

KOREA
DESIGN

• 2012_14th

A W A R D

대한민국디자인대상

Contents

● 도입부

제 14회 대한민국디자인대상 개요 : 수상 내역 003

지식경제부장관 : 홍석우 005
인사말

한국디자인진흥원장 : 이태용 007
인사말

● 지방자치단체부문

● 디자인경영부문

	대구광역시	203
	: 대통령표창	
한국마사회	011	
: 대통령표창		
사단법인출판도시 입주기업협의회	033	
: 대통령표창		
(주)아이리버	055	
: 대통령표창		
(주)센스큐브	077	
: 국무총리표창		
(주)에스코넥	095	
: 국무총리표창		
한국남동발전(주)	113	
: 국무총리표창		
(주)두산타워	131	
: 지식경제부장관표창		
(주)디자인하우스	145	
: 지식경제부장관표창		
선일금고제작	159	
: 지식경제부장관표창		
(주)유니락	173	
: 지식경제부장관표창		
(주)지오크로스	187	
: 지식경제부장관표창		
	경상남도 양산시	225
	: 국무총리표창	
	경기도 부천시	243
	: 지식경제부장관표창	
	경기도 양주시	257
	: 지식경제부장관표창	
	전라남도 영광군	271
	: 지식경제부장관표창	



K O R E A
D E S I G N
A W A R D

2 0 1 2 . 1 4 t h

A decorative graphic on the left side of the page. It features a large red circle partially cut off by the left edge. Inside this circle, there are two concentric circles: an inner solid red circle and an outer dotted red circle. The text '도입부' is centered within the space between these two circles.

도입부

I 제14회 대한민국디자인대상 개요

목적 디자인을 전략적 경영 수단으로 활용하여 산업 발전과 국가 경쟁력 향상에 기여한 기업체와 지방자치단체 또는 디자인 산업 발전에 기여한 공로자들에게 그 공적을 포상하고 격려함으로써 디자인 경영의 중요성과 효용 가치를 널리 확산하기 위함

사업주체 주최 지식경제부 주관 한국디자인진흥원

포상 종류

디자인경영 부문

대 상	대통령 표창	3개사
최우수상	국무총리 표창	3개사
우 수 상	지식경제부장관 표창	5개사

지방자치단체 부문

대 상	대통령 표창	1개 기관
최우수상	국무총리 표창	1개 기관
우 수 상	지식경제부장관 표창	3개 기관

디자인공로 부문 훈장, 포장, 대통령표창, 국무총리표창, 지식경제부표창 12명

포상 대상

디자인경영 부문 디자인 경영전략을 수립하여 이의 개발 및 투자, 인재양성등을 통해 탁월한 경영성과를 거두고 산업발전 및 국가 경쟁력 강화에 크게 공헌한 기업 또는 사업부문

지방자치단체 부문 ·디자인을 다양한 도구로 활용하여 괄목할만한 발전을 보여준 지자체 (광역 및 기초자치단체)
·도시의 산업, 교육기관, 디자이너와 해당 도시민이 개별적, 공동체적으로 디자인의 무한한 가능성을 실현시키기 위해 노력하고 있는 지자체(광역 및 기초자치단체)

디자인공로 부문 ·디자인 육성에 공헌한 자로서, 기업의 디자인경영 활성화와 진흥에 크게 기여한 자
·디자인 연구 저술 등을 통해 산업발전에 크게 기여한자 및 디자인 정책방향 제시 등 관련정책수립에 기여한자
·한국 디자인의 위상을 널리 알린 자

신청 및 접수

2012년 6월 11일 ~ 2012년 7월 18일

I 제 14회 대한민국디자인대상 수상 내역

디자인경영 부문

대상	대통령표창	한국마사회
	대통령표창	(사) 출판도시입주기업협의회
	대통령표창	(주) 아이리버
최우수상	국무총리표창	(주) 센스큐브
	국무총리표창	(주) 에스코넥
	국무총리표창	(주) 한국남동발전
우수상	지식경제부장관표창	(주) 두산타워
	지식경제부장관표창	디자인하우스, 서울디자인페스티벌
	지식경제부장관표창	선일금고제작
	지식경제부장관표창	(주) 유니락
	지식경제부장관표창	(주) 지오크로스

지방자치단체 부문

대상	대통령표창	대구광역시
최우수상	국무총리표창	경상남도 양산시
우수상	지식경제부장관표창	경기도 부천시
	지식경제부장관표창	경기도 양주시
	지식경제부장관표창	전라남도 영광군

디자인공로 부문

훈장 (은 탑)	강병인	강병인캘리그래피연구소 숭통 대표
훈장 (동 탑)	이건표	(주)LG전자 디자인경영센터 부사장
포장 (산업)	양영원	(주) 크레아 대표
포장 (산업)	이상철	(주) 디자인이가스퀘어 고문
포장 (근정)	박노섭	제주특별자치도청 도시디자인단 단장
대통령표창	김선미	한국토지주택공사 처장
국무총리표창	김현성	한서대학교 교수
지식경제부장관표창	장동련	홍익대학교 교수
지식경제부장관표창	정운성	DESIGN WINC 대표
지식경제부장관표창	박성희	(주) LG하우시스 디자인센터 센터장
지식경제부장관표창	구혜선	구혜선필름 대표
지식경제부장관표창	민재희	한국디자인진흥원 운영지원팀장

제14회 대한민국디자인대상



지식경제부 장관 | 홍석우

제14회 대한민국디자인대상에서 디자인산업 진흥에 지대한 공헌과 기여로 수상의 영예를 안으신 기업 및 관계자 여러분들께 진심으로 축하의 말씀을 드립니다.

글로벌 산업 트렌드가 하드웨어에서 소프트웨어 중심으로 빠르게 변화하고, 산업 간 융합이 성장의 모멘텀으로 자리매김하고 있는 시점에서 디자이너의 역할은 어느 때 보다 중요해지고 있습니다.

정부는 디자인의 글로벌화를 위한 디자인정책을 전개하고, 기업은 기술적 격차가 점차 줄어들고 소비자의 선호도는 다양화 되는 등의 복잡한 과제에 대처하고자 '디자인경영' 도입 등의 디자인 역량창출에 힘써 왔습니다.

이처럼 점차 중요해지는 디자인의 역할을 더욱 강조하고자, 디자인을 활용한 산업발전과 국가경쟁력 향상에 기여한 우수기업 및 지자체, 공로자를 포상, 격려하고 디자인의 중요성과 가치를 널리 확산 시키기 위해 1999년부터 시행된 대한민국디자인대상이 올해로 14회째를 맞이하게 되었습니다.

대한민국디자인대상은 국가 디자인 진흥을 위한 강력한 정부의 의지를 담고 있으며, 디자인이 점차 기업의 경쟁력, 나아가 국가의 경쟁력까지 좌우하는 핵심요소입니다.

나아가, 우리 기업 및 디자이너들이 지닌 창의적 역량을 바탕으로 세계무대에서 활발히 활동할 수 있도록 탄탄한 기반마련과 동시에 디자이너 사기를 진작시킬 수 있도록 아낌없는 지원을 약속드리겠습니다.

다시 한 번, '제14회 대한민국디자인대상'에 선정된 기업 및 디자이너 분들께 진심으로 축하의 말씀을 드리며, 앞으로도 우리 디자인계를 이끌어 가실 여러분의 건승을 기원합니다.

감사합니다.

제14회 대한민국디자인대상



한국디자인진흥원장 | 이태용

우리나라에 디자인경영이 아직 생소했던 1999년, 디자인을 통한 더 나은 기업 경영과 국민들의 삶의 질 향상을 위해 기업과 공공분야의 디자인경영을 독려해온 대한민국디자인대상이 여러분들의 많은 관심과 성원 속에 올해로 14회를 맞이하였습니다.

최근 우리나라 디자인의 위상은 그 어느 때보다도 높아졌습니다. 우리나라 상품들이 국내를 넘어 해외시장에서도 우수한 디자인을 통해 승승장구 하고 있으며, 우수한 디자인인재들이 국내와 해외 무대를 누비며 권위 있는 디자인상을 수상하는 등 그 실력을 아낌없이 펼치고 있습니다.

또한 범국민적으로 디자인에 대한 인식이 확산됨에 따라 지자체 및 공공기관에서도 도시환경 개선과 새로운 도시이미지 창출, 대국민 서비스 개선 등을 위한 수단으로 디자인을 적극 활용하고 있습니다. 디자인은 이제 인간의 삶의 질 향상을 위한 가장 중요한 부분으로 각광받고 있는 것입니다.

우리 디자인이 여기까지 올라오게 된 데에는 일찍이 디자인의 중요성을 인식하고 디자인경영에 부단한 노력을 쏟아온 기업 및 지방자치단체, 디자이너 여러분들이 있었기에 가능했던 것이라 믿어 의심치 않습니다. 그렇기에 디자인을 통해 국민의 삶의 질을 높이는데 앞장서 주신 제14회 대한민국디자인 대상 수상 기업 및 지자체, 디자이너 여러분의 땀과 노력에 진심으로 감사와 격려의 박수를 보내드립니다.

한국디자인진흥원은 앞으로도 디자인의 중요성을 널리 알려 우리 사회 전반에 걸쳐 생활 속의 디자인이 자연스레 어우러질 수 있도록 하고, 밖으로는 디자인 한류, K-Design의 물결을 일으킬 수 있도록 더욱 열심히 뛰겠습니다. 여러분들의 디자인을 통한 혁신 하나하나가 모여 K-Design을 이루는 큰 힘이 됨을 잊지 마시고 앞으로도 지속적인 관심과 왕성한 활동 부탁드립니다.

감사합니다.

이영희



K O R E A
D E S I G N
A W A R D

2 0 1 2 . 1 4 t h



디 자 인
경영부문



K O R E A
D E S I G N
A W A R D

2 0 1 2 . 1 4 t h



대통령 표창 : 한국마사회

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인경영부문 : 대상



기업 소개

CEO 메시지
기업 연혁
기업 조직도

디자인 경영 비전 및 전략

설립 목적과 기업 가치
디자인 경영 발전
5P 디자인 경영 전략

디자인 경영 성과

사업 및 공헌 실적
디자인 성과
수상 실적
사회 공헌 실적

디자인 비전

미래 전략

국민 행복에 기여하는 새로운 미래! 한국마사회가 준비하는 새로운 100년입니다.

대한민국 최고의 권위를 자랑하는 '제14회 대한민국 디자인대상'에서 영예의 대통령상을 받게 되어 참으로 가슴이 벅차오릅니다. 이렇게 귀중한 상을 주신 홍석우 지식경제부 장관님을 비롯하여 이태용 한국디자인진흥원장님, 그리고 심사위원 여러분께 감사의 말씀을 드립니다.



한국마사회는 1922년 설립된 이래, 90년간 경마 시행을 통해 축산 발전과 국민 여가 선용에 이바지해 왔습니다. 특히 지난해 (2011년)부터 '말산업육성법'이 시행됨에 따라 한국마사회는 말산업 전담 기관으로서의 새로운 전환을 꿈꾸고 있습니다. 일자리 창출과 농어촌 경제 활성화, 국민 레저 문화 진흥 등 말산업의 성장 잠재력은 무궁무진합니다. 이미 선진국에서 고부가가치 산업으로 자리 잡은 말산업이 대한민국의 새로운 성장 동력으로 거듭날 것이라 확신합니다.

말산업에서 디자인이 차지하는 비중은 상당합니다. 그동안 한국마사회는 말(馬)의 역동성을 디자인 경영과 접목시키기 위해 많은 노력을 기울여 왔습니다. 독특한 말 테마 디자인을 결합한 경마공원은 연간 2천만 명이 방문하는 시민 휴식 공간으로 자리 잡았으며, 말을 형상화한 놀이시설들은 가족 단위 고객들이 즐겨 찾는 명소이기도 합니다.

이밖에도 한국마사회는 공공디자인 자문위원회 운영, 디자인 표준 매뉴얼 제작, 민간기업 공동 프로젝트 추진, 서비스 디자인 개발 등을 통해 디자인 경쟁력을 강화해 왔습니다. 아울러 디자인 공모전과 전시회를 개최해 디자인 문화 보급에도 힘써 왔습니다.

앞으로 10년 후인 2022년이면 한국마사회는 100주년을 맞이하게 됩니다. 한국마사회는 지난 100년의 성과를 바탕으로 새로운 100년으로 도약하고자 다양한 사업과 과제를 준비하고 있습니다. 이번 '제14회 대한민국 디자인대상'에서의 대통령상 수상은 말산업과 레저 산업을 선도 하는 사회 공헌 기업으로 거듭나려는 한국마사회에 중대한 전환점이 되리라 믿습니다.

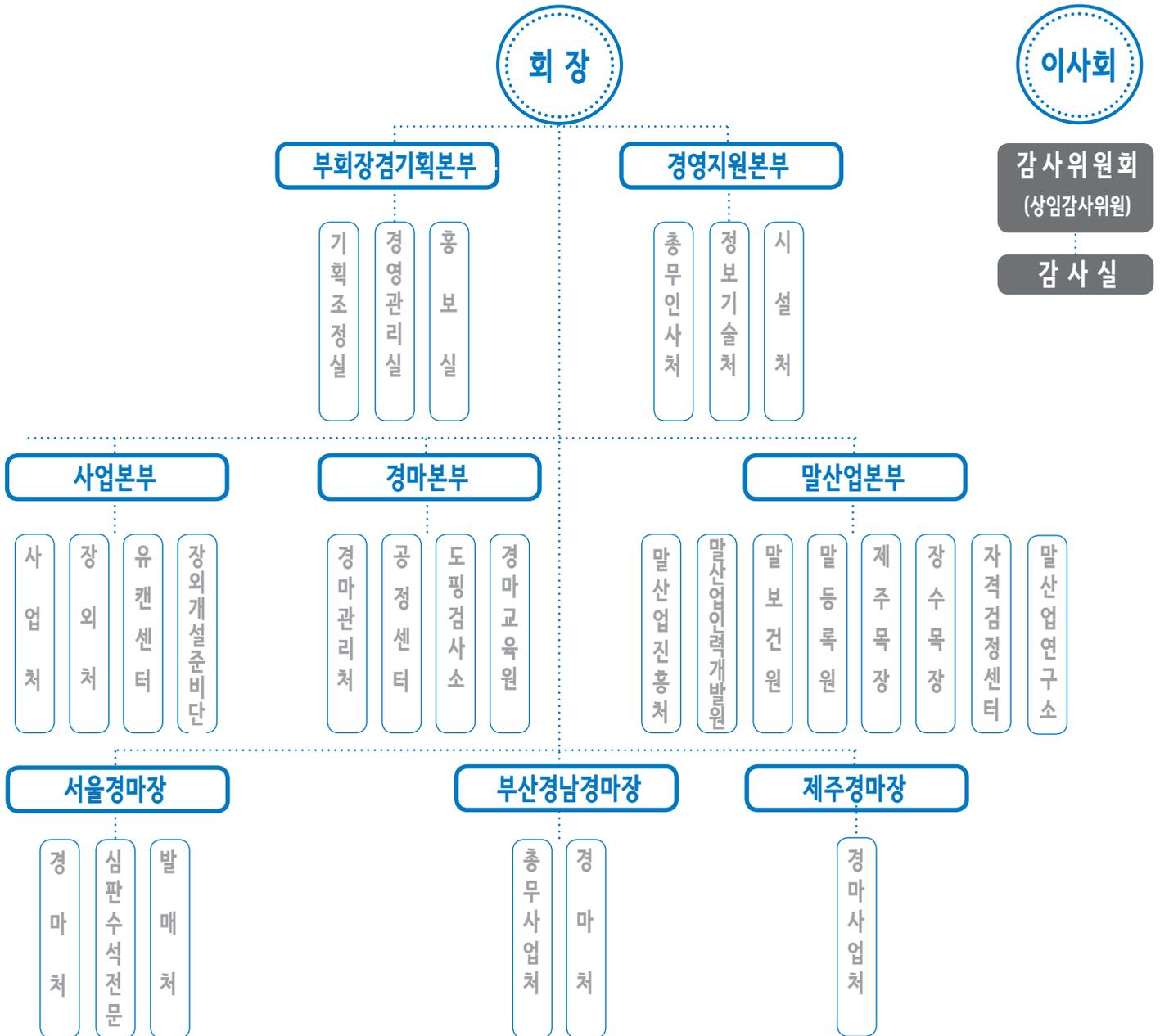
앞으로도 한국마사회는 디자인 경영을 통해 국가 경제 발전과 국민 복지 증진이라는 설립 목적을 달성하기 위해 노력하겠습니다. 많은 관심과 격려 부탁드립니다. 감사합니다.

장 태 평

한국마사회가 대한민국의 말산업과 레저 산업을 선도하는 대표 사회 공헌 기업으로 거듭납니다!

- 1922. 4. 5 사단법인 조선경마구락부 발족
- 1942. 3. 1 조선마사회 설립
- 1949. 9. 29 한국마사회로 회명 변경
- 1988. 9. 17 제24회 서울올림픽 승마 경기 개최 지원
- 1989. 9. 1 서울경마공원 독섬에서 과천으로 이전
- 1990.10. 28 제주경마공원 개장
- 2001. 1. 29 문화관광부에서 농림부로 주무 부처 환원
- 2005. 9. 30 부산경남경마공원 개장
- 2007. 3. 29 장수경주마목장 개장
- 2011. 9. 10 말산업 육성법 시행
- 2012. 7. 16 말산업 육성 전담 기관으로 지정

디자인 경영을 위한 첫 걸음은 조직 구조에서부터 시작됩니다.



14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 비전 및 전략 :
설립 목적과 기업 가치

디자인 경영 혁신으로 레저 산업을 이끌고
사회 책임과 고객 제일을 실현합니다.

설립 근거

- 한국마사회법

설립 목적

- 경마의 공정한 시행과 원활한 보급을 통하여 말산업 및 축산 발전에 이바지하고
- 국민의 여가 선용 도모

기업 가치

- 비전 : 말산업과 레저 산업을 선도하는 사회 공헌 기업
- 핵심 가치 : 산업 선도, 사회 책임, 고객 제일
- 경영 방침 : 가치 창출, 역량 강화, 파트너쉽

2011년 사회 환원 실적

- 세금 납부 : 14,529억원
- 축산 발전 기금 및 농어촌 지원 : 2.293억원
- 공익 기부금 : 204억원

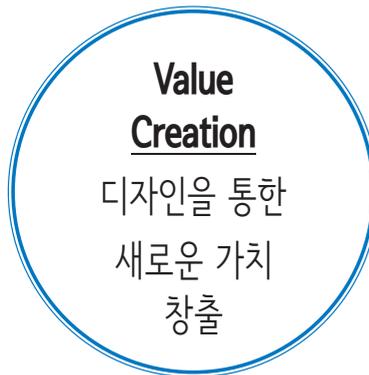


14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 비전 및 전략 :
디자인 경영 발전

말산업으로 국가 경제 발전과
국민의 레저 생활에 이바지하겠습니다.



14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 비전 및 전략 :
5P 디자인 경영 전략

경제 · 사회 · 산업 · 문화적 측면에서
디자인 경영 성과를 창출합니다.

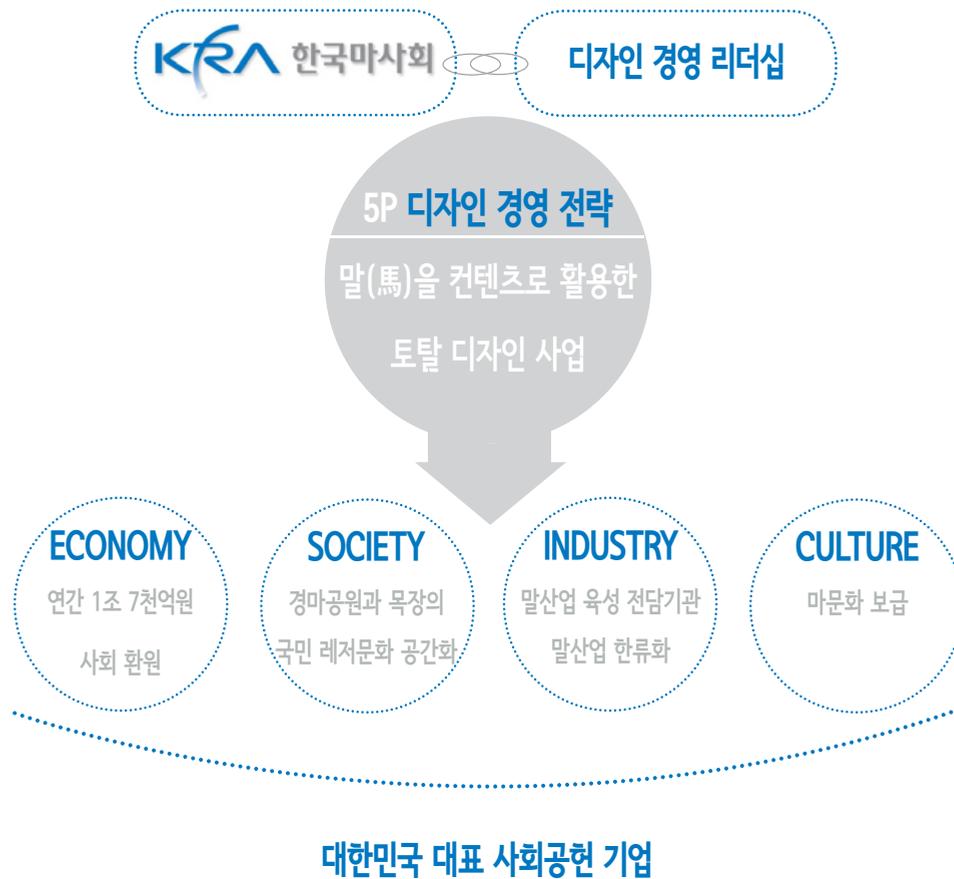
1P : Park - 공원 대중화 사업

2P : Product - 말 관련 상품 보급 사업

3P : Professional - 외부 전문가 자문위원회

4P : Program - 내부 인력 디자인 역량 강화

5P : Performance - 지식 재산권 실태 및 수상 성과

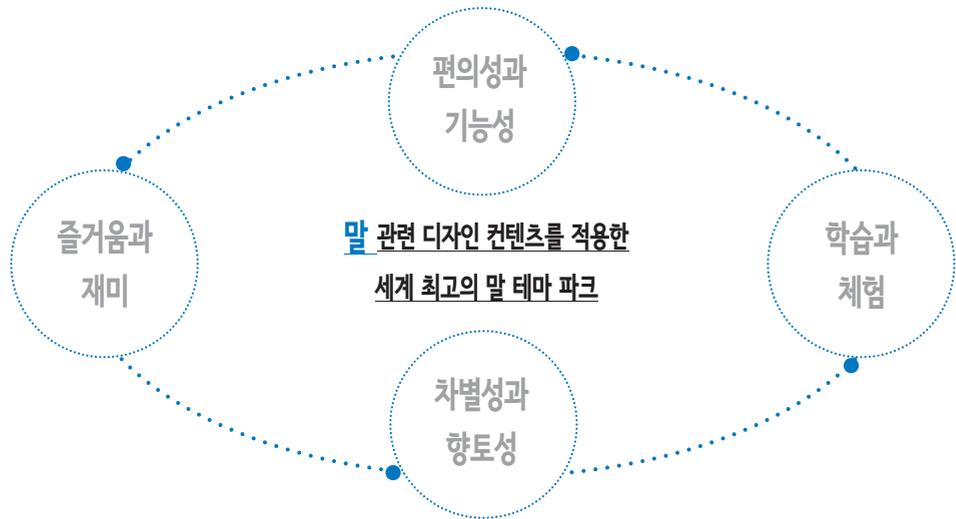


디자인 경영 비전 및 전략 :
5P 디자인 경영 전략 / 1P

말 관련 디자인 콘텐츠를 적용한 특색 있는
세계 최고의 테마 파크를 조성합니다.

1P : Park-공원 대중화 사업

· 공원 대중화 사업 전략 : 공원 무료 개방으로 국민 레저 문화 보급



공원의 말 디자인 콘텐츠



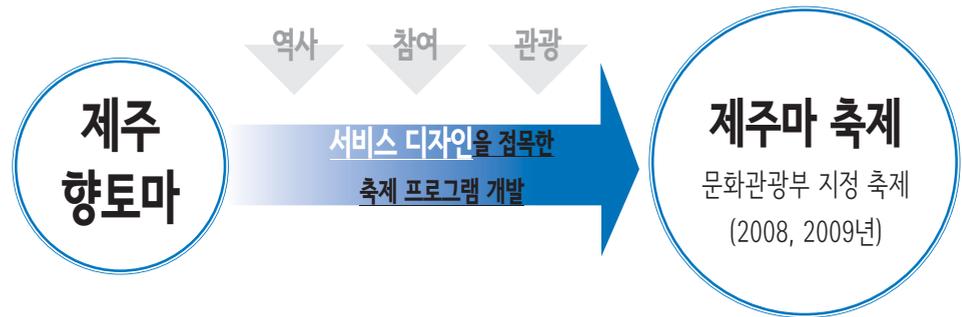
말(馬) 관련 테마 파크 사례

- 서울경마공원 : 말과 꽃의 유토피아 파크
- 부산경남경마공원 : 세계 말(馬) 문화 체험 에듀테인먼트 파크
- 제주경마공원 : 천연 기념물 제주마 스토리텔링 파크

디자인 경영 비전 및 전략 :
5P 디자인 경영 전략 /1P

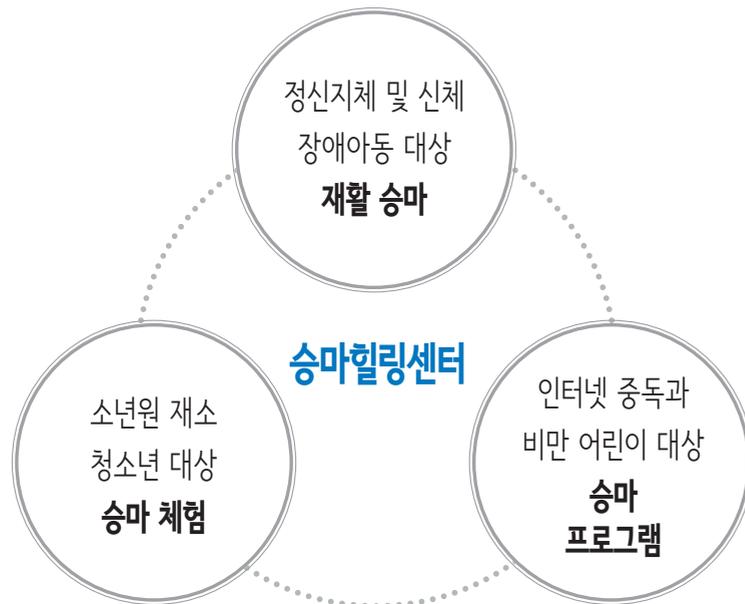
제주마 축제

- 제주의 전통 마문화(馬文化)를 축제화



승마힐링센터

- ‘힐링’이라는 컨셉에 맞춰 감성을 반영한 디자인 부여
- 2012년 6월 현재 인천 지점을 시작으로 향후 2018년까지 전국에 10개소 개장을 목표로 함



14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 비전 및 전략 :
5P 디자인 경영 전략 /2P

말(馬)과 관련한 상품 개발을 통해
디자인의 보급을 적극 펼쳐나갑니다.

2P : Product - 말 관련 상품 보급 사업



말 관련 상품

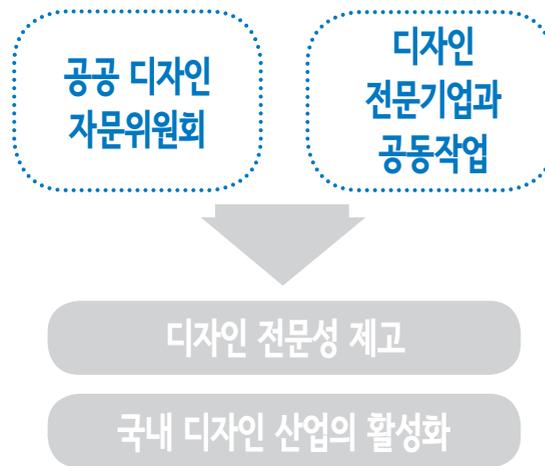
2010년 말 디자인 공모전 개최

디자인 전시회 개최



디자인의 전문성과 산업의 활성화를 위해 디자인자문위원회를 구성하고 디자인 전문 기업과의 공동 작업을 추진하고 있습니다.

3P : Professional - 외부 전문가 자문위원회 구성 및 전문 기업과의 공동 작업



공공 디자인 자문위원회

- 디자인의 전문성 제고를 위해 업무 전반(공원 내 놀이시설, 건축물, 말 관련 기념품 제작, 공원유니폼, 홍보 책자 디자인 등)에 걸쳐 외부 전문가로 구성된 ‘공공 디자인 자문위원회’ 운영

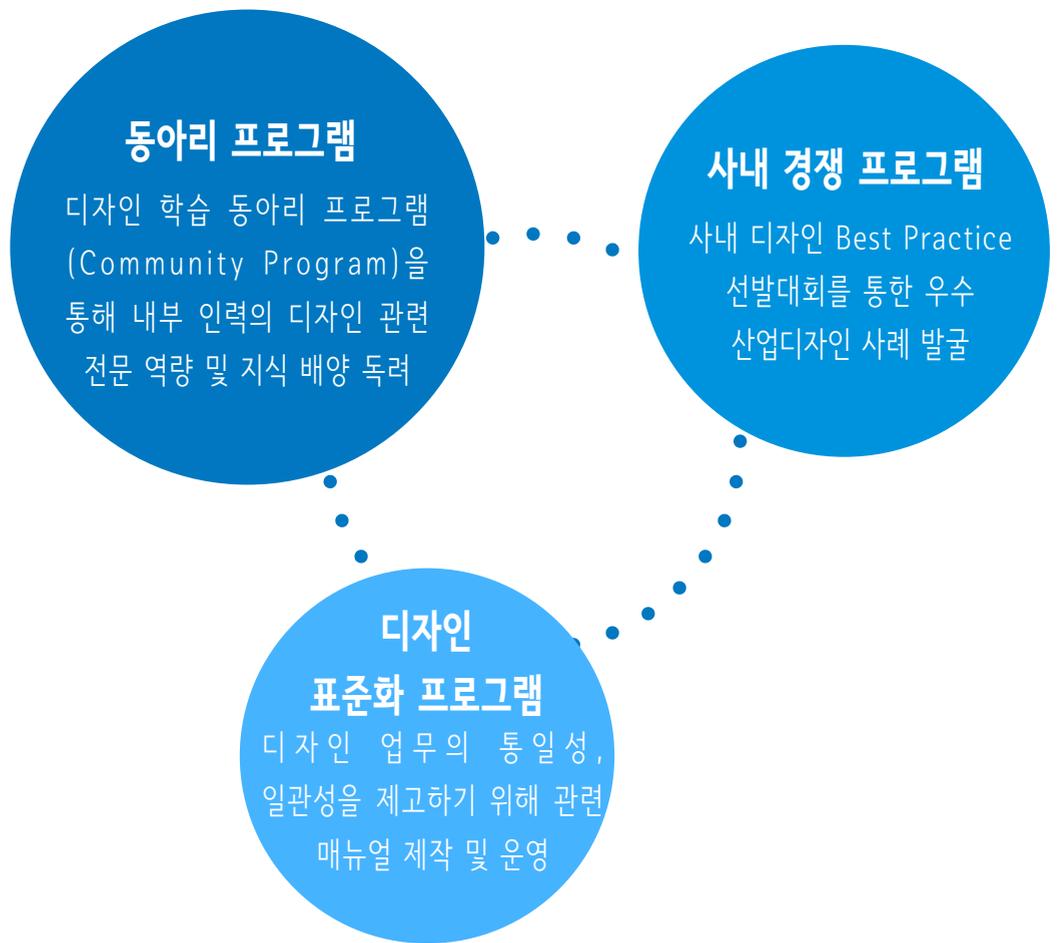
디자인 전문 기업과의 공동 작업

- 관람대 리모델링, 정문조형물, 사인물 등 역량 있는 중소 전문 기업에게 디자인 공모 등을 통한 국내 디자인 산업 활성화 도모



사내 경쟁 · 동아리 · 디자인 표준화 등의 프로그램을 통해 내부 인력의 디자인 역량을 강화합니다.

4P : Program - 내부 인력 디자인 역량 강화



사내 경쟁 프로그램

- 사내 디자인 Best Practice 선발 대회를 통한 우수 산업디자인 사례 발굴
- 우수 산업디자인 사례 :
 - 경주로 두께 조절기 실용신안 등록(2010)
 - 신형 붐 대형 살수차 실용신안 등록 (2010)

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 비전 및 전략 :
5P 디자인 경영 전략 / 4P

동아리 프로그램

디자인 학습 동아리 프로그램(Community)을 통해 내부 인력의 디자인 관련 전문 역량 및 지식
배양 독려



디자인 경영 비전 및 전략 :
5P 디자인 경영 전략 / 4P

디자인 표준화 프로그램

디자인 업무의 통일성, 일관성을 제고하기 위해 관련 매뉴얼 제작 및 운영

주요 사례 :

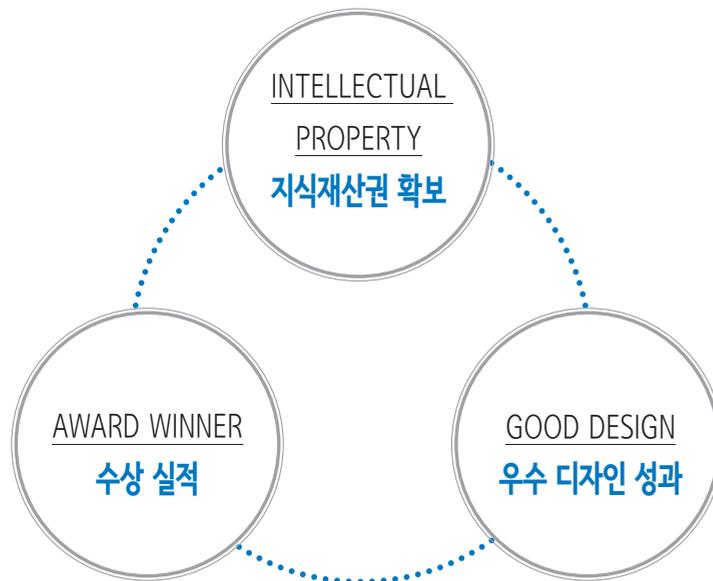
- 한국마사회 CIP 표준 매뉴얼(2004)
- 장외 발매소 실내 건축 디자인 표준 모델 매뉴얼(2010)
- 장외 발매소 그래픽 디자인 사인물 가이드(2011)
- 승용차 마사 표준 디자인(2012, 제작 중)



디자인 경영 비전 및 전략 :
5P 디자인 경영 전략 / 5P

지식재산권 확보 · 우수 디자인 성과 · 수상 실적 등이
디자인 경영 전략의 성공적 결과를 말해줍니다.

5P : Performance - 지식재산권 실태 및 수상 성과



지식재산권 확보

- 한국마사회는 디자인, 상표, 서비스표 등에서 총 43개의 상표권 출원등록을 보유하고 있으며
담당 부서(홍보팀, 자산관리팀)에서 관리

우수 디자인 성과

- 말산업 육성 5개년 종합 계획(2012. 7월)에 의거, 정부와의 공조 하에 2013년 이후 민간 업체의
말 관련 브랜드 디자인 개발 사업 추진 시 지원 예정
- 경마 마권 발매 전산기기 국산화
- 장외발매소의 환경 개선 공사

수상 실적

- 부산경남경마공원 사계절 썰매장 : 2010년 대한민국 조경대상 특별상
- 사보 '굽소리' : 2011년 대한민국 커뮤니케이션대상 문화체육관광부 장관상

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 성과 :
사업 및 공헌 실적

한국마사회는 디자인 경영으로 부가가치를 높이고
그 수익을 사회에 환원하는 공익 기업입니다.

한국마사회의 디자인 경영 실적(2011년)



디자인 경영 성과 :
디자인 성과

말 관련 디자인 제품 개발의 활성화, 경마 마권 발매 전산기기의 국산화, 지점의 환경 개선을 통해 디자인 경영의 가시적 성과를 살필 수 있습니다.

디자인 성과

민간 업체의 말 관련 브랜드 디자인 개발 사업 지원



경마 마권 발매 전산 기기인 토탈리제이터(Totalizator)의 국산화

장외발매소 환경 개선 공사 준공

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 성과 :
수상 실적

다양한 수상 실적을 통해 한국마사회의
디자인 경영 성과를 엿볼 수 있습니다.

수상 실적

부산경마공원 사계절 썰매장 : 2010년 대한민국 조경대상 특별상

- 자연 친화적인 디자인 조경에 노력
- (사)한국조경학회 주최, 정부 4개 부처 후원



제주경마공원 어린이 놀이터 : 2011년 친환경 안심 놀이터 부문 장려상

- 친환경 놀이터 디자인에 대한 관심 제고
- 한국환경공단, 환경부 주최

사보 '굽소리' : 2011년 대한민국 커뮤니케이션대상 문화체육관광부 장관상

- 말 관련 다양한 디자인으로 마문화(馬文化) 보급에 노력
- 한국사보협회, 문화체육관광부 주최

디자인 경영 성과 :
사회 공헌 실적

디자인적 사고를 바탕으로 사회에 공헌하는 등 끊임없는 혁신을 추구합니다

사회 공헌 실적

국가 및 지방 재정에 기여

- 연평균 약 1조 4천억 원의 제세 납부로 국가 및 지방 재정에 기여

구 분	2007	2008	2009	2010	2011
국 세 (농특세, 기타소득세 등)	2,501	2,904	2,820	3,169	3,340
지방세 (레저세, 지방교육세 등)	10,669	12,067	10,378	10,823	11,189
계	13,170	14,971	13,198	13,992	14,529

· 단위 : 억원

축산 및 농어촌 발전에 기여

구 분	2007	2008	2009	2010	2011
축산발전기금	685	988	1,312	1,654	1,835
농어촌복지 등	171	247	328	414	458
계	856	1,235	1,640	2,068	2,293

· 단위 : 억원

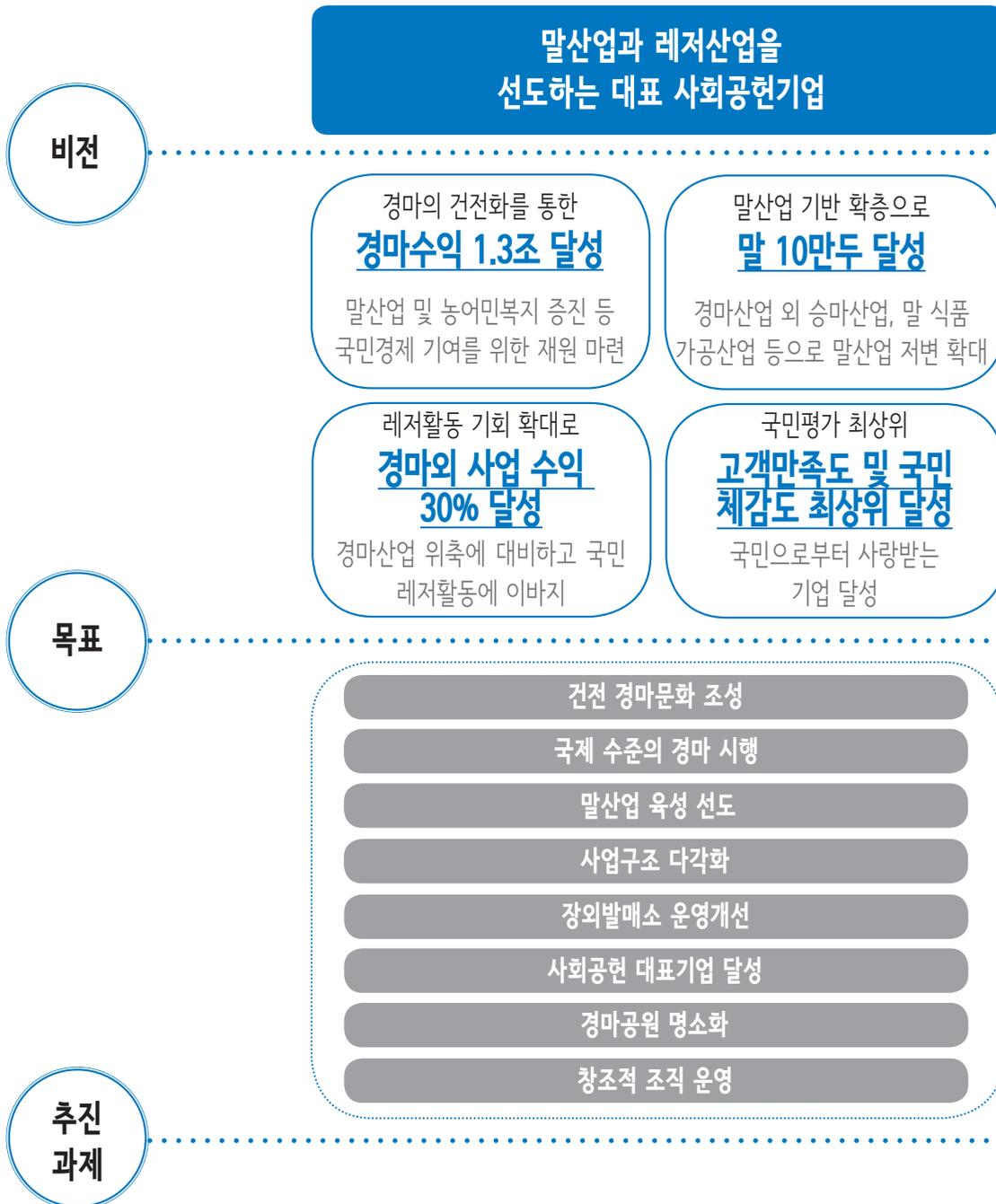
사회 공익 기부금 집행 실적

구 분	2007	2008	2009	2010	2011
기부금	110	121	129	209	204

· 단위 : 억원

디자인 비전 :
미래 전략

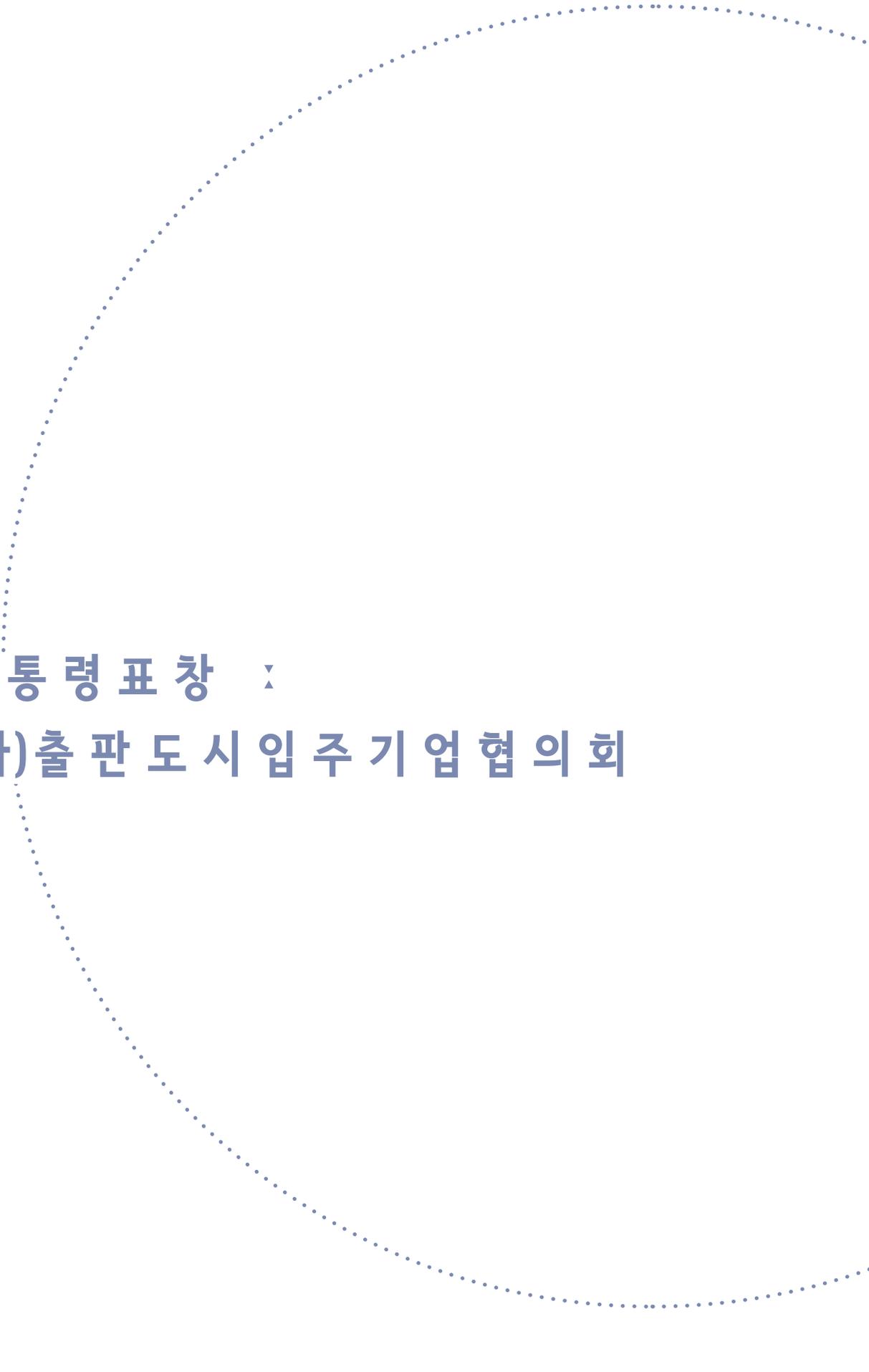
KRA는 지속적인 디자인 경영을 통해
국가 발전과 국민 행복 증진에 이바지할 것입니다





K O R E A
D E S I G N
A W A R D

2 0 1 2 . 1 4 t h



대통령 표창 ˆ

(사)출판도시 입주기업협의회

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인경영부문 : 대상



단체 소개

단체장 메시지
출판도시 현황
핵심 이념

디자인 경영 비전 및 전략

디자인 경영 전략
시기별 개발 전략

디자인 경영 활동

시기별 활동 상황
디자인 경영 사업
디자인 경영 사례
'파주북소리' 성과

디자인 경영 성과

수상 내역

향후 비전

미래 전략

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

단체 소개 : 단체장 메시지

출판도시입주기업협의회 회장 | 김정선

‘책방거리 조성사업’을 통해 가로환경 디자인을 개선하고 문화 콘텐츠를 확충함으로써 독자들이 찾아오는 도시를 만들고 있습니다.



그동안 우리나라를 대표하는 우수 기업들이 수상의 영예를 안은 대한민국 디자인경영대상을 출판도시입주기업협의회가 받게 된 것은 이례적인 일로 보일 수 있습니다. 그러나 경영 및 경영 전략이 기업적 차원을 넘어 사회 모든 부문으로 확장되고 있는 오늘날, 출판도시입주기업협의회와 같은 민간사회단체의 디자인경영대상 수상이 우리 사회에 디자인에 대한 중요성을 더욱 확산시키는 계기가 되었으면 합니다. 아울러 출판도시입주기업협의회의 디자인 경영 성과를 높은 안목으로 식별하고 인정해주신 관계자 여러분께 깊은 감사를 드립니다.

