최된 '2017 서울생활의 발견'은 '주(住)문화'를 주제로 주문화의 변화에 따른 공예품의 변화

[표 2-35] 공예프리마켓 개요

구분	2016	2017
행사명	2016 서울공예프리마켓	2017 서울공예프리마켓
기간	2016. 04.~11.(8개월간)	2017. 04.~11.(8개월간)
장소	DDP 미래로, 서울 전역	DDP 미래로, 서울 전역
주제	'생활 속 수공예품을 만나는' 11개 지역 프리마켓과 함께하는 서울공예프리마켓	'생활 속 수공예품을 만나는' 10개 지역 프리마켓과 함께하는 서울공예프리마켓
행사구성	• 2016 서울공예프리마켓 DDP • 함께하는 프리마켓 10개 지역(단체)	• 2017 서울공예프리마켓 DDP • 함께하는 프리마켓 10개 지역(단체)
예산	400,000천 원	200,000천 원

를 가구(주거) 형태에 따라 구성했다.

2016년 4월부터 11월까지 약 8개월 동안 개최된 '2016 서울공예프리마켓'은 '생활 속 수공예품을 만나는'이라는 주제 아래 DDP를 포함한 서울 11개 지역에서 총 43회 개최되었다. DDP 미래로에서 열린 '2016 서울공예프리마켓 DDP'는 전문가의 심사로 선정된 120팀으로 진행되었다. 또한 서울 전역에서 활동하는 기존의 10개 단체를 선정해 프리마켓 행사의 원활한 진행을 위해 필요한 행정, 장비, 인력 및 홍보 활동을 지원했다. '2017 서울공예프리마켓' 또한 '2017 서울공예프리마켓 DDP'와 서울의 기존 프리마켓의 협력을 통해 서울 전역에서 2017년 4월부터 11월까지 개최되었다. '2017 서울공예프리마켓 DDP'는 '업사이클링 리빙 공예품'이라는 주제 아래 서울공예프리마켓에 참여한 기업을 대상으로 베스트셀러를 선정해 DDP 스토어 입점을 지원하는 방식으로 진행되었다.

[표 2-36] 2016년 공예프리마켓 추진내용

프리마켓 명	일정	횟수	장소	소속 및 단체	설명
1. 연희걷다, 공예있다	2016. 04. 23. ~ 05. 07.	2회	연희동	어반플레이	지역적 콘텐츠를 발굴하고 이를 통해 지역 주민, 예술가, 기획자, 상인들이 서로 소통할 수 있는 계기를 만들고자 함.
2. 열정도공장	06. 11. 07. 09. 08. 13. 09. 10. 10. 08.	5회	원효로 1가	열정도 공장	'공장'이란 명칭은 과거 인쇄공장 단지였다는 역사적 의미, 그리고 비어 있는 곳에서 열리는 장터[場]라는 의미
3. 건대 프리마켓	06. 18. 06. 25. 07. 02. 07. 09. 07. 23.	5회	건대입구 전철역	건대 프리마켓 운영위원회	2014년부터 문화예술 지도와 소식지 발간 및 아트&핸드메이드, 거리예술, 독립출판, 물레체험 등을 주제로 매주 토요일 '건대프리마켓' 개최
4. 홍대앞 희망시장	06. 19. 07. 03. 08. 07. 09. 04.	4회	홍익 어린이 공원	환경 예술센터	2002년 5월 12일에 자생적으로 탄생한 한국 최초의 수공예 예술시장
5-1. 땡땡거리마켓	06. 25. 07.30. 08. 27. 09. 24. 10. 29.	5회	홍대 땡땡거리	문화활력 생산기지	국내 인디문화의 주요 발원지인 홍대 땡땡거리의 지역상권과 골목길을 살리는 취지의 소규모 마을 마켓
5-2. 아트로드브릿지	06. 26. 07. 31. 08. 27.~28. 10. 30.	4회	홍대 걷고싶은 거리		핸드메이드 아티스트들의 굿즈, 친환경 거리 아티스트들의 앨범 직거래 장터와 공연이 함께하는 축제형 문화 아트마켓
6. 청춘마켓	07. 14.~15. 08. 18.~19. 09. 08.~09. 10. 13.~14. 11. 18.~19.	5회	청계천	마이크 임팩트	청춘마켓은 자신만의 물품이 있다면 누구나 쉽게 참여할 수 있는 오픈 마켓
7. 프랑꼬 아트마켓	09. 02.~03. 09. 09.~10. 10. 07. 10. 28.~29.	4회	코엑스 동문앞 야외광장	프랑꼬 아트랩	다양한 장르의 아티스트들과 함께 그들의 철학이 담긴 아이템을 자유롭게 공유하고 전시·판매하는 곳

[표 2-36]
2016년 공예프리마켓 추진내용

프리마켓 명	일정	횟수	장소	소속 및 단체	설명
8. 피버 프리마켓	09. 03.~04. 09. 28.~30. 10. 08.~09. 10. 29.	5회	서울혁신 파크	복합문화 협동 조합 이음	환경에 알맞은 마켓 콘셉트를 기획해 새로운 문화 외 시장의 형성을 목표로 진행하는 콘셉트형 마켓
9. 2016 서울 공예프리마켓	09. 22.~26. 09. 28.~10. 01.	2회	ddp 미래로	서울 디자인재단	DDP에서 열리는 생활 속 수공예품을 만나는 서울공예프리마켓
10. 이태원 계단장	09. 24.	1회	우사단로 10길	우사단단	이태원에 거주하는 주민과 예술가들이 마을공동체를 만들어서 여는 프리마켓
11.연희동네 프리마켓	10. 01.	1회	연희동 보스토크	무소속 연구소	연희동 일대에서 활동하는 예술가들이 필요한 물건을 서로 교환하는 프리마켓
총계		43회	11개 지역	10개 단체	마켓

[그림 2-12]
2016 공예프리마켓 현장 사진



[표 2-37]
공예박람회 주요 성과

구분	2015	2016	2017
프로그램	5개	12개	7개
협력단체 기업	3개 기업	20개 기업	10개 기업
참여작가	125명	133명	97명
참여작품	680개	1,300개	-
관람객 수	10,083명	11,819명	12,085명
판매금액	5,578,580원	3,066,400원	-

* 2017 참여작품 및 판매금액 : 작가의 직접 부스 참여 및 판매로 집계가 불가함.

2015년부터 시작한 공예박람회는 2015년 5개, 2016년 12개, 2017년 7개 프로그램으로 구성되었다. 협력단체 및 참여작가의 경우 2015년 128팀, 2016년 153팀, 2017년 107팀이 참가했다. 또한 2015년 10,083명을 시작으로 2016년 11,819명, 2017년 12,085명이 공예박람회를 방문한 것으로 나타나 매년 관람객 수가 증가한 것으로 집계되었다.

[표 2-38]
공예프리마켓 주요 성과

구분	2016	2017
지역	11개 지역	11개 지역
횟수	43회	66회
참여팀	2,261팀	1,970팀
관람객 수	395,808명	205,134명
판매금액	3,066,400원	91,320,700원

2016년부터 서울 전역에서 개최한 공예프리마켓은 2016년 총 2,261팀이 참여하고 395,808명이 관람했으며, 2017년에는 총 1,970팀이 참여하고 205,134명이 관람한 것으로 집계되었다. 서울디자인재단은 공예품에 대한 시민의 인식을 제고하고 공예문화산업을 활성화하기 위해 주제와 테마가 있는 공예박람회와 지역 특색을 반영한 프리마켓을 지속적으로 개최할 예정이다.

[그림 2-13]
공예박람회 사진



포슬린 페인팅 전시회

공예문화산업 활성화 _ 서울포슬린박람회 **2017**

서울디자인재단은 국내 포슬린 페인팅 아트의 저변 확대와 공예문화산업의 활성화 지원사업의 일환으로 '2017 포슬린 페인팅 전시회'를 개최했다. 포슬린 페인팅(Porcelain Painting)[13]은 이미 완성된 도자에 그림을 올리는 기법으로 인테리어와 취미생활은 물론 포슬린 페인팅을 활용한 창업도 가능해 유럽에서뿐만 아니라 한국에서도 포슬린아트 문화가 확대되고 있다. 이에 서울디자인재단은 2017년부터 연간 전시회를 개최함으로써 규모 있는 포슬린 페인팅 전시회의 정례화를 통해 2020년 국제 포슬린 컨벤션의 개최를 목표로 삼고 있다.

[표 2-39] 2017 포슬린 페인팅 전시회 개요

구분	주제
행사명	2017 포슬린 페인팅 전시회
기간	2017. 10. 19.~22.(4일간)
주제	똑똑똑 자기야
주최 / 주관	서울디자인재단
후원	(사)한국포슬린아트협회
장소	학여울 세텍(SETEC) 전시2실
예산	200,000천 원

서울디자인재단은 2017년 10월 19일부터 22일까지 4일간 서울무역전시장(SETEC) 제2전시관에서 2017 포슬린 페인팅 아트 전시 '똑똑똑 자기야!'를 개최했다. 이 전시에는 세계 최고의 포슬린 페인팅 아티스트로 인정받는 국제 포슬린협회장 필립 페레이라(Filipe Pereira)의 작품을 포함해 실생활에서 사용되는 다양한 포슬린 페인팅 아트 작품이 소개되었다.

2017년 전시는 포슬린 아트의 역사를 소개하는 '포슬린 아트 발자취'를 비롯해 '따뜻한 풍요로움', '만찬의 여유', '창조의 설렘' 등의 주제 아래 총 11개 리빙 공간으로 구성되었다. 이를 통해 주거공간 인테리어 공예품으로서의 활용도를 제시하는 한편, 포슬린 페인팅 리빙 공예품을 현장에서 판매해 판매 채널을 확대하였다.

13 유약처리가 된 백색 자기에 특수 안료로 그림을 그려 약 800도의 온도에서 소성시키는 것을 포슬린 아트라고 한다. 포슬린 전용안료로 페인팅하고 800도 정도에서 소성해 1~4차례의 페인팅 단계를 거쳐 더욱 깊이 있고 입체감 있는 그림을 완성한다. 포슬린 페인팅은 유약 처리가 된 백자 위에 페인팅을 하므로 페인팅 후 수정이 쉽게 가능하며, 소성 후에는 안료가 스며들어 영구적인 작품이 남게 된다.

[표 2-40] 2017 포슬린 페인팅 전시회 공간구성

구분	주제	내용
1	포슬린 아트 발자취	HISTORY
2	따뜻한 풍요로움	HALL
3	정화의 공간	SHOE CHEST
4	만찬의 여유	KITCHEN
5	치유의 감동	SPECIAL
6	경이로운 순간	EVENT
7	소통의 즐거움	LIVING ROOM
8	창조의 설렘	ONE ROOM
9	달콤한 휴식	BED ROOM
10	평화	BATH ROOM
11	나눔의 행복	MARKET

[표 2-41] 2017 포슬린 페인팅 전시회 주요 성과

구분	내용
참여작가	56명
참여작품	1,400개
관람객 수	1,883명

56명의 포슬린 페인팅 아트 작가가 참여한 2017년 전시에는 1,400개의 작품이 소개되었고 총 1,883명이 관람한 것으로 집계되었다. 서울디자인재단은 2017년 포슬린 페인팅 전시회를 통해 국내외 작가 및 기업과의 관계를 구축하고, 유럽 또는 아메리칸 스타일에 편중된 페인팅 스타일에서 벗어나 한국 스타일의 포슬린 페인팅 영역을 개발하는 계기를 마련했다.

[그림 2-14] 박람회 사진



서울국제핸드메이드페어

공예문화산업 활성화 _ 서울국제핸드메이드페어 개최 2015 — 2016 — 2017

서울디자인재단은 서울공예문화진흥사업의 일환으로 2016년부터 서울국제핸드메이드페어(Seoul International Handmade Fair)를 개최해왔다. 서울국제핸드메이드페어는 핸드메이드 문화를 가깝게 체험하는 축제로 1인 창작자부터 기업까지 핸드메이드를 종합적으로 소개함으로써 생활 속 수공예품의 접촉 기회를 높이는 데 주목적이 있다.

[표 2-42] 서울국제핸드메이드페어 개요

구분	2015	2016	2017
행사명	서울국제핸드메이드페어 2015	서울국제핸드메이드페어 2016	서울국제핸드메이드페어 2017
기간	2015. 10. 22.~25.(4일간)	2016. 06. 23.~26.(4일간)	2017. 05. 01.~05.(5일간)
장소	코엑스(Hall D)	동대문 DDP (알림관, 살림터, 어울림광장)	동대문 DDP (알림터 및 야외공간)
주제	핸드메이드_세계를 움직이는 힘	핸드메이드_뉴 그라운드	핸드메이드_엮다, 풀다 (Handmade_Weaving & Solving)
주최	사회적 기업 일상예술창작센터, ㈜한국국제전시	사회적 기업 일상예술창작센터, 서울디자인재단	
후원	서울시, 서울문화재단, 서울디자인재단, 한국공예·디자인문화진흥원, 청년허브, 서울산업진흥원, 한국사회적기업진흥원, 서울시사회적경제지원센터	서울시, 서울문화재단, 한국공예디자인문화진흥원, 서울시 사회적경제지원센터,한국사회적기업진흥원	서울특별시, 서울문화재단, 한국사회적기업진흥원, 한국공예디자인문화진흥원, 서울시사회적경제지원센터
예산	(장소제공)	-	100,000천 원

2017년에 4회를 맞은 서울국제핸드메이드페어는 2015년까지는 사회적 기업인 일상예술창작센터와 ㈜한국국제전시의 주최로 서울 삼성동 코엑스에서 개최되었으나 2016년부터 서울디자인재단이 일상예술창작센터와 공동으로 주최하면서 개최장소를 DDP로 옮겼다.

2015년부터 2017년까지 서울국제핸드메이드페어는 크게 특별관, 국제관, 생활관, 이벤트관으로 구성되었다. 그중 '서울국제핸드메이드페어 2017'은 핸드메이드 문화산업 분야의 국제적 플랫폼으로 성장시키기 위해 서울디자인재단이 국제관을 특별전담하면서 예년보다 크게 확장하였다. 2017년 국제관에는 폴란드의 아담미츠키에비츠문화원과 터키문화원, 태국 영국문화원 등의 해외기관과 인도네시아의 아믹달라 뱀부와 자바라, 베트남의 떠헤 등의 사회적 기업들이 참가했다. 서울디자인재단은 이 전시 외에도 국제교류의 밤, 서울핸드메이드 포럼, 핸드메이드 국제 세미나, 비즈니스 스피드미팅 및 독일 온라인플랫폼 다완다의 사업설명회 등 다양한 프로그램을 진행했다.

[표 2-43] 2017년 서울국제핸드메이드페어 전시 구성

구분		내용
특별관	국제관	• 주제 : 발견과 영감(총 36팀) · 국내에 소개되지 않은 해외의 창작자, 주체를 발굴, 소개 · 아시아 핸드메이드 네트워크의 가능성 모색 · 핸드메이드의 영역 확장 및 지속 가능성 모색
	기획전	• 주제 : 핸드메이드_씨실 날실 영감(참여작가 9팀) · 직조(weaving)와 관련된 창작자와 그룹 소개
	서울시 사회적경제관 2017	서울의 사회적 경제활동과 사회적 기업의 제품 소개(총 21개 기업)
	여성창업관	• 여성 창작자들의 창작품 전시·판매(참여기관 4곳) • 여성 창작자들을 대상으로 한 지원·육성 프로그램 소개
생활관 '핸드메이드는 생활이다'		공예, 리빙, 아트, 패션&액세서리, 그린, 재료&도구, 퍼포먼스, 먹거리, 기타 전시(총 335팀)
이벤트관 '핸드메이드는 놀이다'		• **캐리커처** : 캐리커처, 캘리그라피, 니트레터링 • **어린이창작공방** : 가족 단위의 관람객을 대상으로 한 어린이창작공방존 • **야외 프로그램 _ 우분투 네스트 프로젝트** : '재활용으로 다시 발견되는 기쁨' 전시 및 체험장 • **푸드라운지** : 잼·청류, 고추장, 순두부아이스크림, 수제 티, 샌드위치, 제과·제빵류 등

[표 2-44] 서울국제핸드메이드페어 주요 성과

구분	2015	2016	2017
참가업체	20개국, 503개 사, 706부스	15개국, 353팀, 384부스	17개국, 335팀, 350부스
전시장 규모	7,367㎡	5,668㎡	4,953㎡
관람객 수	38,390명	37,628명	27,254명
바이어	593명	496명	145명
상담건수	3,000건 이상	3,000건 이상	1,000건 이상

서울국제핸드메이드페어는 2015년 20개국 503개 사, 2016년 15개국 353팀, 2017년 17개국 335팀이 참가한 것으로 집계되었다. 2017년 서울국제핸드메이드페어 참가자는 2016년과 동일하게 1인 기업 및 1인 창작자의 참가 비중이 월등히 높았으며, 다음으로는 사회적 경제영역과 해외팀, 협회·기관 순으로 조사되었다. 2017년 국제관의 규모를 확대하면서 전년도 대비 해외팀의 참여율이 20% 증가한 것으로 나타났으며, 총 5일 동안 10억 원 이상의 판매 매출 및 바이어 상담이 이루어진 것으로 조사되었다.

[그림 2-15] 전시 사진





서울공예클러스터

공예문화산업 활성화 _ 서울공예클러스터 조성

2016 — 2017

서울디자인재단은 공예클러스터 조성 기반의 시작으로 2016년 공방 밀집지역인 북촌지역에 '북촌공예원'을 개소하고, 공예문화산업 활성화 기대지역인 마포구에 창업 인큐베이팅 사업을 위한 '마포공예지원센터'를 구축했다. 그리고 북촌공예마을을 지원하기 위한 북촌공예원과 공예, 디자인 및 관광을 연계해 문화관광상품을 개발하고 판매를 지원하는 마포공예지원센터를 통해 거점별 지역특화 사업을 추진하고 있다.

[표 2-45] 서울공예클러스터 개요

구분		북촌공예원	마포공예지원센터
개소일		2016. 12. 12.	2017. 04. 03.
위치		종로구 창덕궁 4길 45-13	마포구 와우산로 94(상수동)
규모		대지 82.6m2 / 건물 29.2m2	지상1층 312.8m2(94.7평) / 지하1층 151.4m2(45.8평)
용도		교육장 및 북촌공예 지원을 위한 사무실	금속·유리공예 창업 인큐베이팅을 위한 공방과 전시관
공간구성		큰방 1, 작은 방 1, 화장실 1, 창고 1	금속·유리공예 공방, 전시관, 사무실
관리		직영 관리(서울디자인재단 디자인공예산업팀)	
입주자		-	금속·유리공예 분야 입주자 20명 상주
센터사용자		북촌 공예인 중심으로 누구나 사용	• 1기 입주자(05. 01.~12. 31.) 20명(금속공예 11명, 유리공예 9명) • 2기 입주자(10. 01.~12. 31.) 7명(금속공예 4명, 유리공예 3명)
개방시간		월~금 10:00~18:00	월~금 10:00~18:00
사용료		북촌공예인 대상 무료임대	관리비 월 5만 원(일부 재단 지원)
예산	2016	250,000천 원	480,000천 원
	2017	158,000천 원	262,000천 원

2016년 12월 12일 서울시 종로구 계동에 개소한 북촌공예원은 북촌 공예인을 위한 교육장 및 지원 사무실로 이용되고 있다. 북촌 공예인을 중심으로 일반인 누구에게나 개방되며 무료로 시설을 임대하고 있다. 서울시 마포구 상수동에 문을 연 마포공예지원센터는 금속과 유리공예 중심의 창업 인큐베이팅을 위한 공방과 전시관으로 이루어져 있다.

2016년에는 서울공예클러스터 조성을 위해 북촌공예원을 개소하고 마포공예지원센터를 구축하는 인프라 조성사업을 추진했다.

2017년에는 센터운영을 위한 거버넌스를 구축하고 센터별 정기 간담회 및 교육, 전시, 상품개발 지원 프로그램 등 재단 내 지원 프로그램과 연계하는 방식을 통해 다양한 지역맞춤형 공예 프로그램을 추진했다.

그 결과 북촌공예원은 센터 초기프로그램으로 한지·매듭 체험교육을 60명에게 총 5회에 걸쳐 실시했고, 센터홍보를 위한 기반조성 사업으로 북촌공예 브랜드를 개발하고 홈페이지 제작, 블로그 운영으로 공예원 활동을 홍보했다. 이와 함께 북촌 현지조사 및 자료수집을 통해 북촌 내 38개 주요 공방의 현황을 정리한 아카이브 도록을 제작했다. 또한 지원사업 방향설정 및 공방 경쟁력과 시장성 파악을 위해 북촌실태조사를 실시하고 북촌공예품 가격분석보고서를 내놓는 등 북촌지역 공방의 경쟁력 활성화를 위해 다양한 사업을 추진했다.

[표 2-46] 2017년 서울공예클러스터 주요 지원 프로그램

구분		북촌공예원	마포공예지원센터
대상		북촌 공예인, 마포공예지원센터 입주자	
운영 방법		재단 내 프로그램과 연계해 운영	
교육	공예교육	• 서울 공예 정체성 확립을 위한 공예이론 및 관련 교육 • 소재 융합과 개발을 위한 전문가 세미나	• 3D프린팅 기술접목 등 신기술 관련 교육
	디자인 컨설팅	• 공방상품의 디자인 컨설팅 • 전안법(KC인증) 교육	• 현대공예 트렌드를 통한 디자인 흐름 인식
	마케팅 컨설팅	• 공예 매출액 증대를 위한 사례 분석 • 가격 분석과 합리적 제품가격 책정 방향 제시	• 마케팅 이론과 실무에 대한 체계적 교육
	SNS 홍보교육	• SNS 1인 미디어 시대의 전환 및 이해 • 블로그, 포스트, 워드프레스 활용 교육	• 동영상 촬영 및 유튜브 홍보 활용 방안
	체험교육	지역주민, 소외계층 대상	-
전시행사		• 북촌, 마포 등 서울공예클러스터 통합 전시 개최 • 공예박람회, 공예프리마켓, 해외박람회 참여 지원	
상품개발		• 기업+작가 컬래버레이션 프로젝트(총 2회) • 지역 클러스터별 통합 브랜딩 및 공예상품 개발	
정기 간담회		• 북촌공예원 운영 정기 간담회(월 1회)	• 입주자 정기 간담회(연 3회)

[표 2-47] 서울공예클러스터 주요 성과

구분	북촌공예원		마포공예지원센터
	2016	2017	2017
참가업체	• 북촌공예동아리 체험교육 · 한지·매듭 체험교육(총 5회, 60명)	• 기업체험 교육 : 3회, 92명 • 교육 프로그램 : 25회, 약 320명	
홍보	• 북촌공예 브랜드 개발 • 북촌공예원 홈페이지 개발(www.bukchoncraft.or.kr) • 북촌공예원 홍보물 개발 • 북촌공예 아카이브 도록 개발	-	-
연구	• 북촌실태조사 보고서 • 북촌공예품 가격분석 보고서	-	-

[그림 2-16] 북촌공예원, 마포공예지원센터 사진



공예테마관광 활성화

공예문화산업 활성화 _ 공예테마관광 활성화 2016

서울디자인재단에서는 공예테마관광 활성화를 위해 공예산업 관련 DB를 구축하고 공예지도 및 인덱스북을 제작했다. 이는 중구와 종로구에 국한돼 있는 공예 집적지를 넘어 서울 전역의 공예 산업 관련정보를 구축해 공예 관광코스 개발뿐 아니라 공예 관련업체 및 장인과 디자이너 간의 비즈니스 협력기반을 조성하는 데 목적이 있다.

[표 2-48]
2016년 공예테마관광 활성화 사업 개요

구분	내용
사업목적	• 공예산업 DB 구축 및 디렉토리 제작 • 향후 사업추진을 위한 기반 마련
추진방식	• 공방, 판매장 중심 · 북촌공방지도 · 견학, 체험, 교육, 판매, 구매로 연계
제작내용	• 공예지도 구성 : 범례 기준 체계구축 및 아이콘 표기 • 인덱스북 콘텐츠 : 서울시 공예현황 수록, 공예디자인사업 설명, 공예 관련 기업·업체·기관 소개 등 • 데이터 : 서울시 소재 공예 관련 기업, 업체, 공방 리스트 등 자료수집과 검증
결과물	공예지도, 인덱스북 2종 제작
예산	35,550천 원

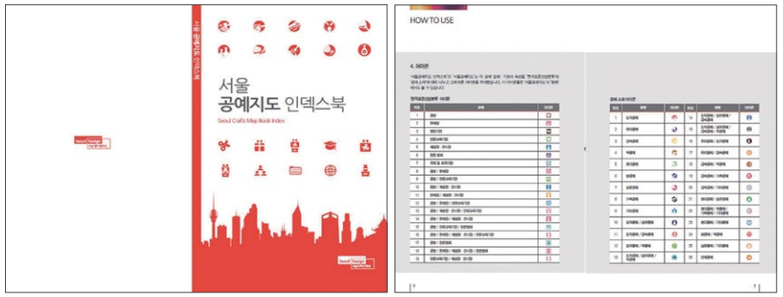
서울디자인재단은 공예테마관광 활성화 사업을 통해 동대문, 인사동, 북촌, 강남, 마포를 중심으로 한 공예지도를 만들고 이를 기반으로 공방 및 판매장 중심의 인덱스북을 제작했다. 2016년 서울디자인재단은 공예 관련 기업·업체·기관 데이터 총 1,559곳을 1차로 취합한 뒤 중복 데이터나 폐업, 이전 등의 사유로 불필요한 데이터를 삭제하고 총 1,234곳으로 정리했다. 이렇게 정리된 데이터를 기반으로 한국표준산업분류(KSIC) 및 한국공예·디자인문화진흥원에서 제공하는 공예 소재 카테고리에 따라 산업별·소재별 범례를 설정했다. 마지막으로 현재 영업 여부, 위치 변동 여부, 산업별 분류와 공예소재별 분류의 일치 여부를 검토하기 위해 유선 데이터 검증작업을 거쳐 최종 데이터를 확정했다.

그 결과 2016년에 1,234개소의 공방 및 판매장 DB를 구축했으며 동대문구, 마포구, 강남구, 종로구, 중구 등 5개 공예활성화 집적지구를 발굴했다. 또한 공예지도 6,000부와 인덱스북 1,500부를 제작해 2016 서울디자인위크 기간 내 '2016 서울공예박람회'와 '2016 서울공예프리마켓' 및 DDP 스토어 등 총 5곳에 배포했다.

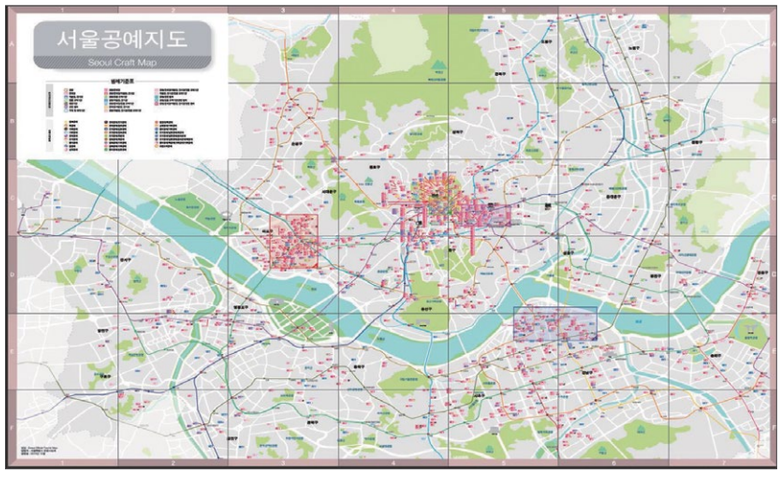
[표 2-49]
2016년 공예테마관광 활성화 사업 성과

구분		내용
공예산업 DB 구축		공방 및 판매장 DB 구축 : 총 1,234개소
공예지역 발굴		5개 집적지구 발굴(동대문구, 마포구, 강남구, 종로구, 중구)
배포		총 5곳(2016 서울디자인위크, 공예박람회, 북촌공예원, DDP 스토어 등)
결과물	공예 지도	6,000부(900×620)
	인덱스북	1,500부(130×210)

[그림 2-17]
2016년 서울공예지도 인덱스북



[그림 2-18]
2016년 서울공예지도



서울공예상 공모전

공예문화산업 활성화 _ 공예상 공모 2016 — 2017

서울디자인재단은 서울을 대표할 수 있는 공예상품을 개발하기 위해 '서울공예상 공모전'을 추진하고 있다. 서울공예상 공모전은 2016년까지 '대한민국공예품대전'[14]의 서울지역 예선으로 추진됐으나 2017년부터 서울공예상 공모전만의 사업목적을 기반으로 단독 추진되고 있다. 서울디자인재단은 이를 재능 있는 공예인을 발굴하는 서울의 대표 공모전으로 발전시키기 위해 서울의 특색을 담은 공예상품의 개발, 지속적인 사후 지원체계 개선 등 다양한 노력을 기울이고 있다.

14 대한민국공예품대전은 1971년에 시작돼 2017년에 47주년을 맞은 공예계에서 가장 오래된 공모전으로 한국공예협동조합연합회가 주관하고 있다.

[표 2-50] 서울공예상 공모전 추진 개요

구분	2016	2017	
공모명	2016 서울공예상 공모전	제47회 대한민국공예품대전 (서울지역 예선)	2017 서울공예상 공모전
공모기간	2016. 04. 01.~06. 28.	2017. 06. 26~30.	2017. 06. 14.~08. 14.
주제	목·칠, 도자, 금속, 섬유, 종이, 신기술, 기타	목·칠, 도자, 금속, 섬유, 종이, 기타	'은밀한 공예(空藝)' 화장실(욕실) 관련용품
응모자격	• 기업 : 서울 소재 공예품 업체(사업자등록증 기준) • 개인 : 접수일 기준으로 서울에 주민등록이 되어 있는 자 • 학생 : 서울 소재 학교 재학생		
출품 분야	7개 분야 : 신기술 분야 신설 (목·칠, 도자, 금속, 섬유, 종이, 신기술, 기타)	6개 분야 (목·칠, 도자, 금속, 섬유, 종이, 기타)	7개 분야 (목·칠, 도자, 금속, 섬유, 종이, 신기술, 기타)
시상	상장·상패 및 상품매입	서울지역 대표 본선진출 자격 부여	상장 및 상품매입
추진방법	대한민국공예품대전 지역예선으로 서울공예상 공모전 추진	대한민국공예품대전과 2017 서울공예상 공모전을 이원화해서 진행	
예산	100,000천 원	10,000천 원	90,000천 원

2017년부터는 소재 중심에서 벗어나 산업분류 중심의 상품을 개발하고 서울 브랜드를 구체화할 수 있는 공예품을 개발하기 위해 대한민국공예품대전 지역예선과 서울공예상 공모전을 구분해 진행했다. 처음으로 대한민국공예품대전과 분리해 추진된 2017 서울공예상 공모전은 '은밀한 공예(空藝)'라는 주제 아래 화장실 관련용품의 개발을 목적으로 진행되었다.

[표 2-51] 서울공예상 공모전 수상자 사후지원

상품화 지원	홍보지원	유통지원
• 브랜드, 포장, 가격정책, 프로모션 등 전문가 멘토링 • 상품화 과정 비용 일부지원	수상작 편람집 제작 및 제공	온·오프라인 매장 입점지원

서울공예상 공모전 수상자에게는 서울시장과 서울디자인재단 대표이사의 상장을 수여하며, 상종에 따라 금액에 차등을 두어 수상작을 매입해 서울시 홍보제품으로 활용하고 있다. 또한 수상작을 지속적으로 지원하기 위해 브랜딩, 포장, 가격정책, 프로모션 관련 전문가 멘토링 및 상품화 과정에서 일부 비용을 지원한다. 아울러 재단이 운영하는 온·오프라인 숍에 입점할 수 있는 기회를 제공하고, 카탈로그 형태의 마케팅용 편람 및 재단 홈페이지를 통해 온·오프라인 홍보를 지원한다. 2017년에는 서울시 수상작 상위 14개 작품을 대상으로 9월 18일부터 10월 19일까지 총 2회의 상품화 지원 멘토링을 실시했다. 1회에는 상품의 마감상태와 최종 완성도, 소재 변경 및 융합 등을 위한 소재 컨설팅을 실시했고, 2회에는 판매성 향상을 위한 패키지 디자인 컨설팅 및 가격전략, 프로모션 전략을 위한 마케팅 컨설팅을 추진했다.

[표 2-52] 서울공예상 공모전 작품접수 및 선정결과

시상내용	2015	2016	2017
작품접수(실물)	총 172작품	총 218작품	총 48작품
선정작품	총 25작품	총 55작품	총 23작품

2015년에는 172개 작품 중 25개 작품이 선정되었고, 45회 대한민국공예품대전 본선에 진출해 14개 작품이 입상하는 성과를 거두었다. 2017년 대한민국공예품대전 지역예선과 서울공예상 공모전이 이원화되면서 총 48개의 실물작품이 접수되었고, 품질수준과 상품성, 디자인, 창의성을 기준으로 23개 작품이 최종 선정되었다.

[표 2-53] 서울공예상 공모전 수상자

구분		2016		2017	
상종	시상별 매입금	대상자 수	소계	대상자 수	소계
대상	10,000천 원	1	10,000천 원	-	-
금상	5,000천 원	1	5,000천 원	1	5,000천 원
은상	4,000천 원	1	4,000천 원	1	4,000천 원
동상	각 3,000천 원	2	6,000천 원	2	6,000천 원
장려상	각 2,000천 원	5	10,000천 원	4	8,000천 원
특선	각 1,000천 원	15	15,000천 원	6	6,000천 원
입선	-	30	-	9	-
총계		55팀	50,000천 원	23팀	29,000천 원

[그림 2-19] 시상식





주요 성과

패션산업

국내 디자이너 브랜드의 해외진출을 지원하고 신진 디자이너를 발굴하기 위해 개최된 '서울패션위크·트레이드쇼'는 패션 아카이브와 글로벌 홍보 플랫폼을 구축해 글로벌 홍보 기회를 확대했고, 패션쇼와 트레이드쇼를 분리해 글로벌 스탠더드에 맞춘 전문 수주환경을 구축했다.

또한 해외 마케팅 지원을 위해 추진한 'Seoul′s 10Soul'과 'DDM스퀘어'를 통해 국내 신진 디자이너 브랜드에는 프랑스, 이탈리아 등 글로벌 마켓에 진출할 수 있는 첫 기회를 제공했으며, 기존 브랜드에는 글로벌 비즈니스 영역을 확대할 수 있는 기회를 제공했다.

또한 의류제조 기반산업 육성 및 창업 활성화를 위해 추진한 '패션지원센터'와 'DDP드림랩', '패션창작스튜디오'의 운영을 통해 유망 신진 디자이너와 청년제작자에게 창작환경을 제공하고 홍보·마케팅·교육 지원을 실시해 자체 브랜드로 독립 성장할 수 있는 기회를 제공했다.

디자인산업

서울을 상징하는 관광기념품을 개발하기 위한 '서울상징 관광기념품 공모전'은 2017년 공모전 주제를 확대함으로써 기념품 개발의 다양성을 추구했으며, 상작 매입금액 상향조정 및 상품화 지원의 적극적 진행으로 품질향상과 우수관광기념품 개발기회를 제공했다.

DDP 대표 문화상품 개발을 위해 추진한 'DDP 브랜드상품 개발사업'은 DDP 브랜드 상품군을 조성해 DDP 스토어의 정체성 확립과 미래 DDP 비즈니스 포지션을 확대할 수 있는 발판을 마련했다. 또한 해외 판로 개척과 인지도 확장을 위해 추진한 '메종&오브제' 참가지원사업과 '베이징디자인위크_게스트시티 서울'을 통해서는 참가기업들에 국내외 우수 온·오프라인 홍보·유통 채널을 제공함으로써 글로벌 비즈니스를 창출할 수 있는 기회를 제공했다.

아울러 '2016 서울디자인위크'의 성공적 개최에 이어 '2017 서울디자인위크'를 더 국제적으로 발전시켜 진행함으로써 글로벌 대표축제로 자리매김하는 계기를 마련했다. 서울디자인위크의 개최는 서울과 DDP, 서울디자인재단을 포함한 서울디자인위크의 브랜드 가치를 높이고 지속가능한 디자인 축제로 육성할 수 있는 발판을 마련했다.

공예산업

대표적인 공예문화 활성화 사업의 일환으로 2015년부터 2017년까지 개최된 '공예박람회'는 국내 의식주 문화 관련 기업과 공예가의 참여협력을 통해 공예박람회의 저변확대 기회를 제공했으며, 서울의 대표 공예박람회에서 '서울공예비엔날레'로 발전하는 발판을 마련했다. 서울지역 프리마켓 단체와 협력해서 진행하는 '공예프리마켓'은 시민들의 적극적인 참여로 공예상품의 우수성과 상품가치 인식을 높였고, 서울지역 공예프리마켓 참여단체에 필요장비와 행정지원을 제공함으로써 공예프리마켓의 활성화에 기여했다.

2017년 포슬린 페인팅의 국내 저변 확대와 한국적 포슬린 페인팅 영역의 개발을 위해 개최한 '포슬린 페인팅 전시회'는 2020년 국제 포슬린 컨벤션 개최를 위한 포슬린 박람회 정례화의 기반을 마련했다. 또한 서울의 핸드메이드 시장 활성화 및 국제화를 위해 추진한 '서울국제핸드메이드페어'는 2016년 DDP로 개최장소를 옮김으로써 다양한 연령대의 많은 관람객과 바이어 및 유통업체의 방문으로 참가업체의 매출 증대에 기여했다. 아울러 북촌공예원 개소 및 마포공예지원센터 구축을 통해 공예단체와 공예인, 공방 간의 네트워크 기반을 마련했으며, 재능 있는 공예인의 발굴과 공예상품 개발을 위해 추진한 '서울공예상 공모전'은 2017년부터 '대한민국공예품대전'과 별도로 진행되어 서울 브랜드의 고유한 공예품을 개발할 수 있는 체계로 개선되었다. 마지막으로, 공예산업 DB 구축을 위한 '공예테마관광활성화' 사업은 종로구와 중구로 국한된 공예 집적지역을 서울 전역으로 확대할 수 있는 기회를 마련했을 뿐 아니라 공예테마관광 활성화를 위한 기반을 구축했다.

이와 같이 서울시와 서울디자인재단은 서울 경제 및 디자인산업의 활성화를 위해 다양한 사업을 추진 중이며, 이를 바탕으로 실질적·자생적인 디자인산업 생태계를 조성하기 위해 많은 노력을 기울이고 있다.

3장. 사회·문화

주요 배경 82

서비스디자인

도심공공 안전안심 디자인 86
찾아가는 동주민센터 공간개선 90
지하철역사 정보안내체계 디자인 가이드라인 94
을지로, 라이트웨이 96
동대문, 스타일 페스타 99
'동(洞)' 지역 문제해결을 위한 서울디자인컨설턴트 101

유니버설디자인

유니버설디자인 통합 가이드라인 104
복지시설 컨설팅 105
공공 공간 106
초등학교 인성 · 창의교육 108
유니버설디자인 박람회 · 세미나 110

사회문제해결디자인

범죄예방 디자인 112
학교폭력 예방 114
학교환경개선 116
인지건강 디자인 118
어르신 생활디자인 120

주요 성과 122

주요 배경

민선 6기 서울시정 4개년 계획인 '함께 서울'에 맞춰 성별, 연령, 장애 유무와 관계없이 모든 시민이 안전하고 편리하게 이용할 수 있는 도시환경을 조성하는 데 디자인의 중요성이 더욱 부각되기 시작했다. 기존의 일방향적 대규모 디자인사업 중심에서 사용자 중심의 체감형 디자인으로의 전환도 요구되었다.

서비스디자인

서울시에서는 마을과 주민이 중심인 복지체계로의 혁신을 통해 동의 복지기능을 강화하고 기존의 동주민센터를 '마을복지 허브'로 재편하는 '찾아가는 동주민센터' 사업을 본격적으로 추진하기 시작했다. 찾아가는 동주민센터로의 변화에 따라 기존 동주민센터의 디자인 개선 필요성이 파악되었다. 재단의 「주민센터 시각정보 디자인 가이드라인 연구」(2015. 08. 03.~2015.11.03.) 결과, 대부분의 동주민센터가 가이드라인 없이 통일되지 않은 디자인을 적용하고 있는 것을 확인할 수 있었다. 이 연구와 함께 동주민센터를 언제나 열려 있는 시민들의 쉼터이자 누구나 편하게 방문하는 공간으로 조성하는 사업을 진행하게 되었다.

서울시의 도시재생사업과 지역상생 관련 디자인사업도 추진되었다. 특히 DDP와 연계한 동대문 상권 활성화와 상생모델 구축은 DDP 개관 이후 지속되는 이슈 중 하나였다. 재단의 「DDP 지역 융합력 평가 및 동대문 도매상권 조사연구」(2015. 09. 23.~2015. 12. 24.) 결과 DDP 주변 도매상권에서는 DDP 개관 이후 경관 개선과 유동인구 증가를 긍정적으로 평가했으나, 영업시간이 달라 직접적인 영향력은 크게 느끼지 않는 것으로 나타났다. DDP가 도매상권과 상생할 수 있는 지속적 커뮤니케이션이 필요한 상황이었다. 소매상권에서는 DDP에서 진행된 행사와 이벤트로 인한 집객이 매출에 영향을 주었고, 향후 DDP와의 연계 마케팅에 따른 상권 활성화를 기대하는 것으로 나타났으며, 이에 따라 2017년 '동대문 문화벨트 조성사업'이 추진되었다. 세운상가 일대 도시재생사업과 을지로 조명산업 활성화를 연계한 '을지로, 라이트웨이'는 2015년부터 시작해 지속적으로 개최하고 있다.

유니버설디자인

사회적 약자에 대한 배려 차원을 넘어 '모든 사람을 위한 디자인'을 표방하는 유니버설디자인(Universal Design)의 중요성도 더욱 커졌다. 2010년부터 유니버설디자인 사업을 본격적으로 추진해왔지만 노인, 장애인, 임산부, 어린이, 외국인 등 다양한 사회구성원의 요구와 감성을 배려하고 존중하는 유니버설디자인에 대한 인식과 가치를 더욱 확산할 필요가 있었다. 시민인식 조사 결과 유니버설디자인 인지율은 약 18.0%로 상대적으로 낮았지만, 성별과 연령 구분 없이 유니버설디자인의 정책적 필요성(92.6%)에는 공감하고 있음을 확인할 수 있었다. 서울의 유니버설디자인 적용 정도도 상대적으로 낮게(69.6%) 인식하고 있었다. 우선적으로 추진해야 할 사업으로는 거리보행 편의시설 65.2%, 도시 휴식공간 59.2%, 공공시설물 58.4%, 공공청사 29.9% 순으로 조사되었다.[15] 이를 반영해 통합 가이드라인 등 제도를 정비하고 공공 공간, 복지시설, 학교를 중심으로 하는 다양한 유니버설디자인 사업을 계속 진행했다.

15 서울디자인재단, 2016 서울디자인서베이, 2016, p.143~146.

사회문제해결 디자인

한편, 디자인적인 접근으로 사회문제해결을 바라는 요구가 사회 전반에서 많아졌다. 지하철 스크린도어와 홍지문터널처럼 사고가 자주 발생하는 서울시 공공시설에 대한 개선 요구도 증가했다. 이에 따라 시민의 안전을 위협하는 요소를 디자인적으로 개선하는 사업을 연속 진행하고, 서울시에서 발생하는 범죄와 학교폭력 등의 문제를 디자인으로 해결하는 사업도 추진했다. 범죄예방디자인(CPTED, Crime Prevention Through Environmental Design)은 디자인을 통해 우범지역 환경을 개선함으로써 범죄자의 심리를 위축시켜 범죄를 사전에 차단하는 디자인을 말한다. 이로써 범죄발생률이 높은 지역을 선정해 안전한 서울을 만들고 사회적 비용을 절감하는 예방행정의 새로운 패러다임을 제시하고자 했다. 2016년 시민디자인의식조사 결과를 보면 서울의 전반적 도시환경에 범죄예방디자인이 잘 적용되어 있는지를 묻는 질문에 62.5%가 동의하지 않는다고 응답했다. 또한 범죄예방디자인의 필요성에 대해서는 65.0%가 매우 필요하다고 응답했고, 특히 여성의 경우 71.6%가 매우 필요하다고 응답하는 등 상대적으로 범죄에 취약한 여성과 20대 청년, 50대 이상의 중장년층에서 범죄예방디자인에 대한 정책 수요가 높은 것으로 확인되었다.[16] 이를 감안해 여성 1인 가구 밀집지역을 비롯한 재건축 유보지역, 학교폭력 다발지역 등에 범죄예방디자인을 적용하는 '안전마을 조성', '학교폭력예방 디자인' 사업을 지속적으로 추진하게 되었다.

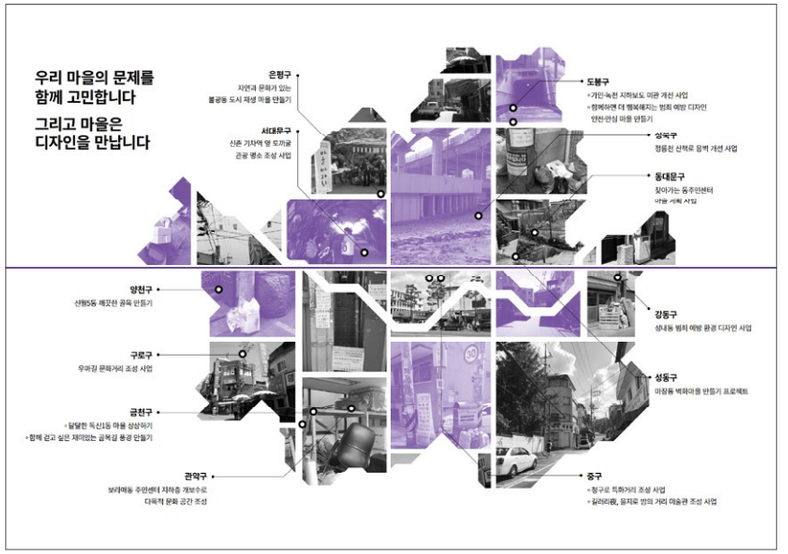
UN은 65세 이상 인구가 전체 인구의 7% 이상이면 고령화 사회(Aging Society), 14% 이상이면 고령 사회(Aged Society)로 정의한다. 우리나라는 2000년 고령화 사회에 진입한 이후 급속한 속도로 고령화가 진행 중이다. 서울시는 2005년 고령화 사회(7.1%)가 되었고, 2019년에는 14.3%로 증가해 고령 사회로 진입하고 2026년에는 초고령 사회에 돌입할 것으로 예측하고 있다.[17] 서울시의 65세 이상 인구는 2015년 120만 명(12.6%)에서 2016년 서울시 인구(947만 명)의 13%인 123만 명으로 고령 사회를 불과 1% 남겨두고 있다.[18]

100세 시대를 맞아 65세 이상 어르신들의 사회활동이 늘어나면서 어르신들이 주로 이용하는 시설과 환경에도 변화가 필요했다. 서울시에 거주하는 65세 이상 노인의 60%는 지하철(34.6%)과 버스(25.7%) 등 대중교통을 자주 이용한다. 16.2%는 운전을 하는데, 이중 32.3%는 운전하는 데 어려움을 느끼고 있는 것으로 나타났다. 어려움을 주는 요인은 시력저하, 반응속도 저하, 길찾기 등으로 일부는 디자인을 통해 개선할 수 있는 요소이다. 또한 전체 응답자의 19.4%는 노인복지관, 30.2%는 경로당을 이용하고 있어 공공시설 환경의 중요성도 확인되었다.[19] 노인의 특성을 반영한 맞춤형 환경조성의 필요에 따라 재단은 「100세 시대, 실버세대 디자인정책 실행과제 연구」(2014. 09. 03.~2015. 03. 15.)를 통해 어르신들이 주로 활동하는 주거공간, 공공시설, 대중교통 이용환경 개선을 위한 공간환경 디자인 가이드라인을 개발하고 실행과제를 제시했으며, 2015년부터 관련사업을 본격적으로 추진했다.

