



# 15<sup>TH</sup>

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

2013 대한민국디자인대상



산업통상자원부  
MINISTRY OF TRADE, INDUSTRY & ENERGY  
MOTIE



한국디자인진흥원  
KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION

# Contents

## 도입부

003	인사말
005	개요
007	수상내역

## 디자인경영 부문

011	LG하우시스 (대상   대통령 표창)
027	KORAIL (대상   대통령표창)
055	삼광글라스 (최우수상   국무총리표창)
081	이노그라텍 (최우수상   국무총리표창)
101	이브자리 (최우수상   국무총리표창)
119	세비앙 (우수상   산업통산자원부장관표창)
135	삼성SNS (우수상   산업통산자원부장관표창)
153	하나은행 (우수상   산업통산자원부장관표창)
173	샘표 (우수상   산업통산자원부장관표창)
195	디자인그룹 희오 (우수상   산업통산자원부장관표창)

목 차

## Contents

지방자치단체  
부문

211	용인시 (대상   대통령 표창)
237	광주광역시 (최우수상   국무총리표창)
263	서울시 성북구 (우수상   산업통산자원부장관표창)

인사말

# 제15회 대한민국디자인대상



상상력, 아이디어, 창의력을 바탕으로 하는 디자인은 새로운 미래를 여는 창조경제 실현의 핵심 수단입니다.

디자인은 단순히 심미적인 측면뿐만 아니라, 산업간 융합의 매개체로서 사용자 중심의 관점을 통해 제품·서비스의 활용성을 획기적으로 제고하는 등 그 기능과 역할이 진화되고 있습니다.

각 국가들은 디자인을 자국의 기업과 국가의 지속적인 성장을 가능케 하는 전략적 수단으로 인식하고 디자인산업을 육성하기 위해 다각적으로 노력하고 있습니다.

이에 우리 정부도 이처럼 갈수록 중요해지는 디자인의 역할을 조명하고 기업의 디자인 경영 마인드를 고취시키고자 1999년부터 '대한민국디자인대상'을 개최하여 왔습니다.

또한, 디자인업계의 제언과 의견을 적극적으로 수렴하여, 디자인이 주도하는 산업융합을 통해 의료, 서비스, 그린 등 새로운 분야의 디자인비즈니스 시장을 육성하고 성장 잠재력을 키워나가는 노력을 지속해 나가겠습니다.

동시에 창의적 역량을 지닌 국내 우수한 기업과 디자이너들이 세계무대에서도 왕성히 활동할 수 있도록 다양한 기회를 제공하고, 탄탄한 기반을 마련하기 위한 지원도 아끼지 않겠습니다.

'제15회 대한민국디자인대상'에서 수상하신 분들께 진심으로 축하의 말씀을 드리며, 여러분이 우리 디자인계를 이끌어 나가는 주역임을 잊지 마시고 앞으로도 한국 디자인 발전을 위해 힘써 주시기 바랍니다.

감사합니다.

산업통상자원부장관 **윤 상 직**

인사말

제15회  
대한민국디자인대상

"거의 모든 사람들이 같은 기술에 접근할 수 있는 지금, 당신의 회사를 두드러지게 할 수 있는 것은 무엇인가?"에 대한 질문에 미래학자 존 나이스빗은 "기술의 참신성이 사라지고 나면, 제품은 하이터치, 즉 인간적인 감성가치를 통해 차별화된다."고 답한 바 있습니다.

실제로 영국디자인카운슬러의 조사에 따르면 디자인을 기업 경영 프로세스에서 핵심적인 부분으로 간주하는 기업의 경우 그렇지 않은 기업들에 비해 매출액이 약 4배 정도 빠르게 증가한다고 발표하기도 했습니다. 오늘날 디자인경쟁력은 곧 기업의 경쟁력이라고 할 수 있을 만큼, 창의성과 기술력이 집결된 디자인은 오늘날 기업들의 혁신 수단으로서의 기능을 하고 있습니다. 기업들은 디자인경영을 통해 다양한 분야와 융합하며 새로운 패러다임을 제시하고 있으며, 지방자치단체 및 공공기관 또한 디자인을 매개로 사회문제를 해결하고 국민의 삶의 질을 높이는데 앞장서고 있습니다.

금년 제15회 대한민국디자인대상에서는 금융, 운송, 소재, 보안 등 그 어느 때보다도 다양한 산업군의 참가가 두드러지며 디자인이 비단 제품의 스타일링 뿐 아니라 기업의 중요 전략 수단으로 자리 잡았음을 확인하는 계기가 되었습니다.

창조와 융합의 21세기를 맞이하여 디자인은 창조경제 견인의 중심에 서 있습니다. 이러한 시대적 흐름에 발맞추어 한국디자인진흥원은 디자인의 가치와 디자인 문화의 저변확산과 더불어 디자인이 주도하는 산업 융합, 더 나아가 K-DESIGN의 창조적 가치를 세계무대에서 구현할 수 있는 환경 조성을 위해 최선의 노력을 다할 것입니다.

수상하신 기업과 지방자치단체, 그리고 디자이너 여러분!  
여러분들의 K-DESIGN에 대한 열정과 관심은 한국디자인이 도약하는데 큰 힘이 되었습니다. 수상을 진심으로 축하드리며 더불어 앞으로도 왕성한 활동으로 한국디자인의 더 높은 비상을 위해 힘써 주시기 바랍니다. 감사합니다.

한국디자인진흥원장 이 태 용

사업개요

# 제15회 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

주 최 산업통상자원부

주 관 한국디자인진흥원

사업개요

제15회  
대한민국디자인대상 개요

## 포상 종류

## 디자인경영 부문

대상 대통령표창 | 2개사

최우수상 국무총리표창 | 3개사

우수상 지식경제부장관표창 | 5개사

## 지방자치단체 부문

대상 대통령표창 | 1개기관

최우수상 국무총리표창 | 1개기관

우수상 지식경제부장관표창 | 1개기관

## 디자인공로 부문

훈장, 포장, 대통령표창, 국무총리표창, 산업통상자원부표창 | 16명

수상내역

# 제15회 대한민국디자인대상 수상내역

## 디자인경영 부문

대상	대통령표창	LG하우시스
		KORAIL
		삼광글라스
최우수상	국무총리표창	이노그라텍
		이브자리
		세비앙
우수상	산업통상자원부장표창	삼성SNS
		샘표
		하나은행
		디자인그룹 희오

## 지방자치단체 부문

대상	대통령표창	용인시
최우수상	국무총리표창	광주광역시
우수상	산업통상자원부장표창	서울시 성북구

수상내역

# 제15회 대한민국디자인대상 수상내역

## 디자인공로 부문

훈장(황조근정)	임 헌 혁	경희대학교 교수
훈장(동탑산업)	박 태 열	한국디자인진흥원 前진흥본부장
포장(산업)	문 준 기	엠아이디자인 대표
포장(산업)	이 건 만	이건만에이앤에프 대표
포장(근정)	김 개 천	국민대학교 교수
대통령 표창	이 재 호	월곡주얼리산업진흥재단 이사장
대통령 표창	이 창 수	리드디자인 대표
국무총리 표창	구 영 호	한국도로공사 차장
국무총리 표창	류 철 호	건양대학교 교수
산업통상자원부장관 표창	김 대 운	한국디자인진흥원 기획예산팀장
산업통상자원부장관 표창	박 순 석	아이디에그룹 대표
산업통상자원부장관 표창	서 교 준	케이준 대표
산업통상자원부장관 표창	오 승 희	한국디자인진흥원 고객만족사회공헌 PM
산업통상자원부장관 표창	오 효 근	금부치아 대표
산업통상자원부장관 표창	이 영 용	씨엠씨 대표
산업통상자원부장관 표창	추 예 인	아트앤디자인인터내셔널 대표

**15<sup>TH</sup>** | **K O R E A**  
**D E S I G N**  
**A W A R D**

디 자 인 경 영 부 문

15<sup>TH</sup> | K O R E A  
D E S I G N  
A W A R D

디 자 인 경 영 부 문

대상  
대통령표창

L G 하 우 시 스

대한민국  
디자인 대상 :  
수상작

## 디자인 경영부문 : 대상



### 기업소개

- | CEO 메시지
- | 기업 개요 및 연혁
- | 기업의 가치

### 디자인 경영 비전 및 전략

- | 디자인 경영비전
- | 디자인 전략
- | 경영성과

### 디자인 경영 성과

- | 사회 공헌 실적
- | 수상실적

기업소개 :  
CEO 메시지

## 자연을 담은, 사람을 담은 행복한 생활공간을 만듭니다



LG하우시스는 '자연을 담은, 사람을 담은 행복한 생활공간을 만듭니다' 라는 비전 아래, 친환경 제품과 소재를 공급하고, 에너지 효율을 극대화하는 시스템과 솔루션을 제공하여, 고객에게 신뢰와 감동을 주는 인간 친화적인 기업으로 자리매김하고 있습니다.

친환경 소재 개발 및 감성적인 디자인 발굴에 집중해 고객들의 행복한 생활공간을 창조해 나가고 있으며, IT·가전 등의 신소재 개발과 기능 향상에 집중해 차별화된 경쟁력을 키워가고 있습니다. 특히, 고단열 창호, 코팅유리, 점접착필름, 건축용 단열재, 자동차 경량화 소재 등의 미래성장 동력 사업을 지속적으로 육성해 가고 있습니다. 또한, 중국, 미국 등 해외 전략시장에서의 사업경쟁력 확보를 위해 글로벌 마케팅과 디자인 역량을 강화해 가고 있으며, 러시아, 인도 등 신흥시장에서도 적극적인 현지화 전략을 펼치며 글로벌 전자재 시장을 선도하는 기업으로서의 기반을 만들어 가고 있습니다.

LG하우시스는 인류의 지속 가능한 미래를 위해 환경을 보호하고, 지역사회와 함께하며 조화로운 경제 발전을 추구하는 지속가능경영을 실천하고 있습니다. 국내 최초로 해외 자발적 탄소인증기준(VCS, Voluntary Carbon Standard)을 통과하는 등 기후 변화에 적극적으로 대응하고 있으며, 독도 천연보호구역 지킴이 활동과 행복한 공간 만들기 사업을 통해 사회공헌 활동에 앞장서고, 협력 회사와 함께 성장하는 상생 경영을 펼쳐가고 있습니다.

LG하우시스는 앞으로도 '고객가치 창조'를 경영의 최우선 목표로 삼아 끊임없는 도전과 혁신을 통해 자연과 어울리고 사람과 교감하는 행복한 생활공간을 창조하는 기업으로 거듭나겠습니다.

(주) LG하우시스 대표이사 오 장 수

기업소개:  
기업개요 및  
연혁

# LG하우시스는 "자연을 닮은, 사람을 담은 행복한 공간을 만듭니다"

## 개요

기업명	LG 하우스
대표이사	오장수
설립일	2009. 4. 1
주요사업	제조, 건설, 도소매, 부동산, 서비스
납입자본금	7580억원
소재지	영등포구 국제금융로 10 (여의도동 23번지) ONE IFC 15-19F, 150-876
Homepage	<a href="http://www.lghausys.co.kr/">http://www.lghausys.co.kr/</a>

## 연혁

	기업분할(LG화학, LG하우시스)
	LG하우시스 출범
2009	(주)LG토스텝비엠 J/S설립 (주)하우시스이엔지 자회사 설립 건축자재업계 최초 탄소성적표지인증 취득 국내 최초 진공단열재(V-Panel) 국산화 국내 최초 해외 자발적 탄소인증(VCS) 획득
2010	2010 세계 최초 창호일체형 자동환기창 출시 국내 최초 진공유리 출시 세계 최초 Polylactic Acid(PLA)의 천연소재마루 출시 (ZEA마루) (주)하우시스인터페인 JV설립
2011	2011 미국엔지니어드스톤(비아테라) 공장 완공 오창 알루미늄창호 공장 완공 매장형창호전문점 'Z:IN 윈도우플러스' 사업 시작 PSAA(OCA필름) 생산
2012	2012 로이유리 생산
2013	2013 난연 단열재 생산 국내 최초 6.0mm 바닥재 지아 소리잠 생산

기업소개:  
기업 개요 및  
연혁

# 우리나라 최대 규모의 건축장식자재 기업이자 고기능소재 · 부품 기업

LG하우시스는 1958년 비닐장판 생산을 시작으로 우리나라 최초의 플라스틱 창호인 '하이샤시', 세계시장점유율 1위의 고광택시트, 인테리어 대리석 '하이막스', 지아마루 · 벽지 등 차별화된 제품과 서비스를 제공함으로써 지난 50여년 동안 우리의 생활공간을 행복하고 윤택하게 만드는 데 기여하고있다. 시장을 선도하는 1등 제품과 진보된 기술력을 바탕으로 아름답고 쾌적한 공간을 설계하고, 다양한 친환경 소재와 고감성 제품들을 제공하고 있으며 적극적인 현지화 전략을 펼쳐 미국, 중국, 러시아 등 세계 곳곳에서 탁월한 성과를 창출하는 글로벌 기업으로 성장하고 있다.



## 자연을 닮은

친환경 소재 공급, 에너지 성능 향상 등 자연과 어울리는 공간을 지향하여 고객의 건강하고 풍요로운 삶을 위하여겠습니다.

### Eco-Friendly

소재 다각화를 통한 친환경 소재로 전환 (친환경 제품/소재 확대)

### Energy Saving

에너지 효율을 극대화하는 System & Solution(고품질창/Green Car소재)

## 사람을 담은

아름다운, 감성적인, 인간 친화적인 디자인을 통해 생활의 가치를 높여주고 미래생활 공간의 트렌드를 선도하겠습니다.

### Human-Friendly

신뢰와 감동을 주는 고객 접점 강화 (Brand Power증대, 유통 혁신)

## 행복한 생활공간

언제 어디서나 고객만족을 최우선으로 고객이 행복을 느낄 수 있는 생활 공간을 만들어 나가겠습니다.

## 재무정보

2012년 기준



고기능 소재부품 41%  
인테리어 자재 33%  
창호재 26%  
국내매출 65% : 해외매출 35%

## 임직원

2012년 기준



기업소개 :  
설립 목적과  
기업 가치

# 고객과의 행복한 공동성장을 추구하는 '라이프 솔루션 파트너'

LG하우시스 디자인센터는 기업경영의 한계를 넘어 시대의 화두(Agenda)를 공감하고 함께 해결할 방법을 모색함으로써, 새로운 가치와 성장 동력을 창출하여 고객과 함께 발전하는 행복한 공동성장을 추구한다. 기업이 가진 자원과 전문성, 발상의 전환을 통해 경제적 가치와 사회적 가치를 함께 만들어 나가는 '고객의 라이프 솔루션 파트너'로서 다가가고자, 고객중심의 디자인 · Global 수준의 디자인 역량 확보 · 창의적 문화 정착이라는 세 가지 목표를 향해 노력하고 있다.

## 기업의 가치

### Domestic

Manufacturing Plant 4  
R&D Center 1  
Design Center 1

### Overseas

#### Manufacturing Corporations 3

: U.S.A. (Atlanta) / China (Tianjin) / China (Wuxi)

#### Sales Corporations 5

: U.S.A. (Atlanta) / Europe (Geneva) / Europe (FrankFurt) / Russia (Moscow) / China (Shanghai)

#### Branches 10

: U.S.A. (Los Angeles) / U.S.A.(Detroit) / Brazil (Sao Paulo) / Turkey (Istanbul) / India (New Delhi)  
Japan (Tokyo) / Taiwan (Taipei) / Thailand (Bangkok) / Singapore / Indonesia (Jakarta)



디자인 경영  
비전 및 전략:  
디자인 경영  
비전

# 고객의 생활공간을 더욱 풍요롭게 만들 수 있는 디자인의 진화를 선도하는 LG하우시스 디자인센터

## 디자인 경영비전

### Life Solution Partener LG Hausys

Our Vision

Global No.1  
CMF 전문기업

Our Power

Future &  
Customer  
Research

디자인 리서치

Global  
Leading  
Product

시장선도 제품

Customized  
Solution  
Sharing

고객맞춤형 솔루션 제공

Our Shared Value

Sensitivity  
to the voice of  
our customers

고객에 대한  
일관성

Team work  
with high  
potential  
individuals

개인 강점에  
기반한 팀워크

Expertise  
beyond world-  
class standards

세계 수준의  
전문성

Challenge  
by the spirit  
of creativity

도전성

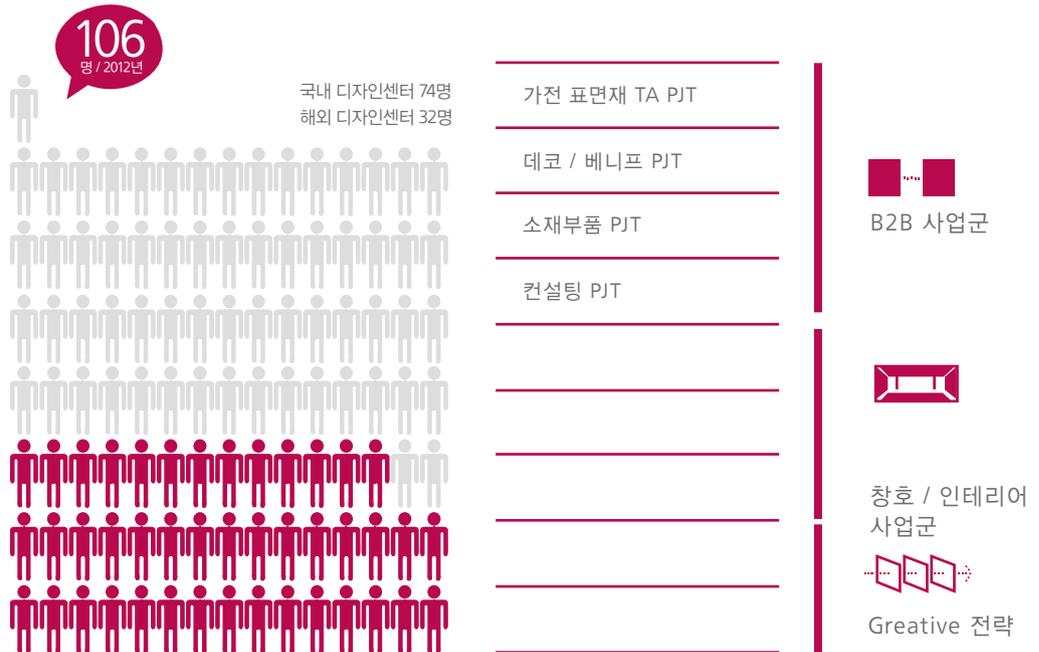
LG하우시스는 기업 활동의 제품 개발 프로세스를 디자인 중심으로 이끌고 디자인을 적절히 적용하며 관리하기 위한 디자인 경영(Design management)을 선포하여 Design First를 기업운영의 핵심 과제로 추진하고 있다. LG 하우스시스 디자인센터는 디자인 중심적 사고와 감각, 트렌드 분석, 새로운 마케팅 전략 수립 등 정보를 다루고 적용하는 기술을 디자인 운영 방식과 유기적으로 결합시킬 수 있는 독자적인 프로세스를 구축하여 LG 하우스시스만의 디자인 아이덴티티를 만들어 나가고 있다.

디자인 경영  
비전 및 전략:  
디자인  
경영전략

# 미래성장을 위한 디자인 환경 투자 및 디자이너양성

LG하우시스는 연구소와 디자인센터를 중심으로 제품 개발 업무를 비롯하여 미래 성장을 위한 연구활동을 지속적으로 추진하고 있다. 12년 기준으로 매출액 대비 약 2.07%를 R&D 연구 활동에 투자하고 있으며, 디자인 경쟁력의 중요성에 따라 디자인 개발에 대한 비용 투자도 지속적으로 높아가고 있다. 또한, 디자인 업무의 창의성과 효율성을 위하여 연구 실험 및 작업을 위한 시설 및 장비 투자를 적극적으로 추진하여 디자이너의 능력 향상 및 사업적 성과를 창출하고 있다.

## 디자인 경영전략



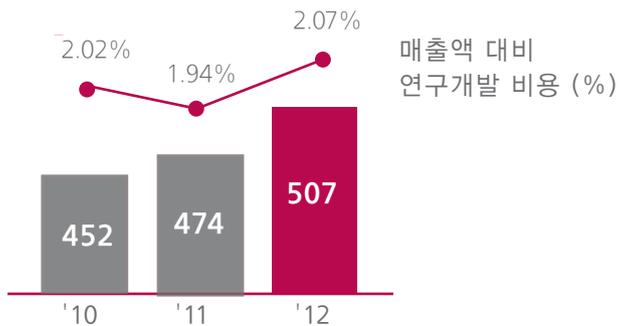
디자인 경영  
비전 및 전략:  
디자인  
경영전략

# 미래성장을 위한 디자인 환경 투자 및 디자이너양성

LG하우시스에서는 디자인 경영의 일환으로 디자인 환경과 고객 인사이트를 도출하여 모든 디자인 개발의 근간이 되는 정보를 제공하는 Trend Research 활동과 창의적인 디자인 문화를 정착시켜 LG만의 독창적인 디자인 솔루션을 발굴하는 Creative Air 활동, 고객에게 보다 나은 가치를 제공하고 글로벌 시장을 선도하기 위해 다양한 영역의 디자이너들과 협업하는 Collaboration 활동, 마지막으로 고객과 서로의 장점을 극대화하여 함께 문제를 해결해나감으로써 서로 상생할 수 있는 방법을 찾아나가는 Design Solution sharing 활동을 하고 있다.

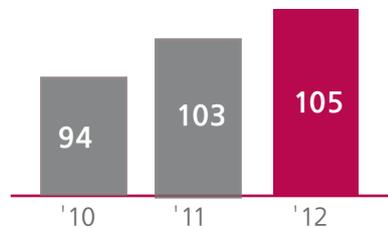
## R&D 개발비용

단위 : 억원



## 디자인 개발 비용

단위 : 억원



'매출액 대비 연구 개발 비용 = (연구개발 비용 / 당기 매출액 x 100)

## 창의력 및 연구 실험을 위한 주요 시설 및 장비



디자인 경영  
비전 및 전략 :  
디자인  
경영전략

# Global Leading Design Group으로 성장하기 위한 인재육성 Program

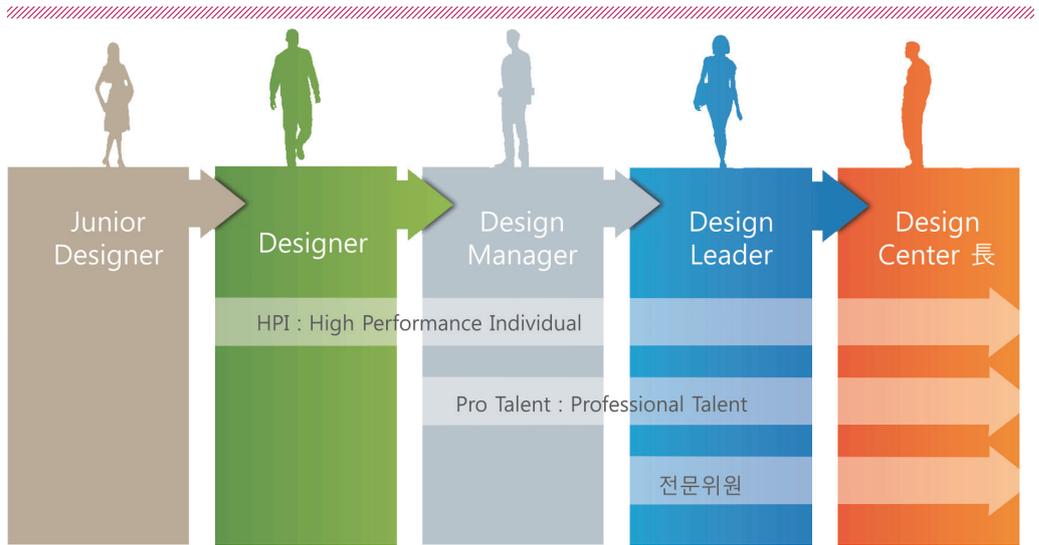
LG하우시스는 디자이너들의 각 분야별, 직급별 전문성을 강화하고 Global 업무 역량을 키워나가기 위해 체계적인 인재 관리 시스템을 운영하고 있으며 세계적인 Leading Design Group으로 성장하고자 다양한 교육 Program을 진행하고 있다.

### HPI

사업가 육성을 위한 입문 과정. LG 사업가로서의 기본 교육 실시

### Pro Talent

영역별 직문 전문가 과정. 전문 역량 심화 및 사업 Insight 강화 **전문위원**  
구/ 전문성을 갖춘 차세대 리더. 전문 연구 활동 및 후배 양성



### Informal Program

어학 Intensive 어학 집중 교육 (집체 교육) : 어학 교육을 통한 글로벌 인재양성

Global Insight Program : 스스로 팀을 구성하고 해외 탐방 과제를 기획하여 공모 과정을 거쳐 해외 탐방 과제를 수행

사외 파견 교육 : 외부 전문 기관을 통한 개인 업무 능력 향상

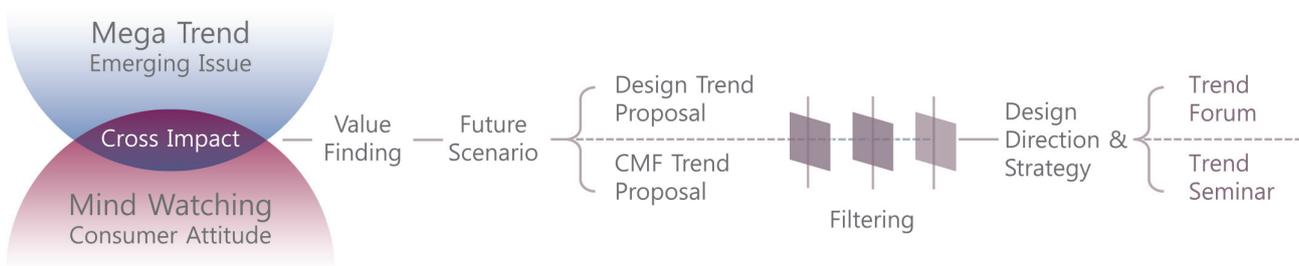
Global Design 전문가 과정 : Global 전문 교육 기관을 통한 전문가 교육 Program  
(이태리 Domus Academy MA과정)

디자인 경영  
비전 및 전략 :  
디자인  
경영성과

# 디자인 환경의 변화를 예측하고 미래를 준비하는 독창적 디자인 프로세스 운영

## Design Activity

LG하우시스에서는 디자인 경영의 일환으로 디자인 환경과 고객 인사이트를 도출하여 모든 디자인 개발의 근간이 되는 정보를 제공하는 Trend Research 활동과 창의적인 디자인 문화를 정착시켜 LG만의 독창적인 디자인 솔루션을 발굴하는 Creative Air 활동, 고객에게 보다 나은 가치를 제공하고 글로벌 시장을 선도하기 위해 다양한 영역의 디자이너들과 협업하는 Collaboration 활동, 마지막으로 고객과 서로의 장점을 극대화하여 함께 문제를 해결해나감으로써 서로 상생할 수 있는 방법을 찾아나가는 Design Solution Sharing 활동을 하고 있다.



디자인 경영 성과:  
사회 공헌  
실적

# 고객과 함께 문화적 가치를 공유하는 다양한 대외 활동

## Collaboration

LG 하우스시스는 회사의 브랜드에 국한되지 않고 시야를 넓혀 더 새로운 시장의 고객들에게도 사랑받는 디자인을 제공하기 위해 세계 유수의 디자이너들, 학계와의 합작 (Collaboration)을 꾸준히 진행해 오고 있다. 서로의 강점을 서로 융합하여 기존에 갖고 있지 않았던 새로운 이미지를 흡수하고 업종의 경계를 넘어 다양성을 추구하며 새로운 소비 문화를 창출해내고 있다.



### High Functional Material + Karim Rashid

Karim Rashid의 독창적이고 유기적인 디자인에 LG Hausys만의 새로운 인쇄 공법을 더하여 더욱 감각적인 인테리어 공간 및 가전 표면, 자동차 시트에 적용이 가능한 제품을 개발하였다.



### Flooring + Alessandro Mendini

Global Super Designer Co-work를 통해 LG Hausys제품 Image향상 및 Design Leadership을 확보하고 바닥재 문화를 선도하였다. 멘디니와 협업을 통해 나온 Pattern들은 생활가전 표면소재로도 제작되었으며 냉장고 부분만 아니라 정수기, 오븐, 김치 냉장고까지 확대 적용됐다.



디자인 경영 성과:  
사회 공헌  
실적

## 고객과 함께 문화적 가치를 공유하는 다양한 대외 활동

### Design Encourage

LG하우시스는 기업의 이윤추구를 위한 디자인을 넘어, 고객과 함께 문화적 가치를 공유하고 행복한 공동성장을 이루고자 다양한 대외 활동을 진행하고 있다. 재능있는 디자이너들을 지원하고 디자인 문화 활동의 기반과 환경을 마련하여 가치 있는 문화 콘텐츠를 생산하고자 노력하고 있으며 교육과, 전시, 연구, 출판, 창작 및 연구 지원 등의 프로그램을 추진하고 있다.