파주출판도시는 지난 1998년 기업 경영 전반에 대한 밑그림을 그리기 시작한 이래, 도시 개발과 건축 영역에 있어 국내에서는 시도된 적이 없는 독특한 방법론을 채택하였으며, 그 중심축은 바로 디자인이었습니다. 그리하여 건축가, 디자이너, 정책 담당자 등 전문가를 비롯해 디자인과 건축을 공부하는 학생들과 새로운 것을 갈구하는 대중들의 순례지가 되어왔습니다.

그럼에도 불구하고 출판도시가 위치한 곳이 산업단지라는 근본적인 제약으로 인해 도시 활성화가 제대로 이루어지지 못했습니다. 이를 해결하기 위해 실시한 것이 2011년부터 의욕적으로 추진된 책방거리 조성사업입니다. 책방거리 조성사업은 출판도시의 가로환경 디자인을 개선하고 문화 콘텐츠를 확충함으로써 독자들이 찾아오는 도시를 만들자는 것이었습니다. 연차사업으로 진행되는 까닭에 그 전모를 파악하기는 아직 이르지만 출판도시 책방거리 조성사업이 우리나라 도시 디자인 및 마케팅 역사에 있어 작으나마 중요한 기여를 했으면 하는 것이 저희의 바람입니다.

金正善

출판도시 현황

명칭

-파주출판문화정보산업단지

위치

-파주시 교하읍 문발리, 산남리, 신촌리, 서패리 일원

규모

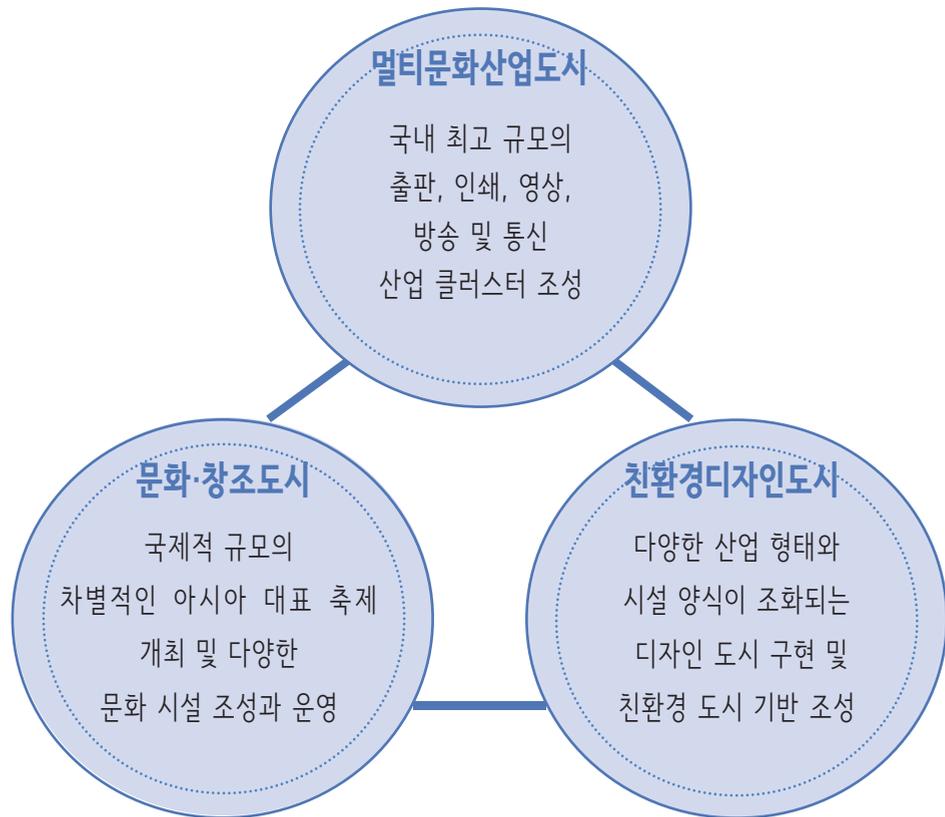
-1,559,903.8㎡ (471,871평)

-1단계: 874,088.9㎡ (264,412평) / 2단계: 685,814.9㎡ (207,459평)

연혁



아시아 문화 산업의 증추, 파주출판도시!
창작하고 즐기며 일하는 문화 창조 공간을
조성합니다.



디자인 경영 비전 및 전략 :
디자인 경영 전략

방문객 친화형 도시 경관 및 정체성 넘치는 거리 구현

디자인 차별화

-여타 도시와 디자인적으로 차별화되는 출판도시의 고유한 이미지 창출

새로운 문화 창조

-사람과 거리, 문화가 공존하는 지속가능한 공간조성

지역 경제 활성화

-지역 사회의 명소로서 지역 경제 활성화에 도움을 줄 수 있는 자원으로 발전

파주출판도시 활성화 방안

전략 사업 추진

- 국제책축제 파주북소리 개최
- 책방거리 조성
- R&D 기반 강화
- 교통 기반 확보
- 생태 습지 공원 조성



제도 기반 구축

- 특별 지구 지정
- 산업단지 관리 체계 확립
- 관리 기본 계획 변경

문화로 북적이는 문화예술공간 조성

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 비전 및 전략
시기별 개발 전략

지역 사회의 명소로서 지역 경제 활성화에 기여합니다.

혁신기 (2007-2013)

디자인 개발 시스템
구축 및
가로 환경 개선

파주북소리 2011

북소리 축제
개최 및
책방거리 조성
사업을 통한
가로 환경 개선

도입기 (1997-2006)

파주출판도시만의
개발 계획 수립
(1단계 사업)

초기 도시 계획
단계부터 일관된
방침에 따라 개발
계획 수립

정착기 (2014-)

디자인
경영 부가가치 창출

지역 사회의
명소로서
지역 경제
활성화에 기여

디자인 경영 활동 :
시기별 활동 상황 / 도입기

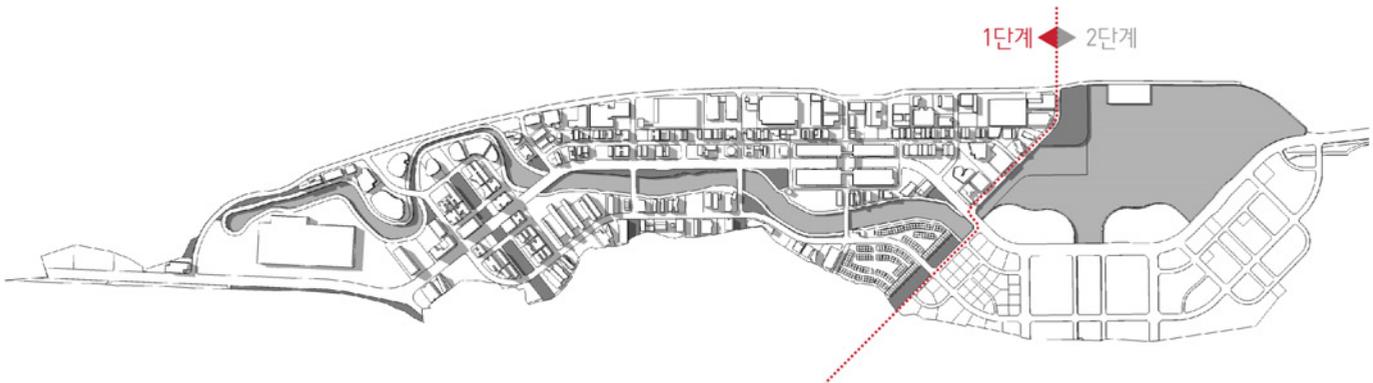
초기 도시 계획 단계부터 일관된 방침에 따라
개발 계획을 수립합니다.

도입기 (1997-2006)

파주출판도시 개발 계획 수립

- 초기 도시 계획 단계부터 일관된 방침에 따라 개발 계획 수립
- 건축 설계 지침, 디자인 가이드라인, 간판 및 옥외 홍보물 지침 등
- 파주출판도시의 활성화를 위하여 단계별로 사업 추진 :

1단계 (1997-2003) / 2단계 (2004-2012)



디자인 경영 활동 :
시기별 활동 상황 / 혁신기

디자인 개발 시스템 구축과 경영 혁신을 꾀하고 있습니다.

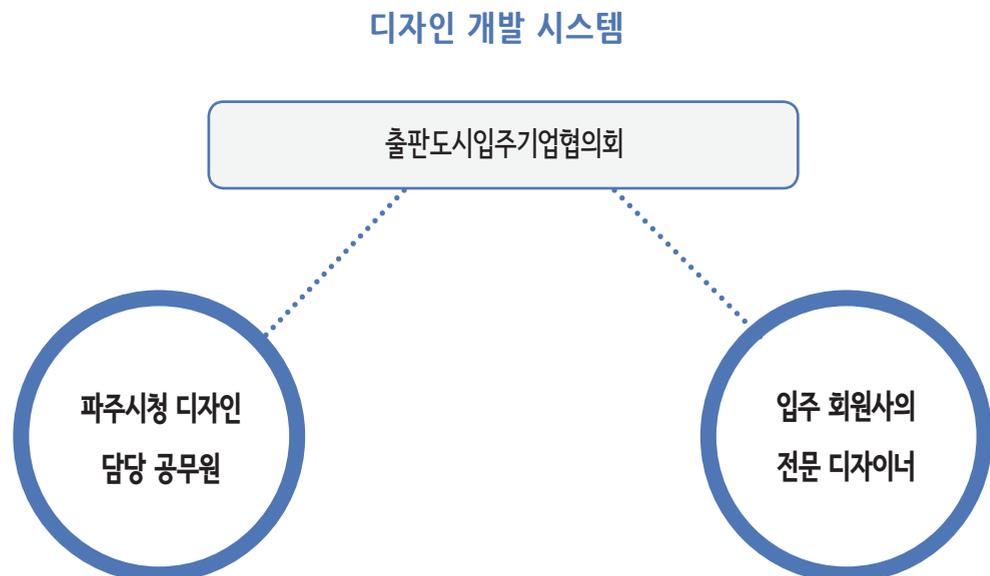
혁신기 (2007-2013)

입주기업협의회 설립

- 2007. 02. 28 : 입주기업협의회 설립 (문화체육관광부 소관의 사단법인)
- 출판, 문화, 예술 산업의 발전과 회원 상호간의 복리 증진 도모
- 파주출판도시가 조화롭게 발전하는데 기여
- 수입 창출을 목적으로 하는 일반 기업과는 다른 협의회 조직 체계
- ※ 입주기업협의회는 ‘개발 주체’로서 현재 145개사가 가입하여 출판도시의
기업 지원의 전반적 기능 담당

디자인 개발 시스템 구축

- 전문가 그룹으로 형성된 협의회를 통한 디자인 개발
- 중장기 마스터플랜을 바탕으로 각 단계별 디자인 수립 전략



디자인 경영 활동 :
시기별 활동 상황 / 혁신기

책방거리 조성 사업을 위해 공공디자인 및 가로 환경을 개선합니다.

혁신기 (2007-2013)

책방 거리 조성 사업: 북소리 축제 개최 및 책방거리 조성사업을 통한 가로 환경 개선

- 1단계 사업(환경디자인 마스터플랜 수립) :

→ 가로환경개선 : 버스 쉼터, 공공 벤치, 안내 사인, 개별 책방 사인 등

출판도시 내 광인사길 및 회동길을 비롯한 출판도시 책방거리 조성 사업 시행



- 2단계 사업(도로개선사업) :

→ 보도 정비, 쉼터 조성, 가로수 조성 등



14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 활동 :
디자인 경영 사업

도시 전체가 하나의 건축 전시장과 같은
경관을 연출합니다.

파주출판도시 개발 계획 수립

-건축 설계 지침 등의 개발 계획 수립으로 도시 전체가 하나의 건축 전시장과 같은
경관 연출 및 조형성 부여



디자인 경영 활동 :
디자인 경영 사업

하나로 읽혀지고 소통하는 파주출판도시를 만듭니다.

책방거리조성사업 마스터플랜

- 건축물, 사람 그리고 자연과 소통하는 '사인시스템'
- 책방거리의 아이덴티티를 부각시키고 호기심을 자극하는 '특화공간연출'
- 사람, 자연 그리고 공간과의 만남으로 소통하는 거리를 만드는 '시설물계획'

Master Plan



F Art Furniture	1	B 버스쉘터(정보형)	4	A 광인사길 진입부 조형물 기명사인	2	B 화동길 진입부 조형물 기명사인	2	C 문발로 책방유도사인	3
I 안내센터	1	B' 버스쉘터(커뮤니티형)	4	a 광인사길 책방유도사인	5	b 화동길 책방유도사인	6	d 방항유도사인	8

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 활동 :
디자인 경영 사례

조명 연출을 통해 거리에 활력을 부여하고
위치에 대한 인지성을 제고합니다.

진입부 조형물

진입부 조형물 A

- 갈대숲과 어우러져 출판도시 방문을 환영하는 랜드 마크 조형 사인

진입부 조형물 B

- Colorway 시스템 도입하여 위치에 대한 인지성 부여



디자인 경영 활동 :
디자인 경영 사례

자연 친화적인 종합 안내 사인과 책방 유도 사인을 통해 거리에 활력을 불어넣고 있습니다.

종합 안내 사인

- 갈대숲과 어우러져 풍경의 일부가 되는 종합 안내 사인 / Colorway system



책방 유도 사인

책방 유도 사인 A

- 공간을 지배하지 않는 최소한의 형태로 제작
- 쉽게 읽히는 방향 및 표기 요소

책방 유도 사인 B

- 책이 쌓여있는 모습을 형상화한 형태
- 거리의 활력 포인트 역할



책방 유도 사인 A



책방 유도 사인 B

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 활동 :
디자인 경영 사례

책꽂이를 모티브로 한 버스 쉼터가 랜드 마크로서 기능합니다.

버스 쉼터

책꽂이를 모티브로 한 버스 쉼터

- Color 시스템 (상행선/하행선 구분)

- 야간에도 거리에 활력을 불어넣으며 랜드 마크로서 기능



14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 활동 :
디자인 경영 사례

디자인이 돋보이는 개별 책상 사인이 거리의
포인트 요소가 되고 인지성을 향상시킵니다.

개별 책상 사인

개별 책방 사인 A

-미니멀한 책 형태의 아이콘과 포인트 색상 / 직접 참여하여 만드는 간판



개별 책방 사인 B

-야간 시 조명 연출을 통해 거리의 포인트 요소가 되고, 인지성 높임



14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 활동 :
디자인 경영 사례

책의 형태를 인포메이션 부스와 벤치 디자인에 반영하여
독특한 외관 구성과 함께 조형성을 향상시켰습니다.

인포메이션 부스

- 조형성이 돋보이는 인포메이션 부스
- 적은 비용으로 독특한 외관 구성 및 조형성 향상



개별 책방 벤치

- 책을 모티브로 한 벤치
- 책의 형태를 디자인에 반영하여 휴식 기능과 함께 상징적 요소 연출



14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 활동 :
디자인 경영 사례

책으로 소통하는 아시아(One Asia Through Books)를 구현합니다.

파주북소리 개최

- 아시아 최고의 책 축제 '파주북소리'
- 책 축제라는 콘텐츠 디자인을 통해 출판도시를 아시아 독서·출판 운동의 거점화로 성장
- 책을 쓰고, 책을 만들고, 책을 읽는 출판 관련 모든 주체들이 함께 하는 '축제의 장'
- 다양한 문화 콘텐츠를 생산하는 지식 축제



디자인 경영 활동 :
‘파주북소리’ 성과

‘지식축제’라는 새로운 영역을 개척하고
신개념의 축제 공간을 창출합니다.

파주북소리 성과

다양하고 수준 높은 프로그램으로
‘지식축제’라는 새로운 영역 개척

동아시아출판인회의, 세계책마을협회,
국립중앙도서관, 한국시인협회 등
다양한 국내외 파트너십을 통해
만족도 높은 프로그램 기획,
세계 속의 책 축제로 지평을 넓힘

출판도시 내 100여개 출판사와 서점이
자발적으로 프로그램 제작에 참여함으로써
출판도시 전역을 ‘지식 난장’ 화하는
신개념의 축제 공간 창출

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 성과 :
수상 내역

파주출판도시는 뛰어난 건축 성과로
다양한 건축 문화상을 수상했습니다.

수상 내역

-● **건축 문화상 수상 (파주출판도시)**
 - 2004 김수근 건축 문화상
 - 2006 RIBA 건축상
 - 2007 한국건축문화대상
 - 2012 셰이크 자이예드 도서상 문화기술 부문 최고상
-● **IPD International Diplomacy Design Award 2012**
 - IPD CHAIRPERSON PRIZE 수상 [파주출판도시 버스 쉼터]
-● **2012 굿디자인상 수상**
 - 파주출판도시 버스 쉼터, 한국디자인진흥원장상 수상
-● **파주북소리, 경기도 10대 축제 및 경인 히트 상품 선정**
 - 2011년 첫 회 개최만으로 경기도 10대 축제 선정
 - 2012년 경인 히트 상품 문화 . 관광 분야 선정

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

향후 비전 미래 전략

자연 · 사람 · 문화가 어우러진 도시를 구현해갑시다!

파주출판도시의 미래 전략

파주출판도시, 한권의 크고 아름다운 책

- 도시 전체가 잘 기획된 한권의 아름다운 책
- 구성원들의 참다운 출판 공동체 실현

자연 · 사람 · 문화가 어우러진 도시

- 잘 보존된 생태 환경을 바탕으로 인간이 존중되고 문화가 살아 숨 쉬는 도시 구현

아름다운 디자인, 아름다운 건축

- 세계적 성과로 평가되는 출판도시의 건축적 성과에 덧붙여 아름답고 인본적인 디자인 가미



K O R E A
D E S I G N
A W A R D

2 0 1 2 . 1 4 t h

대통령 표창 : 아이리버(주)

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 부문 : 대상

DESIGNED BY **iriver**

기업 소개

CEO 메시지
기업 철학 및 경영 전략
기업 연혁

디자인 경영 비전 및 전략

디자인 경영
Brand Mission
Brand Vision

디자인 경영 활동

디자인 철학
Design Experience
주요 제품 소개
제품 시장

디자인 경영 성과

성과 및 수상 실적

향후 발전 계획

미래 전략



디자인 경영의 핵심은 일상 속에 존재하는 것들을 재발견하고 그 가치를 변화시키는 것입니다.

안녕하십니까? (주)아이리버의 대표이사 박일환입니다.

저희 아이리버는 지속적인 제품 개발과 최고의 디자인 및 서비스를 제공함으로써 고객 만족을 위해 헌신적으로 노력하고 있으며, 전자책 사업과 교육용 아동 로봇 및 Hi-Fi 오디오 시스템 기기 개발 등 도전적인 자세로 새로운 활로를 찾으며 올해 1분기 흑자 전환이라는 의미 있는 성과를 이뤄냈습니다.

이 같은 결과는 국내외 시장에서 향후 안정적인 성장을 지속할 수 있는 발판을 마련하는 동시에 새로운 IT 사업을 위한 아이리버의 힘찬 도약이라 할 수 있습니다.

'Redesign Your Lifestyle'이란 Brand Vision처럼 아이리버의 디자인 경영은 관심과 애정 어린 시각으로 고객의 라이프 스타일을 관찰하고, 이를 디자인에 적극 반영하는 접근 방법을 통해 일상 속에서 이미 존재하고 있는 것들을 재발견하고 그 가치를 변화시키는데 있습니다.

앞으로도 독창적인 발상과 혁신적인 제품으로 고객의 마음을 움직이고, 진정한 만족과 기쁨을 고객에게 드리는 회사가 되겠습니다. 감사합니다.

박 일 환

기업 소개 :
기업 철학 및 경영 전략

독창적인 발상과 혁신적인 제품으로 고객의 마음을 움직여 만족과 기쁨을 주는 회사가 되겠습니다.

아이리버의 미래

‘남보다 앞선 기술로 세계 최고의 명성을 얻는 것은 많은 회사들이 꿈꾸는 미래입니다.

하지만 아이리버는 다릅니다. 아이리버의 존재 이유는 1등이 아닙니다.

바로 **고객에게 진정으로 사랑받고 선택받는 제품과 서비스를 제공하는 것**입니다.

‘전 세계 고객들이 손쉽게 사용하고 편하게 휴대할 수 있는 인간 중심의 제품을 만드는 것! 좋은 서비스를 뛰어넘는 전설적인 서비스를 제공하며 도덕적인 회사, 신화를 잃지 않는 회사가 되는 것!

이것이 아이리버가 고객에게 드리는 소중한 약속입니다.



기업 소개 :
기업 철학 및 경영 전략

혁신적인 제품! 사용의 편의성을 제공하는 제품!
훌륭한 디자인 제품! 이것이 아이리버가 만들고자
하는 제품입니다.

아이리버는 이런 제품을 만들고자 합니다!

IRIVER PROMISE

EASY ACCESS

누구에게나 쉬운 제품을 만든다

제품의 가치는 Touching입니다.
쉽고 빠른 인터페이스와
최고의 사용 편의성을
제공하도록 하겠습니다.

INNOVATION

혁신적인 제품을 만든다

아이리버의 제품으로 세상을 바꾼다는
자세로 임하겠습니다. 제품의 기획, 개발
생산, 판매 등 모든 단계에서 남들보다
한 걸음 더 앞서 나가는 "Two Steps
Forward" 자세로 임하겠습니다.

BEST DESIGN

훌륭한 디자인을 제공한다

사용자를 생각하는 절제된 디자인에
최우선 가치를 두고 이를 통해 고객에게
소유와 사용의 기쁨을 동시에
선사하도록 노력하겠습니다.

기업 소개 : 기업 연혁

기업 연혁

1999년 1월 : (주) 레인콤 설립

2000년 7월 : 국내 판매법인 ㈜아이리버 설립

2001년 9월 : 세계 초박형 MP3 CD 플레이어 'SlimX' 개발

2002년 2월 : 세계 최초로 Dataplay Disc를 재생하는 뮤직 플레이어 'iDP-100' 개발 및 출시

2003년 12월 : KOSDAQ 등록

2004년 5월 : 내수 시장 사상 최고 판매 기록(월 100,000대 판매 돌파)
MP3 업계 최초 AS 우수 기업 인증 마크 획득

2005년 4월 : 중국 공장 완공(연 500만대 양산 능력 확보)
GFK 주관 아이리버 NO.1 Digital Portable Audio Player
2004 Reddot Design Award N10 'Best Design' 수상

2006년 9월 : 초소형 MP3 플레이어 S10 출시 한국능률협회 선정
'소비자가 선정한 우수 기업'

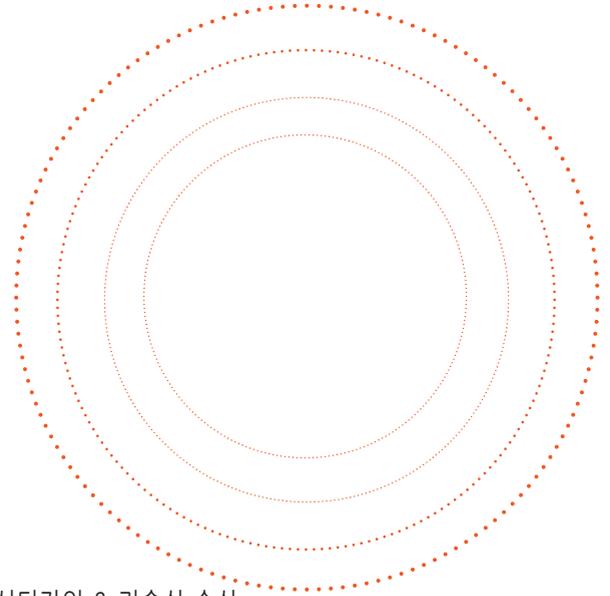
2007년 6월 : 디즈니 캐릭터 MP3, M Player 출시

2008년 3월 : All in One, 실용주의 MP4 플레이어 'E100' 출시 D5
M Player Season 2, W7
2008 독일 Reddot Design Award

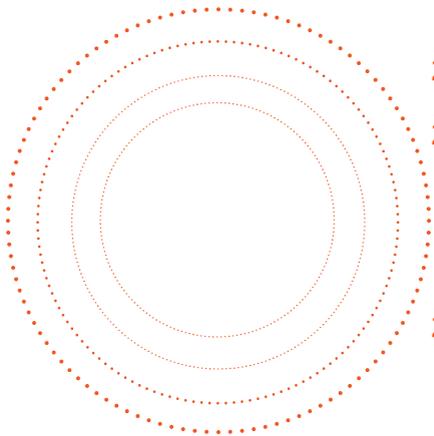
14th

KOREA . DESIGN . AWARD

기업 소개 : 기업 연혁



- 2009년 1월 : SPINN, P20 CES 혁신디자인 & 기술상 수상
- 2009년 3월 : (주)레인콤에서 (주)아이리버로 사명 변경
- 2009년 9월 : 교보문고와 전자책 사업 관련 MOU 체결. 전자책 스토리 출시
- 2010년 2월 : 법제처, 국가법령정보 E-Book 서비스 협약 체결
- 2010년 8월 : 전자책 커버스토리 출시
- 2011년 3월 : D2000, U100, P100 IPS 독일 Red Dot Award 2011 수상
- 2011년 7월 : 구글 E-Book 지원하는 고해상도 전자책 '스토리HD' 출시
프리미엄 IT 기기 액세서리 브랜드 '블랭크(BLANK)' 론칭
- 2011년 8월 : 박일환 대표이사 사장 취임
- 2012년 1월 : KT 아동 교육용 '스마트 로봇 키봇 2'
(197억 원 규모의 공급 계약 체결)
교보문고 전자책 '스토리 K' 출시
- 2012년 10월 : 전문가급 포터블 하이파이 오디오 '아스텔앤컨' 출시



디자인 경영 비전 및 전략 :
디자인 경영

새로운 브랜드 경영 체제 하에서 디자인이 상품 기획과 제품 개발에 핵심적 역할을 수행하고 있습니다.

아이리버는 지난 1999년 7명의 직원과 3억 원의 자본금으로 시작해서 벤처 신화라고 불릴 만한 성공을 거두며 10년 동안 브랜드를 지켜온 벤처 기업입니다.

그간의 세월동안 성공의 오르내림이 있었지만, 처음부터 지금까지 유지하고 있는 경영 전략은 '디자인'을 경쟁 우위에 두는 것이었습니다. 그것이 가능했던 것은 2011년 디자인연구소 설립 후 아이리버의 새로운 브랜드 경영 체제 하에서 디자인이 상품 기획과 제품 개발에 핵심적인 역할을 수행하고 있기 때문입니다.

매년 약 1500여 억 원의 매출을 달성했고, 2012년에는 흑자 전환을 하여 디자인 경영 성공에 더욱 박차를 가하고 있으며, 디자인 경영을 통해 국가 디자인 산업 경제 발전에 기여하고 있습니다.

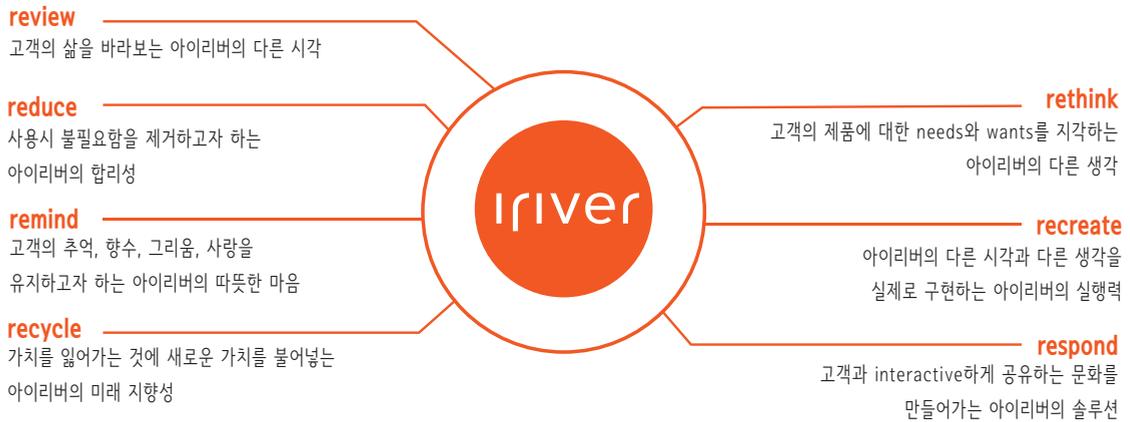


14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 비전 및 전략 :
Brand Mission

디자인 경영에 7R을 반영함으로써 고객의 요구를
수용하고 고객과 공유하는 문화를 창출해가고
있습니다.



아이리버의 브랜드 비전은 일상의 재발견을 제품에 반영하여 'Quality of Life'를 만드는 것입니다.

브랜드 비전(Brand Vision)

REDESIGN YOUR LIFESTYLE

iRIVER Design Motif

일상 속 에 이미 존재하고 있는 것들을 새로운 시각으로 재발견하고, 이것의 가치를 변화시킵니다.

단순히 제품 사용에 대한 만족만을 추구하는 것이 아니라, 생활의 재발견을 통해 고객의 Lifestyle을 변화시키는 진정한 'Quality of Life'를 만드는 것! 이것이 바로 아이리버 Brand Vision입니다.

DO UNTHINKABLE

iRIVER Design Vision

Design의 영역이 단순히 제품을 고안하고 만들어내는 데에 그치지 않고, IT시장에 빠르게 대응할 수 있도록 기획 단계부터 디자인을 최우선으로 고려하며, 사용성과 가치를 높이는 방향을 중점적으로 진행하고 있습니다. 남들이 생각하지 못한 혁신으로 기존의 제품군에서 벗어나 다각화된 사업 분야와 향후 10년을 리드할 수 있는 아이리버만의 제품을 기획 개발하고 있습니다.

14th

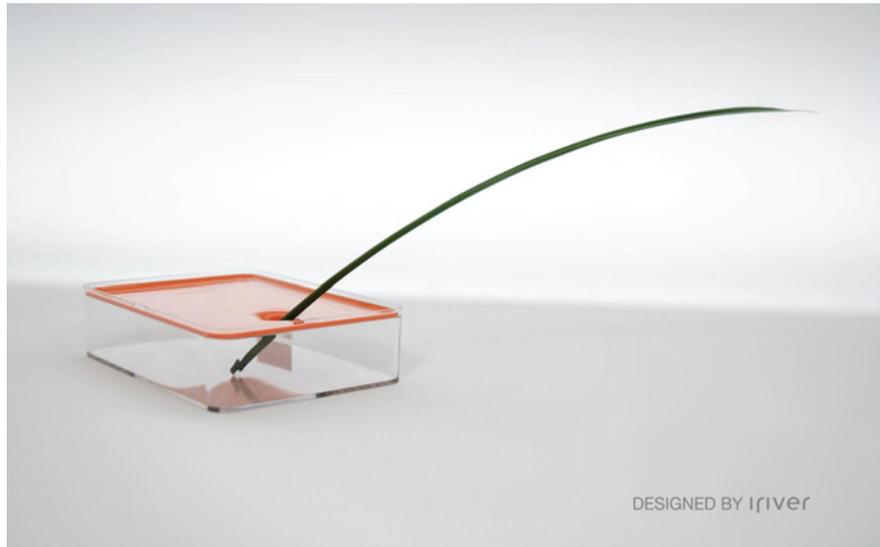
KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 활동 :
디자인 철학

‘Inspiration & Aspiration(영감과 열망)’이라는 디자인 철학은 다른 사람에게 영감을 주고 소유하고 싶은 디자인을 만드는 것입니다.

아이리버의 디자인 철학은 우리의 평범한 일상을 디자인으로 재해석하여 가치를 높여주는 것입니다.

또한 이를 바탕으로 하여 만들어진 'Inspiration & Aspiration'이라는 디자인 철학은 다른 사람에게 영감을 주고, 소유하고 싶은 디자인을 만든다는 의미가 있습니다. 아울러 단순함의 미학(Basic Essential)을 핵심으로 하는 디자인 원칙이 있습니다. 이 같은 디자인 철학과 원칙에는 디자인의 심미성과 조형성 등에 대한 기본이 반영되어 있습니다.



14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 활동 :
Design Experience

제품의 초기 기획부터 사용자 경험을 디자인에 반영하고 통합적인 컨셉을 도출하여 소비자에게 전달합니다.

360°DESIGN EXPERIENCE

"바람직한 제품을 디자인한다는 것은 곧 총체적인 사용자 경험을 디자인하는 것을 뜻한다"

-도널드 노먼-

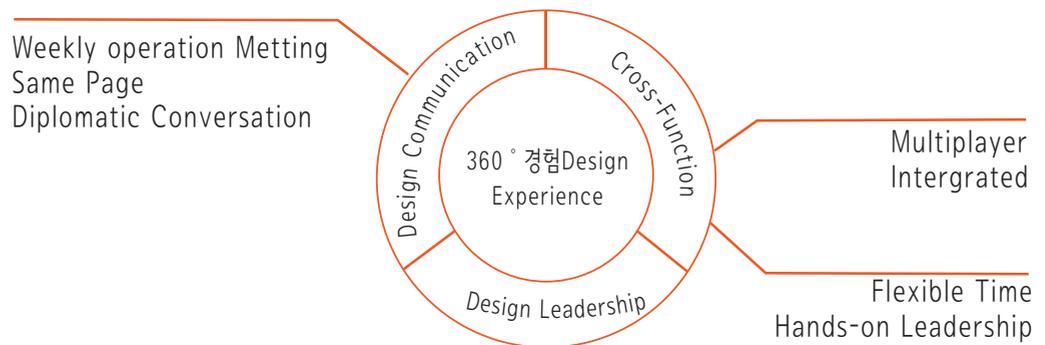
"IT의 옷을 입은 디자인 회사"

Design+Marketing+Sales+Planning= 협력의 문화

360°경험 Design

제품 컨셉의 초기 기획+UI+Product+Package의 밀접한 운영, 통합적 컨셉 도출

"일관된 메시지로 소비자에게 전달하는 것"



14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 활동 :
주요 제품 소개

고음질의 오리지널 사운드와 편이성·심미성을 반영한 디자인이 조화를 이루는 '아스텔앤컨(Astell&Kern)'

MQS Portable System '아스텔앤컨(Astell&Kern)'



현장감 그대로의 경이로운 음악세상을 만나다
Hi-Fi Audio in your Pocket!

Astell&Kern

- 국내 최초로 스튜디오 마스터링 퀄리티 음원(Mastering Quality Sound, MQS)의 재생이 가능한 포터블 하이-파이 오디오(Portable Hi-Fi Audio)
'아스텔앤컨 (Astell&Kern) 개발
- 녹음실에서만 들을 수 있는 고해상도의 음악을 언제 어디서나 편리하게 휴대하여 들을 수 있도록 디자인
- 최상의 고음질 사운드를 구현해내기 위해 포터블 디바이스로는 세계 최초로 고성능의 DAC(Digital to Analog Converter)인 영국 Wolfson사의 WM8740 DAC 탑재
- 아이리버만의 독자적인 디자인 아이덴티티 반영
- 블랙 알루미늄 바디에 섬세한 헤어 라인 패턴을 더해 고음질의 오리지널 사운드와 디자인이 완벽한 조화를 이룸

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 활동 :
주요 제품 소개

아이리버와 교보문고가 경쟁력 있는 가격, 우수한 기능과 디자인, 차별화된 콘텐츠 등을 앞세워 출시한 전자책 '스토리 K'

IRIVER STORY K/HD : 전자책 '스토리 K'

- 국내의 전자책 대표 주자 아이리버와 교보문고가 경쟁력 있는 가격, 우수한 기능과 디자인, 차별화된 양질의 콘텐츠 등을 앞세워 국내 전자책 시장의 대중화를 위해 출시한 제품
- 아이리버만의 감각적인 디자인이 돋보이는 전자책 '스토리 K'
- 심플하고 슬림한 라인이 돋보임
- 앞면과 뒷면에 부드러운 커브 라인과 투톤 컬러를 적용해 세련미와 편안한 그립(Grip)감 동시에 제공



디자인 경영 활동 :
주요 제품 소개

소비자와의 교감을 통해 쌍방향적인 소통의 제품으로 거듭나고자 하는 프리미엄 액세서리 브랜드 'Blank'!

프리미엄 액세서리 브랜드 Blank



- 끊임없이 진화해온 아이리버의 디자인 아이덴티티를 통해 탄생한 '프리미엄 액세서리 브랜드 Blank'
- 소비자와의 교감을 통해 기존 제품의 Blank를 채워감으로써, 일방향적인 제품을 쌍방향적인 소통의 제품으로 완성시키고자 하는 것이 Blank가 추구하는 Mission
- 소비자가 진정으로 원하는 가치를 재창출하고자 하는 아이리버의 의지 반영
- 아이리버 특유의 절제되고 심플한 라인과 컬러, 차별화 된 소재 선택, 감성이 살아 있는 디자인 등이 특징
- IT기기 액세서리 시장에서 프리미엄 바람을 불러일으킴

디자인 경영 활동 :
주요 제품 소개

혁신적인 제품, 사용이 손쉬운 제품, 디자인이 뛰어난 제품을 출시하여 국내 전자 시장의 트렌드를 선도하는 아이리버!

DOMINO UBS 시리즈

- 복잡한 디지털 제품 속에서 아이리버가 추구하는 심플함과 절제의 미학 반영

D2000

- 심플한 디자인에 편리한 QUATTRO UI 강조

MX100 & VANILLA

- Android OS를 사용할 수 있는 국내 공식 기업임을 입증



기타

이 밖에도 복잡한 디지털 제품들 속에서 아이리버가 추구하는 심플함과 절제의 미학을 보여준 DOMINO UBS 시리즈와 Slim한 디자인에 편리한 QUATTRO UI가 강조된 D2000, Android OS를 사용할 수 있는 국내 공식 기업임을 입증할 수 있었던 MX100과 VANILLA 등 누구보다 혁신적인 제품, 누구에게나 쉬운 제품, 어떤 것보다 훌륭한 디자인을 사용자에게 전달하고자 아이리버는 다양한 제품을 출시하며 국내 전자 시장의 트렌드를 선도해왔다.

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 활동 :
제품 시장

현지에 맞는 제품 판매를 통해 국내 전자제품 시장의 한류를 이끌어가고 있습니다.

아이리버는 주 생산품인 MP3/4 Player, 전자사전, PMP 등의 음향기기 분야와 멀티미디어 디바이스 시장을 비롯하여 교육용 아동로봇, 블랙박스, 전자책, 스마트폰 액세서리와 같은 전자기기를 기반으로 하여 국내외 다양한 시장에 진출하고 있습니다.

또한 홍콩, 일본, 중국, 유럽, 미국 등 세계 각지에 지점을 두어 현지에 맞게 제품을 판매하고 있어 국내 전자제품 시장의 한류를 이끌어 가고 있습니다.



디자인 경영 성과 :
성과 및 수상 실적

아이리버 디자인의 우수성이 세계적인 디자인상을 수상함으로써 입증되었습니다.

수상 내역

- 2001. 9 : 세계 초박형 MP3 CD 플레이어 'SlimX' 개발
- 2001. 11 : '벤처기업대상' 수상(중소기업진흥공단)
- 2002. 1 : 세계 최초로 Dataplay Disc를 재생하는 뮤직 플레이어 'iDP-100' 개발
- 2002. 9 : MP3 플레이어 'iFP-100' Series 출시
전자신문 '2002년 우수 마케팅' 수상
- 2003. 1 : Microsoft Media2Go 프로젝트 공동 개발 파트너로 선정
대한민국 멀티미디어 대상, 정보통신부 장관상 수상
- 2004. 3 : 한국능률협회컨설팅 K-BPI(한국 산업의 브랜드 파워 MP3 부문 1위)
- 2004. 5 : 내수 시장 사상 최고 판매 기록(월 100,000대 판매 돌파)
MP3 업계 최초 AS 우수 기업 인증 마크 획득
- 2004. 11 : 무역협회 주최 산업자원부 후원 '1억불 수출의 탑' 수상
- 2005. 1 : CES Award iFP-1000 시리즈 및 N10 시리즈 혁신적 디자인상 수상
- 2005. 4 : 중국 공장 완공(연 500만대 양산 능력 확보)
GFK 주관 아이리버 NO.1 Digital Portable Audio Player
Korea Red Dot Design Award N10 'Best Design' 수상
- 2005. 6 : 아이리버 iFP-1000 비즈니스워크 선정 최고의 제품
아이리버 iFP-895, 美PC 월드 선전 세계 100대 IT 제품 선정
- 2006. 9 : 초소형 MP3 플레이어 S10 출시
한국능률협회 선정 '소비자가 선정한 우수 기업'
- 2007. 2 : 세계 최초 AMOLED 채용 Clix 출시
- 2007. 6 : 디즈니 캐릭터 MP3, M player 출시
- 2007. 11 : Clix, Mplayer, NV 등 독일 iF Design Award 2008 선정
- 2007. 12 : 동영상 기능을 최적화한 MP4P 'W7' 출시

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 성과 :
성과 및 수상 실적

- 2007. 12 : Clix, Mplayer-미국 Chicago Athenaeum
Good Design Award 전자 제품 부문 수상
- 2008. 1 : W7, CNET 선정 MP3 부문 최고 제품상 수상
- 2008. 5 : All in One, 실용주의 MP4 플레이어 'E100' 출시
D5, Mplayer Season2, W7, 2008 독일 Reddot Design A
- 2008. 11 : E100 Season2 출시
E100 누적판매 100만대 돌파 (밀리언셀러 기록)
- 2009. 1 : SPINN, P20 CES 혁신 디자인 & 기술상 수상
SPINN, P7, DOMINO, D35, 2009 독일 Reddot Design
- 2009. 5 : 아이리버 도미노 D&AD 수상
스타일, P7, iF 커뮤니케이션 디자인 어워드 수상
- 2009. 7 : 도미노, 스타일, P7, D35, IDEA 미국제 디자인 어워드 수상
- 2009. 8 : 스타일, iF 커뮤니케이션 디자인 어워드 골드상 수상
- 2009.10 : 스타일, B30 패키지, P35, P7, Nvlife E150, 일본 굿디자인상 수상
- 2011. 8 : U100, P100 IF 커뮤니케이션 디자인 어워드 수상
D2000, U100, p100 Reddot Design 수상
Package IF 커뮤니케이션 디자인 어워드 수상



14th

KOREA . DESIGN . AWARD

향후 발전 계획 : 미래 전략

아이리버는 통합된 디바이스들이 만족시켜 주지 못하는 High Quality 영역을 주도하고 선점해 나갈 것입니다.



아이리버는 통합된 디바이스들이 만족시켜 주지 못하는 High Quality 영역을 주도하고 선점해 나갈 것입니다.

현재는 많은 종류의 디바이스들이 하나의 기기에 통합되어 그 기기들이 현 시장을 주도하고, 점유율을 높여가고 있는 상황입니다. 그러나 자사는 세분화된 디바이스들이 통합되면서 얻었던 장점이 아닌 잃어버린 장점에 주목하고 있으며, 좀 더 **전문적이고 사용자의 만족감을 높일 수 있는 High Quality 영역을 선점해 나가고 있습니다.** 이를 가장 잘 보여주는 예가 바로 최근에 선보인 Astell& Kern이며, 이는 아이리버가 가장 잘 할 수 있는 일, 아이리버만이 할 수 있는 의미 있는 제품입니다.

이처럼 시장의 빠른 흐름 속에서 우리가 놓치고 있는 본질적 접근과 아이리버의 혁신적 디자인이 만나 국내뿐만 아니라 전 세계적으로 뻗어나갈 수 있는 새로운 활로를 계속 찾아나갈 계획입니다. 뿐만 아니라 점점 커지고 있는 Book Contents 시장과 유아 로봇 시장을 바라보며 자사는 **지속적으로 다양한 소비층을 아우르는 서비스와 콘텐츠를 확보하고, 편리해진 사용성과 새로운 디자인을 소비자에게 제공할 것입니다.**





K O R E A
D E S I G N
A W A R D

2 0 1 2 . 1 4 t h

국무총리표창 : 센스큐브(주)

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 부문 : 최우수상

SENSE CUBE

|쥬센스큐브

기업 소개

CEO 메시지
기업 철학 및 기업 조직
사업 영역
기업 연혁
연구 개발 사업

디자인 경영 비전 및 전략

디자인 경영 비전
디자인 경영 전략
디자인 경영 도입 배경

디자인 경영 활동

제품 소개
공공 시설물 소개

디자인 경영 성과

성과 소개
지적재산권 보유 현황

향후 비전

미래 전략

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

기업 소개 : CEO 메시지

(주)센스큐브 대표 | 노효녀

미래 가치를 만들어 가는 힘에는 사람을 위한
디자인이 있습니다.



(주)센스큐브는 2004년 설립 이래 디자인 연구 개발부터 제품 생산에 이르기까지 원스톱 프로세스 인프라를 갖추고 사람과 공간에 새로운 가치를 만들어 가고 있습니다.

시대의 흐름을 주도하는 힘, 미래 가치를 만들어 가는 힘! 그 힘의 중심에는 사람을 위한 디자인이 있어야 한다는 생각으로 센스큐브는 한 단계, 한 단계 도약해왔습니다.

기술혁신형 중소기업(INNO-BIZ) 인증, 경기도 유망 중소기업 선정, ISO 9001 품질경영 시스템, ISO 14001 환경경영 시스템 인증 등을 통해 괄목할만한 성장을 이룬 센스큐브는 국제비즈니스대상(International Business Awards, IBA), 굿디자인(GD)상 수상 등 국내외 디자인 관련 상을 수차례 받으며 실력을 인정받아 왔습니다.

태양광을 이용한 스마트 가든(Smart Garden)과 지능형 자전거 보관대 등을 통해 저탄소 녹색 성장을 선도하고 있는 센스큐브가 이번 대한민국디자인대상에서 국무총리표창을 받게 되어 더욱 뜻 깊게 생각합니다.

종합디자인솔루션그룹 센스큐브는 앞으로도 차별화된 크리에이티브 파워를 바탕으로 저탄소 녹색 성장을 이끄는 리더로서 고객 만족을 넘어 감동을 선사하는 기업으로 우뚝 서기 위해 최선의 노력을 다하겠습니다.

감사합니다.

기업 소개 :
기업 철학 및 기업 조직

고객 공감에서 감동으로 이어지는 가치 지향적 디자인을 추구합니다.

기업 철학

“사람과 공간에 새로운 가치를 만들어갑니다.”

기업 조직



다양한 사업 분야의 유기적인 연계를 통해 최상의 시너지를 만들어 갑니다.