서울시와 재단은 유니버설디자인, 사회문제해결 디자인을 기조로 모든 시민을 배려하고 낙후된 지역과 사회문제를 해결하는 디자인사업을 서울시 곳곳에서 추진하게 되었다.

16 서울디자인재단, 2016 서울디자인서베이, 2016, p.139~141.
17 "10년 뒤 서울 '초고령사회' 진입", 내 손안에 서울, 2016년 2월 17일
18 통계청, 2016 인구주택총조사, 2017년 8월 30일 보도자료.
19 서울시·서울시복지재단, 2016년 노인실태조사 – 서울시 노인복지 이슈를 중심으로.

[그림 3-1]
2017
서울디자인컨설턴트 사업



서비스디자인 __ 공공시설

도심공공 안전안심 디자인

2015 — 2016 — 2017

재단은 2015년 6월 서울시설공단과 MOU를 체결해 장기 협력체계를 구축하고 단계별로 안전안심 서비스디자인 사업을 추진했다. 서울시 공공시설을 대상으로 시민의 안전을 위협하는 요소를 찾아내고 서비스디자인을 적용해 문제를 해결했다. 안전안심 서비스디자인 사업은 적용대상을 선정하고 현장조사와 사례조사 등의 연구를 거쳐 디자인 가이드라인과 매뉴얼을 개발, 시범지역에 설치한 뒤 효과검증을 거쳐 사례를 확산하는 과정으로 진행되었다.

자동차 전용도로 안전 위해요소

강변북로, 올림픽대로, 내부순환로와 같은 서울시의 자동차 전용도로에는 고속주행으로 인한 대형사고의 위험이 곳곳에 산재해 있다. 재단은 자동차 전용도로의 안전 위해요소를 제거하고 안전한 도로환경을 구축하기 위해 안전안심 서비스디자인 사업을 진행했다. 재단은 기획·디자인, 서울시설공단은 설치·운영, 경찰청은 현장 의견수렴과 현장조사를 지원했다.

위해·불편요소는 차선, 곡선부, 속도, 교각, 합류부, 표지판, 예고표지판, 안전구역, 비상주치대, 갈림부로 정의하고 크게 합류부 7개소, 곡선부 44개소, 갈림부 49개소로 분류했다. 중요도 순으로 진출입로(도로, 도로표지판, 차선, 보조표지, 도로형태) 5개 지역과 위해요소(교각, 지주, 내리막 곡선부, 갈림부 추돌, 불법차선변경) 25개 지역을 우선개선지역으로 선정했다. 이후 대상지 조사분석을 통해 6가지 디자인원칙과 현행법에 어긋나지 않는 범위 내에서 총 13가지 디자인 솔루션을 도출해 순차적으로 현장에 적용했다.

시범설치 지역인 김포공항 진출부는 갈림부를 인식하지 못해 충돌이 많이 발생하는 분기점 구간에 컬러 레인, 안심 서비스와 노면 픽토그램을 적용하고 도로표지판을 개선했다. 내리막과 곡선길로 사고가 많았던 잠실대교 하부에는 감속유도 노면, 델리네이터, 곡선주의, 방호벽주의 표시를 설치하고 표지판을 개선했다.

그 밖에도 올림픽대로 강일과 공항 방향, 강변북로 구리와 일산, 난지 방향, 새남터다리 교각 곡선부, 잠두봉지하차도 진입부, 서부간선도로 성산 방향, 북부간선도로 종암SK아파트 방향, 잠원고가 곡선부, 동부간선도로 용비 방향 등에 다양한 안전디자인을 적용했다.

불법광고물 부착방지 시설

한강다리에 현수막을 거는 것은 도로법상 불법인 데다 광고물이 다리 아래 도로로 추락하거나 운전자가 광고물에 한눈을 팔 경우 사고가 날 위험이 있다. 서울시설공단은 2014년 한 해 동안 8,494건의 불법현수막을 적발해 철거 조치했으나 설치가 반복돼 단속에 어려움을 겪고 있었다. 재단은 공단과 협력해 불법현수막을 설치할 수 없도록 17개 한강다리 외부 난간에 입체 조형물을 설치하기로 했다. 서울디자인컨설턴트가 학생, 시민과 협력해 새가 앉은 모양의 조형물을 디자인했는데, 새부리 부분이 1m 간격으로 튀어나와 현수막을 걸기 어렵게 만들었다. 2015년 6월에서 10월까지 강변북로 서강대교 양방향에 30개를 1m 간격으로 시범 설치해 운영한 결과 불법광고물 설치건수는 330건에서 34건으로 약 89.7% 감소했다. 이어 12월 16일 마포대교를 시작으로 영동대교, 성수대교, 한남대교 등 17개 한강다리와 여의교 등 3개 일반교량에 1,950개의 불법현수막 부착방지 조형물을 설치했다.

지하도상가

지하도상가에는 안전디자인을 적용해 재난재해 발생 시 시민들이 신속하고 안전하게 대피할 수 있도록 했다. 서울시설공단과 연계해 우선 강남고속터미널 지하도상가에 시범 적용했다. 강남고속터미널 지하도상가는 지하철 3호선과 7호선 고속터미널역, 고속버스터미널 경부선과 호남선이 연결된 상가로 전체 면적 31,566㎡, 길이 870m에 점포수가 620개에 달한다.

안전점검 결과 출입구가 복잡하고 간격이 넓어 화재발생 시 참사가 우려되는 것으로 파악되었다. 연구를 통해 지하도상가 구조, 공간, 이용행태에 따른 안전디자인 개선 가이드라인을 개발했고, 이를 바탕으로 적치물 등 위해요소를 제거하고 안전정보체계를 개선하는 한편 비상대피도와 피난로 등을 보완했다. 피난 시 대피로와 소화기 인지도를 종합 측정한 결과 개선 후 효율성이 개선 전보다 28.9% 향상된 것으로 나타났다.

자동차 전용도로 터널

터널은 구조적인 특성상 운전자의 시야확보가 어렵고 사고발생 시 2차 피해가 커서 위험한 구간이다. 자동차 전용도로 터널구간의 위험요소를 감소시키고 사고발생 시 시민들이 안전하게 대피할 수 있는 안전디자인을 개발해 시범 적용했다. 특히 홍지문터널(1.89km)은 2011년부터 2013년까지 3년간 사망사고 1건, 부상사고 33건 등 총 34건의 사고가 발생해 국내 터널 가운데 교통사고 최다 발생지역으로 꼽힌다.

홍지문터널 안전운전 위해지역을 진출입부·터널내부·피난대로 3개 구역으로 구분하고, 총 13개 분야의 안전디자인을 개발했다. 이후 터널 진·출입부의 정보안내체계를 기존 7곳에서 4곳으로 통폐합해 간소화하고, 진입부 측면에 재귀반사 갈매기 표시를 적용해 운전자의 안전도를 높였으며, 터널 내부는 지형을 고려해 벽체 일부를 타일마감으로 변경하고 안내사인을 개선했다. 또한 피난대피로 1곳에 시범적으로 픽토그램을 적용해 시인성을 강화했다. 아이트래킹(Eye Tracking) 실험 결과 안전디자인을 적용한 뒤 홍지문터널 운전자의 운전집중도가 향상된 것으로

나타났다. 터널이라는 대상지 특성상 시설개선이 어려웠지만 안전디자인을 적용해 교통사고를 예방하고 시민들의 안전운전을 도울 수 있었다.

공영주차장

2016년 11월 1일부터 시 공영주차장 관리기관이 서울시설공단으로 일원화되면서 중구난방으로 관리되던 시설을 통합해 관리해야 할 필요성이 대두되었다. 이전에는 주차장마다 디자인과 안내사인이 달라 공간을 인지하기 어려웠으며, 야간에는 범죄에 노출될 위험도 높았다. 이에 따라 서울시설공단, 서울디자인재단은 서울시 공영주차장 디자인 가이드라인을 함께 구축하고 3곳의 대표적인 민원발생지에서 시범사업을 진행했다. 평면주차장은 세종로 공영주차장, 노외주차장은 마포유수지 공영주차장, 노상주차장은 을지로 청계천 공영주차장이 시범사업 대상지로 선정되었다. 현장 근무자와 주차장 이용자를 대상으로 시민 워크숍과 인터뷰 등을 진행해 문제점을 도출하고 이를 바탕으로 공영주차장 구조, 공간, 이용행태에 따른 디자인 가이드라인을 개발했으며, 2018년부터 서울시 전 공영주차장에 이를 적용할 예정이다.

자동차 전용도로 공사장

차가 빠른 속도로 달리는 자동차 전용도로에서 교통통제와 시설정비를 동시에 해야 하는 현장근로자의 안전은 항상 우려의 대상이었다. 2012년부터 2016년 상반기까지 서울시 자동차 전용도로 공사장에서 일어난 안전사고는 108건이었고, 인명피해도 49건이었다. 2016년 5월 28일 지하철 2호선 구의역 스크린도어 사고를 계기로 현장 근로자의 안전 개선에 대한 목소리도 높아졌다. 2017년 사업은 자동차 전용도로상의 공사장에 이용자 관점의 안전디자인을 개발·적용해 근로자와 운전자 모두에게 안전한 도심기반 공공서비스를 제공할 목적으로 이루어졌다. 전용도로 공사장 교통사고는 대부분 운전자가 전방 공사장을 빠르게 인지하지 못해 발생하므로 운전자 관점에서의 공사장 알림 디자인의 개선이 필요했다. 알림 디자인 적용대상은 이동형·단기 공사장(차선도색, 포트홀 정비, 가드레일 판 교체 등)과 고정형 공사장(노후포장 정비, 배수시설 준설, 시설물 보강 등)이다. 전용도로상 공사장 안내, 홍보시설, 노면표시, 라바콘, 차량사인보드, 후방 LED 전광판 등 전용도로 공사장 유형·구간별 교통안전·안내시설 디자인을 개선하고, 근무복과 현장 근로자의 안전보호구(안전모, 안전조끼 등) 디자인을 개발했다.

[표 3-1] 도심공공 안전안심 디자인 개요

구분	2015	2016	2017
사업명	도심 공공시설 안전안심 서비스디자인	도심공공 유니버설디자인	도심공공 안전안심 디자인
예산	100,000천 원	300,000천 원	250,000천 원
내용	자동차 전용도로 위해요소 불법광고물 부착 방지 (서울디자인컨설턴트 과제 연계)	지하도상가 150,000천 원 자동차 전용도로 터널구간 150,000천 원	공영주차장 95,000천 원 자동차 전용도로 공사장 155,000천 원
대상지	자동차 전용도로 11개 노선 · 진출입로 5곳 · 위해요소 28곳 불법광고물 부착 방지 · 한강다리(17개소) · 일반교량(3개소)	강남고속터미널 지하상가 홍지문터널	공영주차장 · 세종로 공영주차장 · 마포유수지 노외주차장 · 청계천 노상주차장 자동차 전용도로 공사장 · 이동형·단기 공사장 · 고정형 공사장
협력	서울시설공단 경찰청 서울시 교통운영과	서울시설공단 도로관리처 및 상가관리처 도시안전본부 도로시설과 경찰청 고속터미널 상가번영회 서울시 도시공간개선단	서울시설공단 서울시 도시공간개선단

[그림 3-2] 세부사업별 주요 사진



찾아가는 동주민센터 공간개선

2015

'찾아가는 동주민센터'는 주민과 가장 가까운 데 있지만 심리적으로 멀게 느껴지던 동주민센터를 마을의 복지와 커뮤니티 중심의 주민이 주인인 공간으로 변모시키는 서울시의 사업이다. 복지수요는 늘어났지만 동주민센터의 사회복지 인력은 동별로 두세 명에 불과해 사회복지 공무원들은 현장을 돌보지 못하고 행정처리에만 급급하며, 도움이 절실한 시민들에게 복지 서비스가 제대로 전달되지 못했다. 이에 동사무소를 시민에게 꼭 필요한 맞춤형 복지를 제공하고 도움이 필요한 곳과 도움을 줄 수 있는 곳을 연결하는 공간으로 만들기 위해 2015년 7월부터 80개 동을 시작으로 2017년까지 서울시 전체 동사무소를 '찾아가는 동주민센터'로 개편하기로 했다.[20] 이와 함께 재단에서 별도로 진행한 '연희동 주민센터 서비스디자인 개선사업'은 동주민센터를 지역주민이 참여하고 함께하는 커뮤니티 공간으로 활성화하고, 지속 가능한 동주민센터 디자인 모델을 제시하는 데 목적이 있었다.

75개 동주민센터 공간개선

재단은 2015년 서울시 '찾아가는 동주민센터' 사업과 연계해 75개 동주민센터의 공간개선을 진행했다. 주민 최접점 기관인 동주민센터를 복지 허브이자 언제나 열려 있는 편안한 쉼터, 누구나 편하게 방문하고 일할 수 있는 카페 같은 공간으로 만들기로 했다. 동주민센터 공간개선에는 총 13개 자치구가 참여했으며 성동구(14개소), 성북구(19개소), 도봉구(13개소), 금천구(10개소)는 전 동에서 시행했다. 1개소 당 50백만 원의 예산이 지원되었고, 재단에서는 설계비(800만 원), 서울시에서는 공사비(42백만 원)를 맡았다. 이를 위해 김찬중 경희대 교수를 총괄 MP로 선정하고 총 8명의 MP를 선정했다. 여기에 서울시 공공건축가 50명(MP 8명 포함)과 일반건축가 30명이 참여해 주민센터마다 1명의 건축가를 매칭했다. 총괄 MP는 전체적으로 프로젝트를 조율하는 역할을 맡아 구별 MP가 파악한 문제점을 서울시와 공유했다. 동별 담당 건축가들은 구청의 전반적 요청을 숙지하고 해당 동의 특성을 개별적으로 파악해 설계안을 도출했다. 총괄 MP와 구별 MP, 서울시행정조직(자치행정과, 도시공간개선단)은 주1회 정기회의를 통해 진행 중인 프로젝트의 개별상황을 공유하고 문제점과 개선점을 논의했다. 이후 동사무소별로 공사가 진행되어 2015년 7월에 준공하고 개소식 등을 개최했다. 금천구 독산3동 주민센터는 20여 명이 상주하는 1층 민원공간을 변경해 저녁과 주말에는 '독산극장'으로 활용하고 있다.[21] 성동구 송정동 주민센터는 동네를 연결하는 '실내 공공가로'를 설치해 주민들에게 좋은 반응을 얻었으며, 10월 22일에는 작은 음악회를 열기도 했다.

서울시와 구청, 건축가가 참여한 대규모 협력사업이었던 만큼 시행착오도 있었다. 크게는 2배 이상 면적 차이가 날 만큼 동주민센터의 여건이 제각기 다른데 75개 동주민센터에 대한 예산과 공사기간이 동일하게 적용돼 결과물에서 많은 차이가 발생했다. 향후에는 개별 동주민센터의 여건과 상황을 고려해 유연하게 적용할 필요가 있는 것으로 나타났다.[22]

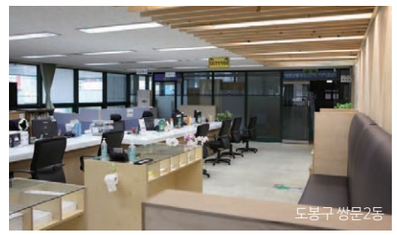
[표 3-2]
75개 동주민센터 공간개선 세부 내용

구분	MP	자치구	개	동명
1	김창균(유타)	성동구	14	왕십리도선동, 왕십리2동, 마장동, 행당1·2동, 응봉동, 금호23가동, 금호4가동, 옥수동, 성수1가1동, 성수2가1동, 성수2가3동, 송정동, 용답동
2	신승수(디자인그룹 오즈) 김기중(가로건축)	성북구	19	성북동, 삼선동, 돈암1·2동, 안암동, 보문동, 정릉1·2·3·4동, 길음1·2동, 종암동, 월곡1·2동, 장위1·2·3동, 석관동
3	강정은(에브리 아키텍츠)	도봉구	13	쌍문1·2·3·4동, 방학1·2동, 창1·2·3·4·5동, 도봉1·2동
4	위진복(유아이에 이건축사사무소)	금천구	10	가산동, 독산1동, 독산1동분소, 독산2·3동, 시흥1·2·3·4·5동
5	우의정(스튜디오 메타)	종로구	2	혜화동, 창신2동
6		노원구	2	월계2동, 하계1동
7		은평구	2	갈현1동, 역촌동
8		서대문구	3	천연동, 북가좌1동, 연희동
9		마포구	2	아현동, 상암동
10	심재현(세종대학교)	양천구	2	목2동, 신월4동
11		구로구	2	구로2동, 개봉1동
12		동작구	2	상도1동, 대방동
13		강동구	2	암사1동, 천호3동
합계			75	

[그림 3-3]
대표 동주민센터 공간개선


성동구 마장동


성북구 정릉1동


도봉구 쌍문2동


금천구 가산동

서울시. (2015). 2015 찾아가는 동주민센터 공간개선 백서. P.152. 등.

20 2017년 7월 기준 24개 구 342개 동(80%)에서 시행 중이다.
* 전면시행 20개 구, 일부시행 4개 구(중구·중랑·서초·송파), 미시행 1개 구(강남))

21 자세한 내용은 '찾아가는 동주민센터' 공간개선 백서 참조

22 이후 2016년 203개 동 대상 2단계 사업, 2017년 59개 동 대상 3단계 사업은 서울시 자치행정과와 도시공간개선단에서 진행했다.

연희동 주민센터 서비스디자인 사업

재단은 75개 주민센터 가운데 성공 가능성이 높고 확장성이 강한 연희동 주민센터를 서비스디자인 개선 시범사업지로 선정했다. 서울시 자치행정에서 1층 공간, 재단에서 2~3층 공간의 개선과 시공을 맡고 서대문구청에서 출입구와 사인물 개선 예산을 분담해 3층인 주민센터 공간 전체를 새롭게 디자인할 수 있었다. 이 사업은 오래되고 불편한 주민센터를 지역주민이 참여하는 공간으로 활성화시키는 데 목적이 있었고, 주민참여 워크숍 등을 통해 문제점을 발견하고 아이디어를 도출한 뒤 디자인에 적용하는 모든 과정에 주민들이 함께했다.

주민센터의 전체 디자인 콘셉트는 오픈 키친(Open Kitchen)으로 정해졌다. 컵을 모티브로 2층에는 주민 누구나가 편하게 와서 차를 마시며 소통하는 '컵카페'를 만들고, 3층에는 주민들의 다양한 욕구를 충족시킬 수 있는 공간을 만들었다. 1층은 행정·복지 서비스가 있는 민원공간으로 건축가가 업무환경과 방문자의 동선을 고려해 설계했으며, 입구에 통합 코디네이터를 배치해 민원문제를 안내하도록 개선했다. 창고였던 2층은 카페로 개조해 주민 소통공간으로 바꾸었다. 카페는 대형 컵이 쓰러지면서 커피가 쏟아진 이미지를 콘셉트로 했다. 컵 안은 사람들이 오붓하게 이야기를 나누는 공간, 쏟아진 커피는 좌식 온돌이 설치된 따뜻하고 편안한 공간으로 디자인했다. 또한 3층은 독서를 할 수 있는 '연희책방'과 회의 또는 영화 상영, UCC 제작 등이 가능한 '미래창작소'로 이루어졌다. 이와 함께 전체 공간 활용도를 높이고 민원 서비스를 개선하기 위해 연희동 주민센터 사용설명서, 통합 코디네이터를 위한 안내서를 제작해 배포했다. 연희동 주민센터는 평일 오후 6시에 문을 닫고 토요일에는 쉬는 다른 주민센터와 달리 주민들의 의견을 수렴해 평일에는 오전 9시부터 오후 9시까지, 토요일에는 오전 10시부터 오후 5시까지 문을 연다.

달라진 주민센터에 대한 주민들의 반응은 매우 좋았다. 연희동 주민센터 이용 주민과 근무직원 100명을 대상으로 만족도 조사를 실시한 결과 92.4%가 만족한다고 응답했다. 여기에 수상 소식도 잇따라 들려왔다. 연희동 주민센터는 2016 제9회 공공디자인 대상 공공디자인 프로젝트 부문 우수상, 2017 iF 디자인 어워드에서 본상인 서비스 디자인상을 수상하는 성과를 거두었다.

[표 3-3] 찾아가는 동주민센터 공간개선 개요

사업명	75개 동 주민센터 공간개선 사업	주민센터 서비스디자인 개선사업 - 연희동 시범사업
예산	49,040천 원(재단) 3,750,000천 원(서울시)	200,000천 원
내용	서울시 75개 동 주민센터 1층 공간 재설계	주민센터 3층 건물 전체 공간 개선
참여	건축가 80명(공공 건축가 50명, 민간 건축가 30명)	서비스디자인 : (주)사이픽스 공간디자인 : 마음스튜디오

*75개 동에 연희동 1층 공간도 포함됨.

[그림 3-4] 연희동 주민센터 컵카페



서비스디자인 __ 공공시설

지하철역사 정보안내체계 디자인 가이드라인

2015 — 2016

재단은 2015년 2월 발간한 「서울 지하철역사 정보안내체계 혁신을 위한 조사분석 및 체계 재정립 연구」 결과를 발전시켜 서울 지하철역사에 실제로 적용할 수 있는 디자인과 가이드라인을 개발했다. 시민들이 이해하기 쉽고 찾아가기 편한 지하철역사 환경을 만들기 위해 1~4호선과 5~8호선으로 분리 운영되던 서울시 지하철역사 정보안내체계를 일원화하고, 지하철역사 공간과 이용 형태에 적합한 이용자 중심의 디자인을 적용했다.

서울시 대중교통 정보체계를 분석하고 해외 사례조사 등의 연구를 거쳐 2015년 9월 프로토타입을 개발했다. 왕십리역 2호선 대합실과 5호선 광장 대합실에 벽부형 2개, 달대형 11개, 기둥형 3개의 프로토타입을 설치하고 이를 토대로 디자인가이드라인을 제작했다. 가이드라인을 검증하기 위해 2016년 2월에는 연신내역 3호선 대합실과 6호선 대합실 이동구간에 벽부형 2개, 달대형 8개, 기둥형 4개를 설치해 2차 테스트를 실행했다.

새로 만든 디자인 가이드라인에는 안내사인의 배치위치와 높이, 다른 사인들과의 관계규정이 포함돼 있어 체계적이고 일관성 있는 설치가 가능했다. 고령자와 저시력자 등을 고려해 출구 정보 주조색으로는 노란색을 사용했으며, 안내사인 배경색은 그레이 92%를 사용해 명시성을 10% 향상시켰다. 기존 대비 호선크기는 150%, 편의시설 안내크기는 200%, 단일 출구번호 크기는 400% 확대했다. 이용자 중심 테스트인 아이 트래킹(Eye Tracking)으로 개선 전후를 비교한 결과 효율성이 46% 향상되었으며, 이용자 섀도잉(User Shadowing) 비교 결과 효율성이 36% 향상된 것으로 나타났다.

'지하철역사 정보안내체계 디자인 가이드라인'은 서울시, 서울메트로와 도시철도공사(현 서울교통공사)[23] 등 관계기관과 협력 거버넌스를 구축해 개발했다. 기존의 그래픽 위주 사인체계를 배치기준 중심으로 개선하고, 저시력자와 고령자 및 외국인을 배려한 디자인을 적용해 이용자 중심의 디자인을 실현할 수 있었다. 가이드라인의 기반이 된 「서울 지하철역사 정보안내체계 혁신을 위한 조사분석 및 체계 재정립 연구」는 2016년 10월 '2016 대한민국 공공디자인대상' 학술연구부문 최우수상을 수상했다. 가이드라인은 서울시 도시 디자인 심의를 통과해 2017년부터 서울지하철역사에 반영되었으며, 향후 서울시 도시공간개선단 공공디자인팀과 협업해 5년 주기로 보완될 예정이다.

23 서울지하철 1~4호선을 운영하는 서울메트로와 5~8호선을 운영하는 도시철도공사는 2017년 5월 31일 서울교통공사로 통합 출범했다.

[그림 3-5]
왕십리역 · 연신내역
적용 전후 사진,
가이드라인 책 표지



[표 3-4]
지하철역사 정보안내체계
디자인 가이드라인 개요

사업명	서울 지하철역사 정보안내체계 개선사업
예산	300,000천 원
기간	2015.12.~2016. 07.
내용	정보안내체계 가이드라인 개발 및 시범적용
대상지	왕십리역사, 연신내역사

서비스디자인 _ 지역

을지로, 라이트웨이

2015 — 2016 — 2017

'을지로, 라이트웨이'는 을지로 조명을 시민들에게 알리고 침체된 을지로상권을 활성화하기 위해 시작되었다. '2015년 을지로 특화업종 관련 실태조사' (중구청, 메가리서치, 2015년 5월) 결과 '주차 및 교통 문제 개선' 다음으로 홍보마케팅 활성화 요구가 많은 것으로 나타났다.

2015년 4월 21일 중구청과 재단의 기획회의에서 을지로 6개 산업(기계·공구·조명·타일·가구·조각) 중 기술트렌드 융합과 디자인 발전 가능성이 높은 을지로 조명산업을 핵심산업으로 선정했다. 지하철 2호선 을지로 4가역에서 3가역 사이 거리와 대림상가, 청계상가 일대 250m 구간에 총 214개에 달하는 조명업체가 모여 있다. 이중 90%가 값싼 중국산 제품 중심의 단순 유통업에 의존하고 있어 자사 브랜드 매출 비중이 낮았다. 이를 개선하기 위해 장기적으로 디자이너와 조명업체 상인들이 힘을 합쳐 '메이드 인 을지로' 조명을 개발하고 조명을 주제로 한 축제를 열기로 했다. 2015년 9월 7일에는 축제의 성공적 개최를 위해 중구와 업무협약을 체결했다.

'을지로, 라이트웨이 2015'는 청계천 빛초롱축제 기간(11. 06.~22.) 중에 9일간(11.13.~21.) 진행되어 관람객을 자연스럽게 유도할 수 있었다. 청계천(수표교~세운교)과 청계대림상가 주변에 조명작품을 전시하고 을지로 3~4가 가로변 400m 구간에는 대표작품인 '러닝 투게더!(Running together!)'를 설치했다. 한편 을지로 일대에서 작업하는 작가들의 스튜디오를 방문하는 '을지로 달빛유람' 행사에는 100여 명이 참석했다. 저녁이면 암흑으로 변하던 청계 대림상가 일대는 조명 디자이너와 기업 7개 팀, 조명상가협회 1개 팀, 서울대와 홍대 등 서울 시내 9개 대학 39개 팀이 선보인 조명으로 불을 밝혀 활기를 띠었다.

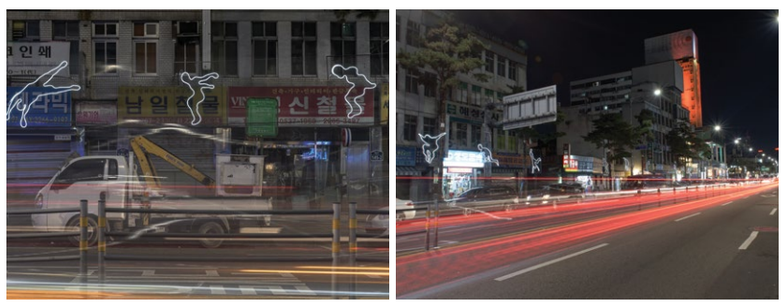
1회 '을지로, 라이트웨이'의 성공적인 개최로 중구청의 예산이 지원돼 2회 '을지로, 라이트웨이 2016'을 연속해서 개최할 수 있었다. 2016년에는 국제도시조명연맹(LUCI) 총회와 연계해 DDP 어울림광장 미래로 하단과 을지로 일대에서 3일간(11. 2.~4.) 진행했다. 변신조명을 콘셉트로 한 주제 조명은 바구니 90개와 재활용 용기 등 재활용품으로 만들어 호평을 받았다. 2회 '을지로, 라이트웨이'는 1회에 비해 비약적인 발전을 이루었다. 국내 유명 디자이너 36팀이 전시에 참여했으며, 9개의 을지로 조명상가가 조명페어 형태로 전시에 참가하는 성과를 거두었다. 이를 계기로 을지로 조명상가 상인들은 (사)한국조명유통조합을 결성하고 을지로 조명상권의 다양한 모습을 표현한 BI '올룩스(ALLUX)'를 론칭했다. 또한 재단, 중구청, 을지로 상인, 조명디자이너 간의 거버넌스도 구축되었다.

어울림광장 하단 슬로프에는 서치라이트와 고보조명을 설치하고 행사기간 중에는 서치라이트 쇼를 진행했다. 볼거리가 많다는 입소문이 나면서 행사 종료일인 금요일에는 평소 DDP 방문객의 10배에 해당하는 인파가 몰려들었다.

3년째를 맞아 '을지로, 라이트웨이 2017'은 5일간(11. 01.~05.) DDP와 을지로 조명거리 일대에서 진행되었다. 쓸모없어진 것을 잘 살려 유용하게 만든다는 의미의 '무용지용(無用之用)'을 주제로 51개의 액체 저장탱크를 이용한 형형색색의 메인 조명이 DDP 어울림광장을 밝혔다. 조명전시에는 10개 조명상가 상인, 국내외 유명 디자이너 35팀, 대학교 5팀이 참여해 조명의 진수를 선보였다. 젊은 디자이너와 대학생들의 신선하고 도발적인 아이디어는 저가 중국제품의 홍수 속에서 을지로 조명산업이 앞으로 나가야 할 방향과 가능성을 보여주었다. 주목할 점은 오랫동안 희망하던 'By 을지로' 프로젝트를 성사시킨 것이다. 유명 디자이너 8인과 8개 조명상가의 컬래버레이션으로 을지로만의 독창적인 조명상품 8종을 개발해냈다. 행사기간 동안 DDP 어울림광장에 전시되었던 By 을지로 제품은 향후 정식 판매될 예정이다. 2017년에는 을지로 조명거리에서 '을지로, 문라이트(Moon Light)' 전시와 '달빛유람', '미리 만나는 크리스마스', '올나잇 버스킹', '을지로, 달빛 콘서트' 등 다양한 부대행사가 펼쳐져 '을지로-세운상가-DDP'를 조명으로 연결했다는 호평을 받았다. 3회째 이어온 조명상가의 세일도 상인들이 적극적으로 참여하면서 정기행사로 자리를 잡았다. 또한 행사와 연계해 을지로3~4가, 대림상가, 청계상가 일대 조명업체를 소개하는 가이드북 「반짝반짝 을지로」가 출판되기도 했다.

[그림 3-6]
Running together,
리플렛





[그림 3-7]
올룩스BI, 주제 조명,
서치라이트쇼, 포스터





‘을지로, 라이트웨이’는 중구청과 재단의 중점사업으로 자리를 잡으면서 조명산업 분야의 젊은 디자이너를 발굴하고 을지로 조명산업을 재조명하는 역할을 해냈다. 리옹의 빛 축제, 베를린의 빛 축제처럼 향후 서울을 대표하는 조명·빛 축제로 발전시킨다는 목표를 두고 있다.

[그림 3-8]
메인 조명,
By 을지로 대표제품



[표 3-5]
을지로, 라이트웨이 개요

구분	2015	2016	2017
사업명	도심창조산업 디자인사업	-	도심창조산업 디자인사업
예산	400,000천 원 (중구청 예산 별도)	170,000천 원 (재단 비예산, 중구청 예산)	300,000천 원(중구청 예산 100,000천 원 별도)
슬로건	빛으로 통하다!	변신조명 (빛으로 말하다, 빛으로 바꾸다)	무용지용(無用之用)
참여	· 디자이너 및 기업 7팀 · 대학생 39팀 · 조명상가협의회 1팀	· 전문 디자이너 36팀 · 대학생 4팀 · 조명상가 9팀	· 전문 디자이너 35팀 · 대학생 5팀 · By 을지로 8팀 · 조명상가 10팀 · 마켓 2팀 · 문라이트 10팀
장소	을지로3가역에서 4가역의 대로변 청계천변, 청계대림상가 일대	DDP 어울림광장 을지로 조명거리 일대	DDP 을지로 조명거리 일대
기간	2015. 11. 13.~21. (9일간)	2016. 11. 02.~04. (3일간)	2017. 11. 01.~05. (5일간)
방문객수	143,955명	42,000명	146,151명
참여작품	48개	49개	70개

* 협력 : 서울시 도시빛정책과, 중구청 시장경제과, (사)한국조명유통협동조합, (사)한국조명디자이너협회

동대문, 스타일 페스타

2017

재단은 DDP 주변상권, 동대문 관련기관과 상생기반을 마련하고 동대문 문화를 확산하기 위해 민관 협력에 기반을 둔 지역축제 ‘동대문, 스타일 페스타’를 시작했다. 먼저 동대문상권 활성화를 위해 동대문을 기반으로 활동하는 도·소매상가 상인, 디자이너, 관련기관, 전문가 등과 동대문 상생협의회의를 2016년 12월부터 2017년 10월까지 총 12회 진행했다. 이는 누구나 즐길 수 있는 ‘동대문 문화’와 ‘동대문의 정체성’에 대해 논의하고 협력하는 자리였다. 재단은 ‘동대문 문화벨트 조성사업 하우 투 플랜(How-to Plan)’ 연구용역을 통해 동대문의 키워드를 ‘DDP, 스타일(STYLE), 마켓(MARKET)’으로 정했다.

‘동대문, 스타일 페스타 2017’ 기간(9. 20.~24.)에는 동대문 문화조성 파일럿 프로젝트 ‘디디피 스타일마켓 2017’ 시범사업을 개최했다. 이는 동대문을 소비하는 곳을 넘어 스타일을 만들어내는 디자인의 꿈터, 멋에 대한 담론이 있는 곳, 나만의 취향을 인정받을 수 있는 기회가 있는 곳으로 풀기 위해 기획된 동대문 도·소매상가 협력 행사다. 동대문에서 구매한 아이템으로만 구성한다는 전제 아래 패션디자이너, 학생, 코디네이터, 인플루언서, 시민이 ‘쇼마네킨스’, ‘팝업테이너스’, ‘샵행거스’라는 개성 넘치는 동대문 스타일을 연출했다. 이와 같이 시범사업을 통한 검증절차를 거쳐 동대문 문화 벨트 조성사업의 중·장기 마스터플랜을 수립했다.

‘동대문, 스타일 페스타 2017’은 동대문 도·소매상가, 동대문미래창조재단, 동대문패션타운 관광특구협의회, 충무아트센터, 중구청, 서울시, 서울디자인재단 외 관련기관들의 협력으로 성사되었다. 동대문에서 각자 예정했던 시민행사를 같은 기간에 ‘동대문, 스타일 페스타’로 진행한 결과 최대의 시너지 효과를 냈다. ‘동대문, 스타일 페스타’는 해를 거듭하며 새로운 스타일의 문화발신지를 만들기 위한 동대문의 대표축제로 자리 잡게 될 것이다.

[그림 3-9]
동대문, 스타일 페스타
포스터 · 행사사진







[표 3-6]
동대문, 스타일 페스타 개요

사업명	동대문상권 활성화를 위한 문화벨트 시범운영
예산	동대문, 스타일 페스타
기간	2017. 09. 20.~24. (5일간)
내용	DDP 스타일마켓 2017, 동대문 런웨이 프로젝트, 스타일 포토 스튜디오, 동대문 메모리 플라워 설치미술, 동대문 재즈 페스티벌, 현대시티아울렛 펫페어, 동현아 나이트 파티, 롯데피트인과 두타몰의 버스킹 공연, JW메리어트의 크래프트마켓, 하이서울 패션마켓 등
협력기관	DDP, 동대문미래창조재단, 동대문패션타운 관광특구협의회, 충무아트센터, 중구청, 서울시, 동대문 도·소매상가

[그림 3-10]
동대문, 스타일 페스타
행사 사진





‘동(洞)’ 지역 문제해결을 위한 서울디자인컨설턴트

2015 — 2016 — 2017

‘서울디자인컨설턴트’는 각 분야별 전문가의 맞춤형 컨설팅을 지원하는 사업으로 2013년부터 운영되었다. 2015년에는 공개모집을 통해 제품, 시각, 패키지, 환경, 문화상품, 서비스디자인, 디자인경영, 마케팅, 유통, 법률 등 각 분야 전문가 30명을 컨설턴트로 선발했다. 컨설턴트들은 기획회의, 자문회의, 네트워크데이에 참석하고 지정과제를 2건 이상 수행했다. 재단은 중소기업과 서울시 등 지자체를 대상으로 컨설팅 과제를 공모해 컨설턴트와 매칭했다. 문화·환경, 주거·안전, 복지, 경제, 교통 등을 주제로 상반기에는 거리 가게 개선 관련 명소화 사업 등 27개, 하반기에는 광나루 안전체험관 체험시설 신규설치 등 31개, 총 58개의 과제를 진행했다. 이 활동은 12월 15일 컨설턴트 간의 네트워킹을 겸한 최종보고회를 마지막으로 마무리되었다.

2016년부터는 서울의 동(洞), 마을 단위의 사업 15개를 선정해 디자인컨설턴트와 청년디자이너가 팀을 이뤄 문제점을 함께 해결해 나가는 방식으로 전환했다. 서울시 일자리정책과 뉴딜일자리 사업과 연계해 지역문제 해결에 관심이 있는 서포터즈를 선발했다. 이 사업은 11개 자치구, 15개 동의 과제 15개와 디자인 전문가 15인을 일대일로 매칭하고 서포터즈로 선발된 청년디자이너들이 활동을 지원하는 방식으로 5개월간 진행되었다. 공개모집을 통해 선발된 20명의 청년디자이너는 각 사업부서에 배치돼 서울디자인컨설턴트와 팀을 이뤄 주민밀착형 사업을 수행했다. 재단은 서포터즈를 대상으로 1박 2일 워크숍 2회, 직무강화교육 5회, 취업교육 1회, 기타 사업현장 방문교육 8회까지 총 16회, 220시간의 교육을 진행했다. 11월 17일에 열린 최종발표회에는 컨설턴트, 서포터즈, 관계 공무원 등 약 170명이 참석했다. 재단은 서울시 뉴딜일자리 상반기 우수기관으로 선정되어 2017년에도 동일한 사업에 참여하게 되었다. 아울러 청년디자이너 20명 중 3명이 취업하는 성과도 거두었다.

[표 3-7]
‘동(洞)’ 지역 문제해결을 위한
서울디자인컨설턴트
2016년 세부사업

1. 상일동 상일미디어고 옹벽개선 사업	9. 홍제3동 찾아가는 동주민센터 개선
2. 강북 마을공동체 테마가 있는 마을벽 만들기	10. 제기동 서울약령시 한방문화축제
3. 담장 허물기(그린파킹) 사업	11. 불광동 주거환경 관리사업 환경정비
4. 구의1동 쓰레기 무단투기지역 환경정비	12. 종로구 돈화문로 피맛길 활성화 사업
5. 독산4동 살고 싶은 마을 만들기	13. 광희동 문화마을 만들기
6. 방학3동 역사문화길 조성 사업	14. 신당동 문화마을 만들기
7. 서강동 고령자 친화적 지역사회 만들기	15. 필동 서애대학문화거리 조성
8. 신촌동 찾아가는 동주민센터 환경개선	

[그림 3-11]
필동 서애대학문화거리 조성
(중구청 시장경제과)



[그림 3-12]
상일미디어고 옹벽개선사업
(강동구청 도시디자인과)



2017년에는 12개 자치구 15개 동의 지역문제를 해결하기 위해 디자인 전문가 15인을 선정했다. 과제별로 컨설턴트와 일대일 매칭해 5개월간 지속적으로 컨설팅과 자문을 진행하며 적극적으로 문제를 해결했다. 2016년의 성과에 따라 2017년에도 서울시의 뉴딜일자리 창출 예산을 활용해 청년디자이너 20명을 지역사업 등에 직접 참여시켜 역량을 강화할 수 있게 했다. 이중 16명은 2016년에 이어 연장근무를 했고 4명은 신규로 선발했으며, 정식 명칭도 서포터즈에서 청년디자이너로 변경했다. 12개 구 15개 동의 과제에 컨설턴트 15인과 청년디자이너 20인이 참여해 컨설팅을 수행했으며, 청년디자이너 역량강화교육 16회와 워크숍 1회를 진행했다. 동(洞)에서 발생하는 여러 가지 사회문제를 디자인을 통해 해결함으로써 지역민들이 사업의 결과를 빠르게 체감할 수 있다는 장점이 청년 일자리 창출에도 기여했다.

[표 3-8]
'동(洞)' 지역 문제해결을 위한
서울디자인컨설턴트 개요

구분	2015	2016	2017
사업명	서울디자인컨설턴트 운영		
예산	300,000천 원	10,000천 원 서울시 뉴딜일자리 예산 430,000천 원	10,000천 원 서울시 뉴딜일자리 예산 485,000천 원
주제	중소기업 및 관공서 문제 해결	동(洞) 지역문제 해결	동(洞) 지역문제 해결
기간	1차 : 2015. 04.~07.(4개월 간) 2차 : 2015. 08.~11.(4개월 간)	2016. 04.~08.(5개월간)	2017. 04.~09.(6개월간)
활동내용	서울디자인컨설턴트 30인 총 58개 과제 · 상반기 27개 · 하반기 31개	11개 자치구 15개 동 · 컨설턴트 15명 · 서포터즈 20명(5명 재단 근무)	12개 자치구 15개 동 · 컨설턴트 15명 · 청년디자이너 20명(5명 재단 근무)

유니버설디자인 __ 제도

유니버설디자인 통합 가이드라인

2016 — 2017

서울시는 24종의 분야별 가이드라인에 유니버설디자인을 적용한 통합 가이드라인을 제작했다. 공공가로, 공원·광장, 공공건축물 등 시민체감도가 높은 분야에서부터 유니버설디자인을 점차적으로 적용해 서울시민이 모든 공공서비스의 요소에서 유니버설디자인을 경험할 수 있도록 한다는 계획을 수립했다. 2016년 6월부터 시작해 2016년 12월 개발 완료한 '유니버설디자인 통합 가이드라인'은 가로(보도와 차도), 공원·광장, 공공건축물 등 3개 부문으로 구분된다. 차량진입구역, 경사로, 계단, 화장실, 수유실 등 29개 세부항목으로 구성해 영역별로 유니버설디자인 기본원칙과 설치기준 및 사례를 제시했다. 이 통합 가이드라인은 서울에 짓는 모든 공공건물과 공간의 심의, 설계, 시공 시에 적용된다.

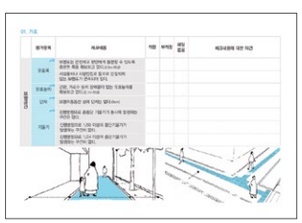
한편, 설계나 심의를 할 때 유니버설디자인 영역에서 빠진 부분이 없는지 점검할 수 있는 영역별 체크리스트를 별도의 책자로 만들었다. 이후 유니버설디자인 통합 가이드라인을 단계별로 평가·관리하는 체계를 마련하기 위해 '유니버설디자인 평가체계 구축' 용역을 2017년 8월까지 진행했다. 이 연구를 통해 유니버설디자인 통합 가이드라인이 설계단계뿐만 아니라 시공단계와 준공 후에도 체계적으로 반영·유지될 수 있도록 평가서식과 매뉴얼을 제작했다.

[표 3-9] 유니버설디자인 통합 가이드라인 개요

구분	2016	2017
사업명	서울시 유니버설디자인 통합 가이드라인 개발	유니버설디자인 평가체계 구축
예산	160,000천 원	110,000천 원
기간	2016. 06.~12.	2016. 12.~2017. 08.
연구기관	건국대학교 산학협력단	건국대학교 산학협력단
적용영역	가로, 공원·광장, 공공건축물	가로, 공원·광장, 공공건축물 - 신축, 개보수
결과물	보고서, 체크리스트	평가서식, 매뉴얼

[그림 3-13] 유니버설디자인 통합 가이드라인 표지, 체크리스트 내지





유니버설디자인 __ 적용

복지시설 컨설팅

2015 — 2016 — 2017

복지시설 유니버설디자인은 2010년 5개소를 시작으로 2017년까지 54개소에 시범 적용되었다. 그동안 복지시설에서 유니버설디자인에 대한 수요가 많았지만 법적 최소기준만 맞추다 보니 다양한 이용자의 특성을 반영한 디자인은 부족한 상황이었다. 이를 개선하기 위해 기능 보강이 필요한 복지시설에 사용자 관점의 유니버설디자인 컨설팅을 지원했다. 2015년에는 복지시설 10개소 각각의 이용자별 행태와 특성을 반영한 맞춤형 유니버설디자인 컨설팅을 진행했다. 기존에 개발한 24종의 유니버설디자인 가이드라인을 적극 활용해 진입로, 마감재, 색채, 조명, 가구 등에 적용했다. 2016년에는 시와 자치구에서 추천한 30개 시설 가운데 12개를 선정했다. 이중 2개소는 증축, 10개소는 개보수를 앞둔 시설로 공사실시 단계부터 진입로, 마감재, 조명, 가구 등에 이용자 맞춤형으로 유니버설디자인을 적용할 수 있었다. 유니버설디자인에 대한 인식을 확산시키기 위해 제작한 사례집에는 6개 시설의 유니버설디자인 적용사례가 소개되었다.