디자인 경영 성과:  
사회 공헌  
실적

## 세계 디자인의 흐름을 기반으로 앞으로의 인테리어 트렌드를 전망



### Design Trend Seminar

올해로 13회를 맞이한 LG하우시스의 '인테리어 디자인 트렌드 세미나'는 국내외 사회문화 이슈와 소비자의 라이프 스타일, 그리고 세계 디자인의 흐름을 기반으로 앞으로의 인테리어 트렌드를 전망하는 행사로 학계, 건축 및 인테리어 종사자 등 각 분야 디자인 전문가 약 500여 명이 참석하고 있다. 국내 기업 최초로 시도된 LG하우시스의 '인테리어 디자인 트렌드 세미나'는 건축과 디자인 업계 뿐 아니라 자동차, 전자, IT 등 여러 산업계에 영향을 끼치고 있다.



### Design Sponsorship

iF Award에서 진행하는 재능 있는 신진 디자이너를 support하는 프로그램으로 iF concept design award 홍보 및 수상자에게 수상금 지급을 통해 디자인을 장려하는 프로그램에 후원하고 있다.



15<sup>TH</sup> | K O R E A  
D E S I G N  
A W A R D

디 자 인 경 영 부 문

대상

대통령표창

한 국 철 도 공 사

대한민국  
디자인 대상 :  
수상작

# 디자인 경영부문 : 대상



## 기업소개

- | CEO메시지
- | 기업 개요 및 연혁
- | 기업 조직도

## 경영 비전 및 전략

- | 설립 목적과 기업 가치
- | 디자인 경영 발전
- | 디자인 경영 전략

## 경영 성과

- | 사업 및 공헌실적
- | 디자인경영 성과
- | 사회 공헌 실적

## 디자인 비전

- | 미래전략

기업소개 :  
CEO 메시지

## 창조적 마인드로 국민의 삶의 질을 높이는 코레일이 되겠습니다



코레일이 제15회 대한민국디자인대상에서 영예의 대통령표창을 수상하게 되어 매우 뜻 깊고 기쁘게 생각합니다.

20세기가 산업사회였다면 21세기는 창조경영의 시대입니다. 산업사회에서는 자본, 자원, 기술, 인력을 누가 먼저 확보하느냐가 성공의 열쇠였습니다. 하지만 창조경영 시대에는 어떻게 융합, 창조하느냐가 더 중요해졌으며, 그 중심에 디자인이 있습니다.

이러한 시대적 요구에 부응하기 위해 코레일은 2012년 디자인 경영 원년을 선포하고, 다양하고 고급화된 서비스 제공을 통한 국민의 삶의 질 향상에 디자인을 적극 활용하고 있습니다. 그 결과 그 동안 철도가 단순히 장소를 이동하는 수단에 머물렀다면, 이제 철도역사는 문화의 향기가 피어나는 '문화의 플랫폼'으로, 철길은 문화를 실어 나르는 '문화벨트'로 바뀌고 있습니다.

코레일은 철도와 디자인을 접목하여 백두대간의 사계를 모티브로 한 'OV트레인'과 명품디자인을 입힌 레일크루즈 '해랑', 신개념 2층 열차 'ITX-청춘' 등을 새롭게 선보여 기차여행의 새로운 즐거움을 제공했으며, 다양한 편의시설을 확충하여 기능적인 면에서도 철도서비스를 획기적으로 개선했습니다.

철도역사의 다채로운 변화도 진행중입니다. 과학적인 고객 동선 분석과 효율적 시설물 배치로 공간 가치를 증대하고, 지역주민 참여를 통한 공공디자인 개발로 지역의 대표적 공공시설인 역(驛)은 지역문화와 경제의 중심으로 재탄생하고 있습니다.

OV트레인과 S트레인은 낙후된 중부내륙과 남해안 지역에 새로운 활력을 불어넣고 있으며, 고품격 디자인을 적용한 중소기업 명품마루는 국내 중소기업의 우수성을 해외까지 알리는 첨병 역할을 톡톡히 해내고 있습니다. 이번 수상을 계기로 코레일은 앞으로도 창조적이고 혁신적인 사고로 디자인경영을 적극 실천하여 국민 여러분이 더욱 편리하고 안전하게 철도를 이용할 수 있도록 최선의 노력을 다해 나가겠습니다. 감사합니다.

기업소개:  
기업개요 및  
연혁

# 대한민국 근대화와 산업화를 견인해 온 114년의 철도 역사

## 개요

기업명	한국철도공사
대표이사	최연혜
설립일	2005. 1. 1
주요사업	철도 여객·화물운송사업 및 다른 교통수단과의 연계 운송사업
납입자본금	54,070 억원
소재지	대전 동구 소재동
홈페이지	www.korail.com

## 연혁

1899. 09	국내 철도 도입 및 개통
2004. 04	고속철도 개통
2005. 01	한국철도공사 출범
2010. 11	경부고속철도 2단계 · 코레일공항철도 완전개통
2011. 10	전라선 용산-여수엑스포역간 개통
2012. 02	KTX 이용객 3억명 돌파

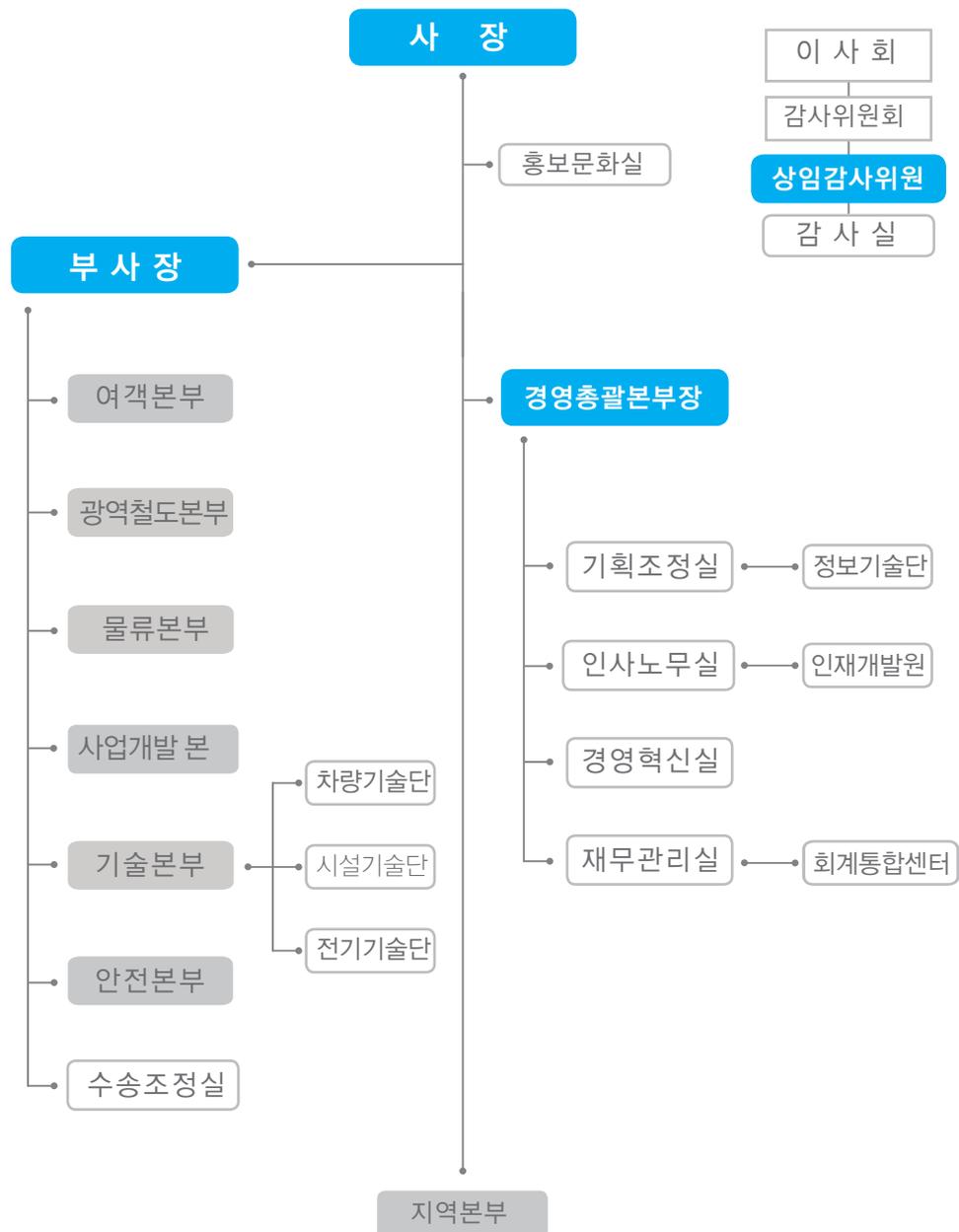
## 사업분야



기업소개:  
기업 조직도

# 고객, 환경, 미래와 소통하는 국민기업 KORAIL이 되겠습니다

## Organization



경영비전 및 전략:  
설립 목적과  
기업 가치

# 철도 운영의 전문성과 효율성을 높여 철도산업과 국민경제 발전에 이바지하겠습니다

## Mission&Vision

### 미션      안전하고 풍요로운 삶을 창조하는 Green Network

철도안전을 경영의 최우선 가치로 천명하고, 다양한 철도사업을 통해 국민에게 더 나은 삶과 가치 있는 미래 제공  
인류의 소중한 생활터전인 자연환경을 보호하고, 대륙을 통한 국제적인 철도 네트워크를 구축

### 비전      고객, 환경, 미래와 소통하는 국민기업 코레일

철도의 주인인 국민을 만족시키고 사회적 공헌과 지속성장의 기반을 다지기 위해 이해관계자들과 막힘없이 소통하는 국민기업

설립목적	사명	비전
<p>철도운영에 관한 사업의 전문성과 효율성을 높임으로써 철도산업과 국민경제의 발전에 이바지 함</p> 	<p>안전하고 풍요로운 삶을 창조하는 Green Network</p> 	<p>고객, 환경, 미래와 소통하는 국민기업 KORAIL</p> 

경영비전 및 전략 :  
디자인  
경영 발전

# 국민의 행복과 애환을 담은 철도 디자인의 114년의 역사

## 한국 철도의 디자인 발전

국민의 행복과 애환을 담은, 114년간 철도 상징의 변천

과거 철도청은 디자인의 중요성을 인식하고, 안내사인 및 철도차량 디자인을 개선하는 등 변화를 시도했습니다.



## 한국 철도의 새로운 이름 KORAIL

2004년 고속철도와 함께 시작한, KORAIL 디자인경영

고속철도의 차별성과 일반철도와의 일관성을 고려하여 철도차량 · 안내사인 · 유니폼 · 인쇄물에 이르기까지 코레일 C디자이너를 개발하여 2003년에 선포함으로써 디자인경영을 시작했습니다.



경영비전 및 전략:  
디자인  
경영 전략

# 철도가 우리 사회를 가치있게 변화시키고 그 변화를 세계로 이어나가길 꿈꿉니다

## 디자인 코레일 전략체계

코레일은 철도산업에 디자인을 효율적으로 적용하기 위해 3대 중점추진전략과 12개 세부과제를 포함한 '디자인코레일 전략 계획'을 수립하였습니다. 디자인경영 전략은 철도 차량, 역사, 서비스 등 철도서비스의 품격 향상으로 고객 만족도와 기업 이미지 향상을 핵심목표로 정하고 이를 위한 세부실천과제를 도출하였습니다.

- Mission** | 안전하고 풍요로운 삶을 창조하는 Green Network
- Vision** | 고객, 환경, 미래와 소통하는 국민기업 KORAIL
- Core Translation** | 디자인경영을 통한 고객만족 및 기업이미지 향상

### 중점추진전략 1.

비우는 디자인 코레일



### 중점추진전략 2.

편리한 디자인 코레일



### 중점추진전략 3.

전문화된 디자인 코레일



## 중장기 로드맵



경영성과:  
사업 및 공헌  
실적

# 증기기관차에서 고속철도로 눈부시게 발전한 철도차량 디자인

## 차량분야 변천사

초기 철도차량은 기능중심으로 디자인되었고, 1980년대 이후 속도향상과 함께 차량디자인 기술이 축적되었습니다.

차세대 고속철도차량인 HEMU-430X가 개발되었고, 감성적 디자인의 관광전용열차와 ITX-새마을에 이르기까지 차량분야에 비우고, 편리하고, 전문화된 디자인 적용을 위한 노력은 계속되고 있습니다.

**산업화의 주역  
기능중심의 철도 차량 디자인**

**고객중심  
차량디자인  
기술 축적**

**철도디자인 전문가  
디자인 개발**

**국내  
자체고속열차  
디자인**

**코레일  
디자인심의회  
심의/지문  
디자인개발**

1899. 9. 18 경인철도 개통 모가 1호 운행

1946. 조선해방자호

1966. 11. 21 청룡호

1966. 7. 21 맹호호

1969. 관광호

1969. 십자성호

1973. 7. 28 갈매기호

1980. 11. 국산우등전기동차

1984. 8. 15 무궁화호

1984. 새마을호

1987. 전후동력형 새마을호

2004. KTX 운행

2002. 한국형 고속열차

2010. KTX-산천

2013. O-train

2013. S-train

2013. V-train

2013. DMZ 평화열차

1962. 5. 15 재건호

1967. 9. 1 경부선 특급 비둘기호

1971. 2. 44 계동호

1984. 비둘기호

1984. 11. 26 경춘선 무궁화호동차

1999. 통근형동차 CDC

2009. 무궁화호동차 RDC

2012. 5. 16 HEMU-430X

1955. 통일호 운행

1962. 7. 1 태극호

1974. 8. 15 수도권전철 운행

1984. 통일호

2007. 한국형 밀팅열차

2009. 누리로

2012. ITX-청춘

ITX 새마을

경영성과:  
사업 및 공헌  
실적

# 신개념 관광열차 디자인개발로 창조경제와 국민행복에 기여합니다

## 중부내륙 관광열차 O-Train, V-Train

### 지역경제 활성화를 위한 디자인

2012년 6월 5일, 아름다운 백두대간을 활용한 새로운 철도관광상품을 만들기 위해 중부내륙관광벨트 마스터플랜을 수립하였습니다. 또한, 경춘선 프로젝트 등으로 인정받은 디자인전문가를 중심으로 도심의 관광 수요를 백두대간으로 유인하기 위한 디자인 개발과 차량 개조 사업을 추진했습니다. 백두대간의 사계절을 모티브로 한 순환형 관광열차(O-train)는 한국의 아름다움을 글로벌하게 재해석한 디자인을 적용하였고, 태백산 호랑이를 모티브로 한 협곡열차(V-train)는 감성을 자극하는 외부디자인과 환경친화적인 인테리어로 백두대간 관광의 필수 코스로 자리 잡았습니다.



O-train



V-train

## 레일크루즈 「해랑」

### 명품관광열차에 명품디자인을 입히다



2008년 열차 내 숙박과 문화이벤트가 가능한 명품관광열차를 개발하여 전국 일주형(2박3일), 계절별 특화형(1박2일)으로 운영하고 있습니다. 주요 고객은 대한민국을 찾는 외국인 관광객이지만, 주 5일제 정착과 여행 트렌드 다양화로 국내 수요도 증가하고 있습니다.

경영성과 :  
사업 및 공헌  
실적

## 경춘선의 아름다운 자연을 품은 2층 열차를 국내 최초로 도입하였습니다

### 경춘선 ITX-청춘

#### 경춘선 복선 전철의 성공적인 개통 지원, ITX-청춘 디자인 개발

호반의 도시 춘천으로 가는 경춘선의 자연을 철도 차량에서도 느낄 수 있도록 감성적 실내외 디자인을 ITX-청춘에 담았습니다. 2층 객실 천장은 하늘을 테마로 구성하여 구름 위의 객실을 표현하였으며, 객실통로는 ITX-청춘 만의 가치와 전통의 미를 추구하고 객실별로 리듬감을 줄 수 있도록 색다른 디자인을 적용하여 고객 만족도를 높였습니다. 또한, ITX-청춘은 경춘선 복선 전철화와 함께 국내 최초로 도입된 180km/h 좌석급행 전동차량으로 기능적인 면에서도 철도서비스를 획기적으로 개선하였습니다.

ITX-청춘은 수도권과 강원영서 지역을 연결하는 중요한 교통수단으로 부각되고 있습니다. ITX-청춘의 운행은 두 지역 간 교류와 관광·특산품 판매를 통해 지역경제 활성화에 크게 기여하는 한편 지역 간 경계를 허물었다는 평가를 받고 있습니다. 개통 초기 이용객은 하루 6,000여명 수준이었지만, 국민들의 관심에 힘입어 현재는 하루 평균 1만 2,000여명이 이용하고 있으며, 주말에는 최고 2만5,000명이 이용하고 있습니다.



경영성과:  
사업 및 공헌  
실적

# 한국적 역동성과 세계적인 보편성을 갖춘 미래형 철도차량 디자인을 개발했습니다

## 차세대 고속열차 HEMU-430X

### 대한민국 고속열차의 '새로운 종(種)'

코레일은 한국적 역동성과 세계적 보편성을 동시에 갖춘 디자인 개발을 완료하고 실제 차량을 제작하여 시험 운전하고 있습니다. 2004년 프랑스의 TGV로 고속철도 시대를 열었던 KTX는 HEMU 고속열차 개발로 TGV의 그늘에서 벗어나 제3세대 모델을 통해 한국적 DNA를 드러낼 준비를 마쳤습니다.

코레일이 국토교통부 미래철도기술개발사업으로 수행한 이번 프로젝트는 2007년부터 2년에 걸쳐 진행되었으며, 한국의 공간 구조를 디자인하는 건축가와 자동차 디자이너가 동시에 참여하여 설계 과정에서 각 분야에 대한 이해를 바탕으로 새로운 방식을 적용했습니다.

HEMU-430X는 시험용 차량이지만, 좌석마다 AVOD 모니터와 스마트센서를 설치하였으며, 편리하고 전문화된 디자인을 적용하는 등 향후 30년 간 운행할 철도차량임을 감안하여 미래 대한민국의 사회, 고객, 문화를 고려하였습니다.



경영성과:  
사업 및 공헌  
실적

## 고품격 철도서비스의 대명사인 새마을호가 미래형 디자인으로 새롭게 태어납니다

### ITX-새마을

#### 신형 새마을호 'ITX-새마을' 차량디자인 및 브랜드마크 개발 완료

퇴역을 앞둔 기존 새마을호를 대체할 신형 간선형 전기동차인 'ITX-새마을'의 디자인과 브랜드 마크를 개발했습니다. 코레일은 기존 고속철도와 일반철도 차량을 KTX와 ITX로 크게 구분하고, 운행노선과 차량속도 등 특성에 따라 '산천' '청춘' '새마을' 등 2차 명칭이 붙는 브랜드 체계를 구축했습니다.

'ITX-새마을'은 기존 새마을호와의 차별화와 KTX 등 신형 철도차량의 이미지를 계승하였으며, 6량의 객차에 376석으로 구성되었습니다. 열차 외관은 유려한 곡선과 강렬한 직선이 조화를 이룬 디자인으로 최고속도 150km/h로 운행 시 소음과 진동을 줄여 안전성과 승차감을 높였으며, 실내에는 고객 편익을 고려한 최신 편의시설을 갖추었습니다.

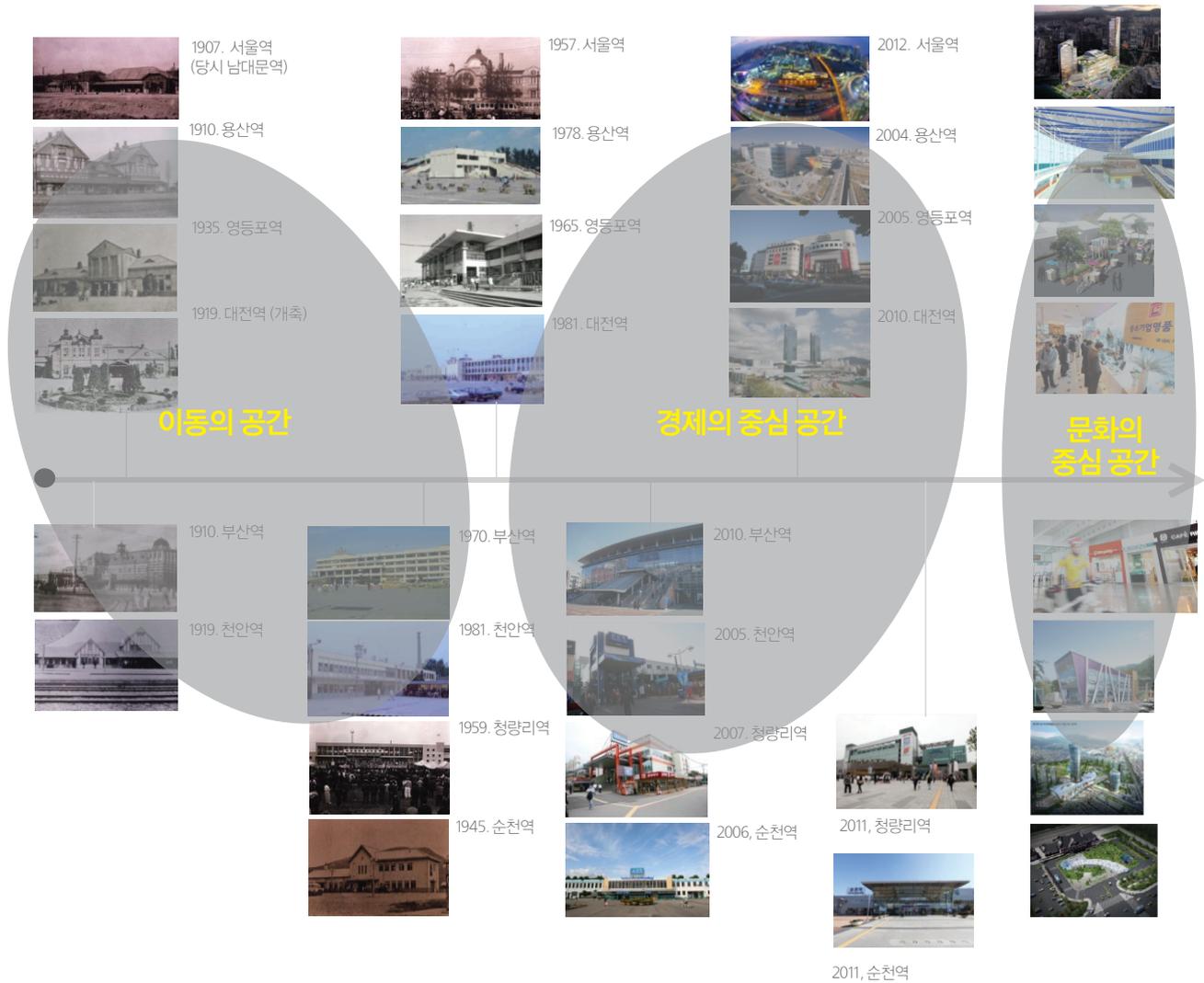


경영성과:  
사업 및 공헌  
실적

# 지역간 이동의 관문인 '驛', 국민 행복 실현의 공간으로 탈바꿈합니다

## 철도역사 디자인의 변천사

코레일 역사(station)은 국민 행복의 실현공간으로 발전해왔습니다. 국민 생활과, 지역 경제와, 문화의 중심으로서 역할을 위해 머무르고 싶은 역, 다시 찾고싶은 역을 만들고 있습니다.



경영성과:  
사업 및 공헌  
실적

# 국제도시의 관문인 서울역이 상생의 공간으로 디자인됩니다

## 명품 서울역 프로젝트

### 맞이방 공간디자인 혁신 - KORAIL Identity 구현

경부고속철도 2단계 개통 및 코레일공항철도 연결로 인해 국제도시의 관문으로서 서울역이 부각됨에 따라 고객 편의 향상과 공간 가치를 증대시킬 수 있도록 과학적인 고객 동선 분석과 시설물의 효율적인 배치 연구를 토대로 국제적인 디자인을 적용하였습니다.

### 중소기업 육성의 메카 - 중소기업명품마루 디자인개발

2013년 5월 13일 서울역에 문을 연 '중소기업 명품마루'는 한 달 만에 총 9만6천여 명이 방문하여 6억9천만 원의 매출액을 달성함으로써, 공기업과 중소기업 상생의 성공사례로 인정받고 있습니다.

### 전통공예품 매장

공항철도 연결 이후 늘어난 외국인과 국민들에게 전통공예품의 예술성과 우수성을 알리기 위해 전통공예품 전시판매장을 개점했습니다.

### 안내사인 디자인

안내사인의 주목성, 외국인 여행객 증가 등 영업환경 변화에 따라 안내사인 형태, 외국어 표기 방법을 개선한 안내사인 디자인을 개발하였습니다.



서울역 맞이방 공간개선



중소기업 명품마루



전통공예품 매장



안내사인 디자인

경영성과:  
사업 및 공헌  
실적

# 춘천역 프로젝트로 고객지향적 서비스디자인을 실천했습니다

## 춘천역 프로젝트

### 강원 관광의 관문 춘천역

ITX-청춘을 타고 온 여행객을 맞이하는 춘천역을 '다시 찾고 싶은 역'으로 만들기 위해 2012년 3월부터 '춘천역 프로젝트'를 추진했습니다.

복잡한 광고와 안내표지를 깔끔하게 정리하고, 맞이방에는 춘천의 '옥' 특산품 판매점과 편의점, 카페가 들어섰으며, 광장에는 몽골형 천막 대신 한국 전통의 방패연 천막을 설치하고 지역특산물 직거래 장터를 운영하고 있습니다.



경영성과 :  
사업 및 공헌  
실적

# 대중교통과 자전거 이용 활성화를 위해 환승이 편리한 철도역을 만들고 있습니다

## 철도역사 교통광장 디자인

### 철도역 환승동선 개선

친환경 교통수단인 철도 중심의 교통체계 구축을 위해 버스 - 택시 등 대중교통 환승이 편리하도록 역사광장 디자인을 개선하고 있습니다. 광장 디자인 개선 이후 주요역 철도 이용객은 6~7% 증가했으며, 철도역사 이용 만족도 역시 평균 10.6점 상승했습니다.



## 자전거 주차장 디자인

### 친환경 녹색교통수단 자전거 이용 활성화

코레일과 국토교통부는 친환경 교통수단인 자전거 이용 활성화를 통해 교통혼잡 해소와 사회적 비용을 감소시키고자 2009년 부터 영등포역 등 전국 14개 역에 자전거 주차장을 설치했습니다.



경영성과 :  
사업 및 공헌  
실적

# 중소기업 상생과 지역경제 활성화를 위한 사회적 책임을 다하고 있습니다

## 공익매장 디자인

### 중소기업과 지역특산품 전시판매를 위한 공익매장 디자인 개발

각 지역의 특산품과 판로 개척이 어려운 중소기업 제품의 전시 홍보판매가 가능한 공익매장 디자인을 개발하여 전국 주요역에 설치함으로써 역 중심의 공동체를 형성했습니다.

중소기업제품과 지역특산품을 엄선하여 일시적 판매장소 제공이 아닌 중소기업 제품 홍보의 장으로 마련하는 한편, 철도 인프라를 활용한 전국적인 네트워크망을 구성하여 중소기업 육성 및 지역경제 활성화에 기여하고 있습니다.

지역특산품매장은 2013년 50개소, 2014년 80개소, 2015년 95개로 확대할 계획이며, 중소기업제품 전시판매장은 2013년 5개소, 2014년 10개소, 2015년 20개로 확대할 예정입니다.



#### PERSPECTIVE

- WHITE BACKPAINTED GLASS
- WOOD FRAME & WHITE COLOR
- WHITE BACKPAINTED GLASS
- CLEAR GLASS
- WINDOW SHELF  
\_ LED LIGHTING
- SST L POLISHING



경영성과 :  
사업 및 공헌  
실적

# 간이역이 지역 주민의 문화네트워크로 재탄생하고 있습니다

## 간이역 문화디자인 프로젝트

문화디자인을 통해 다시 태어난 연산역, 역사 이용객 3배로 늘어  
지역주민의 참여와 연계를 통해 지역의 문화적 정체성이 반영된 간이역 공공디자인을  
개발하였습니다.

접근성, 유동인구, 지역 주민의 수혜 정도 등을 고려한 간이역 디자인을 통해 문화공간  
을 형성하고, 지역 주민의 문화 활동과 의사소통이 활성화될 수 있도록 다양한 문화 프  
로그램을 병행하고 있습니다.