각 사업 분야의 유기적인 연계를 통해 전 과정의 원스톱 프로세스 인프라를 갖추고 있습니다

Planning

- 브랜드 컨설팅 및 브랜딩 기획
- 비즈니스 디자인 컨설팅

Graphic Design

hEditorial Design(편집디자인)

- 사내보, 사외보
- 매거진, 화보집, 매갈로그
- Advertising Design(광고디자인)
- ATL / BTL 등 종합 광고 제작 및 대행
- 신문과 잡지 등의 지면 광고. 옥외, 지하철, 웹 광고
- 브로슈어, 카탈로그, 매뉴얼 리포트, DM, 포스터, 리플릿 등 홍보 인쇄물 전반
- Branding & Design. CI & BI

hEmblem, Package Design, Naming

Public Design

- 간판 등 옥외 광고물 디자인, 도시환경정비사업
- 스트리트 퍼니처, 상징물 및 조형물 디자인
- 공공 환경 컨설팅 및 디자인 프로젝트 사업
- 교통표지, 안전표지, 각종 사인 등 교통안전시설 디자인
- 가로등, 각종 쉼터, 벤치, 휴지통, 신호등 방음벽, 중앙분리대
- 각종 공간 계획 및 공원 설계

Product Design

- 스마트 가든(Smart Garden). 공공 시설물
- 자전거 보관대(디지털, 아날로그), 자전거 공기주입기

Production

- 금속 구조물 개발. 제품 제조 생산

기업 연혁

- 2012년** : Smart Garden 교육기술부장관 녹색기술인증 획득
- 2011년** : 벤처기업 인증
- 2010년** : 경기중소기업종합지원센터 G-패밀리 기업 지정
기업부설연구소 '(주)센스큐브 R&D 연구소' 인정
금속 구조물, 창호공사업 전문 건설업 등록
자전거 보관대 실용신안, 디자인 등록
- 2009년** : ISO 9001 품질경영시스템 인증, ISO 14001 환경경영시스템 인증
기업부설연구소 '(주)센스큐브 디자인 연구소' 인증
중소기업청 기술혁신형 중소기업(INNO-BIZ) 인증
- 2008년** : 디자인 경영 도입, 신문거치대 디자인 등록
고양시 일산동구청 비디오풀 제작업 등록
한국디자인진흥원 산업디자인 전문회사(환경) 추가 인증
고양시 일산동구청 옥외 광고업 등록
경영혁신형 중소기업 확인(경기지방중소기업청)
- 2007년** : 하남시 플러스시티(Plus City) 미술 저작물에 대한 미술 저작권 등록
한국소프트웨어산업협회 소프트웨어 사업자 신고
고양시 일산동구청 인쇄사 신고
- 2006년** : '快(쾌) : 한도시' 도시 브랜드 미술 저작권 등록
경기 북부 관광 아트 북 디자인 개발
경기도 유망 중소기업 인증, 중소기업청 기술혁신형 중소기업 인증
한국디자인진흥원 디자인 혁신 기술개발사업 업체 선정
경기중소기업종합지원센터 산업패밀리클러스터 참여 기업 지정
한국산업기술진흥협회 연구개발전담부서 디자인 연구실 확인
고양시 일산동구청 출판사 등록
- 2005년** : 경기도 평화아트 데스크다이어리 디자인 개발 제작
파주시 민원혁신보고 자료 대통령 보고서 제작
- 2004년** : 한국디자인진흥원 산업디자인 전문회사(시각, 포장) 인증
법인 사업자 등록

국가 및 공공 기관 연구 개발 사업 참여

2006년 경기도디자인개발지원사업

h하나바이오텍(주) 미국 및 일본 수출용 수용성 베타글루칸 신제품의 포장물 제작

수출 기업화 사업

h한국UCD 포장디자인 / 동아 헤어브러쉬 전단지 제작
h(주)코팩이티에스 제품 카탈로그 디자인 / (주)디엑스엠 미백기 박스 디자인
h(주)베리콤 e-카탈로그 제작 / 고려인삼과학(주)브로슈어 제작

지자체 축제의 통합 브랜드 마케팅을 통한 이노베이션 시스템

h가평 자라섬 국제 재즈 페스티벌

해외 PR 사업

h(주)디엑스엠 카탈로그 디자인
h(주)베리콤 카탈로그 제작

2006년 디자인혁신기술개발사업

h(주)한성식품 브랜드 디자인, 패키지 디자인, 카탈로그 개발

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 비전 및 전략 :
디자인 경영 비전

사람과 환경 모두에게 이로운 디자인을 구현해 갑니다.

디자인 경영 비전

“ 환경과 사람 모두가 행복한 세상 실현 ”

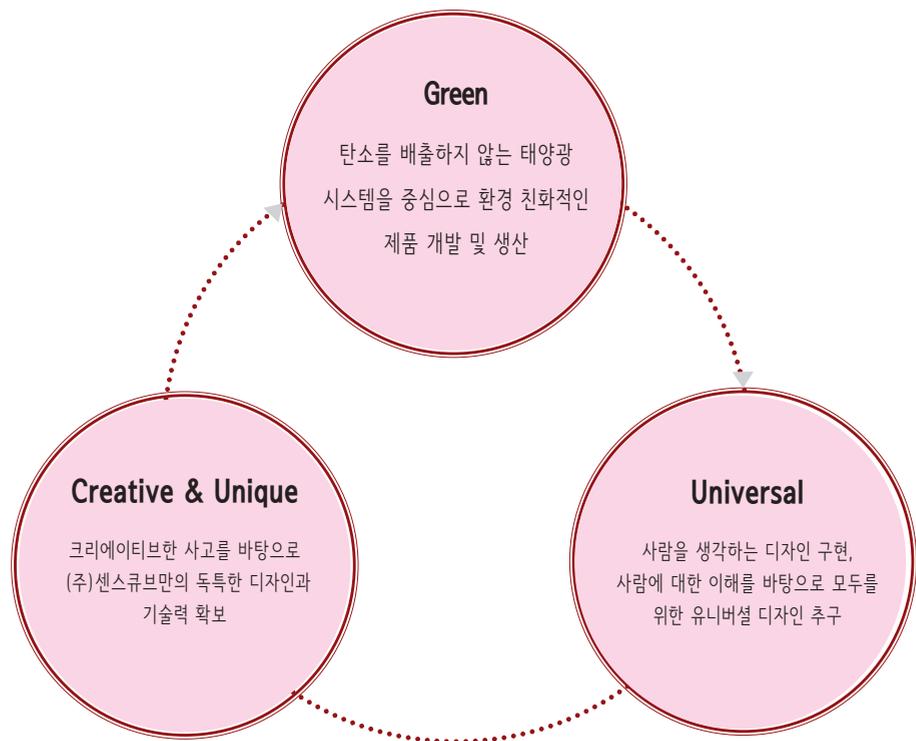


디자인 경영 비전 및 전략 :
디자인 경영 전략

기술력을 갖춘 디자인 구현, 지속적인 연구 개발,
디자인 경영을 통해 고객 만족도를 향상시킵니다.

디자인 경영 전략

“저탄소 녹색 성장 시대를 선도할 수 있는 차별화된 기술력을 갖춘 디자인 구현, 디자인 연구소와 R&D 연구소를 중심으로 한 지속적인 연구 개발, 기업의 디자인 경영 등을 통해 고객 만족도를 향상시켜 가고 있습니다.”



디자인 경영 비전 및 전략 :
디자인 경영 도입 배경

철저한 시장 분석과 트렌드를 파악해 디자인 경영의 새로운 길을 열어갑니다.

디자인 경영 도입 배경

(주)센스큐브는 2008년부터 디자인 경영을 도입해 경쟁력을 강화해 왔습니다. 센스큐브가 보유한 기술을 활용하고, 친환경 공공 시설물에 대한 저변 확대를 통해 대한민국 공공 시설물의 새로운 패러다임을 제시하기 위해 디자인 경영을 도입하게 되었습니다.

당시 전국 지자체나 국책 사업기관, 아파트 등이 그린 에너지를 활용한 조경 시설물에 관심이 많았고, 특히 경제성과 디자인이 뛰어난 제품에 대한 요구가 높았습니다. 그러나 국내 업계는 가격과 기술 개발의 한계로 이러한 요구에 부합하는 제품을 출시하고 있지 못하는 실정이었습니다.

이에 센스큐브는 태양광 시스템을 이용해 높은 경제성을 갖추고, 차별화된 디자인으로 사람들에게 편안한 휴식과 특별한 경험을 가능하게 하는 스마트 가든(Smart Garden)을 개발했습니다. 스마트 가든은 2011년 순천에코지오페스티벌에서 수상 LED 정원이라는 콘셉트를 선보이며 많은 관심을 받았습니다.



태양 에너지를 이용한 새로운 개념의 LED 화원 '스마트 가든'을 개발했습니다.

스마트 가든(Smart Garden)

Green

- h지속 가능한 친환경 설계로 최상의 에너지 절감 효과
- h가로등 1개를 켜는 비용으로 60개의 LED 화원 '스마트 가든'의 소등 가능
- h그린 에너지인 태양광 시스템으로 전기 에너지 생산
- h스마트 가든에서 사용되는 모든 에너지는 태양광 시스템을 활용해 만든 전기 에너지
낮 동안 만들어진 전기 에너지를 야간에 공급하여 소등

Future

- h16,800만 가지의 섬세한 색의 표현
- h초저 전력을 이용하여 빛을 밝히는 기술 채용
- h16,800만 가지의 섬세한 색 표현
- h각각의 LED를 제어하기 위한 Main B/D의 개발로 현란하고 다양한 빛 연출

Design

- h주변 환경 및 자연과의 조화로 조형미를 구현한 디자인
- h활짝 핀 꽃밭을 모티브로 한 디자인으로 사계절 내내 꽃밭이 주는 정서적 만족감 제공
- h수변 공간, 아파트단지, 공원 등 자연과 어우러진 조형미 연출
- h태양 에너지를 이용하여 저탄소 녹색 시대 선도
- h천편일률적인 느낌의 공원과 수변 공간 등 휴식과 문화 공간에 빛과 색의 환상적인 향연 펼침



14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 활동 : 제품 소개

자연에 더 가까워진 디자인과 화려해진 빛의 향연을 펼치는 '스마트 가든 2012 New Model'

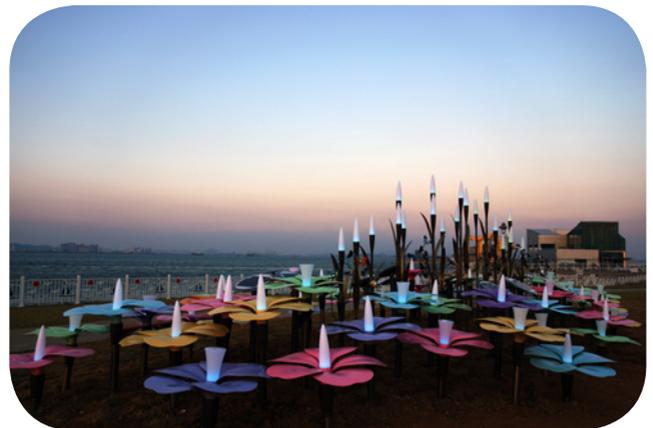
스마트 가든(Smart Garden) 2012 New Model

h자연 친화

h에너지 절감 효과

h꽃의 수술을 섬세하게 표현함으로써 자연스러운 디자인 연출

h꽃 수술에 내추럴 한 패턴 적용하여 다양한 빛의 표현 가능



기술력과 디자인 갖춘 디지털, 아날로그 타입의 자전거 거치대를 통해 거리의 표정을 바꾸고 있습니다.

디지털 자전거 거치대 'Smart Bike Lock'

h실용적인 지능형 자전거 주차 시스템(RFID / 지문 인식 방식)

h그린 에너지인 태양광 이용

h지문 인식 기술과 RFID 기술을 응용하여 태양광 전원을 결합한 신개념의 디지털 자전거 보관대

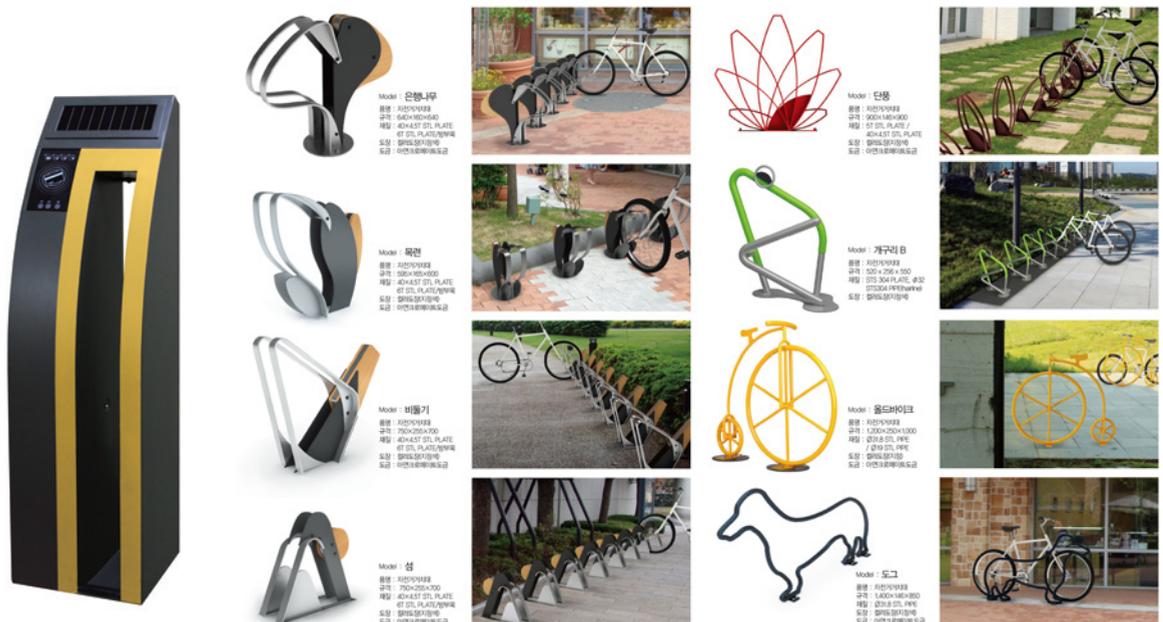
h국제공공디자인대상 최우수상 수상

아날로그 타입의 'Design Bike Lock'

h지역과 공간에 새로운 콘셉트 제공

h거리의 표정을 바꾸고 조형미를 더해 줄 다양한 형태의 디자인 자전거 보관대

hModel : 은행나무, 목련, 비둘기, 섬, 단풍, 개구리, 올드바이크, 도그 등

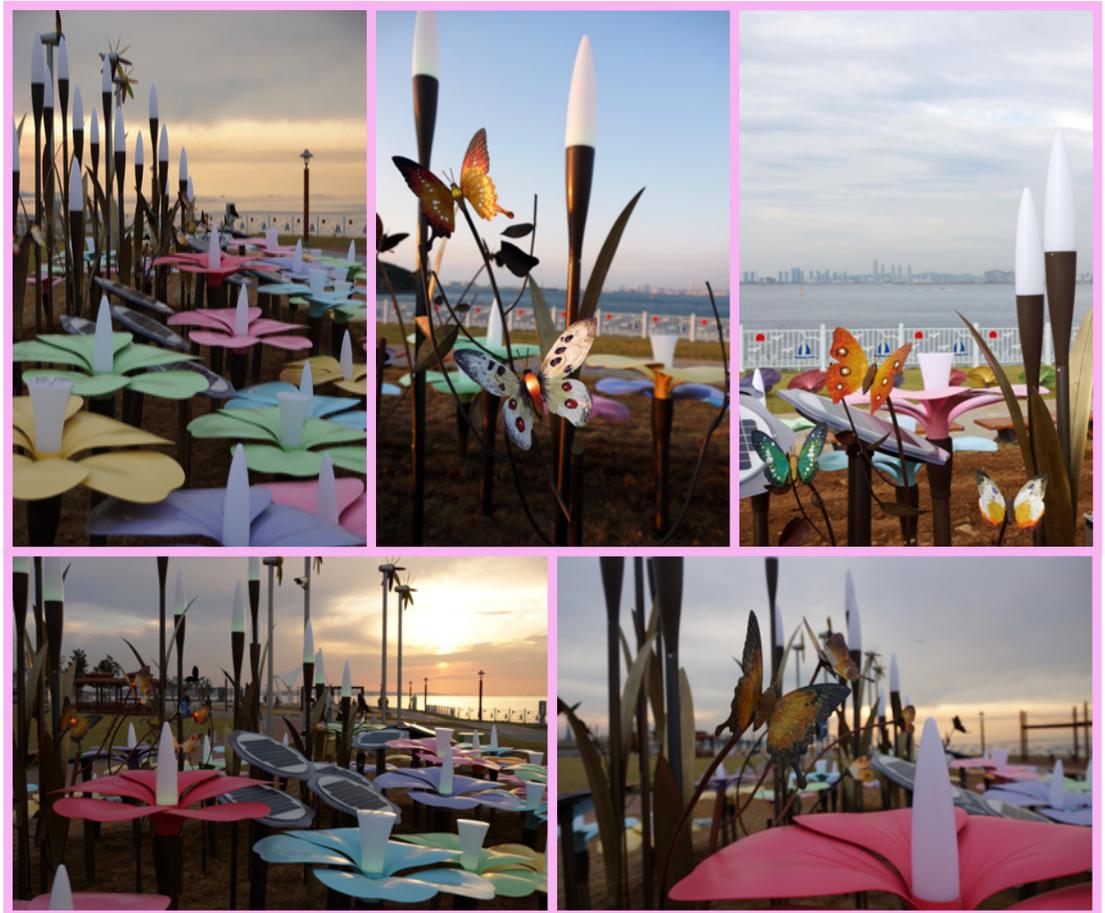


14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 활동 :
공공 시설물 소개

자연 친화적인 종합 안내 사인과 책방 유도 사인을
통해 거리의 활력을 불어넣고 있습니다.

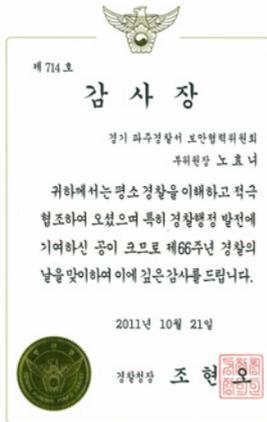


14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 성과 : 성과 소개

대한민국은 물론 세계로부터 (주)센스큐브의 실력을 인정받았습니다.



2012년

h'스마트 가든' 교육기술부장관 녹색기술인증 획득

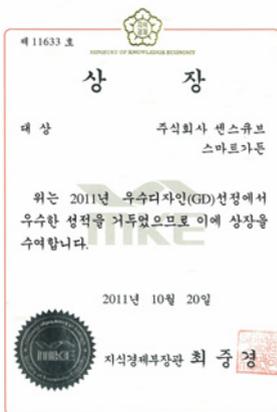
2011년

h대한민국 커뮤니케이션 대상 최우수 기획디자인회사상 수상

h국제비즈니스대상(IBA) Corporate Communications, Investor Relations, & Public Relations 수상

h경찰청장 감사패 수상

h지식경제부장관(우수디자인GD) 수상



2010년

h옥외 광고 모범 업체 선정(경기도지사)

h국무총리상(기술혁신 부문) 수상

h국제비즈니스대상(IBA) Best Camerawork / Photography 수상

h중소기업청장 혁신적 기업경영 표창 수상

2009년

h국제공공디자인대상 2009 최우수상 수상(Smart Bike Lock)

hGood Design(우수디자인)상 선정

hG-Design Fair 2009 특별상 수상

hStevie Awards for Women in Business

- Most Innovative Company of the Year : (주)센스큐브

- Fastest-Growing Company of the Year : (주)센스큐브

- echnology Innovator of the Year : 대표 노효녀

h국제비즈니스대상(IBA) Best Art Director, Best House Organ For Customer 수상



2008년

h국제비즈니스대상(IBA) Best House Organ For Customers, Best Art Direction, Best Camerawork / Photography, Best Design, Best Specialty AD / Campaign, Best Marketing or Sales Brochure or Kit 수상

디자인 경영 성과 :
지적재산권 보유 현황

다양한 분야의 지적재산권을 보유함으로써 기업의
대외 경쟁력을 높이고 있습니다.

지적재산권 보유 현황

- h스마트 가든 특허인증 2건
- h미술저작물 저작권 등록 7건
- h자전거 보관대 디자인등록 외 12건
- h자전거 보관대 락장치 실용신안 등록 외 1건
- h서비스표 등록 2건



디자인 경영을 바탕으로 저탄소 녹색 성장에 활기를
불어 넣을 수 있도록 최선을 다하고자 합니다.



토털디자인솔루션그룹 (주)센스큐브는 태양광 축전 방식과 지문 인식 등의 보유 기술과 모두를 위한 유니버설 디자인을 바탕으로 한 공공 디자인의 융합을 통해 디자인의 경쟁력을 높이고 있습니다. 아울러 지속적인 기술 개발을 통해 **그린 에너지가 접목된 공공 시설물의 범위를 확대하여 대한민국 디자인의 새로운 패러다임을 제시할 것입니다.**

이와 함께 세계 시장 진출을 모색하고 특허 및 지적재산권을 확보하여 이에 따른 고용 창출 효과 및 저탄소 녹색 성장에 부합하는 산업 전반에 활기를 불어넣을 수 있도록 최선을 다하고자 합니다.



K O R E A
D E S I G N
A W A R D

2 0 1 2 . 1 4 t h

국무총리표창 : 에스코넥(주)

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 부문 : 최우수상



기업 소개

CEO 메시지
회사 연혁
기업 조직 구성
경영 이념

디자인 경영 전략

디자인 핵심 전략
R&D 로드맵
고객사 분석

디자인 경영 활동

Color & 가공 기술의 체계화 및 코드화
선행 디자인
디자인 표면 신가공 특허
베이직 디자인

디자인 경영 성과

제품 소개
매출 현황 및 디자인 개발 투자
수상 실적 및 특허 현황

향후 발전 계획

향후 발전 계획 및 비전

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

기업 소개 : CEO 메시지

대표이사 | 박순관

**고객과 소통하며 고객의 마음에 다가가는
디자인으로 세계 초일류 금속 가공 전문회사의
꿈을 실현하겠습니다.**



저희 (주)에스코넥은 2002년 7월 창립 이래 디자인 경영을 통한 끊임없는 신제품 개발과 품질 향상으로 세트 메이커의 경쟁력 강화에 이바지한 결과 '제14회 대한민국 디자인대상'에서 수상의 영예를 얻게 되었습니다.

“디자인으로부터 출발하는 창조적인 기술 개발이 내일의 비전을 만든다.”라는 디자인 경영 이념을 바탕으로 수동적인 제조 회사가 아니라 고객사와 유기적인 정보 교류, 미래 시장을 예측하는 중장기적인 디자인 트렌드를 기본으로 한 능동적이고 선도적인 제품 개발을 통하여 (주)에스코넥은 지금까지 비약적인 성장을 해왔습니다.

(주)에스코넥은 금속 부품 제조 회사이지만 디자인의 중요성을 일찍이 인식하고 2004년에 DFI를 설립하여 디자인 중심의 연구소 운영을 시작하였습니다. 현재는 CEO 직속의 R&D센터로 확장했으며 디자인이야말로 기업의 근원적인 성장 동력 이자 경쟁력의 핵심이라는 신념을 가지게 되었습니다.

이번 수상을 계기로 (주)에스코넥은 혁신적인 디자인과 최상의 품질로 세계 초일류 금속 부품 업체로 성장하는 꿈을 실현 하는 그날까지 뜨거운 가슴과 열정으로 노력하겠습니다.

감사합니다.

A handwritten signature in black ink, which appears to read '박순관' (Park Sun-gwan).

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

기업 소개 : 회사 연혁

창조적인 디자인과 기술, 품질 및 생산 능력의 비약적인 발전이 성장의 중요한 에너지가 되었습니다.

● 회사 연혁

1998.08	휴대폰, 금속 부품 회사 설립
2004.10	디자인 연구소 DFI설립
2006.11	컬러 표준화로 삼성전자 프로세스 혁신 부분 동상
2007.01	사내 R&D센터 개설
2009.06	코스닥 상장
2011.11	매출 1,000억 달성
2011.12	제48회 무역의 날 3,000만불 수출의 탑 수상

기업 소개 : 기업 조직 구성

경기도 광주 본사를 기점으로 안성과 안산의 공장 가동, 중국과 베트남의 현지 생산을 통해 사세(社勢)를 확장 시켜 가고 있습니다.

● 기업 조직 구성



혁신을 통한 변화 · 도전 · 창조로
지속적인 성장 발전을 이루겠습니다.

경영 이념



POWER OF TECHNOLOGY 에스코넥!

핵심 성공 전략 요소

경영 기반

경영 혁신을 통한 통합 생산 라인 구축

- 생산 공정의 효율적 관리 지원 센터 구축
- R&D 역량 집중

Global- Market Place (중국, 동남아)

미래상

금속 가공 기술을 기반으로 한 제품 다변화

세계 최고 수준의 금속 가공 전문 회사

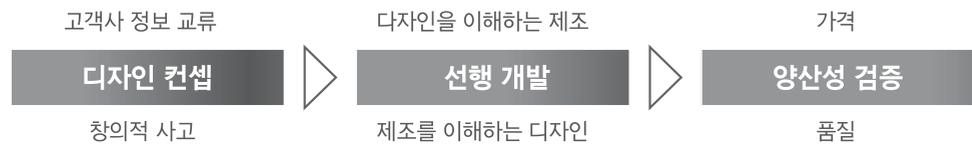
외국 회사와 전략적 관계 구축

디자인으로부터 출발하는 창의적인 기술 개발이
내일의 비전을 만듭니다.

디자인 경영의 핵심 전략

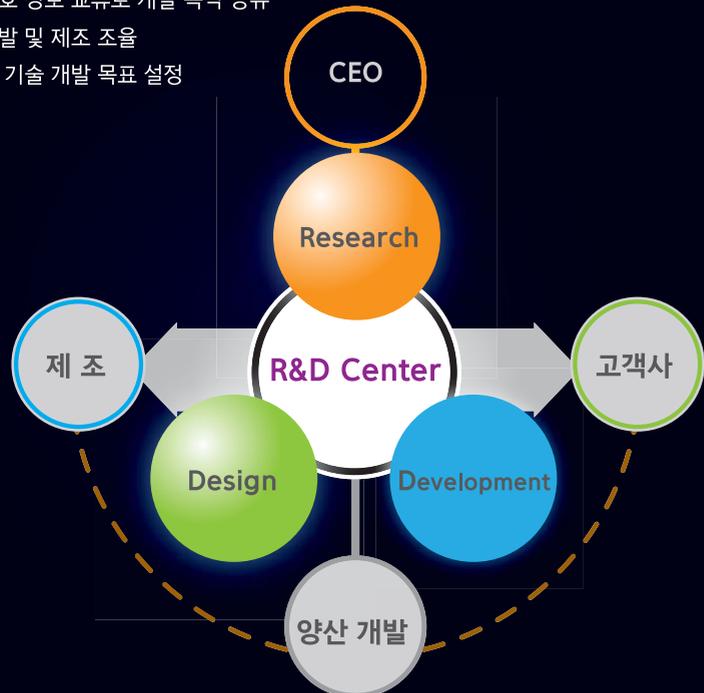
- 디자인 중심의 제조 시스템 (Manufacturing in Design)
- 디자인 컨셉을 통한 R&D 방향 설정 (R&D Center on Design)
- 고객사 디자이너와 정보 교류의 시스템화 (Interactive with Design)

R&D Center Basic Step



디자인 중심의 R&D 센터 운영

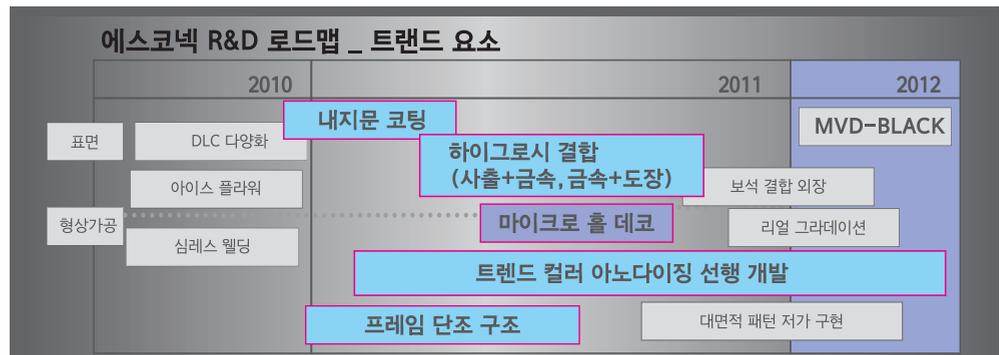
- 디자인과 제조의 상호 정보 교류로 개발 목적 공유
- 디자인 관점에서 개발 및 제조 조율
- 디자인 컨셉을 통한 기술 개발 목표 설정



디자인을 통해 차가운 금속에 매력(Charm)과 감성(Sensibility)를 담아냅니다!

R&D 로드맵으로 중장기 디자인 방향 설정

- 금속 가공 기술에 매력과 감성적인 디자인을 접목하여 고부가가치의 제품 경쟁력 확보
- 고객사 CMF(Color,Material,Finishing) 부서와 디자인실과의 유기적 정보 교류
- 로드맵을 통한 금속 가공 기술의 방향성과 트렌드로 내일을 담아내는 디자인 구현



R&D 로드맵으로 중·장기적인 디자인 방향 설정

- 중점 카테고리의 공유를 통해 명확한 R&D 개발 목표를 설정
- 개별 중점 카테고리의 컨셉 특성을 통해 R&D 테마를 창출
- R&D 테마의 개발 의미를 모든 개발자 상호 공유로 이해도 제고



디자인 경영 전략 :
고객사 분석

고객사 분석을 통해 능동적이고 선도적인 제품 개발을 이끌어 내겠습니다.

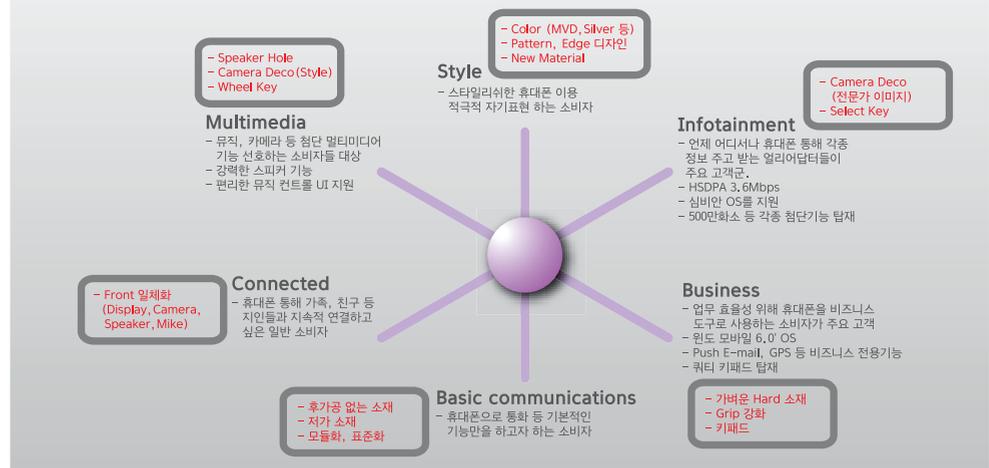
고객사 분석

- 고객사의 상품 중점 추진 전략을 금속 가공 기술로 분석하여 선도적인 개발 목표 설정
- 고객사의 개발 전략 분석으로 R&D센터의 창조적인 개발 방향의 로드맵 구축
- 고객사 상품 전략의 이해를 바탕으로 당사 영업 전략의 명확한 배경 및 스토리 제공

삼성전자 2008년 휴대폰 대상별 6대 카테고리 전략을 당사 기준으로 분석한 사례



- **Style** - Color, Pattern 등 감성적인 패션 금속
- **Basic Communication** - Style와 대비되는 후가공 및 원가 최소의 금속
- **Multimedia** - 스피커 홀, Knob 등 멀티미디어 부품의 적용 금속
- **Infotainment** - 고품질 카메라 데코 및 하이테크한 감성의 금속
- **Business** - 큰 사이즈로서 두랄루민 등 가벼운 소재와 그림감의 금속
- **Connected** - 화상통화를 위한 디스플레이 전면부 적용 금속



디자인 경영 활동 :
Color & 가공 기술의 체계화
및 코드화

원활한 의사 소통과 체계적인 코드 관리를
Color & 가공 기술의 디자인 Tool로 사용합니다.

Color & 가공 기술 부분의 표준화 및 코드화

- 디자이너, 개발, 구매, 품질, 검사, 제조업체 상호간의 원활한 커뮤니케이션
- 금속의 Color, Material, Finishing 등 체계적인 코드 관리
- 디자인 외관 및 제품의 품질 향상으로 세계적인 업체로 성장할 초석 마련

Metal manufacturing reference for design.



참조: 팬톤 컬러칩
컬러 판단 시
기초가 되는 정보의 전달



금속 표면 가공 표준
헤어라인, 샌딩, 스펀 (레코딩)의 기본형
종류별 샘플 제작 및 코드 부여





아노다이징 컬러 표준
알루미늄 컬러 개발에 대한 기준
컬러시편 제작 및 코드 부여



증착 가공 표준
PVD, IP-도금에 대한 컬러 기준
샘플북 제작 및 코드 부여

S-Connect Code Standard



에스코넥

MVD Example (MVD 증착 가공)

SY
- PA
S - BL
01

SY
- PA
S - BL
01

(아크방식 (PA), (빔방식 (PB)-STS), 격자가공 (X)작업구분에 배치
MVD관련 코드는 8자리 코드로 정의
1차 샘플 기준으로 코드 채번후 향후 개선 컬러에 대한 정의 별로 분류함

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 활동 :
선행 디자인

현재에 머무르지 않고 트렌드를 연구 분석하여
선행 디자인을 합니다.

● 선행 디자인

- 트렌드 분석에 따른 니즈를 파악하는 디자인
- 소재의 특성을 최대한 살리는 디자인 & 가공의 조합
- 새로운 가공 및 가공법 변경에 따른 디자인



이중 컬러 아노다이징



MAM



TSU



SCH-X160



SCH-G800



SCH-W689

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 활동 :
디자인 표면 신가공 특허

디자인 표면의 신가공 특허로 제품의 경쟁력을 높여줍니다.

디자인 표면 신가공 특허

BSR(Bottom Surface Relief) : 배면 레이저 각인

Seamless Welding : 용접을 통해 별도 파트를 하나의 유니 바디 제품으로 구현

COLOR LASER : 증착 가공 후 유광의 컬러 레이저 각인



14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 활동 :
베이직 디자인

늘 보던 것을 새로운 관점에서 보며 디자인합니다.

베이직 디자인

- 늘 보던 가공 기술을 새로운 시각으로 재해석하는 디자인
- 제조 현장의 일반적인 기술을 재창조하여 고부가가치 제품으로 변화시키는 디자인
- 기본적인 가공 기술을 새로운 트렌드에 접목하는 디자인

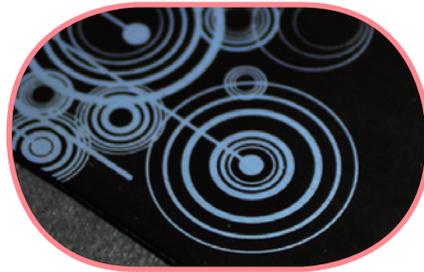


14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 성과 :
제품 소개

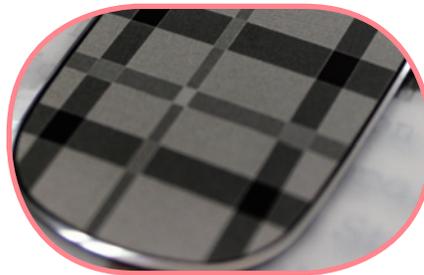
고객에게 매력적인 금속으로 다가갈 수 있도록
다양한 디자인으로 보답하겠습니다.



마스킹 응용 개발 컬러 패턴 구현



S8300 Ultra TOUCH 알루미늄



금속 위 천의 질감을 표현



금속 트렌드 컬러 개발



C3322 -스테인레스 스틸



개발 정보를 기반으로 한 디자인 다양화

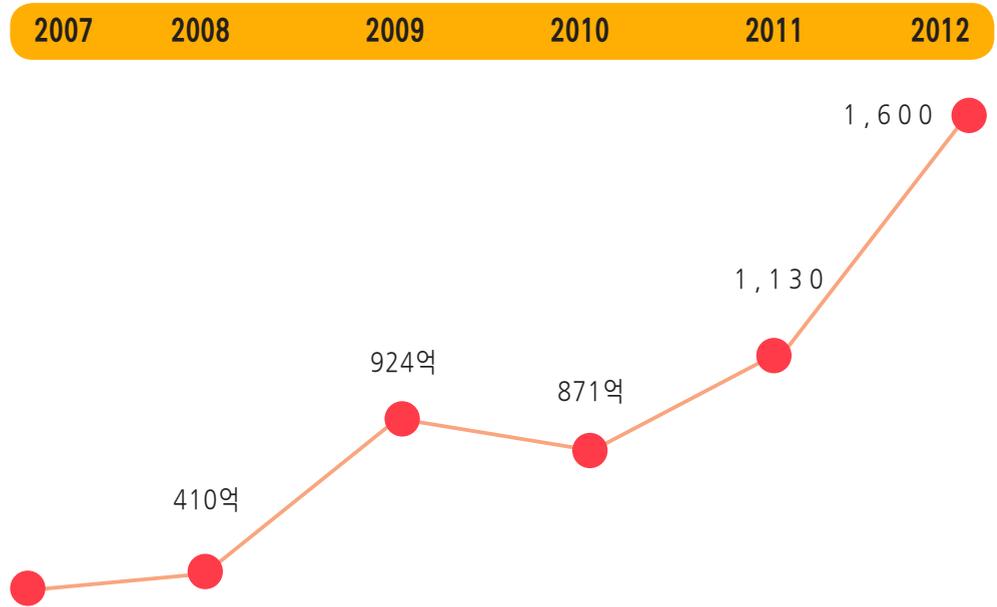
14th

KOREA . DESIGN . AWARD

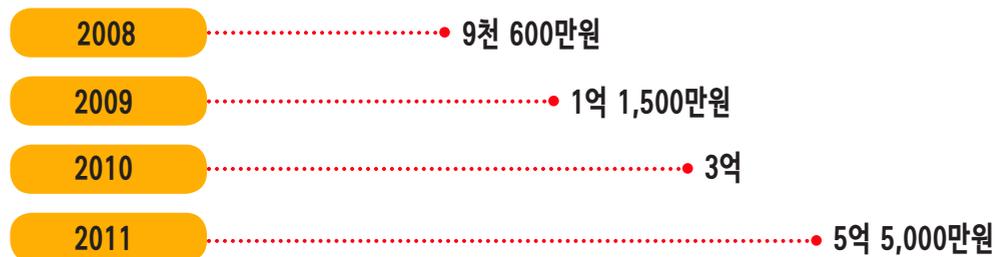
디자인 경영 성과 :
매출 현황 및 디자인 개발 투자

지속적인 R&D 투자를 통한 창조적인 사고와
역동적인 에너지로 힘차게 성장하고 있습니다.

매출 성과 지표



총 R&D 투자비 지표



디자인 경영 성과 :
수상 실적 및 특허 현황

창조적인 기업 가치를 지향하는 '에스코넥'이라는
브랜드의 명성을 만들어 가겠습니다.

수상 실적



베이직 디자인

- TSU(Two Surface Union , 특허번호 10-104736)
- BSR(Buttom Surface Relief, 특허번호 10-1039438)
- MAM(Metal Adhesive Molding, 특허번호 10-0792524) 외 27종의 기술 특허 및 디자인 등록
- 해외 특허 4건 출원

향후 발전 계획 :
향후 발전 계획 및 비전

현재에 만족하지 않고 지속적인 디자인 투자로
세계 최고의 금속 전문 업체로 성장하겠습니다.

향후 발전 계획

경쟁력 강화를 위한 디자인

- 차별되고 혁신적인 디자인 컨셉 제안
- 창조적인 디자인 마인드 제고
- 미래 지향적인 시장조사와 분석



금속 디자이너 육성

- 금속에 특화된 차별적인 디자이너 육성
- 제조를 이해하는 창의적인 디자이너 육성
- 우수한 디자이너의 상시적인 총원

과감한 개발비 투자

- 선행 개발 비용 지원 확대
- 적극적인 해외 시장 조사
- 개발업체에 과감한 인센티브 지급

비전

2015년 기업가치 6,000억의 목표로 매출 3,000억 , 순이익 240억을 달성





K O R E A
D E S I G N
A W A R D

2 0 1 2 . 1 4 t h

국무총리표창 : 한국남동발전(주)

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 부문 : 최우수상



기업 소개

CEO 메시지
기업 연혁 및 기업 CI
기업 비전
경영 방침 및 조직도
사업소 현황

디자인 경영 비전 및 전략

에너지 디자인 전략과 중점 과제
디자인 경영 취지

디자인 경영 활동

디자인 경영 투자 형태 및 방향

디자인 경영 성과

디자인 경영 성과 개요
신규 발전소 색채 디자인 마스터플랜 1,2
기존 발전소 경관 개선 사업
영흥 에너지파크 및 본사 사옥
수상 실적 및 디자인 비전

향후 발전 계획

미래 전략

국가 전력 산업의 디자인 품격을 높입니다.

한국남동발전(주)은 국가 경제 발전과 국민의 문화 생활 증진, 값싸고 질 좋은 안정적인 전력 공급을 위해 내실 있는 경영에 주력해오고 있는 기업입니다.



발전소의 건설 및 유지 관리가 주요 임무인 한국남동발전(주)이 '제14회 대한민국 디자인대상'에서 국무총리상을 수상한 것에 대해 약간 의아해 하실 수도 있습니다. 그러나 대한민국 곳곳에서 자연과 조화를 이루면서 밤낮없이 에너지를 만들어 대한민국을 항상 밝게 비추고 있는 발전소를 보면 절로 고개가 끄덕여질 것입니다.

사회 각 분야에서 디자인 경영의 중요성은 점차 부각되고 있으며, 산업디자인 분야뿐만 아니라 기능 위주의 건설이 일반화되어 있던 발전소 분야에서도 디자인은 꼭 필요한 요소입니다. 이에 한국남동발전(주)은 국내 발전 회사 최초로 발전소에 디자인 경영을 접목시키는 새로운 트렌드를 제시하였습니다.

친환경, 친인간적인 명품 발전소로서의 이미지를 확보하여 국내 발전소의 디자인 수준을 높이 끌어올리기 위한 한국남동발전(주)의 노력을 이처럼 인정받게 되어 기쁩니다.

한국남동발전(주)은 '대한민국 디자인대상'의 국무총리상 수상을 계기로 국가 전력 산업의 디자인 품격을 높이는 데 앞장설 것이며 Global Power Leader로서 우뚝 설 것입니다.

감사합니다.

장도수

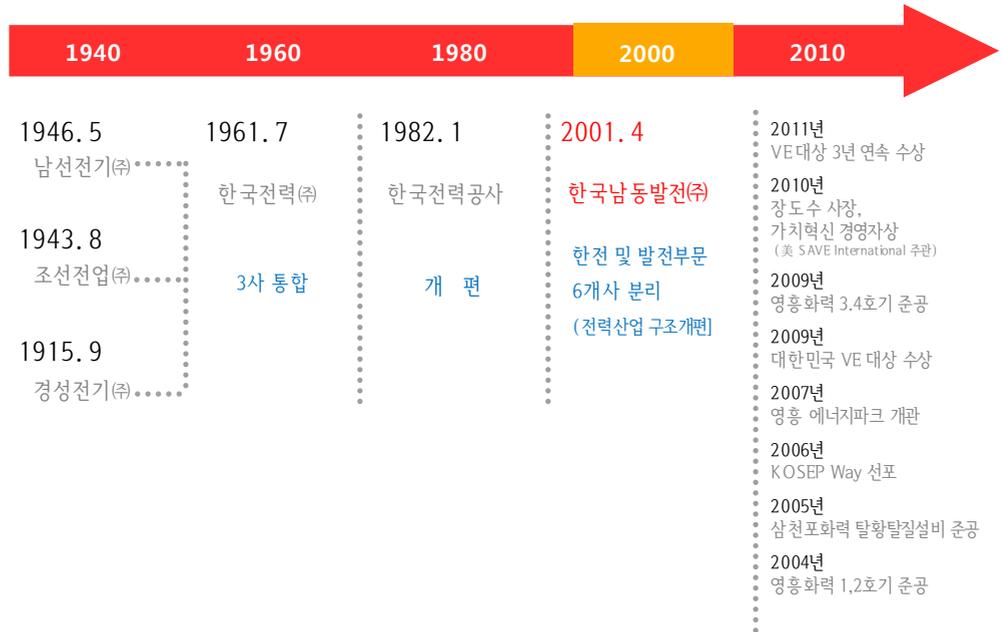
14th

KOREA . DESIGN . AWARD

기업 소개 : 기업 연혁 및 기업 CI

국가 경제 발전을 견인해 온 전력 사업의 주역으로서
미래 에너지 사업을 책임집니다.

기업 연혁



기업 CI



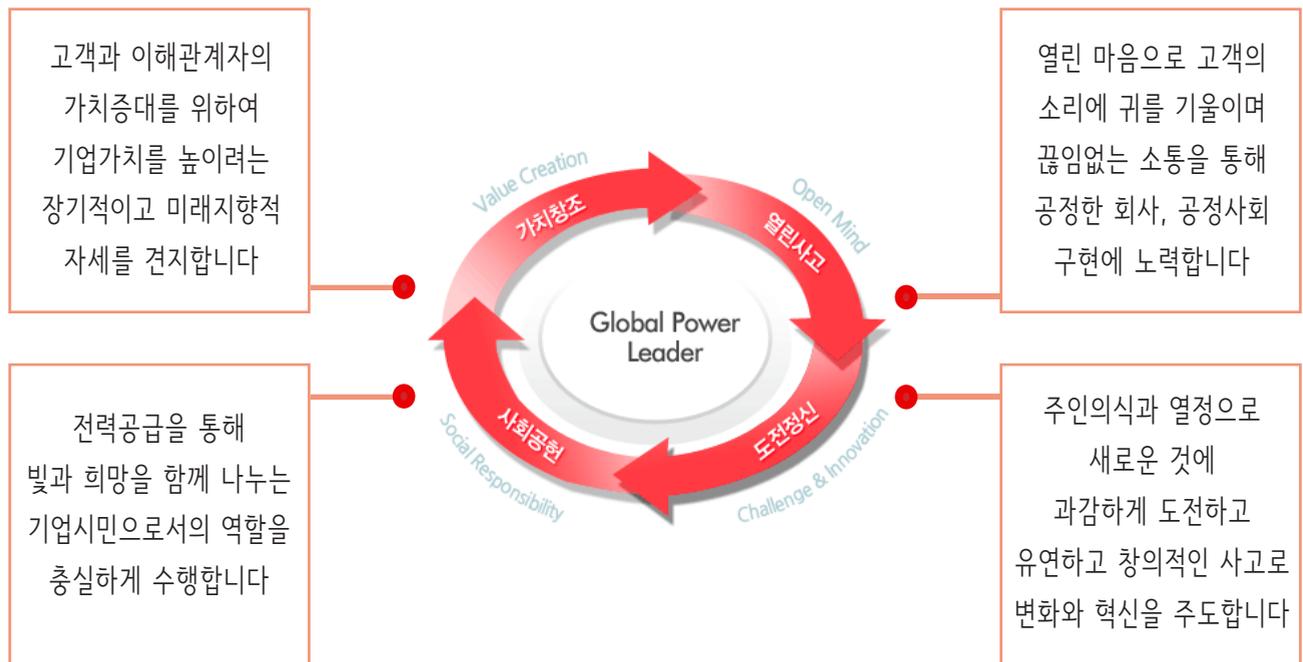
21세기 Global Power Leader로의 도약을 위해 준비합니다.