2017년부터는 공공건축물 10개소에 대한 유니버설디자인 컨설팅을 실시했다. 시설개선이 예정된 복지관, 도서관 등에 대한 설계 컨설팅을 진행했다. 종합사회복지관 4, 경로당 3, 노인요양시설 1, 도서관 2, 총 10개소를 대상으로 사업이 진행되면서 유니버설디자인 적용 건축물의 유형도 다양해졌다.

[표 3-10] 복지시설 컨설팅 개요

구분	2015	2016	2017
사업명	복지시설 유니버설디자인 컨설팅	복지시설 유니버설디자인 컨설팅 및 모니터링	복지시설 유니버설디자인 컨설팅 및 모니터링
예산	150,000천 원	150,000천 원	150,000천 원
대상지	총 10개소 · 애란원(한부모가족시설) · 도봉구 쌍우경로당 · 강동구 암사재활원 · 양재노인종합복지관 · 경로당(성동구 무학, 송파구 신잠실) · 양천구 오목어르신사랑방 · 은평재활원 · 영등포노인케어센터 · 대조동 소규모 노인복지센터	총 12개소 · 영등포 영길경로당 · 중구 묵정경로당 · 송파노인종합복지관 · 은평노인종합복지관 · 용산노인종합복지관 · 도봉노인종합복지관 · 종로종합사회복지관 · 관악구 양지어린이집 · 은평구 은평의마을 · 성북구 영락모자원 · 관악구 미림어린이집 · 강북구 육아종합지원센터 내 장난감나라	총 10개소 · 송파종합사회복지관 · 녹번종합사회복지관 · 서대문종합사회복지관 · 홍은종합사회복지관 · 백학경로당 · 공항어르신사랑방 · 골안말경로당 · 붓다마을(노인요양시설) · 금천구 독산도서관 · 금천구 가산도서관

공공 공간

공공 공간 유니버설디자인 적용 2015 — 2016 — 2017

2015년부터 시작한 '공공 공간 유니버설디자인 적용'은 시민체험단이 공공 공간을 이용하며 불편을 느낀 부분에 유니버설디자인을 적용, 개선하는 사업이다. 시민체험단은 장애인, 어르신, 아동, 외국인 등으로 구성해 다양한 수요를 파악할 수 있게 했다. 첫해 시범사업 대상지로는 많은 시민이 이용하지만 유니버설디자인 기반이 부족한 곳으로 종묘·탑골공원 일대가 선정되었다. 이곳을 주로 이용하는 어르신들의 특성을 고려해 탑골공원 북문부터 낙원상가까지 '락희(樂喜) 거리'를 조성했다. '쉬기, 걷기, 길 찾기, 마시기, 읽기, 정보 얻기, 만나기'라는 7개의 디자인 안을 바탕으로 심장응급소, 상냥한 가게, 어르신 우선 화장실, 어르신 이정표, 이심전심 매뉴얼, 큰 글자 메뉴판, 지팡이 거치대와 같은 7가지 유니버설디자인 아이템을 설치했다.

2016년 사업 대상지로는 종로구 행촌 성곽마을 공공가로(통일로 12길)와 금천구 독산1동 공공건축물(한내로 69-17)이 선정되었다. 5월 30일부터 6월 10일까지 유니버설디자인 체험단과 서포터즈를 모집해 각 20명씩 총 40명을 선정했다. 지역주민을 중심으로 구성된 체험단은 공간 체험과 2회의 디자인 개발 워크숍에 참여했다. 시민체험단의 체험결과를 반영해 지하철 3호선 독립문역에서 한양도성 사이 567m 오르막길에 '행촌이음길'을 만들었다. 여기에는 11개의 유니버설디자인 요소가 적용돼 인도와 차도를 구분하고, 미끄럼방지패드를 부착하고, 계단 중간에 쉼터를 만들어 안전한 보행길로 탈바꿈시켰다. 금천구 독산1동 치안센터 한쪽의 20평 남짓한 유휴공간은 주민들 누구나 불편 없이 이용할 수 있는 커뮤니티 공간 '한내마실터'로 조성했다. 한내마실터는 디자인 워크숍을 통해 주민들이 직접 선정한 이름으로 주민들이 언제나 마음 편히 갈 수 있는 '우리 동네 사랑방'이라는 뜻이다.

2017년 사업 대상지로는 성동구 보건소(성동구 마장로23길 10)가 선정되었다. 시민들이 많이 이용하는 보건소 진입로와 주차장 등 외부와 휴게시설, 로비 등 건물 내부를 편리하고 안전하게 개선했다. 이 사업은 5월 1일부터 19일까지 65세 이상 어르신, 장애인, 신체적으로 어려움이 있는 분, 영유아 동반자, 외국인, 임산부 등을 대상으로 10명의 시민체험단을 모집해 진행했다.

[표 3-11] 공공 공간 유니버설디자인 적용 개요

구분	2015	2016	2017
사업명	공공 공간 유니버설디자인 적용		
예산	260,000천 원	260,000천 원	260,000천 원
대상지	1개소 종묘·탑골공원 일대	2개소 종로구 교남동 행촌마을 통일로 12길 금천구 독산1동 69-17 치안센터 유휴공간	1개소 성동구 마장로23길 10 성동구 보건소
조성결과	락희거리	종로구 행촌이음길(약 567m) 금천구 한내마실터(약 62㎡)	조성 중

[그림 3-14] 락희거리, 행촌이음길

서울시. (2017). 어르신을 위한 자붕없는 복지관 '락희거리'. www.seoul.go.kr

서울시. (2016). 디자인의 마법! 위험한 오르막길이 안전길로 변신. www.seoul.go.kr



[그림 3-15] 한내마실터, 성동구 보건소

한내마실터 내용 요망

아시아경제. (2017.12.19.). 성동구보건소 유니버설 디자인으로 탈바꿈… 휠체어 유모차 안전. www.asiae.co.kr



초등학교 인성·창의교육

2015 — 2016 — 2017

초등학생을 대상으로 하는 유니버설디자인 교육은 유니버설디자인의 저변 확대와 인식제고를 위한 조기교육의 필요성이 대두되면서 시작되었고, 유니버설디자인 체험교육을 통해 올바른 인성을 함양하고 창의력을 증진한다는 목표 아래 이루어졌다. 사업 첫해인 2015년에는 서울시교육청의 협조를 받아 초등학생 4~5학년을 대상으로 25개 학교(상반기 10개 교, 하반기 15개 교)에서 학교당 1회 3교시의 수업을 진행했다.

수업은 유니버설디자인의 기본개념을 소개하고 생활용품을 활용해 유니버설디자인을 체험해보고 직접 유니버설디자인을 해본 뒤 소감을 발표하는 순서로 진행되었다. 참여학생(601명)과 교사(25명)를 대상으로 한 설문조사에 따르면 학생의 99%는 유니버설디자인이 필요하다고 응답했으며, 모든 교사가 인성·창의력 함양교육이 필요하다고 응답했다.

2016년에는 사업의 규모가 25개 교에서 40개 교로 확대되었고, 예산도 2천만 원이 증가했다. 사업은 초등학생 대상의 유니버설디자인 교육 경험이 많은 운영기관을 선정해 교육을 희망하는 초등학교에 직접 방문하는 방식으로 운영되었다.

교육생을 대상으로 한 조사결과를 보면 2015년에는 '유니버설디자인을 오늘 처음 알았다'고 응답한 학생이 71%이었는데 2016년에는 67%로 4% 감소했다. 또한 교육생의 97%(874명)는 일상생활에서 유니버설디자인이 필요하다고 응답했다.

사업이 3년째를 맞은 2017년에는 큰 성과를 거두었다. 서울시교육청과 협력해 초등학교 5학년 정규교육 과정(창의적 체험활동)에 포함시켜 확대 운영하게 된 것이다.

서울시에서는 초등학교 5학년이 유니버설디자인 교육을 이해하고 받아들이기에 가장 유연한 사고를 지닌 시기라고 판단했다. 2017년 2학기부터 교육청에 신청한 40개 교, 120학급, 약 3,000명을 대상으로 시범 운영된 유니버설디자인 수업은 체험 40분, 이론 40분, 창의 40분으로 구성되었다. 이전에는 교육 전문업체에서 초등학교를 찾아가 가르치는 일회성 교육이었지만, 교사연수를 실시해 담임선생님이 직접 학생을 가르치는 방식으로 바꾼 뒤 정규교육으로 확대할 수 있었다. 2017년 7월에는 여름방학 기간을 활용해 초등학교 5학년 담임교사 120명을 대상으로 3회에 걸쳐 첫 연수를 진행했다.[24]

유니버설디자인 수업은 시범 운영을 거쳐 향후 서울시내 599개 초등학교 5학년 전체 학생을 대상으로 확대 실시할 계획이다.

24 내 손안에 서울, 2017년 8월 26일. "타인 배려하는 '유니버설디자인' 초등 정규과정 첫 편성".

[표 3-12] 초등학교 인성 · 창의교육 개요

구분	2015	2016	2017
사업명	유니버설디자인을 통한 인성·창의교육	유니버설디자인 인성·창의교육	유니버설디자인 인성·창의 체험교육
예산	30,000천 원	50,000천 원	50,000천 원
대상	초등학교 4~5학년	초등학교 4~5학년	초등학교 5학년 창의적 체험활동
결과	25개 교, 601명 (4학년 133명, 5학년 468명)	39개 교, 928명 (4학년 399명, 5학년 529명)	40개 교, 약 3,000명(5학년)
방법	전문 교육업체 파견	전문 교육업체 파견	교사연수를 통해 교사가 직접 교육
협조	서울시교육청	서울시교육청	서울시교육청

[그림 3-16] 유니버설디자인 체험을 통한 인성, 창의교육 포스터



서울시. (2017). 유니버설디자인 체험을 통한 인성 창의 교육 운영. www.seoul.go.kr

유니버설디자인 박람회 · 세미나

2015 — 2016 — 2017

서울시와 재단은 유니버설디자인에 대한 인식을 넓히고 산업을 활성화하기 위해 2013년부터 유니버설디자인 국제세미나와 전시회를 개최했다. 2015년 제3회 국제세미나는 '나, 그리고 우리를 위한 유니버설디자인'을 주제로 DDP 디자인나눔관에서 12월 3일에 열렸다. 기조연사로는 미국 '사람중심 디자인 연구소(IHCD, Institute for Human Centered Design)'의 이사이자 세계적인 유니버설디자인 전문가 발레리 플레처(Valerie Fletcher)가 초청되었다. 이 외에도 각 분야의 전문가들이 레저시설, 의료공간, 공공공간을 위한 유니버설디자인에 대해 강연했다. 2015년부터는 DDP로 자리를 옮겨 서울디자인위크의 주요 행사 중 하나로 개최되었다. 전시는 집, 병원, 학교, 도서관, 사무실, 실버타운, 독거노인 7개 체험존으로 구성되었으며, 휠체어 버스와 치과치료버스 등 4곳의 차량 체험부스도 운영되었다. 총 55개 기업이 참가해 인간 중심의 신기술 트렌드와 접목된 유니버설디자인을 소개하고 100여 개의 체험 제품을 전시했다.

2016년 박람회의 주제는 '스마트 시티, 스마트 라이프(Smart City, Smart Life)'로 서울특별시 유니버설디자인 도시조성 기본 조례에 포함된 유니버설디자인의 6가지 원칙[25]을 중심으로 구성되었다. 서울에 사는 평범한 가족의 하루를 통해 서울 곳곳의 도시형 유니버설디자인과 일상에서 활용되고 있는 국내외 유니버설디자인 제품 300여 개를 소개했다. 특히 기존의 부스형 박람회에서 벗어나 일반시민이 함께 즐길 수 있는 체험형 전시회로 변화한 모습을 보여주었다. 그 결과 전시 만족도조사 응답자 298명 가운데 53%가 '만족', 34%가 '매우 만족'으로 응답했다. 제4회 국제세미나는 '유니버설디자인 도시'를 주제로 9월 28일 DDP 살림터 3층 디자인나눔관에서 열렸다. 벨기에 하셀트 대학의 휴버트 프로이언 교수가 '모두를 배려하는 도시환경'을, 영국 어플라이드 웨이파인딩(Applied Wayfinding)의 에이드리언 벨 이사가 '안전하고 쉬운 도시 길 찾기를 위한 시각디자인'을 주제로 발제했다.

2017년부터는 재단과 서울시에서 각각 주관했던 박람회와 국제세미나를 서울시에서 통합 운영했다. 제5회 국제세미나는 전년과 마찬가지로 DDP에서 9월 26일에 열렸다. 토마스 바데(Thomas Bade) 뮌헨 유니버설디자인연구소 CEO의 기조연설과 함께 고시엠(싱가포르 건설부 국장), 오가사와라 이즈미(요코하마 시 도시교통국 계장), 조셉 콴(홍콩 유니버설디자인협회 대표이사), 이건복(한국MS 국가기술책임자) 등의 전문가가 연사로 참여해 국내외 유니버설디자인의 선진사례를 공유하고 발전방안을 모색했다. 또한 '모두를 위한 디자인, 유니버설디자인'전이 9월 21일에서 9월 27일까지 DDP 알림터 국제회의장에서 진행되었다. 블루투스로 스마트폰을 연결한 '스마트 우산', GPS 기반 '위치추적기', 가스안전 사고를 예방하는 '가스락' 등 유니버설디자인 제품과 서울시 공공 공간 유니버설디자인 적용사례를 함께 전시해 시민의 생활과 밀접하게 연관돼 있는 유니버설디자인 정책의 필요성을 알렸다. 단순히 제품을 소개하는 박람회 형식에서 벗어나 일상생활 속에서 유니버설디자인을 경험해볼 수 있는 체험형 전시로 변모하면서 유니버설 디자인에 대한 공감대를 형성할 수 있었다. 세계적인 유니버설디자인 전문가들을 초청해 진행한 세미나에서는 지속적인 삶의 방식으로서의 유니버설디자인 이슈와 대안이 제시되었다.

25
1. 시민이 공평하게 사용 가능한 디자인 적용
2. 시민의 취향과 능력에 관계없이 유연성이 높은 디자인 적용
3. 시민이 손쉽고 편리하게 사용할 수 있는 디자인 적용
4. 시민이 안전하게 사용할 수 있는 디자인 적용
5. 시민이 필요한 정보를 정확하게 전달하고 이해하기 쉬운 디자인 적용
6. 환경 친화적이고 지속 가능한 디자인 적용

[표 3-13] 유니버설디자인 박람회 · 세미나 개요

	2015		2016		2017	
구분	박람회	국제세미나	박람회	국제세미나	박람회	국제세미나
예산	340,000천 원	35,000천 원	240,000천 원		300,000천 원	
제목	유니버설디자인 박람회	나, 그리고 우리를 위한 유니버설디자인	2016 유니버설 디자인 서울 : 어느 가족의 하루 이야기	유니버설디자인 도시	공감과 교감 : 모두를 위한 디자인, 유니버설디자인	
기간	2015. 12. 02.~ 06.	2015. 12. 03.	2016. 09. 22. ~10. 02.	2016. 09. 28.	2017. 09. 21. ~27.	2017. 09. 26.
장소	DDP 알림터 알림1관	DDP 살림터 디자인나눔관	DDP 알림터 국제회의장	DDP 살림터 디자인나눔관	DDP 알림터 국제회의장	DDP 살림터 디자인나눔관
주최 · 주관	서울디자인재단	서울시 디자인정책과	서울디자인재단	서울시 디자인정책과	서울시 디자인정책과	
관람객	3,630명	320명	7,913명	412명	5,800명	403명

[그림 3-17] 유니버설디자인 국제세미나 및 전시회 포스터



서울시. (2017). 서울시 유니버설디자인 국제세미나 및 전시회. www.seoul.go.kr

범죄예방 디자인

2015 — 2016 — 2017

서울시는 재건축 유보지역, 재래시장 지역, 싱글여성 밀집지역 등 범죄취약지역과 우범지역에 생활안전(범죄예방) 디자인을 확대했다. 지역 내 범죄요인 등 환경을 분석해 맞춤형 디자인(안)을 개발, 적용한 결과 더 많은 지역의 시민들이 안전에 대한 불안감을 해소할 수 있었다. 범죄예방 디자인은 2012년 마포구 염리동 시범사업을 시작으로 2013년 13개소(직접사업 3개소[26]), 2014년 1개소(금천구 가산동)에서 진행했다. 서울시가 한국형사정책연구원을 통해 범죄예방 디자인 추진지역 중 직접 수행한 4곳(마포구 염리동·관악구 행운동·중랑구 면목동·용산구 용산2가동)의 범죄예방 효과를 조사한 결과, 중랑구 면목동을 제외한 3개 지역에서 112 신고 건수가 줄었으며, 면목동도 서울시 전체 평균보다 낮은 것으로 나타났다. 조사는 적용 전(2013년)과 후(2015년) 112 신고 통계와 주민 설문조사를 토대로 이뤄졌다. 특히 용산구 용산2가동은 강도, 성폭행 같은 중요 범죄가 22.1% 감소했으며, 폭력 등 기타 범죄도 12.9%나 줄어 가장 큰 폭의 감소율을 보였다.[27] 이와 같은 사업성과를 기반으로 2015년에는 10개소에서 사업이 진행되었다. 서울시는 폐가가 많고 무질서했던 강북구 삼양동 등 6개소를 직접사업 수행 대상지로 선정했다. 텃밭이 조성된 유휴공간은 아이들의 체험학습 공간으로 거듭났고, 흉물스럽게 방치됐던 공·폐가에는 안전가림막을 설치해 마을 게시판이나 주민 갤러리 등으로 활용할 수 있게 했다. 노원구 상계 3·4동은 개발이 지연되면서 노후화·슬럼화가 이루어진 지역이었다. 불암산 아래 자리하고 있어 둘레길을 찾는 등산객들의 통행이 잦고 외부인의 출입이 많은 지역에 게이트 도색, 출입금지 사인, 비상버저 등을 설치해 주민 주거지역을 보호했다. 또한 둘레길 동선을 명확히 인지할 수 있는 유도 사인도 곳곳에 설치했다. 동작구 노량진1동은 고시원 밀집지역으로 주민과의 갈등 요인이었던 노상흡연 문제를 해결하는 데 중점을 두었다. 흡연구역을 별도로 설정해 바닥도색과 표지판 등으로 안내하고 재떨이를 설치해 흡연자와 비흡연자를 동시에 배려했다. 여성 1인 가구 비율이 높은 성북구 동선동은 옹벽과 바닥에 조명을 연속으로 설치해 골목길을 밝혔고, 곳곳에 안전 확성기 버튼을 만들어 위급상황에는 이웃에게 도움을 요청할 수 있게 했다. 취객으로 인해 주민 갈등이 잦았던 양천구 신월3동 경인어린이공원에는 안전 트랙을 조성하고, 운동기구와 놀이기구 등을 설치해 아이들과 주민이 마음 놓고 이용할 수 있게 했다.

2016년에는 자치구 대상으로 모집공고를 해서 10개소 중 5개소를 시범적용 대상지로 선정했다. 이 외에도 자치단체 보조로 8개소, 주민참여예산으로 5개소가 참여해 총 18개소가 안전마을로 조성되었다. 2017년에는 시범사업 5개소, 자치단체보조 3개소, 안전총괄과 추진 2개소 등 10개소를 조성했다. 향후 맞춤형 범죄예방 디자인을 추가로 개발하고 효과가 입증된 디자인을 수록한 「범죄예방 디자인 종합 가이드라인」을 배포해 자치구에 확산시킬 예정이다.

26 3개소 : 중랑구 면목동, 관악구 행운동, 용산구 용산2가동.

27 서울정책아카이브 사이트의 '범죄예방 디자인' 참조.

[표 3-14] 범죄예방 디자인 개요

구분	2015	2016	2017
사업명	범죄예방 디자인 프로젝트	범죄예방 디자인 사업(안전마을)	범죄예방 디자인
예산	2,454,000천 원	1,934,000천 원	1,803,000천 원
내용	**총 10개소** 시범사업 6개소 · 강북구 삼양동 · 노원구 상계동 · 동작구 노량진 · 성북구 동선동2가 · 양천구 신월3동 · 광진구 중곡동 안전총괄과 1개소 · 관악구 난곡동 자치단체보조 2개소 · 중랑구, 노원구 주민참여예산 1개소 · 관악구	**총 18개소** 시범사업 5개소 · 서초구 반포1동 · 성동구 용답동 · 송파구 마천2동 · 구로구 가리봉동 · 중구 신당동 자치단체보조 8개소 · 관악 6개소 · 노원 · 성북 주민참여예산 5개소 · 강북 · 노원 · 동작 · 성동 · 중구	**총 10개소** 시범사업 5개소 · 동대문구 · 서대문구 · 성동구 · 양천구 · 은평구 안전총괄과 2개소 · 송파구 마천1동 · 중랑구 중화2동 자치단체보조 3개소 · 관악 2개소 · 구로

[그림 3-18] 금천구 가산동 적용 전후



서울시. (2016.08.04.). '범죄예방디자인' 가산동·삼양동 등 6곳 추가 조성. www.seoul.go.kr

학교폭력 예방

2015 — 2016 — 2017

학교폭력에 취약한 지역을 대상으로 학교와 지역사회가 연계해 지역에 건강한 청소년문화를 조성함으로써 학교폭력을 예방하는 사업이다. 공모를 거쳐 상대적으로 학교폭력 발생 우려가 높고 주변환경이 열악한 지역을 시범대상지로 선정했다. 2014년 은평구 응암3동 충암중학교 인근 통학로를 시작으로 2015년에는 도봉구 방학중학교 인근 통학로가 선정돼 'PLAY@방학'[28]이라는 이름으로 프로젝트가 진행되었다. 방학중학교 인근은 많은 사람들이 위험하다고 느낀 통학로로 조사되었으며, 북부교육지원청 관내 40개 중학교 중 학교폭력 피해 응답률도 가장 높게 나타났다. 이 프로젝트는 건전하고 즐거운 놀이문화를 통해 청소년들 간에 친밀감과 공감대를 형성하는 것을 목적으로 했다. 이를 위해 방학중학교 인근 도깨비공원에 컨테이너 박스를 개조한 'PLAY@박스'와 바둑판과 체스판, 장기판이 그려진 'PLAY@테이블'을 설치해 청소년들이 자연스럽게 모여 이야기하고 뛰어놀 수 있게 했다.

2016년에는 지역 내 공원에 청소년들을 위한 문화·놀이공간을 만들어 또래 간, 세대 간에 만나고 소통할 수 있는 기회를 늘리는 데 집중했다. 대상지로는 송파구 배명중, 성북구 장곡초 2개 지역이 선정되었다. 먼저 배명중학교가 있는 송파구 삼전동은 기초생활수급자와 다문화가정 이 많은 지역이다. 인근 삼전근린공원에 무료 와이파이를 설치하고 청소년 권장도서를 둔 벤치를 마련했으며, 지역민이 함께 이용할 수 있는 체육시설을 조성하고 곳곳에 조명을 설치해 밤에도 안심하고 이용할 수 있게 했다. 또한 학생, 학부모, 지역주민들이 함께 영화를 관람할 수 있는 야외영화관도 조성했다. 다음으로, 성북구 장곡초 인근은 빈집이 많아 우범지역으로 꼽혀왔다. 프로젝트는 성북구 장곡초 인근 마을공원을 온 마을이 한 집이라는 의미에서 '온마을집' 콘셉트로 꾸몄다. 이곳에는 청소년이 즐길 수 있는 보드게임을 마련하고, 어른들과 함께할 수 있는 바둑·윷놀이·제기차기·배드민턴·캐치볼 등도 비치했다.

2017년에는 광진구 용마초, 동작구 서울영화초, 영등포중·고 지역이 선정되었다. 이를 위해 주변지역 환경분석과 학생, 학부모, 교사 등 이해관계자 조사 및 인터뷰 등을 통해 문제점을 찾아내고 맞춤형 솔루션을 도출했다.

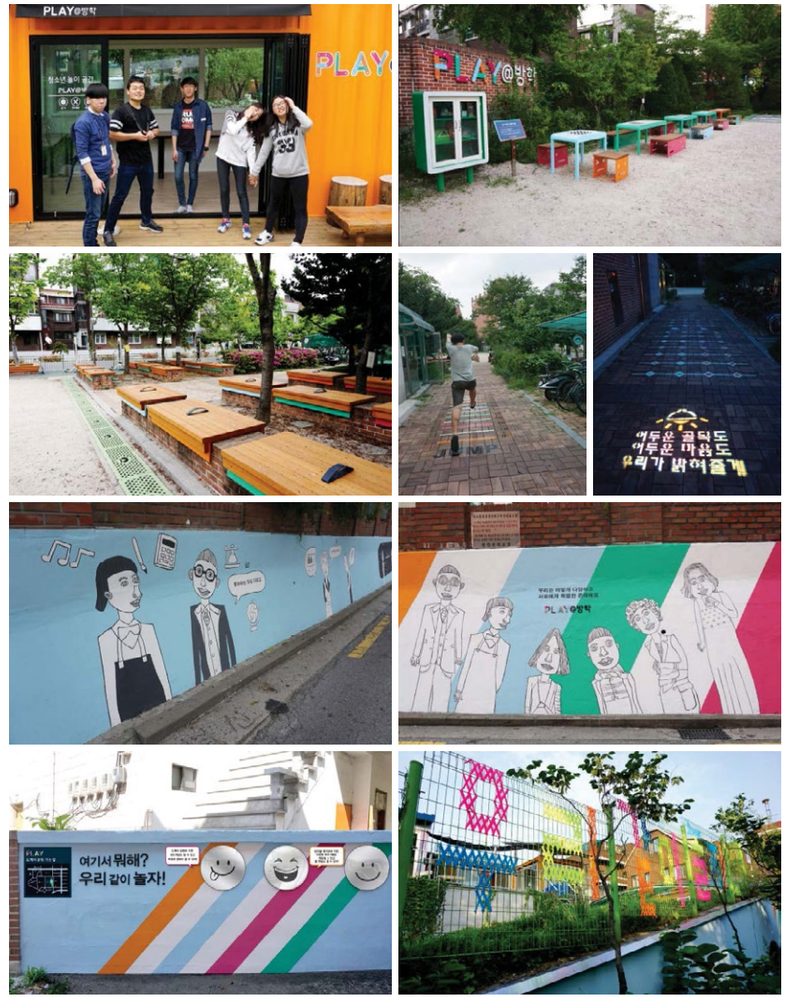
이화여대 학교폭력예방연구소와 한국형사정책연구원에서 진행한 '2015년, 2014년 학교폭력 예방 디자인사업 효과성평가'에 따르면, 놀이를 통한 또래관계의 확장으로 학교폭력을 예방하려 했던 도봉구 방학중학교에서는 학교폭력에 대한 두려움이 26.5% 감소했고, 괴롭힘 대처역량도 5.1% 증가했다. 긍정언어를 반복 경험함으로써 언어폭력을 예방하기 위해 은평구 충암중학교에 적용한 2014년도 사업의 경우, 언어폭력 가해 경험률이 3.8% 감소하고 집단따돌림, 폭행 등 다양한 학교폭력의 가해율도 함께 감소하는 효과를 보였다.

28 내 손안에 서울,
2016년 10월 10일,
"디자인으로 학교폭력 예방해요!
"play@방학".

[표 3-15]
학교폭력 예방 디자인 개요

구분	2015	2016	2017
사업명	통학로 학교폭력 예방 디자인	통학로 학교폭력 예방 디자인	학교폭력 예방 디자인
예산	343,000천 원	500,000천 원	844,000천 원
대상지	1개소 : 도봉구 방학중학교 인근 통학로	2개소 : 성북구 장곡초, 송파구 배명중	3개소 : 광진구 용마초, 동작구 서울영화초, 영등포중·고
내용	놀이문화 형성을 통한 관계확장	학교 인근 공원 대상 문화·놀이공간 조성	상상접촉을 통한 긍정 이미지 형성, 제3의 공간을 통한 관계확장

[그림 3-19]
방학중학교 PLAY@방학



서울시. (2016.10.11.).
서울시 '학교폭력예방디자인' …
'SNS 대신 놀이'. www.seoul.go.kr

학교환경개선

2015 — 2016 — 2017

학교환경개선은 색채디자인을 적용해 학교를 학생들의 감성과 창의력을 키우고 학습능률을 향상시키는 공간으로 조성하는 사업이다. 학교별로 컬러컨설팅을 통해 수립한 색채 기본계획에 따라 그래픽디자인을 개발하고 시공하는데, 시에서는 디자인 개발비를 지원하고 학교에서는 도장 시공과 유지보수 비용을 분담했다. 2011년부터 시작한 이 사업은 2015년부터는 디자인안과 실제 시공 색채 사이에 차이가 생기는 일이 없도록 시공 시 색채 감리를 지원하고 학교별 전담 전문가를 지정했다. 서울 소재 국·공립 초·중·고교를 대상으로 신청을 받아 12개 학교 중 5개 학교를 선정했고, 5개 학교별로 색채 기본계획을 개발하고 전문 일러스트 작가와 학생, 교사가 워크숍을 통해 콘셉트를 도출했다. 일러스트 작가는 시공에도 직접 참여해 그래픽의 완성도를 높였다.

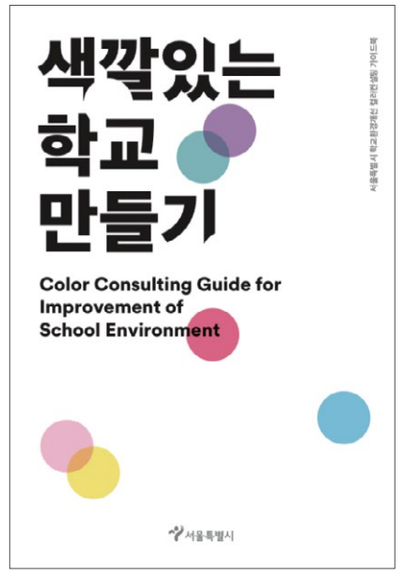
2016년에는 2015년보다 두 배 많은 10개 학교가 선정되었다. 기존에는 초·중학교 위주로 진행되었으나 고등학교와 특수학교도 선정돼 다양한 모델을 시험해볼 수 있었다. 학교 공간의 기능성과 심미성을 강화하고 학생과 교육주체의 참여를 확대해 피드백을 강화하고자 했다. 그래픽 전문가 7인을 각 학교에 매칭했으며, 시공은 시간과 예산상의 제약으로 전문업체에 일임했다. 효과성 평가를 위해 2016년 시범학교 학생 46명을 대상으로 스트레스 호르몬의 변화를 측정해본 결과 평균 20.7%가 감소한 것으로 나타났다. 만족도 조사에는 교사의 87%가 학생들의 심리적·정서적 안정에 영향을 주었다고 응답했으며, 학생의 90%는 학교생활에 긍정적인 영향을 주었다고 답변했다.

2017년부터는 서울시교육청에서 학교 컬러 적용 사업을 본격적으로 시행하기로 했다. 이에 따라 6년간 추진해온 사업의 방향을 수정해 학교 현장에서 적용 가능한 색채디자인 가이드라인을 제작, 보급했다. 가이드라인은 학교환경 시설관련 정책에서 디자인의 필요성을 알리고 학교 환경개선사업 프로세스를 안내하는 실질적 길라잡이 역할을 하게 된다. 서울시가 6년 동안 개발한 27개 학교 사례를 정리하고, 사용자가 참여하는 디자인워크숍 과정을 일선학교에서 참고할 수 있게 매뉴얼로 제작해 초·중·고교 급별 특성을 고려한 학교환경 조성의 지표로 활용하도록 했다. 연도별로 제작된 결과보고서 파일도 일선학교에 배포되었는데, 이 파일은 서울시 홈페이지에서도 다운로드 할 수 있다.

[표 3-16] 학교환경개선 컬러컨설팅 개요

구분	2015	2016	2017
사업명	학교환경개선 컬러컨설팅		
예산	50,000천 원	120,000천 원	97,000천 원
내용	5개 학교 · 영림초 : 사계 · 신명초 : 자연주의 · 무학중 : 색상환 나침반 · 거원중 : 즐거울 락 · 신남중 : 꿈으로 떠나는 여행	10개 학교 · 가원초 : 가원 색채열차, Color Train · 삼정초 : 동화의 정원 · 일원초 : 숲속의 시간, 자연 속 계절의 변화 · 중원초 : 리빙 네이처 (Living Nature), 자연이 살아 숨 쉬는 중원초등학교 · 신목중 : Dream+Dream, 꿈+꿈 · 신천중 : H! FIVE, 행복한 신천중학교 · 풍납중 : Time Travel, 내가 필요한 시간으로 떠나는 여행 · 자운고 : Fly high, 나르샤 자운 · 수도여고 : Botanical Garden · 성베드로학교 : Color Spectrum	가이드라인 개발
참여작가	이성표, 황성순, 이인수, 주정민, 이혜리	주정민, 이혜리, 최길수, 김영수, 유애로, 민미경, 김기혁	-

[그림 3-20] '색깔있는 학교 만들기' 가이드라인



인지건강 디자인

2015 — 2016 — 2017

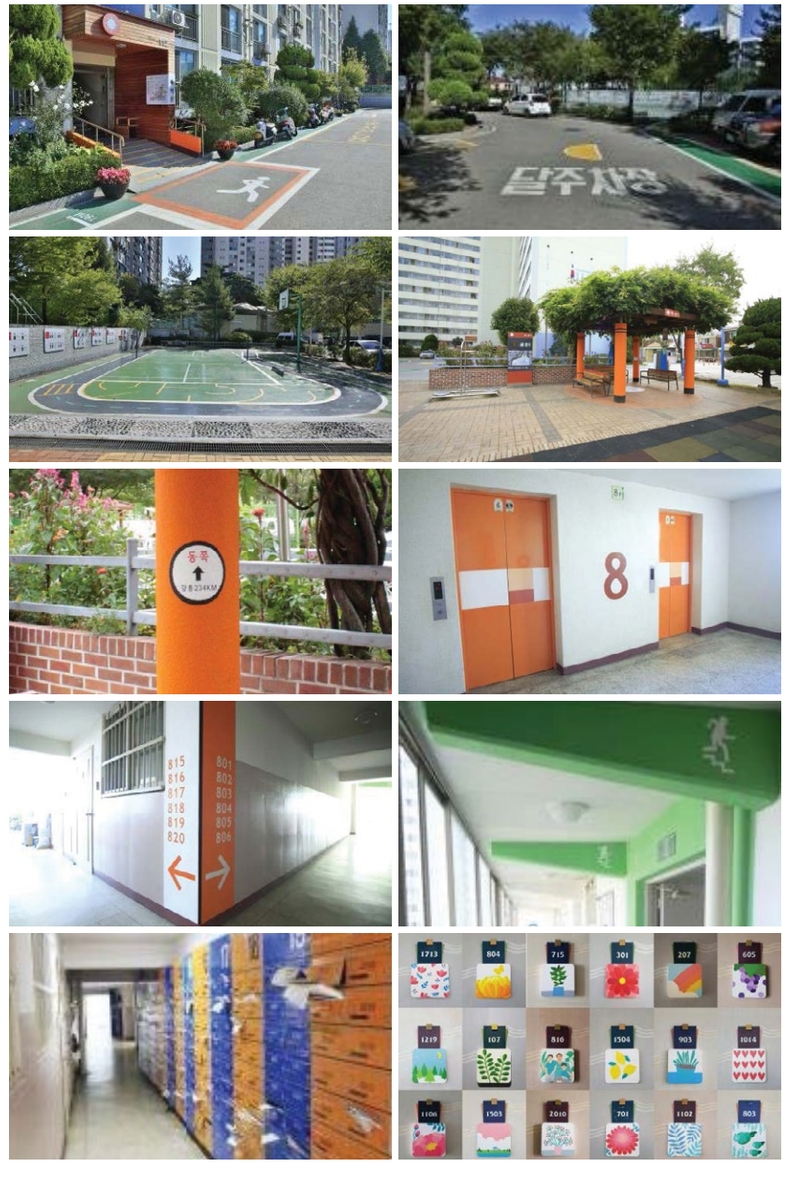
인지건강 디자인사업은 치매가정, 노인인구 비율이 높은 지역의 어르신들이 안심하고 생활할 수 있는 환경의 조성과 치매 당사자와 가족구성원의 삶의 질 향상을 목적으로 한다. 서울시 광역치매센터에 등록된 치매환자의 62.7%(2014년 12월 기준)가 시설이 아니라 집에서 치료·요양 중인 것으로 조사되었다. 이에 따라 재가(在家) 치매노인의 행태와 심리, 지역의 환경적 특징을 분석해 인지능력을 높이고 일상생활에 도움이 되는 디자인을 개발해 적용했다. 2014년 '재가 치매환경 디자인'으로 시작했으며, 이후 '인지건강 디자인'으로 사업명이 변경되었다. 첫해인 2014년에는 다세대·다가구 밀집지역인 양천구 신월1동 일대에서 시범사업을 진행했다. 2015년 시범사업 대상지로 선정된 영등포구 신길4동 임대아파트단지는 1개 동, 387세대 규모로 노인 비율이 26%인 거주지역이다. 이곳은 아파트 특성상 층과 호수 구분이 어렵고 보행길이 끊어져 있어 치매노인들이 생활하기 힘든 환경이었다. 시범사업은 임대아파트 단지 내 7개의 주거환경을 개선하는 '기억 키움 7'[29] 프로젝트를 진행해 아파트 출입구에 이정표를 달고 각 층마다 눈에 띄는 색깔로 큼직하게 숫자를 적어놓아 쉽게 인지할 수 있게 했다. 그 결과 대한치매학회에서 2014년 사업지역 주민 286명을 대상으로 실시한 만족도 조사 결과 길 찾기, 인지거점 확보, 혼란 감소 등에 대한 만족도가 최대 75.9%로 나타났다. 2016년에는 단순한 주민참여를 넘어 주민주도형으로 시범대상지 내 저소득 재가 치매가정의 주거환경과 선정지역 일대 환경을 개선하고자 했다. 4개 자치구가 신청한 가운데 노원구 공릉동 영구임대아파트단지(1395가구)가 선정되었다. 이곳에서는 기억, 이동, 정서 등 오감자극으로 인지를 강화하는 '감각키움 마을 만들기' 프로젝트를 진행해 이용자 행태와 인지저해 환경분석 결과를 반영한 15개 인지건강 디자인을 개발했다. 집을 찾는 데 어려움이 없도록 아파트 입구 바닥에 동번호를 크게 적어놓고, 홀수층과 짝수층 엘리베이터 타는 곳을 선명한 색으로 구분했다. 또한 아파트 내부에도 인지건강 디자인을 도입해 출입문과 화장실 주변 벽에 노란색 안전손잡이를 달았고 조명 스위치에는 '주방', '화장실'이라고 써서 붙여놓았다. 2017년에는 노인, 치매 고위험군의 행태와 정서의 취약성까지 포용하는 디자인을 개발해 적용하고 생활권 내에서 일상생활 수행능력을 강화하는 프로그램을 개발했다. 지역공동체를 활용한 시범사업 '100m 기억정원 만들기'는 송파구 마천1동 저층 주거밀집지역을 대상으로 진행했다. 서울시는 고령화 사회에 대비해 주거환경 유형과 지역별 표준모델을 만들어 인지건강 디자인 매뉴얼을 확산하고 치매를 예방하는 정책을 확대 추진할 계획이다.

29 기억 키움 7 :
1. 기억둘레길(보행로)
2. 기억마당(운동공간)
3. 기억쉼터(휴식공간)
4. 기억마루(층별표시)
5. 기억이정표
6. 기억갤러리(추억나눔)
7. 기억우편함

[표 3-17] 인지건강 디자인 개요

구분	2015	2016	2017
사업명	재가 치매환경 디자인 개발	재가치매환경(뇌건강마을) 디자인 개발	인지건강 디자인
예산	323,000천 원	323,000천 원	323,000천 원
대상	1개소 : 영등포구 신길4동 임대아파트단지	1개소 : 노원구 공릉동 영구임대아파트단지	1개소 : 송파구 마천1동 저층 주거밀집지역
내용	기억 키움 7	감각키움 마을 만들기	100m 기억정원 만들기

[그림 3-21] 영등포구 신길4동 기억 키움 7



서울시. (2016.11.02.). 서울시,다세대 아파트단지 2곳 '인지건강디자인' 시범사업 완료. www.seoul.go.kr

어르신 생활디자인

2016 — 2017

'어르신 생활디자인' 사업은 재단이 2015년 진행한 「100세 시대 실버세대 디자인정책 실행과제 연구」에서 제안한 4개 분야(보행·교통, 실내·실외, 제품, 서비스), 18개 사업 가운데 생활현장 적용이 시급하다는 판단과 디자인 적용의 효과가 즉각적으로 구현될 것이라는 기대에 따라 우선적으로 추진하게 되었다.

첫해인 2016년에는 '100세 시대, 어르신 문화활동 공간 디자인 개발'이라는 사업명으로 주거, 실외, 시설 등 어르신들이 주로 활동하는 공간의 디자인 가이드라인 개발을 추진했다. 이 디자인은 어르신의 심리적·신체적 특성을 분석하는 것은 물론 어르신을 디자인 개발 과정에 직접 참여시켜 실제로 일상생활에 도움을 주는 방향으로 개발하고자 했다.

먼저 시의 인지건강 디자인사업과 연계해 노원구 공릉동 임대아파트단지 내 경로당을 대상으로 설문조사, 워크숍, 사례조사 등을 진행했다. 활동유형과 이용행태 등 이용자의 특성을 분석한 결과를 바탕으로 100세 시대 어르신 주요 일상생활 공간을 위한 맞춤형 「인지건강 생활환경 가이드북」 3종을 제작했다. 이 가이드북에는 어르신의 일상생활을 중심으로 주거·시설·실외환경 3개 유형의 사인, 색채, 마감재, 소품, 프로그램 등에 대한 가이드와 서비스 정보가 담겨 있다. 2016년 2월에는 주거환경 가이드북을 구체적인 디자인 지침자료로 활용할 수 있도록 관계기관과 협회, 타 시도 등에 약 5,100부를 배포했다.

2017년에는 사업을 어르신의 일상생활로 확대하기 위해 '문화활동 공간 디자인'에서 '생활디자인'으로 명칭을 변경했다. 어르신의 심리적·신체적 특징과 활동유형을 반영하고 일상생활 공간에 적용할 수 있는 디자인 제품을 제작하는 것이 사업의 내용이다. 먼저 맞춤형(홀몸어르신) 임대주택을 대상으로 공모해 은평구를 대상지로 선정했다. 시는 사업 초기부터 어르신 생활환경 실태조사와 디자인참여단 워크숍 등을 통해 어르신들의 요구를 반영한 디자인을 개발하게 했다. 이에 따라 은평구는 사업 전 과정에 참여할 수 있는 10명 내외의 주민참여단과 TF팀을 구성, 운영했다. 이 사업에서는 어르신들이 주로 생활하는 주거공간 내외부에 적용할 낙상방지 손잡이, 이동안전 조명, 비상알림 경보기, 인지강화 스티커 등을 개발했다. 이 제품들은 매뉴얼을 제작해 배포하고 사회적 기업, 협동조합과 연계해 제작·판매한다.

[표 3-18]
어르신 생활디자인 개요

구분	2016	2017
사업명	100세 시대, 어르신 문화활동 공간 디자인 개발	100세 시대 어르신 생활디자인
예산	87,000천 원	87,000천 원
대상	노원구 공릉1단지(영구임대아파트) 내 경로당	은평구 임대주택
내용	인지건강 생활환경 가이드북 3종 제작 배포	낙상방지 손잡이, 이동안전 조명, 비상알림 경보기, 인지강화 스티커 등 개발

[그림 3-22]
인지건강 생활환경
가이드북 3종



서울시. (2016). 100세시대, 어르신 문화활동 공간 디자인개발 사업추진 결과보고. p.2.

주요 성과

서울시와 재단은 사회변화에 대응하고 시민들의 일상생활에 꼭 필요한 디자인을 중심으로 사업을 추진한 결과 개선 후 눈에 띄는 환경의 변화는 물론 디자인상 수상 등 의미 있고 가시적인 성과를 얻었다.

서비스디자인

자동차 전용도로를 비롯한 서울시의 교통안전 강화를 위해 노력한 결과, 2016년 교통사고 사망자는 343명(하루 평균 0.94명)으로 1970년 교통사고 집계를 시작한 이래 최초로 하루 평균 1명 미만으로 감소했다.[30] 「서울 지하철역사 정보안내체계 혁신을 위한 조사분석 및 체계 재정립 연구」에서는 노약자와 장애인, 일반인 등 실제 이용자들이 테스트에 참여해 8개의 대표적인 지하철 역사 구간을 이동하면서 문제 구간을 도출하고, 역사별로 공간구조가 지닌 문제점을 찾아내고 분석해 2016 대한민국 공공디자인대상 학술연구 부문 최우수상을 수상했다. 2015년에 디자인을 통한 공간개선이 이루어진 동주민센터는 총 74개소로 전체 동주민센터의 17.5%를 차지한다.[31] 이 가운데 시범사업으로 진행된 연희동 주민센터는 2016 제9회 공공디자인대상 공공디자인 프로젝트 부문 우수상, 2017 iF 디자인 어워드 본상인 서비스 디자인상을 수상하는 쾌거를 이뤘다.

'을지로, 라이트웨이'는 '을지로-세운상가-DDP'를 조명으로 연결하는 빛의 메카 조성의 기반이 되었다. 행사를 지속적으로 개최해 을지로 조명상가 상품홍보와 매출증대에 도움을 주었으며 동대문상권과 공구, 기계, 타일 등 을지로의 다른 산업도 활성화되고 있다. '동대문, 스타일 페스타'를 통해서는 동대문 유관기업·기관과 네트워크를 구축하고 주변상권과 상생의 계기를 마련했으며, 동대문의 브랜드 이미지를 제고할 수 있었다. 재단은 '동대문, 스타일 페스타'를 동대문 대표 축제로 만들고 동대문을 서울의 관광명소로 만들어 지역상권을 활성화 하는데 앞장설 계획이다. 이 외에도 서울지역 각 자치구의 문제에 '서울디자인컨설턴트'와 청년디자이너들이 직접 개입하는 사업을 수행함으로써 일자리 창출 효과도 거둘 수 있었다.