간이역 문화디자인 프로젝트는 2011년부터 연산역, 달천역, 득량역, 직지사역, 희방사  
역, 원동역에 적용되어, 간이역이 지역주민의 문화공간으로 새로워지고 있습니다.

### 간이역 공공디자인 개발

문화디자인 프로젝트 추진으로 다시 태어난 연산역, 방문객 2010년 4580명, 2012년 1만 489명



경영성과:  
사업 및 공헌  
실적

# 지역을 대표하는 공공시설인 「驛」이 지역 문화와 경제의 중심으로 거듭납니다

## 역세권 개발 디자인

### 서울역 북부 역세권 디자인개발 '역사와 문화가 어우러진 공간디자인'

서울역 북부 일원을 국제회의 문화, 비즈니스 타운으로 개발하기 위한 현상설계 디자인 공모에서 '역사와 문화가 어우러진 공간', '친환경 랜드마크', '시민에게 열린 복합시설', '컨벤션 산업의 새로운 중심'이라는 디자인컨셉을 반영한 '어반 트라키아'가 채택되었습니다.

코레일은 서울역북부 역세권 개발을 통해 연간 8만 4000명의 일자리 창출과 5200억 원의 생산유발 효과를 기대하고 있습니다.

### 역사 복합환승센터 디자인 개발

각종 교통수단이 연계 소통하는 교통 허브 기능과 고밀도의 문화, 상업, 업무시설을 갖춘 복합환승센터 디자인개발을 추진하여 대중교통 이용 촉진 및 교통 거점의 풍부한 유동인구를 바탕으로 지역경제 활성화에도 기여할 예정입니다.



경영성과:  
사업 및 공헌  
실적

# 고객편익을 최우선으로 국민생활에 플러스가 되는 서비스 디자인을 선보입니다

## 철도 서비스 디자인

모바일용 승차권 '코레일 독'  
셀프티켓 이용 및 승차권 유통비용 절감을 위한 어플 디자인



## 셀프 티켓 이용 및 승차권 유통비용 절감을 위한 어플 디자인 개발

모바일 승차권으로 예약, 결제, 발권이 한 번에 가능한 One-Stop 통합서비스를 시행하고 있으며, 이용 고객의 권리를 보호하기 위하여 부당이용 방지를 위한 기능을 추가했습니다. 또한, 자동발매기 화면(UI) 개선을 국민 공모전으로 시행하여 사용자 중심의 사용하기 편리한 화면으로 재구성하였습니다.



## 승차권과 영수증을 하나로, 새로운 승차권 출시

고객에게 더 많은 여행 정보를 효율적으로 제공하기 위한 새로운 승차권 디자인을 개발했습니다. 글자 크기와 다국어 표기를 적용하는 한편, 승차권과 영수증을 한 장으로 발매할 수 있도록 개선하여 발권 비용을 절감하였습니다.



## 행선안내표시기 디자인

광역철도 구간의 152개 역 매표창구와 역과 열차 내 광역전철 노선도를 개선하고, 다양한 열차운행 정보를 고객이 알아보기 쉽도록 행선안내표시기의 표시 방법을 개선하였습니다.

교통카드 디자인 개발 "Rail+"  
레일플러스로 교통서비스 디자인을 새롭게 열다



## 코레일 교통카드 '레일플러스' 디자인

2014년까지 전국 모든 대중교통수단과 쇼핑, 공연, 교육 등 문화 사업을 결합한 서비스를 제공할 수 있는 레일플러스 교통카드를 개발했습니다. Rail과 +(plus)가 결합하여 철도 그 이상의 다양한 혜택과 편리함이 있는 교통카드를 강조한 브랜드 네임입니다. 레일플러스의 로고는 R을 강조한 디자인으로 기차의 속도감이 느껴지는 앞머리 부분을 시각화하였습니다.

경영성과 :  
사업 및 공헌  
실적

# 디자인경영의 전문성 확보를 위하여 디자인심의위원회를 운영하고 있습니다

## 디자인 의사결정의 전문화

### 디자인심의위원회 구축 및 운영

2012년 코레일과 계열사 사업 전반에 고품격 디자인경영 실천을 위해 외부 디자인전문가 42명이 참여하는 「디자인심의위원회」를 구성하여 철도차량, 역무시설, 매장, 광고 등의 안건을 주 1회 심의하고 있습니다. 또한, 디자인의 통합 관리를 위해 각종 공사·용역의 설계, 평가, 관리 과정에서 디자인 심의위원을 참여시키는 프로세스를 구축하여 운영함으로써 지속적인 디자인 개선에 노력하고 있습니다.



경영성과 :  
사업 및 공헌  
실적

# 품격 있는 철도역사 구현을 위해 디자인가이드를 구축하였습니다

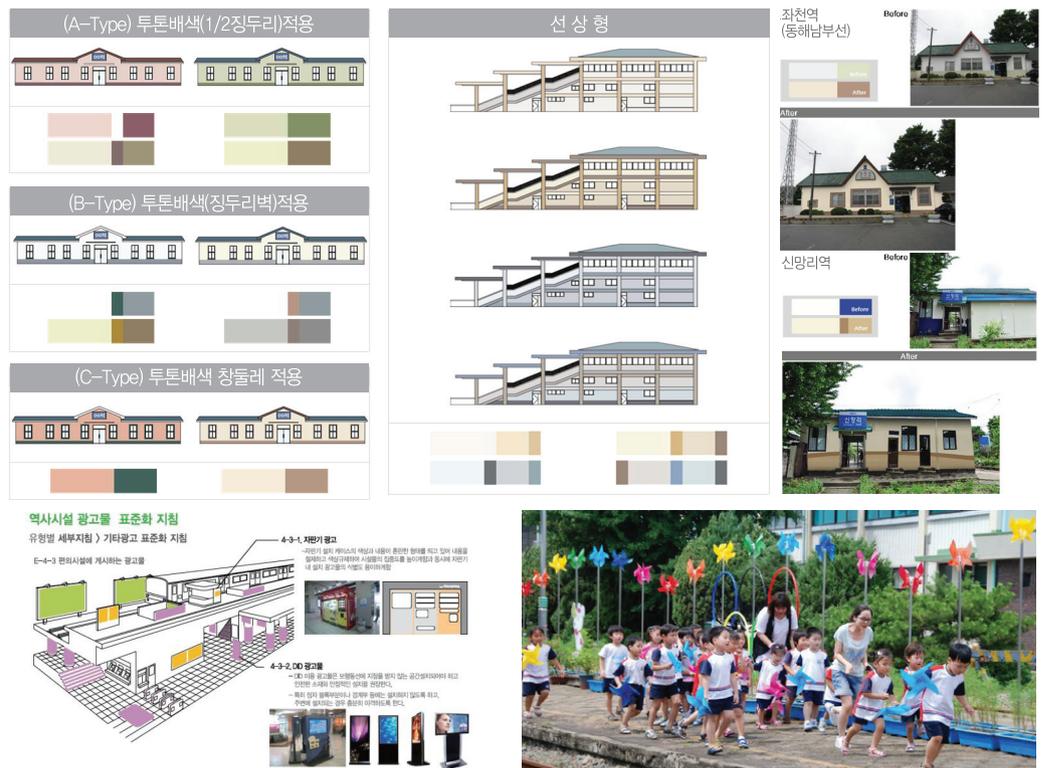
## 디자인 가이드 운영

### 철도역사 환경개선을 위한 디자인 가이드 수립·운영

역시설 기능의 복합화로 인해 급증한 미관 저해요인에 대해 효과적으로 대응하고자 '비우기, 정위치, 색채' 분야에 대한 「철도역사 환경 개선을 위한 디자인가이드」를 수립하였습니다.

### 코레일 광고 표준화 가이드라인 수립

코레일은 철도역, 차량에 설치되는 광고매체에 대해 역 환경과 조화를 이룰 수 있도록 광고매체의 종류, 수량, 규격을 표준화시키는 동시에 운영기준을 마련하였습니다. 광고물에 대한 표준화를 통해 역 및 차량 내 광고매체의 위치, 규격 등을 통일화시켜 광고물의 질서를 바로잡고 상업광고와 홍보물의 난립을 방지하고 있습니다.





경영성과 :  
디자인경영  
성과

# 철도디자인을 적극적으로 육성하여 고객만족과 기업 가치를 향상시키겠습니다

## 2012 우수방음시설 공모전 환경부장관상 수상



## 앱어워드코리아 2011 공공분야 대상 수상 - 코레일 '글로벌코레일 app'



## 공기업 최초, 영국 CRRA 및 LACP 지속가능경영보고서 부문 수상



## 기타 수상내역



- | TV캠페인 2006 대한민국 광고대상 수상
- | 2009 매경광고대상 TV부문 금상 수상
- | 2008 대한민국 커뮤니케이션 대상 편집상 수상
- | 국제철도필름 페스티벌 특별상 수상

경영성과:  
사회공헌실적

## 2012 글로벌 스탠더드 경영대상 사회책임경영대상 수상

### 2012 글로벌 스탠더드 경영대상 사회책임경영대상 수상

코레일은 중부내륙권관광열차 운행으로 인해 충북, 강원, 경북 지역에 2013년 기준으로 348억 원의 생산유발과 83억원의 소득유발 및 601명의 취업유발 효과를 발생시키는 등 지역경제 발전에 기여하였습니다.

또한, 철도산업에 기반한 차별화된 사회공헌 프로그램과 태풍 피해지역 복구활동, 생명 나눔 헌혈, 농촌사랑 봉사활동 등 다양한 사회공헌 활동을 추진하고 있습니다. 다양한 비영리 단체들과 파트너 관계를 맺어 실효성을 높이고 있으며, 특히 사회문제를 치유하기 위해 사회적 이슈를 KORAIL의 사회공헌 프로그램에 연계하여 추진하고 있습니다. 사회 문제인 학교폭력을 예방하고자 철도체험학습 프로그램에 학교폭력 예방 교육을 포함하였고, 학교폭력 피해 아동의 주거 및 교육환경을 개선하였습니다. 또한 사회적 기업, 학교, 복지시설, 계열사를 대상으로 KORAIL이 보유한 환경 전문기술과 교육을 지원하는 '환경 프로보노'를 시행하였습니다.

2012년 한해 동안 52,234명의 봉사인원이 총 192,932시간을 나눔경영 활동에 참여하였으며, '글로벌 스탠더드 경영대상'에서 2년 연속 사회책임경영부문 대상을 수상하였습니다.

### 2012 사회공헌 활동 운영현황

구분	농촌돕기	방문봉사	교육	학 문화교류	복지단체 자매결연	환경봉사	재해복구	헌혈
운영횟수(회)	124	371	198	82	2,546	579	24	835
수혜인원(명)	1,653	11,612	6,415	11,820	257,218	169,194	1,283	4,440
총시간(H)	7,793	12,461	2,944	3,933	79,400	25,669	2,164	7,394
참여인원(명)	4,235	2,790	769	812	20,031	11,202	309	1,927



디자인비전 :  
미래전략

# 국민에게 사랑받는 세계 최고 철도기업으로 도약하겠습니다

## 미래전략

철도는 대한민국 근대화와 산업화의 주역으로 오랜 기간 국민의 애환을 함께 해왔습니다. 첨단화되고 다양화되는 교통수단의 발전과 국민 권익의 확대는 철도서비스에서 디자인의 중요성을 다시 한 번 일깨우고 있습니다.

철도 서비스는 눈에 보이는 교통상품으로서의 실체와 눈에 보이지 않는 서비스 산업의 복합체로서 디자인의 중요성이 타 산업군에 비해 매우 높으며, 또한 타 교통수단의 발전에 따라 직,간접 경쟁이 심화되는 상황에서 디자인 경영이 매우 중요한 역할을 하고 있습니다.

코레일은 이러한 경영 여건을 고려하여 서비스의 품격 향상과 효율적인 의사결정이 이뤄질 수 있는 디자인경영 체계를 갖추어 추진하고 있습니다. 앞으로 전략적 경영의 수단으로 디자인을 적극적으로 육성하여 고객 만족과 기업가치 향상을 이루겠습니다.



15<sup>TH</sup> | K O R E A  
D E S I G N  
A W A R D

디 자 인 경 영 부 문

최우수상

국무총리표창

삼 광 글 라 스

대한민국  
디자인 대상 :  
수상작

## 디자인 경영부문 : 최우수상



### 기업소개

- | CEO메시지
- | 기업개요, 기업연혁
- | 기업 비전
- | 기업 조직도

### 경영비전 및전략

- | 디자인 경영 전략

### 디자인 경영성과

- | 사업 및 공헌 실적
- | 디자인 경영 추진 성과
- | 수상실적
- | 사회 공헌 실적

### 디자인 비전

- | 미래전략

기업소개 :  
CEO 메시지

## 변화와 혁신을 중시하고, 사회적 책임을 다하며, 항상 세계를 생각하며 도약하는 글로벌 기업



HHH합용기업체로 발돋움 하게 되었습니다. 2005년 세계적인 명품브랜드가 된 Glaslock 유리밀폐용기를 출시하여 현재 80여 개국에 수출하는 성과를 이룩하였고 2011년 7월부터 이를 기반으로 종합주방용품 사업에 진출하여 대한민국을 대표하는 기업으로 도약하고자 매진하고 있습니다.

삼광글라스는 미래의 기회를 인지하고 포착하기 위하여, 축적된 기술력을 바탕으로 끊임없이 변화, 창조 및 혁신하여 국내용기시장의 선도적 Leader로 성장하고 있을 뿐만 아니라, 전 임직원이 항상 Global Mind로 무장하여 세계로 비상하는 글로벌 기업의 초석을 다지고 있습니다.

또한 삼광글라스는 앞으로도 인간과 자연의 조화로운 공존을 우선 생각하고, 혁신과 창조를 바탕으로 지속 가능한 발전을 이룩하여 고객, 주주, 투자자가 신뢰하는 기업으로 나아가갈 것이며 국가 경쟁발전과 사회적 책임을 다하는 기업이 되고자 매진하고 있습니다. 오늘의 삼광글라스가 있기까지 그 동안 성원해주신 여러분께 감사 드리며, 그 성원과 격려에 보답할 수 있도록 배전의 노력을 다할 것을 다짐합니다.  
감사합니다.

삼광글라스 대표이사 황도환 

기업소개:  
기업 개요 및  
연혁

# 종합주방생활용품과 포장용기 문화를 선도하는 삼광글라스가 영혼을 담아 세계로 비상합니다

## 개요

기업명	삼광글라스
대표이사	황도환
설립일	1967. 06. 27
주요사업	제조업 병유리,유리식기
납입자본금	국외 8,000만불 국내 2000억
소재지	서울 서초구 효령로 304(서초동 1445-3) 국제전자센터18층
Homepage	www.glasslock.co.kr

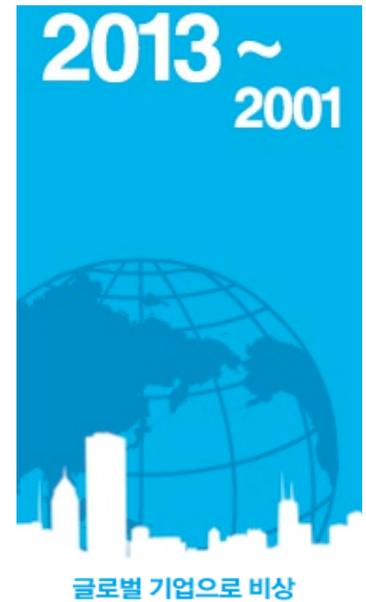
## 연혁

1967	삼광유리(주) 설립
1988	병유리 생산제품 KS표시 허가 취득
1989	유리제조 부엌용품 및 식탁용품 '품'마크 취득
1993	기업공개(주권상장)
1994	동양제철화학 인수
1998	삼광캔 설립
1999	삼보유리 흡수 합병
2002	ISO9001:2000인증 획득
2005	Glasslock 런칭
2006	글라스락, 제 5회 1000대 우수특허 제품 대상 종합대상(국무총리상) 수상(특허청)후원
2008	미국 FDA 인증
2009	삼천만불 수출의 탑 수상
2010	독일 LFGB 인증 논산공장 정상가동
2011	Kotra와 World Champ 육성사업 협약 오천만불 수출의 탑 수상 2012년 세계일류상품 선정
2012	주방생활용품사업 공통브랜드 및 개별브랜드 선포식 셰프토프 쿡웨어 국내 최초 로하스인증

기업소개:  
기업 개요 및  
연혁

# 종합주방생활용품과 포장용기 문화를 선도하는 삼광글라스가 영혼을 담아 세계로 비상합니다

2012. 12	칠천만불 수출의 탑 수상
2012. 12	세계일류상품 2년 연속 선정
2013. 03	삼광글라스(주) 상호변경
2013. 04	글라스락 7년 연속, 세프토프 2년 연속 로하스인증



기업소개:  
기업 비전

# 삼광글라스는 시장의 Top Leader를 위해 끊임없이 혁신합니다

## 기업비전

"삼광글라스는 시장의 Top Leader 를 위해 끊임없이 혁신하고 있습니다."



Mission	Vision	Core Value
고객에게는 최고의 효용과 가치를 제공하고 주주와 종업원에게는 믿음과 만족을 주는 끊임없이 혁신하는 Creative 기업	2015년 국내 주방생활용품을 비롯한 Container 시장 Top Leader, 세계인이 인정하는 Tableware 세계 3대 Brand	현재 사업에서 최고의 제품과 서비스를 제공하고, 역량 확보 뿐만 아니라 미래의 신 성장동력을 만들기 위해 삼광글라스구성원들이 가져야 할 3대 핵심가치

기업소개:  
기업 비전

# 글로벌파트너



## GLOBAL SALES

Exporting over 80 countries worldwide in 2010



MARTHA STEWART  
COLLECTION



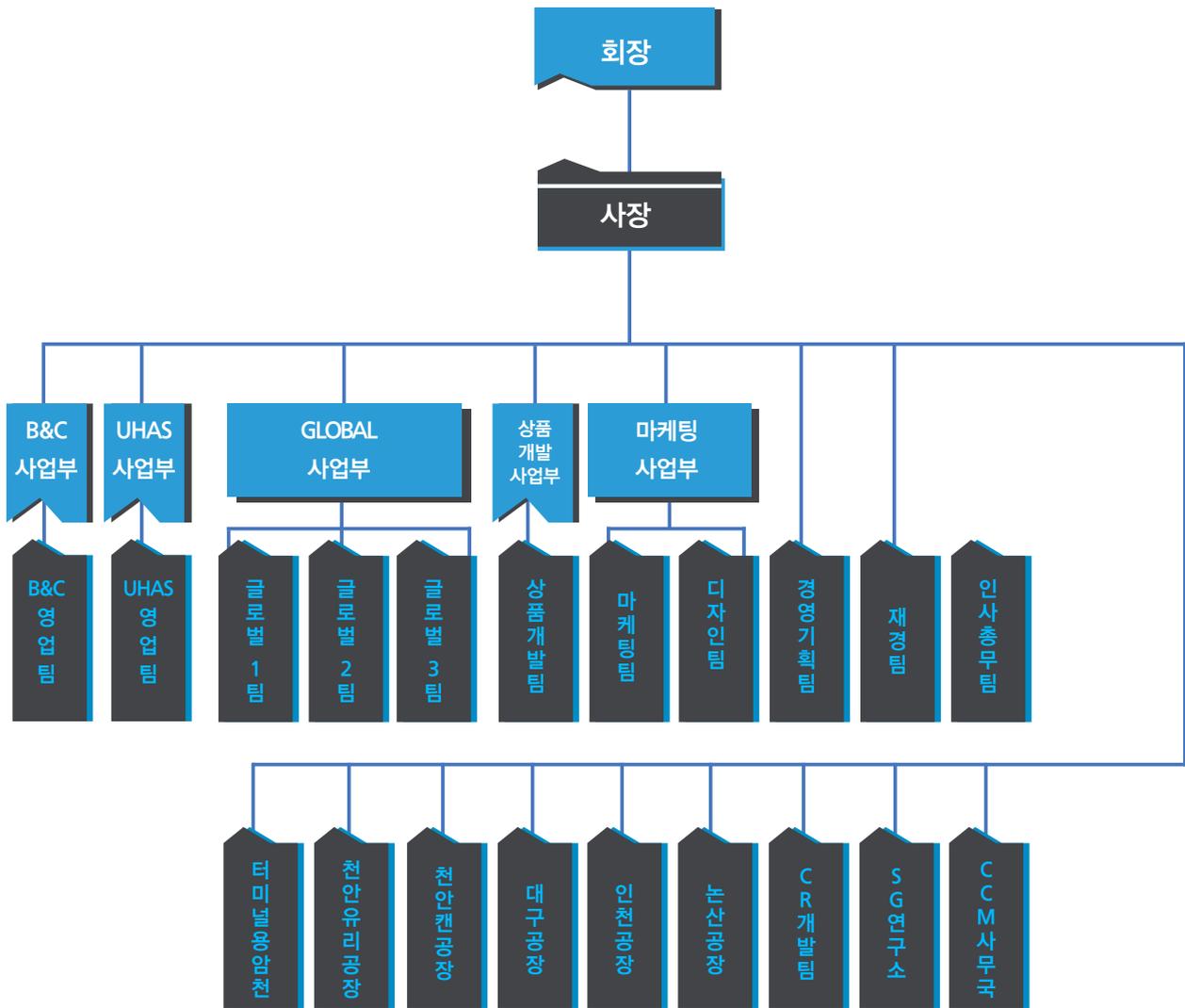
## GLOBAL PARTNERS

글라스락 글로벌 파트너

기업소개:  
기업 조직도

# 기업조직도

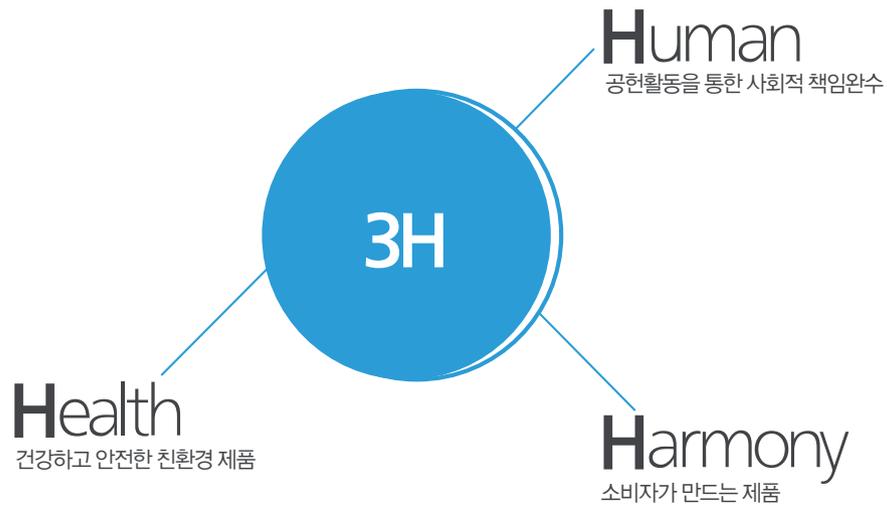
## Organization



경영 비전 및 전략:  
디자인 경영  
전략

# 주인정신, 최고정신, 창조정신을 바탕으로 지속적인 혁신과 성장을 바탕으로 3H라는 디자인 경영전략 수립

## 디자인 경영 전략



### Human | 공헌활동을 통한 사회적 책임완수

- / 행복도시락(인천 남구청)
- / 아토피 환아 후원(초록우산어린이재단)
- / 이유식기 후원(홀트아동복지회)
- / 다문화 및 저소득층가정 후원(v굿피플)
- / 중국 쓰촨성 지진지역 물품 후원 (중국부녀연합)
- / 굿네이버스'Good Water Project' 캠페인 (굿네이버스)

### Harmony | 소비자가 만드는 제품

- / SNS(블로그, 카페, 페이스북) 운영
- / 대한민국퍼스트브랜드대상 2008-12
- / 대한민국대표브랜드대상 2011-12
- / 주부 모니터 및 주부 체험단

### Health | 건강하고 안전한 친환경 제품

- / 대한민국 LOHAS인증(글라스락) 2007-13
- / 대한민국 LOHAS인증(세프토프) 2012-13
- / 시카고 고잉그린(글라스락) 2012-13

경영비전 및 전략:  
디자인 경영  
전략

디자인 경영을 도입하여 C, B를 재정립하여  
새로운 기업 이미지를 만들어갑니다



Quality  
Management



Design  
Management

삼광글라스(주)의 주방생활용품 통합 브랜드인 Uhas는 생활도 환경도 서로 웃는 친환경 제품을 표현하였고 Smile을 디자인 모티브로 적용하였습니다.