가치 체계도



*CSR : Corporate Social Responsibility

KOSEP WAY (핵심 가치)



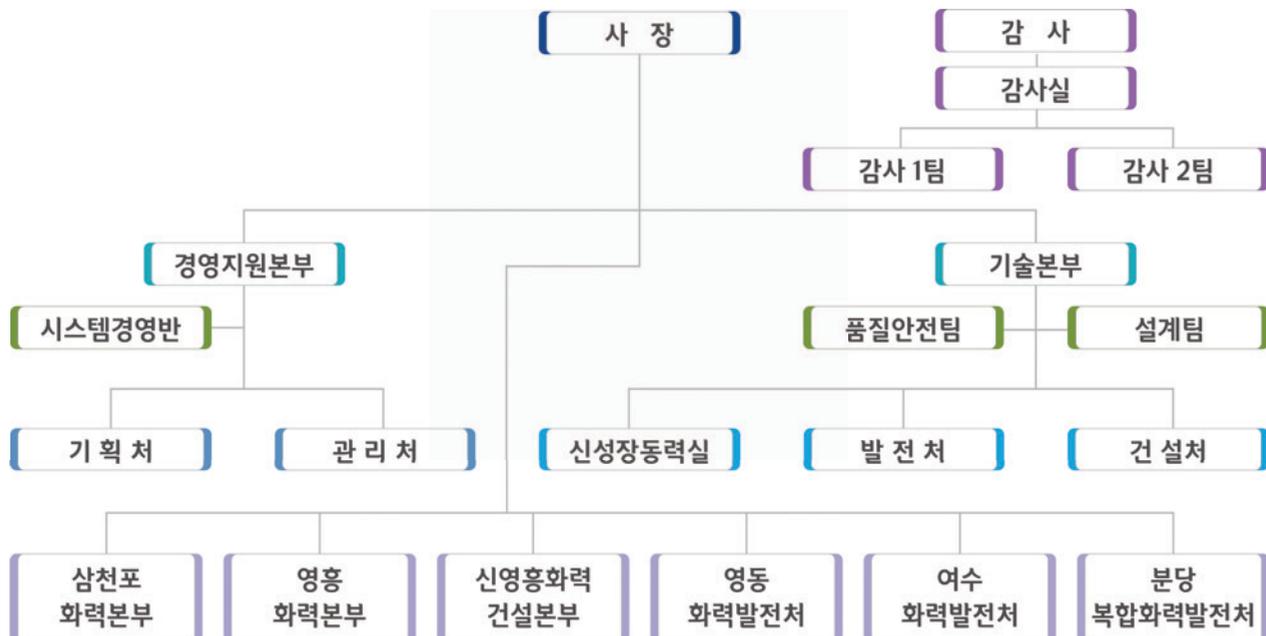
기업 소개 :
경영 방침 및 조직도

지속가능 경영을 통해 존경받는 기업으로 거듭납니다.

경영 방침



조직도



기업 소개 : 사업소 현황

한국남동발전(주)은 우리나라 전력의 10.6%를 책임지고 있습니다.

시설용량 : 3,340MW
사용연료 : 수입유연탄



시설용량 : 900MW
사용연료 : LNG



시설용량 : 870 MW x 2기 건설 중
사용연료 : 수입유연탄



시설용량 : 528MW
사용연료 : 수입유연탄



시설용량 : 325MW
사용연료 : 수입유연탄, 국산무연탄



시설용량 : 3,240MW
사용연료 : 수입유연탄



14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 비전 및 전략 :
에너지 디자인 전략과 중점 과제

자연을 품고 지역 사회와 함께 하는 에너지 디자인으로
명품 발전소를 만들어갑니다.

에너지 디자인 전략과 중점 과제

지역 사회와 함께 하는 명품 발전소 건설

에너지 디자인 3대 전략



1. 친환경, 친인간적 발전소로서
으뜸 Role Model 제시

2. 기업의 정체성 강화

3. 발전소의 관광자원화를 통한
지역경제 활성화 유도

4. 글로벌 에너지 생산기지의
위상에 부응하는 이미지 제고

디자인 경영 비전 및 전략 :
디자인 경영 취지

디자인 경영을 도입하여 발전소의 부정적 이미지를 개선하고 공공디자인 발전에도 기여합니다.

디자인 경영 취지



디자인 경영 활동 :
디자인 경영 투자 형태 및 방향

발전소에 '디자인'을 입히기 위해 다방면으로 노력합니다.

디자인 경영 투자 형태



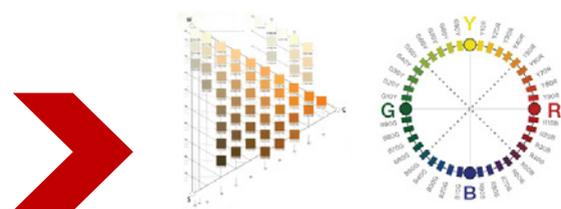
디자인 경영 투자 형태

디자인 경영
접근 방향



- 해안자연경관에 미치는 영향력이 큰 발전소
- 경관구성요소 중 가장 지배적인 것이 건축물 외관의 색채

NCS
(Natural Color system)



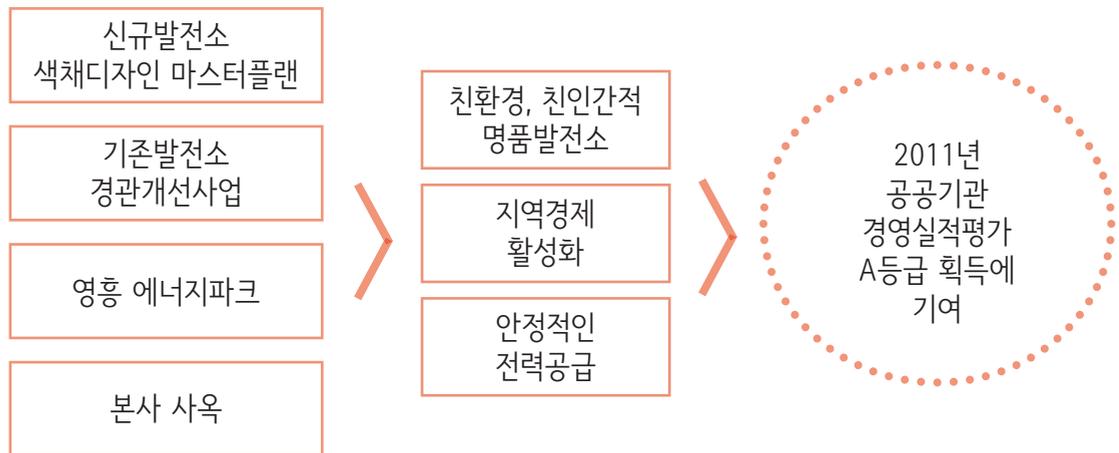
- 인간은 색채를 색조, 뉘앙스로 느낀다는 특성 고려
- 친인간적 색채 계획을 위해 NCS를 적용한 환경 색채 디자인으로 접근

디자인 경영 성과 :
디자인 경영 성과 개요

발전소 디자인의 효율성과 공공성을 부각시키기 위해 노력합니다.

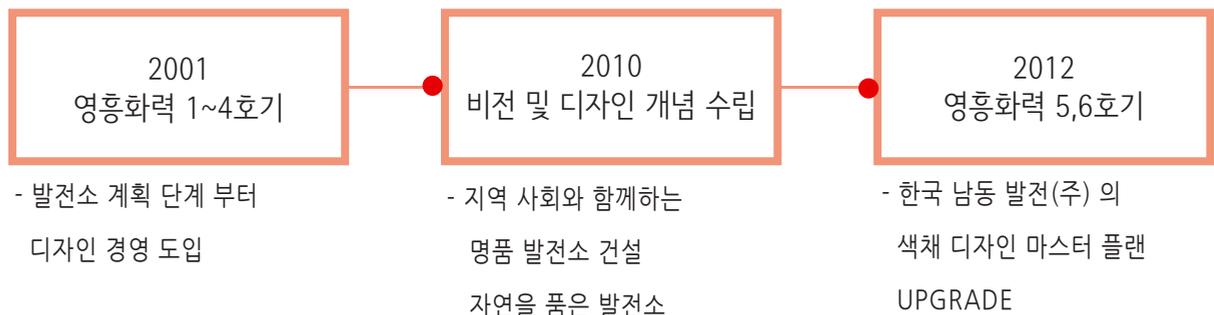
디자인 경영 성과 개요

- 국내 발전(發電) 회사 최초로 디자인 경영을 발전소 설계에 접목
- 디자인 경영 성과에 힘입어 2011년 공공기관 경영실적평가 A등급 획득



신규 발전소 색채디자인 마스터플랜 수립 단계

- 발전소 디자인 경영이 일회성이 아닌 연속적으로 이루어지도록 단계적인 노력 지향



디자인 경영 성과 :
 신규 발전소 색채디자인
 마스터플랜 1

발전소 계획 단계부터 디자인 경영을 도입하여 기존 발전소와 차별화된 자연 속의 발전소를 만들어갑니다.

신규 발전소 색채디자인 마스터플랜 [2001년 영흥화력 1~4호기]

발전본관

- 주된 배경 요소인 ‘하늘’과 조화를 이루는 건축물
- 블루(Blue) 계열의 비례감이 느껴지는 수직, 수평 패턴



BEFORE



AFTER

주제어실

h 외관뿐만 아니라 발전본관 내부의 주제어실에도 색채디자인 요소 도입



BEFORE



AFTER

터빈 및 주제어 건물 내 VIP 순시 및 견학 코스

- 포인트 컬러로 발전소 내 활기 부여
- 안전한 관람 코스 제공



BEFORE



AFTER

디자인 경영 성과 :
신규 발전소 색채디자인
마스터플랜 2

디자인 경영 비전 수립 후 업그레이드된 색채디자인
마스터플랜을 통해 지속적인 디자인 경영을 실현합니다.

신규 발전소 색채디자인 마스터플랜 [2012년 영흥화력 5,6호기]



발전본관

- h 기존 영흥화력 1~4호기와 독립된 부지에 위치
- h 주된 배경 요소(산)의 차이가 있어 선행 호기와 연계성을 유지하면서 차별화된 색채 계획 마련



- h GY(Green Yellow) 계열의 비례감이 느껴지는 수직, 수평 패턴

조닝(Zoning) 색채디자인

- h 발전소 특성에 맞는 통일성 부여
- h 건물의 중요도, 비율적인 측면을 고려한 3단계 배색 방법

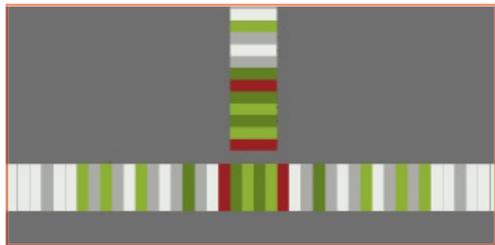


직원 사택

- h 주변 자연 환경과 조화를 이룬 단지 형성

VIP 순시 및 견학 패턴 및 사인 시스템

- h 자연 속에서 쉽게 찾아볼 수 있는 스트라이프 패턴을 리드미컬하게 사용하여 규칙적인 패턴 속에서 변화와 즐거움 표현



표기 요소 가이드 라인 및 외부 사인

- h 시스템
- h 국문 : 산세리프 계열 운동음 Family
- h 영문 : DIN Family
- h 가독성 우수
- h 장식성 요소 최대한 배제



디자인 경영 성과 :
기존 발전소 경관 개선 사업

에너지를 생산하는 지역 사회의 명소로서 한 단계 업그레이드 되었습니다.

기존 발전소 경관 개선 사업 [2008년 삼천포 화력본부]

발전본관 : “푸르름 속에서 비상(飛上)하라”

h 인근의 공릉 서식지였던 상죽암을 모티브로 하여 ‘시조새의 날갯짓’을 리듬감 있는 모습으로 형상화

h 지역 특성을 반영한 해안 경관 개선으로 한려수도의 수려한 경관과 잘 어우러짐

h 시티투어(지자체 주관) 관광사업 중 유람선 관광코스로서 지역 경제 활성화에 기여



BEFORE

AFTER



직원 사택

h 조닝(Zoning) 색채디자인

h 색채디자인을 통한 통일성 부여

BEFORE



AFTER



14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 성과 :
영흥 에너지파크 및
본사 사옥

수준 높은 건축과 복합 문화 공간의 제공으로 지역 문화의
품격을 향상시킵니다.

영흥 에너지파크 [2009년 인천광역시 건축상 우수상]

h 영화, 연극, 콘서트 등 다양한 문화를 누릴 수 있는 복합 문화 공간

h 바다 조망이 가능한 옥외 전시장과 분수대 등 에너지 관련 테마로 구성된 쾌적한 야외 공간



본사 사옥 [경남진주혁신도시]

h 경남 진주 혁신 도시의 상징적 랜드마크 타워

h 경제적이고 효율적인 친환경 입면 시스템



14th

KOREA . DESIGN . AWARD

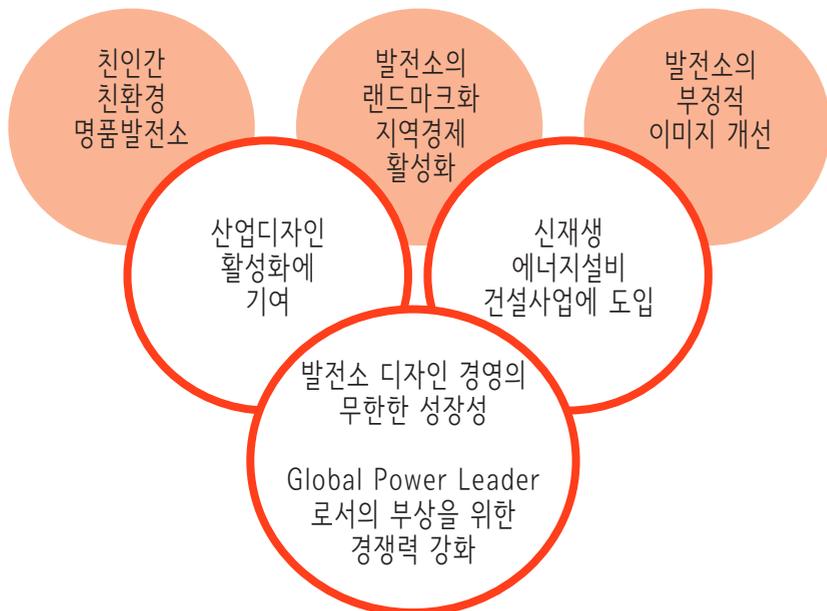
디자인 경영 성과 :
수상 실적 및 디자인 비전

한국남동발전(주)의 디자인 경영이 대한민국을 밝힙니다.

수상 실적

- 2012** • 친환경건설산업 대상 2년 연속 최우수상
- 2011** • 공공기관 경영실적평가 A등급 획득
• 국제 VE Conference 3년 연속 VE 대상
• 대한민국 안전대상 국무총리상
- 2010** • 녹색경영대상
- 2009** • Asian Power Awards 2009 금상
• 대한민국 녹색에너지대상 종합 대상
- 2008** • 로하스경영대상 「에너지, 화학, 중공업」 부문 우수상

디자인 비전



발전소의 지속적인 디자인 경영과 자체적인 디자인 설계 기술 확보를 위해 노력합니다.

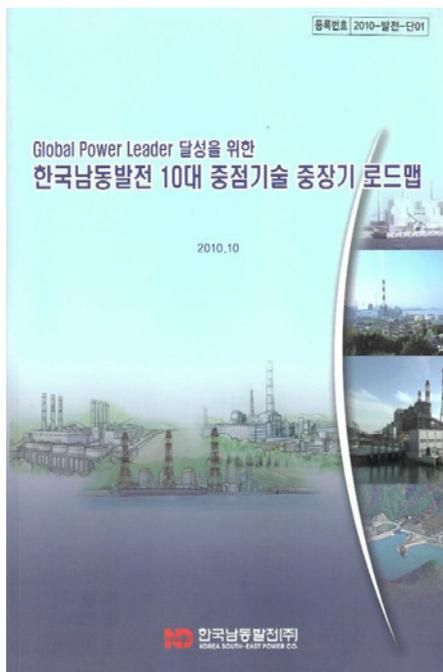
디자인 경영 중장기 로드맵



한국남동발전 10대 중점기술 중장기 로드맵 [2010.10]

로드맵 표지

건축계획 설계기술 분야에 색채디자인연구소를 통한 '색채디자인전문가 과정'편성





K O R E A
D E S I G N
A W A R D

2 0 1 2 . 1 4 t h





지식경제부장관 표창 :
두산타워(주)

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 부문 : 우수상



WWW.DOOTA.COM

기업 소개

CEO 메시지
기업 이념
기업 개요 및 연혁

경영 전략

성공 요인
디자이너 육성 전략
차별화 컨셉

디자인 경영 성과

경영 효율성
디자인 경영 활동 및 성과
Merchandising
고객 만족 인적자원 관리 혁신성

향후 발전 계획

미래 비전

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

기업 소개 : CEO 메시지

대표이사 | 이승범

고객의 편에 서서 늘 고객을 생각하며 행동하는 패션 전문 몰 '두산타워(주)!



'변화와 도전'이라는 화두 앞에 늘 적극적이고 능동적으로 임해 온 두산타워(주)는 다양한 마케팅 활동과 고객 서비스 개선 활동을 통해 늘 고객과 함께 하고자 최선의 노력을 기울이고 있습니다.

두산타워(주)가 지향하는 목표는 경쟁력 있는 패셔너블한 상품과 고객 최우선의 서비스로 요약할 수 있습니다.

즉, MD(상품 구성)는 트렌드하며 감각적인 것으로 구성하고, 합리적인 가격선을 유지하면서 품질은 향상시키는 것입니다. 아울러 고객 여러분을 위한 모든 서비스는 최상의 수준을 유지하는 것입니다. 두산타워(주)가 지속적으로 실시하고 있는 리뉴얼 작업 및 각종 제도 정비도 이러한 목표들과 궤를 함께 하고 있습니다.

두산타워(주)는 앞으로도 급변하는 트렌드와 소비자 욕구에 발맞춘 지속적인 MD 개편과 내부 역량 강화를 통해 자타가 공인하는 세계적인 패션 전문점으로 도약하고자 하며, 국내 패션 산업의 리딩 컴퍼니이자 패션 전문 몰의 성공 모델로 대변될 수 있도록 성장·발전해 가고자 합니다.

이승범

글로벌 스탠더드를 향한 세계 제일의 패션 쇼핑몰을
실현합니다.

고객에게 최고의 행복을 제공하는 회사

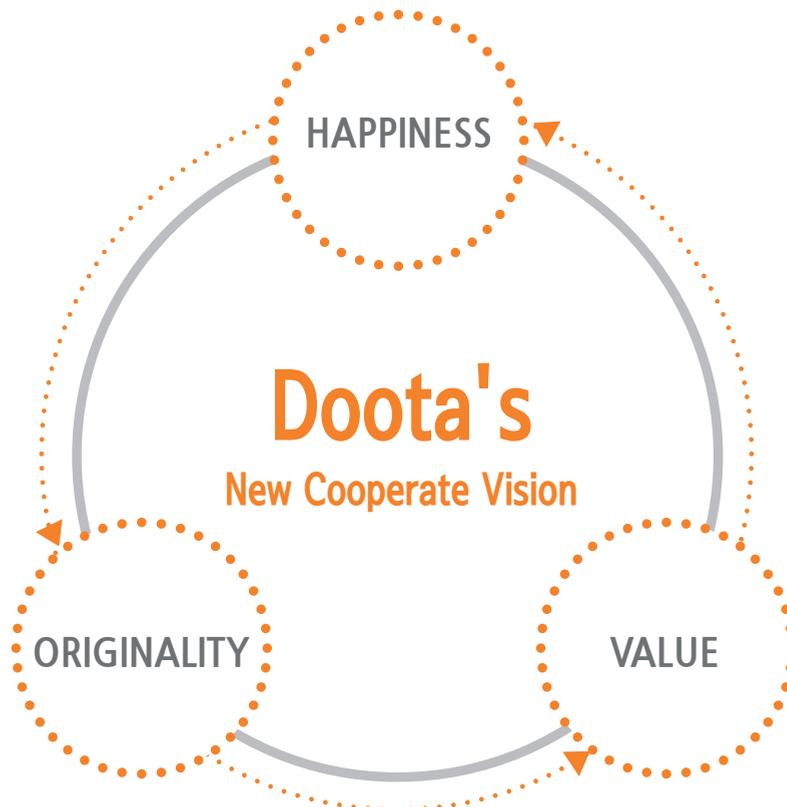
- 쇼핑객에게는 최고의 서비스를, 세입자에게는 안정적인 수익을, 임직원에게는 성장의 기회 제공
- 고객(쇼핑객 + 세입자 + 임직원)의 행복을 통해 회사의 성장과 발전 도모

창의와 도전 의욕이 넘치는 회사

- 열정적이며 창조적으로 일할 수 있는 조직 문화 실현
- 실패를 성공의 기회로 삼는 기업 정신

새로운 가치를 개발하는 회사

- 현재의 사업 영역에 머물지 않고 새로운 비즈니스 모델 개발
- 기업 가치를 높이기 위한 끊임없는 노력



기업 소개 :
기업 개요 및 연혁

대한민국 패션 쇼핑몰의 모델을 제시하며 글로벌 스탠더드를 향해 가고 있습니다.

기업 개요

- 창립 연도 : 1999년 2월 26일
- 영업 면적 : 11,000평 (지하 2층, 지상 8층)
- 컨셉 : 패션 전문점
- 점포수 : 510개(2012년 6월 기준)
- 주요 MD 및 시설
 - 의류/잡화 매장, 관광 상품, Café & Dining, 고객 상담실, 외국인 편의 시설
- 하루 평균 방문 고객 : 약 5만 2천명 (2012년 기준)
- 하루 평균 외국인 방문 수 : 약 1만명 (2012년 기준)
- 연평균 거래액(추정) : 약 4,500억원 (2011년), 약 5,000억원(2012년 예상치)

연혁

1999 그랜드 오픈 : 동대문 패션타운 내 새로운 랜드마크

- ... 업계 최초의 선진 유통 시스템 도입
- ... 한국 패션 산업의 선도적 기능 수행

2004~ 2기 리뉴얼 : 대한민국 패션 쇼핑몰의 모델 제시

- ... 국내 대표 쇼핑몰 'Doota'

2009~ 3기 리뉴얼 : 신감각, 고감도 패션 전문점 완성

- ... 디자인 오리지널리티를 가진 패션의 발신기지 'Doota'

현재 : 글로벌 스탠더드를 향해!

- ... 세계가 주목하는 'Doota'

핵심적인 성공 요인은 투명성 · 혁신성 · 전문성을
모토로 한 경영 마인드와 지속적인 투자 및 끊임없는
변화입니다.

경영 MIND

- 투명 경영, 혁신 경영, 전문 경영
- CS(고객만족) 경영
- 가격 정찰제, 100% 교환 환불 제도, 고객 상담실
- 판매사원 실명제, FM제도, 베스트 매장 인증제도 등

벤처 디자이너의 산실

- 신진 디자이너 발굴, 육성을 위해 매년 컨퍼런스 개최
(국내 3대 패션 공모전으로 안착)
- 개성 넘치고 능력 있는 온 · 오프 라인의 벤처 디자이너
지속적 영입&지원

하이 퀄리티 & 퀄리티 프라이스

- 고품질의 제품을 합리적인 가격에 제공
- 디자이너 브랜드 상품군 강화를 통해 국내 패션 시장에
혁신적인 변화 제공

지속적인 투자 & 끊임없는 변화

- 5년마다 고객의 needs 반영 전관 리뉴얼 실행
- 각 층별, ZONE별 지속적인 MD(상품구성) 개편
- 편의시설, 휴게공간, 쇼핑 동선, 익스테리어 개선

경영 전략 :
디자이너 육성 전략

다양하고 적극적인 디자이너 육성 전략으로
패션 전문점의 위상을 제고합니다.

신진 디자이너 Incubating Place

- 임대 보증금, 임대료, 관리비 등 각종 비용 면제 또는 할인 혜택 부여
- 각종 수주 전시회 및 패션쇼 등 국내외 행사 참가 지원
- 각종 매체에 브랜드 홍보 지원
- 우수 신진 디자이너 1층 디자이너 갤러리 존 우선 입점 혜택 부여

지속적인 확대 및 강화

- 현재 40개 매장 운영. 2014년 60여 개로 확대

Yhqw uh Ghvl qhu Fr qi hnhqfh

신진 디자이너 발굴 시스템

- '99년 개점 이후 매년 Conference 개최
- 국내 대학생 및 신진 디자이너 뿐 아니라 해외 참가자(중국/일본)도 응모
- 입상자에 대한 두타 입점 혜택 부여로 실질적인 디자이너로 활동 기회 부여
- 공모전 출신 디자이너 120명 배출, 이진윤 디자이너 (뉴욕 망고 패션 어워드 대상) 두타 내 25명 디자이너 브랜드 활동
- 매년 30:1이 넘는 경쟁률을 통해 10명의 신진 디자이너 발굴

중견 디자이너 특화 Zone

중견 디자이너 브랜드 특화 존 운영

- 1층 중견 디자이너 브랜드 존 'Designer Gallery' 운영
- 4층 남성 전문 디자이너 특화 존 'Men's Dooche' 운영

총 90여 명의 중견 디자이너 브랜드 보유

Only doota 상품 인증제 도입

디자이너 브랜드 전용 Tag 및 쇼핑백 사용

디자인과 생산 시스템을 연계하는 생산 인프라 지원

각종 국내외 수주회 참가 지원 및 매체 홍보 지원

고급화와 대형화, 편의시설 확충으로 쇼핑 환경을 개선하고 디자인 파워를 내세워 패션 전문점의 경쟁력을 높입니다.

두타 차별화 컨셉

고급화



- 매장의 대형화 및 고급화 추구
- 패션 전문점에 걸맞는 감각적이고 고급스러운 인테리어와 VMD 추구
- 최신 트렌드와 매장별 컨셉을 반영한 인테리어로 소비자에게 어필
- 자기만의 스타일과 이미지를 제공하는 개별 패션숍들 간의 조화

Design Power



ALL NEW
Doota

국내 최초의
패션 전문몰 두타

- 젊고 재능 있는 패션 디자이너 슝 대폭 유치
- 고객의 라이프 스타일에 맞춘 층간 상품 구성 및 컨셉 조정
- 신진 디자이너 확충 및 상품 기획력을 갖춘 매장 확대

쇼핑 환경 개선

- 층별 에스컬레이터 옆 공용 공간에 감각적인 휴게시설 도입
- 세련되고 고급스러운 파우더 룸 설치
- 8층 옥상 가든 : 고객들이 편안하게 쉴 수 있는 도심 속의 전원적 공간 마련
- 넓은 쇼핑 동선으로 고객 편의 도모

식음료 부문 강화

- Café & Dining 매장 도입
 - 주변 경관 전망이 가능한 휴식형 카페 공간 마련(지상 2층부터 6층까지)
 - 7층 푸드 코트 외에 Dining 매장 입점
 - 쇼핑과 휴식은 물론 외식까지 즐길 수 있는 오감만족 쇼핑 문화 충족

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 성과 :
경영 효율성

**브랜드의 신뢰도 구축과 조직 결속력을 통해
고객수 증가와 꾸준한 매출 성장을 꾀하고 있습니다.**

전체 매출 증가율 / 고객 수 증가율

- 임대 보증금, 임대료, 관리비 등 각종 비용 면제 또는 할인 혜택 부여
- 각종 수주 전시회 및 패션쇼 등 국내외 행사 참가 지원
- 각종 매체에 브랜드 홍보 지원
- 우수 신진 디자이너 1층 디자이너 갤러리 존 우선 입점 혜택 부여

점포당 매출 성장률 : 점포당 연평균 매출 성장률 20% 내외 수준

- 현재 40개 매장 운영. 2014년 60여 개로 확대



객단가 및 성장률 : 평균 객단가 10만 8천원 수준(2009년 10월 자체 조사 결과)

적자 점포 및 공실률 0%

브랜드 신뢰도 구축 공동 활동

- 총별 입점 상인 대표 자문위원단 구성 및 활동 지원
- 월 평균 2회 이상 자문위원 회의 개최 / 정기 상인 감사 실시 / 워크숍 개최



조직 결속력

- 베스트 매장 인증 제도 / 우수 친절사원 포상제도 / 우수 사원 해외 연수 프로그램
- 고객 응대, 세무, VMD 등 정규 교육 커리큘럼 운영
- 총별 전담 Floor Manager와 입점주와의 정기 미팅 시스템 운영



디자인 경영 성과 :
디자인 경영 활동 및 성과

다양한 디자인 경영 활동을 통해 놀랄만한 경영 성과를 일구어냅니다.

● 디자인 경영 활동

- 120여개의 패션 디자이너 테넌트 보유
- 신진 디자이너 공모전 ‘두타 벤처 디자이너 컨퍼런스’ 개최(2012년 14회)
- 패션 디자이너 인큐베이팅 경영 전략에 따라 소호 벤처형 디자이너의 창업 및 비즈니스 적극 지원
- 세계 우수 패션 박람회에 두타 입점 디자이너 쇼 룸 및 전시회 지원을 통해 수출 비즈니스 확대
- 현지 쇼룸 및 입점 지원을 통해 디자이너 브랜드 판로 개척 지원
- 국내 우수 온라인 마켓 내의 두타관 개설 및 디자이너 상품 입점을 통해 신진 디자이너 및 유명 디자이너 상품 판매 지원 시스템 구축
- 신진 패션 디자이너 발굴 및 영업 지원을 통해 백화점 등 제도권 유통망 진출 지원

● 디자인 경영 성과

- 연평균 50여 회 이상의 VMD 및 트렌드 교육 개최
- 분기별 최우수 친절사원 선정 포상. 연2회 우수 VMD 매장 선정 해외 연수
- 매년 품질, VMD, 서비스 등 심사. ‘두타 인증 베스트 매장’ 선정 운영
- 2002년 3월부터 시행령에 따라 가격 정찰제 전 매장 실시
- MD별 전문화된 플로어 매니저 제도 운영
- 지속적인 시장조사 통해 해당 MD 및 VMD 개선
- 연2회 출입객 조사, 고객대상 설문 조사, 매장 점주 대상 설문 조사 실시. 이를 데이터화해 마케팅 및 매장 운영에 활용
- 고품질 합리적 가격대의 디자이너 브랜드 확대 등 동업종 및 동상권 내 최고 수준의 품질 만족도 이룩
- 신진 디자이너 및 우수 디자이너 입점 시 수수료 매장 형태로 혜택 부여
- 판매사원 휴게실, 직원식당 운영 등 다양한 복리후생 제도 운영
- 한국 패션 산업의 하부 인프라 구축의 견줄 역할
- 오너 쉽 점포 시스템으로 패션 디자이너 및 패션 비즈니스 피플에게 새로운 일자리 창출
- 정부, 지방자치단체, 패션 단체를 잇는 커뮤니케이션 채널 주도
- 남서울대, 성공회대 등과 산학협동 체결하여 활발한 교류 활동

디자인 경영 성과 :
Merchandising

상품의 경쟁력을 높이기 위해 지속적인 매장 리뉴얼 작업과 제품 개선, 공동 브랜드의 개발 및 관리, 판매 상품의 품질 관리를 적극 펼쳐나갑니다.

상품 경쟁력, 구색 및 진열 촉진

- 지속적인 매장 리뉴얼 작업 및 제품 개선을 통한 경쟁력 제고
- 2009년 전관 리뉴얼 실시. 디자이너 매장 120여개로 확대
- 연평균 50여 회 이상의 VMD 및 트렌드 교육 개최
- 연1회 우수 VMD 매장 선정 해외 연수
- VMD 매뉴얼 및 가이드 북 제작 제공(2011년 실시 예정)

공동 브랜드, 특화 상품 개발 및 관리 과정 운영

- 신진 디자이너 브랜드 존 'DOOCHE' 운영
- 중견 디자이너 브랜드 존 'Designer Gallery' 운영
- 빅 사이즈 브랜드 존 'Plus Zone' 운영

판매 상품 품질 관리 공동 노력

- 매년 입점 매장, 대상 품질, VMD, 서비스 등을 심사하여 '두타 인증 베스트 매장' 선정
- 接客 서비스, 매장 운영, 가격 정찰제 준수 등 제반 규정 위반 시 벌점 제도 운영

상가 및 상품 촉진을 위한 다양성 및 적절성

- 연2회 세일 행사 개최 / 연간 4회 이상 상품전 및 기획 행사 개최
- 두타 인디마켓, 락생락사, 두타 재즈페스티벌 등 브랜드화 된 이벤트 개최

상품 정보의 정확성과 고객 신뢰를 위한 공동 노력

- 2002년 3월부터 시행령에 따라 가격 정찰제 전 매장 실시
- 공용 POP / 가격 TAG 등 운영

디자인 경영 성과 :
고객 만족 · 인적 자원 관리
· 혁신성

고객 만족, 효율적인 인적 자원 관리, 혁신적인 경영으로
국내 패션 전문점의 미래를 열어갑니다.

고객 만족

- 가격 대비 품질 만족
- 서비스 만족도 증대 : 각 층별 전담 플로어 매니저 제도 운영, 가격 경찰제 및 판매사원 실명제 실시
- 매장 만족도 : 넓은 매장, 감각적인 인테리어, 휴게 공간 설치
- 주차장 및 편의시설 : 강북 최대 규모의 주차시설과 다양한 편의시설 마련
- 고객 불만 처리제도 : 고객상담센터 통해 소비자 불만 접수 및 처리(반품/교환/환불)

인적 자원 관리

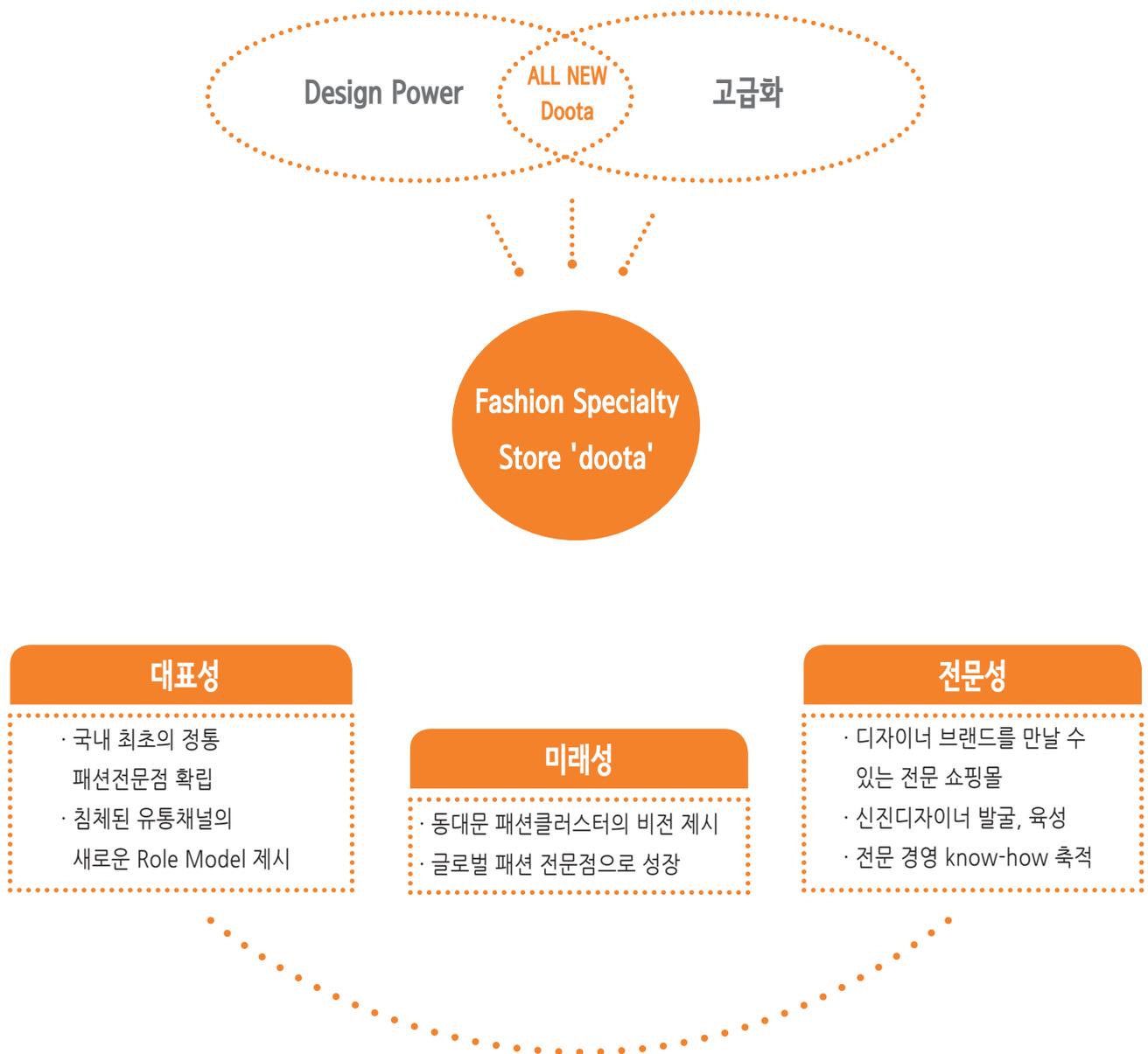
- 상인 및 직원 교육 실시
- 인력 운영에 내외부 전문가 활용
- 상인 및 판매원 만족도 증가 : 공실률 0%, 재임대율 90% 이상, 각종 편의시설 마련
- 복리후생에 관심. 이직률 낮춤

혁신성

- 전문적인 경영 시스템 및 선진 유통 시스템 도입하여 패션 전문점이라는 신규 비즈니스 업태 창출
- 전국적인 패션 쇼핑몰 출현 및 성공적 모델로의 가능성 제시
- 패션 유통 산업에 패션 전문점이라는 신업태 제시
- 창의적이고 개성 넘치는 벤처 의류 사업가의 비즈니스 스페이스
- 한국 패션을 리드하는 FAST FASHION MARKET의 대명사
- 전문 디자이너의 Only 'doota' 상품 전개
- 다품종 소량 생산(Quick Response System)
- 신진 디자이너 인큐베이팅(두타 벤처 디자이너 컨퍼런스 개최)
- 기타
 - 전 매장 POS SYSTEM 구축 및 운영 / 각 층별 플로어 매니저 제도 운영
 - 외국인 안내 센터 운영 / 환전소 운영 / 판매사원 실명제 / 가격 경찰제 실시
 - 외국 관광객 텍스 리펀드 제도/ 두타 인증 베스트 매장 제도 실시
 - 다양한 교육 실시 / 온오프라인 고객 상담실 운영

향후 발전 계획 : 미래 비전

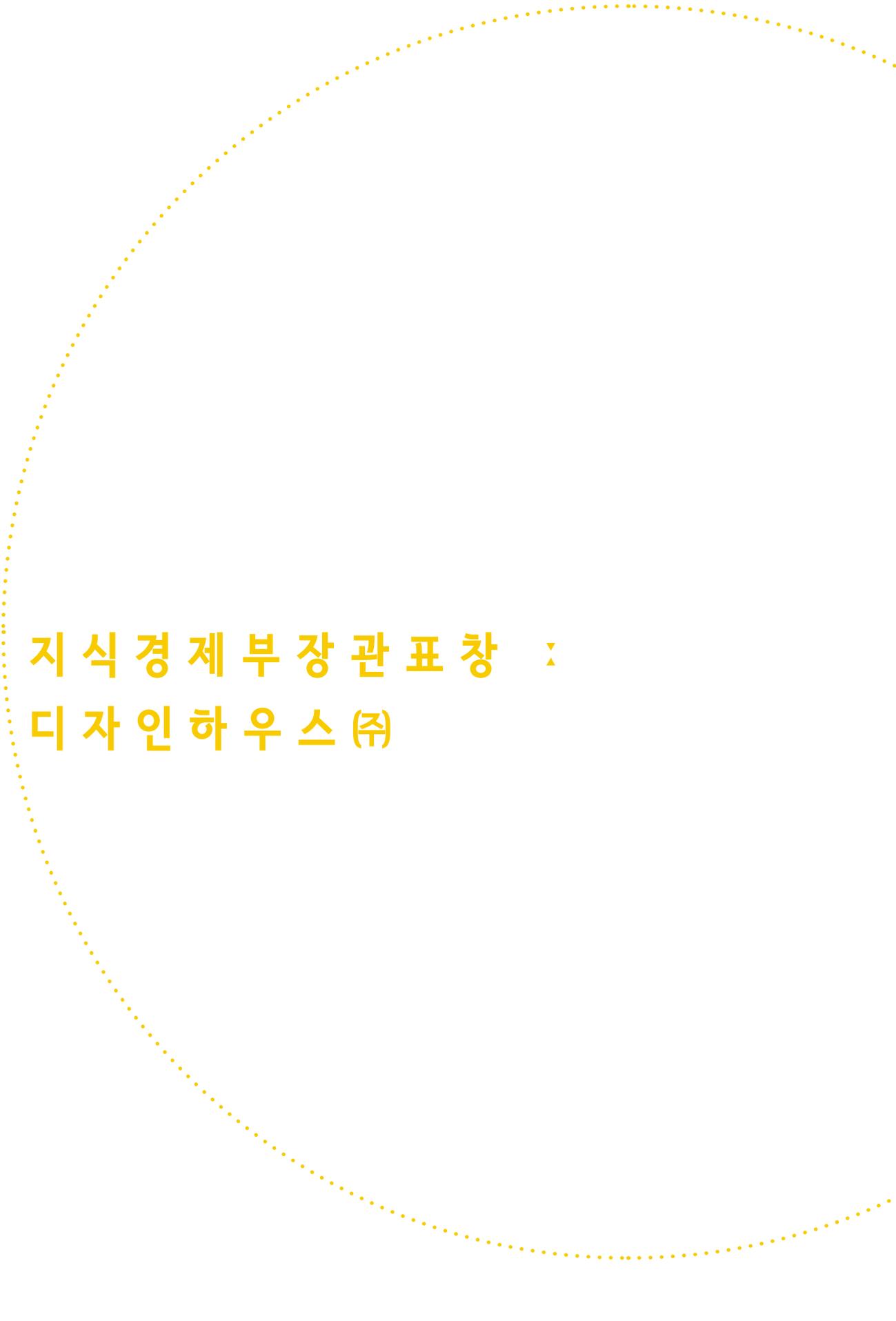
매장의 고급화와 디자인 파워로 패션 산업의 새로운
롤 모델을 제시하고 글로벌 패션 전문점으로서의 입지를
굳혀갑니다.





K O R E A
D E S I G N
A W A R D

2 0 1 2 . 1 4 t h



지식경제부장관표창
디자인하우스(주)

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 부문 : 우수상



기업 소개

CEO 메시지
전시 주최사 (주)디자인하우스
전시 주관 매체 월간 <디자인>
'서울디자인페스티벌' 개요 및 연혁

'서울디자인페스티벌' 전시 구성

기업전시 1 : 디자인경영관
기업전시 2 : 디자인전문회사
디자이너 프로모션
디자이너스랩
한국콘텐츠관
글로벌 디자이너

'서울디자인페스티벌' 부대 행사

디자인 세미나 / 디자이너스파티 / 디자인 스트리트

향후 발전 계획

SDF 해외 프로모션과 미래 비전

'서울디자인페스티벌'은 합리적인 디자인 솔루션을 제시하는 전문 전시회로서의 입지를 굳혀 가고 있습니다.



밀라노, 런던, 뉴욕, 도쿄 등 트렌드를 선도하는 도시에는 반드시 대표적인 디자인 전시회가 있습니다. 또한 세계 유수의 디자인 전시회는 개최 도시의 아이덴티티를 기반으로 매년 세계인들의 이목을 집중시키고 도시 전체를 축제의 장으로 물들입니다. 국내 디자이너들도 감각과 열정, 탁월한 손재주를 인정받으며 디자인 강국으로서의 한국의 위상을 높이고 있습니다. 하지만 여전히 세계적인 스타 디자이너는 부재하는 상황이며, 한국 사회 속에서의 디자이너들의 입지 또한 불안정한 것이 우리의 현실입니다. 이러한 상황 하에서 1976년부터 디자인 산업계의 메신저 역할을 해온 (주)디자인하우스와 월간 『디자인』이 축적된 콘텐츠의 힘과 국내외 디자이너의 네트워크를 기반으로 역량 있는 디자이너를 발굴하고 브랜드의 디자인 경쟁력을 강화시키기 위해 지난 2002년부터 '서울디자인페스티벌'을 개최해오고 있습니다. '서울디자인페스티벌'은 단순히 디자인 상품들을 모아 놓은 전시회가 아니라 전시되는 모든 콘텐츠에 대한 디자인 스토리와 디자이너에 대한 정보를 대중들에게 널리 알리는 역할을 하고 있습니다.

'서울디자인페스티벌'은 다음과 같은 5가지의 장기적인 비전을 가지고 있습니다.

첫째, '디자이너 실명제' 캠페인 진행, 저작권을 비롯한 디자이너들의 권리 보호. 둘째, 발굴하고 소개해온 400여명의 디자이너와 300여개 디자인 전문회사들이 국내 디자인 산업의 대표 주자로 자리매김할 수 있도록 지속적으로 지원. 셋째, 농수산업 등 디자인 불모지로 여겨졌던 영역까지 디자이너의 감각이 미칠 수 있는 가능성을 제시하여 디자인의 중요성과 디자이너에 대한 올바른 인식 확립. 비즈니스까지 연계할 수 있는 다양한 콘텐츠 기획. 넷째, 트렌드를 선도하는 기업들의 전시 참여 유도. 디자이너에게 다양한 콜라보레이션 경험 제공. 상품 개발 시 디자인을 통해 부가가치를 높일 수 있다는 확신 부여 및 투자 유도. 다섯째, 경기 불황 속에 '디자인' 관련 부서를 포기하는 것이 아니라 디자인 경쟁력에 의지하여 일어설 수 있도록 합리적인 디자인 솔루션을 제시하는 전문 전시회로서의 입지 마련.

(주)디자인하우스와 월간 <디자인>은 이 같은 장기적인 비전을 실천하기 위해 최선의 노력을 하고자 합니다.
감사합니다.

이영혜

기업 소개 :
 전시 주최사
 (주)디자인하우스
 전시 주관 매체 월간 <디자인>

‘서울디자인페스티벌’은 (주)디자인하우스가 주최하고 월간 <디자인>이 주관하는 디자인 전문 전시입니다.

‘서울디자인페스티벌’ 전시 주관 매체 : 월간 <디자인>

월간 <디자인> 1976년 최초 발간. 대한민국 디자인의 산 역사!