유니버설디자인

먼저 유니버설디자인 통합 가이드라인을 개발하고 평가체계를 구축해 서울시의 실정에 맞는 유니버설디자인의 목표, 적용방향, 적용기준을 마련했다. 이는 유니버설디자인의 체계적인 적용과 확산을 위한 기반이 되었다. 이 가이드라인을 배포해 유니버설디자인에 대한 인식부족으로 추후 재시공에서 발생하는 예산낭비를 방지할 수 있었다. 8년째 추진하고 있는 '복지시설 컨설팅 및 모니터링'사업을 통해서는 노인, 아동 등 시설 유형별 대표사례를 개발해 유사시설로 파급할 수 있었고, 시설이용자와 현장중심으로 다양한 의견을 수렴해 관 주도의 일방향적 설계의 한계를 극복했다. 또한 공공 공간에 유니버설디자인을 적용하기 위해 시민들의 직접 참여를 유도하고 체험결과를 적극 반영해 세세한 부분까지 배려한 유니버설디자인 공간으로 리모델링할 수 있었다. 이는 생활전반에서 밀접하게 작용하는 유니버설디자인을 시민들과 함께 공유하고 실천하는 계기가 되었다. 유니버설디자인 인성·창의교육은 사업시행 3년 만인 2017년 초등학교 5학년 정규교과(창의적 체험활동)에 포함되는 성과를 거두었다. 2013년부터 매년 개최한 박람회와 국제세미나는 유니버설디자인에 대한 인지도를 높이고 확산시키는 역할을 했다.

사회문제해결 디자인

2015년 서울시가 사회문제해결을 목적으로 추진한 디자인사업 가운데 가장 많은 지역에서 시행된 사업은 '범죄예방 디자인'이었다.[32] 범죄예방 디자인을 통해 안전한 도시 공간을 조성하고 범죄에 따른 사회적 비용을 절감할 수 있었으며, 골목길을 통한 공동체문화 형성에도 기여했다. 학교환경개선 컬러컨설팅을 적용한 학교는 202개 교로 서울소재 학교의 15.3%에 해당한다.[33] 학생의 눈높이와 교실 특성에 맞춘 색채 디자인을 통해 감성을 키우고 학습능률을 높임으로써 주의력과 집중력, 휴식력 등이 상승하는 효과를 거두었다. 학습능력과 적응능력이 남아 있을 때 일상환경을 개선하는 '인지건강 디자인'을 통해서는 어르신의 안전과 정서에 도움을 주고 치매를 늦추거나 예방하는 효과를 거둘 수 있었다. 지역주민, 어르신, 전문가가 함께 고민하고 디자인을 통해 문제를 해결함으로써 치매에 대한 인식도 개선할 수 있었다. 100세 시대에 맞춘 디자인정책은 고령자의 삶의 질과 체감형 복지향상에 실질적으로 기여할 것으로 기대된다.

서울시와 재단은 디자인사업 대상 선정에서부터 해결방안을 찾는 과정에 이르기까지 시민이 직접 참여해 의견을 반영하도록 하고 디자인을 통한 시민복지 증진에 대한 공감대를 형성하고자 했다. 또한 서울시설관리공단과 같은 유관기관과 협력체계를 구축해 공공의 이익을 극대화할 수 있는 시민서비스디자인 사업에 주력할 수 있었다. 시민의 안전과 생활에 밀착한 디자인사업의 추진으로 시민의 정책 체감도를 높이고 실질적으로 시민의 삶의 질을 향상시키는 효과를 거두었다.

30 서울시 홈페이지, "교통사고 사망자 魔의 벽, 일평균 1명을 깼다".

31 서울디자인재단, 2016 서울디자인서베이, 2016, p.59.

32 서울디자인재단. 2016 서울디자인서베이, 2016 p.56.

33 서울디자인재단. 2016 서울디자인서베이, 2016 p.59.

4장. 환경

주요 배경 126

공공디자인

도시디자인위원회 128
서울우수공공디자인 인증제 129
서울디자인클리닉 130
공공시설물 표준형디자인 개발 132
공공디자인 공모전 134

서울도시건축비엔날레

서울도시건축비엔날레 홍보 및 국제교류 136
서울도시건축비엔날레 전시 138

공공미술

제도적 기반조성 142
지역연계 프로젝트 145
시민참여 프로젝트 147
공공미술작품 설치 150
도심제조지역 공공미술 프로젝트 153
박수근~백남준家 안내를 위한 환경디자인 155

주요 성과 158

주요 배경

서울시와 서울디자인재단은 더 나은 도시환경 조성으로 서울시민의 질 높은 생활수준을 돕기 위해 공공미술 분야와 공공디자인 분야를 포함한 환경 관련분야에서 다양한 지원사업을 추진하고 있다. 예술을 기반으로 한 도시재생을 통해 '살고 싶은 도시, 서울'을 만들기 위한 공공미술 프로젝트와 공공디자인 확산을 통해 안전하고 쾌적한 도시공간을 조성하기 위한 공공디자인 프로젝트 및 서울도시건축비엔날레 개최가 이에 해당한다.

공공디자인

2016년 서울디자인서베이 결과, 향후 서울의 공공디자인 정책형성에 중요한 활동의 우선순위를 묻는 질문에 응답자의 77.2%가 '디자인을 통한 환경개선'을, 64.4%는 '디자인을 통한 편의증진'을 꼽았다.[34] 이러한 결과를 기반으로 서울시는 도시 공공디자인 개선을 통한 서울시민의 생활편의증진을 위해 제도적 기반조성 및 공공시설물 관련기업 디자인 컨설팅과 아이디어 발굴을 위한 공모전 등 다양한 공공디자인 사업을 추진하고 있다. 공공디자인의 제도적 기반조성을 위해 공공디자인 정책 관련사항을 검토하고, 공공시설물 심의 및 자문을 위해 도시디자인 전문가로 구성된 '도시디자인위원회'를 운영하고 있다. 또한 서울시 도시미관 향상을 위해 서울의 우수한 공공시설물 디자인을 지속적으로 선정하는 '서울우수공공디자인 인증제'와 인증 탈락제품을 대상으로 전문가 컨설팅을 진행하는 '디자인클리닉'도 실시 중이다. 아울러 서울시 공공시설물의 표준형 디자인을 수립하는 '공공시설물 표준형디자인 개발'과 시민과 전문가 등이 함께 참여해 공공의 문제를 해결하기 위한 대안[35]으로 '공공디자인 공모전'을 추진하는 등 디자인거버넌스[36]를 활용한 사업을 다양하게 진행하고 있다.

도시건축비엔날레

2016년 서울디자인서베이에서 우선적으로 추진해야 할 서울디자인재단 정책·사업을 조사한 결과 응답자의 62.4%가 '서울도시건축비엔날레 개최'[37]를 꼽았다. 이 결과를 바탕으로 서울디자인재단은 도시의 건축적·도시적 아젠다에 대한 논의와 디자인 관련정책에 대한 대안을 제시하기 위해 서울시 도시공간개선단의 위탁을 받아 2017년에 서울도시건축비엔날레를 개최했다. 2017 서울도시건축비엔날레는 '아홉 가지 공유'라는 주제의 '주제전'과 '공동의 도시'라는 주제의 '도시전'을 중심으로 다양한 시민참여 프로그램이 DDP와 돈의문 박물관마을 및 서울시 핵심거점에서 개최되었다.

34 서울디자인재단, 2016 서울디자인서베이, 2016, p.158.
35 서울디자인재단, 2016 서울디자인서베이, 2016, p.153.
36 시민, 학생, 디자이너 및 다양한 분야별 전문가, 기업 등이 함께 참여해 공공의 문제를 해결하고 모두가 공감하는 디자인 정책을 실현하는 과정.
37 서울디자인재단, 2016 서울디자인서베이, 2016, p.162.

공공미술

서울시는 2016년부터 "서울 도시 전체가 미술관이 된다"는 취지로 공공미술 프로젝트 '서울은 미술관'을 추진하고 있다. 이 프로젝트를 추진하는 목적은 도시공간에 신선한 예술적 상상력과 인간적 정취를 담고, 사라져가는 장소의 역사와 기억을 보존함으로써 시민이 주인으로서 안정감과 친밀감을 느끼는 서울을 만드는 데 있다. 그러나 도시의 공공미술은 대부분 안이한 접근방식과 부조리한 관행으로 도시의 문제를 해결하기보다는 오히려 그 자체로 도시의 문제가 되고[38] 있는 것이 현실이다. 2016년 서울디자인서베이 결과, 공공미술에 대한 서울시민의 만족도는 평균 21.4%[39]에 불과했고, 공공미술 및 도시갤러리 사업에 대한 시민의 인지정도 또한 24.0%[40]로 낮다는 것이 확인되었다. 이에 서울시와 서울디자인재단은 공공미술을 통한 실질적 도시환경 개선을 위해 2016년 12월 「서울특별시 공공미술의 설치 및 관리에 관한 조례」 제정계획 수립 및 '공공미술 자문회의'의 구성·운영과 '서울은 미술관' 국제 컨퍼런스 개최를 통해 공공미술의 제도적 기반을 마련했다. 이를 통해 서울시는 '서울로 미디어 캔버스', '청파로 퍼블릭 아트캔버스' 등 다양한 지역연계 프로젝트와 공공미술 축제인 '퍼블릭×퍼블릭', '서울 아트스테이션' 등 다양한 시민참여 프로젝트를 추진했다. 이와 아울러 서울디자인재단은 다양한 분야의 전문가들이 지역의 기술장인들과 협력해 아트플랜을 수립, 실행하는 '도심제조지역 공공미술 프로젝트'와 창신·숭인지역에 '박수근길'과 '백남준길'을 조성하는 '박수근~백남준家 안내를 위한 환경디자인 조성사업'을 추진했다.

38 서울시, '서울은 미술관' 선언문, 2016년 12월 14일.
39 서울디자인재단, 2016 서울디자인서베이, 2016, p.150.
40 서울디자인재단, 2016 서울디자인서베이, 2016, p.147.

도시디자인위원회

서울시 도시디자인위원회 운영

2015 — 2016 — 2017

서울시는 디자인정책 관련사항을 검토하고 사회기반시설과 공공시설물의 심의·자문을 위해 '도시디자인위원회'[41]를 운영하고 있다. 2016년 3월 24일 서울특별시 도시디자인 조례가 개정되기 전까지 '서울시민디자인위원회'가 운영되었으며, 서울시 도시디자인 조례 개정 후 신규위원을 위촉해 도시디자인위원회를 운영하고 있다.

41 서울특별시 도시디자인 조례 제13~14조.

[표 4-1] 2017년 도시디자인위원회 분야별 위원

합계	당연직	시의원	외부위원							
			공간	산업	시각	색채	유니버설	건축	경관	조경
25명	1명	3명	4명	2명	2명	2명	3명	4명	2명	2명

서울시민디자인위원회는 본위원회 17명의 위원과 3개의 실무위원회 75명의 위원을 포함해 총 88명(4명 중복)의 위원으로 운영되었다. '실무위원회'는 인력풀제로 운영되었고, 제1 실무위원회는 공공시설물을 담당했으며, 제2 실무위원회와 제3 실무위원회는 각각 공공건축물과 야간경관조명 분야를 담당했다. 조례개정 후 제2 실무위원회 업무는 건축기획과 건축위원회로 이관되었으며, 제3 실무위원회는 도시빛정책과 좋은빛위원회에서 맡아 운영하고 있다. 새롭게 구성된 '도시디자인위원회'는 디자인 가이드라인 및 기본계획 검토 등 디자인 관련 연구과제를 논의하는 '연구분과'와 심의안건 자문 및 디자인 관련 실행과제를 논의하는 '실행분과'로 구성되었다. 도시디자인위원회 위원은 연구도시공간개선단장과 3명의 시의원, 21명의 외부위원을 포함해 총 25명으로 구성되고 월 2회 정기회의를 개최하며 과반수 이상 참석 할 때 회의가 개의되는 것을 원칙으로 한다.

[표 4-2] 도시디자인위원회 추진 실적

총계		2015		2016		2017	
개최 횟수	안건수	개최 횟수	안건수	개최 횟수	안건수	개최 횟수	안건수
123회	605회	77회	417건	27회	117건	19회	71건

도시디자인위원회는 2015년부터 2017년까지 123회의 회의를 개최하고 총 605건의 안건을 다뤘다. 서울시는 서울시의 디자인 방향과 도시디자인 가이드라인의 이해를 돕기 위해 도시디자인위원회 위원들을 대상으로 전문교육을 실시하고 있다. 아울러 도시디자인위원회 기능을 강화하기 위해 도시디자인 정책 발굴 및 다양한 연구를 추진 중이다.

서울우수공공디자인 인증제

2015 — 2016 — 2017

서울시는 서울의 개성과 질서를 부여하고 서울시 공공성 정립 및 도시미관 향상을 위해 '서울우수공공디자인 인증제'[42] 사업을 추진하고 있다.

42 서울특별시 도시디자인 조례 제9조.

[표 4-3] 서울우수공공디자인 인증제 개요

구분	내용
사업명	서울우수공공디자인(SGPD, Seoul Good Public Design) 인증제
신청자격	해당 디자인 개발주체인 국내업체
신청대상	대량 생산돼 시장에 출시된 공공시설물 및 출시 예정 시제품
선정공고	연 2회(상반기, 하반기)
인증기간	2년
대상 시설물	벤치, 휴지통, 자전거보관대, 가로화분대, 가로수보호덮개, 볼라드, 보행자용 펜스, 자전거도로용 펜스, 교량용 펜스, 지상기기, 교통신호제어기, 맨홀 뚜껑, CCTV, 보안등, 공원등, 가로등, 음수대, 공중화장실(부스형), 파고라(그늘막)

서울시는 대량 생산돼 시장에 출시된 공공시설 및 출시 예정인 시제품을 대상으로 인증제를 시행하고 있다. 인증제 대상 시설물은 벤치, 휴지통, 자전거보관대를 포함해 총 19종이다. 우수공공디자인 시설물은 1차 서류심사를 거쳐 2차 현물심사와 서울도시디자인위원회의 심의로 선정된다. 인증 유효기간이 만료된 시설물은 인증 당시의 디자인과 설치제품의 디자인 변형 및 현장 유지관리 상태를 심사해 재인증을 받을 수 있다.

[표 4-4] 서울우수공공디자인 인증제 추진실적

회차 (선정 월)	인증번호 (SGPD-No)	인증		재인증		인증기간
		접수(4,570)	선정(872)	접수(211)	선정(141)	
1~13회	001~700	3,985	700	102	69	2009. 08. 25. ~ 2016. 12. 31.
14회(2015. 07.)	701~739	133	39	6	4	2015. 07. 01. ~ 2016. 06. 30.
15회(2016. 01.)	740~767	76	28	7	6	2016. 01. 01. ~ 2017. 12. 31.
16회(2016. 07.)	768~795	119	28	13	10	2016. 07. 01. ~ 2018. 06. 30.
17회(2017. 01.)	796~825	90	30	3	0	2017. 01. 01. ~ 2018. 12. 31.
18회(2017. 02.)	826~852	96	27	56	38	2017. 07. 01. ~ 2019. 06. 30.
19회(2017. 07.)	853~872	71	20	24	14	2018. 01. 01. ~ 2019. 12. 31.

우수디자인 인증제는 2017년 7월까지 총 19회가 진행되었고 총 4,570점의 작품이 접수되어 872점이 서울우수공공디자인 인증을 받았다. 서울시는 전국적 공공디자인 활성화에 기여하기 위해 경기도 및 인천과 '수도권통합인증제 MOU'를 체결해 2017년 7월부터 '수도권 통합 인증제'를 추진하고 있다.

공공디자인 _ 적용

서울디자인클리닉

2015 — 2016 — 2017

서울시는 서울우수공공디자인 인증제(SGPD) 서류심사 및 현물심사 탈락업체를 대상으로 '서울디자인클리닉(Seoul Design Clinic)'[43]을 추진하고 있다. 서울디자인클리닉은 서울시의 우수한 공공시설물 개발을 돕기 위해 디자인 자문을 지원하는 사업이다. 자문은 디자인 전문가로 구성된 디자인닥터 인력풀이 담당하고 있다. 2009년부터 지금까지 이어진 서울디자인클리닉은 서울시 대표 공공디자인 지원사업으로 자리매김했다.

43 서울특별시 도시디자인 조례 제9조.

[표 4-5] 서울디자인클리닉 사업 개요

구분			내용
사업내용	단기 클리닉	대상 및 방법	인증제 서류심사 탈락제품에 대한 디자인 자문(디자인닥터, 내부 전문가)
		내용	인증제 탈락원인 분석 및 디자인 지도
	집중 클리닉	대상	디자이너 보유업체에 한해 인증제 현물심사 탈락제품 또는 단기클리닉 수료제품
		방법	• 업체와 디자인닥터 일대일 매칭 지도(4회 이상) • 서울시민디자인위원으로 구성된 자문단 점검회의(3회)
		내용	문제점 집중분석 및 지도, 우수디자인 개발 지원
예산			86,000천원(2015), 80,000천원(2016), 66,000천원(2017)

서울시는 공공시설물 제조업체와 자치구 공공시설물 담당자를 대상으로 서울우수공공디자인 가이드라인과 공공시설물 설치 및 표기오류 관련 교육을 실시하고 있다. 또한 인증제 서류심사에서 탈락한 제품을 대상으로 탈락원인을 분석하고 디자인을 지도하는 단기클리닉을 연 2회 진행하고 있다. 인증제 현물심사 탈락제품 또는 단기클리닉 수료 제품들을 대상으로 '디자인닥터'의 '집중클리닉'을 약 6주간 실시한다. 집중클리닉의 경우 2015년에는 업체당 3개 제품까지 신청이 가능했으나 2016년부터 사업기간 단축과 제품개발 고도화를 위해 신청 가능한 제품수를 업체당 2개로 축소했다.

[표 4-6] 서울디자인클리닉 주요 성과

클리닉 회차	단기클리닉			집중클리닉		
	지도기간	업체수	제품수	지도기간	업체수	제품수
14	2015. 05. 07.	7개	13개	2015. 06. 22. ~ 07. 31.	5개	5개
15	2015. 09. 14.	6개	11개	2015. 10. 20. ~ 11. 30.	5개	9개
16	2016. 05. 17.	5개	8개	2016. 07. 06. ~ 08. 23.	8개	13개
17	2016. 09. 27.	3개	5개	2016. 11. 25. ~ 12. 23.	6개	6개
18	2017. 05. 19.	2개	3개	2017. 06. 20. ~ 08. 10.	4개	5개
19	2017. 09. 25. ~ 28.	3개	4개	2017. 10. 31. ~ 11. 24.	3개	4개
계		26개	44개	계	31개	42개

서울시는 2009년부터 2017년까지 단기클리닉과 장기클리닉을 각각 19회씩 개최했다. 2015년부터 2017년까지 단기클리닉에는 총 26개의 업체, 44개 제품이 참여했고 장기클리닉에는 31개 업체, 42개 제품이 참여해 문제점 분석을 통한 디자인 자문을 진행했다. 서울시는 매회 클리닉 참여업체들을 대상으로 사업만족도 및 제안사항과 관련해 설문조사를 실시하는 등 서울디자인클리닉 사업의 질 향상을 위해 다양한 노력을 기울이고 있다.

[그림 4-1] 디자인클리닉 제품 및 컨설팅

서울시. (2017). 제19회 서울디자인 단기클리닉 결과보고. www.seoul.go.kr

서울시. (2014). 서울특별시 디자인서울클리닉 전문 지도위원 디자인닥터 공개모집. www.seoul.go.kr



공공디자인 _ 적용

공공시설물 표준형디자인 개발

2015 — 2016 — 2017

서울시는 서울시 공공시설물의 표준형 디자인을 수립하는 '공공시설물 표준형디자인 개발사업'[44]을 추진하고 있다. 공공시설물 표준형디자인 개발사업은 규정되지 않은 안내표지와 시설물에 대한 현황조사와 사례분석, 관련법규 분석을 통해 진행된다.

44 서울특별시 공공디자인의 진흥에 관한 법률 제10조.

[표 4-7] 공공시설물 표준형 디자인 개발사업 개요

구분	2015	2016	2017
개발 내용	• 공공정보 통합안내 시스템 • 보행자 안내표지판 • 관광 안내표지판	• 서울형 공공안내 그림표지 • 장애인·노약자용 무료 셔틀버스 승차대와 폴사인의 디자인과 안내체계 • 서울시립병원 안내정보 사인 • 재산현황 표지판 • 공사용 안전시설물	• 공공건물 자율형 건물번호판 • 통합 서울교통공사 지하철 안내 사인 및 방재소방시설 • 건물옥상 전파기지국 가림막
예산	90,000천 원	90,000천 원	113,000천 원

서울시는 2015년 공공정보 통합안내 시스템 디자인을 중심으로 안내표지판 유형 및 소재 특성별 제작기준, 설치위치 등 통합기준을 제시하는 공공안내 사인 통합관리 매뉴얼을 제작했다. 2016년은 서울형 공공안내 그림표지, 장애인·노약자용 무료 셔틀버스 승차대와 폴사인 디자인과 안내체계, 서울시립병원 안내정보 사인 및 공사용 안전시설물 설치지침 등을 개발했다. 2017년에는 무분별하게 설치되고 있는 자율형 건물번호판의 신규 디자인 개발, 건물옥상 전파기지국 가림막 디자인 설치기준 정립, 통합된 지하철 안내 사인 및 안전중심의 방재소방시설 디자인 등을 추진했다.

[표 4-8] 2016년 공사용 안전시설물 유형별 개발내용

구분	권장 디자인	2017	
펜스	메쉬펜스형 PE 펜스형	보행로 확보 가능 구간	보행로 확보 불가능 구간
드럼	type A type B	도로공사 안전시설물 이격거리 및 완충구간 길이를 고려해 배치	

구분	권장 디자인	2017	
칼라콘	type A type B	도로공사 안전시설물 이격거리 및 완충구간 길이를 고려해 배치	
입간판	공사안내표지판 교통안내표지판 보행안내표지판	공사구간 전후방 현장안내 표지판 설치	
공사종합안내도	기본형 축소형	벽부형 (권장)	매립형 (필요시)

서울시 공공시설물 표준형디자인 개발사업은 서울시 도시공간개선단에서 디자인 개발 및 가이드라인 수립을 총괄하고 자치행정과, 정보통신보안담당관, 서울메트로 및 서울도시철도공사 등 관련부서와 협력해 추진하고 있다. 또한 제안서 공모에 의한 일반 공개경쟁을 기본으로 관련분야 전문가 자문위원회를 구성해 용역보고회와 수시 실무회의 및 자문회의를 통해 진행하고 있다.

공공디자인 공모전

2015 — 2016 — 2017

서울시 도시공간개선단은 '함께서울 서울시정 4개년 계획'에 근거해 벤치, 의자, 스툴 등 스트리트 퍼니처를 대상으로 '공공디자인 공모전'을 추진하고 있다. 서울시 공공디자인 공모전은 시민과 함께하는 시민참여형 공공디자인 실현과 창의력이 돋보이는 수준 높은 디자인 발굴을 목적으로 한다.

[표 4-9] 공공디자인 공모전 개요

구분	2015	2016	2017
사업명 · 공모전명	2015 공공디자인 시민공모전	2016 공공디자인 공모전 (시민 및 전문가)	2017 공공디자인 공모전 (시민 및 전문가)
공모주제	서울 도심 속 함께하는 휴식공간	서울 앉기, 서로 알기	즐기는 서울! 공유하는 서울!
공고기간	2015. 04. 20.~06. 30.	• 시민공고 : 2016. 03. 14.~06. 13. • 전문가공고 : 2016. 03. 14.~04. 13.	• 시민공고 : 2017. 03. 02.~05. 25. • 전문가공고 : 2017. 03. 02.~04. 21.
공모부문	벤치·의자·그늘막	벤치·의자	스트리트 퍼니(벤치, 의자, 스툴)
설치장소	서울역 고가, 세운상가, 고척돔구장, 서울 도심 공공 공간 등 공공 공간	찾아가는 동주민센터 74개소 중 택일(외부)	서울 도심 속 축제, 행사, 이벤트 공간
예산	157,000천 원	157,000천 원	152,000천 원

2015년은 '서울 도심 속 함께하는 휴식공간'이라는 주제 아래 시민참여 형태로 진행되었다. 서울시는 2016년부터 공공디자인의 수준을 높이기 위해 시민 부문과 전문가 부문으로 나눠 공모전을 실시했으며, 2017년부터는 시민 부문을 일반부와 학생부로 나누어 진행했다. 서울시는 수상작 중 일부를 실제로 제작해 시민들이 직접 경험할 수 있게 전시하고 있다.

2015년에는 벤치·의자 147점과 그늘막 54점을 포함해 총 201점이 접수되었고, 이중 58개 작품이 수상작으로 선정되었다. '2016 공공디자인 공모전'의 경우, 시민참여 작품 48점과 전문가 작품 3점이 선정되었다. 시민 부문을 일반부와 학생부로 나누어 진행한 '2017 공공디자인 공모전'은 일반부 34점과 학생부 6점이 선정되었다. 전문가 공모전의 경우 주현제 작가의 〈서울벤치〉를 포함해 총 5작품이 선정되었으며, 시민 작품을 포함해 선정된 작품은 '2017 서울건축비엔날레'와 연계해 실물로 전시되었다.

[표 4-10] 공공디자인 공모전 수상작 개요

구분	2015	2016	2017
접수작품	총 201점 (벤치·의자 147점, 그늘막 54점)	총 119점 (시민 109점, 전문가 10점)	총 228점 (시민 266점, 전문가 18점)
선정작품	총 58점	• 시민 부문 : 총 48점 • 전문가 부문 : 총 3점	• 시민 부문 : 총 40점 • 전문가 부문 : 총 5점
수상작	1) 벤치·의자 부문 • 금상 : · 이병진, 〈벤치, 화장을 고치고〉 · 김나경·김수진, 〈MOOP(Move + Stop)〉 2) 그늘막 부문 • 금상 : 홍욱·박성훈, 〈Nature Canopy On The Seoul Arboretum〉	1) 시민 부문 • 대상 : 나석영, 〈마주하는 집〉 • 금상 : · 윤소희·김한슬, 〈작지만 다양한〉 · 황도일, 〈단지 의자〉 2) 전문가 부문 · 김대희, 〈Plug-in Pavilion〉 · 이현화, 〈Welcome Village〉 · 오영섭, 〈어휴주(임금이 쉬어간 그루터기)〉	1) 시민 부문 • 일반부 · 대상 : 이지혜, 김소형 〈모여라, 태극의자〉 • 학생부 · 대상 : 김예나, 강정서, 〈Chair-up〉 2) 전문가 부문 · 주현제, 〈서울벤치〉 · 임상우, 〈Leaf bench in the city〉 · 황세준, 〈마루〉 · 원호성, 〈한글, 전통을 입다〉 · 이건희, 〈I·WEIGHT·U〉

[그림 4-2] 2015,2016,2017 공공디자인 공모전 포스터



서울시. (2015). 2015 공공디자인 시민공모전 개최 공고. www.seoul.go.kr

디자인정글 매거진. (2016.04.11.). 공공디자인 공모전, '서울앉기, 서로알기'. http://magazine.jungle.co.kr

서울시. (2017). '즐기는 서울! 공유하는 서울!' 주제 공공디자인 공모전 개최. www.seoul.go.kr

서울도시건축비엔날레 홍보 및 국제교류

서울도시건축비엔날레 개최준비 및 기반구축 2016

서울디자인재단은 '2017 서울도시건축비엔날레'의 체계적 준비를 위해 2016년부터 도시 관련 기획·연구 사업을 추진했다. 이러한 사업의 일환으로 국내외 행사를 자체기획하고 국제적 지명도가 높은 매체와 행사를 연계한 프로그램을 기획·운영하는 등 2017 서울도시건축비엔날레 홍보 및 국제교류를 위해 다양한 사업을 추진했다.

[표 4-11] 서울도시건축비엔날레 홍보 및 국제교류 사업 개요

구분			내용
기획 · 연구			똑똑한 보행도시 서울 기본계획
			현장 프로젝트 식량도시 기본계획
영상작업			서울도시건축비엔날레 홍보를 위한 영상 콘텐츠 제작 (타피오 스넬만(Tapio Snellman) 작가의 작품 〈서울〉)
국제스튜디오			국제스튜디오 국제행사(심포지엄), 국제스튜디오 국내행사(디자인 평가)
자체기획 국내외 행사 및 국제행사 참여	자체기획	국내행사	서울랩 워크숍 I
			서울랩 워크숍 II / 사무국 오픈하우스
			시범전시 '준비족연대기 : 물'
		국제행사	2017 서울비엔날레 주제연구 '나누기(Sharing)'
			2016 베니스건축비엔날레 연계행사
			2016 런던건축페스티벌 연계행사
	국제행사 참여		서울 스마트 모빌리티 컨퍼런스 및 전시
			베이징 디자인위크
			MIT 건축대학교 공개강연
	개최선포		기자설명회

서울디자인재단은 도시 관련 기획·연구를 기반으로 도시 관련 국제스튜디오를 운영하고, 국내외 행사를 기획하였으며, 국제행사 참여 프로그램을 추진했다. 기획·연구 사업은 전문적인 과업수행을 위해 산학협력단과 건축사무소 등의 전문인력과 연구계약 및 협약을 통해 진행했다. '현장 프로젝트 똑똑한 보행도시 사전연구'는 건축사무소 '삶것'에서 진행했고, '현장 프로젝트 식량전시 기본계획 수립' 및 주제연구 '물' 행사는 대진대학교 이혜원 교수가 책임을 맡아 추진했다. 국제스튜디오에서는 2017년 서울비엔날레 주제인 '공유(Commons)'와 '자원(Resources)'에 대한 연구 및 디자인 리서치를 진행했다. 2016년 9월 29일 참여 스튜디오 각각의 주제와 사이트에 대한 연구 방향 및 목표를 공유하는 '서울도시건축비엔날레 국제스튜디오 심포지엄 〈Imminent Dongdaemun〉'이 서울시립대학교에서 열렸다. 이를 바탕으로 참여 스튜디오의 연구 중간과정을 확인하는 서울도시건축비엔날레 국제스튜디오 중간 디자인 평가가 2016년 10월 28일 DDP 나눔관에서 개최되었다.

[표 4-12] 국내외 자체기획 행사 및 연계 행사 개요

구분		프로그램명	장소	연계	내용
자체기획	국내행사	서울랩 워크숍	DDP 디자인나눔관	서울연구원	도시의 공유지도 (Mapping the new urban commons)
		서울랩 워크숍 / 사무국 오픈하우스	서울디자인재단	서울시 도시공간개선단, 재생본부 등	프로젝트@서울
		2017 서울비엔날레 주제연구	DDP 디자인거리	서울건축문화제	준비족연대기 : 물 주제전시 - 물(Water)
	국제행사		뉴욕, 스토어프론트	스토어프론트 포 아트 앤 아키텍처	Part Ⅲ - Manifesto Series : The Sharing Movement
		2016 베니스건축 비엔날레 연계 홍보행사	베니스, 베니스건축대학	영국문화원, 베니스대학, SH공사	리사이클 / 업사이클 Existing City / New Resources 미래의 주거
		2016 런던건축페스티벌 연계행사	런던, 주영한국문화원	주영한국문화원, 런던건축페스티벌, 영국문화원, SH공사	런던 / 서울 : 진화하는 공유도시의 건축
국내외 연계 행사		서울 스마트 모빌리티 컨퍼런스 및 전시	DDP	2016 서울디자인위크	컨퍼런스 발표 및 전시 참여
		베이징디자인위크	베이징	2016 베이징디자인위크	베이징디자인위크 개막식 참석, 엔비전 포럼 참여 및 발표
		MIT 건축대학교 공개강연	미국 캠브리지 MIT 대학교	MIT 건축대학교	서울비엔날레 취지 및 프로젝트 발표 'Architecture, Technology and the City'
개최선포		기자설명회	서울시청 2층 (브리핑룸)	서울시 도시공간개선단	2017 서울비엔날레 주제 및 기본계획

국제행사를 위한 전시 기획과 실행은 서울대학교 홍 존 교수를 중심으로 서울대학교 산학협력단과의 연구협약을 통해 진행되었다. 서울디자인재단은 뉴욕 스토어프론트에서 스토어프론트 포 아트 앤 아키텍처와 연계해 '2017 서울비엔날레 주제연구'를 추진했다. 이와 함께 '2016 런던건축페스티벌'과의 연계행사로 '런던/서울 : 진화하는 공유도시의 건축(Architecture and the Evolving "Commons" : London and Seoul)'이라는 주제 아래 서울과 런던의 사례발표와 심층토론을 진행했다. 또한 서울 스마트 모빌리티 컨퍼런스 및 전시를 비롯해 2016년 베이징디자인위크와 미국 캠브리지 MIT 건축대학교 공개강연 등의 국제행사에도 참여했다. 국제행사에는 공동 총감독이 참여해 서울도시건축비엔날레를 위한 홍보활동을 진행했다.

서울도시건축비엔날레 전시

서울도시건축비엔날레 개최 2017

서울디자인재단은 도시의 디자인 관련정책의 대안을 제시하고 국제적 소통의 플랫폼을 조성하기 위해 제1회 '2017 서울도시건축비엔날레'를 추진했다. 이는 주제전, 도시전, 현장 프로젝트, 시민참여 프로그램, 행사 등 총 160개의 다양한 프로그램으로 진행되었다.

[표 4-13]
2017 서울도시건축비엔날레
사업 개요

구분	내용
행사명	• 한글 : 서울도시건축비엔날레, 서울비엔날레(약칭) • 영문 : Seoul Biennale of Architecture and Urbanism, Seoul Biennale(약칭)
주제	공유도시
행사기간	2017. 09. 01.~11. 05.(66일간)
장소	DDP, 돈의문 박물관마을 등(총 3,000㎡ 내외) • 주요 프로그램 및 전시 : DDP, 돈의문 박물관마을 • 현장 프로그램 : 서울의 역사 및 산업 현장 - 청계천, 을지로, 세운상가, 동대문 등
프로그램	주제전, 도시전, 현장 프로젝트, 시민참여 프로그램, 행사 등 총 160개
규모	60개국 참가(세계 50개 도시, 120여 개 기관, 40개 대학)
예산	5,680,000천 원

2017 서울도시건축비엔날레는 '공유도시(Imminent Commons)'라는 주제 아래 2017년 9월 1일부터 11월 5일까지 총 66일간 DDP와 돈의문 박물관 마을을 중심으로 진행되었다. 전체 행사는 11명으로 구성된 사무국이 지휘하고 배형민 감독과 알레한드로 자에라폴로(Alejandro Zaera-Polo) 감독의 공동감독 체제로 운영되었다. 또한 서울도시건축비엔날레의 중장기 계획 및 운영 관련 자문을 위해 '서울도시건축비엔날레 자문위원회'를 운영하였다. 이와 함께 2017 서울도시건축비엔날레의 콘텐츠 자문을 위해 해외인사 4인으로 구성된 '2017 총감독 자문위원회'를 운영했다.

[표 4-14]
2017 서울도시건축비엔날레
프로그램

프로그램		세부내용		장소
주제전	9 Commons	아홉 가지 공유 0 인트로 공유자원 1 공기 2 물 3 에너지 4 땅	공유양식 5 감지하기 6 연결하기 7 움직이기 8 다시 쓰기 9 만들기	돈의문 박물관마을
도시전		1 세계도시		DDP
		2 서울		DDP
		3 평양		DDP
현장 프로젝트	생산도시	1 사물의 구조 2 신제조업 워크숍 3 서울어패럴 4 시민참여 : 토크, 워크숍, 투어		세운상가 세운베이스먼트 창신동 특별전시장 모토엘라스티코
	식량도시	1 비엔날레 카페 2 비엔날레 식당 3 공기방 : 서울 - 베이징 - 쿠부치 4 먹는 물 연대기 5 식량미래		돈의문 박물관마을
	똑똑한 보행도시	1 뇌파산책 2 뮤직시티 3 플레이어블 시티 4 소리숲길 5 시민참여 : 보행놀이터		DDP 동대문일대 을지로~청계천
시민참여 프로그램	서울자유지도	1 시민참여 워크숍 2 전시 및 현장참여		DDP
	국제스튜디오	1기(2016 가을) 2기(2017 봄)		DDP, 돈의문 박물관마을
	영화영상 프로그램	1 영화상영회 2 포럼 3 게스트토크(GT)		서울역사박물관 아트하우스모모 마포문화비축기지
	교육 프로그램	1 서울비엔날레 강연 및 강좌 2 서울비엔날레 워크숍		DDP
	투어 프로그램	1 서울비엔날레 전시장 투어 2 공유도시 서울 투어 3 자유 개인 투어		주전시장 및 현장 서울시 사업현장
	공유도서관	1 서점 및 전시 2 북토크		돈의문 박물관마을
개막포럼		공유도시 라운드 테이블		DDP, 세운상가 돈의문박물관마을
개막식		개막식, 개장식, 시민참여 행사, 리셉션		DDP, 세운상가, 돈의문 박물관마을
세계총괄건축가포럼		심포지엄, 투어, 라운드테이블, 리셉션		DDP(나눔관)
협력 프로그램		쉐어러블 시티, 남산클러스터, 재생된 미래, 커넥티드 시티 등		세운상가, 남산예술센터 등
출판		서울비엔날레 북1~4 가이드북		-

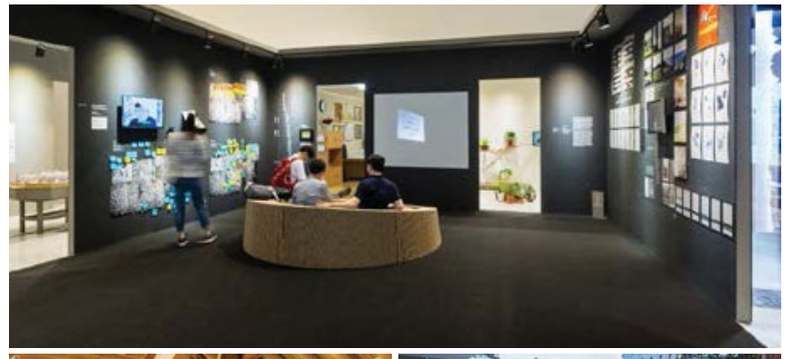
[표 4-15]
2017 서울도시건축비엔날레 관람객 수

구분	내용				
주 전시장	**총 244,496명** • DDP : 167,618명 • 돈의문 박물관마을 : 77,878명				
기타 전시장	**총 130,986명** • 세운상가 : 29,284명 • 창신동 : 1,163명 • 모토엘라스티코 : 539명 • 커넥티드 시티 : 100,000명				
시민참여 프로그램	**총 216회, 81,233명 참가**				
	주요 행사명	**기간**	**장소**	**횟수**	**참석인원**
	도시건축주간 초청강연	2017. 09.	돈의문 박물관마을 외	9회	918명
	비엔날레 개막주간 행사 (특별강연, 기조강연)	2017. 09	DDP, 돈의문 박물관마을	3회	1,478명
	도시전(라운드테이블 및 사전 워크숍)	2017. 09.	DDP	6회	7,582명
	현장프로젝트 생산도시(생산대화, 참여형 워크숍 등)	2017. 09.~10.	DDP, 세운상가 외	14회	347명
	식량도시(주제 디너, 강연)	2017. 09.~10.	돈의문 박물관마을	18회	423명
	똑똑한 보행도시 (워크숍, 보행놀이터)	2017. 03.~10.	DDP, 돈의문 박물관마을 외	21회	585명
	서울자유지도(워크숍)	2017. 06.~10.	DDP	6회	114명
	국제스튜디오	2016. 09.~2017. 09.	DDP 외	6회	1,241명
	영화영상프로그램	2017. 09.	서울역사박물관 외	20회	4,154명
	공유도서관(강연)	2017. 09.~10.	돈의문 박물관마을	4회	70명
	강좌	2017. 04.~10.	DDP 외	33회	1,767명
	워크숍(영유아, 초·중·고·대학생 워크숍)	2017. 08.~09.	DDP 외	7회	272명
	공유도시 서울투어	2017. 09.~10.	행촌동, 마포 외	11회	254명

2017 서울도시건축비엔날레는 총 457,715명의 관람객이 방문한 것으로 집계되었으며, 이는 기존 목표대비 91.5%를 달성한 수치이다. 주 전시장이었던 DDP와 돈의문 박물관마을에는 총 244,496명이 방문했고, 세운상가를 포함한 창신동과 모토엘라스티코 및 커넥티드 시티에는 총 130,986명이 방문했다. 아울러 비엔날레 개막주간 행사를 포함한 도시건축주간 초청강연 및 다양한 워크숍 등 총 216회의 시민참여 프로그램에는 총 81,233명이 참여한 것으로 집계되었다. 또한 서울도시건축비엔날레의 온·오프라인 홍보는 방송보도 22건, 온라인 보도 657건, 지면보도 309건, 기자간담회 2회, 프레스 투어 4회 등이 진행되었다.

[그림 4-3]
2017 서울도시건축비엔날레







제도적 기반조성

'서울은 미술관' 국제 컨퍼런스 개최 2016 — 2017

서울시는 예술을 통한 도시재생으로 '살고 싶은 도시, 서울'을 만들기 위해 2016년 3월 '서울시 공공미술 프로젝트 추진계획'을 수립했으며, 2016년 시범사업을 발판으로 2017년에는 사업의 고도화를 위해 다양한 프로젝트를 추진했다. 또한 2016년 12월 「서울특별시 공공미술의 설치 및 관리에 관한 조례」 제정계획을 수립하며 서울시 공공미술의 체계적이고 일관된 추진을 위한 근거 규정을 마련했다. 이와 함께 서울시 공공미술 사업 등에 대한 자문을 위해 2016년 7월 '공공미술 자문회의'를 구성했고, 국내외 성공사례와 정책방향을 논의하기 위해 '서울은 미술관' 국제 컨퍼런스를 2016년부터 개최하고 있다.

[표 4-16] 서울시 공공미술 자문회의 운영현황 (2016. 07.~2017. 04.)[45]

구분	일시	주요내용
1차 회의	2016. 07. 05.	· 서울시 공공미술의 철학과 비전 공유 · 자문회의 역할 및 운영계획 논의
2차 회의	2016. 07. 19.	· 9호선 3단계 지하철역 미술작품 설치 관련 자문 · 시청 청사 공공미술작품 설치 관련 자문(총무과) · 만리동 공공미술 프로젝트 추진방향 논의
3차 회의	2016. 08. 02.	· 공공미술 국제 컨퍼런스 추진방향 논의 · 당산철교 방음벽 벽화 현황보고 · 보행쉼터(Small Park) 공공미술 적용 검토(보행정책과)
4차 회의	2016. 08. 25.	· '단 한 곳, 단 한 점' 지명공모 작가추천 · 녹사평 예술테마역사 조성 관련 자문(도시철도공사) · '17년 공공미술 프로젝트 사업계획 논의
5차 회의	2016. 09. 20.	· 서울캔버스(미디어파사드) 설치계획 논의 · '단 한 곳, 단 한 점' 작가 재추천 · 만리동 광장 공공미술작품 당선작 보고
6차 회의	2016. 10. 31.	· '시민이 찾은 길 위의 예술' 성과발표회 개최계획 논의 · '서울은 미술관' 국제 컨퍼런스 착수보고 · 공공미술 콘텐츠 공모(기획공모) 1차 심사
7차 회의	2016. 11. 08.	· 공공미술 콘텐츠 공모(기획공모 및 시민스토리 공모) 최종심사
8차 회의	2016. 11. 22.	· 공공미술 프로젝트 '오늘' 작가추천위원회 구성 · '단 한 곳, 단 한 점' 공모작품 발표계획 논의 · 공공미술 시민발굴단 제안사업 논의
9차 회의	2016. 12. 19.	· 도시갤러리 작품 '지하도' 보수방향 논의 · 도심제조지역 아트플랜 결과보고 및 자문
10차 회의	2017. 01. 10.	· 공공미술 프로젝트 '오늘' 지명작가 확정 · 2017 아트스테이션 추진방향 논의 · 7017 캔버스(미디어파사드) 콘텐츠 운영방향 논의
11차 회의	2017. 01. 24.	· '단 한 곳, 단 한 점' 실행 후보작품 선정 · '서울의 문' 프로젝트 추진방향 논의 · 서울도시건축비엔날레 연계방안 논의
12차 회의	2017. 02. 08.	· 아트페이빙 프로젝트 추진방향 논의 · 9호선 3단계 지하철역 미술작품 설치 관련 자문 · 천호대로 조형물 설치 관련 자문(도기본)
13차 회의	2017. 02. 28.	· 공공미술 프로젝트 '오늘' 지명공모 전문가 심사 · 아트페이빙 프로젝트 작가추천위원회 구성 · 천호대로 조형물 설치 관련 현장방문(도기본)
14차 회의	2017. 03. 14.	· '서울의 문' 프로젝트 추진방향 논의 · 천호대로 조형물 설치 관련 자문(도기본) · '단 한 곳, 단 한 점' 실행 후보작품 검토결과 보고
15차 회의	2017. 03. 29.	· 무교다동 도시재생지구 공공미술 적용방안 자문(재생정책과) · '7017 캔버스' 시민예술작품 재공모 계획 보고 · 무교다동 도시재생지구 현장방문(재생정책과)
16차 회의	2017. 04. 12.	· 제2회 '서울은 미술관' 국제 컨퍼런스 기본계획 논의 · 마곡광장 공공미술작품 설치 관련 자문(서남권사업반) · '서울의 문' 프로젝트 추진방향 논의

45 문화체육관광위원회 수석전문위원, 「서울특별시 공공미술의 설치 및 관리에 관한 조례안 검토보고서」, 2017. 04. 20.

서울시는 2016년 6월 공공미술 자문단장을 위촉하여 7월부터 2017년 10월 25일까지 25회의 자문회의를 개최했다. 자문위원단은 미술, 기획, 건축 및 도시계획 분야의 교수, 연구소장, 기업대표 등 총 10명의 전문위원으로 구성되었으며, 이들은 서울시 공공미술 프로젝트 '서울은 미술관'의 주요 사업의 추진방향을 중심으로 논의했다.