U + LOHAS (you) (Lifestyle of Health and Sustainability) — YOUR LOHAS — uhas — U + HAUS (Useful, Upgrade, Urban) (독일어 : 집)

YOUR LOHAS  
uhas

경영 성과:  
사업 및  
공헌실적1

## 디자인 경영을 도입하여 C, B 재정립하여 새로운 기업 이미지를 만들어갑니다

제품	내용
	<p><b>Glass lock / 대한민국 대표 밀폐용기</b></p> <p>글라스락은 삼광글라스(주)에서 약 4년간의 연구 끝에 개발한 국내최초 사면 결착식 내열강화 유리밀폐용기 입니다. 100% 천연유리로 제조되어 색 배임이 없고, 냉동실에서 전자레인지까지 사용 가능하며, 무엇보다 환경호르몬에 안전한 친환경 제품입니다.</p>
	<p><b>CHEF TOPF / 마법의 요리를 선물하는 쿡웨어</b></p> <p>CHEF TOPF는 삼광글라스(주)의 주방용품 대표 쿡웨어 브랜드입니다. "셰프의 마법 비밀 단지" 라는 뜻으로 주방에서 시작된 달콤한 변화를 의미합니다. 자연주의 주방 브랜드로서 가족의 건강, 특히 내 아이의 음식을 요리하는 마음으로 안전 쿡웨어를 만들어 가기 위해 노력합니다.</p>
	<p><b>Outtro / 도시에서 벗어난 자유! Outtro</b></p> <p>Outtro는 삼광글라스(주)의 캠핑 라이프 스타일을 리드하는 아웃도어 브랜드 입니다. 'Outdoor + Metro'의 합성어로 아웃도어의 전문성과 기능성을 가지면서도 디지털 라이프가 일반화된 도시 생활에도 적합하도록 설계 되었습니다.</p>
	<p><b>YumYum / 친환경 유아제품 YumYum</b></p> <p>YumYum은 삼광글라스(주)의 안전하고 친환경적인 유아제품을 리드하는 유아용품 브랜드 입니다. '맛있겠다', '아이 맛있어'라는 영어의 의성어로서 맛있게 음식을 먹는 소리를 표현하였습니다. 건강하게 자라나는 아이의 웃는 모습을 형상화 하였으며, 내 아이의 건강을 생각하여 친환경적인 제품만을 고집합니다.</p>

경영 성과 :  
사업 및  
공헌실적2

다양한 제품개발을 시도함으로써  
기업 이미지를 새롭게 창조해 나갑니다



reddot design award  
winner



product  
design  
award



PIN UPP  
DESIGN AWARDS



GOOD  
DESIGN



PACK  
STAR  
Korea Package Design Award



WEB AWARD  
9th NOMINEE



1



2



3



4

1. GlassLock-Pure
2. Dew drop & Cone Swing
3. Block Canister
4. Yum Yum

경영 성과 :  
사업 및  
공헌실적2

다양한 제품개발을 시도함으로써  
기업 이미지를 새롭게 창조해 나갑니다



reddot design award  
winner



product  
design  
award



PIN UPP  
DESIGN AWARDS



1 2



3 4



1. La Rose
2. Dome Shaker
3. La Petite
4. Classy Timbler

경영 성과 :  
수상 실적

국내외 다양한 수상 실적을 통해  
삼광글라스의 디자인 경영성과를 확인  
할 수 있습니다



reddot design award  
winner



product  
design  
award



PIN UPP  
DESIGN AWARDS



GOOD  
DESIGN



PACK  
STAR  
Korea Package Design Award



WEB AWARD  
9th NOMINEE



3

1. Classy Tumbler
2. Yum Yum baby Meal Set



경영 성과 :  
수상 실적

# 국내외 다양한 수상 실적을 통해 삼광글라스의 디자인 경영성과를 확인 할 수 있습니다

## 대외인증 특허



**미국 FDA**  
미국 식품의약국(FDA, FOOD AND DRUG ADMINISTRATION)의 인증을 취득하였습니다.



**독일 LFGB**  
독일의 식품안전관리 법률인 LFGB 인증을 취득하였습니다.



**100대 우수특허**  
매년 성공적인 특허제품을 대상으로 주최하는 '100대 우수 특허 제품 대상'을 획득하였습니다.



**ISO 9001**  
기업의 품질경영시스템을 심사하는 국제표준화기구 인증을 취득하였습니다.



**5년 연속 로하스 인증**  
한국표준협회(KSA)에서 대한민국 LOHOS 인증(친환경 농업육성 부분)에서 5년 연속 인증을 취득하였습니다.

## 수상내용



**2007 녹색에너지 우수기업 대상**  
산업자원부와 한국일보사, 에너지 관리공단이 선정한 '녹색에너지 우수기업 대상'을 획득하였습니다.



**2007-2008 2년 연속 한국소비자웰빙 지수 1위**  
한국표준협회와 연세대가 각 부문별 웰빙 기능 만족도 1위인 브랜드를 선정하는 '소비자웰빙지수 1위 기업'에 선정되었습니다.



**2009~2012 4년 연속 머스트 브랜드 대상**  
소비자포럼 브랜드 위원회가 주관하는 '대한민국 퍼스트 브랜드 대상'을 획득하였습니다.



**2007 녹색에너지 우수기업 대상**  
한국표준협회와 한국품질경영학회가 개발한 '한국사용품질지수 1위'에 선정되었습니다.



**2011 국민생활안전 캠페인 우수기업**  
한국지속경영여가원이 주관하고 한국품질경영학회, 동아일보가 공동주최하는 '국민생활안전 캠페인'에서 우수기업으로 선정되었습니다.



**2011 5천만불 수출의 탑수상**  
한국무역협회가 주최하고 지식경제부가 지원하는 '5천만불 수출의 탑' 수상을 획득하였습니다.



**2010-2011 2년 연속 대한민국 대표 브랜드 대상**  
IMBC, 동아닷컴, 한경닷컴이 주최하는 '대한민국 대표 브랜드 대상'을 획득하였습니다.



**2011 여성이 뽑은 최고의 명품대상**  
여성신문사가 주관하고 여성가족부, 환경부가 후원하는 "여성소비자가 뽑은 품질 서비스 1위"에 선정되었습니다.



**2012 3년 연속 가장 신뢰하는 브랜드 대상**  
디지털 조선일보가 주최하고 사단법인브랜드협회, 한국소비자안전학회가 후원하는 '제4회 소비자가 뽑은 가장 신뢰하는 브랜드 대상'을 획득하였습니다.



**2012년 세계일류상품 선정**  
대한민국 수출산업에 주도하는 대표 상품 육성을 위해 2001년부터 지식경제부가 주관해 온 '세계 일류상품'에 선정되었습니다.



**2008-2011 4년 연속 올해의 브랜드 대상**  
한국경제신문사와 한국소비자포럼이 공동주최하는 '올해의 브랜드 대상'에 4년연속 대상을 획득하였습니다.

경영 성과:  
사업 및  
공헌실적3

소비자 니즈(Needs)에 부응하고자 SNS를  
통해 항상 고객의 소리에 귀 기울입니다



경영 성과:  
디자인 경영  
성과

글로벌 디자인 경쟁력을 높이고자  
해외전시 및 디자인전시회를  
적극 참여 합니다

디자인 경영  
성과



2012 / 2013년

Ambiente 유리식기 최초 명품관 입성 각 나라별 세계일류상품전 출시)

Ambiente Exhibition / Chicago IHA Exhibition / HK Houseware Fair /

HK Baby Fair / Japan 100% Design



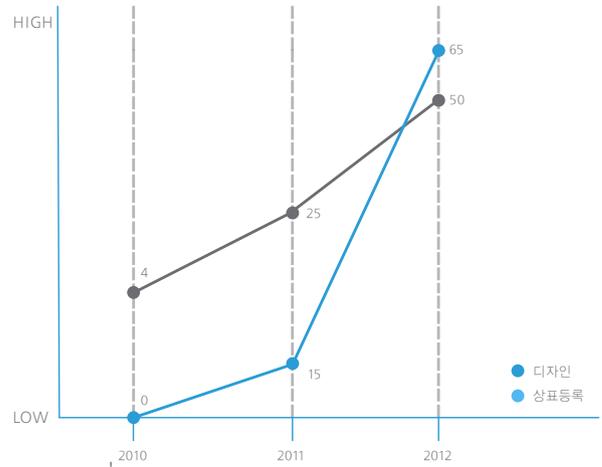
경영 성과:  
디자인 경영  
성과

생활 속의 행복을 드립니다  
생활 속의 즐거움을 만들어 갑니다  
삼광이 함께 합니다

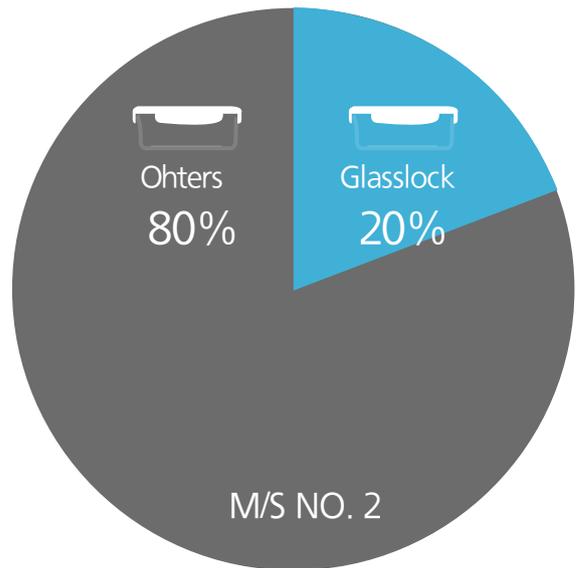
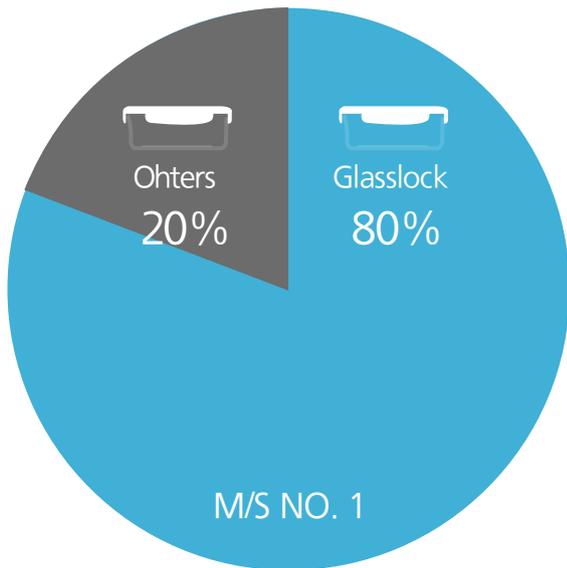
The Intellectual property Right

<b>디자인 의장</b>	<b>96</b>	
국내(88) 해외(8)		
<b>실용신안</b>	<b>05</b>	
국내(5)		
<b>특허</b>	<b>21</b>	
국내(18) 국제(3)		
<b>상표등록</b>	<b>67</b>	
국내(22) 해외(45)		

Managing intellectual property rights



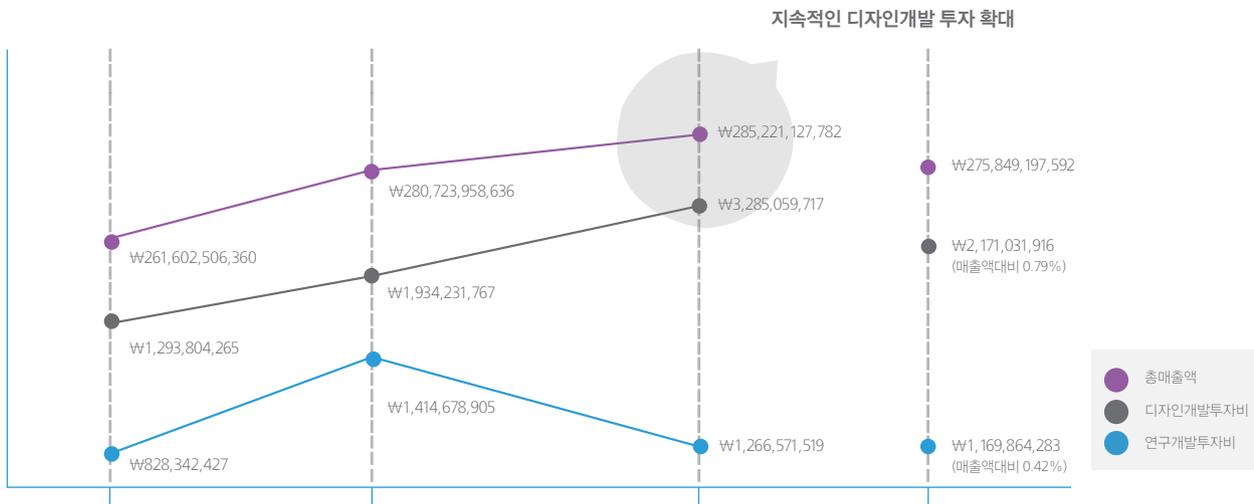
시장 점유율



경영 성과:  
디자인 경영  
성과

생활 속의 행복을 드립니다  
생활 속의 즐거움을 만들어 갑니다  
삼광이 함께 합니다

매출개발 및  
투자



경영 성과 :  
수상 실적

# 국내외 다양한 수상 실적을 통해 삼광글라스의 디자인 경영성과를 확인 할 수 있습니다



**iF**  
product design award  
2013

**La Rose**  
Cookware

**DESIGN**  
Samkwang Glass Co., Ltd.  
Joohee Kim, Seungwook Park  
Seoul, South Korea

**MANUFACTURER**  
Samkwang Glass Co., Ltd.  
Seoul, South Korea

247-107660



**reddot design award**  
winner 2012

The award "red dot" for high design quality, expressing innovation in form and function in an exemplary manner, is presented to:  
Die Auszeichnung „red dot“ für hohe Designqualität, die in beispielhafter Weise Innovation in Form und Funktion ausdrückt, wird verliehen an:

**La Rose**  
Cookware  
Kochgeschirr

**Manufacturer**  
Samkwang Glass Co., Ltd.,  
Seoul, South Korea  
In-house design  
Joohee Kim

Essen, 2 July 2012

*Wan*  
Vivian Wan-Iwan Cheng  
Hong Kong

*Waa*  
Tony K. M. Chang  
Taipei, Taiwan

*h*  
Prof. Dr. Holger Hefnagel  
Munich, Germany

*Peter Zec*  
Prof. Dr. Peter Zec  
Initiator red dot design award  
Essen, Germany



**iF**  
product design award  
2013

**reddot design award**  
winner 2012



경영 성과 : 수상실적

# 국내외 다양한 수상 실적을 통해 삼광글라스의 디자인 경영성과를 확인 할 수 있습니다

## WEB AWARD KOREA

Nominee of Product Brand Section



제품브랜드일반 분야 우수상

서비스명 삼광유리 글라스사이트  
수상기관 삼광유리㈜

귀사(기관)는 사단법인 한국인터넷전문가협회가 주최하고 웹어워드위원회가 주관하는 제 9회 웹어워드 코리아 대한민국 웹 이노베이션 대상 시상식에서 가장 혁신적이고 우수한 인터넷서비스로 인정받아 위와 같이 수상하였기에 그 영예와 성과를 기리어 본 상을 수여합니다.

We award this prize to praise your honor and achievement. has been rated as the most innovated and best internet service at the 9th WEB AWARD KOREA of the Web Award Committee and Korea Internet Professionals Association.

2012.12.06  
사단법인 한국인터넷전문가협회 제9회  
웹어워드위원회 시상식



**kipfa**  
(사)한국인터넷전문가협회

©2011 Web Award Korea. All Rights Reserved.

### More transparent for your child!

#### YumYum, the eco-friendly children's ware!

**< The hot item of 'YumYum', the children's glassware, for choosy moms >**

**- The cleaner and safer YumYum Baby Food Containers**

YumYum Baby Food Containers are made from the same high quality glass used to make glassware and tableware. They are made of clear glass and are completely free of BPA, lead, and other harmful chemicals. They are also free of any toxic substances and are safe for your baby's health. They are also free of any toxic substances and are safe for your baby's health. They are also free of any toxic substances and are safe for your baby's health.

**YumYum Nursing Bottles - the first container for your baby's mouth**

YumYum Nursing Bottles are made from the same high quality glass used to make glassware and tableware. They are made of clear glass and are completely free of BPA, lead, and other harmful chemicals. They are also free of any toxic substances and are safe for your baby's health. They are also free of any toxic substances and are safe for your baby's health. They are also free of any toxic substances and are safe for your baby's health.

**YumYum Baby Formula Containers - easy to use anytime, anywhere**

YumYum Baby Formula Containers are made from the same high quality glass used to make glassware and tableware. They are made of clear glass and are completely free of BPA, lead, and other harmful chemicals. They are also free of any toxic substances and are safe for your baby's health. They are also free of any toxic substances and are safe for your baby's health. They are also free of any toxic substances and are safe for your baby's health.

### Welcome to Glasslock

**The new and improved Glasslock Smart for more sophisticated table-setting!**

Glasslock has released its new and improved Glasslock Smart. This new line of glassware is made from the same high quality glass used to make glassware and tableware. They are made of clear glass and are completely free of BPA, lead, and other harmful chemicals. They are also free of any toxic substances and are safe for your baby's health. They are also free of any toxic substances and are safe for your baby's health. They are also free of any toxic substances and are safe for your baby's health.

**Glasslock Smart Features**

- 1. Innovative Design (Easy to Clean)
- 2. Available in a variety of colors and finishes
- 3. Available in a variety of sizes and shapes
- 4. Available in a variety of materials
- 5. Available in a variety of finishes
- 6. Available in a variety of colors
- 7. Available in a variety of shapes
- 8. Available in a variety of sizes
- 9. Available in a variety of materials
- 10. Available in a variety of finishes

### Store, cook, and set the table all at once!

#### Hosting a home party has become easier than ever with Glasslock bakeware!

**Glasslock Mixing Bowls and Plus Containers for serving food and storing leftovers**

Glasslock Mixing Bowls and Plus Containers are made from the same high quality glass used to make glassware and tableware. They are made of clear glass and are completely free of BPA, lead, and other harmful chemicals. They are also free of any toxic substances and are safe for your baby's health. They are also free of any toxic substances and are safe for your baby's health. They are also free of any toxic substances and are safe for your baby's health.

**Glasslock Ring Tapers and Striped Containers for safe and easy baking and broiling in the oven**

Glasslock Ring Tapers and Striped Containers are made from the same high quality glass used to make glassware and tableware. They are made of clear glass and are completely free of BPA, lead, and other harmful chemicals. They are also free of any toxic substances and are safe for your baby's health. They are also free of any toxic substances and are safe for your baby's health. They are also free of any toxic substances and are safe for your baby's health.

### The smarter way to organize your fridge with Glasslock!

**Pasta Canisters**

**Standard Canisters**

**Block Canisters**

**Door Pockets**

**Results of the Survey**

77% of respondents use Glasslock products in their homes.

85% of respondents use Glasslock products in their homes.



### AWARDS & CERTIFICATES

- 독일LFG인증 획득 (2008)
- 미국FDA 인증 획득 (2008)
- 스위스 SGS 인증 획득 (2008)
- ISO9001 인증 획득LOHAS인증 획득(5년 연속) (2007~2011)
- 세계일류상품 선정 (2011)
- 5천만불 수출의 탑 수상 (2011)

### 훈장 및 표창

- / 독일LFG인증 획득 / 미국FDA인증 획득
- / 스위스SGS 인증 획득 / ISO9001 인증 획득
- / LOHAS 인증 획득 / 세계일류상품 인증 획득
- / 7천만불 수출의탑 수상 / 올해의브랜드대상(08-13)
- / 대한민국퍼스트브랜드대상(09-13)
- / 대한민국대표브랜드대상(11-12)
- / 품질경영인증 획득(08-09) / 디자인경영대상
- / CCM 인증 획득

경영 성과:  
사회 공헌 실적

# 생활 속의 행복을 드립니다 생활 속의 즐거움을 만들어 갑니다 삼광이 함께 합니다

## 사회공헌 실적

MORE GREEN MORE BRIGHT

## 더 푸르게 더 밝게

### 기업의 사회적 책임이란

기업이 생산 및 영업활동을 하면서 환경경영, 윤리경영, 사회공헌과 노동자를 비롯한 지역사회 등 사회의 전체에 이익을 동시에 추구하며, 그에 따라 의사 결정 및 활동을 하는 것을 말합니다. 세계적인 비영리 단체인 위키미디어 재단이 운영하고 있는 위키백과 한국어판에서는 기업의 사회적 책임의 예로 다음과 같은 것들을 들고 있습니다. 삼광글라스는 'ONE GREEN STEP' 캠페인을 통해 이러한 기업의 사회적 책임을 다하고 작고 따뜻한 한걸음 한걸음을 모아서 세상을 밝고 환하게 만들어 가기 위해 노력할 것입니다.

이를 위하여 삼광글라스는 제조에서부터 완성까지 친환경 소재를 사용하여 더 푸른 세상을 만들어 나가고 저소득층 아토피 환아 치료비 지원 활동과 아프리카 우물파기, 행복도시락 등 다양한 사회 공헌 활동을 통하여 소외된 이웃과 함께 하고 다양한 환경활동을 통하여 깨끗하고 푸른 세상을 만들기 위해 더욱 앞장서도록 하겠습니다.

/ 취약계층에 일자리, 사회서비스 제공 등 사회적 목적 추구

/ 영업활동 수행 및 수익의 사회적 목자 재투자

/ 영업활동을 통해 창출되는 이익을 사업자체나 지역공동체에 투자, 사회적 목적으로 사용

### 슬로건

One Green Step 캠페인의 슬로건은 MORE GREEN MORE BRIGHT 입니다.

**MORE GREEN  
MORE BRIGHT**

경영 성과:  
사회 공헌 실적

## 생활 속의 행복을 드립니다 생활 속의 즐거움을 만들어 갑니다 삼광이 함께 합니다

### 심볼

One Green Step 의 심볼은 자연과 함께 소외된 이웃들을 생각하는 삼광글라스의 철학이 반영되어 있습니다.



## 저소득층 아토피 환아 후원 캠페인

### '몸 튼튼 마음 튼튼' 후원

초록우산 어린이재단은 1948년 전쟁고아 구호 활동을 시작으로, 오늘날까지 60여년간 아동 복지 사업을 수행하고 있는 아동 복지 전문 기관으로 Child Fund Alliance 회원국으로서 국내 아동 지원뿐만 아니라 해외아동 지원 사업도 수행하고 있습니다.

어린이 재단의 후원 프로그램중 하나인 '몸 튼튼 마음 튼튼'은 강제적 빈곤이나 부모의 부재, 학대 등으로 신체적, 정신적 어려움을 겪는 아이들에게 의료지원, 심리치료, 대리보호, 학대보호 등을 위한 치료 및 보호 사업을 수행하는 아동발달지원사업으로 아이들이 건강하게 성장할 수 있도록 지원하고 있습니다.

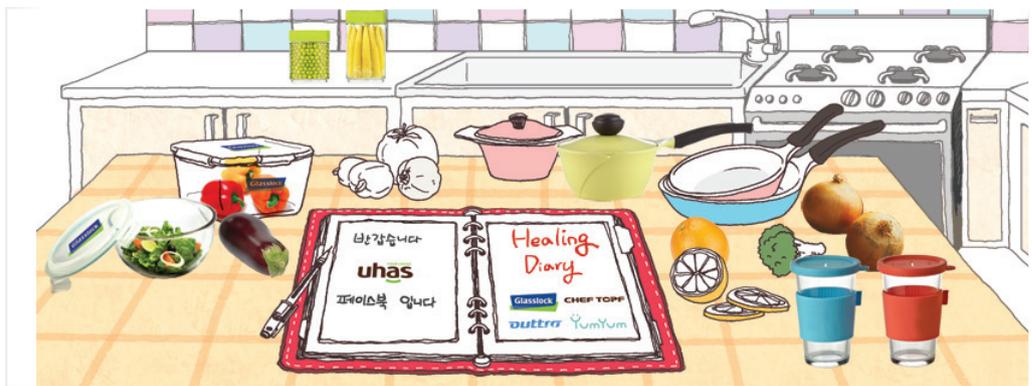
경영 성과 :  
사회 공헌 실적

# 생활 속의 행복을 드립니다 생활 속의 즐거움을 만들어 갑니다 삼광이 함께 합니다

## 결식 아동 지원 캠페인

행복 도시락 후원

삼광글라스는 기존에 결식아동들에게 일회용이나 플라스틱 식기로 제공되었던 행복 도시락이 환경호르몬과 위생문제등이 있다는 것을 인지하고 삼광글라스의 친환경 용기인 '글라스 락'을 지원하여 결식아동들에게 보다 신선하고 보다 위생적인 행복 도시락을 제공하였습니다. 행복 도시락에 후원되는 글라스 락 제품은 반찬통 3개, 밥그릇용 식기 1개 등 4개 제품을 1인분용 도시락으로 만든 유리밀폐용기 도시락 세트로, 날개로는 총 1600여 개 상당의 수량입니다. 이 도시락세트는 인천시 남구 지역 21개동의 결식 아동 200여 명에게 무료 급식 제공용으로 사용되어 미래의 희망인 아이들에게 신선하고 위생적이며 친환경적인 먹거리를 제공하고 있습니다.



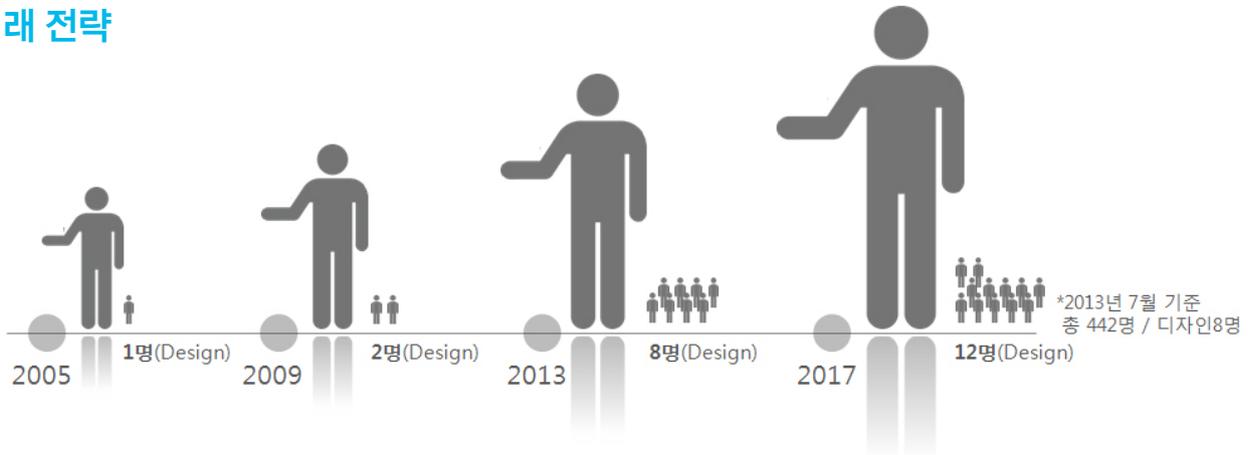
### 사회공헌실적

- 중국 쓰촨성 지진 지역 물품 후원(중국부녀연합회) / 행복도시락 v후원(인천 남구청)
- 아토피 환아 후원(초록우산어린이재단) / 이유식기 후원(홀트아동복지회)
- KBS 스카우트(특성화 고교 발전 및 청소년 취업) 프로그램 진행
- 다문화 및 저소득층가정, 아동시설 후원(굿피플)

디자인 비전:  
미래 전략

# 2017년까지 현재 8명에서 12명으로 디자인 인원 충원 예정 해외전시회 참관 및 개인 역량 강화 예정

## 미래 전략



## Collaboration



## Green Design



## Universal Design



지속적 친환경 신소재 도입  
패션, 식품, 전자업계 브랜드와의 협업  
타 브랜드와 콜라보레이션을 통한 디자인 진행  
유니버설 디자인 접목. 노년층, 영유아, 장애인 등  
고객의 건강과 안전을 최우선시 하는 제품 개발  
특수층 사용 편의를 위한 제품 디자인 노력

15<sup>TH</sup> | K O R E A  
D E S I G N  
A W A R D

디 자 인 경 영 부 문

최우수상

국무총리표창

이 노 그 라 텍

대한민국  
디자인 대상:  
수상작

# 디자인 경영부문 : 최우수상



## 기업소개

- | CEO메시지
- | 기업 철학, 비전
- | 사업 분야, 기업 경쟁력
- | 기업연혁
- | 기업 조직도

## 경영 비전 및 전략

- | 디자인 경영 철학
- | 디자인 경영 전략

## 디자인 경영 활동

- | CI, BI Identity 수립
- | 브랜드 런칭
- | 디자인프로세스 수립
- | 디자인 Spec-In
- | 디자인 제안

## 디자인 경영 성과

- | 주요 제품 소개
- | 적용 제품
- | 지적 재산관리

## 디자인 비전

- | 미래전략

기업소개 :  
CEO 메시지

## 이노그라텍의 디자인경영은 급변하는 시장과 경쟁, 기술평준화 속에 지속경영 할 수 있는 핵심 Solution입니다



안녕하십니까? 이노그라텍 CEO 조원준입니다.  
소득수준이 향상되고 개인의 기호적 소비의 형태로 이행되면서 제품의 다양화 속에 디자인은 상품구매의 중요한 기준이 되었습니다.  
고객의 높아지는 욕구에 앞서 이노그라텍은 새로운 세대의 표면재로 자리매김하여 무한경쟁 및 Needs를 넘어선 감성을 리드하고 만족시키는 고객 가치를 창출하겠습니다. 이러한 이노그라텍의 노력의 중심에는 혁신적인 '디자인'이 있습니다.

이노그라텍은 1991년 그라비아인쇄금형 제작을 시작으로 2009년 충북음성에 대단위 생산라인을 구축하여 인테리어Film, 가전 Film, 가구용 Film등을 생산하며 급변하는 Global Trend와 기술요구에 맞춰 디자인센터, R&D센터 운영 및 금형 개발 등 자체기술과 더불어 경제성과 신뢰성이 뛰어난 UV Film 생산으로 해외시장 진출 및 대한민국 최고의 제품생산경쟁력을 갖추고 있습니다.

환경, 감성과 창의성을 기본으로 하는 혁신적인 디자인 및 디자인 경영, 미래지향적 도전과 지속적 창조경영을 통해 이노그라텍만의 기업경쟁력을 창출해 낼 것이며 최고의 품질과 감성을 제공하는 글로벌기업으로서 고객의 가치 및 뉴패러다임을 창출하며, 이노그라텍은 자연과, 사람과 호흡하는 디자인 감성 전략으로 대한민국 디자인 대상 국무총리상 수상과 함께 2020 비전인 표면재 시장의 세계 Top Tier 소재 전문 기업으로 거듭날 것입니다.

감사합니다.

주) 이노그라텍 CEO 조원준

기업소개:  
기업 철학,  
비전

'기술로, 세계로, 미래로'는  
세계속에 이노그라텍의 기술과 문화를  
알리고자 하는 의지와 도전입니다

기업 철학,  
비전

Emotional

고객 행복의 가치

Creative

창조적 정신의 가치

Sustainable

지속 경영의 가치

Total Solution of Surface

### Vision 2020

고객과 꿈을 실현하는 Global Company

미래로

Top Tier Surface Material 기업

세계로

가치 창출을 위한 Localized 化

기술로

Design

R & D

Quality

기업소개:  
사업분야  
기업 경쟁력

다양한 표면재 시장에서 디자인센터는  
시장을 리드하는 전문적이며 독창적인  
디자인력을 확보하고 발전시키고 있습니다

사업분야,  
기업 경쟁력

Field of business

Design	
Mold + Printing + UV Imprinting	
원단 생산	<ul style="list-style-type: none"> <li>가구용, 바닥재, VCM, 자동차용 등 원단 생산</li> </ul>
금형, 제작	<ul style="list-style-type: none"> <li>그라비아인쇄 금형</li> <li>UV 인쇄, 특수 금형</li> </ul> 
가정용 표면재	<ul style="list-style-type: none"> <li>냉장고용 표면재</li> <li>TV panel 및 베젤용 표면재</li> <li>에어컨, 온수기용 표면재</li> </ul> 
건축용 표면재	<ul style="list-style-type: none"> <li>가구용 표면재</li> <li>타일/바닥재용 표면재</li> <li>엘리베이터, 건축자재 표면재</li> </ul> 
IT용 표면재	<ul style="list-style-type: none"> <li>핸드폰 비산방지필름</li> <li>핸드폰용 IML, IMD 필름</li> <li>노트북용 IMD 필름</li> <li>자동차용 IMD 필름</li> </ul> 

Strength

디자인 센터	<p>디자인 경쟁력 확보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>유수 대기업과의 Collaboration을 통한 디자인 경쟁력 확보</li> <li>천연 소재의 패턴화 및 다각적 Industry에 응용 (산업, 가구, 가전 IT, 건축, ect)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- S / W : 아라베스크, 포토샵, 일러스트 등</li> <li>- 설 비 : 광폭(3m) 크루즈스캐너, 드럼스캐너, Plotter 등</li> </ul> </li> </ul>
생 산	<p>품질 만족 경영을 위한 Total Solution 제공</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>TPM, ISO, 6시그마 등을 통한 품질 관리 체제 구축</li> <li>자체 설비 및 생산을 통한 신뢰성 확보</li> </ul>
R & D	<p>핵심 기술 확보를 위한 신제품 개발</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>금형 처방, 생산등의 핵심 Procedure정립</li> <li>우수한 개발 인력을 통한 맞춤형 제품 개발력 확보</li> <li>시험용 설비 Pilot 설비 확보</li> </ul>
금형제작	<p>특수 금형 제작</p>

기업소개:  
기업 연혁

# 고객과 함께 표면재의 새로운 세대를 이끌고 토탈 솔루션을 제공하는 전문기업으로 힘차게 성장하고 있습니다

1991년 창립 이래, 금형 제작 전문기업에서 원단, 인쇄 전문기업으로 나아가 UV Im-  
printing 까지 인테리어 필름 제작 및 생산에 고객까지 최우선으로 하는 인테리어 시  
트 전문기업입니다.