독자 구성 : 디자이너 37%, 디자인 전공생 29%, 디자인 전문회사 15%

기업 디자인실 10%, 일반 기업 5%, 교수 4%

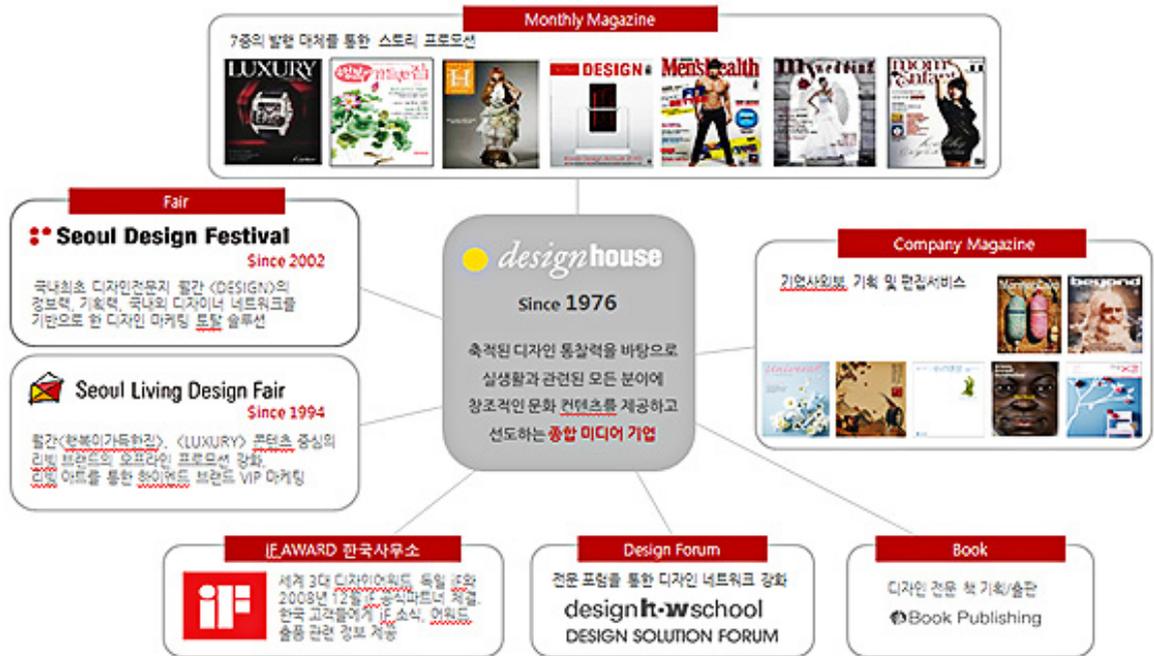
주요 기사 콘텐츠

전 세계 디자인의 최신 정보 및 소비 트렌드

성공한 디자이너들의 작품 세계와 인터뷰

기업의 성공 디자인 프로젝트

히트 상품 스토리



14th

KOREA . DESIGN . AWARD

기업 소개 :
'서울디자인페스티벌'
개요 및 연혁

'서울디자인페스티벌'은 감각 있는 브랜드와 주목 받는 디자이너들의 축제의 장입니다.

●● Seoul Design Festival 서울디자인페스티벌

'서울디자인페스티벌' : SINCE 2002

(주)디자인하우스가 2002년 이후 매년 12월 중 5일간 개최하는 '서울디자인페스티벌'은 월간 <디자인> 주관의 디자이너 프로모션을 기본으로 디자이너 브랜드, 기업 브랜드의 프로모션과 함께 국내외 디자인의 동향을 선보이며 디자인을 통한 비즈니스와 네트워크 교류 속에 디자인 산업 발전에 힘을 보태는 디자인 전문 전시입니다.

'서울디자인페스티벌' 연도별 주제

2002년 : 디자인은 유쾌하다(Humorous Design)

2003년 : 스타 디자이너가 세상을 움직인다(Star Designer)

2004년 : 디자인 이슈를 만든다(Hot Style)

2005년 : 디자이너가 최고의 브랜드다(Designer Promotion)

2006년 : 디자이너의 눈으로 세상을 보라(Designer's Eye)

2007년 : 서울을 디자인하다(Design Seoul)

2008년 : 예술처럼 향유하는 디자인에 주목하라(Art Works)

2009년 : 맛을 위한 디자인(Design for Dinner)

2010년 : 세상을 치유하는 고마운 디자인(Project 'Thank you')

2011년 : 디자이너 프로모션 파티(Designer Promotion Party)

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

‘서울디자인페스티벌’ 전시 구성 :
기업전시 1 디자인경영관

Trand Now! ‘디자인경영관’은 브랜드와 디자이너의
콜라보레이션 컨셉 공간을 연출합니다.

기업전시 1 : 디자인경영관

전시방법 : 브랜드와 디자이너의 콜라보레이션 컨셉 공간 연출

참가규모 : 연 평균 8개 브랜드 참여. 3억여 원의 기업 예산 유치

전시면적 : 9m(W) x 6m(D) x 3m(H)=54㎡ (1부스 기준)

참가대상 :

- 브랜드 : 각 영역 트렌드 리더 브랜드

디자이너 콜라보레이션을 통해 감각적인 브랜드 PR을 희망하는 브랜드

- 디자이너 : 공간, 그래픽, 영상(미디어 아트), 패션, 영화미술 등의 분야

브랜드 협업 경험이 많고 커머셜 브랜드의 프로모션을 이해하는 자

창의적인 아이디어를 바탕으로 감각적인 공간 연출이 가능한 자

진행 과정별 사무국 역할



14th

KOREA . DESIGN . AWARD

‘서울디자인페스티벌’ 전시 구성 :
기업전시 2 디자인전문회사

성공적인 디자인 비즈니스의 장! 서울디자인 페스티벌이 브랜드 가치를 높입니다.

기업전시 2 : 디자인전문회사

전시방법 : 브랜드와 디자이너의 콜라보레이션 컨셉 공간 연출

성격 : 디자이너에 의한 상품, 디자이너를 위한 전문 서비스의 비즈니스 매칭

전시방법 : 디자인 관련 브랜드 / 기관들의 셀프 브랜딩

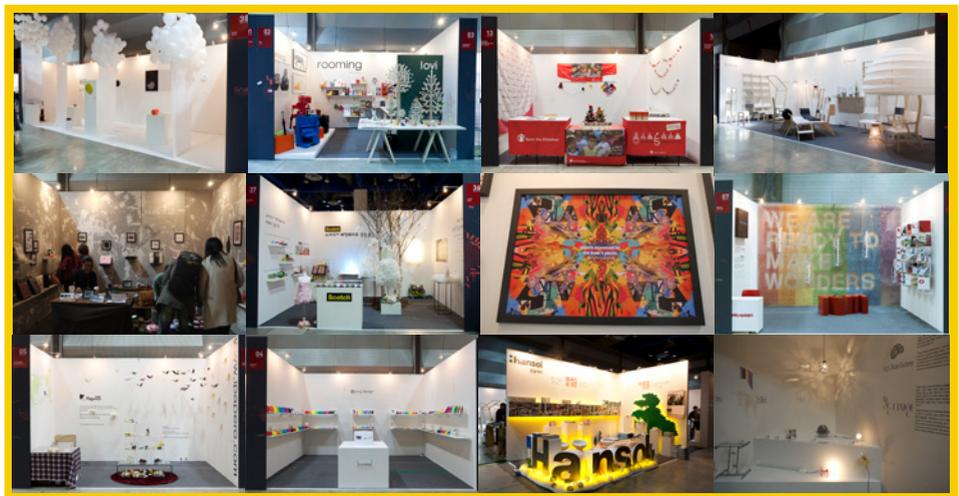
참가규모 : 연평균 32개 브랜드 참여. 3억여 원의 프로모션 예산 투자

전시면적 : 4.5m(W) x 3m(D) x 2.4m(H) = 13.5 m² (1부스 기준)

참가대상 :

- 제품, 시각, 뉴미디어, 공예, 패션 등 디자인 전문회사, 디자이너 브랜드
- 디자인 상품 제조/유통/판매 전문회사
- 디자이너들을 위한 하드웨어/소프트웨어 전문회사
- 디자인 전문 교육기관 및 미디어

성과 : 10년간 총 225개 디자인전문회사 참여. 성공적인 디자인 솔루션 도출



‘서울디자인페스티벌’ 전시 구성 :
디자이너 프로모션

‘디자이너 프로모션’ 전시를 통해 역량 있는 신진 디자이너를 발굴하고 셀프 프로모션을 지원합니다.

디자이너 프로모션

전시방법 : 월간 <디자인>이 선정한 디자이너들의 셀프 브랜딩

참가규모 : 연 50여명 참여. 디자이너당 참가비 100만원 +월간 <디자인> 지원비 120만원

전시면적 : 3m(W) x 3m(D) x 2.4m(H) = 21.6㎡ (1부스 기준)

참가대상

- 신예 디자이너 : 현업에서 활동하는 인 하우스 및 프리랜서 디자이너, 대학원생
- 학생 디자이너 : 월간 <디자인>이 선정한 대학생 데뷔전 참여 및 대학교 재학생
(교수 추천 필수)

심사기준

- 신예 디자이너 : 글로벌 문화 혹은 한국 문화에 기반한 선도적 해석
작품을 이슈화 시킬 수 있는 비주얼 감각
- 학생 디자이너 : 참신한 컨셉과 안정된 디자인 프로세스. 디자이너 자신을 어필하는 능력
포트폴리오 기획. 클라이언트의 주목을 받을만한 감각적인 공간 전시 계획

진행 과정별 사무국 역할

▷ 전국 주요 미대 공고
▷ 주교 디자인 기관 공고
▷ 디자이너 신청 접수

▷ 전문 심사위원단 구성
▷ 포트폴리오 심사 진행
▷ 협찬 브랜드 섭외
: 전시 비용 지원

▷ 프로필 사진 촬영
▷ 디자이너 파티 진행
▷ 셀프 프로모션 자문
▷ 사전 프로모션 지원

▷ 전시 현장 프로모션 지원
▷ 미디어 리뷰 취재 지원

성과 :

1. 10년간 총 422명의 전문 디자이너 배출
2. 전시 비용 지원(신예-약 55%, 학생-78%)
3. 디자이너 셀프 프로모션 코칭
4. 디자이너를 강조한 월간 <디자인> 기획 취재 및 미디어 PR 지원
5. 디자이너 간의 교류 증진을 위한 커뮤니티 이벤트 개최
6. 국내외 대표 디자인 전시 초청 및 미디어 취재
7. 정부 지원 차세대 디자이너 추천, 활동 연계, 공동 마케팅 진행
8. 세계 3대 디자인 어워드 수상 : iF, 레드닷, IDEA
9. 국내 대표 유통 브랜드 및 해외 바이어 판매 계약
10. 브랜드 협업 프로젝트 계약
11. 디자인전문회사 개업 및 제품 양산화

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

‘서울디자인페스티벌’ 전시 구성 :
디자이너스랩

디자이너스랩은 스타 디자이너들이 공동의 미션과 소재로 참여하는 상상 가득한 디자인 실험실!

디자이너스랩

전시방법 : 매해 달라지는 주제 혹은 소재를 작가들에게 제시하고

각자 개성 있는 스타일과 상상력을 접목시켜 제작한 오브제들의 연합 전시

전시면적 :

12m(W) x 9m(D) x 2.4m(H)= 108㎡

참가대상 :

- 제품, 가구, 그래픽, 패션, 뉴미디어, 공예 영역 등 현업에서
- 활동 중인 스타, 중견, 신진 작가들 중 아트 오브제 연출이 가능한 자
- 선후배 디자이너들이 모이는 축제의 장에 작품으로 동참하기를 희망하는 자

각 연도별 주제



History

Year / Concept / Designers

2011 / 책 ‘책’을 주제로 한 아트오브제 / 35인

2010 / 모빌 ‘자연을 소재로 한 모빌’ / 13인

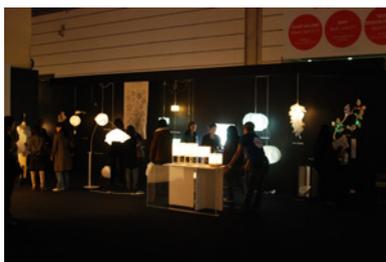
2009 / 통영누비 ‘누비’ / 18인

2008 / 전주한지 ‘종이의 반란’ / 44인

2007 / 태권도복 ‘승리의 여신, 니케’ / 24인

2006 / 고무신 ‘러버프로젝트’ / 31인

2005 / 의자 ‘의자상상전’ / 35인



‘서울디자인페스티벌’ 전시 구성 :
한국콘텐츠관

한국콘텐츠관은 생활디자인에 기반한 한국 문화 콘텐츠의 세계화 프로젝트입니다.



한국콘텐츠관

전시방법 :

- 의식주를 기반으로 하는 한국의 생활문화 콘텐츠 중에서 매년 다른 주제 선정
각기 다른 영역, 혹은 다른 국가의 디자이너들의 협업/비교 전시를 진행함으로써
한국 문화 콘텐츠의 새로운 가능성 제시. 글로벌 비즈니스 모델 모색

참가규모 : 연평균 1억 5천만 원의 콘텐츠 투자. 정부기관 보조금 유치

전시면적 : 18m(W) x 15m(D) x 4m(H) = 270 m²

참가대상 : - 협업기관 : 문화체육관광부, 지자체 등 문화 콘텐츠

발전 사업에 비전을 둔 기관

- 디자이너 : 한국 문화의 특성과 디자인적 요소를 모던하게 해석,
연출할 수 있는 자

진행과정별 사무국 역할

▷ 주제 및 콘텐츠 기획
▷ 협업기관/지자체 제안

▷ 참가 디자이너 섭외
▷ 콘텐츠 디벨롭 진행

▷ 공간기획 검수
▷ 사전 프로모션 지원

▷ 문화예술계 VIP초청
▷ 미디어 리뷰취재 지원

주요 성과

1. 2011년 아시아문화중심도시 특별전 한중일 <다실>에 한국 흥동희,
중국 왕 평, 일본 류지 나카무라 출품
2. 2010년 문화체육관광부 특별전 <FAshion & Cultule>에 공간디자이너 김백선과
패션디자이너 장광호, 박윤수, 임선옥, 이도이, 이주영, 곽현주 등 출품
3. 2009년 <Korean Dining>에 비빔밥 뉴욕, 막걸리 도쿄,
국수 런던, 한우 밀라노, 한 정식 파리에 우수 디자이너 다수 참여

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

‘서울디자인페스티벌’ 전시 구성 :
글로벌 디자이너

‘글로벌 디자이너’는 아시아 시장 진출을 위한
해외 디자이너들의 디자인 콘텐츠 프로모션입니다.

글로벌 디자이너

전시방법 : 그 해의 글로벌 이슈 혹은 외교적 이슈가 있거나 디자인 트렌드를
선도하는 국가 디자이너들의 콘텐츠를 전시하고 디자인 세미나를
통해 디자인 프로세스 소개

참가규모 : 연평균 1억 5천만 원의 콘텐츠 투자, 관련 기관 및 브랜드 협찬금 유치

전시면적 : 18m(W) x 15m(D) x 4m(H) = 270 m²

참가대상 : - 세계적으로 명성이 있고 국가를 대표하는 스타 디자이너

- 해외 활동이 활발한 업 커밍 디자이너 혹은 디자인 그룹
- 정부 기관의 초청 혹은 브랜드의 후원을 받아 내한하는 디자이너
- 한국을 비롯한 아시아 비즈니스에 관심이 많은 디자이너

성과

10년간 총 303명의 해외 유명 디자이너 전시



‘서울디자인페스티벌’ 부대 행사 :
 디자인 세미나
 디자이너스파티
 디자인 스트리트

**다양한 부대 행사를 통해 디자인 마케팅의 성공
 노하우를 접하고 디자인 콘텐츠의 연계 및
 확장을 도모합니다.**

디자인 세미나

- 디자인 세미나를 통해 디자인 트렌드, 디자인 특허, 디자인 비즈니스,
 프로모션 성공 및 실패 사례 소개
- 기획 전시 좌담회 개최

디자이너스파티

- 디자인 산업 발전을 위한 문화 예술계 VIP, 디자이너, 디자인 관련 기관,
 기업 마케터들과의 교류의 장 마련

디자인 스트리트

디자이너들이 선정한 서울 전역 디자인 스팟들과 디자인 콘텐츠 연계 및 확장

- 신사동, 압구정, 논현동, 삼성동, 홍대, 대학로, 이태원 등에 위치한
 200여 개의 리빙 컬처 샵

한 달여간 진행되는 디자인 스팟 공동 프로모션

- 지역별로 정보가 게재된 전시장 현장 제작물 : 영상, 신문, 디렉토리, 맵 등

2009 리뷰 : SKT와 함께 하는 Design Week & T

- 100여명의 디자이너가 추천한 서울의 디자인 스팟에
 50인의 디자이너가 제작한 주차금지 표지판 비치(2009년 10월~12월)
- 결과물 단행본으로 제작 . 서울시의 이색적인 관광 정보로 활용
- 서울디자인페스티벌에도 디자이너 정보와 함께 전시
- SKT 2009년 레드닷 커뮤니케이션 어워드 수상

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

향후 발전 계획 :
SDF 해외 프로모션과 미래 비전

디자이너가 바로 미래의 자산입니다!

지난 2002년부터 '서울디자인페스티벌'을 주최해온 (주)디자인하우스와 전시 주관 매체인 월간 『디자인』은 '서울디자인페스티벌'이 합리적인 디자인 솔루션들을 소개하는 전문 전시회로서의 입지를 굳히기 위해 최선을 다해 왔습니다.

이를 위해 2008년과 2009년에는 디자인의 도시 이태리 밀라노에서 '서울디자인페스티벌'을 개최하는 등 적극적인 대외 홍보와 함께 '서울디자인페스티벌'이 명실상부한 디자인 전문 전시회로 성장할 수 있도록 노력을 기울였습니다. 아울러 이러한 노력에 한국디자인진흥원, 지식경제부, 서울특별시, 통영시, 전주시, (주)삼성 SDI 등이 동참해 주셨습니다.

(주)디자인하우스와 월간 <디자인>은 지난 10년간 디자이너들의 해외 프로모션 연계 및 참가 브랜드들의 국제 어워드 수상을 묵묵히 지원해 왔습니다. 그러나 향후 10년은 '서울디자인페스티벌'이 세계적인 디자이너들이 모여들고 그들의 경쟁력을 보여주는 현장이자 국제적인 콘텐츠 비즈니스의 중심지가 되도록 힘차게 도약할 것입니다.

끝으로 그 바탕의 힘은 바로 디자이너의 역량으로부터 나오고, 디자이너가 바로 미래 디자인 산업의 중요한 자산을 다시 한번 강조합니다.





K O R E A
D E S I G N
A W A R D

2 0 1 2 . 1 4 t h



지식경제부장관표창
선일금고제작

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 지자체 부문 : 우수상

VISION2020

MARKET LEADER IN THE SAFES INDUSTRY

기업 소개

CEO 메시지
브랜드 소개 및 기업 연혁

디자인 경영 배경

세계 시장의 디자인 변화
국내 시장 분석
최종 소비층의 패턴 분석
국내 경쟁 업체 비교

디자인 경영 활동 및 성과

금고의 디자인 컨셉 변화
디자인 금고 탄생
브랜드의 체계적 관리
경영 활동
경영 성과
디자인 경영 실적 및 성장성

향후 디자인 경영 전략

비전 2020

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

기업소개 : CEO 메시지

대표 | 김영숙

디자인 혁신을 통해 블루오션을 창출하는 기업이 되겠습니다.



선일금고는 40여 년 전 국내 금고 시장을 지배하던 일제 수입 금고 대신 우리 손으로 만든 좋은 품질의 내화 금고를 고객님께 공급하겠다는 창업자의 결심으로 시작된 작은 회사였습니다.

아시아 최초로 UL 내화 및 내충격 테스트 동시 합격, 국내 최초의 전자식 락 도입 등 금고 업계를 선도해 온 당사는 기존의 투박했던 금고의 패러다임을 깨고 금고에 디자인을 접목시켰습니다. 그 결과 단순히 돈을 보관했던 금고를 ‘나만의 공간’ 또는 ‘인생의 보석 상자’란 개념으로 바꾸어 개개인의 소중함을 보관할 수 있는 곳으로 변화를 주게 되었습니다.

이에 따라 업무용 일색이었던 금고 시장에 가정용 금고를 개발하고 거기에 감성적인 인테리어와 디자인을 입혀 금고가 아닌 ‘가구’로 탈바꿈시킨 우수한 디자인 금고를 지속적으로 시장에 선보이고 있습니다.

2007년 NPS를 시작으로 루셀, UNI 등의 제품을 출시했고 이제는 국내 금고 업계의 독보적인 지위를 구축하게 되었습니다. 이에 만족하지 않고 앞으로도 더 나은 디자인과 성능을 위한 제품 개발에 힘쓰고자 합니다. 또한 초심을 잃지 않고 고객의 니즈에 맞는 나만의 소중한 공간을 정성스럽게 제작하는 선일금고가 되겠습니다.

감사합니다.

김영숙

기업 소개 :
브랜드 소개 및 기업 연혁

금고 업계의 글로벌 리딩 기업으로서 금고 그 이상의 아름다움을 추구합니다.



브랜드 소개

사업영역 : 금고 제조 및 판매

자 본 금 : 45억(자본금), 190억 원(본사 매출액)

직 원 수 : 144명 (외국인 근로자 15%)

매 출 액 : 190억 원 (본사)

국 내 : 파주시 본사 및 공장/서울 직영 매장

국 외 : 중국 숙천시 생산법인(2006년~) 중국 상해시 판매법인(2012년~)

회사 연혁

1972년 선일금고제작 설립 : 서울시 동대문구 휘경동

1976~1979년 호주 수출. 중동, 미국, 캐나다 진출

1986년 KS 인증 획득

1987년 백만 불 수출의 탑 수상

1996년 ISO 9001 인증 획득(KQC-0186)

1997년 석탑 산업 훈장

1999년 선일 내화금고 내화 및 내충격 UL 인증 한국 최초 획득

2005년 세계 일류 상품(내화금고) 선정

2006년 천만 불 수출의 탑 및 철탑 산업 훈장 동시 수상

2008년 루셀 런칭, 디자인진흥원장상 (한국색채학회)

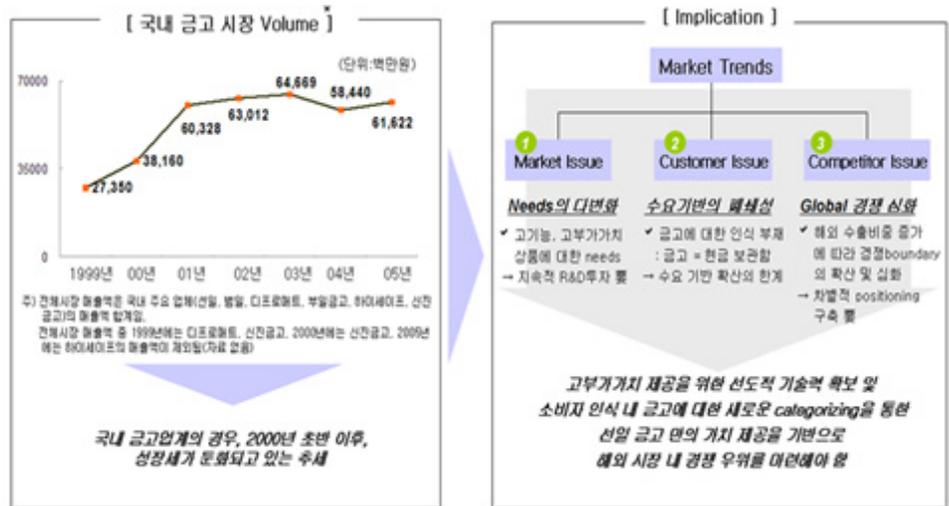
2009년 루셀 한국디자인진흥원 굿디자인 선정

2009년 서울산업통상진흥원 하이서울 브랜드 선정

디자인 경영 배경 :
국내 시장 분석
세계 시장의 디자인 변화

고부가가치 제공을 위한 선도적 기술력을 확보하고 소비자 인식을 통한 해외 시장 내 경쟁 우위를 마련하고자 합니다.

국내 시장 분석



세계 시장의 디자인 변화 추세에 대응

- 사용 목적에 따라 구조 및 사양이 결정되고 기능 위주 제품에 주력하다 보니 사용자의 다양성과 사용 환경(오피스, 일반가정, 매장 등) 변화에 대응하기가 쉽지 않음
- 소비자 니즈와 구매 결정 요인을 디자인에 반영함으로써 세계 시장 변화에 대응

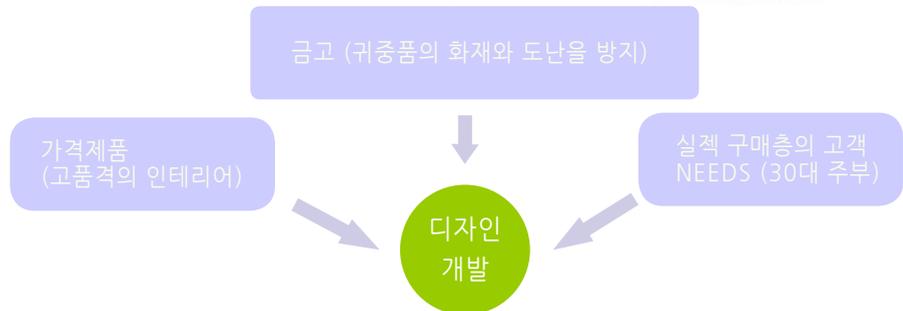
시대구분	생산 (1970~80년대)	기술 (1990년대)	기술+감성 (2000년대)
소비자 니즈	단순, 획일	신제품, 고기능 선호	차별성, 감성 중시
구매결정의 요인	가격, 품질, 대량확보, 다품종	소형(대형) 고기능, 디지털 친환경	브랜드 이미지, 컨셉, 색상, 매력, 디자인, 사용편의성, 복합화



디자인 경영 배경 :
최종 소비층의 패턴 분석 /
국내 경쟁 업체 비교

높은 인지도, 고객 지향적인 제품 개발, 우수한 품질과 디자인으로 금고 시장에서 비교 우위를 점하고 있습니다.

최종 소비층의 패턴 분석



국내 경쟁 업체 비교(기술 / 품질 / 디자인 / 인지도)

선일금고	인지도 18.8%	우수한 품질 12.9%	브랜드 이미지 10.1%	제품 다양성 7.2%	전통성 4.3%
	- 인지도가 높은	- 품질이 우수 - 튼튼한 제품	- 브랜드 이미지가 마음에 드는 - 믿음이 가는	- 제품이 다양 - 색상이 다양한	- 전통있는 기업
범일금고	가격 14.4%	우수한 품질 11.5%	마케팅 활동 우수 8.6%	디자인 우수 4.3%	브랜드 이미지 2.9%
	- 가격이 저렴 - 가격이 적당	- 품질이 우수 - 가격대비 성능 우수	- 제품이 다양 - 색상이 다양한 - A/S 처리 - 납품일지 준수	- 모양/디자인 좋은	- 브랜드 이미지가 마음에 드는
디프로메트	우수한 품질 17.3%	디자인 우수 17.2%	브랜드 이미지 2.8%		
	- 품질이 우수한 - 경밀한 - 성능이 우수한	- 모양/디자인 좋은 - 색상이 좋은/안정적인 - 마무리 도장/포장이 깔끔	- 브랜드 이미지가 마음에 드는 - 믿음이 가는		
부일금고	가격 10.1%	제품 특색 8.1%	우수한 품질 5.7%		
	- 가격이 저렴한 - 가격이 적당한	- 속문이 있다	- 품질이 우수한 - 가격 대비 성능이 좋은 - 안전성		



디자인 경영 활동 및 성과 :
금고의 디자인 컨셉 변화

금고의 디자인 컨셉이 '내 인생의 보석 상자'로 어디에나 어울리는 디자인 가구로 변화하고 있습니다.

금고의 디자인 컨셉 변화

단순한 귀중품 보관 금고
특정층의 전유물



소중한 것을 보관하는 내 인생의 보석상자
어디에나 어울리는 디자인 가구

금고 디자인 변화 추세

금고 디자인 변화 추세

Overall Design Keyword



For
Young
Adult

Entertainment

자신의 개성 연출 가능
(내부 구조의 사용자 선택, Head 연출 가능)
소재의 자유로움
(미끄럼, led, LED, 미끄러짐...)

Difference

새로운 사용성 유도
(조명, 스위치, 시계, 액자, 거울...)

Compact

공간 활용의 자유로움 유도
(size, type의 자유로움)

Neo Stylish

젊은 감성 자극 & 새로운 사용성



For
Young
Family

Objet

제품의 거주화
(Size, Compact하게 사용 가능)

Harmony

인테리어와의 조화
(가구, 인테리어와 어울리는 색상
Point Color, Material 필요)

Reasonable

사용자 편의 유도
(제품의 모듈화, 사용자 선택 가능성)
쉬운 사용성
(이동성 용이 및 Control의 사용성)

Emotional minimal

인테리어상 & 합리적인 사용성



For
Tonk 族

Luxury

고급화의 표현
(real material, control부위의 차별화
(단자, LED 사용))

Confidence

SPEC의 규격화
(외관, 크기 및 설치장 증가)

Easy

기본 인테리어에 손쉽게 조화
(외관 및 스타일 느낌)
다양한 Front의 느낌
쉬운 사용성 (내부 LED, 미끄러움)

Polish Simple

세련된 스타일 & 고급스러운

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 활동 및 성과 :
디자인 금고 탄생

뛰어난 인테리어 감각과 우수한 성능이 조합된 디자인 금고를 탄생시켜 금고 시장을 선도해가고 있습니다.

디자인 금고 탄생

- 디자인과 우수한 성능의 조합
- 세계 최초로 금고에 아름다운 패턴 디자인을 입힌 인테리어 금고 NPS 시리즈 출시
- 2008년 새로운 개념의 인테리어 금고 루셀 시리즈 출시
루셀 디자인진흥원장상 (한국색채학회)
- 2009년 루셀 한국디자인진흥원 굿디자인 선정
서울산업통상진흥원 하이서울 브랜드 선정



개발제품 기술적 특징

Core technology



화재예방



One Space

- 화재시 금고속 물건을 안전하게 보호
- 국내외 인증을 통한 인지도 확보



도난방지



Family Space

- 도둑이 들어도 금고속 물건을 안전하게 보호
- 국외 인증을 통한 인지도 확보



인테리어



Difference Space

- 가구적 인테리어로 인체공학적 설계
- 내부장식으로 활용도 극대화

디자인 경영 활동 및 성과 :
브랜드의 체계적 관리

브랜드의 체계적인 관리를 통해 품질 향상을 도모
하고 고객 친화적인 브랜드로 거듭나고 있습니다.

브랜드를 사무 및 상업용 · 가정용으로 분리하여 관리



EAGLE SAFES

Eaglesafes (이글세이프)
- *Inspiring Professionalism*

- √ 용맹과 강인함, 최고를 상징하는 독수리 모티브 이니셜 'E'형상의 날개와 금고의 견고성을 나타내는 독수리모티브의 결합된 이미지를 통해 앞선 기술의 안정성과 전문성을 표현
- √ 금고에 대한 품질 그 이상의 전문적 가치를 지향하는 선일금고제작을 상징



Brand Philosophy *Functional Unique*

LUXURY + **CELL**

Luxury는 금고 그 자체를 의미
도시적이고 세련된 고급스러움을
디자인 철학으로 승화

작지만 단단한 나만의 공간
디자인을 넣어서 금고 본연의
기능을 충실히 수행함

- √ 기존의 견고하고 딱딱한 이미지를 벗어나 고급스럽고 고객 친화적 브랜드로 소비자에게 어필
- √ 기존의 금고의 틀을 과감히 벗어난 디자인으로, 인테리어 공간을 한층 더 세련되게, 아름답게
- √ 소중한 것을 오래오래 지킬 수 있는, 믿을 수 있는 내화성, 방도성을 모두 갖춘 금고

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 활동 및 성과 :
경영 성과

다양한 디자인 경영 활동으로 수익률을 향상
시키고 효율적인 브랜드 관리와 디자인 인프라를
구축하게 되었습니다.

각종 전시회 참가 : 디자인 금고라는 새로운 아이템 부각
업계 최초 브랜드 런칭 쇼와 각종 드라마 방송협찬(PPL)
에스원 북경지사 MOU 체결
락앤락 3개국 MOU 체결 (미얀마, 라오스, 베트남)



금고도 가구다! 루셀 런칭 보도



루셀, 디자인 혁신 성공 사업 소개



금고 최초로 백화점 입점

디자인 경영 활동 및 성과 :
경영 성과

다양한 디자인 경영 활동으로 수익률을 향상시키고, 효율적인 브랜드 관리와 디자인 인프라를 구축하게 되었습니다.

항목	내용
수익률 향상	- 소비자를 강렬하게 매혹하는 제품디자인 개발을 창출함으로써 고객에게 신뢰감과 친숙감을 부여하고 더 큰 이윤 추구 및 재구매 보증 효과 구현
수출 경쟁력 고양	- 차별성 획득 및 독점적 브랜드 자산 보유에 따른 경쟁력 확보 - 첨단 디지털 장비를 사용한 디자인 툴 지원에 따른 포장 구조 개선 - 디자인 효율 향상으로 수출 경쟁력 확보
비용절감 효과	- 브랜드 전략에 따른 가치가 높아짐에 따라 판매가 진부한 수출 대상국의 마케팅 역할 수행, 디자인 개발 비용 절감 - 디자인 개발 상의 웹 인프라 활용으로 개발기간 단축, 개발경비, 인건비 절감 효과 - 경영구조 개선 및 장비구입비용 절감, 홍보비 절감
고용유발 효과	- 전문업종(가정용 내화금고 전문 생산기업) 가치 상승에 따른 인재나 자금 확보에 긍정적 역할 수행
차별성 획득	- 브랜드 가치 상승에 따른 소프트웨어 개발업체 가치 인정, 타 업종과의 차별성 부각
효율적 브랜드 관리	- 브랜드 디자인 개발로 시장에서의 효율적 판매 전략 수립 가능 - 지속적 변화 추이 분석으로 장기적 판매 전략 설정 가능 - 판매 목표의 명확성에 따라 전략 우선 순위를 정하고 효율적 자원 배분
디자인 인프라 구축	- 인프라의 효과적 활동 및 개발 증가로 다양한 마케팅 실시 가능
무형자산 창출	- 기업 및 상품 브랜드 이미지 제고로 기업의 가치 상승에 따른 무형 자산 창출
신지식 기반구축	- 전문 기업 디자인 개발에 따른 첨단 신지식 기반 구축

디자인 경영 활동 및 성과 :
디자인 경영 실적 및 성장성

새로운 틈새 시장을 선 공략하여 수출 판로를 확대
하고 국내외 판매 신장을 이룩하겠습니다.

디자인 경영 실적 및 성장성

- 비교적 저가인 가정용 소형 내화 금고에 대한 판매량 유지
- 신규로 보급형 럭셔리 소형 내화 금고에 대한 개발 및 판매를 통해 새로운 틈새시장 선 공략
- 수출 판로 확대로 매년 해외 시장 30억원, 국내 내수시장 9억원의 판매 신장

구 분	월간 판매액	연간 판매액	매출 신장	비고
국 내	7,500만원	90,000만원	27%	2011년 125억 2012년 140억 (목표)
해 외	25,000만원	300,000만원		
총 합	32,500만원	390,000만원		

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

향후 디자인 경영 전략 :
비전 2020

VISION2020

MARKET LEADER IN THE SAFES INDUSTRY

선일금고제작은 고객의 소중한 것을 안전하게 보관할 수 있는 실용적인 디자인 금고를 전세계의 가정과 사회에 제공하여 '나만의 공간'이라는 새로운 가치를 창출하고자 합니다. 디지털, 친환경 선진 기술 역량과 최적의 디자인 경영 시스템 구축을 통해 업계를 선도하고 모두가 근무하고 싶어 하는 회사 구현으로 인류에 공헌하고자 합니다.

최고 경영자의 디자인 경영 마인드 및 기여도

- 소중한 것을 가치있게 보관하는 “내 인생의 보석 상자”로 디자인 마케팅 지속
- 누구나 갖고 싶은 디자인으로 1가구 1금고 시대에 기여

기업의 디자인 경영 비전

- 기업의 지속적인 성장을 위한 방향 설정과 브랜드 가치 향상

중장기 디자인 경영 전략

- 업계를 리드하는 진보적인 외형과 감성을 표현한 차별화된 디자인
- 고객의 Needs를 분석하여 감성 지향의 고급스러운 디자인 개발

생산성 향상

- 최소 비용으로 최대의 디자인 효과를 얻을 수 있는 경제성 검토. 원가 절감을 위한 Idea 접목
- 디자인 고급화로 재료비 상승이 예상되지만 공정 개선, 부품 공용화를 통해 보급형 럭셔리 소형 금고 개발



K O R E A
D E S I G N
A W A R D

2 0 1 2 . 1 4 t h



지식경제부장관 표창 ✕
유니락 (주)

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 부문 : 장관 표창

UNILOCK

기업 소개

CEO메시지
경영 이념 및 조직도
회사 연혁

디자인 경영 비전 및 전략

디자인 경영 전략

디자인 경영 활동

디자인 철학
제품 시장
제품 소개

디자인 경영 성과

성과 및 실적

향후 발전 계획

미래 전략

고객 중심의 경영을 통해 한발 더 고객님께 다가가고 있습니다.



안녕하십니까?

끊임없이 노력하며 열심히 달려온 디지털 락의 선두주자 (주)유니락은 창의력 배양과 자기 계발을 통해 지금까지 실현 가능한 목표들을 실행해 왔습니다. 한편 "디지털 락의 편리성과 효율적 가치를 세계 모든 사용자에게 제공한다"는 경영 이념을 토대로 한 고객 중심의 경영을 통해 한발 더 고객님께 다가가고 있습니다.

유비쿼터스 시대를 맞이하여 (주)유니락의 전 제품은 아날로그 방식과 디지털 방식의 합리적인 조화(DIGI-Log), 심리적 안전(Mind-Safety)의 철저한 보안 체계, 사용자 경험의 편리한 관리성, 친환경 추구(Eco-System), 주변 장치와의 호환성 (Interactive Consilience) 등을 추구하고 있습니다. 아울러 이같은 기업 철학과 자부심을 제품에 반영하며 연구 개발 및 생산에 온 힘을 기울이고 있습니다.

(주)유니락은 고객 감동, 차별화 된 사후 관리 등 고객 기대에 부응하는 기업으로 거듭나기 위해 앞으로도 최선을 다할 것을 약속드립니다.

감사합니다.

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

기업 소개 : 경영 이념 및 조직도

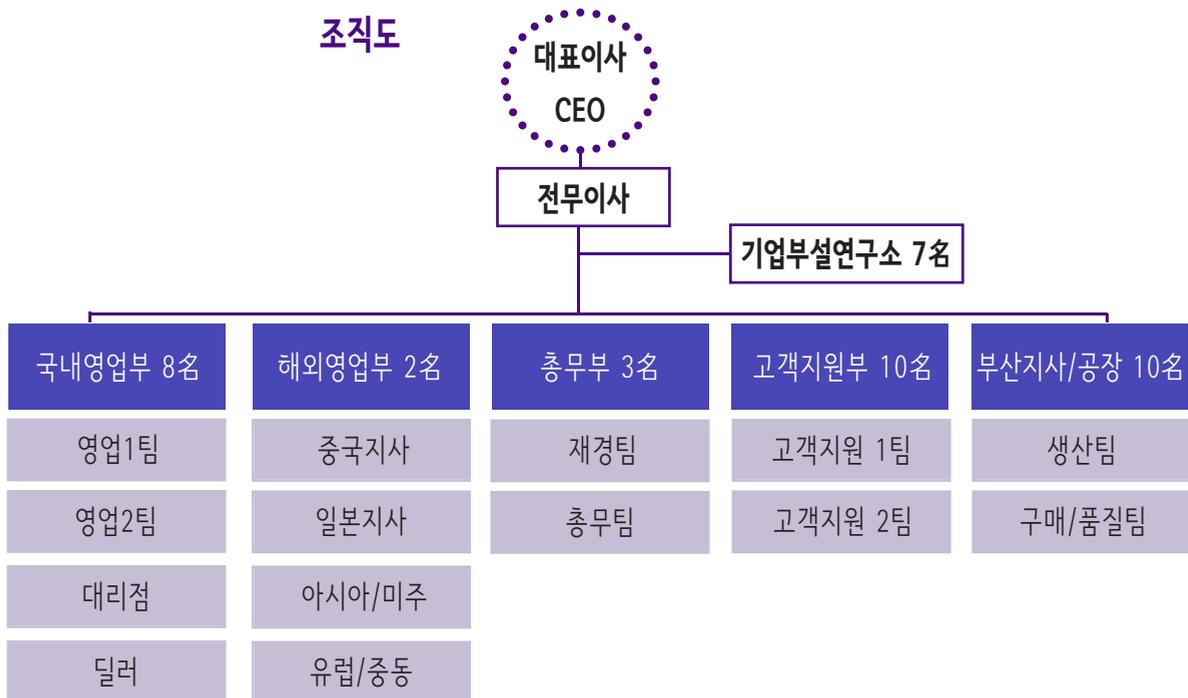
경영 이념

디지털락의 진정한 편리성과 효율적 가치를
세계 모든 사용자에게 제공한다.

We provide the genuine
convenience & efficient of "Digital Locks" to all users.



조직도



기업의 역사는 짧지만 기술 인증과 특허 출원,
기관 선정 기업으로 그 이름을 알리며
대외 인지도를 넓혀가고 있습니다.

회사 연혁

- 2008. 11 (주)유니락 설립
- 2010. 03 기업부설연구소 인증
- 2010. 10 ISO-14001, ISO-9001 인증
- 2011. 03 Loxury-III 출시(LL75AP)
- 2011. 05 e-프론티어 기업 선정(중소기업청)
- 2011. 06 RFID 잠금장치 특허 출원
- 2011. 08 Loxury-V 출시(LL85TR)
- 2011. 10 락카락 최초 Good-Design 선정 (지식경제부)
- 2011. 11 벤처기업 인증
- 2012. 02 Loxury-I 출시(LL83AR)
- 2012. 06 업계 최초 Electro-Mechanical 락 MAEARI 출시
- 2012. 09 Loxury-I, MAEARI Good-Design 선정(지식경제부)
- 2012. 10 대한민국디자인대상 디자인경영부문 장관 표창(지식경제부)

디자인 경영 비전 및 전략 :
디자인 경영 전략

글로벌 경제 위기 속에서 차별화할 수 있는 유일한 방법은 뛰어난 디자인과 검증된 신뢰성입니다.

저가 중국산의 난립과 전 세계에 걸친 글로벌 경제 위기로 인해 갈수록 경쟁이 치열해지는 현 시장 상황에서 차별화할 수 있는 유일한 방법은 뛰어난 디자인과 검증된 신뢰성임을 경험하고, 이를 근본적인 경영 비전으로 설정하였습니다. 따라서 (주)유니락은 이를 실천하기 위한 새로운 디자인 개발에 지속적으로 투자를 이어갈 것입니다.

그간 선정된 Good Design 마크와 한국디자인대상의 수상 효력은 국제적인 전문 전시회에서 그 뛰어남을 인정받는 결과로 이어졌고, 이를 바탕으로 사용자의 신뢰성을 확보하기 위해 (주) 유니락은 부단한 노력을 기울이고 있습니다. 또한 이로 인한 가시적인 성과가 중국, 일본, 핀란드 등의 국제 시장 확대로 이어지고 있습니다.

앞으로도 지속적인 전문 전시회 참가 등 적극적인 해외 마케팅을 전개하여 글로벌 사무가구용 디지털 락 전문 회사로 시장의 트렌드를 선도할 수 있도록 역량을 강화할 것입니다.



14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 활동 :
디자인 철학

기업의 디자인 철학과 자부심이 있는 기능을 디지털 락에 부여하여 당당한 대한민국의 제품으로 우뚝 설 수 있었습니다.

(주)유니락은 고객 중심의 경영과 고객 만족을 제일로 하는 사무가구용 디지털 락(Digital Furniture Lock) 전문 업체입니다.

창업 초기의 디지털 키 개발을 필두로 고객에게 사용하기 가장 편리하고, 사용하는 모든 고객이 안심하게 사용할 수 있는 디지털 락을 제공하기 위해 연구 개발과 생산에 힘써 왔습니다.

아날로그 방식과 디지털 방식의 합리적 조화, 심리적 안전의 철저한 보안 체제, 사용자 경험의 편리한 관리성, 친환경 추구, 주변 장치와의 호환성 등 디지털 락에도 디자인 철학이 있습니다. 이러한 디자인 철학과 자부심이 있는 기능을 디지털 락에 부여하였습니다.

그 결과 사무가구용 디지털 락 국내 시장점유율 1위, 세계 10여 개국에 수출하는 당당한 대한민국의 제품으로 우뚝 서게 되었습니다.

디자인 경영 활동 :
제품 시장



뛰어난 품질과 고급스런 디자인으로 국내는 물론 중국 시장에서도 명품으로서의 위치를 확보하고 있습니다.

국내에는 저가 중국 제품의 유입과 소규모 경쟁사의 난립이 이어지고 있습니다. 이 같은 국내 상황 하에서 당사는 자체 기술력을 보유한 중견 규모의 사무가구용 디지털 락 전문 업체로 시장을 선도할 수 있는 신제품을 개발함은 물론, 고급 시장을 겨냥한 고가 정책을 병행하고 있습니다.

그 결과 당사 제품 단가의 절반에도 못 미치는 경쟁 제품이 난무하는 중국 시장에서도 점차 수출이 늘어나고 있으며, 뛰어난 품질과 고급스런 디자인으로 (주)유니락의 디지털 락 제품이 명품으로서의 위치를 확보하고 있습니다.

중국에서는 지사를 통한 신뢰성 확보와 적극적인 마케팅을 전개하고 있습니다. 하지만 중국 시장을 제외하고는 아직 사무가구용 디지털락에 대한 시장이 초기 단계에 머무르고 있습니다. 점차 필요성이 증대되는 자료 관리에 대한 보안 요구에 적극적으로 대응하면서 사무가구용 디지털락 시장의 활성화를 꾀하고 있습니다.