[표 4-17] '서울은 미술관' 국제 컨퍼런스 개요

구분	2016	2017
행사명	제1회 '서울은 미술관' 국제 컨퍼런스	제2회 '서울은 미술관' 국제 컨퍼런스
주제	공공미술의 동시대적 흐름 진단과 '서울은 미술관' 방향제시	공공미술이 상상하는 도시 — 공공미술은 무엇을, 어떻게 상상하는가?
일시	2016. 12. 13.~14.	2017. 09. 21.~22.
장소	한국프레스센터 국제회의장(20층)	서울역사박물관 1층 야주개홀 및 중정 휴게장소
초청연사	국외 3명, 국내 5명, 좌장 2명	국외 5명, 국내 3명, 좌장 2명
참가자	총 462명	총 454명

국내외 공공미술 정책사례를 공유하고 서울시 공공미술의 발전방향을 논의하기 위한 '서울은 미술관' 국제 컨퍼런스는 2016년을 시작으로 2017년 9월 21일부터 22일까지 '공공미술이 상상하는 도시— 공공미술은 무엇을, 어떻게 상상하는가?'라는 주제 아래 개최되었다. 2017년 국제 컨퍼런스는 기조연설을 시작으로 세션별 주제발표와 시민발표, 종합토론으로 구성되었고 총 454명이 참가한 것으로 집계되었다. 2017년 국제 컨퍼런스에는 큐레이터, 작가, 교수, 학생 등 미술계 인사 240명과 기관과 언론, 시민 쪽에서 214명이 참가했는데, 2016년보다 미술계 참가자의 수가 증가한 것이 눈에 띈다. 서울시는 국제 컨퍼런스를 지속적으로 개최해 공공미술에 대한 시민의 관심과 참여를 확대하고 미국, 독일, 일본, 대만 등에서 볼 수 있는 세계적 공공미술의 흐름과 의미를 짚어보는 기회를 마련하기 위해 노력하고 있다.

[그림 4-4]
'서울은 미술관'
국제 컨퍼런스 행사사진



지역연계 프로젝트

'서울로 미디어캔버스' 설치 및 운영, 청파로 '퍼블릭 아트캔버스' 2016 — 2017

서울시는 일상공간 속에 공공미술을 실현하기 위해 다양한 지역연계 프로젝트를 추진하고 있다. 대표적인 사업으로는 시민이 공감하고 직접 참여할 수 있는 미디어플랫폼 '서울로 미디어캔버스'와 용산구 청파로 서울역 철도옹벽을 활용해 회화, 사진, 미디어 등의 공공미술 작품을 전시하는 '청파로 퍼블릭 아트캔버스'가 있다.

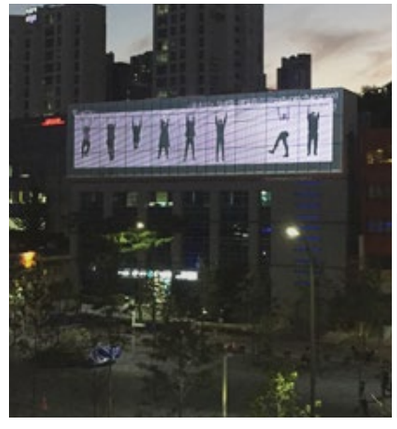
[표 4-18]
서울로 미디어캔버스 개요

구분	주요내용
위치	만리동광장 앞 우리은행 전면 상단부
규모	가로 29.14m×세로 7.68m(223.8㎡)
기간	2016. 07.~2017. 08.(운영 2017. 09.~)
예산	1,240,000천 원(운영비 151,000천 원 별도)

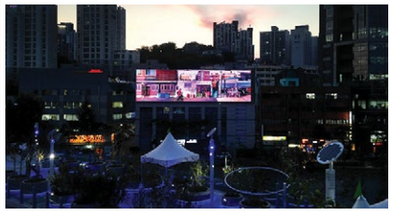
2017년 9월 21일 개장한 '서울로 미디어캔버스'는 만리동 광장 앞 우리은행 중림지점 전면 상단부에 설치된 투명전광유리 LED로 '서울로 7017'[46]의 서측 끝자락에 자리하고 있다. 서울시는 '서울로 미디어캔버스'의 추진을 통해 시민의 참여기회를 확대하고 공공미술에 대한 시민의 역할을 강화하고자 했다.

46 서울로 7017이란 '1970년 만들어진 고가도로가 2017년 17개의 사람이 다니는 길로 다시 태어난다'는 뜻에서 명명된 서울역고가도로의 도시재생 공원화 사업이다. 머니투데이, "박원순 시장, 서울로7017 개장, 자동차 중심→사람 중심 도시로", 2017년 5월 20일

[그림 4-5]
서울로 미디어캔버스 설치사진







서울시. (2018.04.03.). "서울은미술관"… 공공미술 3년의 기록 전시회. www.seoul.go.kr
서울시. (2017). 일상공간 속 공공미술 구현. www.seoul.go.kr
서울시. (2017.09.20.). 또 하나의 프로포즈 명소 '서울로 미디어캔버스'. www.seoul.go.kr

[표 4-19] 청파로 퍼블릭 아트캔버스 개요

구분	주요내용
위치	서울시 용산구 청파로 서울역 철도 옹벽
작품명	만경청파도(萬景靑坡圖)
규모	총면적 약 870㎡(185m x 3.5~5m(h))
기간	2017. 08.~12.
예산	170,000천 원

또 하나의 대표적인 지역연계 프로젝트 '퍼블릭 아트캔버스'는 숙대입구역에서 서울역으로 연결되는 서부역 뒷길 청파로의 옹벽을 공공미술 캔버스로 활용했다. 이곳에 작가의 작품과 시민참여 작품 등을 전시해 시민참여 공공미술 프로젝트를 추진했다. '퍼블릭 아트캔버스'는 2017년 5월 17일 23차 공공미술자문회의에 안건으로 상정되었고, 6월 8일 한국철도시설공단의 사업추진 승인을 받아 시작되었다. 서울시는 '퍼블릭 아트캔버스'를 시작으로 만리동 광장에 설치된 〈윤슬〉, '서울로 7017'까지를 보행으로 연결해[47] 시민들이 도심 속에서 공공미술을 감상할 수 있게 만들어 갈 계획이다.

47 〈메트로신문〉 "숙대 앞 청파로 시멘트 옹벽이 공공미술 캔버스로 변신", 2017년 8월 7일.

[그림 4-6] 퍼블릭 아트캔버스



서울시.(2017). 일상공간 속 공공미술 구현. www.seoul.go.kr

시민참여 프로젝트

공공미술축제 '퍼블릭×퍼블릭', 서울 아트스테이션 추진, 시민이 찾은 길 위의 예술 추진 2016 — 2017

서울시는 공공미술 도시재생사업과 연계해 자치구 및 대학협력 등을 통한 다양한 시민참여 프로젝트를 진행하고 있다. 대표적인 사업으로는 시민이 직접 우수 공공미술 작품과 숨겨진 이야기를 발굴해서 전파하는 '시민이 찾은 길 위의 예술', 시민과 작가가 함께 체험하고 즐길 수 있는 공공미술 축제인 '퍼블릭×퍼블릭', 서울시내 교통시설물을 활용해 미술작품을 향유할 기회를 제공하는 '서울아트스테이션' 등이 있다.

[표 4-20] 시민이 찾은 길 위의 예술 개요

구분	2016	2017
사업기간	2016. 09. 01.~10. 31.	2017. 02. 01.~07. 30.
시민발굴단 인원	100명	150명
개발코스	총 5코스 • 지역별 투어코스(2) • 주제별 투어코스(3)	시민이 발굴한 75개의 공공미술작품을 표기해 지도제작
예산	183,000천 원	144,000천 원

2016년부터 시작된 '시민이 찾은 길 위의 예술'은 시민이 직접 우수 공공미술작품과 스토리를 발굴해 알리고 공공미술사업을 제안하는 시민참여 공공미술 프로젝트다. 2016년은 10개 조[48]의 시민발굴단 100명이 2016년 9월 1일부터 10월 31일까지 2개월간 워킹그룹을 운영해 총 5개 코스를 발굴해냈다. 2017년에는 공공미술 시민발굴단 인원을 150명으로 확대하고 공공미술이론 강의 및 토론 등 4회의 사전교육을 실시하는 등 시민발굴단의 체계적 활동을 지원했다. 그 결과 11개 조[49]의 시민발굴단 150명이 3개월간 워킹그룹을 운영해 총 75개의 공공미술작품을 표기한 지도를 제작했다.

48 1조 고.서.미 / 2조 미소 / 3조 이움 / 4조 언타이틀 / 5조 삼공(30) / 6조 허니비 / 7조 해품달 / 8조 팔딱팔딱 / 9조 플러스마이너스 / 10조 구.예.기

49 1조 메아리 그룹 / 2조 비주류 그룹 / 3조 까치 그룹 / 4조 리본(Re-born : 재생) 발굴단 그룹 / 5조 움직이는 열손가락 그룹 / 6조 마을과 마을사람들 그룹 / 7조 I.TIME.U 그룹 / 8조 에너자이저 그룹 / 9조 웃음재생(play) 그룹 / 10조 내 눈에 거슬려 그룹 / 11조 골목대장 그룹

[그림 4-7] 시민발굴단 활동사진





서울시.(2017). 2017 시민이 찾은 길 위의 예술 성과발표회 발표자료(1~6조). www.seoul.go.kr

서울시.(2017). 2017 시민이 찾은 길 위의 예술 성과발표회(큐레이터 발표자료). www.seoul.go.kr

[표 4-21] 공공미술축제 '퍼블릭×퍼블릭' 개요

구분		2016	2017
행사명		공공미술과 함께하는 'World Book Day'	2017 공공미술축제 '퍼블릭×퍼블릭'
일시		2016. 04. 22.~23.	2017. 09. 15.~16.
장소		광화문 북측광장(1,500㎡)	광화문 북측 및 중앙광장(약 4,000㎡)
주요행사		· 북벤치 제작을 위한 드로잉 퍼포먼스 · 공공미술작품 및 시민참여형 작품 전시	· 아트페이빙 : 레진블록과 바닥조명 등을 이용해 출입구 등 10곳에 작품 설치 · 아트벤치 : 책을 모티브로 한 공공미술작품 제작(30점) · 초크아트 : 분필을 매개로 작가와 시민이 함께 대상지 바닥에 자유롭게 현장 드로잉(약 40점)
예산		98,000천 원	500,000천 원
실적	전시 참여	· 총 47점	· 아트페이빙 : 돈의문 박물관마을 설치 및 서울도시건축비엔날레와 공동 개장(09. 01.) · 아트벤치 : 종로타워 내 아트벤치(30점) · 전시 : 2017. 09. 25.~11. 26.
	시민 참여	총 6,572명	총 7,474명
	보도 실적	총 46건	총 43건

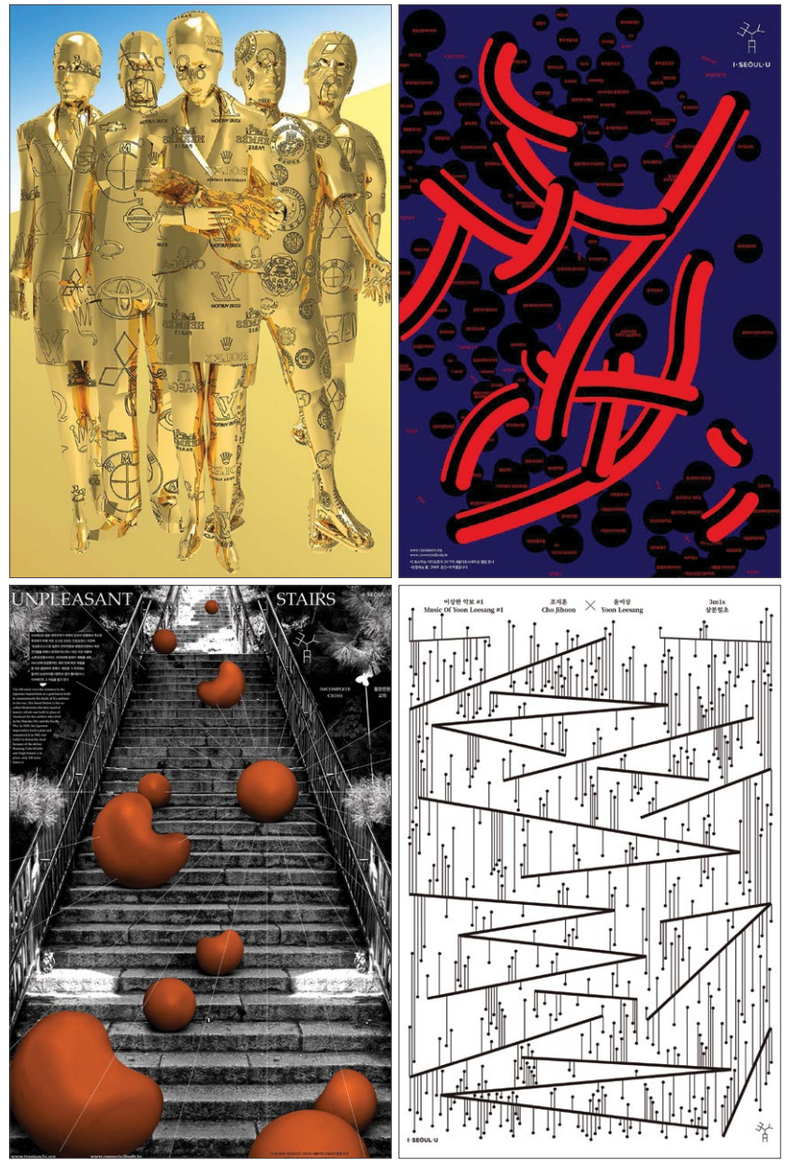
'퍼블릭×퍼블릭'은 시민의 참여욕구를 반영한 체험형 공공미술 축제로 2017년 9월 15일부터 16일까지 2일간 광화문 북측 및 중앙광장에서 개최되었다. '퍼블릭×퍼블릭'에는 초크아트 작가의 현장 드로잉 작품 약 40점과 공모로 선정된 공공미술 작가들의 북벤치 현장 드로잉 작품 30점이 전시되었다. 또한 25개 자치구 모양 안에 자신이 그리고 싶은 그림을 드로잉하는 '초크아트 시민참여 현장 드로잉' 행사도 열려 총 7,474명의 시민이 '퍼블릭×퍼블릭' 축제에 참여한 것으로 집계되었다.

[표 4-22] 2017 서울 아트스테이션 개요

구분	전시 1	전시 2		전시 3
기간	2017. 09. 02.~10. 31.	2017. 09. 02.~12. 31.		2017. 09. 15.~10. 29.
장소	서울시내 버스승차대	우이신설선(도시철도)		문화역서울 284 RTO
규모	총 14개 구 (종로, 용산,성동, 동대문, 중랑, 도봉, 은평, 서대문, 강서, 구로, 금천, 영등포, 동작, 서초)	총 5개 역		전시공간 총 231㎡ (약70평)
		보문역, 솔샘역, 정릉역, 북한산우이역	성신여대입구역	
작품수	총 150점	총 148점	총 2점	총 150점
작가(팀)	그래픽디자이너 32팀(총79명)		김영나	공간디자인 제로랩
주요 내용	서울시내 곳곳의 장소적 특징을 그래픽디자이너의 시각으로 해석해서 작품화		기하학적 형태를 재배열한 벽면설치형 작품	서울 아트스테이션 출품작 전시
예산	총 138,000천 원(서울시 81,000천 원, 타이포학회 57,000천 원)			

'서울 아트스테이션'은 서울시내 중앙차로 버스승차대에 예술작품을 포스터로 전시하는 공공미술 프로젝트다. 서울시는 2016년 '서울 아트스테이션'을 추진할 때 택시승차대 총 78면 중 30면을 무상으로 제공한 ㈜제이씨데코 측의 전시매체 150면 무상제공 제안을 받아들여 2017년 '서울 아트스테이션'을 연례사업으로 확대 추진하게 되었다. '연결하는 몸, 구체적 공간'이라는 주제 아래 서울역과 고속터미널역 등에 집중 전시했던 2016년과는 달리 2017년에는 '서울 아트스테이션'을 서울시 14개 자치구에서 추진했다.

[그림 4-8] 타불라라사, 서울랜드 / 김한솔·조혜연(4242), 서울 흐르기 / 둘셋, 불완전한 교차 / 3분1초, 이상한 악보 #1~5



서울시. (2017). 서울 곳곳에 예술 작품이 흐른다… 「2017 서울 아트스테이션」 프로젝트. www.seoul.go.kr

공공미술작품 설치

공공미술작품 〈윤슬〉 관리 및 프로그램 운영 2016 — 2017

서울시는 도시브랜드 및 도시정체성 사업과 연계해 문화도시 서울의 경쟁력을 확보하기 위해 서울을 대표할 수 있는 공공미술작품 설치 프로젝트를 추진하고 있다. 대표적인 공공미술작품으로는 '서울로 7017' 연계 공공미술 프로젝트인 〈윤슬 : 서울을 비추는 만리동〉, 서울의 바로 오늘을 다양한 예술작품에 담아내는 '오늘' 및 '단 한 곳, 단 한 점' 등이 있다.

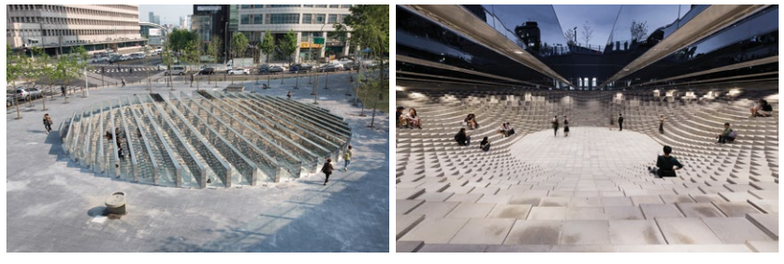
[표 4-23]
공공미술작품
〈윤슬 : 서울을 비추는 만리동〉
개요

구분	주요 내용
설치위치	고가 하부 만리동공원 부지 내
사업기간	2016. 11. 07.~2017. 10. 30.
사업내용	지름 25m, 깊이 4m의 대형 광학렌즈형 원형작품 설치
계약자	건축사사무소 에스오에이(SoA)
예산	877,000천 원

서울시는 '서울역 7017과 연계한 만리동공원 공공미술작품 설치 지명공고' 당선작으로 건축가 강예린의 〈윤슬[50] : 서울을 비추는 만리동〉을 선정했다. 이 작품은 일방적으로 감상하거나 바라보는 작품이 아니라 시민들이 다양한 문화예술활동을 경험할 수 있는 인프라로서의 설치작품으로 기획되었다. 서울시는 2017년 무용 퍼포먼스, 사운드아트 전시, 명상, 옷 퍼포먼스 등의 다양한 기획 프로그램을 〈윤슬〉 작품 내부공간에서 추진했다. 또한 서울시 문화본부 디자인정책과에서 운영하고 서울로운영단에서 관리하던 것을 2017년 8월부터 작품과의 접근성이 용이한 서울로 운영단에서 관리·운영하는 통합 시스템으로 개선했다.

50 윤슬 : 햇빛이나 달빛에 비쳐 반짝이는 잔물결을 뜻하는 순우리말.

[그림 4-9]
윤슬



서울시. (2017).
시민 향유 공공미술작품 설치.
www.seoul.go.kr

[표 4-24]
공공미술 프로젝트 '오늘' 개요

사업 개요		당선작 개요	
구분	내용	구분	내용
사업기간	2016. 12.~2017. 12.	당선작	〈시민의 목소리〉(김승영 작, 2017) / 사운드디자인 : 오윤석
전시기간	6개월	작품규모	1.8m×1.8m×5.2m
작품위치	서울광장 서편광장	작품재료	브론즈, 마이크, 8채널 스피커, 사운드 장치
사업예산	200,000천 원	작품의도	200여 개의 청동 스피커 타워를 통해 시민들의 다양한 목소리를 올려 이곳, 이 시대의 주인은 다양한 시민들의 목소리라는 데 주목한 공감각적 공공미술 설치작품.

공공미술 프로젝트 '오늘'은 역동적으로 변화하는 서울의 오늘을 다양한 예술작품에 담아 서울광장을 오가는 시민들이 즐길 수 있도록 한 공공미술 설치 프로젝트이다. 제1회에 선정된 작품은 스피커를 벽돌처럼 쌓아올려 만든 타워로 시민들이 목소리를 녹음하면 배경소리와 섞여 광장에 울리는 작품인 〈시민의 목소리〉이다. 2016년 12월 23일부터 1월 11일까지 22명의 작가추천위원회를 구성한 뒤 중견작가 6인을 지명공모해 3개 후보작품을 선정했다. 이후 2017년 3월 20일부터 4월 14일까지 서울시 여론조사와 전문 여론조사를 병행해 시민투표를 진행한 결과, 2017년 4월 17일 총 5,961명 중 48.7%의 득표율로 〈시민의 목소리〉가 선정되었다. 〈시민의 목소리〉는 2017년 7월 5일부터 약 6개월간 전시되었다.

[그림 4-10]
시민의 목소리



서울시. (2017).
시민 향유 공공미술작품 설치.
www.seoul.go.kr

[표 4-25]
공공미술 프로젝트
'단 한 곳, 단 한 점' 개요

사업 개요		당선작 개요	
구분	내용	구분	내용
공모주제	내 인생의 단 한 작품을 '서울' 단 한 곳에 남긴다면	당선작	〈#Here Us〉 - 고광택 볼록거울을 활용해 서울의 풍경을 담는 예술작품
작품선정	전문가 심사 및 시민투표	작가명	김기현(디자인메소즈 대표)
차기공모 추진방식	대상지 공모 및 작품 일반공모	작품규모	a. 1,890mm×1,604mm×1,600mm(h) (거울크기 : 1,890mm×1,890mm) b-1. 1,140mm×967mm×1,203mm(h) (거울크기 : 1,140mm×1,140mm) b-2. 1,140mm×967mm×1,600mm(h) (거울크기 : 1,140mm×1,140mm)
사업예산	130,000천 원	작품생애주기	5년
		작품내용	고광택 볼록거울을 활용해 서울의 풍경을 담는 작품

또 다른 공공미술 프로젝트인 '단 한 곳, 단 한 점'은 서울 '단 한 곳'에 남기고 싶은 '단 한 점'의 공공미술 아이디어 공모를 통해 2016년부터 추진 중인 서울시 대표 공공미술 프로젝트이다. 2016년 작가공모로 선정된 〈#Here Us〉는 시민들의 추억을 담은 사진을 SNS로 확산하는 참여형 플랫폼으로, 고광택 볼록거울을 활용해 서울의 풍경을 담는 예술작품이다. 김기현 작가의 〈#Here Us〉는 2016월 11월 '서울은 미술관 국제 컨퍼런스 시민선호도 조사'를 거쳐 2017년 3월 제14차 공공미술 자문회의에서 우선 실행작품으로 확정돼 최종 선정되었다. 서울시는 2017년 8월 19일 DDP 어울림광장에서 〈#Here Us〉 작품 오픈행사를 통해 시민들에게 공개했다.

[그림 4-11]
#Here Us



서울시. (2017).
시민 향유 공공미술작품 설치.
www.seoul.go.kr

서울시. (2017.08.18.).
DDP 신상 공공미술
#here_us 보러오세요.
www.seoul.go.kr

도심제조지역 공공미술 프로젝트

2016 — 2017

서울디자인재단은 서울시 공공미술 프로젝트 '서울은 미술관'과 함께 다양한 사회문제를 상상력으로 해결하는 노력의 하나로 공공미술 프로젝트를 추진하고 있다. 이중 '도심제조지역 공공미술 프로젝트'는 도시, 건축, 디자인, 예술 등 다양한 분야의 전문가들이 지역의 기술장인들과 협력해 새로운 도시풍경을 만들 수 있는 아트플랜[51]을 실행하는 프로젝트이다.

[표 4-26]
도심제조지역
공공미술 프로젝트 개요

구분	주요 내용
기간	2016. 05.~2017. 03. 31.
공모방법	일반 공모(아이디어 공모 후 실행자·팀 선정)
대상지	문래[52], 을지로[53], 창신동[54], 성수[55], 용산(열정도)[56]
사업결과물	110개 아이디어 + 48개 추진계획 + 28개 아트플랜 + 5개 아트워크
예산	600,000천 원

51 공공미술작품이나 프로그램이 설치되거나 진행될 대상지에 대한 리서치와 분석을 토대로 작품의 추진 전략과 세부 추진계획을 담은 공공미술 실행계획서.

52 철강공장, 기술자의 밀집지로 1990년대 후반부터 예술가의 입주가 활성화되기 시작한 지역.

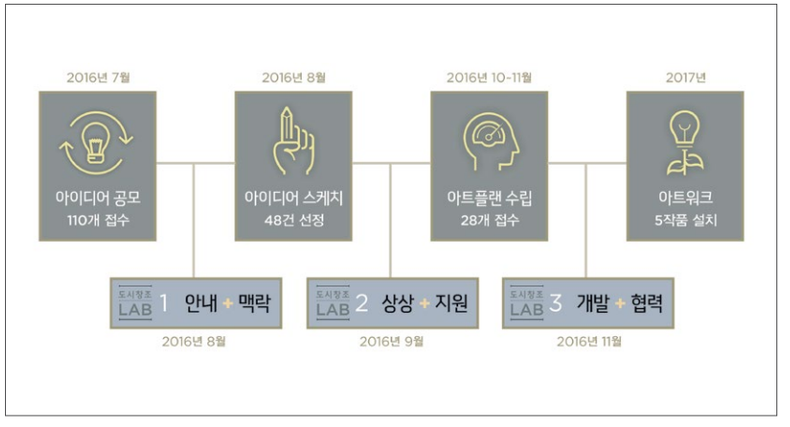
53 을지로 공구상가, 세운상가 입주상인·예술가들의 공존지역으로 향후 문화적 자원으로 발전 가능성이 높은 지역.

54 동대문시장 배후 역할을 하는 봉제공장과 예술가의 협력이 도시 재생의 맥락에서 개발되고 있는 지역.

55 수제화 장인과 인쇄골목, 사회적 경제영역의 기업과 예술가들이 활발하게 활동하는 지역.

56 백범로87길(열정도), 원효로 인쇄골목으로 청년장사꾼 밀집지.

도심제조지역 공공미술 프로젝트는 2016년 5월부터 2017년 3월까지 문래·을지로·창신동·성수·용산 지역을 대상으로 일반공모를 통해 진행되었다. 그 결과 110개의 아이디어가 모집되었고, 그 중 28개가 아트플랜으로 선정되었으며, 최종적으로 5개의 프로젝트가 실제 대상지에 추진되었다.



[그림 4-12]
도심제조지역
공공미술 프로젝트 개요

[표 4-27]
도시창조랩운영 개요

57 벽화나 조각 등을 설치하는 기존의 공공미술과 달리 작가가 다양한 분야의 전문가들과 집중적으로 검토하고 지역주민, 지역장인과 함께 그 과정을 공유함으로써 작가 개인의 아이디어에 의존하기보다는 다양한 경험과 의견을 수렴해 공공미술작품의 실현 가능성을 높이는 과정이다.

구분	도시창조랩[57] 1(안내+맥락)	도시창조랩 2(상상+지원)	도시창조랩 3(개발+협력)
목적	• 대상지 소개 및 안내 • 도심제조지역에서 예술가의 새로운 역할 모델 창출 • 예술가들에게 지역에 대한 다양한 시각을 안내	• 아이디어 선정자의 계획에 대한 종합적 검토 및 토론 • 아트플랜으로 발전 유도 • 실행계획의 안정성 및 체계화	• 아이디어를 현실화시키는 방안 마련 • 아트플랜 견고화 과정
대상	공공미술과 지역에 관심 있는 작가 및 일반시민	· 1차 아이디어 선정 48팀 · 전문가그룹 · 일반시민	• 최종선정 28팀 • 전문가그룹
일시	2016. 08. 06.(14시)	2016. 09. 06.~08.(3일간)	2016. 11. 09.~10.(2일간)
장소	DDP 디자인나눔관	DDP 잔디사랑방	DDP 북세미나실 외

서울디자인재단은 2016년 8월부터 11월까지 3개의 도시창조랩(LAB)을 단계별로 운영하였다. '도시창조랩 1'은 도심제조지역 공공미술 아이디어 발굴을 위해 공공미술과 지역에 관심 있는 작가 및 일반시민을 대상으로 진행되었다. 뒤이어 '도시창조랩 2'가 1차 아이디어에서 선정된 48개 팀을 위주로 아이디어의 확장 가능성을 검토했다. 마지막으로 '도시창조랩 3'이 최종 선정된 28개 팀을 대상으로 아이디어의 현실화를 위해 아트플랜을 집중적으로 검토했다.

[표 4-28]
아트워크 프로젝트 개요

구분	프로젝트 1	프로젝트 2	프로젝트 3	프로젝트 4	프로젝트 5
작품명	을지금손박물관	장인의 셔터, 장인의 패턴	미싱룸	문래팽이놀이터	힘을 내요
대상지	을지로	문래동	장위동	문래동	문래동
작가	이웃상회 (이미화 작가 외)	정원연 작가	드라이크리닝서울 (김세진 작가 외)	ATM (최두수 작가 외)	강수경 작가 외
내용	을지로 장인 발굴 및 그들이 발명한 조형물 전시	문래동 장인 및 공장의 이야기를 수집해 공장 셔터 디자인·제작	미싱룸을 거점으로 지역주민들과 함께 동네 자원을 발굴하는 워크숍 실시	장인과 디자이너가 함께 제작한 금속팽이를 주민들과 함께 즐길 수 있는 놀이터 구축	• 문래동 기계금속 가공 공장 아이덴티티 및 어플리케이션 디자인 • 현판 및 파사드 제작

서울디자인재단은 '예술적 완성도, 지역적 적합성, 실현 가능성 및 공공미술적 새로운 관점 제시'라는 기준 아래 종합적으로 검토해 28개 아트플랜 중 5개의 프로젝트를 대상지에 설치하고 작가들과 함께 실제적으로 추진했다.

박수근~백남준家 안내를 위한 환경디자인

도시재생 연계 공공미술사업_지역재생 연계 공공미술사업 2016 — 2017

서울디자인재단은 2014년 도시재생 선도지역으로 지정된 창신·숭인지역에 '박수근~백남준家 안내를 위한 환경디자인 조성사업'을 추진했다. 이는 창신·숭인지역의 문화·예술적 가치를 발굴하고 유실(流失)의 문화를 유산(遺産)의 문화로 살리기 위한 사업이다.

[표 4-29]
박수근~백남준家 안내를 위한 환경디자인 사업 개요

구분		주요 내용
사업기간		2016. 10. 14.~2017. 03. 31.
기획·설계		기획 : 디자인60 / 설계 : (주)아크라인
대상지		창신·숭인지역
사업결과	아트워크	6종 6개
	디자인 워크	총 13종 120개 · 가로안내사인 : 5종 20개 · 지하철 연계사인 : 8종 100개
	프로그램 / 협의개최	총 5종 75회 · 작가워크숍 : 15회 · 관계기관 협의 : 19회 · 주민공청회 및 커뮤니티 작업 : 11회 · 재단회의 및 자체회의 : 30회
	누적 참석인원	약 656명
예산		320,000천 원

'박수근~백남준家 안내를 위한 환경디자인 조성사업'은 작가 워크숍과 관계기관 협의·자문 및 지역주민 공청회 과정을 거쳐 2016년 10월 14일부터 2017년 3월 31일까지 진행되었다. 이 사업은 백남준, 박수근 작가의 집터를 중심으로 버스정류장과 광장 등을 공간적 거점으로 삼아 공공미술 작품 및 안내사인을 설치해 시민들에게 문화·예술적 가치를 알리고 시민들의 편의를 도모하고자 했다. 이를 통해 6종 6개의 아트워크, 13종 120개의 디자인워크 결과물이 생산되었고, 언론매체 방송 1회 및 일간지·인터넷 뉴스 37회 노출의 성과를 거두었다.

[표 4-30]
박수근~백남준家 아트워크 개요

구분	내용					
작품명	기억	기억_하나씩	마을	그의 흔적	텔레-비전, 스테이션	달과 토끼
작가	유비호, 이수진	김명진	이문호, 이배경	이문호, 이배경	유비호, 이수진	유비호, 이수진
위치	박수근 집터	박수근 버스정류장	박수근 광장	백남준 집터	백남준 버스정류장	백남준 광장
작품 용도	설치작품	박수근 아트벤치	설치작품	백남준기념관 진입로 표식	백남준기념관 아트쉘터	설치작품

또한 종로구에서는 동묘앞역 사거리부터 청계7가 사거리까지 '박수근길'이라는 명예도로명을 부여해 박수근 화백의 예술정신을 기리고자 했다. 박수근길은 2017년 5월 12일부터 2022년 5월 11일까지 5년간 지속될 예정이다. 서울디자인재단은 '박수근~백남준家 안내를 위한 환경디자인 조성사업'을 통해 창신·숭인지역의 명소화를 위해 노력했다. 아울러 지역에서 활동하는 커뮤니티팀과 협업해 주민들과의 공감대 형성을 시도하고 주민들에게 박수근, 백남준을 이해하고 자부심을 가질 수 있는 기회를 제공했다.

[그림 4-13]
박수근~백남준家 안내를 위한 환경디자인 사업 안내지도

[그림 4-14]
텔레-비전,스테이션

[그림 4-15]
아트워크 : 기억



[그림 4-16]
그의 흔적



주요 성과

공공디자인

서울시는 공간, 산업, 시각, 색채 등 공공디자인 관련 다양한 분야의 전문가들을 중심으로 구성된 '도시디자인위원회'의 지속적 운영을 통해 서울시 공공디자인의 문제점을 실질적으로 해결할 수 있는 기회를 마련했다. 또한 '우수공공디자인 인증제' 및 '서울디자인클리닉'의 지속적인 사업 추진으로 도시에 개성과 질서를 부여하고, 서울시 공공시설물에 대한 꾸준하고 효율적인 관리 및 개선을 이끌어내고 있다. 아울러 디자인 기준의 부재로 도시경관을 해치고 있는 다양한 공공시설물에 표준형디자인 기준을 정립하는 '공공시설물 표준형디자인 개발사업'을 통해 서울시민의 편의는 물론 안전문제도 지속적으로 개선하기 위해 노력하고 있다. 마지막으로 디자인 거버넌스 관점에서 실행되고 있는 '공공디자인 공모전'은 도시환경개선에 시민들의 참여와 관심을 이끌어내고 전문가들의 참여를 통해 수준 높은 공공시설물의 개발에 기여하고 있다.

서울도시건축비엔날레

2017년 처음으로 개최된 '2017 서울도시건축비엔날레'는 세계 50개 도시, 120여 개 기관과 40개 대학의 참여, 총 214건의 민간후원 및 기관협력을 이끌어냈다. 또한 주제전, 도시전, 현장 프로젝트, 시민참여 프로그램, 행사 등 총 60개국 160여 개의 프로그램 운영을 통해 457,715명의 참여를 이끌어냄으로써 서울에 대한 해외국가의 관심은 물론 서울시민들의 관심과 독려를 확산시키는 성과를 거두었다.

공공미술

서울시는 2016년 7월 '공공미술자문회의'를 구성하고 정기적인 자문회의를 통해 '서울은 미술관'의 주요 사업을 공유하고 추진방향을 논의하며 서울시 공공미술사업의 실효성과 효율성을 높이기 위해 노력하고 있다. 또한 2016년부터 개최 중인 '서울은 미술관 국제 컨퍼런스'는 미술 관련 전문가들의 참여와 관심을 이끌어내며 미국, 독일, 일본, 대만 등에서 볼 수 있는 세계적 공공미술의 흐름과 의미를 짚어보는 기회를 마련하기 위해 노력하고 했다. 이러한 제도적·연구적 기반을 바탕으로 다양한 지역재생 시민참여 프로젝트를 추진하고, 서울 곳곳에 공공미술작품을 설치해 시민들과 소통하며 공감을 이끌어냈다.

또한 '박수근~백남준家 안내를 위한 환경디자인' 사업을 통해 지역주민들에게 박수근, 백남준에 대한 이해와 자부심을 가질 수 있는 기회를 제공했을 뿐 아니라 '도심제조지역 공공미술 프로젝트'를 진행해 아트플랜 28건과 실행작품 5건 및 아카이브 1건의 성과를 거두었다. 이러한 기반 위에 2017년 확대된 예산으로 '공유도시 공공미술', '공동주택 공공미술', 'DDP 미디어캔버스'를 추진함으로써 공공미술 주요과제를 바탕으로 아트플랜 27개 개발을 완료하고 9건을 실행하는 성과를 거두었다.

5장. 소통

주요 배경 162

협력

도시 164
기관 167
컨데나스트 센터 × DDP 워크숍 169
하우스비전_서울 170
브랜드 개선 171
DDP 인스타그램 사진전 172

연구

시민디자인연구 174
스마트 모빌리티 178
디자인출판 181

주요 성과 183

주요 배경

협력

재단은 2009년 설립 이후 2010년 유네스코 창의도시 네트워크 가입, 글로벌디자인도시협의체(GDCO) 사무국 운영 등을 통해 도시 기반의 네트워크를 유지해왔으며, 국내외 유수의 디자인 유관기관들과 MOU를 체결, 협력관계를 구축해왔다. 그동안 다져온 글로벌 네트워크에 기반해 2017년부터 본격적으로 국제협력사업을 유치할 수 있었다. 재단과 DDP의 사업구성 변화에 따라 글로벌 콘텐츠 사업을 도입하고, 재단의 각 사업과 DDP 인프라를 연계해 전시, 교육, 포럼 등 여러 분야를 망라한 협력사업을 기획하게 되었다.

한편, 2009년 재단설립 이후 줄곧 CI로 사용해오던 신영복 교수의 캘리그라피는 디자인상표권 등록이 되어 있지 않아 재단에 소유권이 없었다. 재단의 기존 CI에는 서울에 대한 상징만 있을 뿐 디자인에 대한 상징이 부족하기도 했다. 전체적으로 재단의 브랜드 이미지를 형성하기에는 부족하다는 판단에 따라 DDP, 서울패션위크 등 재단의 하위사업까지 아우를 수 있는 중립적 형태의 로고를 만들기로 하고 2015년 재단 브랜드 개선사업을 추진하게 되었다.

연구

2013년 4월 재단 내에 설립된 서울디자인연구소는 '연구·보급·공유를 통한 시민 삶의 질 향상 디자인 싱크탱크'(2017년)를 비전으로 하며 시민디자인연구센터, 공공미술팀, 디자인출판팀으로 구성되어 있다(2017년 기준). '시민디자인'은 시민이 주체가 되어 디자인 중심으로 방향, 결정, 향유에서 주도권을 가지는 것이다. 또한 '시민디자인연구'는 서울시민의 생활접점에서 발생하는 다양한 사회문제에 대해 시민중심의 디자인 방법론으로 해결점을 제시하고 시민의 행복을 증진시키고 삶의 질을 향상시키는 디자인 연구를 뜻한다. 서울시민의식조사 결과 우선적으로 추진돼야 할 서울디자인재단 정책사업으로 '시민디자인 연구 및 사업'이 67.9%로 가장 많은 응답을 받은 것으로 나타나 재단 내 연구기능의 필요성이 재확인되었다.[58]

2015년부터 새로 부각된 연구 분야는 '스마트 모빌리티(Smart Mobility)'이다. 재단은 스마트 기술과 융합된 서울의 교통수단, 서비스, 인프라 등 미래형 교통 모빌리티에 대한 서울의 미래 비전을 제시하고자 했다. 또한 스마트 기기의 첨단기능과 교통체계가 융합된 스마트 시티, 스마트 교통, 스마트 라이프가 구현된 미래의 가치를 알리고, 서울 대중교통을 중심으로 스마트 모빌리티 사업에 대한 시민의 공감대를 형성하고자 했다. 스마트 모빌리티에 대한 연구는 2015년 출범해 2016년까지 2년간 운영된 TBS연구센터에서 진행했으며, 2017년부터는 시민디자인연구센터에서 연구를 수행하고 있다.

58 서울디자인재단, 2016 서울디자인서베이, 2016, p.162.

도시

유네스코 창의도시 / GDCO

2015 — 2016 — 2017

유네스코 창의도시 네트워크

유네스코 창의도시 네트워크에는 7개 분야에 72개 국가, 180개 도시가 가입해 있다. 이중 디자인 분야에는 2017년 11월을 기준으로 서울을 비롯해 베이징(중국), 헬싱키(핀란드), 디트로이트(미국) 등 22개 도시가 지정돼 있다. 재단은 2010년에 디자인 창의도시로 가입한 이래 정기적으로 유네스코 창의도시 정례회의와 디자인 분과회의에 참여하면서 회원도시로서의 활동을 수행하고, 재단의 주요 사업과 연계해 상시적인 협력 기반을 다지고 있다. 2015년 3월에는 프랑스 생테티엔에서 열린 제9회 생테티엔 국제디자인 비엔날레 '한불 수교 130주년' 기념 서울 초청 전시와 포럼, 유네스코 디자인 창의도시 분과회의에 참석했다. 초청 전시 'Vitality 2015 _Beyond Craft & Design'은 3월 12일부터 4월 12일까지 한 달 동안 열렸다.

5월 26~28일 일본 가나자와에서 열린 유네스코 창의도시 네트워크 정례회의에는 61개 유네스코 창의도시 대표단 143명이 참석했다. 5월 29~30일에는 나고야에서 열린 유네스코 디자인 창의도시 분과회의와 나고야 국제디자인포럼에 참가해 서울의 디자인 창의도시 사례를 발표했다. 한편, 유네스코 창의도시 협력 프로젝트의 일환으로 유네스코 디자인 창의도시 기반 신진 디자이너를 대상으로 하는 제2회 심천 영디자인어워드(SZ·DAY : ShenZhen Design Award For Young Talents) 서울 예선을 진행해 최종후보를 선정했다.

2016년 유네스코 창의도시 네트워크 정례회의는 9월 12~19일 스웨덴 외스테르순드에서 열렸으며, 22개국 100개 창의도시 대표단 등 약 300명이 참석했다. 재단은 해외 유네스코 창의도시를 대상으로 DDP 운영성과를 알리며 해외 교류협력의 토대를 마련했다. 10월 21일 전주 국립무형유산원에서는 유네스코 한국위원회와 국내 6개 창의도시(서울·이천·부산·전주·광주·통영)간에 교류협력 협약을 체결해 국내외 네트워크 활동에 공동의 노력을 기울이고 국내 창의도시의 지속 가능한 발전을 도모하기로 했다. '유네스코 디자인 창의도시_서울 국제세미나'는2017년 새 활용플라자 개관을 앞두고 '업사이클 디자인'을 주제로 11월 29일 DDP 알림터 국제회의장에서 열렸다. 디트로이트(미국), 나고야(일본), 그라츠(오스트리아), 홍콩 등 해외 4개 도시 디자이너 8명을 연사로 초청했으며, 총 151명이 참관했다.

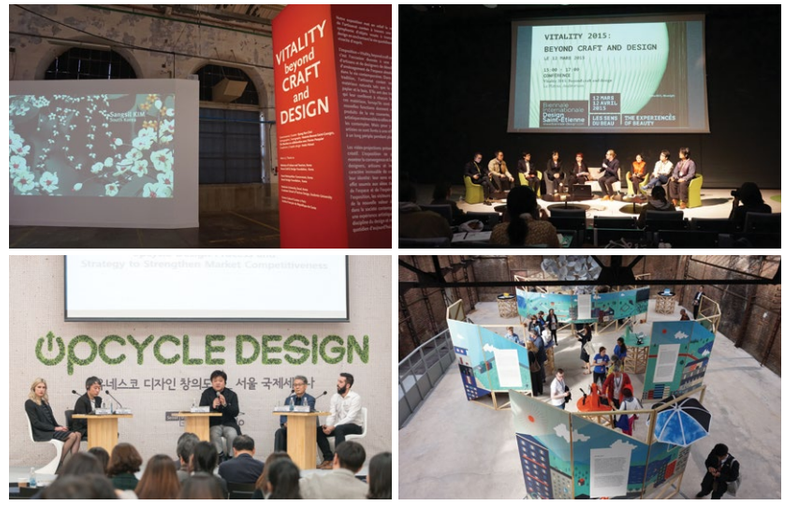
2017년 유네스코 창의도시 네트워크 정례회의는 6월 30일부터 7월 2일까지 프랑스 앙기엥레뱅에서 열렸으며, 22개국 100개 창의도시 대표단 등 약 250명이 참석했다. 회의기간 중 개최된 디자인창의도시 협력전시 'Are you talking to me?'에는 서울의 커넥티드 제품 2개를 전시했다. 9월 멕시코 푸에블라에서 진행된 공공미술 프로젝트 'COD(Cities of Design) 세브라톤'을 통해 유네스코 디자인 창의도시를 상징하는 횡단보도 디자인에 참여하기도 했다. 12월에는 유네스코 창의국장의 서울새활용플라자 초청 방문을 추진해 '자원순환도시 서울2030' 비전에 대한 공감대를 형성하고, UN의 지속 가능 개발목표(SDGs) 이행에 대한 서울의 의지를 홍보했다. 연말에 유네스코본부에 제출한 유네스코 창의도시 활동보고서에는 2013년부터 2017년까지 창의도시 강령에 부합하여 추진한 디자인사업들을 담았다.

재단은 글로벌 네트워크 정보를 자산화하고 활용하기 위해 기초정보 1,500건을 입력해 DB관리·조회 시스템의 구축을 완료했다. 또한 연간 7,000여 개소 유관 기관과 인사들을 대상으로 연 4회 발간해 배포하는 글로벌 뉴스레터를 확대 발행해 상시적으로 재단관련 정보를 제공하기로 했다.

[표 5-1]
유네스코 창의도시 네트워크 활동 개요

	2015	2016	2017
정례회의 참가	기간 : 2015. 05. 26.~28. 장소 : 일본 가나자와	기간 : 2016. 09. 12.~19. 장소 : 스웨덴 외스테르순드	기간 : 2017. 06. 30.~07. 02. 장소 : 프랑스 앙기엥레뱅
주요활동	• 제9회 생테티엔 국제디자인 비엔날레 초청 전시 참가 • 나고야 국제디자인포럼 참가	• 국내 6개 유네스코 창의도시(서울·이천·부산·전주·광주·통영)간 교류협력 협약 체결	• 디자인 창의도시 협력전시 'Are you talking to me?' 참가 • 유네스코 창의국장 서울새활용플라자 초청

[그림 5-1]
유네스코 디자인 창의도시 서울 국제세미나



GDCO

재단은 2010년부터 글로벌디자인도시협의체(GDCO, Global Design Cities Organization) 사무국을 설치 운영하며 해외 각 도시의 디자인 정책 사례를 공유하고 연구하는 등 재단 사업관련 협력망으로 활용해왔다. GDCO 운영위원회에는 앙카라, 방콕, 케이프타운, 플로리아노폴리스, 이스탄불, 쿠알라룸푸르, 마나즈루, 마세이크, 타이베이, 서울까지 총 10개 도시가 참여했다. 재

단은 신규 회원도시 접수 등 사무국 역할을 해왔으며, 도시 간 사례 공유를 위해 글로벌디자인도시협의체 뉴스레터와 연례보고서를 발간해왔다.