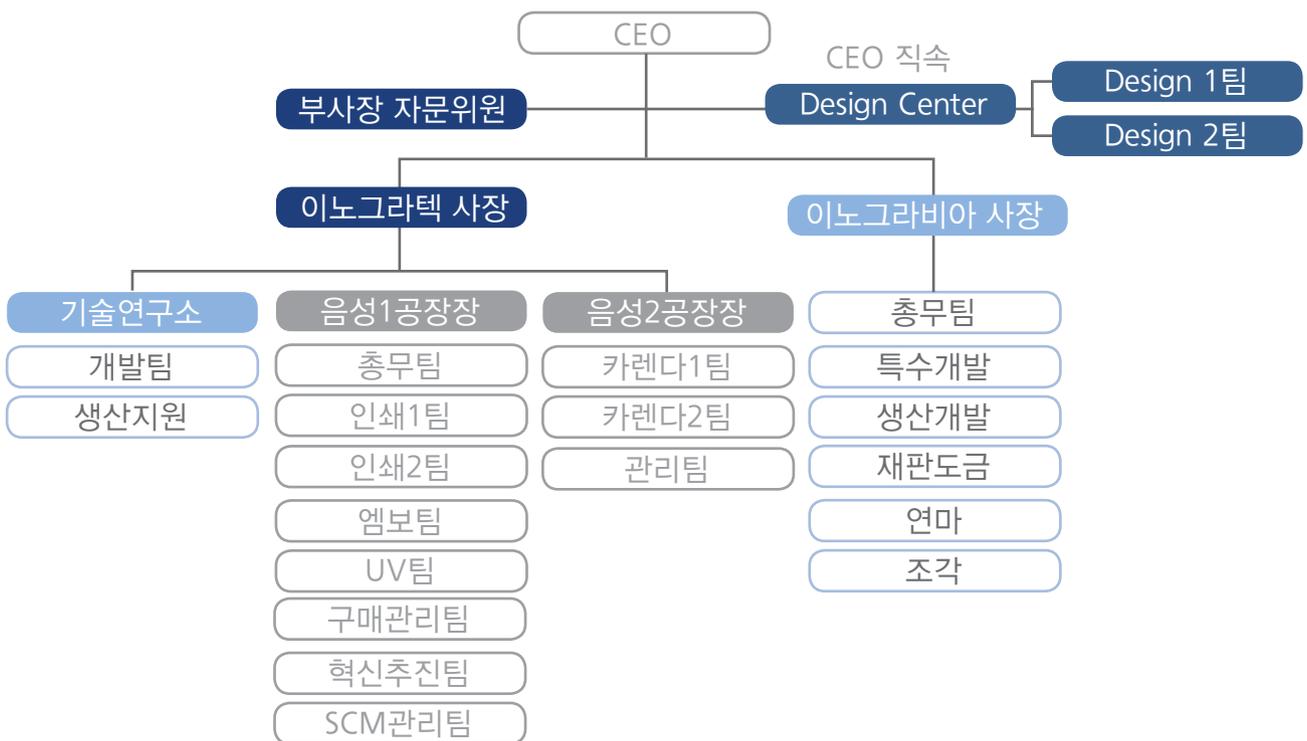
## 기업 연혁

	1991	이노그라비아 설립(인쇄 금형 제작)
	1998	디자인팀 운영
	2008	디자인 경영 도입
Start	2009	이노그라텍 법인 전환
	2009	기술연구소 설립
	2010	자사브랜드 <b>INNOVISTA™</b> 런칭
	2010	제품별 Design Identity 수립
Elaboration	2010	Window용, 가전용, 가구용 VCM개발
	2011	벤처기업인증
	2012	IT용 표면재 개발 (IMD, IML)
	2013	차세대 제품개발, 음성2공장 설립

기업소개:  
기업조직도

디자인경영을 위한 첫 걸음으로 디자인센터를 CEO 직속으로하여 신속한 의사소통, 결정 및 실행되도록 하였습니다

조직도



경영비전 및 전략:  
디자인경영  
철학

# 디자인 경영철학의 3가지 브랜드 전략으로 이노그라텍은 세계 시장을 향해 달려가고 있습니다

## 기업 연혁

### Design Vision 2020

Vision  
2020

2020 Top tier Surface Material 기업

Design  
Vision

자연, 사람과 함께하는 Design

Strategy

Brand Identity

Brand Equity

Brand Diversity



디자인 경영  
비전 및 전략:  
디자인 경영  
전략

# 디자인 개발 System 구축을 통해 수동적인 디자인 마케팅에서 주도하는 디자인 마케팅으로 진화하고 있습니다

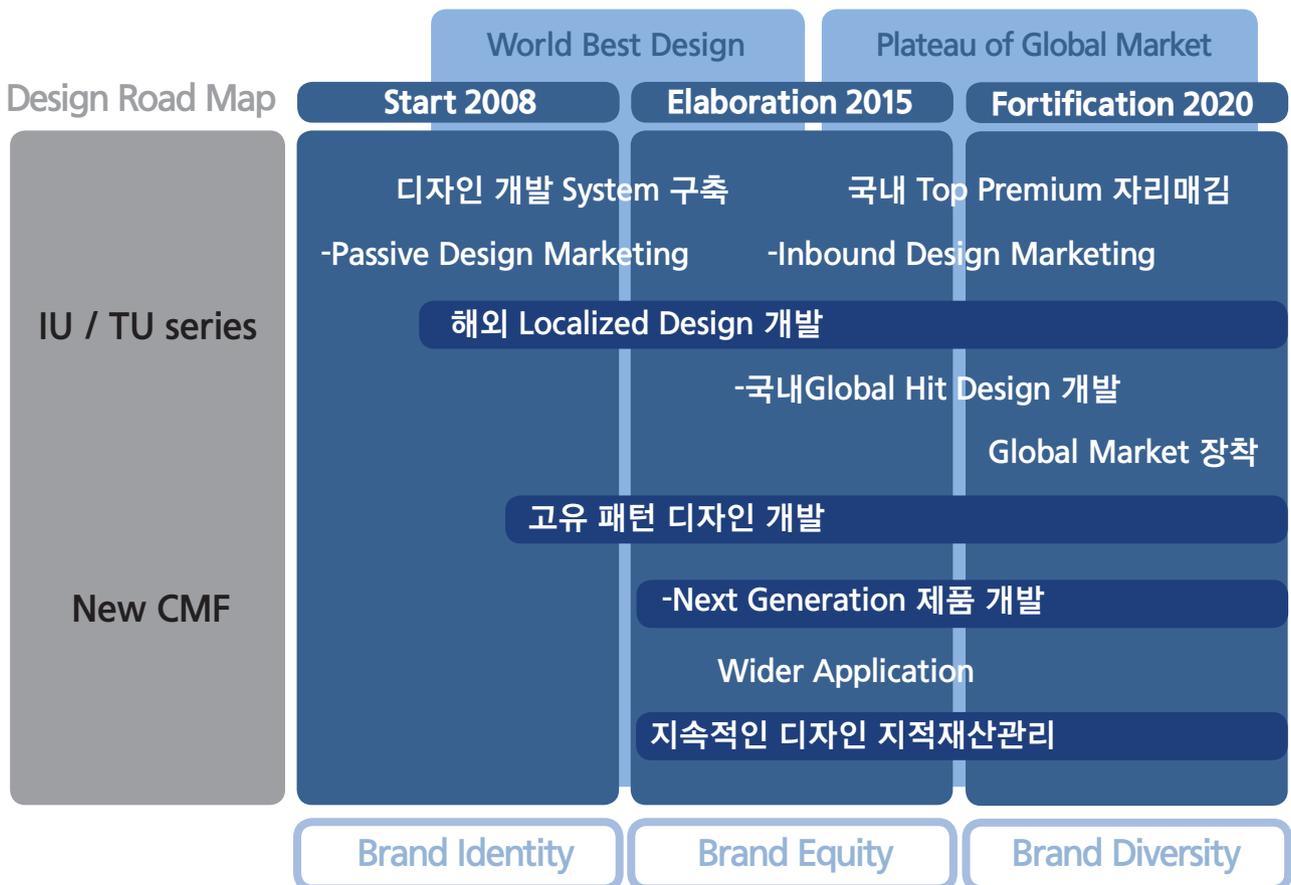
## 디자인 경영 전략

### Design Management Strategy

Design Development, Management, Identity 수립으로 고객의 Premium Value 창출과 성공적인 Global 시장진입 및 확대

### Design Vision

자연, 사람과 함께하는 Design



디자인 경영 활동 :  
CI, BI Identity

# Brand Identity 정립을 위해 CI, BI를 재정비 하였습니다

CI, BI  
Identity

CI 및 BI 제정 기업이미지 정립



기존

INNOgratech

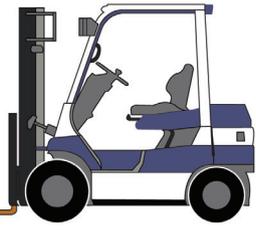
신뢰감과 규모를 나타내는 세련된 블루를 사용하여 다양한 디자인 개발경험을 갖춘 디자인 전문 기업임을 표현한다

(주)이노그라텍 (주)이노그라텍

INNOgratech



음성공장



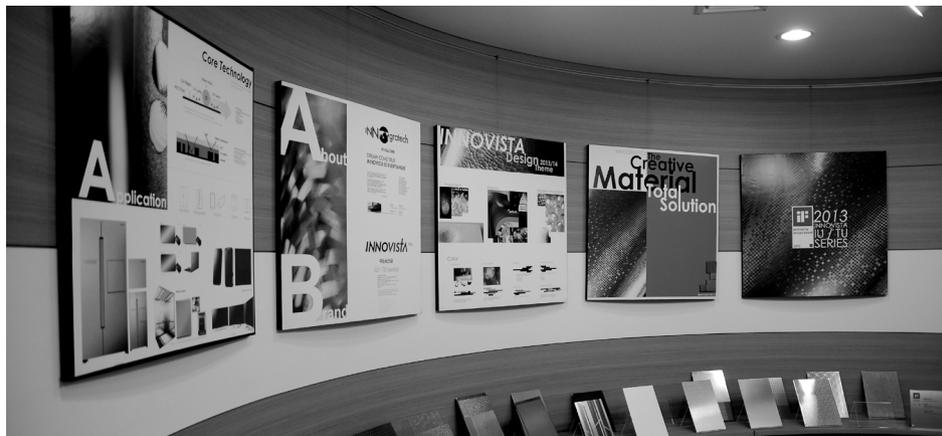
디자인 경영 활동 :  
브랜드 런칭

# Innovation과 Vista의 합성어로 혁신적인 제품으로 트렌드를 선도하는 신개념의 Decoration Film 제품입니다

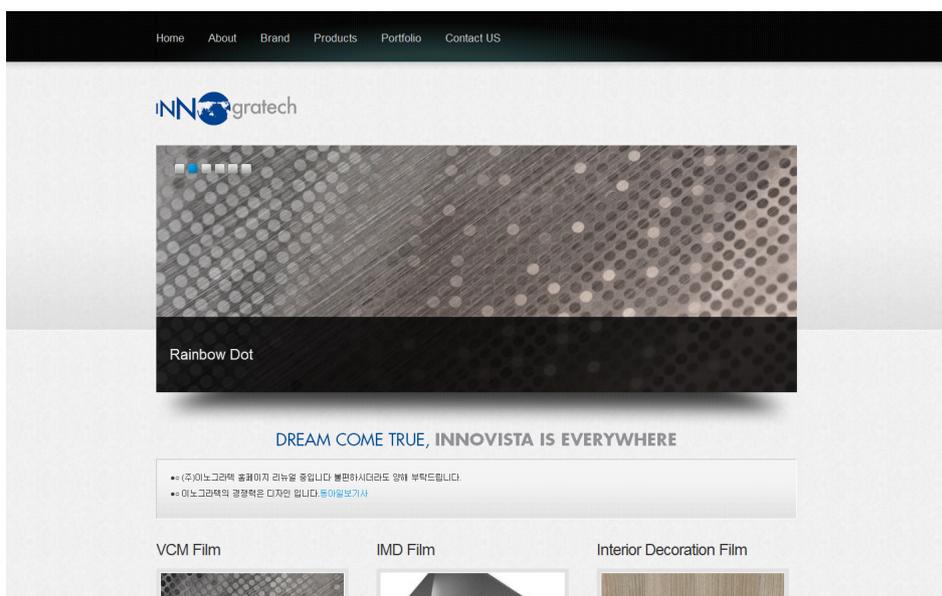
## 브랜드 런칭

# INNOVISTA<sup>TM</sup>

블루와 Earth Tone의 Grey 컬러로 믿음이 있는, 신뢰의 기업 이미지와 블루의 환경  
적인 컬러와 함께 Surface Material 글로벌 No1이라는 미래를 함축한다.



Gallery 설치

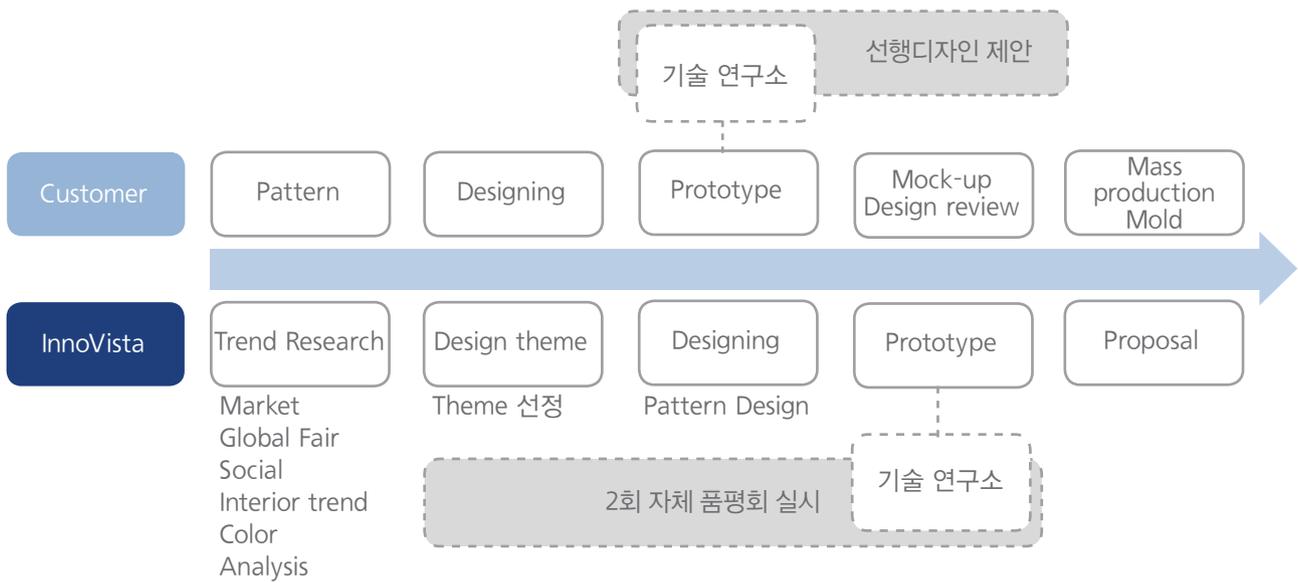


www.innogt.com

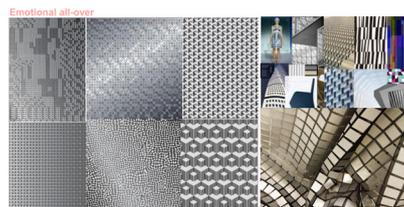
디자인 경영활동 :  
디자인  
프로세스 수립

# 체계적이고 효율적인 디자인 업무를 위한 개발 프로세스를 재구성 하였습니다

## 디자인 프로세스 수립

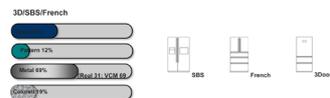


2012 InnoVista film theme



Refrigerator Market (2010/11China)

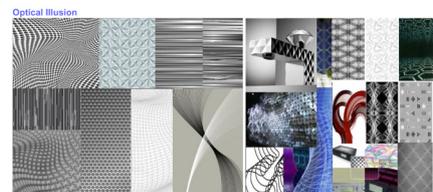
Grade(등급)	Premium, SBS, European Style / Independent Brand (Haier/Canova)
Frame	Glass Door (Pattern / Korean Style / Solid)
Material	Steel, Stainless VCM
Pattern	Fluted Pattern
Color	Metal, Wine, White
Combination Type	3Door, 2Door, 4Door, 5Door, 6Door, 7Door, 8Door, 9Door, 10Door, 11Door, 12Door, 13Door, 14Door, 15Door, 16Door, 17Door, 18Door, 19Door, 20Door, 21Door, 22Door, 23Door, 24Door, 25Door, 26Door, 27Door, 28Door, 29Door, 30Door, 31Door, 32Door, 33Door, 34Door, 35Door, 36Door, 37Door, 38Door, 39Door, 40Door, 41Door, 42Door, 43Door, 44Door, 45Door, 46Door, 47Door, 48Door, 49Door, 50Door, 51Door, 52Door, 53Door, 54Door, 55Door, 56Door, 57Door, 58Door, 59Door, 60Door, 61Door, 62Door, 63Door, 64Door, 65Door, 66Door, 67Door, 68Door, 69Door, 70Door, 71Door, 72Door, 73Door, 74Door, 75Door, 76Door, 77Door, 78Door, 79Door, 80Door, 81Door, 82Door, 83Door, 84Door, 85Door, 86Door, 87Door, 88Door, 89Door, 90Door, 91Door, 92Door, 93Door, 94Door, 95Door, 96Door, 97Door, 98Door, 99Door, 100Door
Type	Korean Brand / SBS Type: The Most Japanese / French Type: Popular
Glass Share(%)	3Door: French, SBS Material in 31% Glass



2012 Thematic Design Proposal



2012 InnoVista film theme



디자인 경영활동 :  
디자인  
Spec-in

시장조사 및 트렌드 리서치 정보 제공 등  
현지 디자인 서비스 강화로 고객사를 만족  
시키는 디자인 마케팅을 실시하고 있습니다

디자인  
Spec-in

Global Fair



- Key Words**  
Question of Material  
Mix-mash  
Re-Balancing (Global Seasonal)  
Primitive Raw  
Less is More  
Sustainability  
Essentialism  
Classic Modernity  
Awakening of the Senses  
+ High tech

From Concept2011 / Home&2011 / Residence / Material&2011 / Concept

Social Trend

Fantasy Executants

Technology extremes/ Co-evolution/ Your Life in2020/ Augmented Reality



Heritage Regenerator.

Give the Traditional Value to Younger Consumer Group  
Who value the Reputation, Formality, History, and Tradition



Cultural Hybrid

Cultur MIX and Idea



Utility

No Waste No Demand / Practicality / User-friendly

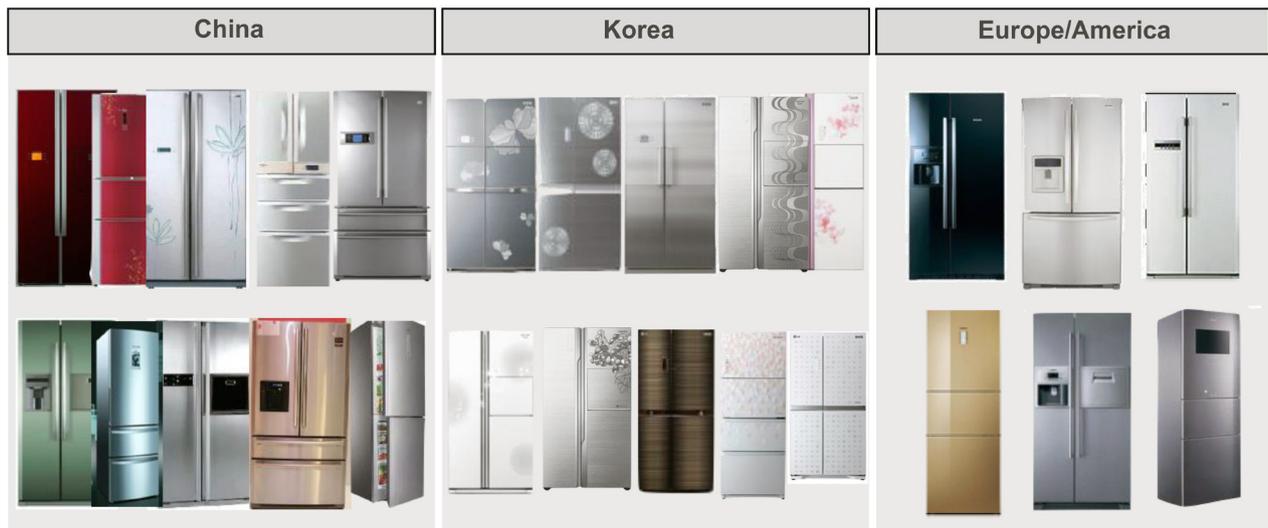


Collective innovator

T.O.I.F / Realize the virtual / Open Innovation



Product Design Trend / Refrigerator

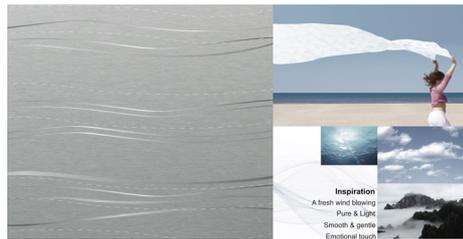


디자인 경영활동 :  
디자인 제안

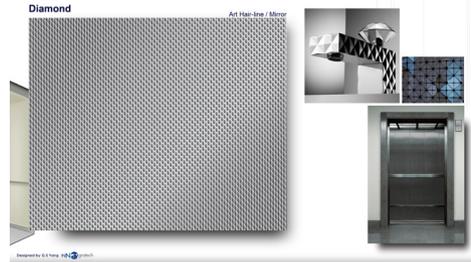
# 트렌드 및 시장분석을 통한 고객사에 맞는 디자인을 선행 개발하여 제안합니다

## 디자인 제안

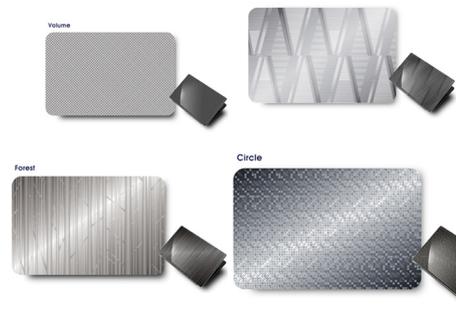
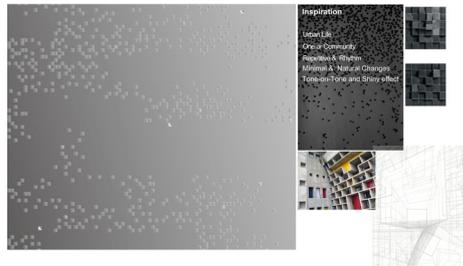
2012 Refrigerator C.M.F Design Concept / A Wave of Pure



Design Film for Elevator, Interior



2012 Refrigerator C.M.F Design Concept / Cube



FGI, 디자인 설문조사 및 품평,  
차기디자인 개발 반영

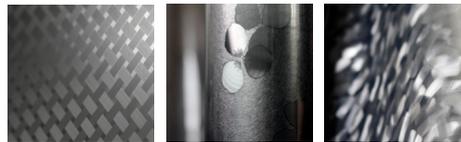
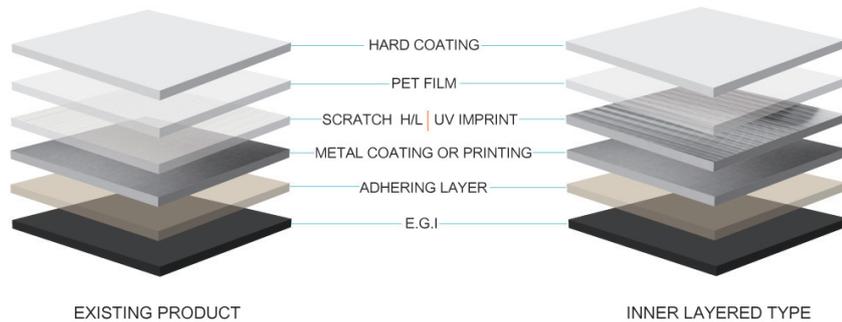
디자인 경영성과:  
주요 제품소개

# 금형을 통한 UV 성형으로 모든 금속 가공패턴의 입체 효과를 표현합니다

## 주요 제품소개

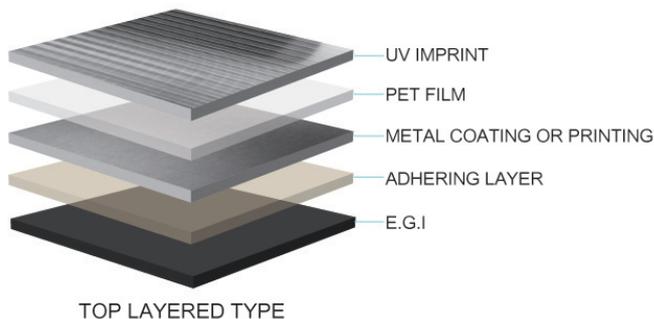
### Inner type (IU-series)

금형을 통한 UV 성형으로 모든 금속 가공패턴의 입체 효과를 표현합니다. 고가의 금속 가공기법으로 자연스러운 질감의 가로 및 세로 헤어라인등 여러 헤어라인 패턴 및 다양한 3D 효과의 복합패턴 구현이 가능합니다.



### Top type (TU-series)

자연스러운 헤어라인 및 다양한 금속 재질감을 Hard Coating에 구현하여 금속가공 패턴에서부터 섬세한 난반사입체 패턴 구현이 가능합니다. 고감각의 소프트한 터치감 (Tactual)으로 촉각적 감성을 만족시켜줍니다.