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 활동 :
제품 소개

편리성과 안정성을 추구한 (주)유니락의 디지털 락 제품 '3000 시리즈'와 '6000 시리즈'



3000 시리즈

- 문을 키로 열면 키가 락에 걸려 있고, 문을 닫으면 락이 잠김과 동시에 락과 키 분리 (원천적 키 분실 방지)
- 손잡이 설치 불필요(키가 손잡이 역할)
- 3단계 키 관리 체계 (오너-마스터-유저)
- 키 승인 / 거부 / 등록 / 삭제 시 부저 발생
- 강제 개폐 시 경보음 발생
- 사용자 확인 기능. 청소키 사용 설정 가능
- AA 사이즈 건전지 2개 사용(약 24개월)
- 외부 전원 공급 가능

6000시리즈

- 비밀번호, 터치키 사용. LED 동작 표시 램프
- 키 또는 비밀번호 / 키와 비밀번호 연동 /비밀번호 일회 또는 연속 사용 가능
- 락의 잠김, 열림이 자동으로 동작
- 3단계 키 관리 체계 (오너-마스터-유저)
- 마스터 키 사용 시 유저 키 삭제
- 손잡이 설치 불필요(락카락이 손잡이 기능 포함)
- 강제 개폐 시 경보음 발생
- 사용자 확인 기능
- 청소키 사용 설정 가능
- AA 사이즈 건전지 2개 사용(약 18개월)
- 외부 전원 공급 가능
- 락커 및 경첩에 무리가 없는 가벼운 무게



14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 활동 :
제품 소개

디자인 의도가 분명한 'LOXURY I'과 높은 기술력과
인체공학적 디자인이 돋보이는 'LOXURY III'



LOXURY I

디자인 의도

- 심플한 디자인
- 품격 있는 디자인으로 가구의 가치를 높이고 다양한 기능으로 사용자 편의성 극대화
- 옛지 있는 반사각으로 다이아몬드를 연상시키는 제품의 전면은 명품의 신비로움 발산
- 4개의 기능 표시 LED를 히든(Hidden) 처리하여 켜졌을 때 보석처럼 비쳐 나오는 불빛이 기능적 차원을 넘어서 제품에 신비감 부여

LOXURY III

높은 기술력, 인체공학적 디자인과 실용성

- 당사에서 연구하여 개발된 전용 "칩" 적용하여 차원 높은 보안성 확보
- 변화된 사용 환경에 최적의 상태로 사용할 수 있도록 수많은 실험과 검증을 통해 디자인된 제품
- 버튼간의 충분한 공간 확보로 오작동 최소화
- 직관적인 아이콘에 의한 동작상태 표시창
- 하이그로시한 전면 패널 마감을 통한 첨단 기기 이미지 표현
- 메탈 도금으로 단단하며 고급스러운 이미지 표현



디자인 경영 활동 :
제품 소개

UI와 UX 구현으로 사용성과 효율성을 극대화한 'LOXURY V', 기계식 락과 디지털 락의 장점을 구비한 신개념의 서랍장 락 'MAEARI'



LOXURY V

높은 기술력, 인체공학적 디자인과 실용성

- 디지털 락카락 최초로 정전용량 방식의 근접 센서 비밀번호 타입 적용
- 터치 방식 UI(사용자 인터페이스), UX(사용자 경험) 등의 구현을 통해 사용성 및 효율성 극대
- RFID 인증 방식 채택 : 터치 센서 기술 적용, 별도의 조작 없이 자동 감지가 가능한 UI. 사용의 편리성과 수준 높은 디자인 실현
- 업그레이드된 기술 적용. 모든 부품 RoHS(유해물질 제한지침) 표준으로 생산. 친환경적 요소 최소화한 친환경 제품
- Hair Line 처리한 패드 : 지문 흔적 최소화하여 비밀번호 노출 및 미관 문제 해결
- 직관적인 아이콘에 의한 동작 상태 표시 창(히든 아이콘 적용) 마련
- 최신 트렌드를 반영한 컴팩트한 디자인으로 스마트 디바이스의 이미지 표현
- 측면 2단 처리로 손잡이 겸용의 돌출형 락 구현

MAEARI

기계식 락 + 디지털 락의 신개념 서랍장 락

- 고품격 디자인 : 사무 환경 업그레이드
- 장착의 편의성 : 기계식 락과 1:1 대응 가능한 구조
- 사용의 편의성 : 키가 필요 없는 비밀번호 방식
- 관리의 편의성 : 2단계 비밀번호 관리 체계
- 사용의 안정성 : 락 / 패드 분리형 마이크로 프로세스
- 보안성 : 키 구멍이 없어 피킹 불가능
- 에코 디자인 : 충전식 배터리를 사용한 친환경 디자인
- 업계 유일의 Before, After 마켓에 적용 가능한 디자인



14th

KOREA . DESIGN . AWARD

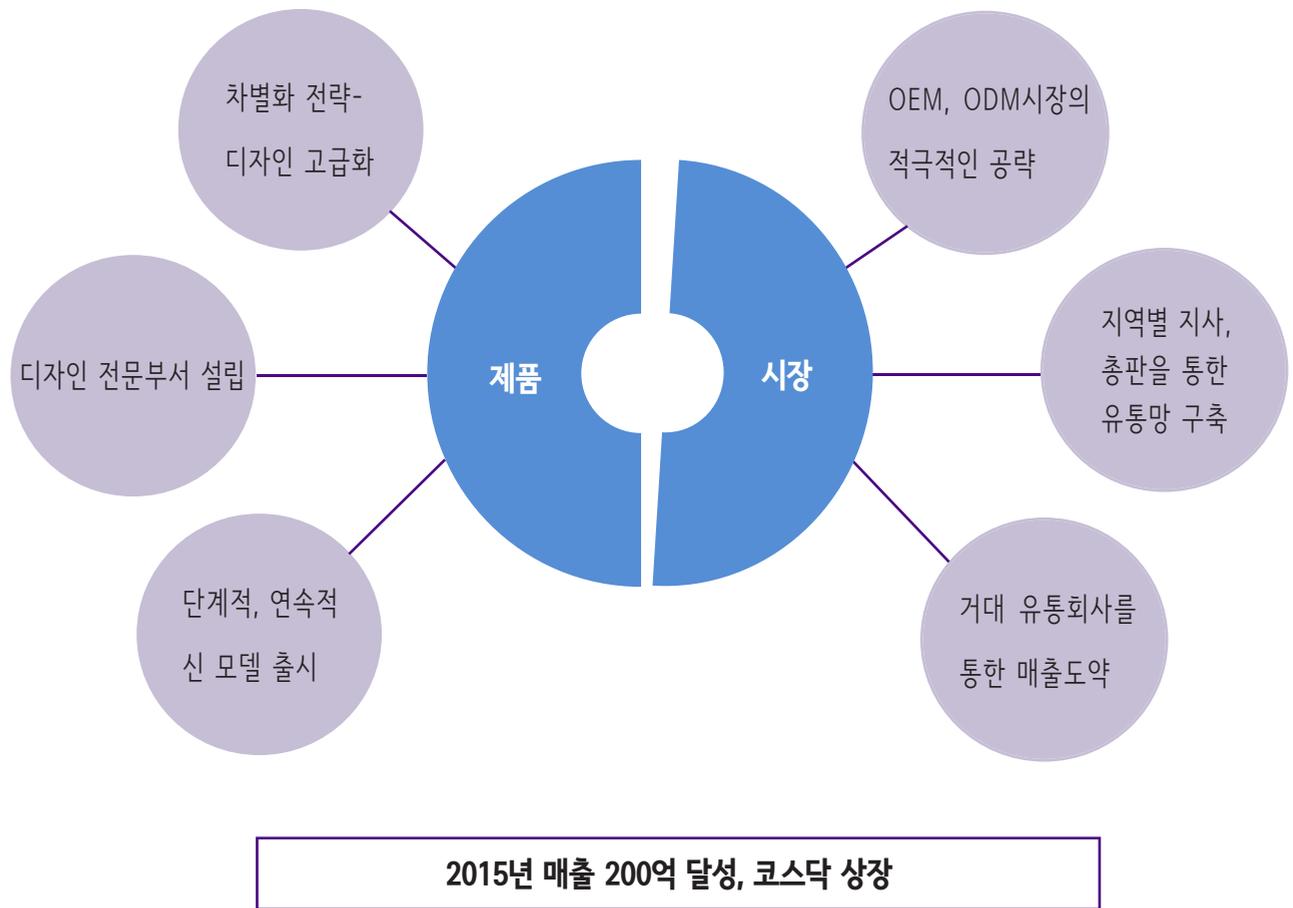
디자인 경영 성과 :
성과 및 실적

디자인 등록, 굿 디자인 선정, 대한민국디자인대상
디자인 경영부문 표창이 (주)유니락의 디자인 경영
성과를 대변해줍니다.

경영 성과 및 실적

- 디지털 도어록(LL75AP) 디자인(중국) 등록 (2011년 7월)
- 락카락 최초 Good-Design 선정 (2011년 10월)
- 디지털 도어록(LL85TR) 디자인(중국) 등록 (2011년 12월)
- 디지털 도어록(LL75AP) 디자인 등록 (2012년 5월)
- 디지털 도어록(LL75AP) 디자인 등록 (2012년 5월)
- 디지털 도어록(LL85TR) 디자인 등록 (2012년 7월)
- 키홀더용 손목밴드 디자인 등록 (2012년 7월)
- 밴드형 전자키(GK41AR) 디자인 등록 (2012년 9월)
- 밴드형 전자키(GK41PR) 디자인 등록 (2012년 9월)
- Loxury-I, MAEARI Good-Design 선정 (2012년 9월)
- 대한민국디자인대상 디자인경영부문 장관 표창 (2012년 10월)

차별화된 전략과 디자인의 고급화를 통해 적극적인 시장 공략에 나서며 2015년 매출 200억을 달성하기 위해 (주)유니락은 힘차게 도약하고 있습니다.





K O R E A
D E S I G N
A W A R D

2 0 1 2 . 1 4 t h



지식경제부장관 표창 △
지오크로스(주)

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 지차체 부문 : 우수상



기업 소개

CEO 메시지
기업 소개 및 조직도
기업 연혁

디자인 경영 비전 및 전략

디자인 정책 이념 및 경영 전략

디자인 경영 활동

디자인 관련 투자 실태 & 개발 시스템
디자인 관리 체계

디자인 경영 성과

우수 디자인 개발
디자인 관련 포상
디자인 경영 실적
국내외 시장 경쟁력

향후 비전

디자인 경영 비전

미래를 선도하는 소비자 우선주의를 바탕으로 하여 전 세계 사용자들에게 끊임없는 서비스를 제공하기 위해 최선을 다하겠습니다.



미래를 선도하는 소비자 우선주의를 바탕으로 하여 전 세계 사용자들에게 끊임없는 서비스를 제공하기 위해 최선을 다하겠습니다. 디자인을 기반으로 인간의 삶을 향상시킨다(Design & Life)는 가치 하에 각 분야 전문가들에 의해 설립된 (주)지오크로스는 IT 융합 기술 전문 기업입니다.

기술적 우위와 창의적 열정을 바탕으로 늘 새로운 기술과 서비스를 제공하는 (주)지오크로스는 임직원 개개인의 창의적 열정과 기술력 향상의 결합이 사회 전체의 부가가치를 증대시킬 수 있다는 신념 아래 언제나 향상된 기술과 서비스 컨셉트의 발전을 선도하고 있습니다.

독자적인 기술 개발 능력을 겸비한 전문 인력과 소비자의 수요를 정확하게 파악하고 이를 실현하려는 노력은 언제나 새로운 제품과 서비스로 소비자의 욕구를 충족시켜 왔습니다.

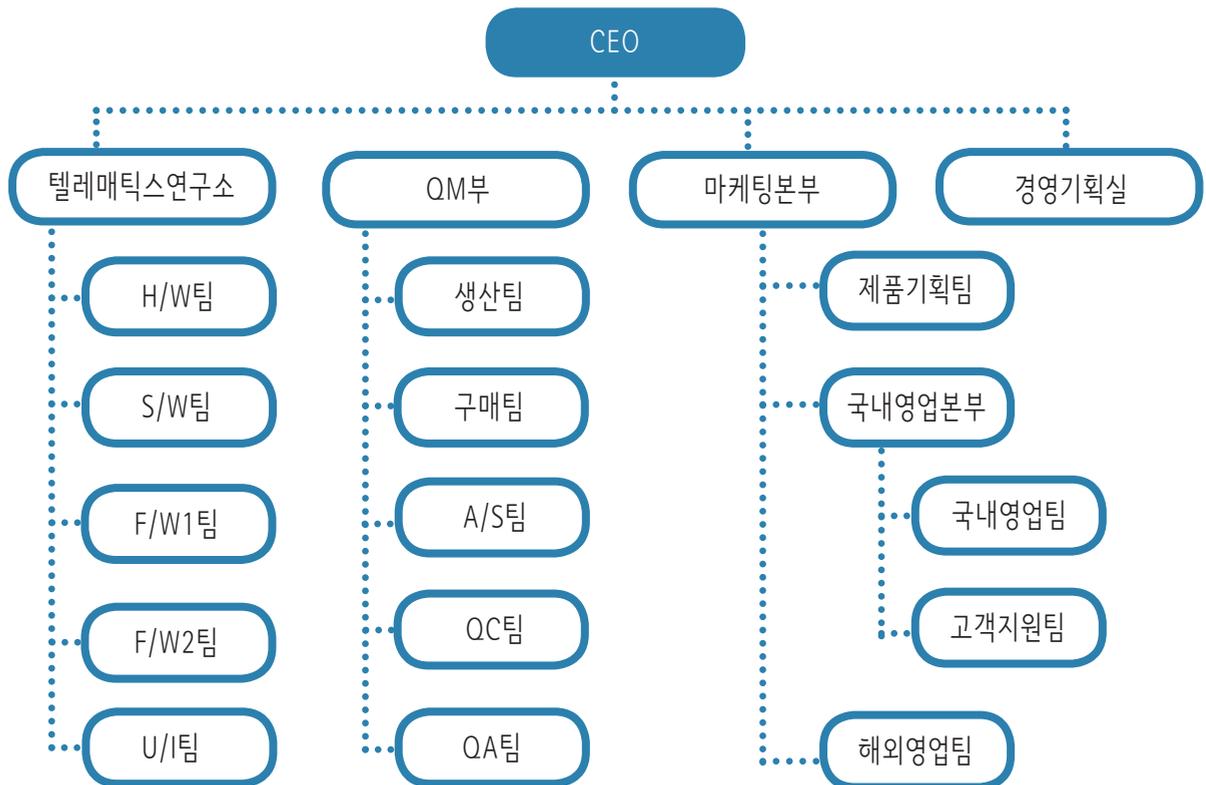
저희 (주)지오크로스는 차세대 차량용 블랙박스인 Vision Drive의 개발 및 출시와 함께 보다 발전된 형태의 Telematics 제품 및 다양한 형태의 응용 기술을 확대하여 기술 발전에 기반한 사회 발전의 기여를 적극적으로 이끌어 나가겠습니다. 미래를 선도하는 소비자 우선주의를 바탕으로 하여 전 세계 사용자들의 요구를 충족시킬 수 있는 보다 안전하고 안락한 제품과 끊임없는 서비스를 제공하기 위해 저희 (주)지오크로스 임직원 모두는 언제나 최선을 다하겠습니다.

T. S. Park

지속적인 디자인 개발 기획과 디자인 향상을 통해 국내 차량용 블랙박스 디자인 발전에 기여하고 있습니다.

기업 소개

- 2008년 8월 각 분야 전문가들에 의해 설립
- (주)지오크로스는 IT 융합 기술을 이용한 차량용 블랙박스 제조 및 유통 / 수출 전문 기업
- 회사 설립 이후 지속적인 디자인 개발 기획과 디자인 향상을 통하여 VD-1500,VD-4000, VD-5000, VD-6000, VD-7000, VD-8000 시리즈를 연이어 발표하고 히트시켜 국내 차량용 블랙박스 디자인 발전에 기여
- 초기 시장 선점에 있어 일본 제품의 디자인 모방 일색이었던 지난 2008년에 4명의 직원으로 사업을 시작해 자체 디자인 개발을 토대로 내부 직원 21명(외주 생산 및 서비스 인원 40명 비포함)으로 사업 규모를 늘리고 15종의 제품 개발과 함께 2013년에는 코스닥 상장을 계획하는 등 중견 기업으로의 성장 기대



기업 소개 : 기업 연혁

2008년 법인 설립 이후 자체 디자인 개발을 토대로
짧은 기간 내에 놀랄만한 성과와 눈부신 성장을 이룩해온
(주) 지오크로스!

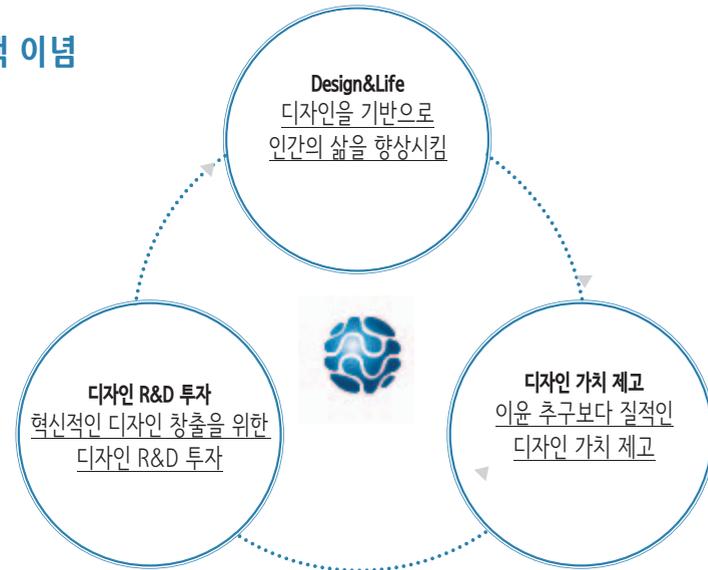
기업 연혁

- | | | | |
|----------|---|----------|--|
| 2008. 8 | 법인 설립(대표이사 박태성 / 자본금 1억 원) | 2011. 11 | 우수 디자인 선정(한국디자인진흥원)
디자인 등록(특허청) |
| 2009. 4 | 신한세이브카드 판매 계약 | 2011. 11 | 우수 벤처기업 표창(중소기업청장상),
호주 "Road Safety Award" |
| 2009. 7 | LIG보험과 공동 마케팅 협약 체결 | 2011. 11 | Innovation Award 수상 |
| 2009. 8 | 유상 증자(자본금 4억 원) | 2011. 12 | 백만불 수출탑 수상
HD급 신제품 출시(VD-8000HD) |
| 2009. 9 | ISO-9001 인증 | 2011. 12 | 이노비즈 인증 |
| 2010. 4 | 상표권 등록(특허청) | 2012. 2 | NEW EXPORTERS 300(한국무역협회) |
| 2010. 5 | 특허권 등록(특허청) 기업부설연구소 설립
국내 택시회사 제품 납품 | 2012. 4 | 벤처기업 등록, 프론티어 기업(경기도지사) |
| 2010. 9 | 한국GM 공식 파트너 등록 | 2012. 9 | 현대모비스 협력업체 등록 & 제품 공급
(HDR-1820) Full HD 제품
출시(VD-9000FHD) |
| 2010. 11 | KT-금호렌탈 공식 납품 업체 선정 | 2012. 10 | 대한민국디자인대상 지식경제부장관상 |
| 2010. 12 | 공동 프로모션 실시(한국GM) | 2012. 12 | 경기도 유망 중소기업 선정(경기도지사)
삼백만불 수출탑 수상 |
| 2011. 6 | 수출 유망 중소기업 선정 | | |
| 2011. 8 | 자본금 증자(자본금 5억 원) | | |
| 2011. 9 | 공장 등록(안양시) | | |
| 2011. 10 | 한-EU FTA 원산지 인증 | | |

디자인 경영 이념 및 전략 :
디자인 정책 이념 및 경영 전략

제품디자인을 차별화시켜 소비자의 다양한 요구에 부응하고 재구매율을 높일 수 있는 디자인을 창출하고 있습니다.

디자인 정책 이념



- 제품디자인을 차별화시켜 소비자의 다양한 요구에 부응하고, 재구매율을 높일 수 있는 디자인 개발
- 디자인을 통해 경영의 여러 부분(마케팅, 생산, 재무, 조직 관리)에서 시너지 효과 창출
- 굿 디자인을 통해 소비자의 구매 욕구를 분출시켜 마케팅 부문의 상승 효과 제고
- 디자인 개발을 통한 예상 매출을 산정하여 체계적이고 계획적인 생산 관리 이룩
- 소비자 불편을 해결할 수 있는 디자인 개발
- 당사의 차량용 블랙박스 기기에 디스플레이 장치를 장착하여 PC 등의 별도 디스플레이 장치 없이도 언제 어디서나 사고 동영상을 볼 수 있어 소비자에게 상당한 편의 제공
- 미래 산업 및 새로운 시장을 창출할 수 있는 혁신적인 디자인 구현
- 당사의 차량용 블랙박스가 다기능 제품 구현에 따른 본체 기기의 비대화를 입체적 디자인과 착시효과를 이용하여 슬림하면서도 깔끔한 이미지로 표현
- 디자인이 제품 판매 여부에 50%를 차지할 만큼 중요한 비중 차지. 따라서 회사 내에서 디자인 파트를 1개 팀이 아닌 독립된 회사로 간주할 정도로 디자인을 관리하는 디자인 부서 의 중요성 인지
- 제품 브랜드의 정체성 및 차별성을 높이고, 브랜드의 동질성을 강화시켜줄 수 있는 디자인 구현

디자인 경영 활동 :
디자인 관련 투자 실태
& 개발 시스템

적극적인 디자인 투자와 더불어 다양한 디자인 경영 활동을 펼쳐갑니다.

디자인 관련 투자 실태

디자인팀(User Interface)의 별도 운영

- 중소기업(매출 100억 원 미만, 정규직 21명)임에도 불구하고 제품 관련 디자인을 아웃소싱 이 아닌 디자인팀을 통해 관리
- 제품디자인의 혁신과 개발이 회사 발전에 결정적인 영향을 미친다는 대표이사의 디자인 경영 철학 반영

디자인 인프라 구축

- 디자인팀이 독립적이고 안정적으로 작업할 수 있는 공간, 전산 프로그램 및 장비 (포토샵, 일러스트레이션, 캐드 등), 각종 디자인 관련 자료 비치

디자인 개발 전문 업체에 컨설팅 의뢰

- 제품디자인 개발 시 디자인 개발 전문 업체를 참여시켜 IDEA 개발, 제품디자인, 기구 설계, 포장디자인 등에 대한 일관된 디자인 컨설팅을 받음으로써 혁신적이고 참신한 디자인 관련 소스를 제공받음

디자인 개발 시스템

디자인 컨셉트 설정

- 제품의 개발 목적 및 기능에 부합하면서 소비자에게 어필할 수 있는 디자인 컨셉트 설정

디자인 개발 전문 업체의 컨설팅 수렴

- 디자인 개발 전문 업체의 자문을 통해 디자인 컨셉트의 수정 및 조정

디자인 설계

- 수정 및 조정된 디자인 컨셉트에 대한 내부 협의 후 구체적인 디자인 설계 실시

기구 제작

- 확정된 디자인 설계를 통해 디자인 목업 설계 및 제작

금형 제작

- 디자인 목업을 통해 최종 디자인 확정 및 금형 제작

디자인 산업재산권 등록

- 최종 확정된 제품디자인에 대한 디자인 등록

디자인 경영 활동 :
디자인 관리 체계

개발 완료된 디자인의 산업재산권 보호를 위해 특허청에 디자인을 등록하고 디자인 유출 방지에 각별한 노력을 기울이고 있습니다.

디자인 보호 실태 및 관리 체계

- 개발 완료된 디자인에 대한 산업재산권의 보호를 위해 특허청에 디자인 등록 당사가 디자인을 개발한 '차량용 블랙박스' 2011년 11월 9일 특허청에 디자인 등록
- 차량용 블랙박스 제품에 대한 디자인이 무심사 대상으로 전환됨에 따라 당사가 디자인 개발을 완료한 제품(Mobis 디자인 모델, Visiondrive 8000 디자인 모델, GM 디자인 모델)에 대해 디자인 등록 준비 중
- 제품디자인에 대해 특허청에 디자인 등록을 하기 전까지는 해당 디자인에 대해 문서 분류 시 1급 기밀 문서로 취급. 관계자 외에는 디자인 접근을 원천 봉쇄하고 디자인 유출 방지에 각별한 노력을 기울임
- 제품디자인 개발이 완료되는 즉시 당사의 자문 변리사를 통해 특허청에 디자인 등록

디자인 인력 능력 개발 및 관리 체계

지속적인 디자인 관련 교육 정기 수강

- 디자인팀 인력이 1년 4회 이상의 디자인 관련 교육에 참석하도록 유도.
- 업무 시간상 오프라인 교육이 힘들 경우 온라인 교육을 받도록 독려

디자인 관련 세미나 및 학술대회 참석

- 디자인팀 인력이 유관 업계나 학계에서 실시하는 디자인 관련 세미나, 학술대회 참석을 통해 현재 이슈화 되거나 미래에 예상하는 디자인 관련 트렌드를 습득케 함으로써 디자인 감각 함양

디자인 관련 서적 구독

- 디자인팀에게 디자인 관련 서적을 구독케 함으로써 디자인 전문 지식을 습득케 함

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 성과 :
우수 디자인 개발

우수한 디자인 제품 개발로 기업의 대외 경쟁력을
높여줍니다.

우수 디자인 개발

차량용 블랙박스 본체 기기에 스마트한 디스플레이 디자인 구현

- 교통사고 발생 즉시 사고 동영상을 재생할 수 있어 증거 확보 및 증거 인증 가능. 이로써 불필요한 시간 낭비와 수고 절약

입체적 디자인과 착시효과를 이용하여 슬림하면서도 깔끔한 이미지의 차량용

블랙박스 본체 디자인 표현

- 디스플레이 화면 및 관련 부품들이 차량용 블랙박스 본체에 내장되어야 하므로 기기가 두꺼워질 수밖에 없음
- 이 같은 단점을 보완하기 위해 차량 내부에 차량용 블랙박스 제품 장착 시 운전자의 시각에서 가까워질수록 본체 기기를 얇게 하고, 운전자의 시각에서 멀어질수록 본체기기를 상대적으로 두껍게 하여 운전자 시각에서 본체 기기가 얇아 보이도록 디자인

차량 후미의 차량 사고 촬영할 수 있는 초소형 후방 카메라 기기 디자인

- 후방 영상 확보에 대한 소비자 니즈에 부합하기 위해 초소형(길이 4.9cm * 두께 2.2cm * 높이 2.2cm)의 심플하면서도 고급화된 이미지의 후방 카메라 기기 디자인
후방 카메라 기기의 심플한 이미지를 부각시켜 운전자가 룸미러를 통해 후방을 주시하는데 있어 방해 요소 제거



14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 성과 :
디자인 관련 포상

국내외의 디자인 수상 성과가 디자인 경영에 대한
그간의 열정과 노력의 결실을 말해줍니다.

우수 디자인 수상 성과

국내 디자인 관련 수상

2011. 11. 9

- 차량용 블랙박스 제품디자인 중 VD-3000 블랙박스 디자인,
VD-380 Premium디자인, VD-4000 블랙박스 디자인, VD-4000H 블랙박스 디자인,
VD-7000W 블랙박스 디자인, VD-8000HD 블랙박스 디자인 등이
우수디자인상품(GOOD DESIGN SELECTION) 선정
(주관 : 지식경제부 및 한국디자인진흥원)

2012. 10. 25

- 대한민국디자인경영대상 지식경제부장관상 수상 (주관 : 한국디자인진흥원)

해외 디자인 관련 수상

2011. 11. 23

차량용 블랙박스 제품디자인 VISIONDRIVE가 '호주 ROAD SAFETY Awards'에서
'INNOVATION AWARD' 수상

호주 'ROAD SAFETY Awards'
'INNOVATION AWARD' 수상



지식경제부
'대한민국디자인대상' 선정



지경부&한국디자인진흥원
'우수디자인' 선정



디자인 경영 성과 :
디자인 경영 실적

효율적인 디자인 경영과 관리로 디자인 특허 등록 및 출원과 함께 제품의 판로를 넓혀가고 있습니다.



디자인 경영 실적

디자인팀(User Interface) 별도 운영

- 제품 관련 디자인을 아웃소싱이 아닌 디자인팀을 통해서 관리

디자인 특허 등록 취득 및 특허 출원 추진

- 디자인 개발한 차량용 블랙박스 2011년 11월 9일 특허청에 디자인 등록
- 디자인 개발 완료한 제품(Mobis 디자인 모델, Visiondrive 8000 디자인 모델, GM디자인 모델)에 대해 디자인 등록 준비 중

현대모비스 제품 디자인 개발

- 현대차 그룹의 현대모비스가 현대모비스를 통해 판매될 수 있는 차량용 블랙박스 제품 디자인 개발 당사에 의뢰. 현재 의뢰받은 제품디자인 개발 완료

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 성과 :
국내외 시장 경쟁력

혁신적이고 창의적인 제품 디자인 개발에 매진하고
소비자 요구에 부합하기 위해 부단히 노력하겠습니다.

2008년 설립. 혁신적이고도 창의적인
제품 디자인 개발에 매진

짧은 기간 안에 괄목할만한 매출 신장

짧은 기간 안에 괄목할만한 매출 신장

2010년 : 총매출액 20억 원(수출 45만 불)

2011년 : 총매출액 85억 원 달성(전년대비 325% 성장)

국내외 시장 경쟁력

당사가 개발한 제품 디자인 해외에서도 큰 호평

2011년 : 해외 36개국 270만 불 수출
(해외에 한국 제품의 디자인 우수성 입증)
2012년 : 총매출액 150억 원. 세계 40여 개국
(수출 500만 불 기대)

소비자 요구에 부응하는 제품 디자인 개발

- 제품에 디자인 개념 적극 반영하여 동종 타사 제품과의 차별화 실현
- 소비자 니즈에 당사 제품 디자인이 부합하기 위해 부단히 노력. 그 결과 차량용 블랙박스 제품 시장에서 비교 우위 선점



두바이 전자박람회 때 많은 외국인들이 당사 부스 방문

향후 발전 계획 :
디자인 경영 비전

디자인은 제품의 가치뿐만 아니라 기업의 브랜드 가치를 제고하고 고객에게 진정으로 감동을 줄 수 있어야 합니다.

디자인은 제품의 가치뿐만 아니라 그 디자인을 통해서 기업 전체의 가치까지 산정될 수 있는 파급력이 있어야 합니다. 코카콜라의 사례처럼 코카콜라병의 파격적인 디자인이 코카콜라의 천문학적 기업 가치에 일조하고 있습니다.

디자인과 경영을 융합하여 고객에게 감동을 주는 매력 있는 제품과 서비스를 만들어 가야 합니다. 즉 보기 좋은 제품 외관의 구현과 함께 기능적으로 고객이 사용하기 편리한 디자인을 개발해야 한다는 경영 이념을 결합하여 디자인을 창출할 때 고객에게 진정으로 감동을 줄 수 있습니다.

한편 디자인을 경영 전략 수단으로 적극 활용하여 새로운 가치를 창출함으로써 조직의 목표를 달성하고 생활 문화를 창출하는데 이바지해야 합니다. (주)지오크로스가 디자인을 경영 전략 수단으로 삼고 활용한다 함은 당사의 중장기 디자인 경영 전략을 통해 새로운 디자인 가치를 창출하여 회사 내의 조직 목표를 달성하고 소비자의 생활문화 및 소비패턴을 주도함을 의미합니다.

아울러 디자인 경영을 통해 신뢰할 만한 성능뿐만 아니라 품격 높은 외관을 만들어 경쟁력 높은 제품을 구현해야 합니다. 디자인 경영 즉, 장단기 디자인 개발 계획 수립, 디자인의 지속적인 투자, 디자인 인력의 육성, 디자인 보호 관리 체계 수립 등을 통해 디자인의 기능적 측면 뿐만 아니라 품격 높은 외관을 만들어 경쟁 제품보다 비교 우위의 제품디자인을 창출해야 합니다.

이것이 바로 (주)지오크로스의 디자인 경영 비전입니다.



디자인 혁신의 공로를 인정받아 호주 Road Safety Innovation상 수상



K O R E A
D E S I G N
A W A R D

2 0 1 2 . 1 4 t h

A decorative graphic on the left side of the page. It features a large red circle on the far left edge. To its right, there are two concentric circles. The inner circle is a solid red line, and the outer circle is a dotted red line. The text is centered within the space between these two circles.

지방자치
단체부문



K O R E A
D E S I G N
A W A R D

2 0 1 2 . 1 4 t h



대통령 표창 : 대구광역시

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인지자체부문 : 대상



지자체 소개

지자체장 메시지
대구광역시 현황

디자인 정책 비전과 전략

디자인 철학
비전과 전략

디자인 경영 활동

디자인 경영 기반 구축
디자인 정책 추진 시스템
공공 시설물 디자인 개선
도시 경관 취약지 정비
경관 자원 발굴 및 가치 제고
디자인 문화 확산과 저변 확대
옛 도심 역사 문화 경관 구축 사업
대구 핵심 경관축 디자인 사업
지역 주민과 꾸미는 디자인 사업
산업디자인 허브기관 '디자인센터'

디자인 경영 성과

성과 및 실적

향후 발전 계획

미래 계획

대구의 디자인 정책은 대구가 지녀온 역사와 전통을 부각시켜 대구의 정체성을 되찾는데 주력해 왔습니다.



2012년 10월, 대구는 대한민국 디자인계의 큰 영예를 누렸습니다.

이번의 디자인대상 수상은 문화의 시대를 맞이하여 대구가 갖고 있는 문화적 잠재력이 이제 막 그 빛을 발하기 시작했다는 것을 상징적으로 보여주는 것입니다.

사실 대구는 수 백년 동안 경상도의 중심지로서 한양 및 평양과 어깨를 나란히 했던 유서 깊은 도시였습니다. 그럼에도 불구하고 최근 10여 년간 침체 도시라는 수식어가 늘 따라다니면서 그 가치와 중요성을 과소평가를 받아 왔습니다. 이러한 이유로 대구의 디자인 정책은 시각적 화려함을 추구하는 것보다는 먼저 대구가 지녀온 역사와 전통을 부각시켜 대구의 문화적 정체성을 되찾는데 주력해 왔습니다.

그 결과 대구의 뿌리인 원도심 골목 구석구석에 흩어져 있던 소중한 역사 문화 자산이 디자인과 이야기를 만나 젊음의 활력이 넘치는 거리로 탈바꿈하고 대한민국의 대표 관광 명소로도 자리 잡게 되었습니다. 그러나 한 도시가 변화된 모습을 보이려면 그 도시 구성원 모두의 참여와 협조가 전제되어야만 가능할 것입니다. 이에 시민 모두가 디자인적 가치를 함께 공유할 때 그 힘을 발휘할 것이라 보고, 대구시는 다양한 주민참여 프로그램과 기업지원 사업을 추진해 왔습니다. 이러한 성과로 '주민참여 도시학교'는 디자인 분야 주민 자치 모델로, '더 나누기 리사이클링 사업'은 일자리 창출 모델로 주목받고 있으며, 디자인 전문 업체도 5년 전보다 5배 이상 증가하고 있습니다.

대구 is 지금 디자인과 문화의 힘으로 '회색도시, 침체도시'란 오명을 씻고 '컬러풀 대구'로 새로 태어나고 있습니다. 저는 이번 수상을 디자인의 힘으로 '명품도시 대구'를 만들라는 엄한 명령으로 받아 들여 시민과 함께 '컬러풀 대구'에 걸맞는 도시 표정을 만들어 나갈 것 입니다. 감사합니다.

큰 산과 너른 강은 '큰 언덕' 대구(大丘)를 빚었으며,
이곳에는 '넓은 품'을 가진 담대한 사람들이 살고 있습니다.



조선시대

- 대구는 한 때 경상감영의 소재지로서 한양 및 평양과 어깨를 나란히 했던 조선의 3대 도시로 올곧은 선비정신이 살아 있는 유서 깊은 도시

일제 강점기

- 대의를 위하여 목숨까지도 버릴 수 있는 선비정신으로 민족 항쟁에 앞장서온 도시
- 끊임없는 학문과 덕성을 필요로 하는 선비정신이 대구의 교육적 전통이 되어 많은 인재 양성

해방 이후 ~ 현재

· 섬유산업

- 한국 패션디자인의 중심지로 성장

· 첨단산업 & 의료산업

- 대구경북과학기술연구원(DGIST)과 국가지정 첨단의료복합단지를 중심으로 첨단산업과 의료산업을 미래 성장 동력으로 양성

· 문화산업

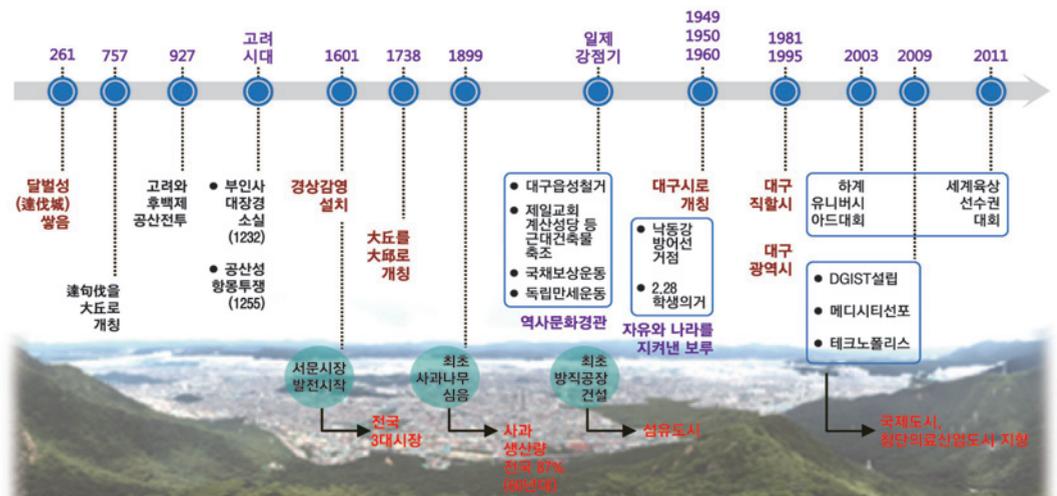
- 뮤지컬의 활성화로 대구 젊은이의 개성적인 문화의 격 향상
- 옛 도심에 산재한 근대 건축물과 역사적 장소를 찾아 디자인과 이야기 옷을 입히는 문화디자인을 통해 다른 역사 도시와 차별화되는 대구만의 정체성을 창출하여 관심 고취

· 자연환경

- 자연 환경이 수려하고 도시 인프라의 틀이 잘 잡힌 도시
- 환경올림픽이라 할 수 있는 2013년 세계에너지총회와 2015년 세계물포럼을 유치하여 녹색환경 도시로서의 위상 제고

· 2011년 대구세계육상선수권대회의 성공적 개최

- 지금 대구는 사회 모든 분야에서 할 수 있다는 열의로 흥만!



디자인 정책 비전과 전략 :
디자인 철학

대구의 디자인 정책은 도시 외관을 아름답게 꾸미는 것을 넘어 삶을 디자인한다는 인본주의 철학에서 출발하고 있습니다.

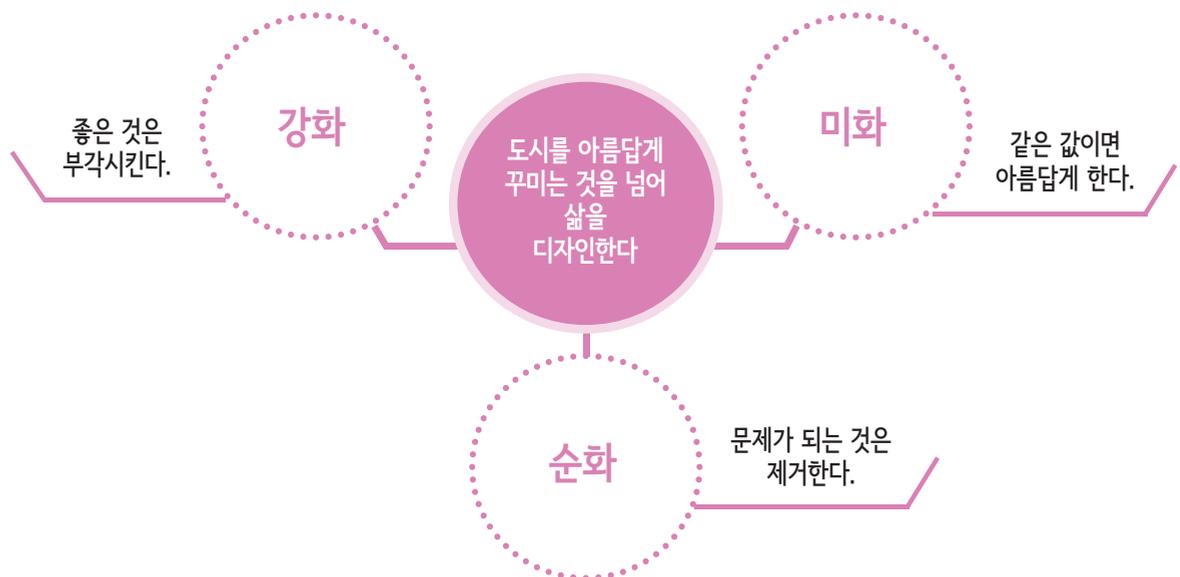
대구시는 ‘살기 좋은 도시는 어떻게 만들어야 되나?’는 질문에 선뜻 도시 디자인에서 그 실마리를 찾을 수 있다고 답할 수 있습니다.

즉, 디자인이 잘된 도시는 도시민에게 더 잘 살 수 있는 터전을 만들어 줄 수 있으며, 이는 결국 복지로 통한다고 봅니다.

때문에 대구의 도시 디자인은 ‘도시 외관을 아름답게 꾸미는 것’을 넘어 ‘삶을 디자인한다’는 인본주의 철학에서 출발하고 있습니다.

따라서 대구의 도시 디자인은 순화, 강화, 미화라는 세 가지 키워드를 가지고 꾸준한 변화를 시도하고 있습니다.

- 순화 : 무질서하게 나열된 것들을 세련되게 바꾸는 작업
- 강화 : 역사성과 정체성을 간직하고 있는 유무형의 고유 자산을 제대로 알아 볼 수 있게 만드는 작업을 문화 디자인이라 일컫음
- 미화 : 도시를 구성하고 있는 물적 기반에 대한 심미성 강화



디자인 정책 비전과 전략 :
비전과 전략

디자인 대구가 지향하는 ‘멋진 대구’는 시민들이
행복할 때 표출되는 도시의 정서라 할 수 있습니다.

디자인 대구는 ‘멋진 대구’를 지향합니다.

멋지다는 뜻은 매사에 격조를 지니고 합리와 이성을 사랑하는 품위에서 나오는 표현으로, 이는 시민이 건강하고 사회가 건강할 때 지역의 특성과 장소성에 걸맞게 표출되는 도시의 정서라 할 수 있습니다. 이러한 비전은 ‘상상력을 키우는 디자인’, ‘삶이 피어나는 디자인’, ‘짜임새가 있는 디자인’이라는 3대 전략 아래 꾸준히 변화를 추진하고 있으며, 아울러 시민들의 삶을 디자인하여 시민의 행복을 키우기 위해 노력하는 것입니다.



디자인 경영 활동 :
디자인 경영 기반 구축

시장직속기관으로 디자인 정책을 총괄할 조직을 설치하고 체계적인 정책 추진 기반을 구축하고 있습니다.

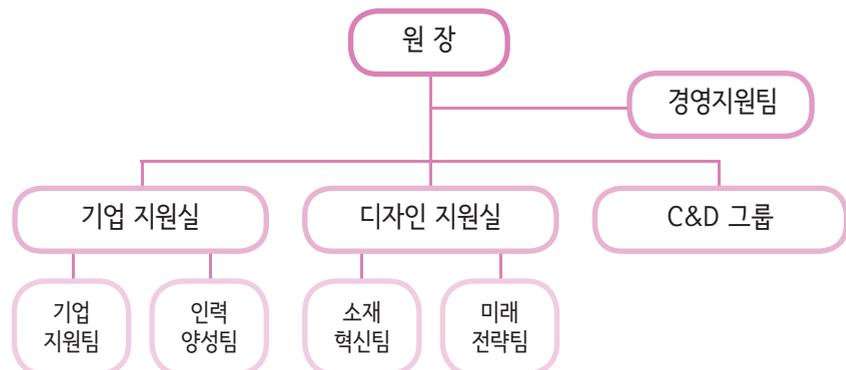
도시디자인 총괄본부 설치 : 2008년. 8월

조직 - 본부장, 총괄팀장, 4담당(본부장 외부 인사 공개 모집)
정원 - 22명



산업디자인의 허브기관 '대구경북디자인센터' 설립

재단법인 설립 - 2006년. 12월
디자인센터 준공 - 2007년. 7월(2008년 7월 공식 개원)
센터 운영 인력 - 24명(원장, 5팀)



디자인 경영 활동 :
디자인 경영 기반 구축

도시 공간 구성 요소에 디자인 원칙과 표준을 세워 도시 경관을 체계적으로 관리하고 있습니다.

도시디자인 관련 조례 제정

- 2008년 10월 : 대구광역시 도시경관조례
- 2009년 5월(2012월. 11월 전부 개정) : 대구광역시 옥외 광고물 등 관리조례

디자인 원칙과 표준 정립

- 2009년 12월 - 공공디자인 가이드라인
- 2010년 1월 - 간판 표준디자인
- 2010년 2월 - 공공 시설물 표준디자인
- 2010년 2월 - 대구 픽토그램 표준디자인
- 2010년 4월 - 대구광역시 경관 기본 계획, 특정 경관 계획
- 2010년 6월 - 옥외 광고물 가이드라인
- 2010년 6월 - 현수막 디자인 가이드라인
- 2010년 8월 - 대구광역시 야간 경관 기본 계획 및 가이드라인
- 2010년 9월 - 도시 벽화 가이드라인
- 2012년 5월 - 대구 색채 기본 계획 및 가이드라인



디자인 경영 활동 :
디자인 정책 추진 시스템

공공 시설물 설치시 디자인본부와 협의를 거치도록 하는 추진 시스템을 구축하였습니다.

경관위원회 구성, 매일 경관 심의 안건

- 경관위원회 구성(2009. 1. 15, 19명)

경관 심의	계	2009년	2010년	2011년	2012년
	42회	9회	14회	11회	8회
	143건	38건	45건	37건	23건

디자인 협의제 실시

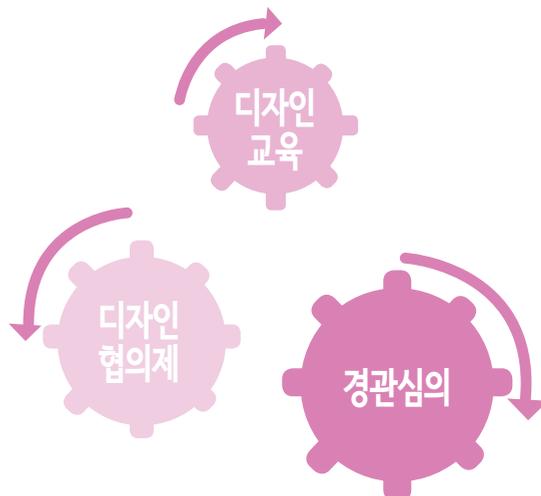
- 대상 : 경관 심의 대상이 되지 않는 공공 시설물

디자인 협의	계	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
	395건	23	71	128	101	72

공무원교육원 디자인 교육과정 개설 운영

- 공무원들의 디자인에 대한 인식 변화 유도

디자인 교육	계	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
	8회	1회	2회	2회	2회	2회
	275명	26명	88명	71명	58명	64명



디자인 경영 활동 :
공공 시설물 디자인 개선

공공 시설물을 새롭게 디자인하고, 환경 장식물을 곳곳에 설치하여 도시 표정을 바꾸어 나가고 있습니다.

공공 시설물 디자인 개선

- 시내버스 유개 승강장 디자인 개선
- 청소 차량 및 비산먼지 제거 차량 디자인 개선
- 지하철 캐노피 디자인 개선
- 자율방범대 초소 색채디자인 개선



도심 곳곳에 환경 장식물과 야간 경관 조성



디자인 경영 활동 :
도시 경관 취약지 정비

대구의 도시디자인은 청소를 잘하는 일과 경관 취약지를 찾아 정비하는 일부터 시작됩니다.

2011년 대구세계육상선수권대회 성공 개최 지원

- 도시 이미지를 저해하는 경관 취약지 정비. 2011년 대구세계육상선수권대회를 통하여 세계인에게 깨끗한 도시 이미지를 보여주는 성과 도출
- 마라톤코스경관개선사업(2009~2010) : 85억원 (3,082건)
- 간판정비사업(2008~2011) : 107억원 (2,900건)



대회 후 도시철도 3호선 주변 경관 개선에 주력

- 2011년 육상 대회가 끝난 뒤 지상철인 도시철도 3호선 주변 노후 불량 경관 개선에 주력



디자인 경영 활동 :
경관 자원 발굴 및 가치 제고

숨은 경관 자원을 발굴 재조명하여 시민들에게 홍보하는 사업은 대구가 지닌 가치를 되살리는 일입니다.