2015년 10월 7일에는 GDCO 의장도시인 터키 앙카라에서 제3회 GDCO 총회와 디자인포럼이 열려 GDCO 회원도시와 관심도시 등 17개 도시, 45명이 참석했다. 2016년부터는 의장도시 부재와 회원도시의 부담 경감을 위해 협의체의 주요 활동과 커뮤니케이션 채널을 온라인 기반으로 전환하는 데 합의했다. 2013년 총회 이후 회원가입신청서를 제출한 부다페스트(헝가리), 프리슈티나(코소보)는 정회원 도시로 승인되었다. 제3회 글로벌디자인도시협의체 총회에 참가한 도시들은 앙카라 선언문을 채택했다. 선언문은 공공·민간 부문의 협력과 시민협조를 통해 역사 및 문화유산을 보호하고, 환경 친화적이며 지속 가능한 스마트 도시를 만들어 궁극적으로 도시의 지속 가능한 성장과 발전에 기여하는 데 합의하는 내용을 담고 있다.

차기 의장도시 지원 시까지 온라인 정보교류 중심의 저예산·고효율 체제로 전환하면서 2016년에는 26개 GDCO 회원도시 시정부 담당부처, 유관기관 관계자를 대상으로 뉴스레터를 3회 제작해 배포했다.[59] 뉴스레터의 내용은 회원도시 간 도시디자인 정책사례, 단신, 홍보 이슈와 선진도시도시디자인 정책사례로 구성되었다.

의장도시 지원 절차의 간소화에도 불구하고 의장 희망도시 부재로 총회 등 협의체 공식활동의 지속이 어려워지면서 2017년 12월 GDCO는 협의체 해산을 공지했다. GDCO의 공식적 활동은 중단 되었지만, 협의체 도시들과 맺은 네트워크는 지속적으로 유지할 계획이다.

59 8호(2016. 05.), 9호(2016. 08.), 10호(2016.12.) 발행.

[그림 5-2]
2015년 GDCO 총회



기관

글로벌 네트워크 구축 및 운영

2015 — 2016 — 2017

재단은 2009년 설립 후 해외 디자인 유관 전시시설, 디자인센터, 디자인 유관 연구·교육시설 등 총 41개 기관과 MOU를 체결하고 네트워크를 유지해왔다. 2015년에는 전시 콘텐츠 기획 및 유치, 스마트 모빌리티 관련 연구 등 재단사업과 연계해 브리티시 카운슬(영국), 아헨 공대(독일), 델프트 공대(네덜란드)와 MOU를 체결했다. 2016년에는 싱가포르가구산업협회 SFIC와 디자인, 예술, 공예 분야 공동 프로젝트 협력에 관한 MOU를 체결했고, PMQ(홍콩)와 공예디자인 상품 홍보 및 판매지원에 관한 MOU를 체결했다. 2017년에는 도쿄 일본디자인센터, 컨데나스트 패션&디자인센터(중국) 등과 총 5건의 MOU를 체결했다. 초기의 글로벌 네트워크 누적 단계에서 운영관리와 활용 단계로 진입하면서 기존 MOU 기관들과는 전시, 컨퍼런스, 교육 프로그램 등 실질적 신규사업을 기획하고 협력을 추진했다. 지속적이고 체계적인 해외 네트워크 기관의 협력 덕분에 재단과 DDP 사업 추진 시 국제적인 콘텐츠를 자체 기획하고 운영하는 성과를 거둘 수 있었다.

[표 5-2]
2015~2017
해외 MOU 체결 현황

체결일자	기관명	국가	체결목적	체결부서
2015. 03. 19.	브리티시 카운슬	영국	디자인 분야 상호 교류 협력	국제협력팀
2015. 09. 14.	델프트 공대	네덜란드	스마트 모빌리티 연구사업 교류추진	TBS 연구센터
2015. 09. 15.	아헨 공대	독일	스마트 모빌리티 연구사업 교류추진	TBS 연구센터
2016. 06. 29.	싱가포르 가구산업협회	싱가폴	디자인 분야 교류 협력	국제협력팀
2016. 06. 30.	PMQ	홍콩	공예디자인 상품 관련 협력	국제협력팀
2016. 09. 09.	베이징디자인위크 베이징정동전력 (751D-PARK)	중국	베이징디자인위크 게스트시티 프로그램 협력	국제협력팀
2017. 02. 21.	도쿄 일본디자인센터	일본	미래형 주거환경 포럼 및 전시(하우스비전) 국내 운영 협의	국제협력팀
2017. 04. 12.	컨데나스트 패션& 디자인센터	중국	패션 교육 프로그램 유치 및 신진·학생 디자이너 프로모션 협력 기반 구축	국제협력팀
2017. 06. 09.	일본문화복장학원	일본	2017 서울모델리스트 콘테스트 해외연수 프로그램 공동 개발 및 운영 협의	패션산업팀
2017. 06. 09.	Chora Connection	덴마크	서울새활용플라자 내 행사 진행 지원	콘텐츠기획팀

2017. 06. 21.	테라사이클 (TerraCycle)	미국	서울새활용플라자와 해외 업사이클 교육기관 협약	공간마케팅팀
2017. 06. 27.	Goto Human-Ecology Design Firm	일본	서울새활용플라자 운영 활성화 및 입주자 해외진출 기회 확대	공간마케팅팀
2017. 10. 12.	InKo Centre	인도	2017 서울도시건축비엔날레 도시전 및 현장프로젝트 식량도시 추진 협업	서울도시건축 비엔날레 사무국
2017. 12. 07.	UCL	영국	기관 간 교육 프로그램 등 협력	국제협력팀

[그림 5-3]
MOU 체결



컨데나스트 센터×DDP 워크숍

국제협력사업 개발 2017

재단은 해외의 우수 교육사업을 유치하기 위해 노력한 결과 2016년 8월 현지답사를 거쳐 컨데나스트 패션 & 디자인센터(이하 컨데나스트 센터)와 2017년 4월 18일 MOU를 체결하고 패션 교육 프로그램 협력사업을 진행했다. 컨데나스트 센터는 〈보그(VOGUE)〉, 〈지큐(GQ)〉 등을 발간하는 글로벌 미디어그룹 컨데나스트(Condé Nast)에서 2015년 11월 중국 상하이에 설립해 운영 중인 패션산업 인재양성 교육기관이다. 재단은 컨데나스트 교육 프로그램을 유치해 서울디자인위크 기간인 9월 22일부터 27일까지 '컨데나스트 패션 & 디자인 센터×DDP 워크숍'을 가졌다. 22일에는 컨데나스트 소개와 함께 글로벌 패션 브랜드 시장현황을 분석하는 오픈 설명회가 열린 데 이어 '브랜딩', '이벤트 매니지먼트', '패션 미디어를 위한 아트 디렉션' 3개 과정으로 구성된 상하이 컨데나스트 센터의 핵심 단기 커리큘럼이 27일까지 6일간 진행되었다. 워크숍은 관련 분야 종사자와 전공자를 대상으로 사전 참가신청을 받아 무료로 진행했는데, 예약이 시작되고 얼마 지나지 않아 참가 가능 인원의 4배가 넘는 인원이 신청하는 뜨거운 호응을 얻었다. 특히 중국시장에서의 패션 사업 및 학업을 계획 중인 참가자들의 관심이 높았다.

'컨데나스트 패션 & 디자인 센터×DDP 워크숍'은 DDP의 교육기능 강화를 위해 국제협력을 기반으로 추진되어 국내 패션분야 인재들이 컨데나스트 센터의 노하우를 전수받는 기회를 제공했다. 나아가 DDP의 교육 스펙트럼을 확장하고 글로벌 패션 경쟁력을 강화하는 첫걸음을 내디디는 자리가 되었다.

[그림 5-4]
컨데나스트 워크숍



협력 __ 해외 교류 프로그램

하우스비전_서울

국제협력사업 개발 2017

하우스비전은 일본, 중국, 말레이시아 등 7개 국가와 아시아 네트워크를 구축해 디자인과 건축을 통해 인간의 미래형 주거환경을 전망하고 개인과 타인의 가치를 공유하는 방안을 모색하는 문화전략 프로젝트이다. 2011년 3월 공식 런칭을 한 이후 2013년 3월 '앞으로의 집', 2016년 6월 'Co-Dividual'을 주제로 도쿄에서 전시를 열었다. 하우스비전 일본 총괄디렉터는 하라 켄야, 큐레이터는 사다오 쓰치야가 맡고 있다. '하우스비전_서울'은 전문가와 시민이 함께 모여 서울의 당면 과제를 토론하고 서울형 미래 주거환경을 전망해보는 것을 목적으로 했다. 건축, 디자인, 인문학, 사회과학, 비즈니스, IT 등 다양한 측면에서 도시의 문제를 도출했다. 또한 서울이라는 메가시티에서 구현 가능한 미래주거에 대한 패러다임, 솔루션 등에 대한 논의를 진행하고 그 결과를 포럼과 오픈 세미나를 통해 공유했다. 이를 위해 2017년 2월 21일 도쿄 일본디자인센터와 MOU를 체결하고 하우스비전 운영위원회를 상시기구로 두어 매월 자체 세미나를 통해 이슈와 주제를 발굴했다. 첫 번째 공개 행사인 '2017 서울×하우스비전 포럼'은 건축, 디자인, 인문학 등 각 분야의 전문가들로 구성된 기획위원과 일반시민이 참석한 가운데 6월 27일 DDP 살림터 3층 디자인나눔관에서 개최됐다. 포럼 참석은 사전예약으로 진행됐으며, 예약 오픈 반나절 만에 350명이 넘게 신청하는 등 뜨거운 관심을 모았다. 사다오 쓰치야를 비롯해 하세가와 고, 나가야마 유코 등이 일본의 사례를 소개했고, 한국은 최욱·조성욱·박진희 건축가와 조홍래 디자이너가 새로운 주거 형태와 라이프스타일에 대한 견해를 제시했다. 특히 11월 28일에 열린 '서울×하우스비전 교류 내부 세미나'에는 총괄디렉터 하라 켄야가 방한해 그동안 서울형 미래 주거환경이라는 1차 목적 아래 연구, 논의한 국내 크리에이터의 결과물을 청취하고 의견을 나누었다. 또한 향후 하우스비전에 참여하는 일본 건축가 및 디자이너와의 교류활동 강화를 약속했다. 특히 도쿄, 베이징과의 아시아기관 네트워크 협력을 통해 차년도 지속사업으로 추진하기로 확정했다. 2018년에는 2017년 연구결과를 토대로 한 출판물 발간과 국제 심포지엄, 전람회를 계획하고 있다.

[표 5-3] 컨데나스트×DDP, 하우스비전_서울 개요

행사명	컨데나스트×DDP	하우스비전_서울
예산	150,000천 원	280,000천 원
내용	• 오픈설명회 : 2017. 09. 22. • 단기과정 : 2017. 09. 22.~27. '브랜딩', '이벤트 매니지먼트', '패션 미디어를 위한 아트 디렉션'	• 오픈 포럼 : 2017. 06. 27. • 내부 연구 세미나 : 6월 런칭 이후 자체 세미나 9회, 소그룹 세미나 6회 등 총 16회의 세미나 진행

협력 __ 홍보

브랜드 개선

서울디자인재단 브랜드 개선사업 2015 — 2016

재단은 브랜드 아이덴티티(BI, Brand Identity)를 개발해 재단의 비전과 정체성을 드러내고 효율적인 관리체계를 구축하고자 했다. 새로운 재단 CI(Corporate Identity)와 관련 어플리케이션을 개발하는 '서울디자인재단 브랜드 개선사업'은 국내·외 디자인 전문기관으로서의 대표성을 확립하고 홍보 마케팅 기반을 조성하는 것을 목적으로 했다.

2015년 9월 사업에 착수해 수많은 보고와 자문, 회의 과정을 거쳐 2016년 3월 27일 CI 디자인이 최종 확정되었고, 이에 따라 명함과 서식 등 어플리케이션과 가이드라인도 개발되었다. CI는 5월 2일 공식 선포되었으며, 이후 서울디자인재단 CI 상표출원도 완료했다.

신규 CI는 디자인(Design)을 기반(Foundation)으로 서울(Seoul)의 품격을 높이겠다는 의지 아래 디자인의 무한한 가능성과 재단의 개방성 및 창의성을 표현했다. CI의 레드 컬러는 창조적, 활동적, 열정적, 변화, 지혜, 뜨거움, 젊음을 상징한다. 디자인을 중심으로 겹쳐 있는 사각형이 위아래로 크기가 변형되는 '확장형 로고'로 채택했다.

재단의 비전과 미션을 CI를 통해 시각화한 레터마크(Letter Mark)로 표현함으로써 국제적인 커뮤니케이션 효과를 높였다. 신규 CI는 서울디자인재단 브랜드로 디자인되는 모든 시각물에 적용되고 있으며, 2016년 7월 25일 재단 홈페이지 개편 시에도 전면 적용해 재단의 혁신성과 개방성을 표현하고 시민과 소통하는 이미지를 강조했다.

"다양한 디자인 분야와 디자이너를 포용하고 지원해야 하는 재단의 특성이 잘 살아 있다."
- 니키 고니센(Nikki Gonnissen) 국제그래픽연맹(AGI) 회장

"사각형의 크기 변화를 통해 로고를 다양하게 적용하는 방식이 마음에 든다."
- 21_21디자인사이트 기획자 겸 유명 그래픽디자이너 사토 타쿠(佐藤 卓)

[그림 5-5] 서울디자인재단 기본 CI, 어플리케이션

Seoul Design Foundation 서울디자인재단

협력 __ 홍보

DDP 인스타그램 사진전

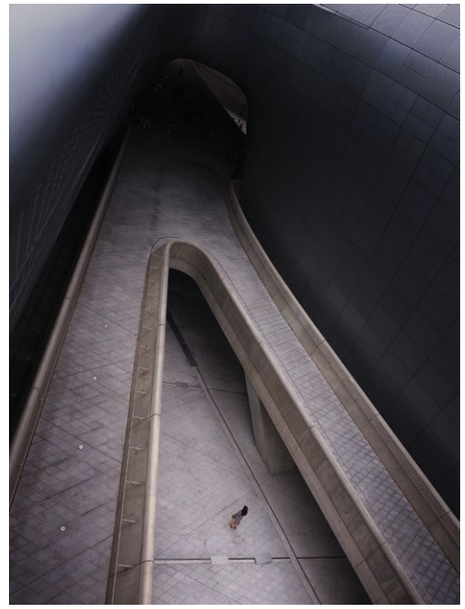
2017년 홍보마케팅 사업 계획 **2017**

DDP는 2015년 인스타그램에 가장 많이 태그된 국내 명소 1위로 뽑힌 이후 SNS 이용자들 사이에서 사진 찍기 좋은 명소로 각광을 받아왔다. 이에 재단은 사진작품 소재로서 DDP의 우수성을 널리 알리기 위해 인스타그램을 통한 온라인 사진공모전과 오프라인 사진전을 진행했다.
2017년 7월 1일부터 7월 16일까지 인스타그램을 통해 DDP를 배경으로 찍은 사진을 공모한 결과 총 1,332점의 사진이 접수되었다. 7월 24일, DDP 촬영 경력 사진작가 3명의 심사를 거쳐 대상 1명, 최우수상 2명, 우수상 5명, 장려상 50명 등 총 58명이 수상자로 선정되었다. 58점의 수상작은 8월 4일부터 8월 30일까지 전문작가 사진 6점(3인×2점)과 함께 DDP 알림터 1층 A3아카이브 카페에 전시되었다. 전시장 안에 인스타그램 포토존을 설치하고, 전시 방문객을 대상으로 무료 커피교환권을 제공하는 이벤트를 진행해 많은 호응을 얻었다. 처음 시도한 인스타그램 공모전과 사진전을 통해 다수의 SNS 팬을 추가로 확보했으며, A3 아카이브 카페를 전시공간으로 활용할 수 있는 가능성을 확인했다.

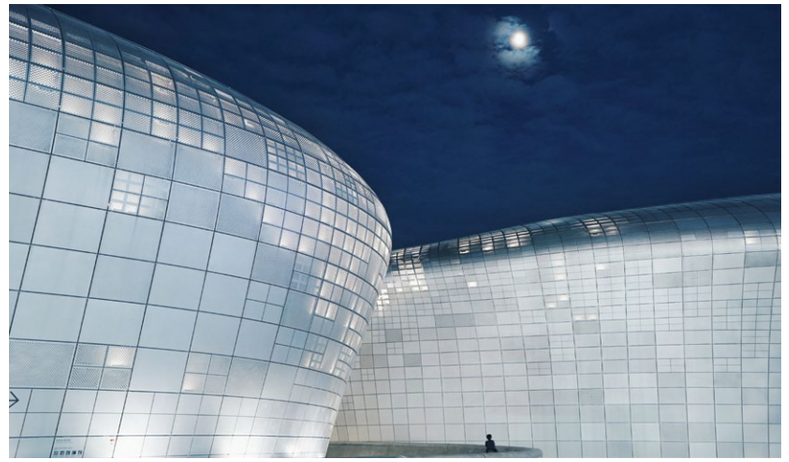
[그림 5-6]
대상
박인호(@ondisplay)



[그림 5-7]
최우수상
김양수(@kim__yang_soo)



[그림 5-8]
최우수상
Ben Lau(@LKKBen)



[그림 5-9]
전시현장



연구

시민디자인연구

2015 — 2016 — 2017

전략 및 실행연구

시민디자인연구센터는 시민의 삶의 질 향상을 위한 지속 가능한 디자인서비스 연구를 목표로 사회문제를 해결하는 디자인 연구과제를 수행했다. 2015년에는 연구과제 수요조사와 서울시 관련 실·국과의 협력을 통해 서울시 정책과 연계한 협력·실행 연구과제를 선정하고 자치행정과, 보도환경개선과 등과 연구를 진행했다. 연구 협력체계 구축을 위해서는 한국디자인학회와 한국기초조형학회(2015. 01.), 소상공인시장진흥공단(2015. 06.), 숙명여자대학교(2015. 07.)와 MOU를 체결했다. 한국디자인학회, 한국기초조형학회 등 디자인 전문학회와 공동으로 국제학술대회를 개최했으며 학회발표, 논문게재 등을 통해 연구결과를 외부로 확산했다. 소상공인 시장진흥공단과는 공동연구를 진행해 「전통시장, 디자인경영을 입다」를 2016년 1월에 발간했다. 연구결과는 연구보고서를 발행하는 데 그치지 않고 현장에 바로 적용, 실용화되었다. '주민센터 시각정보디자인 가이드라인' 연구결과는 2016년 200여 개 주민센터 공간개선사업 디자인 가이드라인으로 적용되었다. '환자·보호자 불만해소 응급실 진료과정 정보전달 디자인 연구' 결과는 고려대 안암병원 응급의료센터에 적용해 응급실 진료카드 디자인을 개선했다. 푸드트럭과 유니버설디자인 관련 연구는 2016년 제정된 서울시의 「푸드트럭 영업장소확대 조례」, 「유니버설디자인 조례」의 기반이 되었다.

[표 5-4]
2015 시민디자인연구 내용

구분	연구명	내용	유관부서
전략 연구	DDP 지역융합 영향력 평가 및 동대문 도매상권 조사 연구	DDP와 동대문 주요거점 네트워크를 통한 패션블록 구축방안 연구	DDP, 디자인정책과
	환자·보호자 불만해소 응급실 진료과정 정보전달 디자인 연구	불만·문제점 해소를 위한 치료 우선순위와 치료과정 정보 전달 디자인 솔루션 개발	고려대 안암병원
협력 실행 연구	주민센터 시각정보 디자인 가이드라인 연구	• 기존 주민센터의 공간개선 문제점 해소를 위한 민원서비스 개선 시각정보디자인 가이드라인 수립 • 서대문구 남가좌1동, 연희동 주민센터 시각정보디자인 디자인 기획 및 시공·감리	자치행정과
	푸드트럭 디자인 가이드라인 기본 연구	푸드트럭 환경조성 및 내·외부 디자인 가이드라인 기본안 연구	소상공인지원과 법무담당관

구분	연구명	내용	유관부서
	거리가게 디자인 개선 가이드라인 연구	동대문 왕산로, 노량진 컵밥거리 등 특화거리 조사 및 거리가게 디자인 가이드라인 제안	보도환경개선과
	관광문화기념품 실태분석 및 활성화 전략 연구	서울 관광기념품 활성화를 위한 실태분석 및 개선 전략 도출	관광사업과
	공공공간 유니버설디자인 실태조사 연구	공공공간 유니버설디자인 표준지침서 개발을 위한 현장 실태조사	디자인정책과
	서울시 공공미술 관리 개선방안 연구	공공미술품 관리규정, 분야별 현황조사 및 분석 체계화를 통한 개선방안 도출	디자인정책과

2016년에는 서울시와 3건의 협력·실행 과제를 수행했다. 서울시 디자인정책과와는 공공건축물에 유니버설디자인을 적용하기 위한 '유니버설디자인 DB 기준체계 및 활용방안 연구'를 진행했다. 식품위생과와는 '푸드트럭 디자인 개발 연구'를 추진해 서울시 브랜드 디자인 '서울맛차'를 개발하고 푸드트럭 2대, 푸드트레일러 2대를 제작해 시범운영했다. 또한 업사이클산업의 국내외 현황 연구를 자원순환과와 진행하며 서울 업사이클산업의 플랫폼 '서울새활용플라자'의 운영방향을 설정하는 데 기여했다. 서울시 정책연구 외에도 산업통상자원부 산하 한국산업기술평가관리원에서 국책연구과제(총 3년)를 수탁받아 '인지 및 감성정보 활용 사용자중심 제품설계 지원시스템 개발연구'를 진행하고, 연구결과의 외부확산을 위한 활동도 계속했다. 또한 한국디자인학회와 10월 29일 추계국제학술대회를 공동주최하고 특별 세션에서 연구결과를 발표했다.

[표 5-5]
2016 시민디자인연구 내용

구분	연구명	내용	유관부서
협력 실행 연구	동대문 패션클러스터 구축 방안 연구	• 동대문 대내외 시장 환경변화와 동대문상권의 구조 파악 • DDP 야간활성화 필요성 도출 및 동대문 지역 개발 가능한 거점 분석	문화융합경제과 패션산업팀
	유니버설디자인 DB 기준 체계 및 활용방안 연구	• 공공건축물 유형과 사용자 유형별 적용 가능한 7P개념 DB 기준체계 수립 • 유니버설디자인 DB 플랫폼 통합 시스템 구축	디자인정책과 유니버설 디자인팀
	푸드트럭 디자인 개발 연구	• 푸드트럭 디자인 프로토타입 개발 (1톤 트럭 2대, 트레일러 2대) • 푸드트럭 '서울맛차' 브랜드 개발 • 서울디자인위크 기간 내 10일간 시범운영	식품위생과 외식업위생팀
	서울새활용플라자 운영방향 설정을 위한 업사이클링 디자인 연구	서울새활용플라자 운영방향 설정 및 리서치 결과 DB화	기후환경본부 자원순환과
	DDP 소장품 활용 전시 콘텐츠 연구	• DDP 소장품 전수조사를 통한 타 박물관과 호환 가능, DDP 소장품 특성 맞춤형 등록 체계 수립 • DDP 소장품 관리 체계화 기반 구축 및 활용방안 도출	DDP 전시팀
외부 협력	전통시장 활성화 공동연구	시장과 디자인을 접목한 전통시장 디자인 전문도서 「전통시장, 디자인경영을 입다」 발간	소상공인시장진흥공단
	인지 및 감성정보 활용 사용자중심 제품설계 지원시스템 개발	• 중소규모 산업체를 위한 디자인 개발 지원 프로세스 수립 • 유니버설디자인 연구 연계 데이터 기반 마련	한국산업기술평가관리원

2017년에는 서울시 실·국 부서와 공동으로 정책에 반영하고 실행력을 제고하기 위한 시민생활 밀착형 실행 연구를 수행했다. '서울지하철 교통약자의 환승 이동성을 위한 유니버설디자인 연구' 진행을 위해 3월 17일 장애인협동조합 무의와 MOU를 체결하고, 현장수시 리서치와 기본연구를 거쳐 지하철 환승지도 40개를 개발했다. 이를 지하철안전지킴이 앱 등에 적용하는 방안을 서울교통공사와 협의 중이다.

[표 5-6]
2017 시민디자인연구 내용

구분	연구명	내용	유관부서
협력 실행 연구	서울지하철 교통약자의 환승 이동성을 위한 유니버설디자인 연구	• 서울지하철 환승 · 이동 정보체계 환승지도 40개 노선개발 • 서울지하철 환승·이동 정보체계 향후 운영방안 검토	디자인정책과

기반 연구

정책실행을 위한 연구 외에도 서울디자인 정책의 기반자료를 구축하고 트렌드를 분석하기 위해 시민디자인연구단, 해외통신원 제도를 운영하고 있다. 서울디자인백서, 서울디자인서베이, 서울디자인나누기(서울디자인연구소 연구지)와 같은 보고서도 지속적으로 발간하고 있다.

시민디자인연구단은 시민 공감대의 형성과 연구참여 유도를 목적으로 2013년부터 시작되었다. 2015년에는 23명을 선발해 '서울형 대중교통 환승구간에 대한 서비스 기획 및 미래 대중교통 UI 디자인 연구', '문자도시 한글서울 통합디자인 계획 연구', '공공 공간 유니버설디자인 실태조사 연구', '동주민센터 시각정보디자인 가이드라인 연구' 4개 과제와 연계해 활동했다. 2016년 선발된 4기 시민디자인연구단 18명은 '디자인의 사회적 역할, 시민과 함께 찾기'라는 주제와 관련해 7~8월 7주간 다이어터(Dieter), 매지션(Magician), 오프너(Opener) 3개 주제로 활동을 수행하고 활동 리포트를 발간했다. 5기 시민디자인연구단 6명은 2017년 7일간 진행된 F/W 서울패션위크를 취재하고 기록하는 아카이빙북 제작에 참여해 「7일간의 패션축제 시민디자인연구단의 기록」을 발간했다.

재단은 해외현장 실태조사를 위해 해외 주요도시에 거주하고 있는 한국인을 대상으로 미션을 수행하게 하고 연구공모를 진행했다. 결과내용을 취합한 보고서 「해외도시디자인 트렌드리포트」를 2015년, 2016년에 발간하고 사업별 기반자료 DB를 구축했다. 2015년 상반기 미션에는 7개 국가, 8개 도시, 9명이 참여했고 하반기 연구공모에는 4개 국가, 6개 도시, 6명이 참여했다. 「2016 해외도시디자인 트렌드리포트」에는 12명의 해외통신원이 참여해 해외도시의 스마트한 모습을 찾아 작성한 기행문과 스마트시티 관련기관 인터뷰 등 9개 국가, 10개 도시의 정보를 담았다.

2015년 서울디자인서베이에서는 디자인 교육과 문화지표를 조사했으며, 2016년부터는 서울시 정책·산업·교육·생활문화 4가지의 일관된 조사지표를 매년 조사하기로 했다. 서울디자인서베이는 서울시민의 디자인 의식과 서울의 디자인 현황과 변화를 분석하는 서울디자인 정책의 기반자료로 자리매김했다. 2017년에는 그동안 별개로 발간된 서울디자인백서와 서베이를 통합해 발간했으며, 이는 서울디자인 정책의 기조와 현황 DB를 구축하는 데 일조할 전망이다. 2016년 12월에는 '시민디자인' 확산을 위해 전문가 기고와 좌담, 그동안의 연구결과 등을 모아 서울디자인연구소 연구지 「서울디자인나누기」를 발간했다.

[표 5-7]
2015~2017
시민디자인 기반연구 내용

2015		2016		2017	
2014 서울디자인백서	서울디자인의 정책 기조를 기록·보존해 향후 정책 수립을 위한 기반 DB 구축	-		**2017 서울디자인백서 서울디자인서베이**	• '서울디자인' 중심으로 2015~2017년 디자인 이슈 및 서울시·재단 사업 인덱스화 • 정책·산업·교육·생활문화 지표별 주기조사 분석
2015 서울디자인서베이	서울의 디자인 교육과 문화 관련 현황조사 및 시민의 디자인 의식 조사	**2016 서울디자인서베이**	• 정책·산업·교육·생활문화 4가지 조사 지표 기반 • 시민 디자인 의식과 정량적 지표 조사		
2015 해외도시디자인 트렌드리포트	• 디자인정책 관점에서 의미 있는 해외도시를 선정, 조사 및 분석 • 미션수행 : 7개 국가, 8개 도시, 9명 • 연구공모 : 4개 국가, 6개 도시, 6명	**2016 해외도시디자인 트렌드리포트**	• 9개 국가, 10개 도시, 12명 • 미션기행 : 10명 • 기관 인터뷰 : 3명 (1명 중복)	-	
2015 시민디자인연구단	• 3기 23명 • 4개 연구 과제 참여	**2016 시민디자인연구단 활동 리포트**	• 4기 18명 • 3개 주제로 7주간 활동	**2017 시민디자인 연구단 활동 리포트** : 2017 SEOUL fashion Week by citizen reporters	• 5기 6명 • 2017 F/W 서울패션위크 취재 「7일간의 패션축제 시민디자인연구단의 기록」 발간
-		-		**서울디자인생활사 아카이빙**	디자인적 관점을 통해 서울생활사를 추정·해석할 수 있는 콘텐츠 아카이브

[그림 5-10]
서울지하철 교통약자의 환승 이동성을 위한 유니버설디자인 연구 / 푸드트럭 디자인 개발 연구 / 시민디자인연구단






연구

스마트 모빌리티

스마트 모빌리티 연구 2015 — 2016 — 2017

연구

재단은 2015년 6월 서울시 대중교통 디자인 혁신을 위해 TBS연구센터를 출범시켰다. 설립 첫 해에는 서울시 버스정책과, 교통정책과, 택시물류과, 서울메트로, 도시철도공사, 서울연구원, 중국 중앙미술학원 등과 협력해 연구를 수행했다. 'TBS 스마트 모빌리티 정보시스템 연구', '서울형 스마트 모빌리티 대중교통 디자인 연구' 등을 통해 버스, 택시, 지하철 등 서울의 3대 교통수단의 디자인을 통합해 시민중심 대중교통 디자인 정책의 장기적 비전을 제시했다. '저상버스 내부 편의사양 개선 디자인 연구' 결과는 서울시 버스정책과에서 저상버스 개선사업에 가이드라인으로 활용되는 성과를 거두었다. 홍익대 PMRC(Personal Mobility Research Center, 9월 4일), 네덜란드 델프트 공대(9월 14일), 독일 아헨 공대(9월 15일)와 MOU를 체결하며 국내외 대학과 협력 네트워크를 구축하고 선행연구를 수행했다.

[표 5-8]
2015 스마트 모빌리티
연구 내용

연구명	내용
TBS 스마트 모빌리티 정보시스템 연구	스마트 기술기반의 대중교통을 연계한 이용자 맞춤형 교통정보시스템 방향 수립 및 서울형 정보시스템의 미래상 제시
서울형 스마트 모빌리티 대중교통 디자인 연구	서울의 스마트한 미래 대중교통 디자인의 콘셉트를 개발하고 친환경 대중교통시스템 가시화
저상버스 내부 편의사양 개선 디자인 연구	• 장애인·교통약자 사회참여 활성화를 위한 무장애 버스환경 조성 • 유니버설디자인 기반의 저상버스 내부 디자인 가이드라인 수립
서울형 스마트 모빌리티 사용자 경험(UX) 연구	• 서울형 스마트 모빌리티 사용자 경험을 통한 사용성 개선 및 시스템 개선 • 사용자 경험 모델을 통한 미래 스마트 모빌리티 가이드라인 수립
스마트 모빌리티 글로벌 협력 연구	• 국내·외 스마트 모빌리티 연구기관과의 협력체계 구축을 통한 서울형 스마트 모빌리티 혁신사업의 글로벌 네트워크 구축

2016년에는 MOU를 체결한 기관을 중심으로 국내외 협력연구를 추진했다. 미국 CCS·영국 RCA와는 디자인 기반 연구, 네덜란드 델프트 공대·독일 아헨 공대·홍익대학교 PMRC와는 스마트 모빌리티 기술 기반 연구, 서울대학교 한국ITS학회와는 서울 스마트 대중교통 디자인 혁신 계획을 수립하는 마스터플랜 연구를 진행했다. 연구결과물들은 스마트 모빌리티 국제 컨퍼런스와 전시의 콘텐츠로 활용되면서 시민들에게 공개되었다. 마스터플랜 연구로 진행된 '2016 서울 스마트 대중교통 디자인 혁신을 위한 계획수립 연구'에서는 서울 스마트 대중교통 디자인 혁신목표 연도를 2030년으로 설정하고 '2030 서울 스마트 모빌리티' 추진을 위한 계획을 수립했다. '버스의 도심이동성을 위한 유니버설디자인 적용 연구'에서는 저상버스와 무장애 버스정류소의 편의 향상을 위한 디자인 가이드라인을 개발하고 버스 사용성 시나리오 연구를 진행했다. 2018년에는 버스 외부 운행정보 LED 표시 가이드라인을 실제로 운행하는 버스에 적용한다. 이는 서울시 버스정책과 운행관리팀과 협력했으며, 디자인 가이드라인의 단계별 적용범위도 합의했다. '서울 TBS 시각정보디자인 개발사업'은 국제 디자인 아이디어 지명공모 방식으로 진행되었다. 국내 디자이너 8명, 해외 디자이너 4명, 총 12명이 참가해 택시, 버스, 지하철노선도 시각정보디자인을 개발했으며, 스마트 모빌리티 전시 등을 통해 일반인에게도 선보였다. TBS연구센터는 지난 2년간 스마트 모빌리티 연구 결과를 모은 아카이빙북 「서울 스마트 모빌리티 미래에 접속하다」를 발간했다.

[표 5-9]
2016 스마트 모빌리티
연구 내용

연구명	내용
버스의 도심이동성을 위한 유니버설디자인 적용 연구	교통약자의 사용 편의성 향상을 위한 정류소, 저상버스 디자인 가이드라인 연구
서울 스마트 대중교통 디자인 혁신을 위한 계획수립 연구	2030년 서울 스마트 모빌리티 미래상 제시 및 추진계획 수립
스마트 모빌리티 글로벌 협력연구	국내외 6개 협력연구기관과 스마트 모빌리티 디자인 기반 연구, 기술기반 연구, 마스터플랜 연구 진행
서울 스마트 모빌리티 디자인 연구	• 2030년 서울의 택시, 지하철, 버스 디자인 콘셉트 제안 • 스마트 기기를 접목하여 승객들의 편의성을 도출하고 실현 가능한 디자인 제안
서울 TBS 시각정보 디자인 개발	• 서울 TBS 통합 브랜드 개발 • 서울 TBS 시각정보 디자인 개발 국제 디자인 아이디어 지명공모 사업 추진

2017년부터는 서울디자인연구소 시민디자인연구센터로 통합되어 연구를 이어가고 있다. '서울 시내버스 정보디자인 가이드라인 개발 연구'는 2016년 연구에 이어 서울시 도시교통본부 버스정책과, 버스운송사업조합과의 협력을 통해 2018년 상반기 안으로 시내버스 전 차량에 개발된 노선도 및 정보안내물을 부착할 예정이다. 또한 '2017 서울 스마트 모빌리티 디자인 가이드라인 개발 연구'에서는 서울시 종로 일대(BRT 구간 포함)와 사대문 안 구간에 '2030 서울형 스마트 모빌리티' 시나리오를 개발하고 영상물을 제작했다. 관련 제작물은 서울 스마트 모빌리티 국제 컨퍼런스에서 공개하고 관련기관에 배포했다.

[표 5-10]
2017 스마트 모빌리티
연구 내용

연구명	내용
서울 시내버스 정보디자인 가이드라인 개발 연구	• 서울 시내버스 내부노선도 문제점 분석 및 간선·지선·순환·광역버스 4타입 개발 • 서울 시내버스 정보디자인 가이드라인 매뉴얼북 개발 배포
서울 스마트 모빌리티 디자인 가이드라인 개발 연구	• 도시교통수단 디자인, 도로·인프라·환경 디자인, 정보시스템 UI 디자인 가이드라인 개발 • 서울 2030~2045 종로 BRT 구간 중심 시나리오 개발

국제 컨퍼런스

'서울 스마트 모빌리티 국제 컨퍼런스'는 스마트 모빌리티 트렌드를 공유하고 서울 스마트 모빌리티의 비전과 방향성을 제시해 서울 대중교통정책의 디자인적 역할에 대한 논의를 확산할 목적으

로 개최되었다. 첫해인 2016년에는 서울 스마트 모빌리티 국제 컨퍼런스와 전시가 함께 열렸다. 그동안의 연구결과를 종합적으로 선보이면서 스마트기술과 융합된 서울의 교통수단, 서비스, 인프라 등 서울의 미래 비전을 알리고, 미래사회 패러다임의 변화에 따른 스마트 기반환경과 대중교통의 미래상을 보여주는 자리였다. '스마트 시티, 스마트 모빌리티'를 주제로 9월 22일에 열린 개막식에서는 서울 스마트 모빌리티 디자인 비전이 선언되었다. DDP 알림2관에서 열린 국제 컨퍼런스에는 로버트 서베로(미국 버클리대 도시설계) 교수와 데일 헤로우(영국 RCA 자동차디자인학과) 교수가 기조연사로 나섰다. 9월 22~23일에 열린 행사에는 국내외 연사와 전문가, 시민 660명이 참석했다. 스마트 모빌리티 연구성과를 총망라한 전시회는 9월 22일부터 10월 2일까지 11일간 DDP 알림1관에서 열렸고, 총 10,126명이 관람했다. 만족도 조사 결과 서울디자인재단에서 추진한 디자인 혁신사업의 내용이 현실감 있는 전시로 구현돼 향후 서울 대중교통의 발전에 기여할 것이라는 기대가 드러났다.

[표 5-11]
서울 스마트 모빌리티 디자인 비전

첨단교통기술을 기반으로 교통약자 배려, 친환경성, 안전성, 공유를 고려한 스마트 모빌리티 디자인을 통해 시민 삶의 질 향상에 기여하는 지속 가능한 미래를 조성하는 서울 교통



첫째, 디자인과 첨단기술의 융복합을 통해 스마트 모빌리티 환경을 구축하여 서울시 대중교통의 지속가능한 미래를 추구한다.

둘째, 교통약자를 배려하기 위해 첨단기술과 인체공학을 적용한 '모두를 위한 디자인(Design for ALL)'으로 시민 편의를 증진한다.

셋째, 친환경차 보급 확산 등 관련 인프라 기반 확대에 보조를 맞춰 글로벌 기후 환경 변화에 대응하고 서울의 대기질 향상에 기여할 수 있는 디자인을 개발한다.

넷째, 새로운 공유교통 서비스 디자인을 통해 나눔카, 공공자전거 등 스마트 공유교통 이용률을 높이는 데 기여한다.

다섯째, 시민이 안전하고 편안하게 이용할 수 있는 교통 시스템과 사고 예방 환경을 디자인한다.

여섯째, 모빌리티 디자인 혁신을 통해 시민들의 생활에는 여유와 즐거움을 더하고 개인 간의 연결성을 증대하는 새로운 대중교통 패러다임의 전환을 선도한다.

'2017 서울 스마트 모빌리티 국제 컨퍼런스'는 9월 26일 DDP 알림1관에서 '스마트 모빌리티, 친환경 공유도시 서울에서 만나다'라는 주제로 열렸다. 디자인계의 미래학자로 불리는 존 타카라 영국 RCA 수석연구원이 기조 연사로 나섰으며, 스마트 모빌리티와 디자인 전문가들이 스마트 시티의 미래 비전을 제시했다. 자율주행차, 전기차 등 새로운 이동수단과 보행 친화적 공간조성 등 친환경 대중교통 구축을 위한 해법들이 공유되었다. 전년보다 짧은 하루 동안 진행되었지만 649명이 참가해 스마트 모빌리티에 대한 높은 관심을 입증했다.

[표 5-12]
2016~17 스마트 모빌리티 국제 컨퍼런스 개요

구분	2016	2017
행사명	2016 서울 스마트 모빌리티 국제 컨퍼런스·전시	2017 서울 스마트 모빌리티 국제 컨퍼런스
주제	스마트 시티, 스마트 모빌리티	스마트 모빌리티, 친환경 공유도시 서울에서 만나다
일시 및 장소	• 컨퍼런스 : 2016. 09. 22.~23.(2일간) DDP 알림2관 • 전시 : 2016. 09. 22.~10. 02.(11일간) DDP 알림1관	2017. 09. 26. DDP 알림1관
결과	• 컨퍼런스 : 660명 참석 • 전시 : 10,126명 관람	649명 참석

디자인출판

디자인 출판(콘텐츠 퍼블리싱) 사업 2017

재단은 디자인 전문기관으로서 일반 시민들과 디자인의 가치를 공유하고 소통할 의무를 체감하고 2017년부터 디자인출판 사업을 시작했다. 재단과 DDP에서 생산하는 양질의 콘텐츠를 대중성 높은 단행본으로 만들어 시중에 판매하고자 한 것이다. 서울의 디자인 자산을 발굴해 지역경제 활성화를 위한 콘텐츠를 개발하는 '플랜 디(Plan D) 시리즈'의 일환으로 동대문과 을지로 지역 소상공인들의 수익창출에 기여할 만한 내용의 책을 만들었다. 「반짝반짝 을지로」는 조명구입법과 을지로 조명상가를 안내하는 가이드북으로 '을지로, 라이트웨이 2017' 기간에 맞춰 11월 1일에 출간되었다. 12일 1일에 출간된 「동대문 디자인 여행」은 동대문 지역의 소상공인들이 운영하는 숍, 카페, 음식점 등을 디자인적 관점으로 소개하는 디자인 가이드북이다. 「움직이는 미래 : 스마트 모빌리티」는 앞으로 다가올 교통혁명이 바꾸는 미래를 스마트 모빌리티 디자인을 통해 예측해보는 디자인 실용서로 2018년 1월 5일에 출간되었다. 이 외에도 재단의 연구 콘텐츠를 활용해 디자이너들의 인식 지평을 넓히고 사회문제해결을 위한 시리즈 단행본을 준비하고 있다.

한편, 재단은 재단설립과 DDP 오픈 후 발간된 간행물 600건을 분류, 코드화하는 아카이빙 통합관리 시스템을 구축하고 있다. 재단과 DDP에서 발간되는 간행물의 용도별, 타깃별 발간체계를 수립하고 로고 사용과 포스터 규격 등을 정리해 간행물 디자인 가이드라인 「얼티미트 디자인(ULTIMATE DESIGN)」을 배포했다.

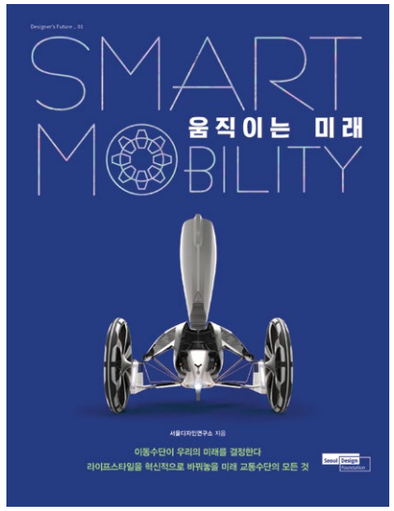
[표 5-13]
디자인출판 도서 내용

제목	내용	예상독자	정보
움직이는 미래 – 스마트 모빌리티	스마트 시티로 구현되는 서울의 미래상을 인문·사회·경제·문화 분야별 전문가의 시각으로 제시하고 스마트 교통시스템 제안	스마트 모빌리티, ICT 등 신기술 트렌드에 관심 있는 일반인, 업계 종사자	2018. 01. 05. 300쪽 / 632g / 160×210mm
반짝반짝 을지로 – 조명이 공간을 바꾼다	조명의 중심지인 을지로 조명시장과 조명 인테리어에 대한 팁 제공	셀프인테리어에 관심 있는 일반인, 업계 종사자, 전공 학생 등	2017. 11. 01. 284쪽 / 626g / 160×210mm
동대문 디자인 여행 – 추억을 소환하는 스타일 마켓	디자인 랜드마크 DDP부터 세기말 분위기를 느낄 수 있는 빈티지 공간까지 동대문지역을 디자이너의 시선으로 재해석	동대문의 문화자원에 관심 있는 일반 시민	2017. 12. 01. 308쪽 / 646g / 160×210mm

[그림 5-11]
출판도서 표지







주요 성과

협력

재단은 설립 이래 지속해온 글로벌 협력 네트워크를 누적 단계에서 운영관리와 활용 단계로 진입시키며 자산화했고, 해외 선진기관과 실질적인 협력사업을 이끌어냈다. '유네스코 창의도시 네트워크'와의 꾸준한 교류, 해외 유수의 디자인 유관기관들과의 파트너십 체결로 재단에서 추진하는 디자인사업과의 공조체계를 강화할 수 있었다. 2016년에는 국내 유네스코 창의도시와도 MOU를 체결하며 협력의 공감대를 형성했다. 글로벌 뉴스레터를 연4회 발간, 배포함으로써 재단과 DDP 사업을 전 세계에 홍보하는 한편 향후 협력을 위한 기반을 다져 나갔다. 2017년 진행한 중국 컨데나스트와의 교육 프로그램 시범운영은 향후 기관 간의 협력확대 가능성을 사전에 검증해 보는 의미 있는 과정이었다. 아시아 네트워크를 활용한 '하우스비전_서울'과 같은 미래 트렌드를 반영한 장기 협력사업도 추진해 전문가들과 시민들에게 좋은 반응을 얻었다.
또한 재단의 신규 CI를 개발해 선보임으로써 시민들에게 재단을 좀 더 명확히 인식시키고 다른 기관과 재단의 브랜드 이미지를 차별화할 수 있었다. 온라인과 오프라인을 연동해 진행한 DDP 인스타그램 공모전과 사진전은 DDP 방문객들과 친근한 소통의 기회를 제공했으며, DDP를 활용한 콘텐츠 확보에도 기여했다.

연구

시민디자인연구센터는 서울시 디자인정책뿐만 아니라 대중교통, 자원순환 등 여러 영역의 디자인 연구로 시민디자인의 싱크탱크 역할을 수행했다. 서울시의 현안과 연계한 연구과제를 선정해 관련부서, 전문가와 협력해 연구를 진행하고 실제 정책과 사업에 곧바로 적용하는 과정을 거치며 연구의 실효성을 높였다. '푸드트럭'은 디자인 연구와 아울러 실제로 4대를 제작해 시범운영했으며, 유니버설디자인 연구와 스마트 모빌리티 연구는 지하철 환승지도, 버스노선도 등의 결과물을 시민의 생활과 밀접한 서울시 대중교통시스템에 시범적용하는 성과를 거두었다. 2017년에는 재단의 연구결과물과 사업을 연계해 단행본으로 내놓는 디자인출판사업도 시작해 시민들에게 좀 더 가까이 다가갈 수 있었다. 2016년과 2017년에 열린 스마트 모빌리티 컨퍼런스는 스마트 모빌리티의 개념을 알리고 청사진을 제시하면서 디자인과 대중교통의 융합에 대한 사회적 이슈를 조성하는 데 기여했다.