디자인 경영성과:  
적용 제품

이노비스타가 표현하는 디자인 확장성에는  
제품의 한계가 없습니다

## 적용 제품

### Interior Sheet



엘리베이터



엘리베이터



방화문



window Sheet

### Home appliances

#### Samsung Refrigerator



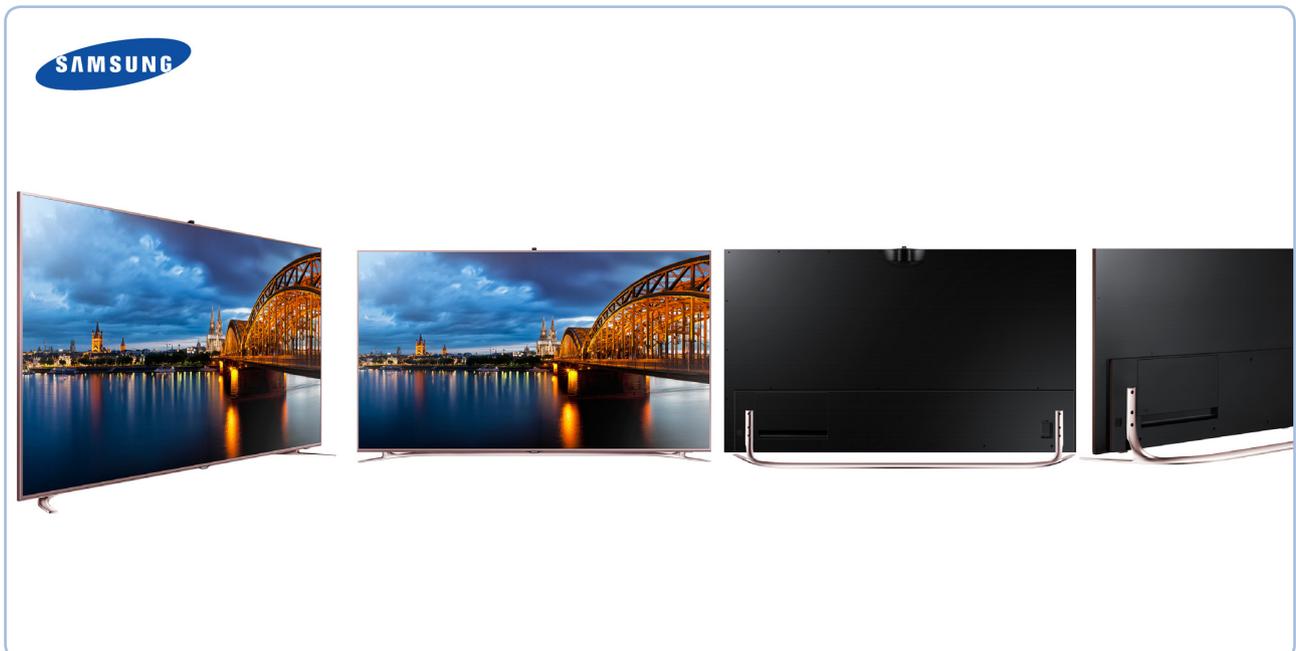
디자인 경영성과:  
적용 제품

이노비스타가 표현하는 디자인 확장성에는  
제품의 한계가 없습니다

Pantech Mobilephone



Samsung SmartTV Backpanel



디자인 경영성과:  
지적재산관리

# 지적재산권과 해외디자인 수상으로 대외 경쟁력을 높이고 있습니다

## 지적재산관리

### 지적재산관리

- 2010
- 2011
- 2012-13
- 2013

특허출원 : 금속질감과 음영을 갖는 인테리어 필름의 제조방법  
 상표등록  
 디자인 의장등록 11건. 현 23건 출원중  
 독일 IF 패키지 디자인(2013)



## 기업/품질인증

- 2010
- 2010
- 2011
- 2012
- 2012
- 2012
- 2013

ISO 9001 : 2009 - 품질 경영 시스템  
 ISO 14001 : 2009 - 환경 경영 시스템  
 화학소재 회원사 / 화학소재 솔루션 센터  
 으뜸기업 선정서 / 중소기업 진흥공단  
 벤처기업협회 회원 / 사단법인 벤처 기업협회장  
 로하스 인증 - 유해물질 관리 인증 / SGS Korea  
 기업부설연구소/한국산업기술진흥협회장



디자인 비전:  
미래 전략

디자인 경영의 3가지 브랜드 전략으로  
이노그라텍은 2020년 세계 Top tier Surface  
Material 기업으로 성장해 나갈 것입니다

## 미래 전략

2008 Start	2015	2020
Brand Identity	Brand Equity	Brand Diversity
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지속적인 Renewal 디자인 개발</li> <li>• Collaboration을 통한 신제품 개발</li> <li>• Global Major고객 정착</li> <li>• 미주 유럽시장 대상 고객 맞춤 디자인 Spec-in</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신규시장 개척</li> <li>• 신규 Application 창출</li> <li>• 지속적인 성장을 위한 고객기반 확대 및 강화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 세계 Top Tier Surface Material 기업</li> </ul>

15<sup>TH</sup> | K O R E A  
D E S I G N  
A W A R D

디 자 인 경 영 부 문



이 브 자 리

대한민국  
디자인 대상 :  
수상작

## 디자인 경영부문 : 최우수상



### 기업소개

- | CEO메시지
- | 기업 개요 및 연혁
- | 기업 조직도

### 디자인 경영 비전 및 전략

- | 디자인 경영 발전
- | 디자인 경영 전략

### 디자인 경영 성과

- | 사업 실적
- | 수상인증
- | 사회 공헌 실적

### 디자인 비전

- | 미래전략

기업소개 :  
CEO 메시지

## 한결같이 아름다운 침실과 건강한 생활문화를 만들고 있습니다



이브자리는 단순한 이불과 요를 만들어 온 것이 아닙니다. 최상의 생활문화 창조를 통하여 생활의 풍요를 함께 나누는 기업 문화를 꾸준히 실행한다는 사명감으로 1976년 창업 이래로 "편안한 잠자리에 대한 꾸준한 연구 및 개발"에 힘쓰며 고객의 "아름다운 침실과 건강한 생활"을 제안하여 왔습니다. 그 노력의 결과로 고품질, 고감성, 고기능성의 3요소를 갖춘 새로운 침구들을 통하여 고객과의 믿음을 쌓아 올 수 있었습니다.

지치고 고단한 하루의 긴장을 버리고 휴식과 재충전을 위해 가장 여유롭게 자기 자신과 만날 수 있는 개인적 공간인 침실!

이 공간을 가장 아름답고 건강하게 만들어 왔던 기업이, 침실문화의 선도적인 연구와 개발을 한결같이 추구해 온 기업이 바로 "이브자리"였습니다.

앞으로는 "세계 TOP 침실전문 유통회사"의 위상을 만들겠습니다.

이를 실천하기 위해 이브자리 전 임직원은 끝없는 자기혁신에 힘쓰겠습니다.

수면환경연구소와 디자인연구소를 중심으로 경쟁력을 높이고, 폭넓은 시설투자과 과학적인 관리시스템으로 품질을 높이겠습니다. 또한 글로벌 스탠다드를 충족시키는 통합 관리체계의 구축을 통해 세계와 경쟁하는 튼튼한 기반을 마련할 것 입니다.

넓은 시야와 큰 안목으로 행동하겠습니다.

대한민국 No.1의 자부심으로 세계시장 개척을 선도해 나가겠습니다. 중국에 생산 및 물류 기지를 건설하고, 상표를 등록하는 등 일찍부터 글로벌 시대를 대비하였듯이 앞으로도 더욱 과감한 투자를 하겠습니다.

고객의 마음까지 보겠습니다.

이브자리는 항상 고객을 감동시켜온 축적된 경험과 노하우를 바탕으로 고품격 라이프 스타일과 더욱 쾌적한 수면환경을 제안하겠습니다. 고객 모두의 감각을 만족시키는 생활문화기업으로 거듭나겠습니다.

많은 관심과 격려 부탁드립니다. 감사합니다.

이브자리 대표이사 **고 춘 흥**

기업소개:  
기업개요 및  
연혁

## 한결같이 아름다운 침실과 건강한 생활문화를 만들고 있습니다

### 개요

기업명	이브자리
대표이사	고춘홍
설립일	1976. 10. 3
주요사업	침구류, 침실용품 제조 및 유통
납입자본금	103억 15백만원
소재지	강남구 영동대로 114길 5(삼성동)
Homepage	<a href="http://www.evezary.co.kr/">http://www.evezary.co.kr/</a>

### 연혁

1976. 10	창업
1980. 02	(주)백합상사 설립
1986. 06	이브자리 브랜드 론칭
1990. 01	대리점 500호점 탄생
1995. 10	일본 로프티사 기술제휴
1996. 09	독일 파라디스 협업 네트워크 구축
1996. 10	이브갤러리 개관
1997. 08	(주)이브자리로 상호변경
2000. 06	(주) 이브랜드 법인 설립
2001. 08	침실유통 전문멀티샵 '아뜨리앙' Open
2002. 12	중국제조법인 '伊富家' 설립
2003. 06~07	디자인 연구소 / 수면환경연구소 설립
2003. 06	개성공단 사업 진출
2007. 09	중국 상하이이브자리 1호점 Open
2009. 01	미국 LA 이브자리 1호점 Open
2009. 03	INNO-김영세 브랜드 론칭
2009. 07	업계 최초 공중파TV광고
2009. 07	덕평물류센터 확대이전
2010. 07	헤이마 론칭(현대백화점)
2011. 01	Kiss & Hug 론칭(신세계백화점)
2011. 10	홈앤이브 론칭
2012. 03~10	이브자리코디센 청담/수면센터/잠실점 Open
2013.07	국제 수면박람회 참가
2013. 08	이브자리코디센 간석점 Open 및 PSC 1호점 오픈
2013. 10	R&D 팩토리 Open

기업소개:  
기업 조직도

## '세계 TOP 침실전문 유통회사'의 비전을 달성할 것입니다

이브자리는 R&D센터(디자인연구소 및 수면환경연구소)를 기반으로 이브자리, 이브자리 코디션, 브랜드해외 사업 및 New Biz의 사업 전개를 통해 '세계 TOP 침실전문 유통회사'의 비전을 달성할 것입니다.

### Organization



디자인 경영  
비전 및 전략:  
설립 목적과  
기업 가치

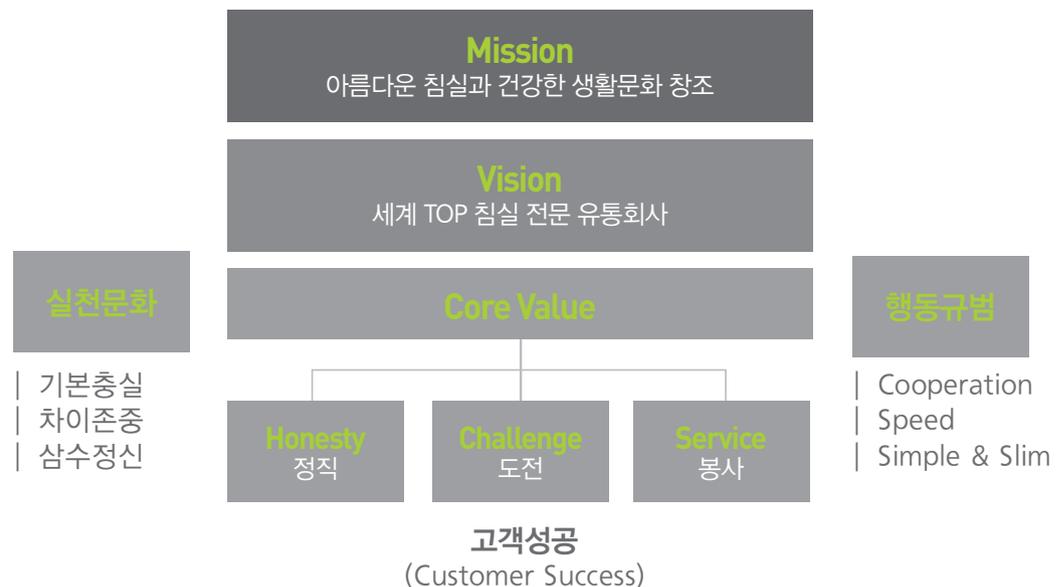
# 이브자리는 세계 TOP 침실전문 유통회사를 꿈꾸고 있습니다

이브자리는 아름다움과 건강함의 가치를 37년간 침구를 통해 고객에게 전해 왔습니다. 이브자리는 그러한 가치를 침구뿐 아니라 커튼, 가구, 소품 등 침실을 구성하는 모든 상품을 포괄하는 전문 멀티샵인 코디센을 통해 세계 TOP 침실전문 유통회사를 꿈꾸고 있습니다.

## 기업의 가치

<b>미션</b>	아름다운 침실과 건강한 생활 창조 (美 : 디자인연구소, 健 : 수면환경연구소)	이브자리의 존재이유
<b>비전</b>	세계 Top 침실전문 유통회사	이브자리의 미래상
<b>정직</b>	고객성공을 위해 신뢰할 수 있는 품질과 가격의 상품 및 서비스를 제공한다	
<b>핵심 가치</b>	<b>도전</b> 고객성공을 위해 끊임없는 혁신으로 고객편의를 제공한다	이브자리인의 판단기준
	<b>봉사</b> 고객성공을 위해 아름답고 건강한 수면문화 확산 및 사회공헌 활동을 지원한다	
<b>실천문화</b>	기본충실, 차이존중, 삼수정신(선수, 충수, 향수)	이브자리인의 마음가짐과 태도
<b>행동규범</b>	Speed, Simple & Slim, Cooperation	이브자리인이 일을 할 때 기준

## Mission & Vision



디자인 경영  
비전 및 전략:  
디자인 경영  
발전

# 생존을 위한 디자인에서 가치를 부가하기 위한 디자인으로!

## 디자인 경영 발전



이브자리 창업 이후 생존을 위한 디자인 차별화를 모토로 경영을 하였습니다. 이에, 이브자리 디자인 연구소에는 본부 소속 및 프리랜서 디자이너/자문인력 75여명이 일하고 있으며, 연간 3만6000건의 디자인을 개발하고 있습니다. 이 중 사내품평회, 고객품평회 등 4~5차례 품평회를 거쳐 상품화되는 것은 9000여종입니다. 이같이 다양한 디자인을 만드는 것은 신상품만으로 승부를 걸기 때문입니다. 이브자리는 1년에 두 차례 상품을 90% 이상씩 바꾸어 뛰어난 것만을 제품화하여 단순한 이불이 아니라 첨단 디자인 감각이 살아있는 제품을 만들고 있습니다.

디자인 경영  
비전 및 전략 :  
디자인 경영  
발전

## 생존을 위한 디자인에서 가치를 부가하기 위한 디자인으로!

이브자리는 디자인연구소 뿐만 아니라 수면환경연구소, 넵(NEB)기술연구소 등 3개 연구소를 직접 운영하거나, 협력 관계를 맺고 있습니다. 수면환경연구소는 직원 3명과 30여명의 외부 전문가들로 네트워크를 만들어 가장 편안히 잠잘 수 있도록 도와주는 제품을 연구하고 있으며 넵기술연구소는 나노(Nano), 환경(Environment), 바이오(Bio)의 앞 글자를 딴 연구소로 쾌적한 수면을 유지할 수 있는 침구 소재를 연구하고 있습니다. 이브자리의 3개 연구소의 연구결과로 만들어진 제품은 한국원사직물 시험연구원으로부터 위생 가공 신뢰마크인 'SF'를 인증 받았습니다. 아울러 고객의 건강과 더불어 환경의 건강함을 소중히 여기어 '종이섬유, 대나무섬유, 콩섬유, 텐셀 등' 다양한 친환경 제품을 선보임으로써 표준협회로 '로하스인증'을 받았으며 '숯섬유, 은섬유, 향균섬유, 발열섬유' 등을 접목한 기능성 제품 등을 지속적으로 선보이고 있습니다.

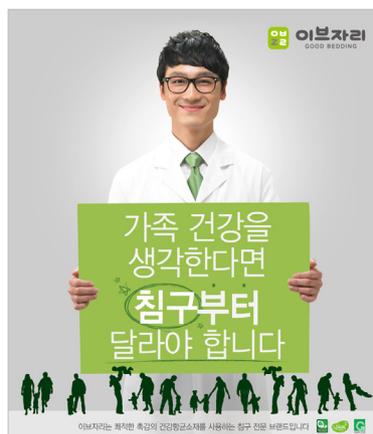
디자인 경영  
비전 및 전략:  
디자인 경영  
전략

## 한국의 미를 세계화하고 디자인과 첨단 소재, 건강 수면을 결합하겠습니다

이브자리는 한국의 미를 세계화하기 위하여 화가 이왈종씨, 김영세 이노디자인 대표, 홈패션 디자이너 박홍근씨 등 정쟁한 문화예술인들과 협력관계를 맺고 침구 디자인의 업그레이드에 나섰습니다. "단순한 이불이 아니라 뱅앤드올롭슨, BMW 등과 같은 세계인이 공감할 수 있는 첨단 디자인 감각이 살아 있는 제품을 내놓기 위한 시도"라고 말할 수 있습니다. 이브자리의 바탕에는 한국적인 것이라는 전제가 깔려 있으며 미국, 중국, 일본 등지에서 시장 개척에 나설 계획입니다.

침구에 접목 가능한 첨단 소재를 연구와 쾌적한 수면을 유도할 수 있는 침구 소재를 연구하고 있습니다. 특히, 넵기술연구소에서 나노 기술로 개발한 다기능 섬유가공제인 N-Bio는 천연 키토산을 주성분으로 하여 보습, 향균 방취, 섬유 악취 제거는 물론 아토피성 피부 질환과 알레르기 예방 및 곰팡이 서식 억제 등에 효과가 있으며, 이브자리의 전 제품에 N-Bio 처리가 되어 있습니다. 이브자리만의 N-bio 가공, 정전기 방지 가공 등의 차이에 따라 가격과 품질은 천차만별이며 이브자리는 그 보이지 않는 부분에서 최상의 것으로 고객에게 아름다움과 건강함을 제공하고 있습니다.

이브자리 수면환경연구소는 이브자리 외 수십 명의 외부 전문가들로 구성된 네트워크를 통해 가장 편안한 잠을 잘 수 있는 제품을 연구하고 있습니다. 숙면에 영향을 미치는 요소인 온도, 습도, 소리, 조명, 향기 등 최적의 수면조건을 연구하고 특별히 평생의 1/3을 함께 하는 쾌적한 수면을 이끌어 낼 수 있는 침구개발에 심혈을 기울이고 있습니다. 이를 위한 일환으로 한국수면센터와 공동으로 슬립세라, 전신베개 등 다양한 상품들을 출시하고 있습니다. 그리고 2013.10월 오픈한 프리미엄슬립센터(PSC ; Premium Sleep Center)에서는 다양한 소재의 베개와 이불속, 매트리스, 타퍼 등 편안한 수면을 위한 다양한 제품들을 직접 체험해 볼 수 있습니다.



디자인 경영 성과:  
사업 실적

## 디자인 경영을 통해 높은 성장률과 수익성 등 안정성 경영성과를 달성하고 있습니다

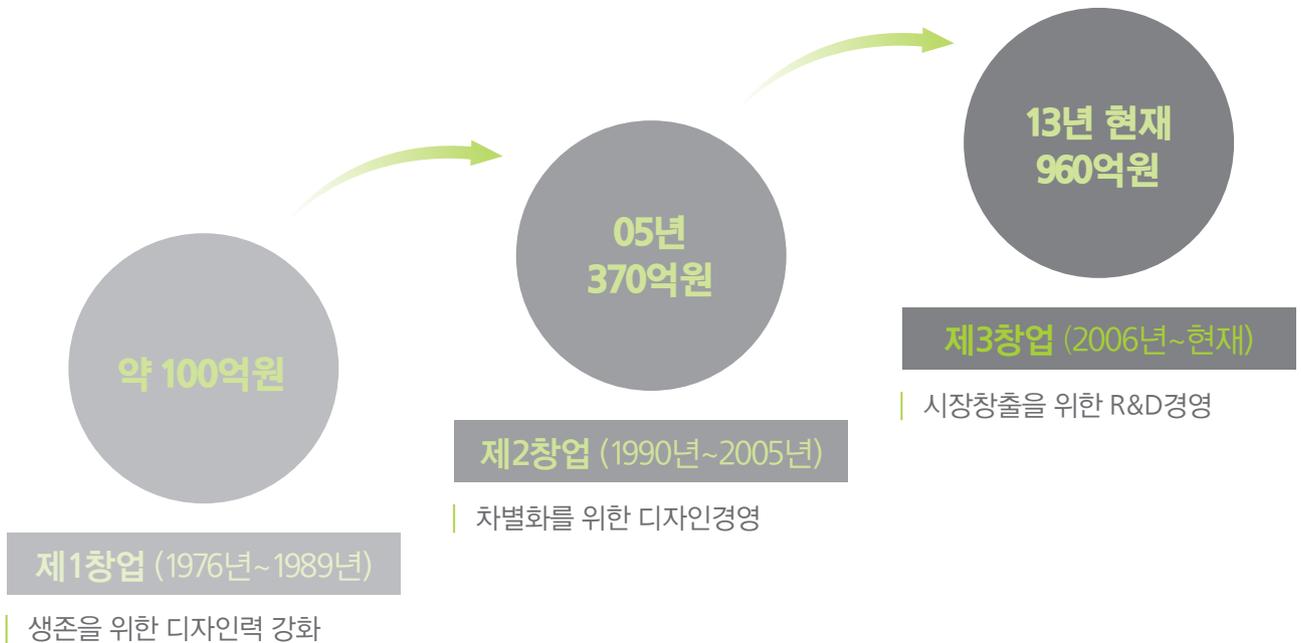
이브자리는 디자인 경영을 통해 높은 성장률 뿐 아니라 수익성과 안정성 경영성과를 달성하고 있습니다.

새로운 디자인 개발을 위해 연간 15억 이상을 투자하고 있으며, 이를 통해 9천여 종의 디자인을 선보이는 등 국내 침구업계 디자인 산업의 발전을 이끌고 있습니다. 인체공학 적 경추 · 누비 패턴의 개발 및 업그레이드, 초극세사 기능성 제품 개발, 히트상품 '그린티블러썸'의 매출 20억 달성 등은 우수 디자인 개발을 통한 성과로 꼽히고 있습니다.

이브자리는 우수인재 발굴 및 육성에도 주력하고 있습니다. 국내 우수 대학과의 산학 협동 및 디자인 공모전 개최 등을 통해 재능 있는 디자인 인재들이 홈인테리어 식물 디자인 및 식물 개발 수준을 높이고, 침장 패션 디자인 분야의 교류와 협력을 강화하는 기회를 제공하고 있습니다. 뿐만 아니라 임직원 및 대리점주들의 성장과 디자인 역량 강화를 위해 해외연수, 해외 디자인전시회 참가, 관련 교육 등을 적극 지원하고 있습니다.

### 경영성과

[기준: ㈜이브자리 재무제표]



디자인 경영 성과 :  
사업 실적

디자인 경영을 통해 높은 성장률과  
수익성 등 안정성 경영성과를  
달성하고있습니다

안정적인  
경영지표

구분		2009년	2010년	2011년	2012년
수익성	총자산순이익률(ROA)	7.67	9.00	8.53	6.84
	자기자본순이익률(ROE)	13.16	15.18	14.73	11.78
안정성	유동성비율	221.85	246.01	222.79	230.19
	부채비율	71.57	68.67	72.61	72.10

디자인 개발  
실적

구분	2011년	2012년	2013년
시즌 출시 상품수	연간 250 패턴 ~ 320 패턴		
건강 소재 현황	<b>자연소재 :</b> 마이크로모달, 시셀, 텐셀 오가닉텐셀  <b>기능성소재 :</b> 숯 섬유, 은사면	<b>자연소재 :</b> 마이크로모달, 시셀, 텐셀 오가닉, 향균은사, 천연염색  <b>기능성소재 :</b> 숯 섬유, 은사면	<b>자연소재 :</b> 프로모달, 아웃라스트, 마이크로모달, 이집트면, 모달시셀, 텐셀, 수피마면, 텐셀, 오가닉, 향균은사, 천연염색  <b>기능성소재 :</b> 숯 섬유, 은사면

디자인 경영 성과:  
수상인증

# 디자인 경영을 통해 높은 성장률과 수익성 등 안정성 경영성과를 달성하고있습니다

## 수상인증

일정	수상 인증
1989. 11	대양침장 백만불 수출탑수상
1998. 01	삼성동사옥 건축상 은상수상
2003. 01	위생가공보증지정업체 선정
2003. 03	한국패션 브랜드 대상수상
2003. 06	굿데이 신문 굿 브랜드수상
2003. 06	디자인 연구소 설립
2003. 07	수면환경연구소 설립
2003. 10	벤처기업 인증
2004. 01	철탑산업훈장 수훈
2004. 12	재정경제부 장관상수상
2005. 05	모범중소기업 부문 표창
2005. 05	한국 디자인진흥원 GD인증
2005 ~ 13	능률협회 ISO9001인증(9년 연속)
2005. 10	벤처기업 재 인증
2005. 10	소비자 만족 우수기업 수상
2005. 10	GD 디자인벤처 장려상
2005. 11	문화광고 그랑프리대상수상
2006 ~ 10	대한민국서비스만족대상 5년 연속 수상
2006 ~ 13	GD인증(5년 수상 06,07,09,10,11,13년)
2006 ~ 13	한국표준협회 로하스 인증(8년 연속)
2006 ~ 11	한국의경영대상 마케팅대상(4년 수상, 06~08, 11)
2007 ~ 13	INNO-BIZ 인증(등급:AA)
2007 ~ 13	그린스타인증 (7년 연속)
2008. 04	여성소비자가 뽑은 품질/서비스 1위 기업
2008. 04	과학의날 교과부 장관상
2008. 04	Power 중견기업 선정
2008. 09	한국의 8대 강소 기업 선정(삼성경제연구소)
2008. 12	소비자날 기념 국무총리표창
2009. 06	대한민국 일류브랜드 대상
2010 ~ 13	능률협회 웰빙인증(4년연속)
2010. 12	IMS 인증
2012. 01	소비자선정 최고의브랜드 대상
2012. 10	CEO_기후변화 그린 리더스 어워드

디자인 경영 성과 : 수상인증

# 디자인 경영을 통해 높은 성장률과 수익성 등 안정성 경영성과를 달성하고있습니다

일정	수상 인증
2013. 03	아름다운 납세자상 - 국세청장 표창
2013. 06	삼우당 섬유패션대상 - 창조경영대상
2013. 10	대한민국디자인대상 디자인경영 국무총리표창
2013. 11	대한민국 광고대상 라디오부문 동상
2013. 12	가족친화경영 인증

## 소비자의 날 기념 국무총리 표창 제2회 기후변화 그랜드 리더스 어워드

이브자리는 생산네트워크와 엄격한 품질관리를 통해 좋은 품질의 상품과 서비스를 제공하고 있으며, 지속적인 식수활동을 통한 사회 공헌을 통해 기후 변화 대응에도 기여하고 있습니다.

2008년에는 기업으로서는 드물게 "소비자의 날 기념 국무총리 표창"을 수상하며 공로를 인정받고 있습니다.

또한 2012년 10월에는 이브자리 CEO인 고춘홍 사장이 기후 변화 대응에 크게 기여한 기업,기관, 학계, 지자체, 등 4개 부문에서 총 7명의 리더에게 주는 "제2회 기후변화 그랜드 리더스 어워드"를 수상하였습니다.

## "아름다운 납세자 상" 납세자의 날 기념 국세청장 표창

3월 4일 (주)이브자리가 제 47회 납세자의 날을 맞이하여 국세청장 표창을 받았습니다.

이브자리가 수상한 "아름다운 납세자의 상"은 기존 성실 납세와 더불어 2011년부터 새로이 시행하고 있는 수상으로 기부 봉사 등 사회공헌을 실천하거나 사회적 귀감이 되는 납세자를 발굴 시상함으로써 성실납세자가 사회적으로 존경 받고, 우대받는 납세 문화를 지속적으로 확산함으로써 행복한 대한민국 만들기에 기여하고자 제정된 상입니다.

이브자리는 납세의 의무를 성실히 이행함은 물론, 가치체계인 봉사를 기반으로 나눔 기부 활동인 이브천사, 이산화탄소 상쇄에 기여하는 이브랜드(산림체험관)의 운영, 사내 봉사단체인 천사회 등을 통한 지속적인 기부 봉사활동, 지역 고교와의 채용 MOU를 통한 2013일자리를 창출 등의 다양한 사회공헌활동의 공로를 인정받게 되었습니다.



디자인 경영 성과:  
사회 공헌  
실적

# 다양한 행사와 사회활동을 통하여 모두가 행복한 세상을 만들어 갑니다

## 사회공헌



디자인 경영 성과 :  
사회 공헌  
실적

# 다양한 행사와 사회활동을 통하여 모두가 행복한 세상을 만들어 갑니다

## 활동

## 내역

### 이브갤러리 운영 아름다움을 위한 사회공헌



이브갤러리는 지역주민의 문화생활 공간을 제공하고 있습니다.

- 1996년 10월에 개관한 이브갤러리는 작가와 대중과의 사이를 보다 가깝고 긴밀히 하는 공간을 통해 한국 미술 문화 발전에 보탬이 되고자 하는 뜻에서 설립됨
- 이브갤러리는 회화, 조각, 공예, 사진, 설치, 의상 등 다양한 장르의 작품이 전시되며, 미술관람으로 지역주민과 고객, 이브자리 직원의 예술 문화생활의 공간으로 활용되고 있음

### 디자인공모전



이브자리는 디자인 발전을 위해 각종 공모전을 진행, 후원하고 있습니다.

- 디자인 공모전을 통해 홈인테리어 직물 디자인 및 직물 개발 수준을 높이고 침장 패션 디자인 분야의 교류와 협력을 강화하며, 더 나아가 국제적인 섬유 산업의 발전과 재능 있는 우수한 인재들을 발굴하기 위함
- 홈텍스타일디자인 국제공모전 진행(2001년~)
  - 대한민국 텍스타일 디자인대전 후원(2008년~)
  - 아동미술 공모전 진행(2010년~)
  - 홈코디 양성 : 경력단절 여성을 위한 정부협업 일자리 창출

### 이브천사



이브자리의 고객, 대리점, 파트너, 본사 및 생산지부가 함께하는 1+1 나눔 캠페인으로, 행사제품을 구매하면 구매자의 이름으로 이불 한 채가 기부되는 이벤트 (2008년~현재)

2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년
1500채	1600채	2250채	2250채	2250채	2250채

기아대책 본부와 연계 매년 약 2억원 ~ 4억원 상당 기부됨

### 지역사회 봉사활동



이브자리는 지역사회를 위해 봉사하고 있습니다.