대구 경관 자원 100선 지정 작업

- 도시 이미지를 높이는데 큰 역할을 할 경관 자원을 발굴 지정하고, 이를 자료집으로 발간하여 후대를 위한 기록 문화 자산으로 제작 (예 : 경관 자원 52선 지정, 대구 12경 선정 등)



어반 갤러리 가이드 맵 발간

- 역사 문화적 가치를 지닌 대상물을 재조명하고 이를 가이드 맵으로 발간하여, 대구의 참 모습을 시민들에게 알림 (예 : 가이드맵 제1호-제9호 제작)

경관 조망점 조성 사업 추진

- 전망이 좋은 곳을 발굴하여 시민들이 도시의 아름다움을 조망할 수 있는 특별한 장소로 개발

현안 사업과 연계하여 경관 명소 조성

- 시정의 현안 사업 추진 시 건축물과 시설물이 자연과 조화된 경관 관리에 만전을 기함
- 4대강 살리기 사업과 연계하여 낙동강 강정고령보가 위치한 곳에 4대강 문화관 '디아크 (The ARC)' 건립 사업 추진
- 2012년 10월에 개관하여 '새로운 강 문화 시대의 랜드마크' 로서 기능

디자인 경영 활동 :
디자인 문화 확산과 저변 확대

디자인 분야의 주민참여 모범사례를 만들어 시민 모두의 참여와 협조를 이끌어 내고 있습니다.

디자인 분야의 주민자치운동 모델 - 담장 허물기 운동과 주민참여 도시학교

- 16년간 '담장 허물기 시민운동'을 추진하여 694개소, 27km의 담장을 허물어 도심의 녹지 공간 확보 (35만㎡) 및 이웃간 소통에도 기여
- 2009년부터 마을 현안을 스스로 찾아 해결 방안을 모색하는 '주민참여 도시학교'를 운영하여 3개의 도심활력증진사업 탄생



디자인 분야의 일자리 창출 사례 - 더 나누기 리사이클링 프로젝트

- 자투리천을 활용한 디자인 제품을 생산하여 사회적 일자리를 창출하고, 제품 판매금액의 일부를 소외 계층에 기부하는 '더 나누기 리사이클링 프로젝트'를 2011년부터 운영
- 발생된 매출은 지금까지 5억원(2만개 판매)이며, 앞으로 20억원 매출 달성 예상
- 110명의 일자리를 창출, 6천만원이 기부되어 교육활동 지원과 생활이 어려운 가정에 겨울용 이불도 지원



디자인 경영 활동 :
디자인 문화 확산과 저변 확대

다양한 디자인 프로그램을 운영하여 시민 모두가 디자인 가치를 공유하는 디자인 도시 대구를 만듭니다.



디자인 대구 아카데미 운영

시가 제시한 디자인 현안에 대해 3개월간 수업하고 연구 결과를 제출받아 우수 작품에 대해 시상과 전시회를 개최하여 디자인의 저변 확대

- 2011년 : 7개 대학 54개 팀
- 2012년 : 9개 대학 72개 팀, 21개 초·중·고등학교 26개 팀

디자인 공모전과 경시대회 개최

공공 시설물에 대한 디자인 아이디어를 수렴하고 디자인에 대한 시민적 관심을 유도하기 위해 매년 공공디자인 공모전 개최

- 2009년 : 공공 시설물(5종) 공모전 - 54점 참여
- 2010년 : 공공 시설물(4종) 공모전 - 71점 참여
- 2011년 : 일반부 공모전 99점, 어린이 경시대회 76점 참여
- 2012년 : 일반부 공모전 61점, 학생부 경시대회 320점 참여



컬러풀 디자인 페스티벌 개최

시민과 학생들이 함께 디자인 자체를 즐기고 체험하는 축제의 장인 디자인 페스티벌을 매년 개최

- 작품전시 : 도시학교, 디자인아카데미, 공모전 우수작품
- 경시대회 : 초중고등학생 디자인 경시대회(전시, 시상)
- 부대행사 : 디자인 대구 포럼, 리사이클 디자인 제품

디자인 경영 활동 :
옛 도심 역사 문화 경관
구축 사업

‘옛 도심 역사 문화 경관 구축 사업’을 통해 대구의 역사와 문화를 부각시키는데 주력하고 있습니다.

‘동성로’를 문화와 활력이 넘치는 거리로 부활

- 동성로는 젊은이들이 가장 많이 찾는 중심 변화가였으나 불법 간판과 노점, 전신주 등으로 난개발의 대명사가 되었던 곳
- 동성로에 디자인과 문화적 요소를 가미하여 걷기 편하고 젊음이 있는 아름다운 거리로 탈바꿈

대한민국의 대표 관광 상품으로 우뚝선 ‘근대골목 투어’

- 대구시, 중구청, 그리고 시민들과 함께 근대 역사 유적을 연결하는 골목 투어를 만들어 연간 3만명이 찾아오는 관광 명소 조성
- ‘골목 투어’는 골목에 흩어져 있던 소중한 대구의 역사·문화 자산이 디자인을 통해 만난 결과라고 지역 언론에서 표현

재미와 옛 역사가 살아있는 ‘역사거리 경관 복원 사업’

- 대구읍성 상징거리 조성
 - 대구읍성 4성로 중 북성로와 서성로의 보행 환경을 개선하여 옛길의 정취와 역사성을 느낄 수 있도록 재현
- 순종 황제 어가길 조성
 - 1909년 전국 순행 당시 대구를 방문했던 순종 황제의 어가길인 대구역에서 달성공원(1,632m)까지의 구간 재현
- 남산 천주교 순례길 조성
 - 100년의 역사를 담고 있는 남산동 수녀원, 가톨릭 신학교 주변의 가톨릭 역사 유적을 활용하여 문화와 신앙의 옛 순례길로 디자인하고 근대 골목과 네트워크화



디자인 경영 활동 :
대구 핵심 경관축 디자인 사업

대구 도심을 남북으로 잇는 중앙대로가 대구의 핵심 경관축으로 제 모습을 갖추어 가고 있습니다.

100년 역사의 중앙로를 대중교통 전용지구로 디자인

- 100년 역사의 중앙로를 대중교통전용지구로 지정(2009. 12월)하는 공공디자인 사업을 추진하여 시내버스 외 일반 차량의 진입을 금지하고 보행 환경을 대폭 개선하여 유동 인구의 확산과 함께 주변 상권도 점차 살아나고 있다는 평가를 받음

• 사업성과

- 버스 이용객 22.9% 증가 (2009년 489만명 → 2010년 601만명)
- 환승율 39.6% 증가 (2009년 134만명 → 2010년 187만명)
- 유동 인구 증가 (평일 17.7%, 휴일 15.2% 증가)



중앙대로 경관축 조성 2차 사업, 문화예술 생각대로(大路) 조성

- 2.28 학생민주화운동 발상지이자 예술학교와 예술학원 밀집지역이라는 특성을 갖고 있는 중앙대로 남쪽 구간 1.3km를 학생과 예술인들의 자발적인 문화 활동 공간으로 조성
- 사업 내용 : 보행 환경 개선, 문화거리 조성, 문화예술 프로그램 운영



디자인 경영 활동 :
지역 주민과 꾸미는
디자인 사업

동네 발전을 위한 주민들의 생각이 사업으로 이어져 새로운 명소를 창출합니다.

주민들의 의지가 모여 만들어 낸 '앞산 둘레길'

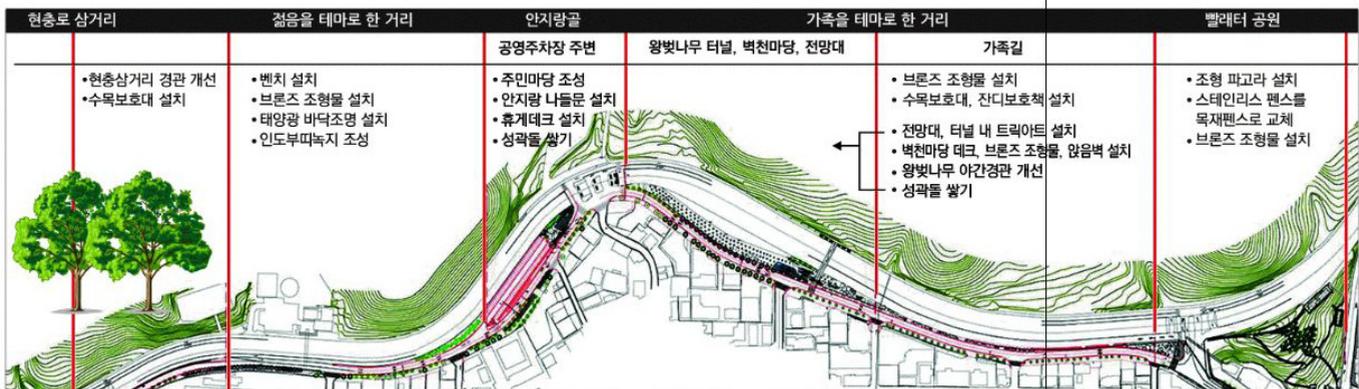
앞산 둘레길과 먹거리 타운이라는 지역적 특성을 배경으로 걷고 싶은 거리 분위기를 창출한 결과, 사람들의 발길이 늘어남으로써 도심활력증진사업의 대표적 모델이 됨

- 사업구간
 - 현충삼거리-빨래터 공원(L=1.5km)
- 사업기간
 - 2010년-2014년(5년)
- 사업내용
 - 보행 환경 개선, 간판 개선, 주민 광장 조성, 앞산 맛 축제 개최 등



東亞日報

2011년 01월 11일 화요일 t16면 지방

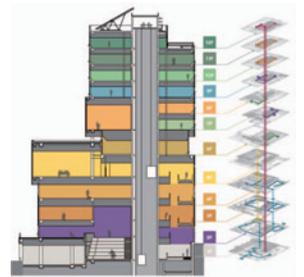


디자인 경영 활동 :
산업디자인 허브기관
'디자인센터'

디자인센터! 지역 기업의 디자인적 가치 혁신을 주도하는 토탈 비즈 케어 센터로 성장하고 있습니다.

TOTAL BIZ CARE 센터 지향

- 센터는 역량 있는 지역 중소기업을 대상으로 상품과 비즈니스 전반에 걸쳐 디자인적 가치 혁신을 축으로 하는 『TOTAL BIZ CARE』 센터 지향
- 최근 디자인의 핵심 요소로 부각되고 있는 CMF(Color, Material, Finishing)와 지역 전략 선도 산업의 국제적 디자인 거점 도시로 도약할 수 있는 기틀 확립
- 2007. 07. (재)대구경북디자인센터 건물 준공
- 2008. 02. 세계적인 디자인 소재 기업 Material Connexion 유치
- 2008. 04. 지역 중소기업 디자인 개발 지원 사업 실시
- 2008. 06. (재)대구경북디자인센터 공식 개원
- 2008. 07. Icograda Design Week Daegu 2008 개최
- 2010. 08. 국가인적자원개발 컨소시엄 운영기관으로 선정
- 2010. 09. '디자인119지원단' 개소식, 성서 지원센터 Open (현 성서, 구미)



비전 및
목표

디자인 혁신형 중소기업 육성 및 창조기업가의 발굴
이를 통한 일자리 기반 확대

Total Biz Care Service

중점 추진
전략

인재발굴 및
전문인력 양성

디자인전문기업
역량강화

연관산업 육성

디자인
기반 강화

연구활동
교육활동

디자인 마인드 제고
눈 높이 확충

지원활동
개발활동

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 활동 :
산업디자인 허브기관
'디자인센터'

디자인센터의 성과는 디자인 전문 기업이 5배 증가한 것으로 대변할 수 있습니다.



지역 디자인 전문기업 5배 증가

- 2008년 6월, 센터 개원 이후 다양한 디자인 관련 지원 사업을 전개한 결과 2007년 44개사에서 2012년 10월 현재 216개사로 5배 정도 증가
- 기업 규모 3인 미만에서 6.4명으로 2배 정도 확대

디자인 개발 지원 사례

- 주서기 / 엔유씨전자
 - 지속적인 제품디자인 개발 지원으로 2011년 Good Design(지경부장관상 등) 수상, 디자인 개발전 대비 사업 매출 50% 신장
- 치과용 무영등 / ㈜덴티스
 - 제품디자인 개발 지원으로 기존 임플란트 사업에서 의료용 LED 사업으로 사업 확대. 일자리 창출 및 매출 증가 (100% 신장)
- 가정용 유피창 청소 로봇 / 일심글로벌
 - 디자인 개발 지원으로 개발한 제품, 미국 CES 2011 참가, 800만 달러(약 89억) 수주 실적 달성
- 스마트 폰용 실리콘케이스 / 폰즈
 - 매출 8천만원의 소규모 기업이 디자인 애로기술 지원으로 단일 제품 10억원 매출 달성



코리아 디자인 멤버십 운영

- 매년 지역의 잠재력 있는 디자인 및 관련 전공 학생들을 선발하여 육성하는 소수 정예 디자인 인력 양성 프로그램인 코리아디자인멤버십(KDM) 운영
- 레드닷, IDEA, iF 등 세계적인 디자인 어워드에서 총 300여 점 수상, 대기업 및 중견 기업에 20여명 취업, 1인 기업 창업 10여 명 등 다양한 성과 도출

디자인 경영 성과 :
성과 및 실적

대구는 '회색 도시'라는 오명을 씻고 '컬러풀 도시'로 새롭게 태어나고 있습니다.

2008

- 시장 직속의 도시디자인총괄본부 신설하여 강력한 추진 시스템 구축.
→ 원칙과 표준을 세워 체계적인 경관 관리 및 현안 사업 디자인 지원
- 대구 동성로 공공디자인 사업으로 젊음의 거리로 탈바꿈 :
2008년 대한민국 공공디자인대상 우수상 수상(주최 : 문화체육관광부)

2009

- 100년 역사 대구 중앙로, 대중교통전용지구로 디자인
→ 2009년 제도개선우수사례경진대회' 국무총리상 수상(주최 : 행정안전부)

2011

- 세계육상선수권대회 대비 경관 취약지 정비로 도시경관개선
→ 세계인에게 깨끗한 도시 이미지 전달, '국제육상도시'로 지정
- 더 나누기 리사이클링 프로젝트 디자인 분야의 일자리 창출 모범 사례 수상
→ 지역 브랜드 일자리사업 경진대회 '지역 맞춤형 일자리 사업 부문'에서 최우수상 수상(주최 : 고용노동부)

2012

- 도시에 흩어져 있는 역사문화 자원이 디자인을 만나 관광명소로 변신
→ '2012 한국관광의 별' 선정(주최 : 대구 근대골목투어, 문화체육관광부 등)
- 동네 발전을 위한 주민들의 생각이 모여 새로운 명소로 만들어낸 앞산 맛 둘레길
→ 2012년 대한민국 도시대상 장관상 수상(주최 : 국토해양부)
- 2012년 대한민국공간문화대상 누리심터상(=장관상) 수상
(주최 : 문화체육관광부)
- 산업디자인 허브기관 '(재)대구경북디자인센터' 설립 :
디자인 기업수 5배 증가(2007년 44개 → 2012년 216개)
- 2012년 대한민국 디자인대상 대통령상 수상(2012. 10. 25)



향후 발전 계획 :
미래 계획

디자인 경영을 지속적으로 강화 매진하여 살고 싶은
대구를 만들어 나가겠습니다.

대구 문화를 디자인하겠습니다.

대구는 중앙로와 동성로 공공디자인사업, 도심 근대골목 투어로 대변되는 일련의 디자인 사업들이
속속 성과를 보여 그동안 저평가 되어 왔던 대구의 역사와 문화가 새롭게 주목받고 있습니다.
계속하여 옛 도심에 산재한 역사적 거리의 주요 경관을 상징적으로 복원하고 여기에 이야기를 입혀
재미를 더하는 문화 디자인 사업에 주력하여 다른 역사 도시와 차별화되는 대구의 오리지널리티를
만들어 가겠습니다.

대구의 표정을 디자인하겠습니다.

대구의 그동안 노력으로 '회색 도시'라는 오명을 씻고 '컬러풀 도시'로 새로 태어나기 위한 초석을 쌓았
지만, 아직도 무덤덤한 도시의 표정과 개성 없는 색깔은 우선적으로 개선해 나가야 할 과제라고 생각
됩니다.
도시의 표정과 색깔을 바꾼다는 것은 장기적 안목을 가지고 점진적으로 추진해야 가능한 일이기 때문에
장기적인 마스터플랜 아래 색깔과 예술적 표정이 살아 있는 '컬러풀 대구'로 변모시켜 나가겠습니다.

공공서비스를 디자인하겠습니다.

앞으로의 대구 도시디자인 정책은 '도시 외관을 아름답게 꾸미는 것'을 넘어 '시민들의 삶을 아름답게
디자인한다'는 관점으로 정책의 무게 중심을 이동해 나갈 필요가 있다고 생각합니다.
이를 위해 최근 새롭게 부상한 '서비스 디자인' 개념을 행정에 도입하기 위한 방안을 연구하여 시범 사업을
발굴 추진하여 성공 사례를 만들어 확산시켜 나가겠습니다.





K O R E A
D E S I G N
A W A R D

2 0 1 2 . 1 4 t h



국무총리표창 : 경상남도 양산시

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인지자체부문 : 최우수상



지자체 소개

지자체장 메시지
디자인 조직 현황 및 계획

디자인 경영 개발

디자인 경영 핵심 아이디어
디자인 경영 개발 전략
디자인 경영 개발 전략 도구
디자인 경영 적용 범위
디자인 경영 중장기 계획

디자인 경영 활동

산업디자인
도시디자인
사회디자인

디자인 경영 성과

기반 구축
수상 내역 및 성과

디자인 비전

향후 발전 방향

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

지자체 소개 : 지자체장 메시지

양산시장 | 나동연

고유한 전통 문화 유산과 수려한 자연 환경을 가진 살기 좋은 도시, 양산!



양산시장 나동연입니다.

영남 알프스의 보석, 양산이 디자인으로 거듭나려 합니다.

양산은 동남권의 거점 도시로서 현대화가 일찍 찾아온 곳입니다. 현대화는 좋은 일이지만 가볍지 않은 후유증도 남겼습니다. 난개발, 물량주의, 회색도시, 경쟁위주 등이 후유증을 치유해서 원래의 상태로 회복시키는 것이 지금 우리 양산의 시대적 과제이며, 이를 위해 우리가 선택한 카드가 바로 디자인입니다.

비록 출발은 늦었지만, 디자인을 최우선에 두고 행정력을 집중하고 있습니다.
머지않아 다시 태어난 양산의 변화를 보실 수 있을 것입니다.

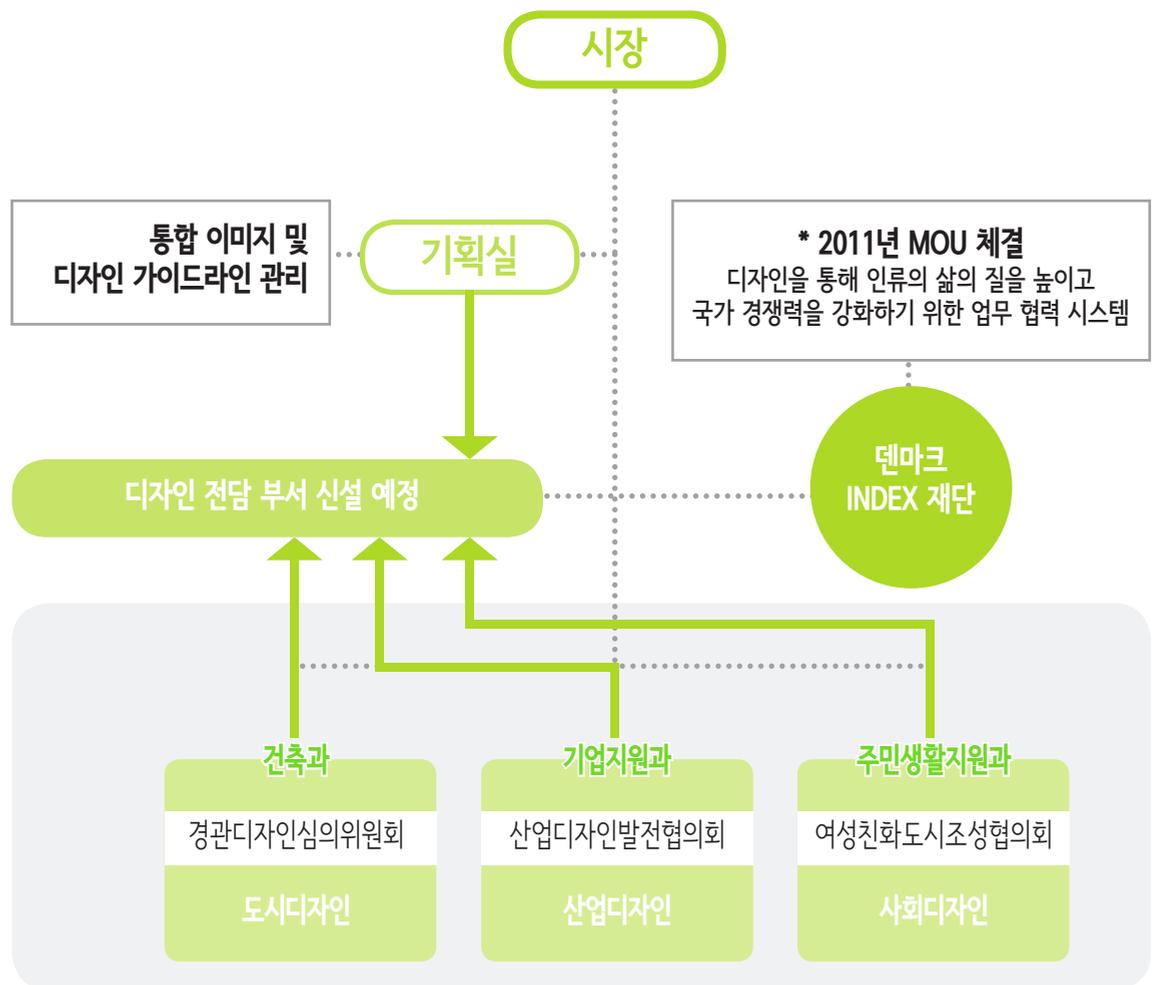
그 작은 노력의 흔적들을 우선 여기에 모았습니다.

물론 우리의 노력은 계속 됩니다.
세계적 '디자인 도시'를 꿈꾸는 양산의 활약을 주목하십시오.

나동연

지자체 소개 :
디자인 조직 현황 및 계획

양산시는 디자인을 통해 시민의 삶을 향상시키고 국가 경쟁력을 강화하기 위해 디자인 전담 부서를 신설할 계획입니다.



디자인 경영 개발 :
디자인 경영 핵심 아이디어

양산의 정체성을 회복하여 시민뿐만 아니라 누구나 함께 공감할 수 있는 도시로 거듭나고자 합니다.



막연하게 보다 나은 도시, 미래지향적인 도시가 아닌 양산시가 가진 전통, 자연, 산업, 생활의 **조화**를 고려해 기존의 잘못된 방식은 과감히 **개선**하고 아직 개발되지 못한 잠재된 다양한 자산을 모두가 **공감**할 수 있는 선에서 **점차적**으로 발전시켜 나감으로써 다른 시와는 차별화된 **개성**있는 도시를 만들어 가고자 합니다.

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 개발 :
디자인 경영 개발 전략

양산의 전통과 문화를 회복하여 和(조화) · 餘(여유)
· 美(아름다움) · 格(격조)의 디자인 도시를 만들어갑니다.



디자인 경영 개발 :
디자인 경영 개발 전략 도구

디자인 전담 부서 신설, 디자인 경영 관련 조례 제정,
디자인 마스터플랜 수립 등을 실시하고자 합니다.



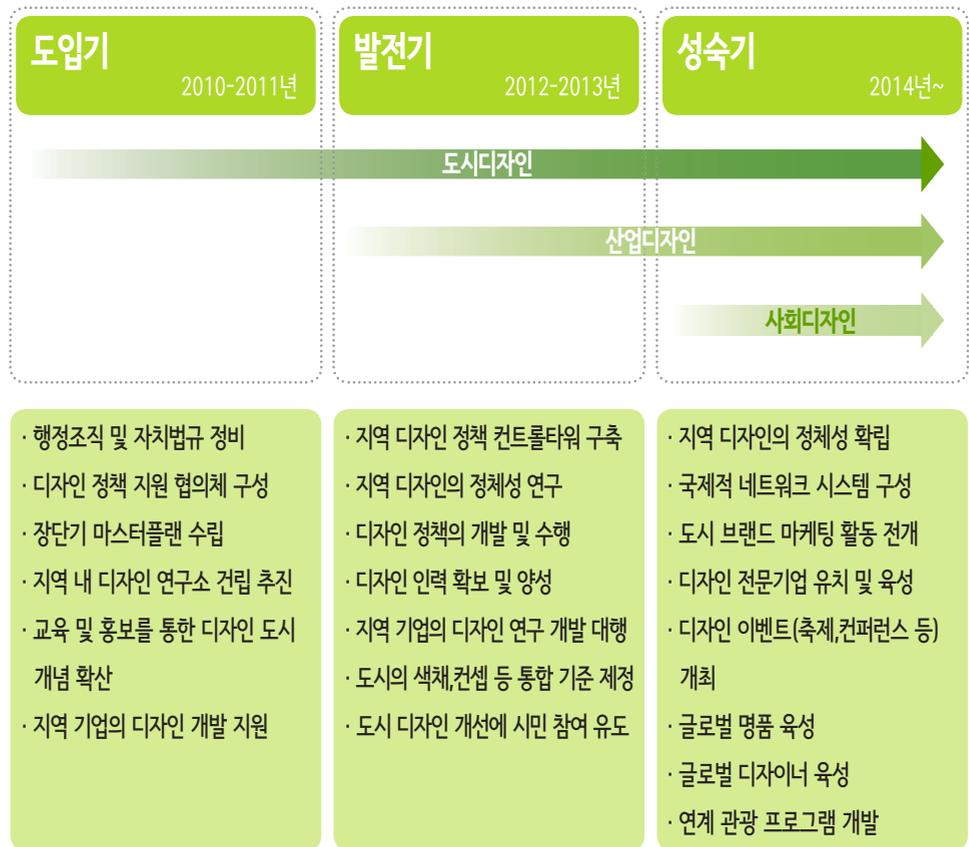
디자인 경영 개발 :
디자인 경영 적용 범위

도시디자인 · 산업디자인 · 사회디자인을 통해
양산시의 성공적인 디자인 경영을 펼쳐가고 있습니다.



디자인 경영 개발 :
디자인 경영 중장기 계획

디자인 경영의 중장기 계획을 통해 효율적인 도시
디자인 · 산업디자인 · 사회디자인을 구현하고자 합니다.



기업디자인 지원센터가 ‘디자인 도시 양산’ 건설의 중심축으로 기능하고자 합니다.

양산시 기업디자인지원센터 설치

- 지역 대학의 디자인 관련학과와 연계하여 부족한 연구 인력의 지원 협조 체제 구축
- 최신 디자인 장비를 구비하여 디자인 개발을 지원할 수 있는 통합 시스템 구축
- 디자인 전문 인력이 상주하는 기업디자인 지원센터를 개소하여 ‘디자인 도시 양산’ 건설의 중심축의 역할 수행
- 기업디자인 지원센터를 통해 기업 지원 사업 및 디자인 시책 개발



기업디자인 지원 사업 수행

- 디자인 개발 지원 사업 : 경상남도 내 지자체 단위 최초 자체 예산 지원
- 기업 이미지 통합(CI) 지원 : 연간 10개 내외 / 50백만 원
- 제품 및 포장디자인 개발 지원 : 연간 11개 업체 / 60백만 원
- 향토 특산품 디자인 개발 지원 : 연간 8개 업체 / 30백만 원
- 카탈로그 제작 지원 : 연간 12개 업체 / 30백만 원
- 동영상 및 홈페이지 제작 지원 : 연간 22개 업체 / 80백만 원



산업디자인 육성 및 지원 조례 제정, 산업디자인발전협의회 구성, 산업디자인 정책 토론을 통해 '디자인 도시 양산'의 밝은 미래를 열어가겠습니다.

양산시 산업디자인 육성 및 지원 조례 제정

- 지원 사업 종류, 시설물 설치, 전문 인력 육성, 협의회 운영 등 산업디자인 정책 전반에 대한 법적 근거 마련
- 기업디자인 개발 지원 사업 관리 규정 제정



양산시 산업디자인발전협의회 구성

- 부산, 경남 지역 대학 교수 등 전문가 중심의 심의 및 자문 기구 (교수 7명, 상공계 3명, 미술계 1명, RDC 1명, 시의원 1명, 공무원 2명)
- 디자인 정책에 대한 자문 및 제안과 함께 각종 지원 사업에 대한 심의, 정보 교류 수행



정책 토론회 개최

- 디자인 산업의 중요성과 발전 방향, 양산의 디자인 중심 도시 가능성 등을 주제로 지식경제부, 디자인 관련 전문가 패널과 700여 명의 시민이 참석한 대토론회 개최
- 디자인이 새로운 성장 동력이며 인간과 환경을 중심으로 한 아시아 디자인 가치가 새롭게 부각됨을 강조
- 아시아디자인연구소 양산 유치 공감대 형성



역사 · 자연 · 음악이 어우러진 휴식 공간을 마련하여 양산 시민과 관광객들에게 사랑받는 명소로 각광받고 있습니다.



황산 배랑길 복원

- 조선시대 부산에서 서울로 가는 대표적인 길 '황산잔도' 복원
- 잔도는 험한 벼랑길이란 뜻. 낙동강의 옛 이름 '황산강'과 벼랑의 방언 '배랑'을 붙여 '황산 배랑길'이라 명명
- 시원한 강바람을 맞으며 달리는 자전거길은 양산시민은 물론 관광객들에게도 각광받는 명소로 자리매김
- 역사와 자연을 잘 조화하여 시민의 좋은 휴식처 마련



양산타워 건립

- 혐오 시설로 알려진 쓰레기 소각시설 굴뚝을 이용하여 전망 타워 건립
- 국내 최초 열분해 용융방식 도입으로 생활 폐기물을 친환경적으로 처리해 내는 첨단 시설 마련. 이로 인해 전국 지자체 벤치마킹 대상으로 부각
- 환경 기초 시설을 테마형, 이벤트형 시설로 설치한 새로운 모델 제시
- 높이 160m의 전망 타워에 북 카페 및 양산시 홍보관을 조성하여 시민이 즐길 수 있는 공간으로 활용



큰 나무와 담쟁이 심기

- 도심 통과 국도(35호, 7호)에 중앙분리대 신설 및 해송 식재
- 시내 주요 간선 도로에 시목(이팝나무)과 메타세콰이어 등 큰나무 집중 식재
- 고속도로 방음벽 등 회색 공간에 담쟁이 대량 식재로 쾌적한 환경 조성



워터파크 조성

- 인공 호수, 분수, 계류, 벽천 등이 음악과 어우러진 휴식 공간을 마련하여 시민들의 사랑받는 장소로 자리매김
- 자연 생태계와 인간이 공존할 수 있는 자연 순환 기능의 생태계(Biotope) 조성
- 노랑꽃창포, 연꽃, 개구리, 민물고동 등 3만여 수생물 서식

양산시의 정체성과 지역성을 도시디자인에 담아 아름다운 도시를 창출해가고 있습니다.



야간경관조명

- 양산시의 정체성과 지역성을 야간의 조명 이미지를 통해 표현함으로써 밤이 아름다운 도시 창출
- 양산 도심의 상징물인 양산타워, 영대교, 구름다리, 양산천 분수대, 워터파크에 야간 경관 조명 시설을 설치해 특별한 날에 환상적 정경 연출



양산천 독길 조성

- 양산천 친환경 종합 개발 계획을 통해 통도사~동면 가산리 26km, 하천 양안 52km를 산책, 조깅, 자전거 타기를 즐길 수 있는 친수 공간으로 조성
- 양산천 전 구간을 자연형 하천으로 복원·정비하고 수생식물 군락지, 징검다리, 쇄다리 등 조성
- 양산타워, 구름다리, 분수대, 워터파크와 연계한 도시 공간형 관광 자원으로 조성



공업지역 자연형 하천 복원

- 양산의 대표적인 공업 지역인 강서동, 삼성동, 상북면, 웅상 주변의 수질이 악화된 하천을 생태 하천으로 복원
- 콘크리트 제방 철거, 산책로 겸 자전거길 조성, 천연 기념물 수달 서식처 조성
- 주민의 친수 공간으로 물고기와 새가 돌아오고 아이들이 뛰어노는 깨끗한 생태 하천 및 친환경 도시로 탈바꿈



아름다운 다리 건설

- 양산의 한자어는 다리를 뜻하는 '梁' 과 뫼 '山'. 따라서 다리는 지역을 상징할 수 있는 소재
- 양산천이 지역의 중앙을 남북으로 관통하며 많은 다리를 가지고 있음에 착안하여 아름다운 다리 건설에 심혈을 기울임
- 보행자 전용 구름다리, 나무다리, 징검다리 등 독특한 형식의 다리를 지속적으로 만들어 감

여성 친화적 도시 환경 조성, 원도심 활성화 추진, 전통 문화 계승을 통한 정체성 확립, 치유와 생명의 땅 조성 등을 통해 적극적인 사회디자인을 실현해 가고 있습니다.



여성 친화적 도시 환경 조성

- 지역 정책과 지역 발전 과정에 남녀가 동등하게 참여
- 도시 환경 전반에 걸쳐 사회적 약자를 우선 배려하여 시민 모두가 행복한 도시 정책 수립
- 공공 건축물, 도로, 축제 행사 등 시 추진 사업에 여성 친화 요소 반영 (현재 40여개 사업 적용)
- 2011.1. 여성 친화 도시 조성 조례 제정. 2011. 6. 13 여성 친화 도시로 선정



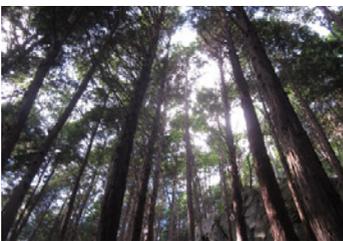
원도심 활성화 추진

- 신시가지 조성 개발에 따른 상권 이동, 공공 기관 이전으로 인한 도시 공동화 현상을 막기 위해 전통 시장 리모델링, 간판정비사업 등 원도심 개발 정책 마련
- 원도심 활성화를 위한 선진지 견학, 주민 설문 조사, 워크샵, 주민 설명회 개최



전통 문화 계승으로 정체성 확립

- 양산시는 경상남도에서 가장 많은 수의 문화재를 보유한 전통문화 고장. 이러한 지역 특성을 디자인 정책에 적극 반영
- 통도사 범종 모양을 본뜬 홍릉폭포 공중 화장실, 통도사 봉발탑을 형상화한 삼량교 난간 등 실제 건축물에 전통 문화를 적용함으로써 지역의 정체성 고취



치유와 생명의 땅 조성

- 양산은 천년고찰 통도사, 우리나라에서 가장 많은 산지 습지, 고속철도 건설 과정에서 부각된 천성산 도롱뇽 등으로 생태 이미지가 강한 지역
- 근대에는 환타지아, 에덴밸리 등 복합 위락 시설과 함께 부산대학교 병원이 건립되어 명실상부한 의료 휴양 도시의 면모를 갖추
- 현재 시에서는 천성산 일원에 대규모 치유 생명 단지를 조성하는 계획을 수립 중

‘디자인을 통한 삶의 질 향상’이라는 모토 하에
양산 시민의 미래 행복을 추구합니다.

덴마크 INDEX 재단과 협력 체제 구축

- 덴마크 INDEX 재단과 디자인 분야 상호 협력 양해 각서 체결을 통한 국제 교류 추진
- 디자인 중요성의 인식 전환을 위한 연구 및 교육 프로그램 마련 추진
- 디자인 관련 인적·물적 자원 교류, 아시아적 디자인 공동 연구 추진
- INDEX 재단의 ‘디자인을 통한 삶의 질 향상’이라는 모토와 기술적 노하우 전수로 양산 시민의 삶의 질 향상에 이바지

전문 인력 보강

- 디자인 전문 인력 1명 채용
- 연세대-INDEX 재단 여름디자인학교(YIDSS)에 디자인 업무 담당 직원 입교
- 기업디자인 업무를 강화하기 위하여 기업지원과 신설

KIDP 부설 디자인 연구소 유치

- 위치 : 양산시 물금읍 범어리
- 규모 : 부지 10,000㎡, 건물 6,600㎡
- 진행 : 2012년 내 착공 목표로 업무 추진 중

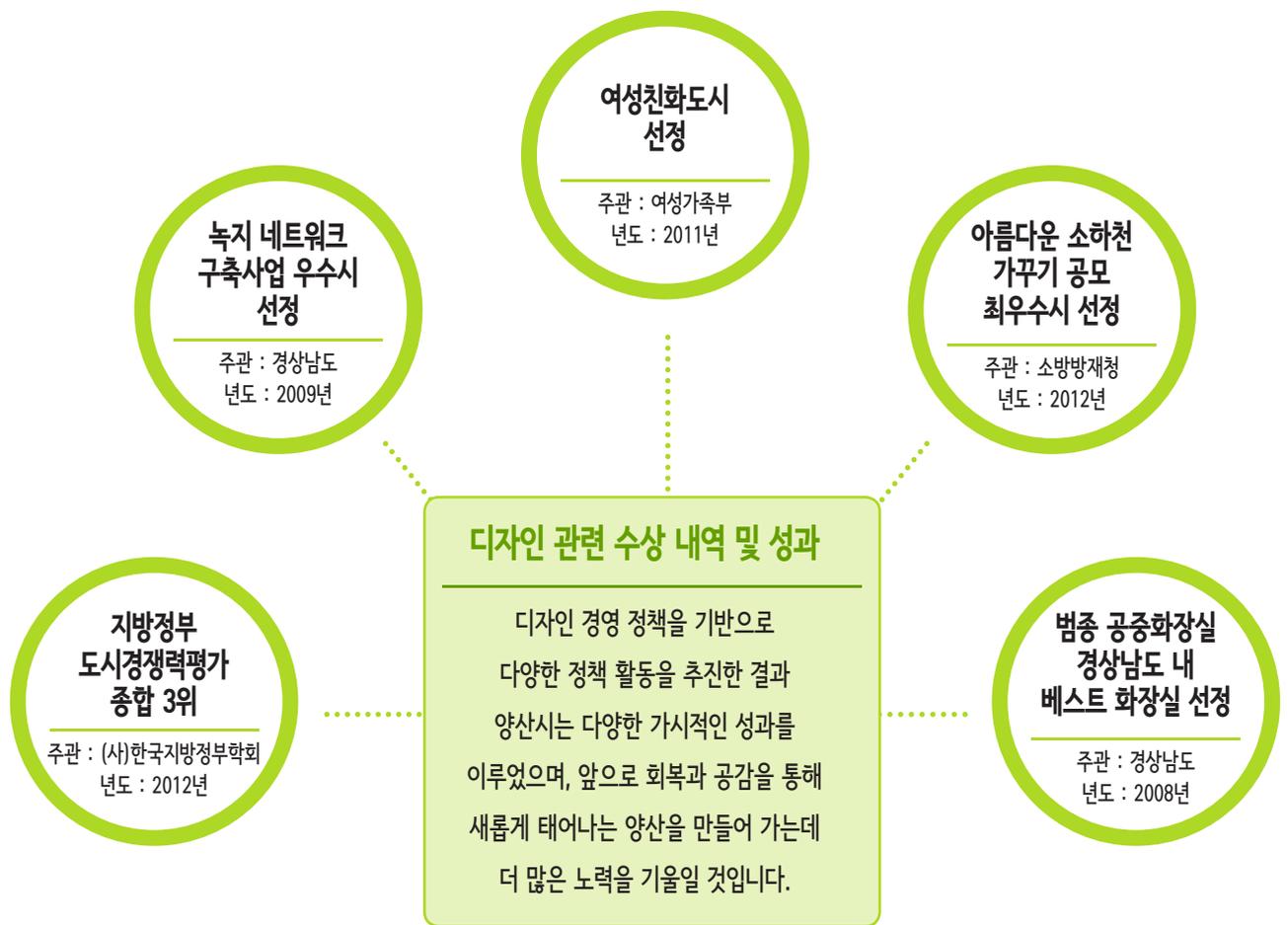


14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 성과 :
수상 내역 및 성과

그간의 디자인 경영 성과를 토대로 향후 회복과 공감을
통해 새롭게 태어나는 양산시를 만들어 가겠습니다.



14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 비전 : 향후 발전 방향

친환경적인 도시로 거듭나며 모두가 공감할 수 있는
세계적인 디자인 도시로의 꿈을 키워갑니다!

산업화가 가져온 부정적 모습을 원상태로 회복시키면서
동시에 기업의 경쟁력을 제고시키는데 디자인 정책의
주안점을 두고 행정력을 집중시키고자 합니다.

아울러 **도시 경관, 산업, 사회 전 분야**에서
골고루 디자인 성과를 올리며
모두가 공감할 수 있는 **세계적인 디자인 도시**로의
꿈을 키워나가겠습니다.





K O R E A
D E S I G N
A W A R D

2 0 1 2 . 1 4 t h





지식경제부장관표창 :
경기도 부천시

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인지자체부문 : 우수상



부산시

지자체 소개

지자체장 메시지
지자체 현황

디자인 경영 비전 및 전략

도시 브랜드 정체성
디자인 기본 개념
디자인 비전과 전략

디자인 성과

디자인 매뉴얼 개발
공공 디자인 2.0
거리 조성 및 디자인 개선 사업

향후 비전

디자인 비전

백만 그루 디자인 도시 부천! 자연을 닮은 디자인을 통해 사람이 도시의 주인공이 되는 도시를 만들어 갑니다.



도시의 품격은 질서 속에 구비된 쾌적함과 깨끗함, 푸른 녹지와 물과의 조화에서 시작된다고 생각합니다. 영국 런던, 프랑스 파리, 스페인 바르셀로나 등은 관광 도시이면서도 높은 품격을 지닌 대표적인 도시들입니다. 그 까닭은 도심 속에서 자연과 인공적인 환경이 잘 조화를 이루고 있기 때문입니다.

예부터 부천은 한자로 부자 부(富)에 내 천(川) 자를 써서 강이 풍부한 곳이라는 의미를 함축하고 있습니다. 그러나 도시 개발 계획에 의해 현재는 '시민의 강'이라는 한국 최초의 중수도 개념을 도입한 인공 하천이 유일하게 남아 있는 곳이기도 합니다. 따라서 부천은 도시를 정비하는 방법으로 하드웨어적인 개선보다는 친환경 요소인 나무·꽃·물·빛을 기본으로 활용한 사람이 도시의 주인공이 되는 도시를 만들고자 합니다. '디자인 도시'란 생활 속의 편리함과 쾌적함의 회복에 궁극적인 목적이 있다고 생각합니다. 즉, 모든 시설물들이 있어야 할 위치에 자리하도록 하는 것이 필요하며, 이를 위한 조직적이고 체계적인 정비를 위해 1. 가로환경, 2. 녹지 건설, 3. 생활환경 4. 디자인 도시 등 4대 중점 과제를 설정하고, 정비의 본격화와 함께 세심한 사후 관리, 지속적인 추진 동력 마련 등 도시 기반의 기준을 정립하고 있습니다.

부천은 1989년 지방 정부 최초로 CIP를 개발하여 일찍부터 도시의 이미지를 디자인 경영을 통해 관리한 바 있는 명성이 자자한 도시이기도 합니다. 이후부터 현재에 이르기까지 만화·영화·음악 등의 분야에 있어 5대 문화 사업을 추진하며 지속 가능한 문화 커뮤니티 도시를 만들어 왔습니다. 2013년이면 우리 부천은 시 승격 40년이 됩니다. 온전한 성년 도시가 되는 것입니다. 막대한 예산이 소요되는 일회성, 전시성 사업이 아닌 지속 가능한 도시 재생 사업으로 때가 끼여 있는 곳을 닦아내고, 오래된 부속품은 교체하고, 도시를 윤이 나게 만들어 40세 성년 도시에 걸맞는 환경·도시·사람이 조화를 이루는 본질적인 디자인 고가치 도시를 만들어갈 것입니다. 감사합니다.

김만수

시민 참여를 통한 소통으로 창조되는 특별한 문화 도시를 지향합니다.

부천의 인문사회 환경

- 면적 : 53,50km² / 인구 : 864,037명 / 행정구역 : 3구(원미, 소사, 오정) 37개동
- 서울과 인천을 연결하는 접경도시로 광역 교통(경인고속도로)의 중심지이며 물류 유통의 허브 도시

부천 5대 문화 사업

- 만화·영화·음악의 5대 문화 사업 도시. 관련 행사 개최로 도시 브랜드 이미지 제고
- 한국만화영상진흥원을 설립, 대한민국 만화 100년 역사의 견인차 역할 담당



비전 부천 2021

- 소통을 통한 시민 참여로 삶의 질을 높이고, 시의 가치를 높이는 각종 사업 창조를 통해 생활 만족도가 높은 문화특별시 부천 조성

비전(VISION) | 소통을 통한 시민참여로 함께 삶의 질을 높이고, 시의 가치를 높이는 각종 사업 창조 붐 조성을 통해 궁극적으로 국내생활만족도 1위인 **문화특별시 부천**을 만들어 가고자 함.



디자인 경영 비전 및 전략 :
도시 브랜드 정체성

만화 · 영화 · 음악의 문화특별시 '부천'!
지속 가능한 도시 발전 키워드 문화에 대한 자긍심을
브랜드에 담았습니다.