6장. 인프라

주요 배경 186

DDP

디자인놀이터 188
DDP CAMPUS 190
간송문화전 195
DDP 기획 · 협력 전시 197
오픈 큐레이팅 202
영 디자이너 챌린지 205
DDP 동대문 축제 207
DDP FESTA 208
서울밤도깨비야시장@DDP 210

서울새활용플라자

서울새활용플라자 212
서울새활용플라자 운영 215

주요 성과 218

주요 배경

DDP

DDP는 재단에서 운영하는 사업 중 가장 인지도가 높은 사업(59.4%)으로 2014년 3월 21일 개관 이후 국내뿐 아니라 세계적인 관광명소로 거듭나고 있다. 재단의 설립목적도 'DDP 시설을 기반으로 서울의 디자인 진흥 및 디자인 문화 확산에 필요한 각종 사업을 성공적으로 수행'하는 데 있다. 2016 서울디자인서베이 응답자의 55.6%는 DDP를 방문한 경험이 있는 것으로 나타났으며, 34.2%는 방문한 경험은 없지만 향후 방문 계획이 있다고 응답했다.[60] 서울시민들은 DDP에 가장 필요한 프로그램으로 디자인문화행사(84.0%)를 꼽았다. 재단은 DDP 개관 이후 디자인을 기반으로 다양한 분야 및 기관과의 기획전시, 협력전시를 선보였을 뿐 아니라 계절별로 다채로운 문화행사를 진행하며 새로운 복합문화공간으로 거듭나고 있다. 조사 결과 '어린이 및 청소년 대상 디자인 교육'에 대한 수요도 45.2%로 비교적 높았고, 이러한 요구에 부합하기 위해 2017년부터는 본격적으로 'DDP CAMPUS' 브랜드를 만들어 시민들의 취향과 관심을 반영한 교육 프로그램을 개발, 운영하게 되었다.

서울새활용플라자

서울새활용플라자는 서울시의 역점사업 중 하나인 '자원순환도시 서울'을 구현하기 위한 허브로 구상되었다. '서울디자인재단에서 우선적으로 추진해야 한다고 생각하는 정책 및 사업'을 조사한 결과 시민디자인 연구 및 사업(67.9%), 서울새활용플라자 운영(67.7%)순으로 나타났다. 조사가 서울새활용플라자 개관 전인 2016년 12월에 진행돼 인지도는 낮게 나왔지만(6.9%), '버려지는 자원에 새로운 부가가치 부여와 미래 비즈니스 산업 육성을 위한 서울새활용플라자 운영'(27.3%)을 재단에서 가장 중점적으로 수행해야 한다는 응답이 나왔다. 서울새활용플라자가 앞으로 재단의 새롭고 중요한 사업영역으로 자리 잡을 것임을 확인할 수 있었다.[61]

60 서울디자인재단, 2016 서울디자인서베이, 2016, p.130~133.
61 서울디자인재단, 2016 서울디자인서베이, 2016, p.162.

[그림 6-1]
DDP 둘레길,
둘레길쉼터 전시 기획·운영,
DDP디자인전시관
글로벌 협력전시



디자인놀이터

디자인놀이터 구축 2015 — 2016 — 2017

디자인놀이터 ver.1.0

DDP 배움터 4층에 자리 잡은 디자인놀이터(연면적 1,892.18㎡)는 개관 당시 디자인의 개념과 원리를 활용해 창의적인 전시체험·교육·놀이 프로그램이 이루어지는 체험전시실과 기획전시실, 상상발전소로 구성했다. 상상발전소에서는 디자인워크숍, 다양한 도구와 재료를 활용한 공방프로젝트 등 시기별·대상별로 맞춤형 프로그램을 운영했다. 볼보트럭코리아와는 기획전시실을 활용해 협력전시 '모두를 위한 안전 디자인'(2015. 05. 19.~2016. 02. 29.)을 진행했다. 이 전시는 어린이, 청소년 등 방문객을 대상으로 교통안전에 관한 다채로운 프로그램을 체험할 수 있게 했다. 또한 DDP 가구컬렉션 콘텐츠를 기반으로 가구키트 '나도 가구디자이너' 체험 프로그램을 운영하기도 했다. 개관 이래 디자인놀이터만의 차별화된 콘텐츠를 구축해가면서 방문객이 2014년(45,572명, 237일 운영) 대비 급증해 2015년에만 총 88,317명(312일 운영)이 방문했다.

디자인놀이터 ver.2.0 브릴리언트 키즈 모터쇼

2016년 개관 2년을 맞은 디자인놀이터는 현대자동차와 협력해 콘텐츠를 리뉴얼했다. 2016년 3월 27일자로 디자인놀이터 ver.1.0 운영을 끝내고, 2016년 4월 21일 디자인놀이터 ver.2.0 '브릴리언트 키즈 모터쇼'를 개관했다. 어린이들이 상상으로 그린 자동차 14대를 실제 모형차로 제작해 사막존, 숲존, 하늘존, 도시존, 바다존에 전시했으며, 개관 후 한 달간 무료로 운영한 뒤 연간 상설전시로 이어갔다. 전시 속의 전시로 6월 14일부터 진행된 '떠나요! 지구별상상여행×플레이모빌'전에서는 '나만의 피규어 만들기' 프로그램을 운영했다. 여름방학 기간 동안(2016. 07. 13.~08.31.)에는 디자인놀이터 안에 학부모대기실을 두고, 로비에는 3D 애니메이션에 나오는 어린이용 자동차 '파워배틀 와치카' 2대와 게임 키오스크 2대를 설치, 운영했다. 민관협력을 통해 콘텐츠를 다양화하면서 재방문객이 늘어나 전년 보다 적은 운영일수인 284일 동안 88,913명의 관람객이 다녀가는 성과를 거두었다. 아울러 1월부터 9월까지 진행된 공방 프로그램에는 3,399명, 여름방학 특별 프로그램에는 134명이 참여했다.

브릴리언트 키즈 모터쇼는 현대자동차의 후원과 협력체계를 통해 우수한 콘텐츠를 개발하는 모범선례를 보여주었고, 새로운 콘텐츠에 대한 관람객의 만족도가 높아지면서 관람객 수가 증가하는 효과를 거둘 수 있었다.

디자인놀이터 ver.3.0 디키디키

재단은 브릴리언트 키즈 모터쇼에 이어 만 24개월부터 10세까지의 어린이로 대상을 확대하고 체험형 디자인 콘텐츠를 강화한 디자인놀이터 ver.3.0 '디자인 키즈 디지털 키즈(디키디키)'를 2017년 9월 27일 개관했다. '디키디키'는 기존 어린이 놀이시설의 틀에서 벗어나 어린이의 상상력과 창의력을 키울 수 있도록 놀이와 디자인, 교육을 융합한 신개념의 어린이 놀이터이다. 공간은 '숲'을 콘셉트로 한 '감각놀이터'와 '디자인 창작체험'으로 구성했다. 6가지 놀이시설로 꾸며진 감각놀이터는 디지털 스크린과 프로젝터, 센서 등 최신 IT기술을 아날로그 놀이와 결합해 아이들이 디자인에 호기심을 가지게 했다. 디자인 창작체험은 건축, 패션, 도시 등 다양한 분야의 디자인을 전문가와 함께 정기 커리큘럼에 따라 실습하는 '창작 스튜디오', 다양한 소재 키트를 활용한 DIY 오픈 창작 공방인 '상상오두막'으로 구성되었다.

[표 6-1] 디자인놀이터 개요

구분	2015(ver.1.0)	2016(ver.2.0)	2017(ver.3.0)
명칭	디자인놀이터	현대 브릴리언트 키즈 모터쇼	디키디키
운영기간	2014. 04. 01.~2016. 03. 27.	2016. 04. 22.~2017. 06. 18.	2017. 09. 27.~
관람객 / 운영일수	153,826명 / 621일	100,901명 / 356일	38,000명

[그림 6-2] 브릴리언트 키즈 모터쇼, 디키디키



DDP CAMPUS

DDP CAMPUS 구축

2015 — 2016 — 2017

재단은 건축, 전시, 디자인, 문화재 등 DDP 고유의 콘텐츠를 활용해 디자인에 대한 영감을 확산시킬 수 있는 대상별 교육 플랫폼을 운영했다. 대상과 시즌, 콘텐츠별로 세분화된 맞춤형 교육 프로그램을 바탕으로 DDP를 창조적인 지식 플랫폼으로 활성화하는 것을 목표로 했다.

2015년에는 DDP에서 진행 중인 전시와 연계해 대상별 교육·체험 서비스를 제공했다. 간송문화전과 연계한 '교과서국보전'에는 775명, 어린이와 청소년 대상의 DDP 디자인투어와 타임머신 투어에는 2,961명이 참여했다. 5월과 6월에는 '국민화가 박수근'전과 연계해 강연, 답사, 가족 워크숍 등 창신동 프로젝트를 15회 운영했다. 2015년 6월 3일에는 중부교육지원청과 업무협약을 체결하고 7월 16일 중부교육지원청 선발학생 31명을 대상으로 DDP 큐레이터 진로체험프로그램을 시범운영했다. 하반기에는 서울지역교육청 교사초청 연수프로그램을 470명이 참가한 가운데 총 8회 운영했다.

재단은 유관기관과의 협력을 통해 다양한 교육 프로그램을 DDP에 유치했다. 현대자동차, 한국저작권위원회와는 디자인 트렌드 교육과 신기술 체험 프로그램, 저작권 교육을 진행했다. 문화체육관광부의 '꿈다락 토요문화학교' 프로그램으로 고등학생을 대상으로 한 '디자인 디스코 2기'를 9월부터 12월까지 매주 토요일 오전 DDP에서 진행했으며, 교육 종료 후에는 결과물을 디자인 놀이터 로비에 전시했다. 또한 대한건축학회와 함께 여름방학 기간인 8월 중 3회에 걸쳐 진행한 DDP 건축·디자인 창의 아카데미에는 55명이 참가했다.

[표 6-2]
2015 교육 프로그램 개요

행사명	일정	기업·기관명	내 용	참가
현대차 디자인 트렌드 실무 교육과정	2015. 07. 13.~15.	현대자동차	디자인트렌드 교육 및 DDP 전시투어	30명
현대차 중국 디자인 공모전 시상자 교육연수	2015. 08. 10.~14.	현대자동차	자동차디자인 트렌드 리뷰 및 DDP 전시투어	21명
지식강연 시리즈 10-14.	2015. 03. 19.~ 2016. 03. 17.	주한영국문화원	각 분야 저명인사 강연	386명
2015 저작권 교육, 디자인저작권 제대로 알기	2015. 08. 26.	한국저작권위원회	저작권 개론, 디자인저작권 침해사례	60명
CEO 교육	2015. 09. 03.~11. 19.	한국디자인진흥원	디자인융합 특강 및 워크숍	50명
창의감성 교사연수	2015. 09. 22. / 24.	성북교육지원청	DDP 전시 콘텐츠 소개	42명
2015 디자인 디스코	2015. 09. 05.~12. 19. 매주 토(15주간)	DDP·문화체육관광부·두이스트	디자인 사고 기르기	20명
건축 · 디자인 창의 아카데미	2015. 08. 11.~14.	DDP· 대한건축학회	디자인, 건축 등 분야별 전문교육	55명

DDP 창조스쿨 '디자인 톡톡, 열정에 답하다'는 디자인 트렌드, 음식, 미디어 아트 등 다양한 분야의 연사를 초청해 진행하는 공개강좌 프로그램이다. 2015년 10월 15일부터 12월 29일까지 디자인나눔관에서 5회 진행되었으며, 총 701명이 참가했다.

[표 6-3]
2015 DDP 창조스쿨
'디자인 톡톡, 열정에 답하다'
내용

일시	주제	연사
2015. 10. 15. 19:00~21:00	환경을 생각하는 디자인	이석우 / 박진우
2015. 10. 29. 19:00~21:00	세계를 무대로 활약 중인 K-디자이너들	이성용 / 김빈
2015. 11. 30. 19:00~21:00	뉴미디어를 통한 스토리텔링, 음식으로 만나는 디자인	신기현 / 손미미 / 이장섭 / 여미영
2015. 12. 15. 19:00~21:00	정보 미디어	박정권 / 김용섭
2015. 12. 29. 19:00~21:00	UX디자인	원성준 / 김민규

2016년에는 DDP의 콘텐츠를 활용해 오프라인 창조지식 공유 플랫폼을 구축하고 교육기관으로서의 DDP 브랜드를 확립하고자 했다. 창의디자인아카데미 2기(2016. 01. 22.~23.)는 업사이클·그래픽·제품·공간·공공디자인을 체험하는 '디자인빌리지캠프'로 진행되었다. 현대기아자동차의 디자인 트렌드 및 실무역량 교육은 2015년에 이어 2016년에도 5월과 9월, 2회 진행되었고 36명이 참석했다. 정림건축문화재단의 건축학교 '꿈꾸는 과정'은 3월 31일부터 6월 30일, 7월 28일부터 11월 10일까지 2기로 운영되었으며 30명이 참석했다. 이 외에도 청소년 글로벌 워크숍, 진로탐색 교육, 디자인 실무 역량강화 교육에는 총450명이 참가했다.

한편, 'DDP 청소년교육 프로그램' 연구를 통해 역사문화, 건축디자인 2개 분야의 맞춤형 프로그램을 개발했다. DDP 디자인놀이터와 전시연계 교육 프로그램을 운영하는 한편, 신규 협력기업을 발굴하고 홍보를 강화해 교육 프로그램의 범위를 확대할 수 있었다. 건축물 투어, 타임머신 진로탐색 등 DDP의 기존 콘텐츠를 활용한 교육 프로그램도 지속했다.

[표 6-4]
2016
DDP 교육 프로그램 개요

DDP연계 프로그램(3종)	[가구 분야] 나는 미래의 가구 디자이너
	[건축 분야] 건축학교 '꿈꾸는 과정'
	[업사이클] 디자인창의아카데미
	[건축/역사] 청소년 탐험 프로그램
전시연계 프로그램(1종)	[자동차 분야] 나는 미래의 자동차 디자이너
상생협력 프로그램(4종)	[글로벌 업사이클] 청소년, 도시를 재생하자
	[글로벌 업사이클] 해외 선진사례 세미나
	[기업연계] 현대차, 플레이모빌, 스타트업 연계
	[기관연계] 꿈다락 토요문화학교 프로그램 협력 운영

DDP 포럼

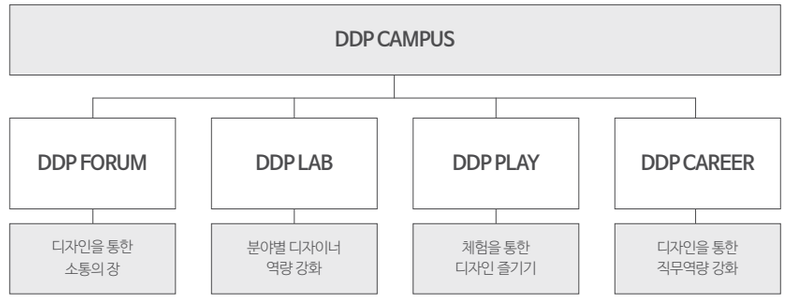
DDP포럼은 전문가·크리에이터와 학생·팔로어가 함께 매월 다양한 주제의 이슈를 공유하는 장으로서 디자인 및 창조산업 분야별 리더와 시민들이 한자리에 모인 창조지식의 허브를 목적으로 한다. 2015년에는 DDP 포럼의 방향을 설정하기 위해 5회의 기획회의를 거쳐 8월 27일 DDP 포럼 하우스워밍파티 '달과 잔디와 프렐류드'를 잔디언덕과 잔디사랑방에서 열었다. 이후 2015년 12월 11일 DDP 포럼 Vol.1 '젊은건축가포럼코리아'를 시작으로 매월 다양한 주제의 포럼을 개최했다. 2016년에는 11회의 포럼에 총 1,685명이 참석했다. 2017년부터는 전문기획자와의 협업을 통해 사전기획을 강화하고 진행을 전문화해 10회의 포럼을 개최했으며 총 1,111명이 참석했다. 포럼은 Vol.1부터 줄곧 DDP 살림터 3층 디자인나눔관에서 개최되었는데, Vol.22부터는 살림터 2층에 새로 조성된 코워킹 스페이스 크레아(CREA) 라운드홀로 장소가 바뀌었다. 재단은 DDP 포럼을 통해 디자인과 문화예술 분야의 현업 종사자들에게 교류의 기회를 제공하고 디자인을 주제로 한 시민소통의 장을 마련했다.

[표 6-5]
DDP 포럼 개요

구분	일시	주제	내용	참석
Vol.1	2015. 12. 11. 금요일 19:00-23:00	젊은건축가포럼 코리아	다양한 창조 분야와 건축의 콜라보레이션	62명
Vol.2	2016. 01. 26. 화요일 19:00-21:30	K-푸드트럭	크리에이티브 K-푸드트럭 공유의 장	135명
Vol.3	2016. 02. 19. 금요일 19:00-22:00	AGI	AGI IEC(International Executive Committe) 6인의 강연	213명
Vol.4	2016. 03. 31. 목요일 19:00-21:30	3D 프린팅	3팀의 3D 프린팅 전문가 초청, 성공사례와 미래산업에 대한 견해 청취	172명
Vol.5	2016. 04. 26. 화요일 19:00-21:15	스마트 시티, 스마트 모빌리티	서울디자인위크 주제의 사전 컨퍼런스	186명
Vol.6	2016. 05. 31. 화요일 19:00-21:10	명사시리즈 I : 에치오 만치니	사회혁신을 위한 디자인, 디자인 전문가가 해야 할 일	154명
Vol.7	2016. 06. 21. 화요일 19:00-21:50	Camper	Camper, who are we? by Jumpei Ushiyama Love & the Secret of Good Design by Basia Szkutnicka	123명
Vol.8	2016. 07. 22. 금요일 19:00-21:10	디자인의 도리를 논하다	1. 디자인 패러다임의 변화(개괄) 2. 지속 가능한 발전과 디자인 3. 4차 산업혁명과 디자인	207명
Vol.9	2016. 08. 26. 금요일 19:00-21:30	K-패션	톱스타들이 주목하는 스타 디자이너의 패션세계	144명
Vol.10	2016. 10. 07. 금요일 19:00-21:00	홈쇼핑 (HomeShowPing)	좋은 집을 빌리는 가장 좋은 방법	102명
Vol.11	2016. 11. 17. 목요일 16:00-18:00	마을과 디자인, 지속 가능성에 대한 담론	30명의 디자인컨설턴트와 청년디자이너가 함께 바꾸어 나간 마을사업 사례	170명
Vol.12	2016. 12. 30. 금요일 14:00-16:00	한국 디자이너들이 그리는 미래_해외편	포르쉐, BMW, 아우디에서 활약 중인 한국 디자이너들의 생생한 이야기	122명
Vol.13	2017. 02. 23. 목요일 16:00-17:35	DDP 건축과 김영원 조각의 만남	DDP 건축물과 김영원 조각품의 만남에 대한 다양한 이야기	156명
Vol.14	2017. 04. 14. 금요일 19:00	디자이너 중심의 소규모 출판	각자의 방식으로 출판 장에 뛰어든 디자인 스튜디오와 디자이너들의 이야기	226명
Vol.15	2017. 05. 18. 목요일 19:00-21:00	픽사가 비즈니스, 디자인·예술, 영화 산업에 미친 영향	픽사가 다양한 업계에 미친 영향을 살펴보는 자리	102명
Vol.16	2017. 06. 15. 목요일 19:00-21:00	력셔리는 영원한가	'력셔리' 산업의 가치, 위치와 새로운 가능성 확인	114명
Vol.17	2017. 07. 13. 목요일 19:00-21:00	왜 지금 큐레이션인가	큐레이션이 우리 일상에 어떻게 퍼져 있으며, 어떤 영향을 미치는지에 대한 이야기	165명
Vol.18	2017. 08. 17. 목요일 19:00-21:00	취향은 어디에	확고한 취향에 기반해 뚜렷한 정체성으로 인식되는 인물, 각기 다른 '개인의 취향'이 공존하는 양상	80명
Vol.19	2017. 09. 21. 목요일 19:00	페어의 연속	다양한 형태의 전시 이벤트를 총칭하는 용어로서의 '페어' 들여다보기	66명
Vol.20	2017. 10. 19. 목요일 19:00-21:00	다시, 도시 브랜딩	단순한 거주지로 전락한 도시에 상상해보는 가능성	98명
Vol.21	2017. 11. 30. 목요일 19:00-21:00	디자인 유산의 아카이빙	88서울올림픽 당시 디자인 문화를 살펴보고, 디자인 유산의 아카이빙에 대해 고민	110명
Vol.22	2017. 12. 05. 화요일 19:00-21:00	'디자이너의 디자이너' 루이지 꼴라니의 바이오디자인 탐구	루이지 꼴라니 특별전 연계 토크	111명

2017년부터는 교육사업팀을 신설하고 유아, 청소년, 성인까지 전 연령층을 아우르는 교육구조를 구축했다. 그뿐 아니라 청소년, 일반 시민, 디자이너 등 다양한 계층별 요구에 부합하는 디자인 교육 프로그램도 운영했다. 이에 따라 디자인뿐 아니라 패션, 의류제조, 공예, 건축 등 재단의 분야별 교육 프로그램을 'DDP CAMPUS' 교육 플랫폼으로 일원화해 누구나 디자인을 즐기며 배울 수 있게 했다.

[그림 6-3]
DDP CAMPUS 구성



DDP를 비롯해 2017년 9월 5일 개관한 서울새활용플라자도 교육장소로 활용해 더욱 다양한 교육 프로그램을 운영할 수 있었다. DDP 내·외부 콘텐츠를 활용한 디자인, 건축, 역사, 문화 자율체험형 투어 프로그램인 '청소년 미션탐험대'는 321개 학교, 21,068명이 이용했다(12월 기준). 정례화된 DDP 포럼 외에도 지식공유 세미나, 북클럽 등 성인 대상의 디자인 강연 프로그램을 기획, 운영했다. 기업과 교사를 대상으로 한 디자인 직무연수 프로그램도 기획했다. 재단은 2013년 디자인 분야 직무연수기관으로 지정된 바 있다. 그 밖에도 현대자동차 직원 54명을 대상으로 디자인 트렌드 및 실무연수 교육을 2회 진행했으며, 2018년부터는 '디자인 사고 확산 워크숍'을 본격적으로 진행할 예정이다.

[표 6-6] 2017 DDP 교육 프로그램 개요

프로그램명	운영현황	참가인원
DDP 포럼	왜 지금 큐레이션인가, 다시 도시 브랜딩, 디자인 유산의 아카이빙 등 총 10회	1,111명
DDP 지식공유 세미나	이탈로 로타 공간을 이루는 모든 요소에 대한 이야기, 존 타카라 특별강연 등 총 5회	1,134명
DDP 북클럽	교양 건축, 집 짓다 살다 담다 등 총 2회	115명

'DDP 청소년 멘토링 세미나'는 국내외에서 활발하게 활동 중인 디자이너와의 만남을 통해 디자인 분야에 취업하고자 하는 청소년들이 진로를 탐색해볼 수 있는 프로그램이다. 세미나는 디자인, 환경, 건축, 패션을 주제로 5회 운영되었다.

[표 6-7] 2017 청소년 멘토링 세미나 개요

주제	일시	강사
디자인	2017. 06. 21. 14:00-16:00	임승모 디자이너(BMW GROUP)
환경	2017. 09. 27. 15:00-17:00	1. 윤호섭 교수(국민대학교 시각디자인과 명예교수) 2. 김수민 대표(새활용플라자 입주공방 작가, 밀키프로젝트 대표)
건축	2017. 09. 28. 10:00-12:00	양수인 건축가(LIFETHINGS 소장)
패션	2017. 11. 09. 10:00-12:00	홍혜진 디자이너(스튜디오K)
패션	2017. 12. 08. 10:00-12:00	박시영 영화포스터 디자이너

'DDP 청소년 디자인 스튜디오'는 건축디자인 전문 분야를 소개하고 우리가 살고 있는 도시에 대한 이해를 높이는 교육 프로그램이다. 중학교 자유학기제 진로탐색 프로그램과 연계해 강연과 실습으로 구성했다. 2017년에는 건축가 편(10.25. / 11.24.)과 패션디자이너 편(09.29. / 11.24.)이 각 2회, 총 4회 진행되었다.

[표 6-8] DDP CAMPUS 개요

구분	교육 프로그램	2016	2017
유아	디키디키(디자인 키즈, 디지털 키즈) - 유·초등 대상 디자인 체험형 프로그램	-	13,917명(9월 오픈)
청소년	멘토링 세미나, 디자인 스튜디오 - 자유학기제 연계 진로탐색 프로그램	446명	1,099명
성인	DDP 포럼, DDP 지식공유 세미나, DDP 북클럽 - 디자인 트렌드 강연 프로그램	1,532명	1,905명
전문가	특수 분야 직무연수(기업·교사), 학교설명회, 컨데나스트 - 교사 디자인 직무향상, 글로벌 패션교육 프로그램	36명	609명

간송문화전

2015 — 2016 — 2017

재단은 (재)간송미술문화재단과 함께 간송미술관 소장품을 근간으로 대한민국 창조·디자인 원형을 알리는 공동전시를 기획, 운영해왔다.

2014년 3월 21일 DDP 개관과 함께 시작된 '간송문화전'은 2015년부터 2017년 2월까지 DDP 배움터 디자인박물관에서 3~8부 전시가 열렸다. 2014년 12월부터 이어진 '진경산수화 : 우리 강산, 우리 그림'에는 조선후기 진경시대의 정선과 김홍도가 그린 서울, 금강산 등의 풍경을 포함해 약 90여 점이 전시되었다. '매, 난, 국, 죽 : 선비의 향기'전에서는 조선시대 사군자를 대표하는 탄은 이정, 유덕장, 김정희의 대표작 60여 점 외에 〈삼청첩〉이 최초로 공개되었다. '화훼영묘 : 자연을 품다'에서는 공민왕, 신사임당, 정선, 김홍도, 장승업 등 회화사에서 대표적인 화훼영모 작품 70여 점을 소개했다. 전시 기간에 운영된 '진경산수와 DDP 유람', 'DDP 타임머신 투어' 등 전시연계 4개 프로그램에는 2,031명이 참여했다. '풍속인물화 : 일상, 꿈, 그리고 풍류'전에서는 신윤복의 〈미인도〉와 《혜원전신첩》, 김홍도의 〈마상청앵도〉 등 조선시대 풍속인물화의 역사를 보여주는 대표작 80여 점이 전시되었다.

이후에는 현대작가와 간송, 백남준과 간송의 컬래버레이션 전시를 선보였다. '법고창신 : 현대작가, 간송을 기리다'전에서는 간송 전형필 선생 탄생 110주년을 맞아 엄선한 현대미술작가 33인이 생각하는 '문화'의 가치와 개념, 중요성을 시각적 언어로 풀어냈다. 국내외에서 활발하게 활동 중인 현대미술작가가 '간송 오마주'를 주제로 문화의 가치와 개념 그리고 중요성을 시각언어로 풀어냈다. '간송과 백남준의 만남'전은 간송의 소장품과 백남준아트센터의 소장품을 매칭해 구성했다. 재단과 (재)간송미술문화재단의 계약은 2017년 3월 21일로 종료되었으나 2017년 3월 22일 재계약을 체결하고 2019년 3월 21일까지 2년간 간송재단 소장품을 디자인으로 재해석해 확장, 콘텐츠화하는 기획전시를 공동주최하는 데 협의했다.

이후 진행된 '훈민정음과 난중일기 : 다시, 바라보다'에서는 훈민정음과 난중일기로 본 세종과 이순신의 리더십을 주제로 유네스코 세계기록문화유산이자 국보인 「훈민정음 해례본」(국보70호)과 「난중일기」(국보76호)의 영인본과 그 밖의 유물 20여 점을 전시했다.

'바람을 그리다 : 신윤복·정선'은 원작과 미디어, 사람과 기술의 조화를 보여주는 전시로 진행되었다. 재단은 DDP 개관부터 지속되어온 간송미술관과의 협력관계를 바탕으로 간송의 유물과 새로운 디자인 트렌드를 융합해 디자인적 가치를 발견하는 기획전시를 개최할 수 있었다.

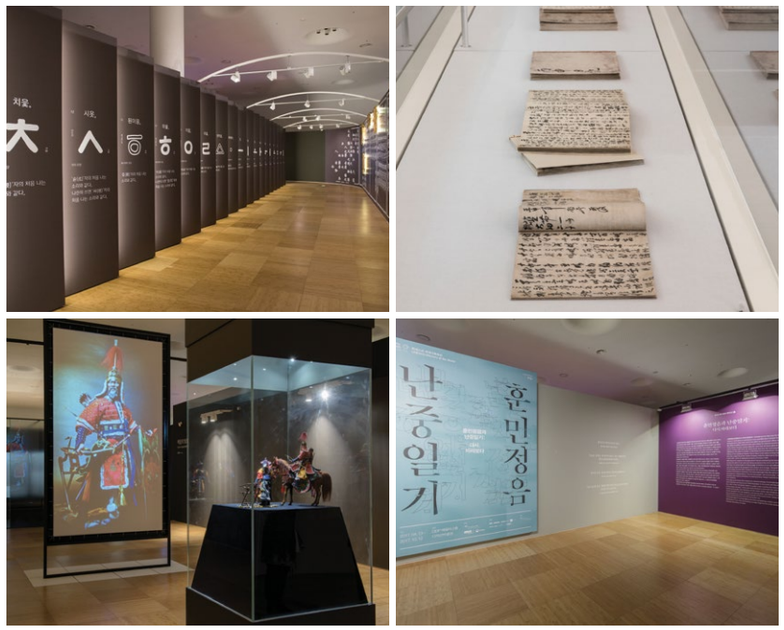
[표 6-9]
간송문화전 내용

구분	전시명	일정	관람객
1부	문화로 나라를 지키다 : 간송 전형필	2014. 03. 21.~06. 15.	112,709명
2부	문화로 나라를 지키다 : 보화각	2014. 07. 02.~09. 28.	117,849명
3부	진경산수화 : 우리 강산, 우리 그림	2014. 12. 14.~2015. 05. 10.	44,179명
4부	매, 난, 국, 죽 : 선비의 향기	2015. 06. 04.~10. 11.	55,351명
5부	화훼영모 : 자연을 품다	2015. 10. 23.~2016. 03. 27.	42,934명
6부	풍속인물화 : 일상, 꿈, 그리고 풍류	2016. 04. 20.~08. 28.	64,157명
	법고창신 : 현대작가, 간송을 기리다	2016. 09. 10.~10. 23.	3,358명
	간송과 백남준의 만남 : 문화로 세상을 바꾸다	2016. 11. 09.~2017. 02. 05.	16,517명
	훈민정음과 난중일기 : 다시, 바라보다	2017. 04. 13.~10. 12.	120,052명
	바람을 그리다 : 신윤복·정선	2017. 11. 24.~2018. 05. 24.	진행 중

[그림 6-4]
바람을그리다
신윤복 · 정선



[그림 6-5]
훈민정음과 난중일기



DDP 기획·협력 전시

2015 — 2016 — 2017

재단은 외부 전문가, 전문기관 등과 협력 거버넌스를 구축, 국내외 기관과 역할을 분담해 공동책임을 지는 협력전시와 자체 기획전시를 개최했다.

DDP 개관 1주년 기념으로 열린 '함께 36.5디자인' 기획전은 '신체적 공평, 사회문화적 공존, 지구환경적 공생'을 위한 디자인의 사회적 역할을 주제로 진행되었다. 다양한 사람들이 조화를 이루며 살아가는 '함께하는 도시, 서울'을 만들기 위한 디자인의 사회적·실천적 역할을 제시한 이 전시 기간에 연계 워크숍을 18회 개최했으며, 총18,556명이 관람했다. 같은 시기 개관 1주년 기념으로 살림터 카페1에서 진행된 'DD풍'은 동대문 지역상권인 서울풍물시장 활성화를 위한 협력전시였다. 풍물시장의 물건과 상품을 통해 가치 있고 의미 있는 삶을 모색하고자 한 'DDP풍'은 DDP와 동대문 지역상권을 문화적으로 엮을 수 있는 콘텐츠를 발굴해 시민들에게 전시 형태로 소개했다.

박수근 50주기를 맞아 2015년 4월 30일부터 '국민화가 박수근'과 건축·디자인 동행전 '창신·길'을 개최했다. 이 전시는 그동안 한자리에서 보기 힘들었던 대표작을 모은 특별전으로 의미가 있었다. '국민화가 박수근'에서는 작품활동의 근거지였던 창신동 시기 박수근 화백의 대표작 〈나무와 두 여인〉, 〈절구질하는 여인〉, 〈귀로〉 등 유화 45점과 수채화 5점, 총 50점을 전시했다. 갤러리문에서 열린 '창신·길' 전시에는 창신동 거주 도시재생 활동가와 예술가들이 참여해 과거 박수근과 백남준의 예술혼이 이어지는 현재 창신동의 '장소의 혼(genius loci)'과 삶을 조명했다.

광복 70주년을 기념해 개최된 '뿌리 깊은 미래, DDP 사람을 만나다, 역사를 만나다' 전에서는 KBS 다큐멘터리 〈뿌리 깊은 미래〉 중에서 광복 후 많은 땀과 노력으로 지금의 대한민국을 만들어낸 한국인의 스토리를 담은 영상 15개를 선보였다. 열정·도전·기적·감동, 4개 영역으로 구분해 DDP의 상징적 공간인 디자인둘레길에 전시해 모든 시민이 무료로 관람할 수 있게 했다.

세계적인 거장 디자이너의 전시와 작품기증도 잇따랐다. 2015년 10월에는 '알레산드로 멘디니, 디자인으로 쓴 시'전을 아틀리에 멘디니와 공동으로 주최해 이탈리아 출신의 디자인 거장 알레산드로 멘디니의 40여 년 인생을 집약한 작품 600여 점을 전시했다. 이는 역대 최대 규모의 아시

아 최초 전시로 멘디니가 전시를 앞두고 내한해 직접 설치를 진행했다. 이 전시는 5개월간 관람객 14만 명을 모았다. 멘디니는 5월 3일에도 방한해 전시작품 〈거인의 두상(Tete Geante, 2002)〉 기증식에 참석했다. 〈거인의 두상〉은 DDP 디자이너 컬렉션 1호로 지정되었으며, 배움터 조형계단 로비에 전시되었다. DDP 디자이너 컬렉션 2호는 2016년 3월 한·불 수교 130주년 기념으로 DDP에서 전시를 진행한 패션디자이너 장 폴 고티에의 〈콘브라 한복 드레스〉이다.

DDP 개관 2주년 기념 '동대문자투리'전에서는 디자이너와 지역의 봉제장인이 함께 동대문지역의 버려진 자원으로 쓰임이 있는 작품을 만들어 전시했다. 산학협약으로 홍익대학교 국제디자인트렌드센터에서는 동대문의 정서를 담은 업사이클 디자인 가구 6점과 오브제 1점을 개발했으며, 성균관대학교 의상학과에서는 업사이클 패션디자인 상품을 개발해 전시했다. 도시융합협동조합과는 봉제장인과 디자이너 매칭, 원단수급 등의 협업을 진행했다. 이 전시에는 업사이클 디자인 상품 47종과 영상이 전시되었으며, 5월 8일까지였던 전시기간이 29일로 연장되었다.

재단과 정림건축이 공동주최한 '서울감성풍경, 건축가와 함께하는 도시산책'은 문화와 역사, 장소와 기억을 만들어가는 도시 서울의 풍경을 건축가의 시각으로 그려낸 전시였다. 건축가들은 공간의 보이지 않는 가치와 이야기를 그림(157점)과 사진(161점)에 담아냈다. 전시는 한양도성, 북촌한옥마을, 이화·창신·숭인동 3개 섹션으로 구성되었으며, 폐자재를 최소화하기 위해 재사용이 가능한 소재를 전시 구조물로 사용했다.

'DDP에 누워 백두대간을 노닐다, 백두대간 와유(臥遊)' 특별전은 국내 최장 533m 전시관인 디자인둘레길에서 열렸다. 한국화가 문봉선의 〈강산여화〉(2014, 화선지에 수묵)는 폭1m, 길이 150m에 이르는 대작으로 긴 전시장을 활용할 수 있는 최적의 전시 콘텐츠였다. 둘레길 벽면에 직접 작품을 부착했을 뿐 아니라 가구디자이너 하지훈의 작품 〈자리〉에 누워서 작품을 감상할 수 있게 해서 많은 화제를 모았다. 재단은 둘레길을 활용해 관람객에게 휴식과 여가를 제공하는 전시 콘텐츠를 선보이며 전시공간으로서의 가능성을 입증했다.

'wkf tkfwl? 내 안의 김광석'전은 김광석이라는 대중음악의 아이콘을 문화예술 콘텐츠로 재조명하기 위해 건축·디자인·미술·음악 장르를 아우른 전시였다. 창신동과 대학로의 문화자원인 김광석의 노래에 담긴 감성을 6명의 아티스트가 작품으로 구성했으며, 둘레길을 음악 튜브로 활용하는 실험적인 시도가 이루어졌다. 전시기간 중 전시장을 공연장으로 전환해 LP감상회, 밴드, 어쿠스틱, 발라드, 뮤지컬, 클래식 공연을 7회 진행했다. 이는 대중음악을 전시하는 새롭고 실험적인 형태의 전시라는 평가를 받았다.

한국을 대표하는 조각가 김영원의 조각전 '나-미래로'에서는 DDP 건축물과 어우러지는 예술작품을 설치해 시민들이 즐길 수 있게 했다. '그림자의 그림자' 시리즈를 포함해 20여 작품이 DDP

[표 6-10]
2015-2016 기획 · 협력 전시 개요

전시명	전시기간	장소	관람객	예산
함께 36.5 디자인	2015. 03. 17.~ 05. 24.	디자인전시관	18,556명	700,000천 원 기획
DD풍	2015. 03. 20.~04. 28.	살림터 카페1	42,171명	1.500천 원 협력 서울풍물시장상인회
창신 · 길	2015. 04. 30.~05. 11.	갤러리문	906명	기획
국민화가 박수근	2015. 04. 30.~06. 28.	이간수문전시장	16,044명	355,100천 원 기획
뿌리깊은 미래	2015. 08. 14.~10. 29.	디자인둘레길	64,546명	120,000천 원 협력
알레산드로 멘디니 '디자인으로 쓴 시'	2015. 10. 09.~2016. 02. 28.	디자인전시관	14만 명	협력 아틀리에 멘디니
서울감성풍경, 건축가와 함께하는 도시산책	2016. 01. 13.~02. 10.	디자인둘레길 B2~B1	35,004명	협력 정림건축
동대문자투리	2016. 02. 25.~05. 29.	둘레길 쉼터	39,966명	200,000천 원
백두대간 와유	2016. 04. 02.~05. 29.	디자인둘레길 B2~1F	7,247명	80,000천 원
내 안의 김광석 wkf tkfwl?	2016. 07. 16.~09. 11.	디자인둘레길 2~4F 둘레길 쉼터	8,256명	250,000천 원
김영원 조각전 '나-미래로'	2016. 09. 08.~2017. 02. 26.	알림터 로비, 야외공간	103,456명 (야외제외)	기획
진태옥 50주년 전시회	2016. 10. 15.~11. 06.	이간수문전시장	-	기획
2016 서울새활용전	2016. 11. 24.~12. 04.	디자인둘레길 B2~1F	13,621명	협력 서울시

야외공간과 알림터 1층 로비(5작품)에 전시되었다. 작가는 전시가 종료된 뒤 8m 높이의 대형 청동조각 〈그림자의 그림자-길〉(3억 상당)을 DDP에 기증했다. 재단은 이 작품을 DDP 디자이너 컬렉션 3호로 지정하고 DDP 미래로 입구에 영구 전시하기로 했다.

원로 디자이너 진태옥의 패션인생 50주년을 기념하는 특별전 'ANTHOLOGY:Jinteok, Creation of 50 Years'는 서울패션위크와 연계해 진행되었다. 진태옥 디자이너가 영감의 원천으로 삼는 자연과 일상이라는 주제 아래 진태옥 아카이브에서 발췌한 80여 벌의 의상으로 전시장을 구성했다.

또한 '2016 서울새활용전'은 윤리적 소비양식이자 미래산업인 업사이클 문화의 가치를 확산하기 위해 재단과 서울시가 공동주최한 전시였다. 이 전시를 통해 2017년 개관한 서울새활용플라자의 역할 및 기능을 미리 엿볼 수 있었다.

2017년 단연 화제를 모은 전시는 '픽사 애니메이션 30주년 특별전'이었다. 재단이 픽사 애니메이션 스튜디오, 지엔씨미디어와 공동주최한 이 전시에는 1986년 설립된 픽사 애니메이션 스튜디오

의 초기 단편영화부터 〈토이 스토리〉, 〈몬스터 주식회사〉, 〈니모를 찾아서〉, 〈업〉, 〈인사이드 아웃〉 등 대표영화의 탄생 과정을 '캐릭터, 스토리, 월드' 단계별로 보여주었다. 2017년 4월 15일부터 8월 8일까지 약 4개월간 열린 이 전시에는 DDP 개관 이래 최대 관람객인 38만 명이 다녀갔다.

'애플리사 – A Product Design Story'는 애플의 디자이너이자 애플리사(Apple LISA)를 디자인한 빌 드레셀하우스의 애플 컬렉션 81점 기증을 기념하는 전시였다. 지금의 애플 제품 디자인을 있게 한 애플리사가 현대에 남긴 유산을 재조명한 이 전시는 재단기증을 기념해 무료로 진행되었으며, 총 10,751명이 관람했다.

갤러리문에서는 박수근미술관과 동대문미래창조재단의 협력으로 제1회 박수근미술상 수상작가 황재형의 전시가 열렸다. 황재형은 서울에서의 작품활동을 중단하고 돌연 태백으로 내려가 실제로 광부생활을 하면서 30여 년간 탄광촌과 광부들의 일상과 초상을 그렸다.

'느낌적인 느낌' 전시는 재단의 '영디자이너 챌린지' 연장선상으로 진행되었으며, 신진 디자이너 키린(KIREAN), 박윤수(HEYOLA), 후연(HU YEON)의 독창적인 세계관과 개성 있는 일러스트레이션을 선보였다.

[표 6-11] 2017 기획 · 협력 전시 개요

전시명	전시기간	전시장소	관람객	예산(천 원)
픽사 애니메이션 30주년 특별전	2017. 04. 15.~08. 08.	디자인전시관	38만 명	-
애플리사전 : A Product Design Story	2017. 06. 22.~07. 16.	둘레길 쉼터	10,751명	30,000
일러스트전 : 느낌적인 느낌	2017. 06. 02.~18.	갤러리문	1,381명	10,000
건축, 문화를 담다 ARCHI CULTURE	2017. 06. 30.~07. 23.	갤러리문	2,580명	10,000 협력 UAUS
DDP 인스타그램 사진전	2017. 08. 04.~30.	A3아카이브	-	20,000
서울라운지	2017. 09. 01.~11. 05.	DDP 알림터 1층 A3 내·외부	-	400,000 협력 서울시
문의 공간, 문의 장면	2017. 12. 19.~2019. 01. 07.	디자인둘레길 B2~1F	-	10,000 협력 UIID
제1회 박수근미술상 수상작가전-황재형	2017. 05. 02.~21.	갤러리문	4,800명	협력 박수근미술관
덴마크 현대건축전	2017. 09. 02.~17.	갤러리문	1,700명	협력 주한덴마크대사관
ENDLESS JOURNEY_루비나	2017. 10. 17.~11. 12.	디자인둘레길 2~4F. 둘레길 쉼터	-	협력
루이지 꼴라니	2017. 12. 08.~2018. 03. 25.	디자인전시관	진행 중	협력
렌즈를 통해 본 한국	2017. 12. 07.~2018. 01. 07.	갤러리문	1,353명	협력

'건축, 문화를 담다'는 수도권 21개 대학 건축과 연합회인 UAUS와 협력해 반포한강공원에서 진행된 '파빌리온' 야외 전시에 대한 회고전의 일환이었다. 21개 대학교 전시팀들이 각자의 시각으로 새롭게 재해석한 파빌리온, 모듈, 모형을 전시했다.

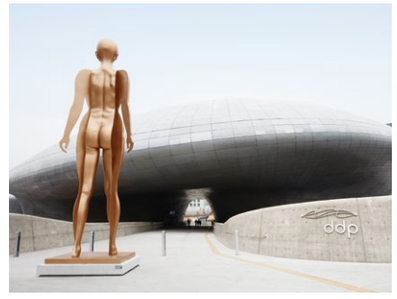
서울도시건축비엔날레 기간에 열린 '서울라운지'는 '재생, 상생, 민생'을 주제로 한 재단과 서울시의 협력 전시다. 서울로7017, 서울새활용플라자, 생활임금제 등 서울 시민의 삶을 풍요롭게 하는 14개 정책을 전시와 휴게공간이 어우러진 라운지 형태로 구현했다. 이벤트존에서는 시민들이 자신이 원하는 정책을 직접 제안할 수 있게 했다.

'덴마크 현대건축전'은 주한덴마크대사관의 협력으로 서울도시건축비엔날레 개최를 기념해 기획된 전시다. 덴마크 건축가들의 역량을 문화시설, 주거시설, 보건·교육시설, 도시개발 총 4개 분야, 22개의 포스터로 보여주었다.

'ENDLESS JOURNEY_루비나'전은 2018 S/S 헤라 서울패션위크 선정 명예디자이너 루비나의 37년 작품활동을 돌아보는 아카이빙 전시로 진행되었다. '디테일의 여왕'으로 불리는 디자이너 루비나가 달고, 엮고, 뜨고, 묶고, 꼬고, 꿰매고, 누르고, 푸는 과정을 통해 제작한 150벌의 의상을 만날 수 있었다.