- 동천의 집, 휘경동 독거노인, 신망애, 밥퍼 행사
- 자산바자회 : 분당 서울대학병원 자선 바자회, 동대문구 자산바자회
- 그 외 다수

디자인 경영 성과:  
사회 공헌  
실적

# 다양한 행사와 사회활동을 통하여 모두가 행복한 세상을 만들어 갑니다

## 활동

### 이브랜드 산림 및 탄소상쇄사업



이브랜드는 건강한 생활을 위한 친환경을 조성합니다.

1987년 10월 이브자리가 설립한 이브랜드는 '건강한 생활을 위한 친환경 조성'이라는 취지 아래 다양한 산림 관리 사업을 운영하고 있으며, 매년 전 임직원들의 식수활동 및 웰빙수면환경 체험관을 운영하고 있음.

구분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년
식수	400	100	130	300	300
봉사인원	103명	110명	120명	140명	130명

### 국내 기업 최초 '산림탄소상쇄사업' 시행(2013.10월)

'사회공헌형 산림탄소상쇄제도'란 기업이나 지자체, 개인 등이 산림이 아닌 지역에 나무를 심거나 숲을 조성할 경우 줄어든 이산화탄소량을 정부가 인증해주는 제도



디자인 비전 :  
미래전략

## R&D를 기반으로 한 상품과 서비스를 통한 성공점포 만들기 전략을 구현하고 있습니다

이브자리의 미래전략은 R&D(디자인연구, 수면환경연구)를 기반으로 한 상품과 서비스를 통한 성공점포 만들기 전략을 구현하고 있습니다. 이를 위해 침구중심의 이브자리 점포를 침실전문점의 이브자리 코디센 점포로 점포 업그레이드 전략을 구현하고 있습니다. 이브자리 코디센은 단순히 상품을 파는 공간 뿐만 아니라 수면컨설턴트를 통해 기능성 상품과 수면 Care 서비스를 통한 아름답고 건강한 상품과 서비스를 함께 제공하는 점포로 거듭나고 있습니다.

 이브자리  
GOOD BEDDING



이브자리 CODISEN



구분	From	To
브랜드전략	이브자리	이브자리코디센
품목	침구전문	침실전문
유통형태	도매	소매
사업기반	제조기반	유통기반
서비스 변화	상품제안	침실 코디네이팅 수면컨설팅

15<sup>TH</sup> | K O R E A  
D E S I G N  
A W A R D

디 자 인 경 영 부 문

우수상

산업부장관표창

세 비 앙

대한민국  
디자인 대상 :  
수상작

# 디자인 경영부문 : 우수상

CEBIEN 세비앙

## 기업 소개

- | CEO메시지
- | 개요
- | 기업철학 및 경영전략
- | 연혁 및 수상실적
- | 조직도

## 경영비전 및 전략

- | 디자인 경영 개요
- | 디자인 경영 전략

## 경영 성과

- | 디자인 경영 활동
- | 주요 제품 소개

## 디자인 비전

- | 향후 발전 계획 / 미래 전략

기업소개 :  
CEO 메시지

# 'Dream, Design, Development'



## '한국을 주목하라, 세비앙을 주목하라'

[디자인의 영혼은 외양이 아니라 인간을 향한 가치창조성입니다.]

그 가치를 위해 세비앙은 현상을 이제까지와는 다르게 관찰하고, 오래된 기업들과 다른 모험을 통해 문제를 만들고 또한 해결 해왔습니다. 산업혁명 이후 100년 이상의 역사를 가진 유럽기업 대비 지난 20년의 짧은 역사, 그러나 세비앙의 가족들은 한국의 주거 대량생산 시대를 함께해 온 기획

가들이자, 장인정신으로 무장된 열정의 조직입니다.

[세비앙의 제품은 본질적입니다.]

대량 소비에 전도된 지난 세기적 현상과 마케팅이라는 시장중심 장치의 한계를 떨치고, 사용자의 필요의 본질에 의해 기획되고 달성되는 제품입니다. 그래서 세비앙 제품 Line 은 simple 합니다.

[세비앙의 제품은 창조적입니다.]

지금까지의 선진기업이 첨단과 럭셔리라는 전략적 진보를 표방 했다면 세비앙은, 변화하는 지구인 전체의 lifestyle과 시대정신을 철저히 수용하고 창조하는 기업정신을 가지고 있습니다.

세비앙은 아시아의 중소기업으로는 드물게 20년 전부터 [디자인경영]을 중심으로 뛰어 온 기업입니다. 디자인은 단순한 solution이 아니라 새로운 가치를 창조해내고, 삶에 근원적인 문제를 던져야하는 철학적인 수단이라고 믿고 있습니다.

세비앙이 지금부터 펼쳐갈 샤워기 부문의 진보적 가치는 '이제까지의 샤워기'로서가 아닌 일반명사 자체를 바꾸는 새로운 시도가 되리라 믿습니다. 100년 이상 지속되어 온 공 급자 중심의 사고를 버리고 '사람이 중심이 되는' 그 무엇을 창조 할 것입니다.

세비앙이 추구하는 가치, 그 다음을 주목해주세요.

세비앙 대표이사 류인식

기업소개 :  
기업개요 및  
기업철학

## '弘益人間' (홍익인간): 널리 세상을 이롭게 하는 가치창조

### 개요

#### '모험적 아름다움의 발견 - 세비앙'

'디자인 경영은 과연 대기업의 전유물일까?', '인력과 자원이 넉넉지 않은 중소기업의 디자인 혁신 경영은 어떻게 이루어지나?' 많은 경영자들이 궁금해 하는 이슈다. 샤워기 전문업체인 세비앙의 사례는 그런 문제들에 대해 실마리를 제공한다.

<'욕망을 디자인하라' 본문 中 세비앙(주) 발취/정경원(카이스트교수 지음)>

세비앙은 창립 20년이 되는 욕실샤워기 전문제조업체로서 이미 1996년 욕실업계 최초로 첫 GD마크를 획득(국내 총 23개의 GD마크 획득)한 대한민국 디자인경영 대표 중소기업입니다.

2003년 부설 '디자인기술연구소' 설립을 계기로 본격적인 디자인경영을 도입하여, 2008년 ADEX Award와 2009년 IF, IDEA, Blueprint 디자인 어워드 수상 등 국제적으로도 디자인 역량을 인정받고 있습니다.

최근에는 2013년 제 15회 대한민국디자인대상 '디자인 경영' 부문 '우수상-산업통상자원부장관상'을 수상, '디자인 경영' 대표주자로서 디자인 창조적 혁신을 주도하고 있습니다.

세비앙은 제품의 기획단계부터 디자인, 설계, 납품 그리고 고객서비스까지 샤워기의 모든 솔루션을 제공하는 기업입니다.

단순히 제품만을 판매하는 기업이 아닌 제품의 기획, 생산, 납품, 사후관리까지 모든 과정을 책임관리하는 프로세스를 지닌 기업입니다. 이는 단순히 세비앙만을 위한 것이 아니라 샤워기가 놓이는 욕실 공간을 한층 업그레이드하는데 기여하고자 함입니다.

세비앙을 선택한 것은 좋은 제품을 선택한 것이 아닌 고객의 즐거움과 행복을 선택한 것입니다.

### 기업철학 및 경영전략

#### '弘益人間' (홍익인간): 널리 세상을 이롭게 하는 욕실로부터의 가치창조

세비앙 제품의 혁신 중심에 항상 '사람'이 있습니다.

지속적인 디자인 혁신으로 욕실로부터의 가치를 창조해 내며 널리 세상을 이롭게 하겠습니다.

기업소개 :  
연혁

# 세비앙은 대한민국 욕실문화의 발전과 디자인 산업 발전에 기여한 기업입니다

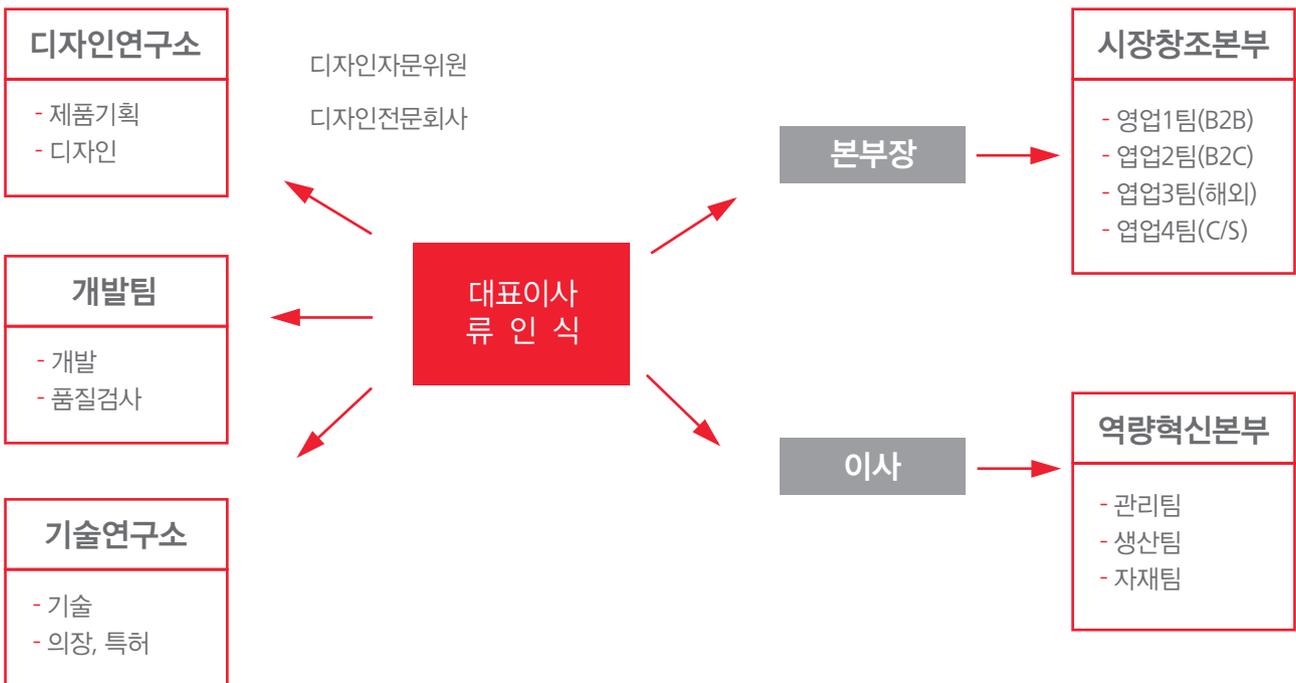
## 연혁

2013	제15회 대한민국디자인대상 디자인경영부문 산업통상 자원부장관상 수상 굿 디자인 우수상 수상 한국, 미국, 인도네시아 K-Hit Plaza 입점
2012	iF product design award 2관왕 수상 IDEA Award, GD 3개 부문 수상 ISO 인증 갱신
2011	건축사협회 우수건축자재 선정
2010	100% DESIGN LONDON '10 OF THE BEST' NEW CI(이태리 주지아로사 디자인)로 교체
2009	iF product design award수상 100% DESIGN LONDON 'BLUEPRINT AWARD'
2008	ADEX 디자인상 수상 CUPC 인증획득
2006	Eco Product Label(친환경인증획득)
2004	디자인경영 선언
2001	기술혁신중소기업(INNO-BIZ) 획득
1999~2009	통산 24개 모델 산업자원부 장관상, 조달청장상 수상 GD, SD, 벤처디자인상 수상
1997	국내최초 시스템 샤워기(바디샤워기)국산화 우수산업디자인전 산업자원부장관상 수상
1996	욕실업계 최초 GD마크 획득
1993	세비앙주식회사 설립

기업소개:  
조직도

지속적인 디자인 혁신으로  
욕실로부터의 가치를 창조해 내며  
널리 세상을 이롭게 하겠습니다

## 조직도



경영 비전  
및 전략 :  
디자인 경영  
개요 및 전략

# 세비앙만의 독창적인 제품디자인은 이제, 국내외 샤워기 디자인을 선도하고 있습니다

## 디자인 경영 개요

세비앙(주)은 1993년 설립하여 샤워기만을 제조해온 샤워기 전문회사로, 1996년 욕실 업계 최초 GD마크 획득하였고 지속적인 디자인 혁신과 디자인 역량강화로 23개가 넘는 모델이 디자인상을 수상하였습니다. 현재 국내 욕실용 샤워기 시장의 60%를 점유하고 있으며 세계적인 디자인 어워드인 iF, IDEA를 수상, 브랜드 위상과 가치를 확립하였고 자타가 공인하는 세비앙만의 독창적인 제품디자인은 이제, 국내외 샤워기 디자인을 선도하고 있습니다.

### 국내외 디자인 어워드 인증



## 디자인 경영 전략

### 디자인 크리에이터(Creator)

'뉴-노멀(New normal)'은 글로벌시장에서의 후발주자인 한국기업 세비앙의 디자인경영 비전입니다. 지금까지의 디자인경영을 통해 세비앙은 업계에서 독보적인 1등 상품 영역을 구축은 물론 '샤워기'분야에 있어서는 국내의 모든 기업이 컨셉과 디자인을 추종하고 카피(Copy)하는 창조자(First mover)의 역할을 수행하고 있습니다.

### 경영전략



경영성과 :  
디자인 경영  
활동

# 국내외 지식재산권 취득으로 디자인 보호 및 체계적인 관리를 기본으로 실행하고 있습니다

## 디자인 경영 활동

'굿 디자인, 굿 비즈니스'

총 매출액의 5%~7%를 디자인 개발비로 투자하고 있으며 국내 최고의 디자인전문회사와의 외주협력시스템(프로젝트별 디자인료 지불방식, 매출에 비례한 로열티 지불방식)으로 디자인 개발의 성공률을 높였습니다.

또한 국내외 지식재산권(특허, 실용신안, 디자인권) 취득으로 디자인 보호 및 체계적인 관리를 기본으로 실행하고 있습니다.

### 1. 'Design Thinking'

전직원의 'Design Thinking'을 위한 일환으로 '세비앙 아트센터'를 운영하고 있으며 디자인 협력업체와의 정기적인 워크숍을 진행하고 있습니다. 이는 내부의 역량강화를 위한 노력이며 우수한 전문회사와의 지속적인 협력을 통해 세비앙만의 제품정체성을 강화하고 디자인 개발의 성공률을 높이고 있습니다.



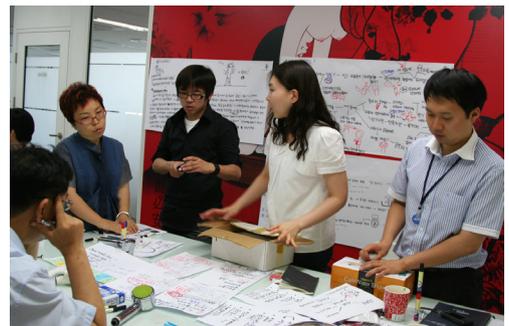
아트센터 운영



디자인 협력업체와의 워크숍



주제교육



디자인협력업체와의 워크숍

경영성과 :  
디자인 경영  
활동

# 국내외 지식재산권 취득으로 디자인 보호 및 체계적인 관리를 기본으로 실행하고 있습니다

## 2. '글로벌 시장개척'

지식경제부와 한국디자인진흥원에서 제공하는 해외전시회를 토대로 최신의 디자인 트렌드를 파악하고 디자인역량을 강화해 나갔으며, 2009년 100% 디자인 런던 전시회에서 제품부문 BLUEPRINT AWARD를 수상하였고 2010년에도 100% 디자인런던이 뽑은 '베스트 10'에 선정되어 대한민국의 제품디자인 위상을 보여주기도 하였습니다.



Design Korea 2006-Shanghai



2009 100% DESIGN LONDON 한국관  
BLUEPRINT AWARD 수상(model-PUZZLE)



KBIS 2007, 2008



2010 100% DESIGN LONDON 한국관  
'10 OF THE BEST'(model-Allin)

## 3. '최고의 디자인을 추구하는 디자인경영'

청암 김순식 작가, 국보칠기 김영준 작가와의 콜라보레이션, 이태리 주지아로사와의 프로젝트 협업, 네덜란드 델프트공과대학 산업디자인학과 대학원생 인턴쉽 프로젝트, 싱가포르 난양폴리테크닉대 디자인학과 학생들과의 학기주제 등 최고의 제품디자인과 글로벌 타깃제품 개발을 위해 다양성을 추구하고 활발한 디자인 네트워크를 쌓아가고 있습니다.



청암 김순식 작가와의 콜라보레이션



ITALY GIUGIARO 공동프로젝트



네덜란드 Delft 공대 대학원생 인턴쉽

경영성과:  
주요 제품 소개

## 최고의 디자인을 추구하는 디자인 경영

### 주요 제품 소개

#### 1. 세비앙 샤워기가 욕실을 바꿉니다 '가로본능(UP)'

2013년 세비앙 퍼니처 샤워기 - UP, 감성적인 샤워, 수납은 물론 혁신적인 재질로 기존 샤워기 대비 황동재료를 70% 이상 획기적으로 절감함으로써 자원절약은 물론 가공, 연마과정에서 오는 이산화탄소 배출량을 대폭 줄였고 절수가 되는 제품 디자인으로 지속가능한 발전을 추구합니다.



우수디자인(GD) 우수상(2013)

경영성과 :  
주요 제품 소개

## 최고의 디자인을 추구하는 디자인 경영

### 2. 수납형 샤워기의 혁신 세비앙 '가로본능(UD)'

세비앙 '가로본능(UD)'는 한국갤럽에 의뢰한 결과 사용자 77%가 욕실에 수납공간 더 필요하다는 의견을 반영, 와이드 선반을 갖춰 편리성을 강조했습니다.

또한 가구 같은 샤워기를 컨셉트로 하고 있는 UD는 다양한 샤워용품의 시각적인 문제와 불편을 해결한 '유틸리티 데크(Utility Deck)', 미니멀 샤워기와 수납이 일체화된 '유니크 디자인(Unique Design)', 성인뿐 아니라 아동까지 편리하고 안전하게 사용할 수 있는 '유니버설 디자인(Universal Design)'이 특징입니다.

40%까지 물 절약이 되는 핸드샤워, 사용자에 따라 각도조절이 가능한 2단 각도 핸드샤워기 조절행거, 별도의 코너선반이 필요 없는 68cm 와이드데크 등으로 구성되어 있습니다.

1~2인 가구의 증가로 주택이 소형화되면서 좁은 면적을 알뜰하게 사용할 수 있는 아이디어와 개방감을 높이는 수납이 중시되고 있는 지금 UD는 이런 시장에 발맞춰 디자인된 제품입니다.



우수산업디자인상품선정(2012)

경영성과:  
주요 제품 소개

## 최고의 디자인을 추구하는 디자인 경영

### 3. 수납형샤워기 국내 최초의 컨셉(Concept) 샤워기 '퍼즐(PUZZLE)'

가장 변화가 느린 보수적인 공간 욕실이 이제 젊은 감각으로 서서히 변화를 하고 있습니다. 사람들은 이전에 없던 과감한 컬러를 원하고 있으며, 다양한 방법으로 '휴식과 재충전'이라는 주제를 욕실 공간 안에 풀어 놓고자 합니다. 그리고 그 새로운 변화의 장에 세비앙의 '퍼즐(PUZZLE)'이 선두하고 있습니다.

혁신적인 디자인과 컬러가 도입된 디자인 샤워기 '퍼즐(PUZZLE)'은 욕실의 새로운 반향을 일으키는 제품입니다. 천편일률적인 평범함 속의 일탈을 꿈꾸는 '퍼즐(PUZZLE)'은 비대칭구조의 '낮설음'과 매혹적인 페라리 레드' 발칙한 유혹'을 디자인적으로 승화, 욕실문화 변화의 한 획을 긋고자 합니다.

또한, [puzzle: 수수께끼, 퍼즐, 퀴즈]의 어원에서 출발하는 모델명은 '새로움, 호기심, 흥미진진함, 재미있는 게임'의 이미지를 투영함으로 샤워공간을 즐거움의 공간으로 숨쉬게 유도하고 있습니다.

자체 수납공간을 지니면서 기구적인 요소를 외관으로 노출시킨 디자인 라인을 미려한 Round감으로 정리한 '퍼즐(PUZZLE)'은 Unbalance Shape을 통해 새로운 Shower Scene을 창출하고 있습니다.



우수산업디자인상품선정(2005), 우수산업디자인 조달청장상(2005), IF디자인상(2009)

경영성과 :  
주요 제품 소개

## 최고의 디자인을 추구하는 디자인 경영

### 4. 소형주택의 욕실이 스마트해집니다 '올인-3(Allin-3)'

1~2인 가구의 증가로 소형주택, 원룸 등 도시형생활주택 욕실에 적합한 세비양의 '올인-3(Allin-3)'은 소형 주택의 욕실이 설계와 제품을 통해 어떻게 최적화된 쓰임새를 가질 수 있는지 명확히 제시합니다.

매우 협소한 소형주택의 욕실에 세면대에 샤워부스까지 설치하면 사용에 많은 불편함이 따르기 마련인데, '올인'은 1인용 가구 제품에서 많이 볼 수 있는 모듈형 방식을 도입해 이같은 맹점을 풀어냈습니다.

샤워기, 세면대, 거울과 풍부한 수납공간까지 일체형 욕실제품인 올인은 좁은 욕실의 불편함을 해소함으로써 욕실 공간 사용을 한 단계 업그레이드 해줍니다.



경영성과:  
주요 제품 소개

## 최고의 디자인을 추구하는 디자인 경영

### 5. 국내 최초 시스템샤워기(Body Shower) 국산화 'NASA MORE'

소득이 높아지고 산업화가 진전될수록 물질적 풍요와 더불어 이제는 마음의 여유를 지향하는 생활문화가 도래하고 있습니다. 복잡하고 화려한 생활환경을 지향하고 콤팩트하며 단순 편리한 상품, 심플한 생활에서 얻어지는 여유로움과 쾌적함이 주거공간에서 강조되면서 소비자의 정신적 가치를 만족시킬 수 있는 새로운 기능과 주거공간에서 보다 다양한 디자인을 요구하고 있는 실정입니다.

NASA MORE샤워기의 디자인 주안점은 인체 공학적인 측면과 사용자의 사용성인 시인성 확보, 등을 주안점을 두었습니다.

특히, 사용자의 샤워기능 및 안마기능을 다양한 각도에서 사용 할 수 있는 샤워기 부분의 Soft Shower, Rainy Shower, Massage Shower분사방식과 바디 제트분사 등이 있으며 좁은 공간의 욕실에서 비누, 샴푸, 기타 샤워(목욕)에 필요한 용품을 수납 할 수 있는 수납장 공간 확보로 편리하게 사용 할 수 있게 배려하였습니다.



BEST 10 디자인 상품 선정(1999)

디자인 비전:  
향후 발전 계획  
및 미래 전략

## 세비앙 스타일이 욕실영역을 주도하고 선점해 나갈 것입니다

### 향후 발전 계획 / 미래 전략

'세비앙 스타일이 욕실영역을 주도하고 선점해 나갈 것입니다.'

2009년 iF를 수상한 세비앙의 컬러 수납형 샤워기를 뜻말로 금속수전 위주로만 디자인 변화를 보이던 글로벌 시장의 샤워기 디자인이 수납기능을 강조한 샤워기로의 변화를 시작하였습니다. 2012년 세비앙의 수납일체형 샤워기 가로본능 시리즈는 수납샤워기라는 명사를 만들었고 국내 샤워수전 업계가 세비앙 디자인을 추종하고 있습니다. 이는 아름다운 디자인 이전에 고객편의를 우선으로 연구하여 개발된 세비앙만의 독창적인 제품디자인 혁신이 주택 트렌드와 부합하여 욕실의 행복을 가져다 드릴 것입니다.

'샤워기의 K-디자인 대표로 글로벌 시장을 선점해 나갈 것입니다.'

제품 본연의 기능은 물론 욕실공간에 대한 정신적, 본질적 접근으로부터 출발하는 세비앙의 제품 철학은 편리와 합리를 우선시하는 서구인에게도 매력적인 상품으로 크게 호응을 받고 있습니다.

따라서 정신가치를 부여할 세비앙의 제품은 가까운 미래에 '샤워기의-K 디자인'으로 불릴 것이며 글로벌 시장에서도 샤워기 디자인을 리드할 것입니다.



15<sup>TH</sup> | K O R E A  
D E S I G N  
A W A R D

디 자 인 경 영 부 문

우수상  
산업부장관표창

삼 성 S N S

대한민국  
디자인 대상:  
수상작

# 디자인 경영부문 : 우수상



## 기업소개

- | 기업 개요 및 연혁
- | 기업비전

## 경영 비전 및 전략

- | 디자인 경영 발전
- | 디자인 경영 전략

## 경영 성과

- | 디자인 성과
- | 디자인상 수상 실적
- | 사회 공헌 실적

기업소개:  
기업 개요

## 기업개요

## 기업개요

## 회사개요

삼성SNS는 네트워크 서비스 및 솔루션 전문기업으로 국내·외 통신사업자 및 일반기업, 관공서에 네트워크 장비설치, 유지보수 및 운영 등의 네트워크 서비스 사업을 제공 중이며, 이를 활용한 최적의 네트워크 솔루션 사업으로 가정·기업 및 도로교통 분야에서 고객의 가치를 극대화하고 있다.

네트워크 서비스 사업부문은 국가 인프라 통신망 구축·엔지니어링·네트워크 시스템 구축에서 우수한 시공실적을 기록하며, 한국정보통신공사협회에서 매년 실시하는 정보통신 시공능력평가에서 12년간 업계 1위로 평가받고 있다. 세계 최초 CDMA/WCDMA 상용화 및 국내 통신 3사의 LTE 전국망 구축을 비롯해, 현재 미국 Sprint사의 LTE 구축사업에 참여하고 있으며, 해외 30개국, 70개 통신사업자의 50만여 개 현장에서 통신망 구축사업을 성공적으로 추진하고 있다.

네트워크 솔루션 사업부문은 홈 네트워크와 교통솔루션 사업으로 구성되며, 홈 네트워크 사업은 2002년 세계 최초 상용화에 성공해 현재까지 국내 시장점유율 40%이상 및 주요건설사 수주실적 1위를 기록 중이다. 또한 중국 북경의 랜드마크인 '북경 Financial center, 북경등에 홈 네트워크를 수주해 중국내 국외브랜드 시장점유율 1위를 달성했으며, 중화권·미주·브라질·인도 등 세계시장에 진출해 해외 주거문화를 선도하고 있다. 그리고 교통솔루션 사업은 국내 하이패스 시스템의 ETC망 50%이상의 구축실적을 보유하고 있으며, 이를 활용한 최적화된 하이패스단말기 제조를 통해 업계최초 누적판매량 200만대 달성(2012년) 및 3년 연속 시장점유율 1위(45%)를 기록 중이다. 특히 도로전용통신(WAVE) 및 단거리전용통신(DSRC), 18Ghz무선영상전송 등의 최첨단 기술을 확보중이며, 이를 바탕으로 세계시장 진출을 계획 중이다.



삼성SNS

기업소개:  
기업연혁

## 기업연혁 (1993~2013)

### 기업연혁

삼성SNS는 1993년 회사 설립이래 대한민국 정보통신 산업 발전의 밑거름 역할을 성실히 수행해 왔으며, 축적된 정보통신 네트워크 서비스와 솔루션으로 해당 사업분야에서 시장을 선도하며 고객 가치를 극대화 하고 있다.



2013	창립 20주년 , 삼성SDS와 합병(12월)
2012	2012 삼성SNS 주식회사로 사명변경 미국법인 (SNSA), 영국법인(SNSE) 설립
2008	유/무선 IP 단말 사업 진출, 디자인 조직 설립
2007	하이패스 단말 사업 진출
2004	스마트도어록 사업 진출
2002	세계 최초 홈네트워크 상용화(타워펠리스)
1997	통신연구소 설립
1993	삼성전자 분사, 서울통신기술주식회사 설립

기업소개:  
기업비전

## 삼성SNS는 'Samsung Network Services & Solutions'를 의미한다.

### 기업비전

#### 회사비전

삼성SNS (Samsung Network Services & Solutions)의 회사비전인 'Connecting People & Future'은 핵심 사업인 네트워크 서비스와 네트워크 솔루션 사업을 통해 사람과 사람,미래의 꿈을 연결해 새로운 가치,새로운 세상을 펼치고자 하는 의지를 담고 있다.