CIP (City Identity Program)

- 1989년 지방 정부 최초로 도시 이미지 통합 계획 개발
- 도시 경영에 디자인 마인드 적용
- 부천시의 CIP는 부천의 대표 상징인 복사꽃을 형상화 하였고, 부천의 다섯 개의 산과 다섯 개의 하천을 디자인 요소로 활용



부천시

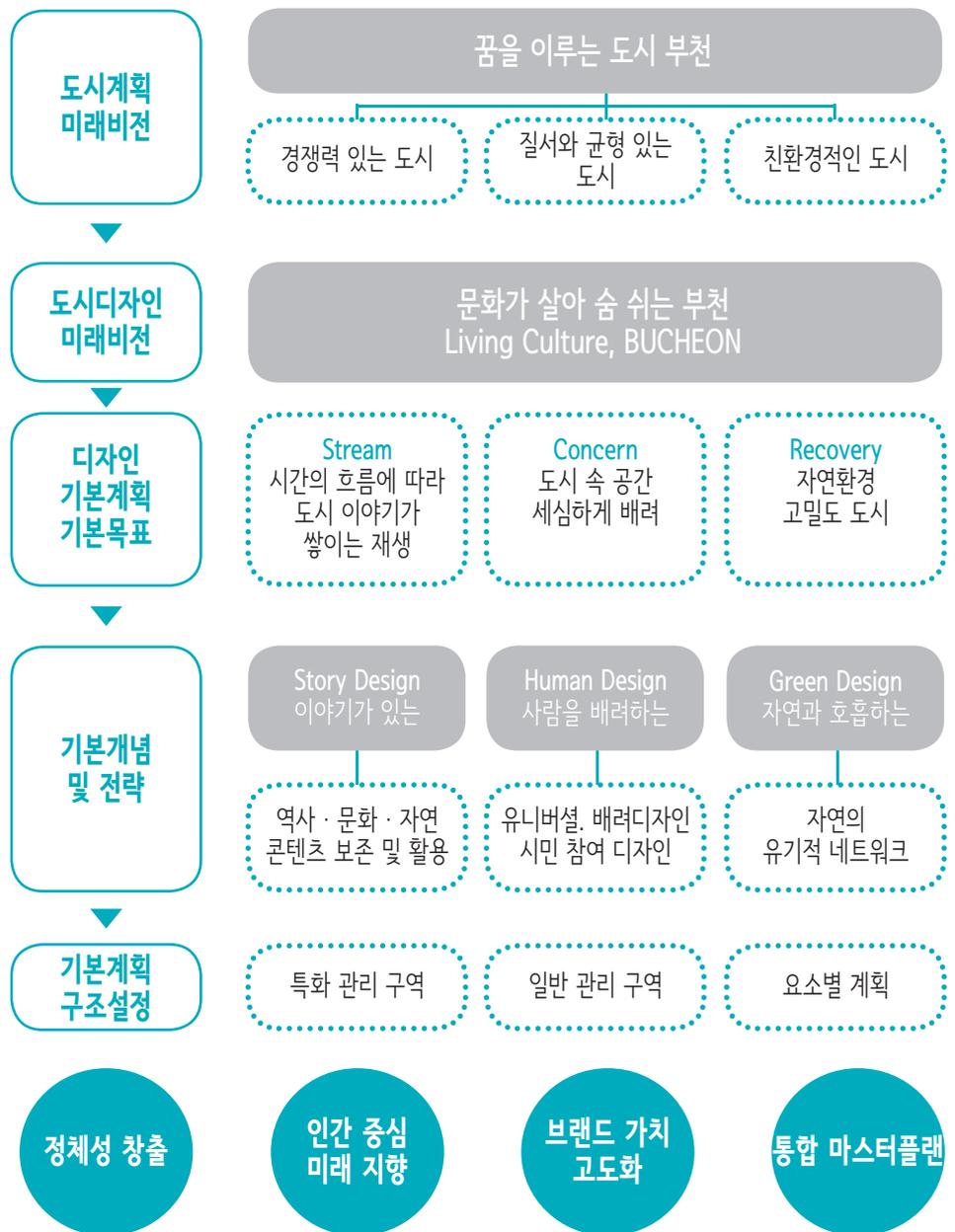
BI (Brand Identity)

- 2008년 지속 가능한 도시 발전 문화 키워드 브랜드 개발
- Fun, Modern, High-tech의 문화 감성 매력 도시 구현
- 다섯 개의 색이 하나로 연결된 유기적인 디자인



문화가 살아 숨쉬며 살고 싶은 디자인 도시! 'I Live Bucheon'

디자인 기본 개념



디자인 경영 비전 및 전략 :
디자인 비전과 전략

관점의 차이를 좁혀 공감하는 디자인 도시를 체계적으로 바꾸어 갑니다.

디자인 비전과 전략



문화가 살아 숨쉬는 디자인 부천
Living Culture Bucheon : I Live Bucheon



도시를 세우고, 문화를 세우고, 사람을 세우는 디자인
Urban Plan, Culture Plan, Human Plan



도시의 기초 환경 개선을 통한 소통의 관계 개선
역사 문화에 대한 공공 이미지(정체성) 경관 조성
디자인 휴머니티를 통한 삶의 질 향상 : 시민 참여 디자인

디자인 컨설팅 체계

- 관점의 차이를 좁혀 공감하는 디자인 도시를 체계적으로 개선
- 경관위원회, 디자인자문위원 선임 사업 추진
- 경관위원의 자문 심의 기능을 강화하고, 분과위원회 성격의 자문위원 36명을 위촉하여 공공 디자인 분야별 실무 전문 지식을 겸비한 분들로 사업별로 위촉하여 사업 추진의 준비, 실행, 준공 단계에서 멘토 활동 현실화 체계 정립



디자인 부문
자문 요청

자문 여부
결정 통지

자문 인원 결정
(부문별)

자문 실행 및
결과 보고

자문 수당 지출

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 성과 :
디자인 매뉴얼 개발

도시의 기본을 지킨 디자인 매뉴얼을 개발하여
단계별로 적용해 나갑니다.

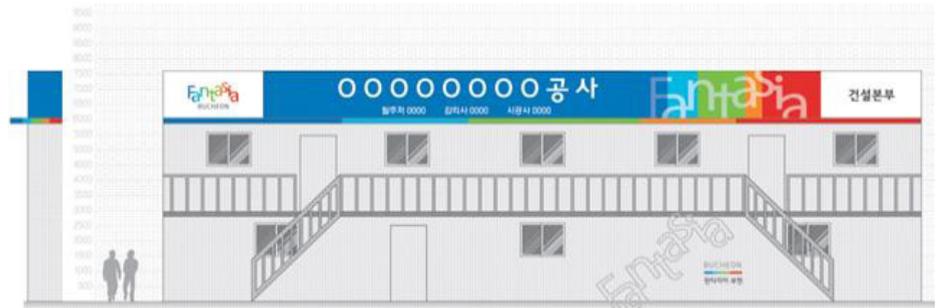
공공 시설물 표준디자인 | 2010 ~ 2011

39품목 96유형 도시 유형별 공공 시설물 표준디자인



공사 환경 시설물 디자인 | 2010

16품목 40유형 CI, BI가 반영된 공사장 환경디자인



환경 위생 차량 디자인 | 2011

8품목 13유형 환경 위생 서비스디자인



소셜 인터렉션! 시민·관공서·전문가가 협업하여 만들어 가는 지속 가능한 커뮤니티 공간을 디자인이 해결합니다.

시민에 의한, 시민을 위한, 시민의 강

- 부천 상동 신도시 아파트를 감싸고 흐르는 5.5km의 인공 하천 '시민의 강'을 중심으로 지역 정주(定住) 의식을 기반으로 하는 시민 참여 기본 계획 수립 사업
- 지속 가능한 공공 디자인에 대한 소셜 인터렉션 디자인



01 Art 조물락조물락 예술캠프

'조물락 조물락 예술제'
부천 영화제 만화축제 시민 공모

02 Health 건강 발전소

'시민의 강 놀이터'
수생식물 분양 관리
도시농부 수변딤밭
복사골 말그미와 연계

03 Comic 물거리 만화방

'만화 별별마당' BICOF와 부천시연계
만화로부터 소외된 이웃에게 기부.

04 Edu. 수변문화디자인학교

'수변교육마당' 시민의강 바로알기

05 Culture 도시문화점령단

'도시문화점령단'
원천공원 주변학교 주말 동아리 공연



디자인 성과 :
거리 조성 및 디자인 개선 사업

젊은의 거리 '상상거리'를 사람 중심의 보행 공간으로 조성하고, 중심 시가지의 푸른 숲길 조성을 통해 고즈넉한 도심 환경을 만들어갑니다.

'상상거리' 만화특화거리 조성 사업

- 부천역에서 부천대학을 연결하는 370m의 거리를 문화로 특별한 부천의 젊은 거리로 조성하기 위해 픽토그램 등을 활용한 간판 개선 사업 실시
- 찾기 쉬운 간판 개선 사업과 함께 사람 중심의 보행 공간 조성
- 만화 작가들의 벽화 작업을 통해 노후된 건축의 외관 개선



개선 전 ●

● 개선 후



길주로 푸른 숲길, 디자인 벤치 조성 사업

- 중심 시가지에 푸른 숲길을 조성하여 고즈넉한 도심 환경 마련
- 작가 재능 참여, 기업 재정 참여를 통한 거리 공간 조성과 함께 디자인 벤치 조성 사업 실시
- 부천의 중심 도로를 하드웨어적인 일회성 사업이 아닌 지속 가능한 숲길로 조성하여 쾌적한 사람 중심의 공간으로 창출
- 나무 그늘 밑에 쉬어갈 수 있는 특색 있는 디자인 벤치 조성



디자인 성과 :
거리 조성 및 디자인 개선 사업

화이트 채널, 큐브, 폴 등의 모던한 디자인을 통해 도시의 첫 여운으로 남깁니다.

시 주요 진입 관문 경관 개선 사업

- 도시의 물리적 경계를 화이트 색상을 통해 공간의 연속성과 개방감을 확보함으로써 도시의 복잡한 첫 인상을 재창조



개선 전 ●

● 개선 후



너른공원구지

- 아홉 개의 식물 길과 조우하는 곳. 커뮤니티 공간으로서의 포켓파크
- 공간의 물리적·심리적 경계를 넘는 사회적, 생태적, 문화적인 '너른 디자인 공원' 조성

너른바깥체험 디자인

너른생태 디자인

너른문화 디자인

너른생태 디자인

너른문화 디자인

디자인 성과 :
거리 조성 및 디자인 개선 사업

원 도심 역광장을 문화 공연이 이루어지는 복합 공간으로 재창출하고, 복층 버스 진입 광장 조성을 통해 도심의 복합 공간으로서의 모델을 제시합니다.

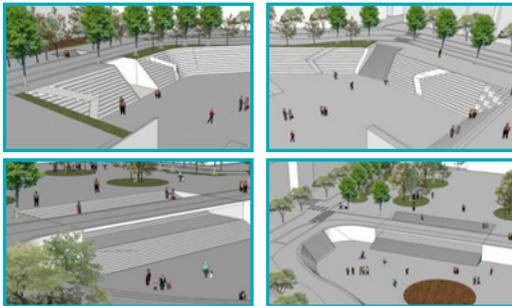


부천역 북부광장을 문화커뮤니티광장으로 조성

- 원 도심 역 광장을 문화 공연이 이루어지는 복합 공간으로 재창출
- 도시 활력 증진지역 개발사업의 국비 지원을 통해 원 도심을 커뮤니티 문화 광장으로 활성화

송내역 복합환승센터 조성

- 복층 버스 진입 광장 조성을 통해 원 도심의 복합적 공간으로서의 모델 제시
- 교통 회차 중심의 단순 공간을 편리한 환승센터 기능과 더불어 공연 문화가 상시 선보이는 광장으로 조성함으로써 시민을 위한 공간으로 역 광장의 기능 확대



공구상가 셔터 디자인

- 한국만화영상진흥원은 만화 100년을 기념하는 부천의 저력을 보여줌
- 다양한 만화 콘텐츠를 십분 활용한 경인로 공구상가 셔터 디자인은 자칫 낡게 느껴지는 공간에 활력을 불어 넣어 불이 꺼지고 셔터가 내려진 도시에 어둠을 밝히는 디자인으로 기능



14th

KOREA . DESIGN . AWARD

향후 비전 : 디자인 비전

도시의 기본을 지키며, 시민이 공감하는 자연을 담은 도시를 만들어 갈 것입니다.

막대한 예산이 소요되는 일회성, 전시성 사업이 아닌
지속 가능한 도시 재생 사업으로
때가 끼여 있는 곳을 닦아내고, 오래된 부속품은 교체하고,
도시를 윤이 나게 하는 일.

그러나 그곳에 빠질 수 없는 도시

디자인의 수혜자인 시민이 공감하는 사업.

도시를 세우고, 문화를 세우고, 사람을 세우는 디자인 도시!

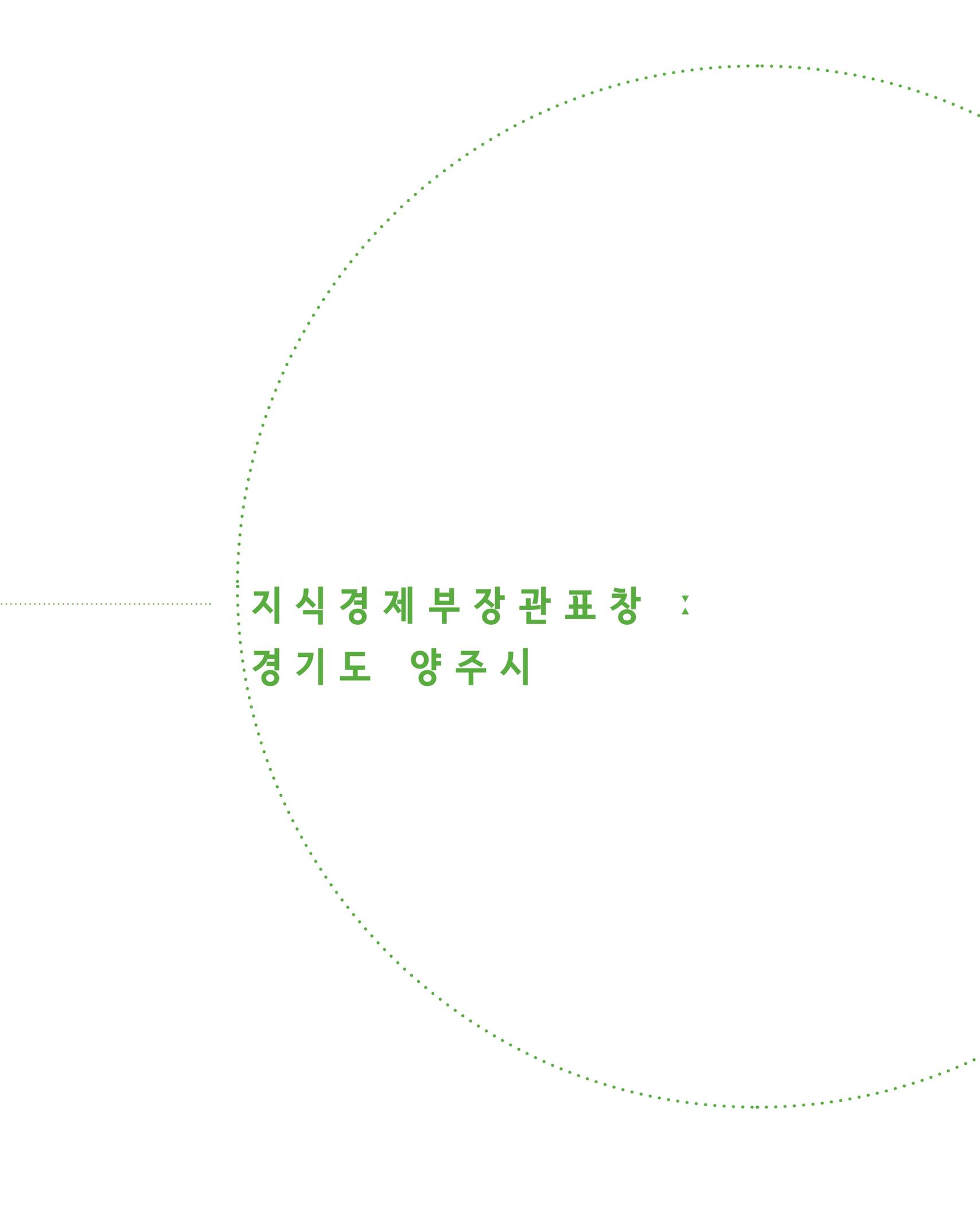
40년 성년 도시에 걸 맞는 자연을 담은 도시를 경기도 '부천시'는
만들어 갈 것입니다.





K O R E A
D E S I G N
A W A R D

2 0 1 2 . 1 4 t h



지식경제부장관표창 :
경기도 양주시

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인지자체부문 : 우수상



지자체 소개

지자체장 메시지
지자체 현황과 시정 지표
도시디자인 행정 조직

디자인 경영 활동

도시디자인 추진
가이드라인 수립
경관 개선 사업
디자인 지원 사업 · 공모전 · 교육
평가 및 포상 · 블로그 운영 · 스토리맵 개발 · 대표색 활성화 전략

디자인 경영 성과

외부 수상 및 언론 매체 보도

지자체 비전

도시디자인 중장기 계획

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

지자체 소개 : 지자체장 메시지

양주시장 | 현삼식

**디자인을 바꾸기 위한 인식 변화가 아닌
인식 변화를 통한 디자인으로 아름다운 양주시를
만들어 갑니다.**



안녕하십니까?

양주시장 현삼식입니다. 우리 양주시는 600여 년의 역사와 전통을 간직한 유서깊은 고장이자 풍부한 유·무형문화재를 보유하고 있는 경기 북부의 중심 도시로서 북한산 국립공원, 불곡산, 천보산, 감악산 등 수려한 자연경관과 함께 맑은 물, 맑은 공기가 있어 수도권 주민들이 휴식 공간으로 많이 찾는 1일 관광 명소이기도 합니다.

이처럼 양주시는 무한한 개발 잠재력을 가지고 있는 희망의 도시임에도 불구하고 현재 양주시의 대외적 인지도는 타 지자체에 비해 높지 않은 편입니다.

양주시는 변화가 필요하며 이런 양주시의 아름다운 변화를 위해서는 시민과 공무원의 수평적 관계를 통한 디자인에 대한 인식 변화가 먼저 이루어져야 됩니다.

우리 양주시는 시민들의 소중한 의견을 담아 그린 디자인을 실천하여 도시가 아름다운 양주, 시민과 함께 하는 아름다운 양주를 만들기 위해 노력하겠습니다.

현삼식

지자체 소개 :
지자체 현황과 시정 지표

시민들의 소중한 의견을 담아 시민과 함께 하는 그린 디자인을 실천합니다.

개요 및 연혁

- 면적 : 310.34km² (경기도 면적의 3.05%)
- 인구 : 200,282명 (77,494세대. 2012년 5월 기준)
- 행정구역 : 1읍 4면 6동 (211통 · 리 1,649반)
- 1980년 : 구리읍, 미금읍 등이 남양주군으로 신설 - 분군
- 2000년 9월 : 군 청사를 의정부에서 양주읍으로 이전
- 2003년 10월 19일 : 양주시로 승격

지역 특성 및 주요 시설

- 많은 역사 문화 자원과 수려한 자연 경관 보유, 문화 관광 도시로서의 발전 가능성 높음
- 군사 및 안보 차원, 수도권 성장을 제한, 자연 환경 보호 등으로 개발이 제한된 지역.
따라서 주거환경 개선과 산업 발전이 타 지자체에 비해 느린 편
- 1997년 이후 도시 지역 내 각종 개발 사업으로 인해 2000년 8.0%, 2001년 15.3%의 급격한 인구 증가율 보임

시정지표

- 시정비전 : 매력적인 자족도시
- 전략목표 : 교육도시, 기업도시, 문화복지도시
- 시정방침 : 공무원의 생각이 바뀌어야 양주시가 변한다.



지자체 소개 :
도시디자인 행정 조직

행정 조직에 도시디자인팀을 구성하여
적극적인 디자인 행정을 펼쳐가고 있습니다.



2008. 05. 07 : 부시장실 내 공공디자인팀으로 양주시 최초 디자인 전담 부서 신설

2008. 07. 28 : 기획감사담당관실 내 도시디자인팀으로 조직 개편

2010. 08. 02 : 도시교통건설국 도시과 도시경관팀으로 조직 개편

2011. 05. 01 : 도시교통국 도시정비과 도시디자인팀으로 조직 개편

디자인 경영 활동 :
도시디자인 추진

디자인 정책으로 도시 정체성을 정립하고 양주시의 미래 비전을 제시합니다.

양주시 도시 정체성 정립 연구 : 2008. 12-2009. 3

- 2008년 7월 공공디자인팀에서 도시디자인팀으로 개편하여 디자인의 개념을 공공시설물에서 도시를 디자인하는 개념으로 확장
- ‘양주시 정체성 수립’ 용역 시행하여 양주시의 과거와 현재에 대한 도시 정체성(Urban Identity) 정립
- 디자인 정책으로 양주시의 미래 비전 제시

국도 3호선(평화로)의 상징 가로 연출 방안 : 2009. 3-2009. 10

- 산업기술평가원에서 주관하는 2009년 공공디자인 개선 사업에 선정
- 해당 결과물 활용하여 양주 역사 개선 사업의 기초 자료로 활용

양주시 도시 브랜드 기본 계획 : 2009. 3-2010. 2

- 양주시의 내외적 영향 요인 분석하여 양주시의 정체성 고취(2009.3-2010.2)
- ‘아름다운 변화 양주’라는 차별화된 도시 브랜드를 개발하여 양주의 이미지 개선에 큰 역할



디자인 경영 활동 :
도시디자인 추진

도시디자인을 통해 양주만의 고유한 도시상을 구축하고
시민과 함께 만들어가는 행복 도시를 구현합니다.

양주시 도시브랜드
디자인 등록

2011. 8-2011. 11

- 2011년 8월 - 11월 특허청에 양주시 도시브랜드 디자인 등록

양주시 도시브랜드
적용 상세 계획

2010. 3-2010. 12

- 도시디자인 대상 사업 부서에 맞춤형 상세 디자인 가이드라인 지침서 제공
- 도시디자인 개발의 응용 원칙과 규정에 의한 행정 및 사업 기간 단축과 중복 비용 절감
- 브랜드 이미지와 인지도의 질적 향상 및 마케팅 효과 도출

양주시 도시디자인
방향성 및 기본 계획
수립

2009. 9-2010. 8

- 도시디자인 기본 계획을 통해 혁신적인 신도시, 전통을 보전하는 구도시, 아름다운 자연 경관을 지닌 조화로운 도시 지향
- 양주만의 고유한 도시상을 구축하고 양주시의 비전 제시
- 시민과 더불어 만들어 가는 행복 도시 구현을 위해 도시기본계획과 도시관리계획을 조화롭게 수행할 수 있는 정량적, 정성적인 도시디자인 체계 수립
- 양주시 도시디자인 기본 계획은 경관법에 근거한 기본경관계획보다 진일보한 도시디자인 개념을 적극 반영한 디자인 계획

디자인 경영 활동 :
가이드라인 수립

양주시의 공공 시설물 가이드라인은 타 지자체에서 벤치마킹하는 좋은 사례로 평가받고 있습니다.



양주시 공공 시설물 가이드라인 : 2011. 1-2011. 6

- 각종 디자인 협의 및 택지개발지구 사업 시 시공 업체와 담당 부서에서 사용할 수 있는 기초 자료로 활용
- 디자인 검토 없이 임의로 설치되는 사례 및 중복, 난립 설치 사례 감소
- 저예산으로 제작된 공공 시설물 가이드라인은 타 지자체에서 벤치마킹하는 좋은 사례로 평가

양주시 건축물 가이드라인 : 2011. 10-2012. 2

- 공공 건축물 및 적용 대상 민간 건축물 허가 요청 시 건축물 디자인 협의로 인한 처리기간이 늘어나지 않도록 인허가 담당 부서에서 실제 적용
- 검토에 필요한 최소한의 서류만 제출하도록 하여 운영함으로써 양주시가 지향하는 도시경관 형성

양주시 색채 가이드라인 : 2012. 3-2012. 12

- 색채 조성 방안 작성
- 양주 대표색 선정 및 색채 가이드라인 도출
- 색채 계획의 구체적 실행 계획 작성
- 색채 시뮬레이션

	양주별산대놀이 양주별산대놀이의 대표탈 '노장' 노장탈의 인상을 결정하는 색	1		2	
	외암사지 외암사지 공간을 이루고 있는 대표적인 색	3		4	
	양주양교 양주양교의 이미지를 결정하는 색	5		6	
	맹골마을 양주 맹골마을의 상징요소인 매화꽃의 이미지를 결정하는 색	7		8	
	송암스페이스센터 송암스페이스센터 특징적 장소의 외부 색	9		10	
	볼곡산 막걸리 지역특산물 브랜드이미지를 결정하는 색	11		12	
	양주 참새벽달기 양주 참새벽달기만이 띄는 고유의 색	13			

디자인 경영 활동 :
경관 개선 사업

다양한 경관 개선 사업을 통해 양주시의 대외 인지도를 향상시키고, 관광 자원으로 활용하여 지역 경제 활성화에 기여합니다.

쌘지공원 및 학교 가는 길 조성 : 2011. 1-2011. 7

- 장흥, 양주2동, 회천1동 등 3개소에서 실시
- 회천1동의 사업 결과물 '대한민국 국토 도시디자인 대전' (파이낸셜 뉴스 / 대한국토도시계획학회 주관) 특별 부문(학교 가는 길)에서 최우수상 수상
- 마을단위 경관개선사업의 노력 및 결과에 대한 성과로 양주시의 대외 인지도 향상

군 담장 벽화 조성 및 커뮤니티 공간 조성 : 2011. 1-2011. 6

- 민, 관, 군을 포함하는 협의체 구성하여 벽화에 대한 고정 관념을 깬 새로운 시도 실현
- 저예산으로 해당 지역의 명소를 만들어 타 벽화 사업과 차별화
- 지역 언론 매체에 소개되는 등 지역 주민에게 좋은 반응 얻고 있음

장흥숲길 조성 사업 : 2011. 10-2012. 6(1구간 완료)

- 장흥관광지 및 돌고개 유원지 주변의 숲을 탐방하면서 숲 체험과 삼림욕을 즐길 수 있는 '장흥숲길' 조성
- 둘레길 조성하여 관광객들에게 좋은 평가 받음
- 장흥관광지를 자연친화적 관광 자원으로 활용하여 지역 경제 활성화에 부응



디자인 경영 활동 :
디자인 지원 사업 · 공모전 · 교육

디자인 지원 사업으로 지속 가능한 매력적인 도시 경관을 창출합니다.



디자인 지원 사업 : 2012. 6-지속 사업

- 관내 업체의 공공 시설물 디자인 및 건축물에 대한 컨설팅
- 지속적으로 증가하고 있는 민간 건축 및 토목공사, 각종 사회단체 사업에 대하여 내부 디자이너를 활용하여 기획 단계부터 디자인 컨설팅 무료 지원
- 관내 기업은 경쟁력 향상 및 매출 증대 효과를, 재정 여건이 취약한 양주시는 내부 디자이너의 재능 기부를 통해 지속 가능한 매력적인 도시 경관 창출
- 민·관의 상생 계기 마련



시경계 상징물 디자인 공모전

- 사업대상 : 양주시 국도변 시경계점(4개소), 양주시 지방도로 및 시도변 시경계점
- 심사 결과를 통해 우수 1점 장려 2점 선발

건축물 · 공공 시설물 가이드라인 자체 교육

- 이미 제작된 공공 시설물 및 건축물 가이드라인을 기준으로 담당 공무원 및 민간 업체 (약 120명)와 공공 디자인의 필요성 및 우수 사례에 대해 토론 방식의 회의 진행
- 디자인에 대한 관심과 이해 유도



디자인 경영 활동 :
평가 및 포상 · 블로그 운영 ·
스토리맵 개발 · 대표색 활성화
전략

디자인 우수 부서 및 공무원을 발굴 표창하여 사기를
진작하고 공공디자인 정책의 활성화를 도모합니다.

디자인 우수 부서 내부 평가 및 포상 2011. 1-2011. 12

- 포상에 대한 기대심리 효과로 공무원의 디자인에 대한 관심 증가
- 디자인 부서 의견의 반영률 증가



양주 블로그 운영

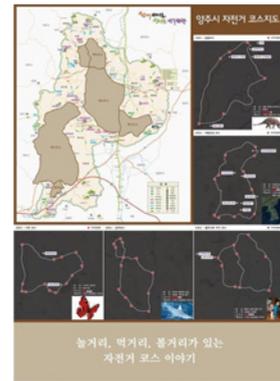
- 시민들이 양주시와 변화하는 양주의
문화에 대해 관심을 가질 수 있도록
양주 블로그 운영



양주시 스토리 맵(Story Map) 개발

2013-2015년

- 개발 가능성이 있는 도시 구성 요소
(문화, 먹거리, 장소, 랜드마크 등)를
찾아 테마별 스토리 맵 제작
- 도시 인지도 향상에 기여



양주시 대표색 활성화 전략

2013-2015년

- 대표색 마케팅을 통해 양주 도시의 미관
개선
- 도시 정체성 확보



14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 성과 :
외부 수상 및 언론 매체 보도

다양한 수상 실적과 언론 매체 보도가
양주시의 디자인 경영 성과를 말해줍니다.

외부 수상

2009년

- 활력도시 도시대상 수상(주관 : 국토해양부)
- 대한민국 지방자치경영대전 공공 시설물 분야 최우수수상(주최 : 행정안전부)

2010년

- '국가브랜드대상' 대상 수상

2011년

- 국토도시디자인대전 최우수 수상(주최 : 파이낸셜 뉴스)

언론 매체 보도

- 건축물 · 공공 시설물 가이드 라인 교육(동아일보 2012년 5월 22일자)
- 마을단위 경관개선사업 : 남면벽화사업(우리일보 2012년 7월 25일자)
- 함께 그린 도시디자인 지원 사업(경기도민일보 2012년 7월 4일자. 경인일보 7월 5일자)



지자체 비전 :
도시디자인 중장기 계획

양주시의 도시디자인 비전은 ‘전통과 현대가 조화된 매력적이고 아름다운 변화의 도시 양주’입니다.

양주시 2020년 도시디자인 중장기 계획

도시디자인 비전

- 전통과 현대가 조화된 매력적이고 아름다운 변화의 도시 양주

전략 목표

- 도시, 건축, 경관을 아우르는 통합 체계 구축으로 매력적인 도시 구현
- 도시 전체에 대한 일관된 디자인 추진으로 시민의 삶의 질 향상
- 도시 브랜드 가치 상승을 통한 대내외 양주 인지도 향상

추진 전략

- 경관 요소별 디자인 가이드라인 수립 및 운영
- 경관 개선 사업(공공디자인 개선) 추진
- 도시디자인에 대한 인식 개선
- 스토리텔링을 통한 이야기가 있는 도시 형성





K O R E A
D E S I G N
A W A R D

2 0 1 2 . 1 4 t h



지식경제부장관표창 ∴
전라남도 영광군

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 지자체 부문 : 우수상



지자체 소개

지자체장 메시지
지자체 현황

디자인 경영 비전 및 전략

디자인 정책 이념

디자인 경영 정책

도시디자인 목표

디자인 경영 활동

디자인 체계 구축
도시 녹색디자인
공공디자인

디자인 경영 성과

백수해안도로 경관 사업
생태공원 조성
간판 문화 개선
행복마을 조성
공공디자인 개발
걷고 싶은 거리 조성
사업 성과 및 수상 내역

지자체 디자인 비전

향후 발전 계획

영광군이 살기 좋은 친환경 명품 도시로 진화합니다.

Glory 영광, 대한민국의 1등 군(郡) 영광을 만들기 위해 힘차게 도약하는 영광군은 한반도의 서남해안에 위치하고 있으며 광활한 평야와 황금어장이 있어 자원이 풍부하고 살기 좋은 아름다운 고장입니다.



또한 아름답고 머물고 싶은 명품 도시를 건설하기 위해 투자 유치 총력 추진, 관광객 천만 시대 기반 구축, 대폭적인 지역 교육환경 개선, 인구 10만 자립 도시 기반 구축, 사회간접자본 확충 등 역점 시책을 내실있게 추진함으로써 영광군은 살고 싶고 찾고 싶은 기업하기 좋은 친환경 미래 도시로 탈바꿈해 가고 있습니다.

자연의 위대함은 신이 창조하지만 도시의 아름다움은 사람이 소중하게 가꾸어야 한다는 공감 속에 시작한 공공디자인 사업이 ‘영광군’을 크게 변화시키고 있습니다. 이전에는 도로 건설, 상하수도, 생활쓰레기 처리시설 등 기초 시설 투자에 집중하였다면 이제는 사람 중심의 문화와 체육, 소통하는 도시디자인 등 정주환경 여건 개선에 중점을 두고 주민의 삶의 질 향상을 위하여 군민과 함께 하는 행정을 구현하고 있습니다. 이를 기반으로 국토해양부에서 주최한 2012년 도시 대상에서 선도 사례 부문 전국 1위 국무총리상을 수상하는 영예를 안기도 하였습니다.

또한 영광실내수영장 완공, 군민생활체육공원 조성, 문화예술회관과 청소년문화센터 건립, 우산근린공원 및 성산근린공원 조성, 공영주차장 신설과 도심지 주요 간선도로 개설과 이러한 시설물을 이용하는 많은 주민들의 즐거워하는 모습 속에서 행정의 역할이 무엇인지를 알려주고 있는 것 같습니다.

디자인을 위한 디자인에서 벗어나 지역 특성을 살린 자연 경관과 주민 참여를 함께 고려한 디자인 정책을 추진하여 소규모 군에서도 창조적인 디자인 구축이 가능하다는 시사점을 남겼습니다.

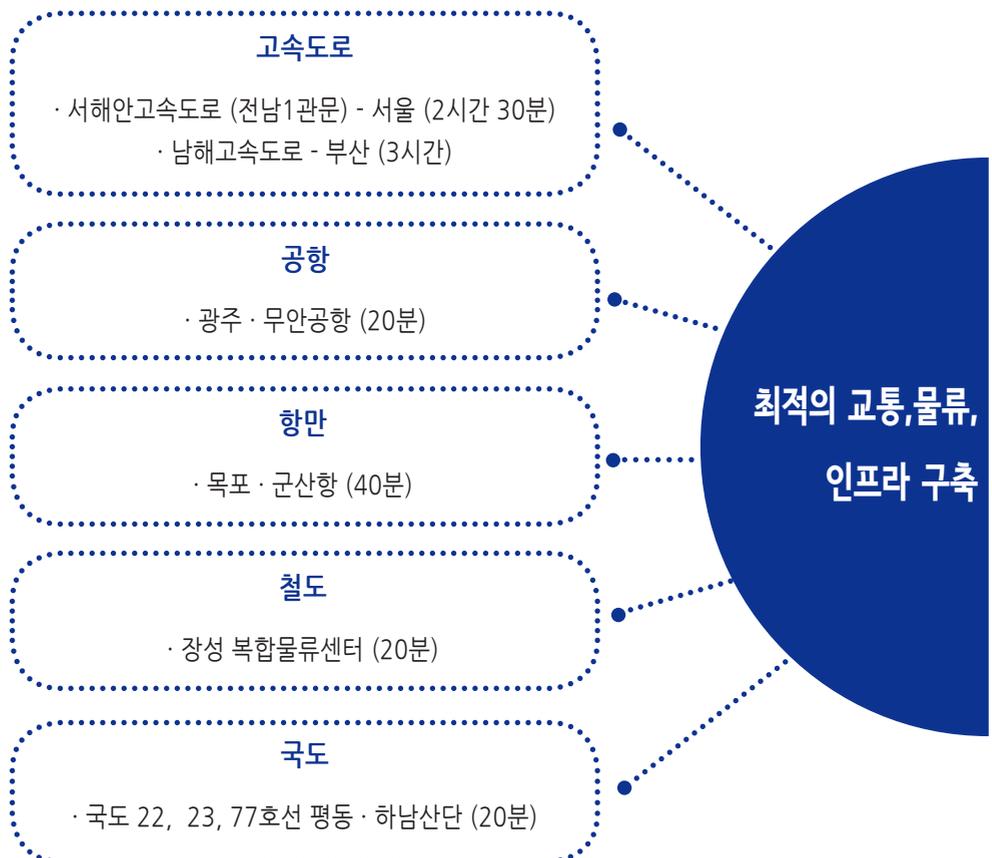
앞으로도 지속적이고 전략적인 디자인 사업을 통해 자연 친화적이고 지역 특색을 살린 친환경 명품 도시를 창조해 나가겠습니다.

정기호

천혜의 자연 경관을 간직한 아름답고 살기 좋은 '천년의 빛 영광'입니다.

자연 환경

- 면 적 : 473.7km² (전남의 3.9%)
- 인 구 : 57,006명 (2010년 대비 499명 증가)
- 재 정 : 3,139억원 (재정자립도 11.3%)
- 해안선 : 199.2km (리아스식 해안)
- 도 서 : 62개 (유인도 11, 무인도 51)
 - 광활한 세계 5대 청정갯벌, 수려한 자연경관, 낭만적인 노을감상 등
- 특산품 : 영광굴비, 천일염, 태양초 고추, 모시잎송편, 장어, 친환경쌀, 찰보리쌀 등



14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 비전 및 전략 :
디자인 정책 이념

아름다운 자연과 역사 문화 경관이 조화되는
누구나 머물고 싶은 도시 경관 창출을 실현합니다.

영광군 도시디자인 비전

도시디자인 비전

천년의 빛 영광!

품격 있는 디자인 명품도시 창조



도시디자인 목표

아름다운 자연과 품격 있는 역사문화 경관이 조화되는

머물고 싶은 도시경관 창출

디자인 경영 정책 :
도시디자인 목표

친환경 녹색 경관으로 차별화된 디자인 명품 영광을
창조합니다.

도시디자인 목표



자연과 하나되는 친환경 경관

- 불갑저수지 및 백수해안의 수변 경관 관리 및 창출을 통한 관광 활성화
- 내륙 녹지와 해안 녹지의 경관적 특성 차별화

품격 있는 역사 문화 경관

- 역사·문화·자원의 관광 상품화를 위한 경관 가치 강화
- 주변 환경과의 경관 조화 및 정체성 향상 방안 마련

쾌적한 시가지 경관

- 영광읍을 중심으로 시가지의 상업지구 특화
- 원자력발전소 및 산업단지 경관 개선

특색 있는 농어촌 경관

- 농촌과 어촌 경관 보존 및 관리 방안
- 농어촌 자연 경관과 취락지가 조화되도록 생활 경관 개선

디자인 경영 활동 :
디자인 체계 구축

주민 중심의 특성화된 조직 운영으로 선진 디자인 행정을 만들어 갑니다.

디자인 추진 시스템 역량 강화

- 영광군 도시디자인과 신설(2011. 01. 01)
 - 전담 부서 설치 : 1과 4담당 18명
- 도시디자인위원회 세부 운영 지침 제정(2011. 04. 15)
- 도시디자인위원회 구성 : 전문가(교수 등) - 위원회 16명, 분과위원 20명

디자인 조례 제정 등 제도정비

- 영광군 경관 조례 제정(2007. 11. 28)
- 영광군 공공디자인 조례 제정(2010. 10. 19)
- 영광군 개발행위허가 운영 지침 제정(2012. 05. 10)
- 영광군 공공디자인 표준 가이드라인 개발(2009. 12. 30)
 - 공공시설물, 가로시설물, 사인물 등 4개 시설 18종 54타입

디자인 위원회 구성 및 운영

- 영광군 디자인위원회 구성(전문가 16명) : 2011. 04. 15
 - 운영 실적 : 20회 64건 심의(자문). 설계 반영 후 준공 허가
 - 자문 범위 : 건축, 공원, 조경, 조명, 토목, 교량, 광고물 등

군민이 참여하는 디자인 함양 교육

- 디자인 마인드 향상 교육 : 5회(연 2회 - 상하반기)
 - 공직자, 주민, 기관 사회단체, 건축 및 광고물 업체 대상



디자인 경영 활동 :
도시 녹색디자인

자연과 도시가 조화를 이루는
품격 높은 녹색 경관 도시를 디자인합니다.

장기 5개년 계획 수립 시행

- 자연 자원을 활용한 특색 있는 도시 녹색디자인
- 아름답고 머물고 싶은 도시 경관 디자인으로 삶의 질 향상
- 자연과 조화로운 도시 녹화 실현 및 자연과 빛을 통한 도시 디자인
- 도시와 인간이 하나가 되는 생활 환경 개선으로 품격 있는 녹색디자인 구현
- 지역 경쟁력 강화를 통한 디자인 마인드 확립 및 맞춤형 공원 리모델링

영광군
도시 녹색디자인
5개년 계획

5대 추진 방향
10대 과제
5개 세부 사업
2015년까지 219억원 투자

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 활동 :
공공디자인

체계적인 경관 계획 수립 및 경관 개선을 통해 도시디자인 로드맵을 제시하고 주민들의 삶의 질을 향상시킵니다.

영광군 기본 경관 계획 수립

- 군 전 지역 554.58km²를 대상으로 경관 유형 분석, 권역별 경관 관리 지침 제시
- 영광군의 기초 조사 및 경관 현황을 분석 중에 있으며 이를 도시디자인 로드맵으로 활용



디자인 경영 성과 :
백수해안도로 경관 사업
생태공원 조성

자유롭게 소통하고 편안하게 쉴 수 있는
자연친화적인 휴식 공간으로 조성합니다.



..... 영광 백수해안도로 노을전시관, 노을길, 노을공원 조성 사업

· 지리적 특성을 최대한 살린 자연 경관과 휴양 공간 형성



..... 불갑관광지구 농촌테마공원 조성

· 수변 산책로, 연꽃수생단지, 교류체험센터, 체험관 등 조성



..... 군민과 함께 하는 사계절 꽃피는 생태공원 조성

· 우산근린공원 내 주민과 함께 하는 사랑의 기념식수운동 전개
· 녹차 자생지, 녹차 체험장을 조성하는 성산근린공원 개발



..... 영광 만남의 광장 고품격 도시디자인

· 구 실내체육관 부지 활용 : 군민, 관광객 만남의 장소로 조성
· 자연과 사람이 늘 함께 소통하는 휴식 문화 공간

14th

KOREA . DESIGN . AWARD

디자인 경영 성과 :
간판 문화 개선
행복마을 조성
공공디자인 개발
걷고 싶은 거리 조성

자연 경관이 아름다운 마을 조성을 통해
농어촌의 밝은 내일을 꿈꿉니다.

간판 문화 개선

- 간판 시범거리 조성(2012년 지식경제부 선정)과 백수해안도로 지주 간판 교체 사업 11개소 완료

행복마을 조성

- 법성면 진내리 등 5개 마을에 한옥 67동 조성
- 낙후되어 있는 농어촌 마을을 살고 싶은 지역으로 만들어 주민들과 후손들이 정착하고 도시민들이 돌아오는 마을로 조성

공공디자인 개발

- 글로리 영광타워 랜드 마크 조형물 : 천년의 빛을 담은 기(器) 상징. 군민의 안녕과 번영 기원
- 글로리 영광굴비 타워 : 법성포 회전 교차로에 영광굴비를 형상화하는 조형물 조성

걷고 싶은 거리 조성

- 군민과 함께 한 특색 있는 소나무 가로수길 조성
- 영광생활체육공원 장미공원 및 사계절 꽃피는 거리 조성



디자인 경영 성과 :
사업 성과 및 수상 내역

사업 성과와 수상 내역을 통해 영광군의 디자인 경영 성과를 한눈에 볼 수 있습니다.

● 도시디자인 정책 추진 성과

- 도시디자인위원회 구성 운영 : 20회 64건 심의 자문
- 공공디자인 표준 가이드라인 개발 시행(2009년)
- 개발행위허가 운영 지침 제정 : 조망권 건축높이 제한 등
- 옥외 광고물 특정 구역 지정 : 백수해안도로 등 4개소
- 현수막 디자인 가이드라인 개발(2011년)
- 행복한 건강도시 건설을 위한 4無 운동 전개
 - 불법 광고물, 불법 주정차, 불법 쓰레기, 불법 노점상 등

공모전 수상 내역

- 2011년 국제공공디자인 공모대상 수상
 - 대상(그랑프리) : 문화예술회관
 - 우수상(best of the best) : 향화도 바다매체타워
- 2011년 경관 행정 시군 종합 평가 최우수상
- 2011년 제1회 대한민국 경관대상 자연경관 전국1위 최우수상 수상
- 2012년 IPD(국제외교공공디자인) 어워드 공모 수상
 - 의장상 : 백수해안도로 노을전시관 및 노을길
 - 입상 : 영광굴비타워
- 2012년 도시 대상 선도 사례 부문 국무총리상 수상



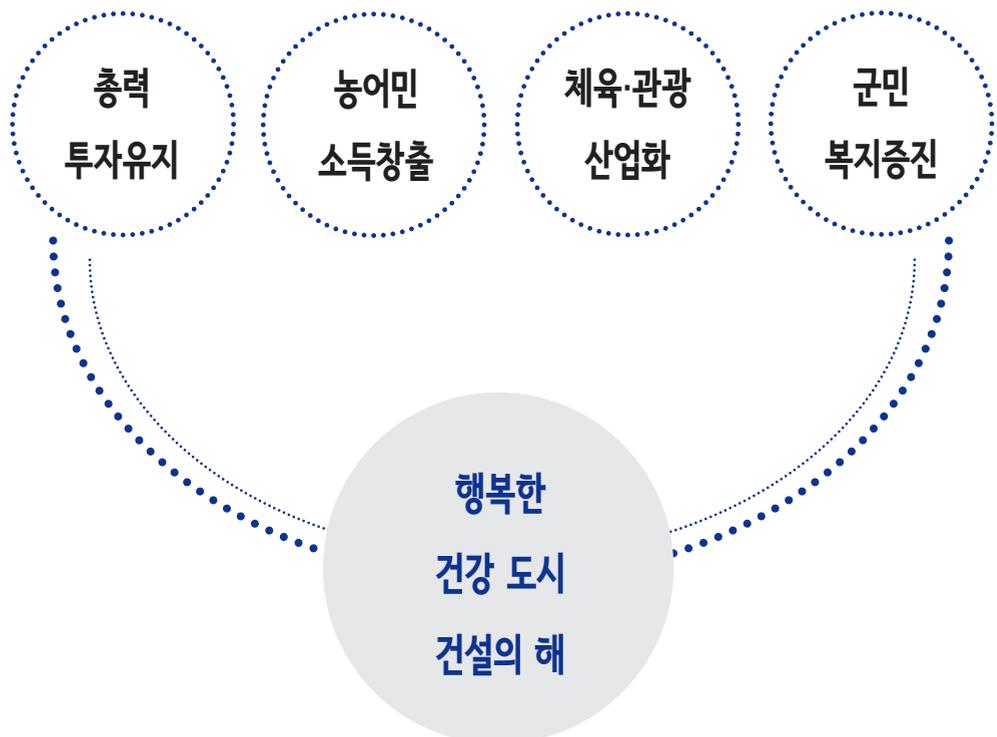
지자체 디자인 비전 :
향후 발전 계획

Glory 영광, 대한민국 1등 군(郡) 영광으로의 도약을
실천하며 행복하고 건강한 도시 건설을 지향합니다.

Glory 영광, 대한민국 1등 군 영광으로 도약

- 총력 투자 유치를 통해 친환경 미래 산업의 중심 도시로 발전
- 농어업 경쟁력 강화로 농어민의 소득 창출
- 관광·체육 산업화로 지역 경제 활성화
- 사회간접자본시설(SOC) 지속적으로 확충
- 녹색 생활을 실천하여 건강 도시로 육성
- 현장 중심의 복지 행정으로 서민 생활 안정 및 군민 삶의 질 향상

Glory 영광, 대한민국 1등 군 영광





K O R E A
D E S I G N
A W A R D

2 0 1 2 . 1 4 t h

I 2012년 제14회 대한민국디자인대상

발행일 2012년 12월
발행인 이태용
발행처 한국디자인진흥원
경기도 성남시 분당구 양현로 322 코리아디자인센터
t. +82 (0)31 780 2165 f. +82 (0)31 780 2165
e. desgin_management@kidp.or.kr
www.kidp.or.kr
디자인 (주)이앤아이월드

* 이 책의 저작권은 한국디자인진흥원이 소유하고 있습니다.

* 이 책에 실린 내용은 한국디자인진흥원의 동의없이 무단으로 사용 및 전재할 수 없습니다.

Date of Publication December 2012
Publisher LEE TAE YONG
Publishing Office Korea institute of Design Promotion
Korea Design Center, 322Yanghyunro, Bundang-gu
Seongnam-si, Gyeonggi-do
t. +82 (0)31 780 2165 f. +82 (0)31 780 2165
e. desgin_management@kidp.or.kr
www.kidp.or.kr
Design E & I World Co., Ltd.

* The copyright of this book belongs to Korea institute of Design Promotion

* The contents of this book cannot be used in any form or by any means, graphic, electronic or medical, including photocopying and recording by an information storage and retrieval system, without permission in writing form of Korea institute of Design Promotion