재단은 자체기획, 공동기획, 협력전시 등 다양한 방식으로 국내·외 미술관, 박물관, 대사관 등 외부 기관 및 전문가와의 협업을 통해 DDP 전시 콘텐츠를 풍성하게 만들었다. 동대문, 창신동, 박수근, 김광석 등 지역특화 콘텐츠를 발굴하고 공간특성을 극대화한 전시기획으로 DDP 고유의 콘텐츠를 확장해 나갔다. 한편, DDP 유휴공간을 전시공간으로 개발해 성공적으로 운영하기도 했다. 기존의 전시공간 외에 디자인둘레길, 둘레길 쉼터, 살림터 카페1, A3아카이브 등으로 전시공간이 다양해졌다. 또한 갤러리문을 활성화한 '오픈 큐레이팅'를 비롯해 각 공간별로 적합한 콘텐츠를 찾아 전시를 진행했다. 세계적인 거장 디자이너의 작품 전시와 기증을 통해 DDP 디자인 소장품이 확대되는 성과도 거두었다. 재단은 DDP 고유의 콘텐츠를 계속 확보해 향후 DDP 디자이너 컬렉션 전시로 발전시킨다는 계획이다.

[그림 6-6] 김영원 조각전 '나-미래로' / 내안의 김광석





오픈 큐레이팅

2015 — 2016 — 2017

재단은 다양한 창의 아이디어 실현의 플랫폼을 마련하기 위해 2015년부터 'DDP 오픈 큐레이팅' 사업을 진행 중이다. DDP 오픈 큐레이팅은 민간 전문가들이 직접 참여해 DDP 콘텐츠를 기획하고 시민과 함께 나누는 디자인·창조 문화 프로젝트로 창의적인 민간 전문가와의 협치 토대를 마련하고 혁신적인 주제의 전시를 통해 디자인의 지평을 확대하는 데 목적이 있다. 동대문 도매상권과 인접해 있는 DDP 갤러리문에서 전시를 진행해 동대문 지역과 DDP 야간 콘텐츠의 활성화를 시도했다.

2015년에는 공모와 심사를 거쳐 선정된 4개 분야의 전시 중 최종 2개 전시가 진행되었다. 첫 번째 전시는 젊은 건축가들이 공간, 도시, 장소에 대한 상상력을 60초의 영상으로 표현한 '60초 건축' 전이었다. 건축과 대중이 소통하는 새로운 장을 만들기 위해 젊은 건축가 15인은 각기 다른 건축적 관심사와 접근방법을 필름, 동영상, 설치물 등의 매체로 표현했다. 이후 11월에는 음식과 요리라는 문화 트렌드를 디자인의 눈으로 조명하는 'A Delicious Life : Curiosity Cabinet 음식으로 바꾸는 세상' 전이 진행되었다. 각기 다른 분야의 아티스트들이 각자의 시각으로 바라본 식문화에 대해 실험적 제안을 하고, 먹고 소비되는 일상의 소재만이 아니라 무한히 크리에이티브한 소재로서 음식의 가능성을 탐구했다. 오픈 큐레이팅을 통해 대중의 공감을 얻을 수 있는 창조적 콘텐츠를 소개해 시민의 문화적 감성과 예술적 안목을 높일 수 있는 계기를 마련했다.

[표 6-12]
2015 오픈 큐레이팅 내용

전시명	내용	일정	관람객
60초 건축	젊은 건축가들의 상상력을 영상매체로 표현	2015. 06. 06.~07. 25.	5,023명
A Delicious Life : Curiosity Cabinet 음식으로 바꾸는 세상	음식과 요리라는 문화 트렌드를 디자인의 눈으로 조명	2015. 11. 06.~29.	4,096명

2016년에는 DDP 야간 콘텐츠의 활성화에 기여하기 위해 '밤에 여는 미술관'을 콘셉트로 총 20개 공모작 가운데 우선순위 7개를 선정하고 최종 3개를 전시했다. 밤에 여는 미술관은 나이, 성별, 직업, 국적 등에 제한이 없는 열린 기획 공모로 실험적인 큐레이팅을 시도하고 혁신적 주제를 선정해 디자인 담론을 형성하고자 했다. 전시는 콘셉트에 맞게 밤 10시까지 관람할 수 있었다. 첫 번째 전시 '7 Paris Space Time'은 7월 9일부터 8월 10일까지 진행되었다. 2015~2016 한불 상호교류의 해를 맞아 파리의 그랑 팔레, 파리장식미술관, 팔레 드 도쿄에서 선보였던 작가 5명의 작품으로 전시를 구성했다. '7'은 파리와 서울의 시차를 뜻한다. '시각의 소리화+소리의 시각화'는 한국과 미국의 미디어 아트, 비주얼 뮤직과 관련한 국제교류 전시였다. 비주얼 뮤직(Visual Music)에 '어떻게 시각물을 듣고, 어떻게 소리를 보는가?'라는 근원적 질문을 던져 그 속에서 다양하게 표현된 작품을 경험하게 했다. '보이는 집 : 여섯 개의 방'은 갤러리문에서 '우리의 집'이라는 콘셉트로 음악, 푸드, 패션, 가드닝, 일러스트, 시각디자인 분야의 아티스트 6명이 각자의 방을 개성 있는 공간으로 완성해 작가 내면의 살아 숨 쉬는 이야기를 전달했다.

[표 6-13]
2016 오픈 큐레이팅 내용

전시명	내용	일정	관람객
7 Paris Space Time	시차가 7시간인 파리와 서울의 시간과 공간을 공유(기획 안강은)	2016. 07. 09. ~ 08. 10.	8,726명
SV+VS (시각의 소리화 + 소리의 시각화)	비주얼 뮤직의 새로운 경험 (기획 한윤정)	2016. 08. 20. ~ 09. 18.	5,061명
보이는 집 : 여섯 개의 방	디자이너, 작가 등 6개 분야 아티스트의 6가지 감각경험(기획 OMT)	2016. 10. 08. ~ 11. 06.	6,815명

2017년에는 '밤에 여는 미술관과 동대문 콘텐츠'를 콘셉트로 갤러리문과 둘레길 쉼터, 둘레길 도입부까지 전시공간을 3곳으로 늘려 공모를 진행했다. 'CITY(e)SCAPE'는 편집장, 광고아트디렉터, 포토그래퍼 3인의 시선으로 담은 세계 도시의 모습을 보여주는 사진전이다. 전시명은 도시 경관을 뜻하는 시티스케이프(Cityscape)와 도시 탈출을 뜻하는 시티 이스케이프(City Escape)의 합성어이다. '남겨진 장소, 새로운 가치'는 도시의 버려진 장소를 재사용한 새로운 브랜딩 전시로 디자인 그룹 Z_Lab이 참여했다. Z_Lab은 제로플레이스, 창신기지, 눈먼고래, 바구니호스텔, 어라운드폴리 등의 프로젝트를 선보여온 디자인 그룹이다.

[표 6-14]
2017 오픈 큐레이팅 내용

전시명	내용	일정	관람객
Vol.6 CITY(e)SCAPE 사진전	편집장, 아트디렉터, 포토그래퍼의 시선으로 담은 도시의 모습을 보여주는 사진전	2017. 10. 28.~11. 12.	838명
Vol.7 남겨진 장소, 새로운 가치	디자인 그룹 Z_lab의 건축사진전	2017. 11. 17.~12. 03.	649명

[표 6-15]
오픈 큐레이팅 개요

구분	2015	2016	2017
예산	9,500천 원	30,000천 원	100,000천 원
장소	DDP 갤러리문	DDP 갤러리문	DDP 갤러리문
전시명	• 60초 건축 2015. 06. 06.~07. 25. • 음식으로 바꾸는 세상 2015. 11. 06.~29.	• 7 Paris Space Time 2016. 07. 09.~08. 10. • 시각의 소리화 + 소리의 시각화 2016. 08. 20.~09. 18. • 보이는 집 : 여섯 개의 방 2016. 10. 08.~11. 06.	• CITY(e)SCAPE 사진전 2017. 10. 28.~11. 12. • 남겨진 장소, 새로운 가치 2017. 11. 17.~12. 03.
특징	DDP 갤러리문 활성화 계획으로 시작	'밤에 여는 미술관'으로 동대문 도매상권과 연계	'도시'라는 주제의 DDP 주관 큐레이팅으로 확대

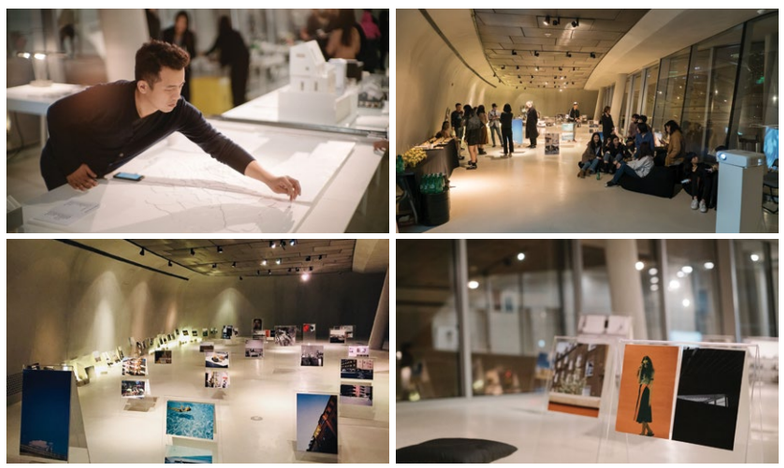
[그림 6-7]
2015 주요전시 사진



[그림 6-8]
2016 주요전시 사진



[그림 6-9]
2017 주요전시 사진



DDP __ 전시

영 디자이너 챌린지

2015 — 2016 — 2017

'영 디자이너 챌린지'는 디자인 전공 대학생에게 졸업작품을 DDP에서 전시하게 함으로써 디자인 유관 기업·기관과 전문가, 일반 대중에게 선보일 수 있는 기회를 제공하는 사업이다. 재단은 디자인 역량을 갖춘 가능성 있는 영 디자이너를 발굴해 '셀프 프로모션'을 할 수 있는 장을 마련해주었다.

'영 디자이너 챌린지'는 서울디자인위크 2015 행사의 프로그램인 '영 디자이너 존'에서 시작되었다. 2015년에는 11개 대학 산업디자인 분야의 139작품이 전시되었으며, 학과 지도교수를 중심으로 일괄 참여하는 방식으로 이루어졌다.

2016년부터는 '영 디자이너 챌린지'로 확대되어 단독으로 진행되었으며, 작품을 출품하는 데 그치지 않고 학생들이 자발적으로 참여해 함께 만들어가는 전시로 기획되었다. 이 전시를 위해 디자인대학의 과대표를 중심으로 19명의 기획단을 구성해 의사결정을 하고 합의점을 도출하는 과정을 거쳤다. 참가작품은 2015년 산업디자인 1개 분야 139작품에서 2016년에는 시각, 산업, 영상, 공간 등 6개 분야 178작품으로 확대되었다. 전시는 2016년 11월 25일부터 12월 3일까지 8일간 개최되었다. 11월 24일 저녁 6시에는 영 디자이너로서의 데뷔를 축하하는 전야제 '영 디자이너 나이트'가 디자인놀이터 앞 로비에서 진행되었다. 전시는 학생들의 작품을 주제별, 분야별로 리-큐레이팅했다. 총 20개 대학에서 50여 개 전공 졸업예정자가 참여했으며, 디자인둘레길을 따라 6개 분야, 14개 섹션에 178작품을 배치했다. 총 관람객은 6,522명으로 일 평균 815명이 전시장을 방문했다.

2017년부터는 전국 디자인 대학을 대상으로 규모가 더 확대되었다. 2017년 전시 참여작품 공모는 9월 30일부터 10월 25일까지 진행되었으며, 시각·가구·운송·영상·공간·제품 6개 분야에서 우수한 졸업작품을 공모했다. 11월 1일부터 6일까지 제품과 운송 분야 추가모집을 거쳐 총 372팀이 참가신청을 했다.

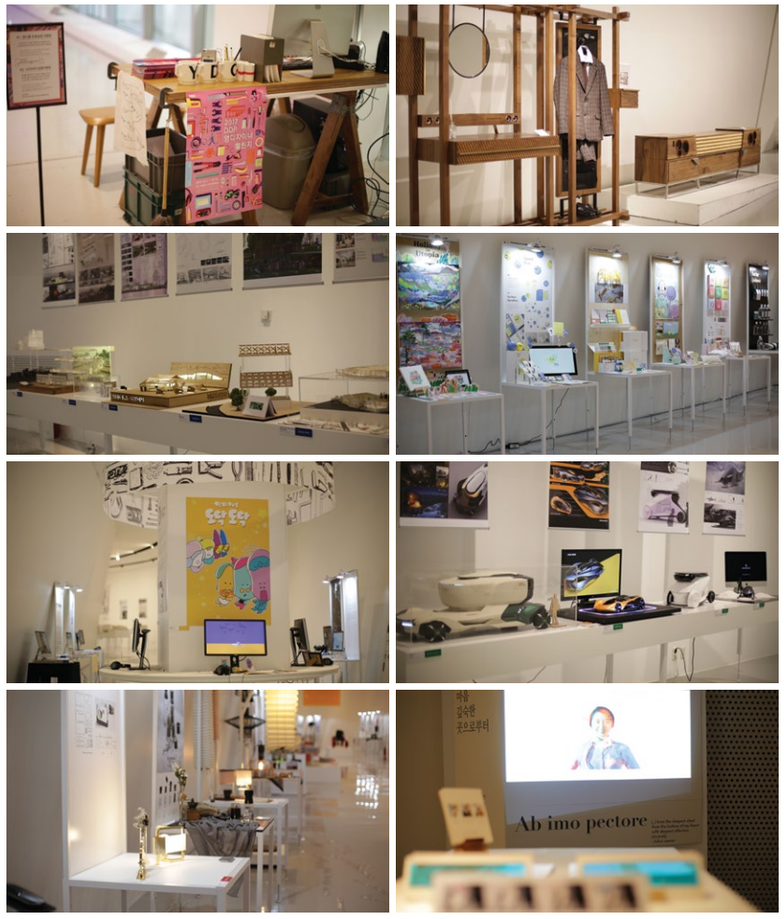
2017년 영 디자이너 챌린지는 12월 1일에서 12월 10일까지 열렸다. 총 6분야, 256명이 참여해 200여 작품을 전시했으며, 전시기간 동안 4,224명이 방문했다.

'영 디자이너 챌린지'는 대학을 졸업하고 이제 막 디자이너로 활동을 시작하는 영 디자이너들에게 DDP에서 작품을 대중에게 발표할 수 있는 기회를 제공한 전시였다. 영 디자이너들이 '대학졸업전시'라는 제한적 기회를 넘어 사회로 진출하는 시점에서 자신을 알리고 교류할 수 있는 청년 디자인 축제의 장이 되었다.

[표 6-16]
영디자이너 챌린지 개요

구분	2015	2016	2017
사업명	영 디자이너 존	영 디자이너 챌린지	영 디자이너 챌린지
기간	2015. 12. 02.~06. (5일간)	2016. 11. 25.~12. 03. (10일간)	2016. 12. 01.~10. (9일간) 월 휴무, 금·토 연장운영
장소	DDP 배움터 디자인둘레길 B2F~1F	DDP 배움터 디자인둘레길 1F~4F, 둘레길 쉼터	DDP 배움터 디자인둘레길 B2F ~ 4F
주제	-	디자이너라는 이름으로 "데뷔!"	발견 : DISCOVERY 미래를 발견하고 가능성을 발견하고 나를 발견한다.
구성	대학별 구성	주제·분야별 리-큐레팅	주제·분야별 사전공모
규모	11개 대학, 산업디자인 139작품	수도권 20개 대학 50개 전공, 6개 분야 178작품 239명 참여	전국 단위 공모 30개 대학, 6개 분야 + 주제존에 200작품, 256명 참여
방향	지도교수 중심 참여	참여 학생(기획단 구성) 중심의 자발적 참여	DDP 어워드 영 디자이너의 등용문

[그림 6-10]
2017 영디자이너 챌린지



DDP 동대문 축제

시민이 함께하는 DDP 동대문 축제 2015

'시민이 함께하는 DDP 동대문 축제'는 시민과 관광객, 동대문 지역의 상인이 함께 참여하고 소통하는 지역상생 축제이다. DDP 동대문 축제는 지역산업 상생의 거점인 동대문의 브랜드 가치를 향상시키고 동대문상권을 활성화하기 위해 기획되었다.

2014년 1회 축제에 이어 2015년 2회 축제는 10월 9~10일, 2일간 DDP 일대와 장충단로에서 열렸다. 서울시, (사)동대문패션타운관광특구협의회, 서울문화재단, 동대문종합시장, 중구청, 서울중부경찰서, 한국관광공사, DDP 주변 민간유통시설 등이 축제를 후원했다. 9일은 전야제로 생방송 〈뮤직뱅크〉 공개방송이 열렸으며, 전 세계 116개국에 생중계되었다. 10일에는 동대문 상인이 참여하는 열린패션마켓, 패션쇼, 시민체험 프로그램, DDP 주말장터와 푸드트럭, 사회적 기업 홍보존, 대학생디자인상품존, 퍼레이드, 나눔캠페인 등 총 60여 개의 다채로운 프로그램이 진행되었다.

DDP 열린패션마켓에는 동대문 패션상권의 12개 상가가 참여해 트렌디한 패션 아이템을 시민들에게 도매가로 판매하고 홍보했다. 동대문 출신 신진 패션디자이너인 Yang's by HEEDEUK, Y by youjiyoung, Sling Stone by Park Jong Chul의 패션쇼도 3회 열렸다. 알레산드로 멘디니가 다문화 어린이와 함께 전시를 관람하고 디자인키트를 체험하는 이색 이벤트에는 총 130명의 다문화 가족이 참여했다. 2015년 축제에는 2014년 대비 10.5%가 증가한 17만 명이 참가했고, 주변상권 매출도 15% 증가하면서 지역경제의 활성화에 기여했다. 또한 동대문 지역 상인들의 축제 참여로 DDP와 상인들 간의 네트워크도 강화할 수 있었다.

[그림 6-11]
DDP 동대문 축제



DDP FESTA

2016

재단은 DDP 내외부 공간을 활용하고 DDP와 시민들의 거리감을 줄이기 위해 시민들이 직접 참여할 수 있는 행사를 계절에 맞춰 개최했다. 'DDP FESTA'는 지역경제와 문화발전을 도모하는 도시형 축제로 2016년 5월부터 시작되었다.

가정의 달 5월을 맞아 DDP 일대에서는 'Do Design Play! Do Design Party!'를 부제로 가족과 아이들 중심의 참여행사를 진행해 볼거리, 즐길 거리, 먹거리를 시민들에게 제공했다. 각종 행사는 평소 출입이 금지되었던 잔디언덕을 시민에게 전면 개방하고 진행했다.

'DDP JUNE FESTA'는 CJ CGV와 협력해 잔디언덕을 활용한 '그린시네마(GREEN CINEMA)'로 진행했다. DDP 야외에 대형 스크린을 설치하고 '영화와 공연을 동시에 즐길 수 있는 도심 속 피크닉'이라는 새로운 공간 마케팅을 시도했다. 그린시네마는 잔디언덕 행사를 개최한 이래 최다인원인 1,230명이 참석하는 성과를 거두었다. 이에 힘입어 2017년 6월 3일 토요일에도 열리면서 DDP의 연례행사로 자리를 잡았다.

7월의 페스타는 DDP 인근 충무아트홀에서 개최하는 충무로 뮤지컬 영화제와 연계해 뮤지컬 영화 상영과 뮤지컬 퍼포먼스를 접목한 새로운 축제로 선보였다. 영화상영 외에도 유동인구가 많은 DDP 어울림광장 곳곳을 활용해 라이브 연주, 야외 플래시몹 등을 진행해 DDP를 방문하는 시민들에게 신선한 문화 콘텐츠를 제공했다. 여름휴가철인 7월 29일부터 8월 7일에는 미래로 하단의 자연경사로를 이용해 길이 100m의 초대형 워터슬라이드를 설치했다. DDP 외부 공간과 여름 시즌 특성에 맞는 대중적 콘텐츠를 도입해 색다른 풍경을 보여주었으며, 차상위계층을 대상으로 초청권을 배포해 사회공헌을 실현하는 DDP 행사 참여계층을 다양화했다. 가을을 맞아 열린 'DDP AUTUMN FESTA'는 어린이를 동반한 가족단위의 시민을 대상으로 DDP 디자인놀이터 기획전 '떠나요! 지구별 상상여행×플레이모빌'과 연계해 무료체험과 마켓이 어우러진 야외 가족축제로 진행되었다. 12월에 진행된 'DDP WINTER FESTA'에서는 연말 분위기를 연출하기 위해 후원사인 아모레퍼시픽의 화장품 공병으로 만든 업사이클 조형물 '그린사이클 트리'를 설치했다. 재단직원들의 사랑나눔바자와 DDP 복주머니 판매수익금을 기부금으로 환원하는 등 자체 기부행사도 진행되었다. DDP FESTA는 DDP를 젊고 친근한 이미지로 만들고 시민들이 DDP를 다시 방문하게 만들었다. DDP 야외공간 활용률과 집객 향상에도 효과가 있었으며, DDP 내 디자인장터와 살림터 입점 기업, 주변상권과의 상생 마케팅으로 동대문상권의 활성화에도 기여했다.

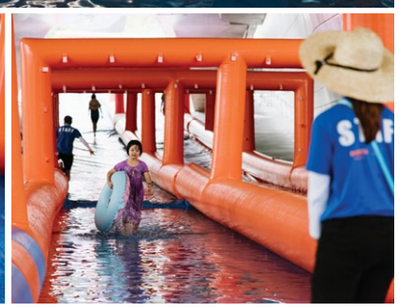
[표 6-17]
DDP FESTA 내용

구분	이벤트명	일정	장소	후원사	참가
5월	Do Design Play! Do Design Party!	2016. 05. 05.~08.	어울림광장, 잔디언덕, 잔디사랑방 등	현대자동차, 라이크컴퍼니 등 19개 사	30,893명
6월	GREEN CINEMA with CGV	2016. 06. 18. 16:00-23:00	DDP 잔디언덕, 잔디사랑방	CJ CGV 등 9개 사	1,545명
7월	충무로 뮤지컬 영화제 DDP OPEN SCREEN	2016. 07. 08.~10. 18:30-23:30	DDP 어울림광장	중구문화재단 충무아트센터	7,800명
8월	Wake up City! DDP SUMMER FESTA	2016. 07. 29.~ 08. 07.	DDP 팔거리, 어울림광장, 미래로 등	동대문미래창조재단, 두타몰, 헤라	4,700명
10월	DDP AUTUMN FESTA X Milk Modern Market	2016. 10. 08.~09. 10:00-18:00	DDP 디자인놀이터, 잔디사랑방, 잔디언덕	플레이모빌, 쁘띠 바토 등	2,350명
12월	DDP WINTER FESTA	2016. 12. 23.~25.	DDP 디자인거리, 살림터 디자인놀이터, 카페2	아모레퍼시픽	23,283명

[그림 6-12]
페스타별 대표 사진







서울밤도깨비야시장@DDP

2016 — 2017

2015년 시범사업으로 여의도 한강공원에서 열린 서울밤도깨비야시장은 2016년부터 서울을 대표하는 야시장으로 본격 추진되면서 DDP에서도 열리게 되었다. DDP를 방문하는 시민과 관광객들에게 먹거리, 살 거리, 볼거리 등 다양한 즐길 거리를 제공함으로써 DDP를 관광명소화하고, 차별화된 운영을 통해 청년들의 인큐베이팅 플랫폼을 구축하고자 했다.

'서울밤도깨비야시장@DDP'는 2016년 6월 25일부터 10월 29일까지 매주 금요일과 토요일 저녁 7시부터 12시까지 DDP 팔거리에서 총 38회가 열렸다. 만 19~39세 청년을 대상으로 사전 품평회(06. 25.~26.)를 통해 푸드트럭 100대 중 30대, 셀러 190팀 중 60팀을 선정했다. 여기에 동대문 지역상인 15팀도 동참했다. 야시장 청년 푸드트럭, 핸드메이드 참가자를 대상으로 창업과 디자인 전문교육을 총 12회 운영했다.

야시장을 찾은 시민들을 위한 문화행사도 곁들여졌다. 서울문화재단과 협업으로 문화예술공연단체와 버스커 120팀에게 DDP 야외공간을 오픈해 공연할 기회를 제공하고 주말마다 찾아가는 문화공연을 85회 개최했다. 야시장 기간 동안 청년 신진디자이너와 모델의 패션 런웨이와 댄싱나이트도 운영되었다. 동대문미래창조재단 기부금(200,000천원)을 유치하고 시민디자인연구소와 공동협력으로 청년 인큐베이팅 푸드트럭을 시범운영하기도 했다. 2016 헤라 서울패션위크 기간에는 야시장을 휴장하고 패션위크 방문 시민들을 위한 푸드트럭 10대(일 10대, 총 19팀)를 별도로 운영했다. 10월 20일에서 22일까지 3일간 밤 시간이 아닌 낮 12시부터 저녁 8시까지 일평균 7~8천 명, 총 2만여 명이 이용했다.

서울밤도깨비야시장@DDP는 지역상인과 청년 총230팀, 700여 명이 참여한 청년 창업 테스트베드로 자리 잡으며 푸드트럭 회당 평균 250~300만 원, 핸드메이드 회당 평균 70~110만 원의 매출을 올리는 성과를 거두었다. 회당 약 3만 명, 총 약 80만 명이 밤도깨비야시장을 찾아 DDP 심야시간 방문객의 증가 및 주변 심야상권의 활성화에도 기여했다.

'2017 서울밤도깨비야시장@DDP'는 3월 24일부터 10월 28일까지 매주 금·토요일 저녁 6시부터 11시까지 DDP 팔거리 일대에서 진행되었다. 청춘의 열정이 빚는 새로운 문화행사로 핸드메이드 63팀, 푸드트럭 34팀(지역상인 및 DDP 푸드트럭 포함)을 모집해 총 97팀이 참여했다. 2017년에는 총 51회 운영했으며, 행사기간 동안 일평균 3만 9천 명이 방문해 전년도 방문객 대비 15.64%가 증가했다. 재단은 서울밤도깨비야시장@DDP를 통해 정기공연 135회, 잔디언덕에서의 특별공연 7회를 진행했다. 또한 농부약방, 딜리버리 서비스 등의 다양한 시민서비스 프로그램을 진행해 타 지역(여의도, 반포, 청계천) 야시장과 차별화를 이루었다. 친환경 푸드트럭 운영을 통해 청년농부를 지원하고 난민들이 DDP 푸드트럭을 운영하게 해 공공기관의 사회적 책임도 수행했다. 또한 지역상권과 연계해 동대문상권과의 상생을 도모했으며, 단순히 물건과 음식을 사고파는 야시장의 개념을 넘어 시민과 소통하고 힐링하는 공간으로 운영했다. 그 결과 여의도, 반포, 청계천, DDP의 야시장운영 시민만족도 조사에서 DDP가 1위를 차지했다. 아울러 '서울밤도깨비야시장@DDP'라는 브랜드 이미지를 확립함으로써 지역의 명소화와 함께 일자리 창출 및 안정화 효과도 거둘 수 있었다.

[표 6-18] 서울밤도깨비야시장@DDP 개요

구분	2016	2017
예산	재단 400,000천 원, 총 1,100,000천 원	재단 200,000천 원, 총 565,000천 원
일시	2016. 06. 25.~10. 29. 매주 금·토 저녁 7~12시	2017. 03. 24.~10. 28. 매주 금·토 저녁 6~11시
장소	DDP 팔거리 주변	DDP 팔거리 주변
협업체계	• 청년 버스커 120팀(서울문화재단 협업) • 푸드트럭 30대, 핸드메이드 60팀, 지역상인 20팀	• 핸드메이드 63팀, 푸드트럭 34팀

[그림 6-13] 서울밤도깨비야시장@DDP





서울새활용플라자

새활용플라자 구축 2016 — 2017

서울새활용플라자는 서울형 자원순환 생태계를 완성하기 위한 '서울 새활용 허브'의 조성을 목표로 서울시에서 설립했다. 새활용은 버려지는 자원에 디자인을 더하거나 활용법을 바꿔 새로운 가치를 만들어내는 업사이클링(Upcycling)의 우리말이다. 서울시가 2015년 4월 2일 발표한 '자원순환도시 서울 비전 2030'을 토대로 새활용에 대한 환경적·사회적·경제적 인식을 넓히고 업사이클링 기반산업의 생태계 육성을 목적으로 한다.

[그림 6-14] 서울새활용플라자 비전

서울 비전 2030	서울형 자원순환 생태계 완성
재단경영 비전	디자인 분야의 자원순환 사회적 책임과 역할 확대
SUP 비전	서울 새활용 복합문화공간 조성
사업방향	"재활용을 넘어 새활용으로" : 새활용 문화 확산 버려지는 자원 + 디자인 = 버려지는 자원에 디자인을 더하여 업그레이드된 새로운 가치를 지닌 제품으로 재탄생

2016년 5월 19일에는 「서울특별시 서울새활용플라자 설치 및 운영에 관한 조례」가 제정되었다. 재단은 DDP 운영경험과 민간 네트워크 활용의 장점을 인정받아 8월 2일 위탁운영기관으로 선정되었으며, 11월 16일에는 서울시 기후환경본부 자원순환과와 위탁운영협약(3년)을 체결했다. 서울새활용플라자는 지하 2층, 지상 5층(연면적 16,530㎡) 규모의 친환경 건물로 2년여의 공사기간을 거쳐 2017년 3월 31일 준공됐다.

[표 6-19] 서울새활용플라자 구축 과정

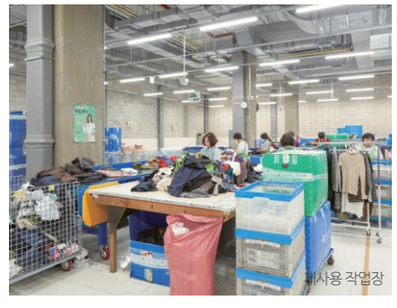
일시	주요 진행과정	비고
2015. 04. 02.	자원순환도시 서울 비전 2030 발표	목적 : Zero Waste City
2015. 04. 02.	서울새활용플라자 기공식	성동구 용답동 중랑물재생센터 부지 내
2016. 05. 19.	SUP 설치 및 운영에 관한 조례 제정	
2016. 08. 02.	SUP 민간위탁 운영주체 선정	서울디자인재단 선정
2016. 11. 16.	SUP 위수탁 협약체결	
2017. 03. 31.	서울새활용플라자 준공	연면적 16,530㎡ (지하 2층, 지상 5층)
2017. 09. 05.	서울새활용플라자 개관	개관식, 마켓, 기획전시

재단에서는 준공시점에 맞춰 공모를 통해 공방입주자를 선정했다. 공방입주자는 개별 작업공간과 회의실, 공동작업실 등 공용지원시설 등을 사용할 수 있고 디자인사업과 교육 프로그램에 참여할 수 있다. 임대료는 사회적 기업 수준으로 책정해 경제적인 부담 없이 창작활동을 할 수 있게 했다. 공모 결과 3 대 1의 경쟁률(114개)을 뚫고 32개 공방이 선정돼 3~4층에 입주했다. 지하 1층에는 자투리 가죽, 헌옷, 폐파이프, 폐스포츠용품 등 21종의 폐기물을 소재로 만든 제품을 선보이는 새활용 소재 은행과 시민들이 기증한 의류, 잡화, 도서 등 물품을 분류하고 세척·손질해 재판매하는 작업장이 입주했다. 2층 소재 라이브러리에서는 폐기물관리법 분류기준에 따른 200여 종의 새활용 가능 소재에 대한 정보를 얻을 수 있다. 소재 은행과 라이브러리는 전시와 교육을 위한 공간으로 활용되고 있으며, 2018년부터 본격적으로 운영될 예정이다. 1층에는 기획전시실과 3D프린터, 절단기, 가공기 등 50여 종의 장치장비를 갖춘 '꿈꾸는 공장(메이커스랩)'을 조성했다. 소재 은행과 소재 라이브러리는 폐자원 활용의 중요성에 대한 공감대를 형성하기 위한 전시공간으로 구축되었으며, 2018년에는 폐자원 공급이 가능한 공간으로 재탄생될 예정이다.

[표 6-20] 서울새활용플라자 공간 개요

공간명		주요 기능
지하 1층	재사용 작업장	• 서울 전역 수거물품 재사용 분류, 선별 작업 후 재판매 • 재판매 외 물품의 소재화 작업 및 소재 은행 중개 등록
	소재 은행	• 원단, 폐목재, 플라스틱 등 새활용 소재 전시 • 새활용 소재 수요자와 공급자의 플랫폼, 총 21종 소재 전시
1층	꿈꾸는 공장 (메이커스랩)	• 업사이클링 가공, 프로토타이핑 커뮤니티 모임 공간 • 시민의 협력·소통 공간 조성, 청년참여, 일자리 창출
	전시실	• 새활용 생산, 소비, 문화적 관점의 사례 전시 • 새활용 유명 해외작가 작품 전시
2층	소재 라이브러리	• 현재 사용되는 새활용 소재 외에 미래에 유통될 소재 발굴, 소개 • 약 200여 종의 소재 샘플 전시, 소재 체험교육 및 워크숍 공간
	새활용 상점	• 입주공방 및 국내 업사이클링 기업 상품 구성 및 판매(판로지원) • 새활용플라자 2층 오픈상점 운영 : 국내외 업사이클링 상품 판매
3층 4층	스튜디오 (새활용 공방)	• 새활용 분야 기업, 디자이너, 연구소, 협회 등 18~48㎡, 총 32개 소 • 총 32개 새활용 관련 기업 입주, 새활용 산업 육성 및 네크워크 조성
3층 4층	교육실	• 새활용 포럼, 새활용 디자인, 비즈니스, 스튜디오 체험교육, 어린이교육 • 새활용 현장학습(일 2회 운영)
3층 4층	카페 레스토랑	• 쓰레기제로, 도시농업, 로컬푸드 재료 공급과 친환경 식문화 확산 • 업사이클링 친환경 푸드 레시피 개발, 아카데미 운영

[그림 6-15] 서울새활용플라자 시설


재사용 작업장


소재 은행

[그림 6-15]
서울새활용플라자 시설



꿈꾸는공장


전시실



소재 라이브러리


카페 · 레스토랑


에코파티메아리


교육실

서울새활용플라자 운영

서울새활용플라자 개관식은 9월 5일 오전 10시 야외 중앙광장에서 열렸다. 서울하수도과학관과 공동 개관한 이 자리에는 박원순 서울시장이 직접 참석해 개관을 축하하고 새활용 비전 선언문을 낭독했다. 개관식에는 서울시와 재단 관계자, 지역주민, 학생 등 약 3,000명이 참석했고, 오후에 열린 개관기념 국제 컨퍼런스에는 영국, 덴마크 등에서 온 전문가 30여 명이 참석했다. 1층 전시장에서는 '개관특별기획전_지구를 위한 약속'이 12월 10일까지 열렸다.

[그림 6-16]
서울새활용플라자 개관식, 전경, 비전선언, 마켓, 컨퍼런스









재단은 개관 시점부터 디자인을 통해 시민인식을 제고하고 새활용 문화를 확산하기 위한 교육 프로그램을 기획, 운영했다. 9월부터 시작한 초등학생, 일반시민, 전문가 등 대상별 교육 프로그램은 '새활용 포럼', '새활용 상상', '새활용놀이' 총 80회로 구성되었다. 새활용 포럼은 업사이클링 트렌드 및 사회, 경제, 문화, 철학 등의 관련 인문학을 주제로 2회 진행되었다. 새활용 상상은 디자인, 산업과 경제, 라이프, 입주 스튜디오 오픈 체험 4개로 구성된 새활용의 이론과 실제를 배우는 프로그램이다. 어린이를 대상으로 하는 새활용놀이는 새활용 소재를 활용한 100분 놀이 교육이다. 그 밖에도 서울새활용플라자 내부 시설을 소개하며 새활용의 개념을 배우고 주변기관과 연계한 자원순환의 흐름을 배우는 현장학습 프로그램이 운영되고 있다.

[표 6-21] 서울새활용플라자 교육 프로그램 내용

구분	유형	주요 성과
새활용 포럼	전문가 강연	2회 - 1차(10. 27.), 2차(12. 08.)
새활용 상상	디자인, 비즈니스, 체험	54회 - 디자인(8회), 굿라이프(8회), 스튜디오(30회)
새활용놀이	어린이 체험	24회 - 버리지 않을게(12회), 새활용 놀이메이커(8회), 매직카펫(4회)
새활용 현장학습	투어, 견학 프로그램	246회 - 정기(174회), 비정기(72회)

정규 프로그램 외에도 성동광진교육지원청, 동작관악교육지원청과 협력해 교사연수와 교육 프로그램을 진행했고 덴마크, 일본, 미국 등의 기업 및 기관들과 국제협력 프로젝트도 진행했다. 9월 말에는 글로벌 스트리트아트 페스티벌인 '파우! 와우! (Pow! Wow!)'의 일환으로 아티스트들이 서울새활용플라자 진입로에 벽화를 그렸다. 9월부터 매월 첫째 주말(토·일)에는 서울새활용플라자 입주 스튜디오와 리버마켓, 장수모이장, 아름다운가게가 함께하는 새활용 마켓이 열려 많은 시민들로 붐볐다. 방문객 수는 12월까지 총 37,776명으로 집계되었다.

[표 6-22] 서울새활용플라자 협력 내용

분야	협력기관	주요 내용	주요 협력 내용
교육	SADI 삼성디자인학교	MOU 체결 (2017. 05. 22.)	• SADI-LCC 글로벌 서비스 디자인 워크숍 개최 • 타 학과 진행 워크숍 및 작품전시 등 업무협력
	성동광진 교육지원청	MOU 체결 (2017. 10. 26.)	• 초등(진로인식), 중등(자유학기제), 고등(진로설계) 교육 • 교장, 교감, 교사, 학부모 연수 : 새활용 교육 추진
	동작관악 교육지원청	교육, 연수 (2017. 10. 27.~31.)	• 유·초·중·고 교장, 교감단 새활용 연수 프로그램 추진(총 260명, 4일)
국제 협력	덴마크 코라 코넥션	MOU 체결 (2017. 09. 06.)	• 덴마크 코라 코넥션 대표 카렌 블링코 기조발표 • 지속 가능한 새활용 프로젝트 협력, 홍보
	테라사이클	MOU 체결 (2017. 06. 21.)	• 콘텐츠 상호 제공 또는 관련 콘텐츠 전시 • 교육에 필요한 행정 및 관련 제반사항 지원
	일본 모노	MOU 체결 (2017. 06. 27.)	• 각 기관 활동 및 프로그램 교류 • 입주자 정보 및 전문가 네트워크 공유
	파우! 와우!	공공미술 (2017. 09.)	• 내·외부 운영 활성화를 위한 공공미술 프로그램 • 새활용거리 및 플라자 공간 슈퍼그래픽 작품 제작

[그림 6-17] 서울새활용플라자 교육 사진



[표 6-23] 서울새활용플라자 입주공방

분야	공방	내용	소재
새활용 제품제작(17)	리브리스	폐자전거 업사이클링	금속
	밀키프로젝트	우유팩을 활용한 소품 제작	종이
	비페이블	교육용 블록 개발(페트병 연계)	플라스틱
	글라스본	유리병 업사이클링, 유리공예 체험	유리
	쉐어라이트	불용 LED를 활용한 조명제작	전기
	이스트인디고	청바지를 활용한 업사이클링	섬유
	모어댄	폐자동차 업사이클 패션 제품 제작	가죽
	여미갤러리	패브릭 활용 공예 및 전시, 교육	섬유(직물)
	젠니클로젯	친환경 소재 의류, 패션 제품 제작	섬유
	처음애	폐목재 활용 포장 완충제 개발	목재
	메리우드협동조합	여성목공 협동조합, 목재 업사이클링	목재
	큐클리프	폐우산천 활용 업사이클 제품 제작	섬유(특수)
	오운유	자투리 가죽을 활용한 패션소품제작	가죽
	세컨드비	폐자전거 업사이클링 디자인, 설치 미술	금속
	비전트레이닝센터	폐목재, 원목을 활용한 제작	목재
	파이어마커스	폐소방호스를 활용 패션제품 제작	섬유(고무)
	인라이튼	배터리 뉴팩토리, 서비스운영	전자
예비창업자(4)	이유리(개인작가)	일러스트레이션 업사이클 아트	
	프레자일	세라믹 소재 업사이클 제품 제작	세라믹
	I.D 스튜디오	목재를 활용한 리빙 디자인 제품 제작	목재
	유도영(개인작가)	폐자재(가전, 목재) 업사이클 아트	가전
소재연구(1)	에코스톤코리아	석재복합건설 신소재연구소	석재
교육(5)	소셜이큐	업사이클링 교육, 온라인 콘텐츠 제작	
	Play 31	새활용 어린이 문화활동 콘텐츠 개발	
	터치포굿	업사이클 교육, 전시 프로그램 운영	
	하이사이클	커피찌꺼기 및 커피자루 활용 제품제작, 교육	
	렉또베르쏘	책 업사이클, 책 보수, 복원 교육 운영	
홍보 및 마케팅 등(5)	오매	업사이클 디자인 유통 플랫폼 운영	
	새봄커뮤니티	도시재생 프로그램 연구, 운영	
	에코크리에이터	업사이클 친환경 컨설팅, 연구소	
	업사이클리스트	업사이클링 제품 유통, 홍보	
	한국업사이클디자인협회	업사이클 브랜드 시장조성 및 활동지원	

주요 성과

DDP

재단은 '디자인·창조산업의 발신지'라는 DDP의 비전을 담은 DDP 고유 콘텐츠를 구축, 확산하며 DDP만의 정체성을 확립해 나갔다. 오픈 큐레이팅, 영 디자이너 챌린지 등 연속성 있는 대표 사업을 기획해 청년디자이너, 기획자들에게 전시 기회를 제공하고 자립 기반을 마련해주었다. DDP를 플랫폼으로 디자인 외에도 공예, 건축 등 재단에서 운영하는 콘텐츠 간의 연계성을 강화해 나갔다. DDP 포럼은 세분화·전문화되면서 매월 정기적으로 열리는 대표적인 교육 프로그램으로 자리 잡았다. 대상별·분야별로 체계적인 교육 프로그램을 운영해 디자이너가 배우고 성장하는 공간으로 브랜딩하는 효과도 거두었다.

어린이, 청소년, 시민들에게는 다양한 디자인 문화를 배우고 체험할 수 있는 기회를 제공했다. DDP가 지향하는 오픈 플랫폼 형태로 전시, 교육, 행사를 운영하며 국내외 디자인과 다양한 산업군의 전문가, 기업, 기관들과 네트워크를 구축할 수 있었다. DDP 방문객은 2015년 738만 명(일평균 20,245명), 2016년 800만 명(일평균 21,939명), 2017년 774만 명(일평균 25,402명. 10월 30일 기준)으로 전체 방문객과 일평균 방문객 모두 증가했다. 동대문 주변 지역상권에 미치는 파급효과도 커져 동대문 지역 외국인 관광객수는 2014년 720만 명에서 2015년 800만 명까지 증가했으며,[62] 동대문역사문화공원역 승하차 인원은 개관 전(2013년) 대비 2016년 16% 상승했다.[63]

62 〈조선비즈〉 "동대문, 숙박·쇼핑·볼거리 갖춘 '글로벌 시장' 발돋움", 2016년 7월 12일.

63 〈조선일보〉 "동대문디자인플라자가 동대문을 바꿨다", 2017년 3월 21일.

서울새활용플라자

서울새활용플라자는 2017년 9월 5일 개관 이후 낯선 개념이었던 새활용에 대한 사회적 인식을 전반적으로 확산시키며 '자원순환도시 서울 비전 2030'에서 목표한 '쓰레기 제로(Zero Waste) 도시 서울', '세계 자원순환 수도', '세계 최고의 환경도시 서울'을 실현하는 거점 역할을 수행하고 있다. DDP 외에 재단에서 운영하는 공간이 성동구에 생기면서 재단의 사업 영역을 지역으로 더 확장해 나갈 수 있었다.

서울새활용플라자가 있는 성동구 용답동 중랑물재생센터 부지는 서울시의 하수와 분뇨를 처리하는 낙후된 지역인데, 서울시는 장안평 중고차 매매시장, 서울하수도과학관 등과 함께 이 일대에 50만㎡ 규모의 새활용 타운을 조성할 계획이다.

참고문헌

문화체육관광위원회수석전문위원. 2017. 4. 20.
「서울특별시 공공미술의 설치 및 관리에 관한 조례안 검토보고서」

통계청. (2017). 2017. 8. 30. 보도자료. 2016 인구주택총조사.

서울시. 2016. 12. 14.「서울은 미술관」선언문
서울시. (2016). 서울시복지재단. 2016년 노인실태조사 -서울시 노인복지이슈중심-
서울시. (2017). 2017 세입·세출 총괄표.
서울시. (2017). 서울특별시 사회문제해결 디자인 조례안 입법예고 (서울특별시공고 제2017-1735호)
서울시. (2017). 2017년 8월 4일 보도자료.
서울시 문화본부. (2016). 2016년 문화본부 세출예산 총괄표.
서울시 문화본부. (2017). 2017년 문화본부 세출예산 총괄표.

서울디자인재단. (2013). 2013 서울디자인백서.
서울디자인재단. (2014). 2014 서울디자인백서.
서울디자인재단. (2016). 2016 서울디자인서베이.

국가법령정보센터 홈페이지.
http://www.law.go.kr/ordinInfoP.do?ordinSeq=1287224

메트로 신문. 2017. 8. 7. "숙대 앞 청파로 시멘트 옹벽이 공공미술 캔버스로 변신".
http://www.metroseoul.co.kr/news/newsview?newscd=2017080700037#cb

내 손안에 서울. 2016. 2. 17. "10년 뒤 서울 '초고령사회' 진입".
http://opengov.seoul.go.kr/mediahub/7624449

내 손안에 서울. 2017. 8. 26. "타인 배려하는 '유니버설디자인' 초등 정규과정 첫 편성".
http://mediahub.seoul.go.kr/archives/1107642

내 손안에 서울. 2016. 10. 10. "디자인으로 학교폭력 예방해요! "play@방학".
http://mediahub.seoul.go.kr/archives/1034673

서울정책아카이브. https://seoulsolution.kr/ko/content/범죄예방디자인

서울시 홈페이지. "교통사고 사망자 魔의 벽, 일평균 1명을 깼다".
http://traffic.seoul.go.kr/archives/32037

서울시 홈페이지. 학교환경개선 컬러컨설팅 사업
http://sculture.seoul.go.kr/archives/78578

조선비즈. 2016. 7. 12. "동대문, 숙박·쇼핑·볼거리 갖춘 '글로벌 시장' 발돋움".
http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2016/07/12/2016071200021.html

조선일보. 2017. 3. 21. "동대문디자인플라자가 동대문을 바꿨다".
http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2017/03/21/2017032102752.html