경영비전 및 전략:  
디자인 경영  
개요

## 단계별 개요

### 기업비전

### 중장기 디자인 전략

#### Phase 1 2008~2009

#### 1. 디자인 경영 1단계 (2008~2009년) - 도입기

기술력 위주의 기업문화에 디자인 경영이 정착할 수 있도록 조직을 설립하고, 디자인 전문 인력을 총원해 디자인 경영의 기반을 다질 수 있도록 했다. 사내·외 디자인 역량강화 프로그램 참여를 정례화하고 디자인 경영의 필요에 대한 사내 구성원의 마인드 제고를 독려했다. 특히, 삼성그룹의 선진디자인 전문가 협업 및 관련 교육 프로그램 연계를 통해 User Experience를 위한 사용자 리서치와 인터랙션 연구를 시작했다.

#### Phase 2 2010~2011

#### 2. 디자인 경영 2단계 (2010~2011년) - 디자인 아이덴티티 정립

디자인 경영의 기반을 다진 후, '일관성 있는 디자인을 위한 디자인 아이덴티티 정립', '각 사업별 운영되는 브랜드 통일화를 위한 브랜드 아이덴티티 정립', '디자인 개발 업무지원을 위한 디자인 관리 시스템 구축'에 집중했다. 브랜드 아이덴티티의 마인드 제고를 위해 브랜드 가이드 배포 및 정기적인 내부직원 교육으로 브랜드 관리를 본격화했으며, 제품개발의 전체적인 프로세스에 디자인 참여를 규정화해 최종 결과물에 일관된 디자인 가치를 포함할 수 있도록 했다. 이는 디자인의 일관된 무형의 가치를 창출해 고객 신뢰를 형성하도록 하기 위함이다.

#### Phase 3 2012~2013

#### 3. 디자인 경영 3단계 (2012~현재) - 디자인 가치 창출

기본 인프라 및 디자인 아이덴티티의 확립의 실현을 바탕으로 삼성SNS 디자인의 중장기 전략을 담은 'Meaningful Design'을 추진했다. 네트워크 기술과 디자인의 조화를 통해 사회, 환경, 문화에서 보다 나은 삶을 누리는 것에 '의미 있는 가치'를 두고 이를 디자인 비전으로 설정했다. 이를 위해, 창의적 사고 및 분석을 통한 선행 디자인개발을 강화해 미래제품에 대한 원형을 제안하고, 이를 바탕으로 '의미 있는 디자인의 가치창출'을 실현했다.

경영비전 및 전략:  
디자인 경영  
발전

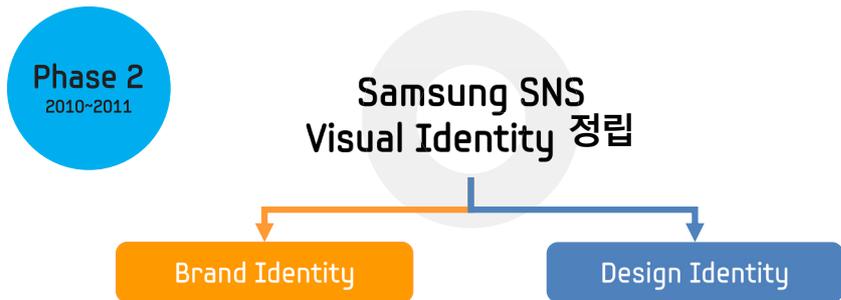
# 단계별 디자인 전략

## 디자인전략 도입기



- | 디자인 경영 시작(대표이사직속조직)
- | 사내/외 역량강화프로그램
- | 디자인 전문인력충원
- | 사용자리서치 및 인터렉션연구

## 디자인 아이덴티티 정립



- | BI / DI에 일치하는 디자인 방향성 제
- | 가이드 적용을 통한 메시지 전달
- | 기업디자인의 일관된 이미지 구축
- | 디자인을 통한 제품 및 브랜드 홍보

## 디자인 가치창출



- | 선행 디자인을 통한 미래제품개발
- | 사용자 리서치를 통한 창의적 사
- | 소프트웨어 역량을 기반 서비스
- | 용자리서치 및 인터렉션연구

경영성과:  
디자인 성과

## 디자인 세계 일류화

### 디자인 성과

#### 디자인 세계 일류화

삼성SNS는 2005년 홈 네트워크 국내업계 최초 iF Design Award를 수상한 이래, 매년 디자인 공모전에서 우수한 성과를 얻고 있다. (2008~2013년 5년간 누적집계 - 해외 23회, 국내 37회) 특히 2008년 디자인경영 본격화 이래, 국내·외 업계 최다의 수상실적을 보유하고 있으며, 2011년 재활용 종이를 활용한 에코패키지로 iF 디자인 골드상을 수상해 글로벌 디자인 경영 기업으로 인정받게 되었다. 또한, 주력상품인 스마트 도어록은 세계 3대 디자인상인 iF, Reddot, IDEA를 모두 석권해 관련업계 세계최초로 디자인 그랜드슬램을 달성했다.

2013년 현재 삼성SNS는 iF 디자인 세계랭킹 50위·국내랭킹 4위로 디자인 저력을 발휘하고 있으며, 국내 1위를 벗어나 '글로벌 네트워크 서비스·솔루션 전문기업'으로 도약하기 위한 노력의 일환으로 디자인 역량을 꾸준히 강화하고 있다.

# 해외 23건 국내 43건

(2008~2013 5년간 누적집계)



**ranking**  
company  
position 050  
2013

iF Design Ranking

해외 50위

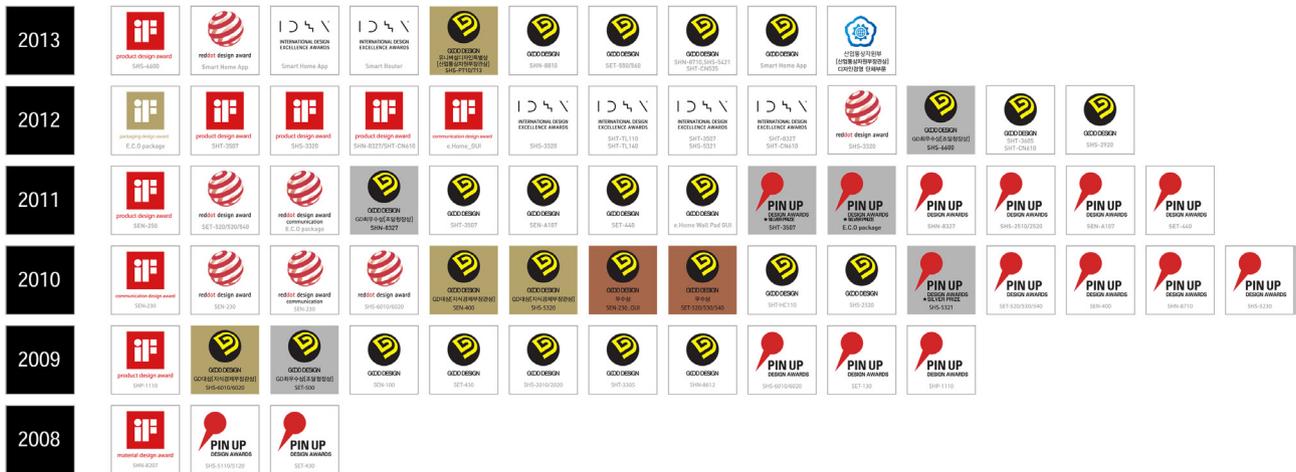
국내 4위

경영성과 :  
디자인 성과

# 디자인 세계 일류화

## 1. 디자인 경영 기간 누적집계 (2008~2013년 현재)

- 1) iF (독일 국제포럼디자인) : Package부문 Gold Prize 포함 10회 수상, 연속 7년 입상
- 2) Reddot (독일 노스트라인 디자인팔렌센터) : 7회 수상, 연속 3년 입상
- 3) IDEA (미국 산업디자이너협회, 비즈니스워크지) : 6회 수상, 연속 2년 입상
- 4) Good Design (한국 디자인진흥원) : 대상 4회 · 최우수상 3회 · 우수상 2회 포함 26회 수상
- 5) Pin-up (한국 산업디자이너협회) : Silver Prize 3회 포함 16회 수상



## 2. 디자인 경영 주요 실적

- 1) Good Design 업계 최다 본상 및 인증 보유
- 2) iF 디자인 어워드 Package부문 Gold Prize 최고상 수상
- 3) 디지털 도어록 최초 (SHS-3320) iF Reddot, IDEA 세계 3대 디자인상 그랜드슬램
- 4) iF Design Ranking 세계 50위 / 국내4위



경영성과 :  
디자인 성과

# 디자인 주도적 신제품 개발

## 디자인 주도적 신제품 개발

### 디자인 주도적 신제품 개발

국내·외 최고 수준의 네트워크 기술을 바탕으로 가정·기업 및 도로교통 분야에 스마트 솔루션을 제공하는 삼성SNS는 제품·UX·서비스 개발의 전체적인 프로세스에 디자인경영이 반영된다. 중장기 디자인 비전 및 아이덴티티에 따른 전략적 아이디어를 개발 초기단계에서 정립하고 최종단계까지 디자인이 주도적으로 관리함으로써, 최종 결과물에 대해 삼성SNS의 Brand Design Identity의 지속적인 일관성을 유지하고 있다. 또한, 조형·그래픽 디자인에 국한된 디자인 활동영역을 디자인 경영을 통해 '양산의 전체 단계·고객의 사용 단계·사용감성에 대한 고객만족 단계'에 이르는 인터랙션 디자인 영역으로 발전시켰다.

### 1. 스마트폰 어플리케이션을 이용한 스마트 홈 서비스 제공

스마트 폰 사용의 확대에 따라, 2010년 삼성SNS는 스마트 폰으로 홈 네트워크를 관리·제어할 수 있는 스마트 홈 서비스의 인터랙션 디자인을 개발했다. 언제 어디서든 스마트 환경과의 교감을 통해 우리 집을 제어하고 현재 상태를 조회할 수 있도록 했으며, 스마트폰에 익숙하지 않은 사용자도 쉽게 사용할 수 있도록 메뉴 구조를 단순화 했다. 폰트 사이즈 및 기타 그래픽 요소의 시인성을 위해 10여 차례의 사용성 평가를 거쳐 디자인 개발되었다.

### 2. 세계 최초의 디지털 터치 도어락 & Push·Pull 스마트 도어락

2006년 모바일 제품에 일부 적용된 터치기술을 디지털 도어락 전면 전체 윈도우에 세계 최초로 적용함으로써, 당시 도어락 후발주자였던 삼성SNS를 단숨에 시장 1위로 올려냈다. 이는 기존 도어락의 패러다임을 일시에 바꿔 놓았으며, 현재까지 수많은 관련업체에서 유사제품이 제조되고 있다. 또한, 2013년 도어락 중장기 전략에 따라 기존 레버핸들의 불편한 사용개선을 위해 기계식 푸쉬풀 핸들을 디지털 도어락에 세계 최초로 적용했다. 누구나 쉽고 편리하게 사용가능한 Universal Design으로 특히, 비상·화재 발생 시 노약자라도 신속하게 대피할 수 있도록 했다. 이와 더불어 IR센서를 활용해 사용자가 도어락에 다가가면 자동으로 깨어나는 Welcome기능과 외부인이 일정시간 머물면 자동 경보하는 기능, '핸들을 당기세요·문이 잠겼습니다·다시 입력하세요'등의 LED 메시지 알림 기능 등, 일반적인 기술을 디자인의도에 따라 감성품질의 새로운 기능으로 재탄생하게 했다.

경영성과 :  
디자인 성과

## 디자인 주도적 신제품 개발

### 3. 그린 홈 & 헬스케어 솔루션

그린 홈 솔루션은 건물 내 전력사용의 효율화를 위해 대기전력을 차단하고 실시간 사용량을 수시 체크할 수 있는 콘센트 및 스위치와 이를 홈 네트워크 연동으로 편리하게 관리할 수 있는 상품으로 에너지절감에 대한 국내 초기시장을 선점할 수 있었다. 기존의 대기전력 차단 기술의 일반적인 상용기술을 삼성SNS 강점인 네트워크 기술과 결합함으로써 창의적 디자인 결과물을 도출했다. 헬스케어 솔루션 또한 의료분야에서 사용되는 가장 일반적인 뇨분석 기술을 홈 네트워크와 연동해 원격으로 쉽고 빠르게 가정에서 당뇨나 기초건강을 체크할 수 있도록 디자인 기획되었다.

### 4. 업계의 디자인 트렌드 선도

세계최초 하이패스와 내비게이션을 결합한 하이패스-내비, 업계최초 초경량·초슬림 하이패스, 도어카메라와 도어록을 결합한 스마트 시스템 도어록, 안드로이드 OS를 반영한 풀터치 월패드, 환경보호 및 비용절감 효율을 개선한 에코 패키지 등, 삼성SNS는 새로운 패러다임을 창조하며 동종업계 디자인 경쟁력 1위로 디자인 트렌드를 선도하고 있다.



경영성과 :  
디자인 성과

# 국내 · 외 시장에서의 경쟁력 확대

## 국내 외시장 경쟁력 확대

### 국내 · 외 시장에서의 경쟁력 확대

삼성SNS의 네트워크 서비스 사업은 정보통신 시공능력평가 12년 연속 1위로 2,781억의 매출성과를 얻었으며, 네트워크 솔루션 사업은 2,160억의 매출을 달성해 국내 홈 네트워크(43%) 및 하이패스(50%) 시장점유율 1위로 시장 경쟁력의 절대 우위를 점유하고 있다.

디자인 경영 도입 이래, 지속적인 경쟁력 및 차별성 있는 우수 디자인으로 Full-line up을 보유해, 경쟁사 대비 다양한 제품군으로 국내 · 외 시장에 적기대응이 가능하며, 유명 디자인상 석권으로 제품의 가치를 세계시장이 인정하고 있다.

2012년 기준 매출액은 작년대비 35%증가했으며, 이중 해외 매출은 15%증가했다. 올해 미국과 영국에 별도 현지법인을 설립해 세계 시장 공략에 박차를 가하고 있다. 또한 생산 효율화를 위하여 2011년 인도네시아 자체 생산기지를 설립해, 우수한 기술력 및 디자인과 더불어 가격경쟁력까지 확보했다.



packaging  
design award

2012 GOLD



경영성과 :  
디자인 성과

# 국내 · 외 시장에서의 경쟁력 확대

## 국내 최초 스마트 홈 무선 솔루션 상품화 -'Always on, connected home'

아파트 및 주상복합의 대단지에서만 홈 네트워크를 사용하던 제한적인 시장을 벗어나, 주거형태에 상관없이 사용자가 옵션을 선택하고 원격 제어할 수 있는 홈 서비스를 국내 최초로 상용화 했다.

클라우드 서비스를 기반으로 기존 월패드 대신, 언제 어디서나 접속이 가능한 스마트폰 어플리케이션과 웹 사이트를 통해 보다 편리하고 효율적인 집안관리가 가능해졌다. IP카메라, 스마트 도어록, 조명스위치, 가스밸브등 사용자의 라이프 스타일에 맞는 제품을 선택한 후, 무선으로 연동하면 손쉽게 설치가 가능하다. 또한 제품 구매 후 별도 유지관리가 소요되지 않아 경제적인 서비스 상품으로 호평을 받고 있다.



경영성과:  
디자인상  
수상실적

# 수상실적

## 수상실적

### 1. 디자인

- | iF (독일 국제포럼디자인) : Package부문 Gold Prize 포함 10회 수상, 연속 7년 입상
- | Reddot (독일 노스트라인 디자인팔렌센터) : 7회 수상, 연속 3년 입상
- | IDEA (미국 산업디자이너협회, 비즈니스워크지) : 6회 수상, 연속 2년 입상
- | Good Design (한국 디자인진흥원) : 대상 4회 · 최우수상 3회 · 우수상 2회 포함 26회 수상
- | Pin-up (한국 산업디자이너협회의) : Silver Prize 3회 포함 16회 수상

### 2. 경영혁신

- | 대한민국 신성장동력 경영대상 (2010년 지식경제부)
- | 국가품질경영대회 금탑산업훈장 수상 (2010년 지식경제부)
- | 국가품질경영대회 토네이도분임조 대통령상 수상 (2010년 지식경제부)
- | 글로벌경영대상 신상품혁신 Winner상 2년 연속 수상 (2008~2009년 능률협회인증원)

### 3. 품질기술

- | 정보통신시공능력평가 12년 연속 1위 (2002~2013년 한국정보통신공사협회)
- | 한국 사용품질지수 KS-QEI 스마트도어록, 하이패스 5년 연속 1위 (2008~2013년 한국표준협회)
- | 올해의 브랜드대상 디지털도어록 부문 '삼성스마트도어록' 5년 연속 1위 수상
- | 국가품질경영대회 금탑산업훈장 수상 (2010년)
- | ISO 14001 획득

### 4. 기업문화

- | 상생협력 및 하도급공정거래 표창 (2010년 공정거래위원회)
- | 서울복지대상 사회공헌 우수기업 선정 (2009년)
- | 신 노사문화 우수기업 국무총리상 수상 (2009년)

### 5. 고객만족

- | 산자부 한국 서비스품질 우수 기업인증 (2005~2013년)
- | 한국 서비스대상 3년 연속 수상

# R&D Investment

## 신기술과 경쟁력을 창조하는 R&D

삼성SNS가 통신인프라 사업, 홈 네트워크 사업 및 교통솔루션 사업분야에서 1등을 지속할 수 있었던 힘의 원천은 꾸준한 기술개발 투자를 통한 최첨단 기술확보가 있었기 때문입니다. 1997년 설립된 통신시스템 연구소는 통신사업자와 기업고객을 대상으로 이동통신 시스템, 초고속 전송시스템의 개발 및 엔지니어링에 집중해 왔으며, 미래 성장형 시장을 중심으로 지속적인 사업구조 다변화를 통해, 기업 솔루션, 교통정보 시스템, 하이패스 단말에 이르기까지 폭넓은 분야에서 핵심기술 확보에 최선을 다하고 있습니다.

분야	주요 보유기술
Protocol	VXML, VPIM, LDAP, IP 엔진, IEEE1394, PLC, Wi-Fi, Bluetooth, SIP, MGCP, IEEE802 (STP, OSPF, RIP, DHCP, IGMP), DIAMETER, SIGTRAN, H.324M, H.263, H.323, SNMP, IMAP, SMPP, SS7 (MTP, SCCP, TCAP, ISUP), G.722/G.723, 지능망 CS1/2, V5.2, TCP/IP, IS-41C (MAP), RA-DIUS, IEEE 1609.3/4, 802.11p 등
Device Control	AV Codec, Device Driver (IP/Optic), H.263/PLC, DSP 제어, Processor 제어 등
OS & Interface	Embedded OS (Precise, VxWORKS, Nucleus, Win XP, Win CE), Sever OS (Linux, Solaris, Unix, Windows), DBMS (My_SQL, 오라클), PSoS, GUI 등
서버응용	On-Line Back Up, ActiveX, HA (High Availability) 이중화, Flash GUI 포팅, Web Browser, R/G 연동 등
Security	지문인식, sRTP, SSL/TLS 등
설계기술	Customer Application Engineering (Hardware & Software), PLD 제작, GPS 수신, E-PON, RF 회로, Matching 회로, DSRC 모뎀 등

경영성과:  
사회공헌 실적

# R&D Investment

모델명	주요개발제품
Mobile Network	M-WiMAX, WSS/WGW, CDMA/WCDMA, CDMA2000 1x/EV-DO, CDMA Handoff Gateway, CDMA Inter Generation Soft Handoff Gateway
Data & Access Network	TDX 계열, SDX 계열, ATM 계열 교환 시스템, AceMAP, M-DSLAM, DSLAM, FLC, SDH2.5G/10G 전송시스템
Enterprise Network	PABX, InfoMobile, IP-PBX, V2MS, MRBT, Voice Push, UC솔루션(UCExchanger/UMS/IVR/IVVR/VMS/FMS/녹취), Telephony Module(IP, Digital, Analog), IP Engine(IVR, 녹취), IP 단말 (VoIP)
Home Network	Home Server, Home PAD, Wall PAD, Gate Keeper, MoIP Phone, CoIP Phone, Local Server, Home Automation, VDP, Smart Doorlock, 주방용 TV 등 가정내 디지털 정보화 제품,
통신 부가장비	SPR, HSS, AAA, PSS, HLR, SLF, ENUM, RGW, DLR, SRS, QMS, LBS, SMCS, IP-TV, SVAS,
교통 솔루션	WAVE 기지국, WAVE 단말기, 하이패스 기지국, 하이패스 단말기, 통합차로 제어기, 교통정보시스템

경영성과:  
사회공헌 실적

## 삼성SNS의 최고 실적은 이웃과 사회에 대한 봉사입니다

### 사회공헌

창립과 동시에 사회봉사단을 발족한 기업, 직원이야말로 최고의 자산이라고 생각하는 기업, 삼성SNS는 따뜻한 가슴과 뜨거운 열정으로 이웃에 봉사하고 사회에 공헌함과 동시에 일할 만한 일터를 만들기 위해 최선을 다하고 있습니다. 삼성SNS는 더불어 함께 사는 온정 넘치는 사회를 만들어 감으로써 기업활동의 토양이 되는 건강한 사회발전에 기여함은 물론, 기업의 사회적 책임인 나눔과 봉사의 문화를 적극적으로 실천해 나가고 있습니다.

#### | 소년소녀 가장 후원사업

서울 12명 및 전국 지점 별 각 1명씩에게 고등학교 졸업까지 매월 10만원의 학자금과 명절 선물 등을 지급하고 매월 한세대씩 가정방문행사를 실시하고 있습니다.

#### | 국가적 정책동참

저출산 대책 정책 (WIN-WIN 프로젝트)에 적극적인 지원을 위해 관내 다자녀 가정들을 대상으로 매월 후원금을 지원하고 있습니다.

#### | 글로벌 사회공헌프로젝트

'지구촌 사회공헌'을 위한 아프리카, 중남미 결식아동 20명을 위한 성금 기탁을 매월 실시하고 있습니다.

#### | 노력봉사

매월 셋째주 목요일을 '사회봉사의 날'로 지정하여 서울 1개, 지점 별 각 1개소의 복지시설을 정기 방문하여 성금 전달 및 노력봉사를 시행하고 있습니다.

#### | 1사 2촌 자매결연 활동

강원도 영월군 및 원주시와 자매결연을 맺고 농촌을 살리는 1사 2촌 봉사활동에 앞장서고 있습니다. 농번기 일손 지원 및 농산물 직거래, 재해 발생 시에 피해복구 지원사업, 다양한 시설물 보수 지원 및 도서기증 등의 사업을 통해 농촌지역 생활에 전반적인 도움이 될 수 있도록 지원하고 있습니다.



15<sup>TH</sup> | K O R E A  
D E S I G N  
A W A R D

디 자 인 경 영 부 문

우수상  
산업부장관표창

하 나 은 행

대한민국  
디자인 대상 :  
수상작

## 디자인 경영부문 : 우수상



### 기업소개h

- | CEO메시지
- | 기업 개요 및 연혁
- | 조직현황

### 경영 비전 및 전략

- | 기업비전
- | 기업미션
- | 디자인 경영

### 경영 성과

- | 사회 공헌 활동

기업소개 :  
CEO메시지

## '디자인'을 통한 고객과의 지속적 커뮤니케이션, 하나은행의 디자인 정체성입니다



'디자인'을 통한 고객과의 지속적 커뮤니케이션,  
하나은행의 디자인 정체성입니다.

흔히 '은행'과 '금융'을 생각하면 딱딱하고 권위적인 이미지가 가장 먼저 떠오른다고 합니다. 고객의 생활과 밀접한 관련을 맺고 있지만 그다지 친근하지는 않은 공간 혹은 존재, 그것이 그동안 많은 고객이 '은행'에 대해 가져온 이미지의 일 것입니다.

하나은행은 조금 다른 행보를 보여왔다고 자부합니다. 고객에게 물질적 풍요는 물론 정신적 풍요를 선사하기 위해 노력해온 하나은행은 또한 문화를 사랑하는 '문화은행'으로서, 특히 '디자인'을 통해 고객에게 보다 멋진 문화적 경험을 제공하고, 친밀하게 다가가기 위해 노력해왔습니다.

이번에 '제15회 대한민국디자인대상'에서 수상의 영광을 안은 브랜드 디자인 역시 고객에게 더 멋진 디자인을 제공하는 것과 동시에 다양한 금융 서비스를 픽토그램화해 고객과 지속적이고도 편안하게 소통할 수 있도록 통장 디자인을 리뉴얼한데서 시작된 것으로, 2013년 레드닷 디자인 어워드 커뮤니케이션 디자인 부문 본상을 수상하며 독창적 디자인, 아이디어의 혁신성, 고객과의 감성적 교감 등에서 우수한 평가를 받은 바 있습니다. 하나은행이 '디자인'에 관심을 갖는 이유, 그것은 고객에게 좀 더 가까이 다가가고 싶기 때문입니다. 고객과 가까워지고자 하는 이유는 더 말할 것도 없이 고객은 하나은행이 존재하는 제1의 이유이기 때문입니다. 2010년 IF 디자인 어워드, 2011년 IDEA 디자인 어워드에 이어 2013년 레드닷 디자인 어워드까지, 국내 은행권 최초로 3대 글로벌 디자인 어워드에서 모두 수상할 수 있었던 것도 하나은행의 '디자인'을 통한 고객과의 적극적인 커뮤니케이션 노력을 여러분이 높이 평가해주신 결과라고 생각합니다.

디자인은 단순히 아름답고 보기 좋은 것을 넘어 브랜드의 정체성을 담아내는 그릇입니다. '언제나' '어디서나' 고객과 함께하며, 건강한 금융의 실천을 통해 고객 그리고 사회와 함께 상생하는 하나은행의 정체성을 담은 디자인으로, 앞으로도 지속적이고도 친밀한 소통을 이어가겠습니다. 마지막으로 대한민국 최고의 권위를 자랑하는 '제15회 대한민국디자인대상'에서 수상할 수 있도록 좋은 평가를 내려주신 심사위원 여러분께 감사의 말씀을 드립니다.

하나은행장 김 종 준

기업소개:  
기업개요

# 경영원칙, 하나정신, 필수덕목

## 기업개요

### 1. 경영원칙

경영원칙은 하나은행이 성공적인 사업모델 구현과 진취적인 미래 도전을 위해 발전시켜야 할 가치로 사람존중, 고객우선, 시장선도, 성과중심으로 대변됩니다.



### 2. 필수덕목 'Integrity'

Integrity는 신용을 팔고 사는 것을 금융산업의 본질로 이해하고 있는 하나은행 임직원의 필수덕목으로 정직, 성실, 투명과 함께 '기본으로 돌아가라' 라고 할 때의 바로 그 "기본 중의 기본"을 의미합니다.



기업소개 :  
기업연혁

# 기업연혁

## 기업연혁

2013. 12	<p>신입직원을 위한 '하나 주니어 패밀리론' 출시</p> <p>Gold Club, '2013 대한민국 커뮤니케이션 대상' 인쇄사 보 사외보 부문 문화체육관광부 장관상 수상</p> <p>하나금융 창립 8주년 기념 외화적립식 예금 출시</p>
2013. 11	<p>하나희망금융플라자 2기 출범식</p> <p>'제7회 자금세탁방지의 날 및 FIU설립 12주년 기념식'에서 최우수금융기관으로 대통령표창 수상</p> <p>서울신용보증재단과 '일자리 창출기업을 위한 금융지원 업무협약'체결</p> <p>하나N플러스 정기예금 출시</p> <p>'BAI-FINACLE GLOBAL BANKING INNOVATION AWARDS 2013'2개 부문 수상</p> <p>바클레이즈은행과 '아프리카 진출 및 거래 한국기업 지원을 위한 업무협약'체결</p>
2013.10	<p>전산시스템 무장애 1000일</p> <p>제2기 희망엔지니어 적금 출시 및 중소기업청과 '중소중견기업 성장 희망 사다리 지원을 위한 업무협약' 체결</p> <p>The Asian Banker誌 주최, '2013 TIA(Technology Implementatoin Awards)코리아' Best Mobile Banking Project 등 3개 부문 수상</p> <p>PB誌 선정, '제 23회 Global Wealth Award 2013' 전세계 최우수 PB육성및 개발 프로그램 수상 및 가장 혁신적인 비즈니스모델 부문 우수상 수상</p>
2013.09	<p>하나.외환, '하나 월세론', 'KEB 월세론' 공동 출시</p> <p>포브스 주최, 제4회 '2013 대한상공회의소.포브스 사회공헌대상' 다문화가정지원 부문 수상(4년 연속)</p> <p>한국경제 신문 주최, '제2회 한경 금융소비자보호대상' 종합대상 수상</p>

기업소개:  
기업미션

# 기업연혁

## 기업연혁

	프랜차이즈 사업자 위한 자금관리 서비스 '빅넷(BiC NET) 프랜차이즈' 출시
2013. 08	한국소셜콘텐츠진흥협회 주관, '대한민국 SNS 어워드 2013' 은행부분 대상 수상
2013. 07	하나N, 미래창조과학부·매일경제 주최, '제13회 대한민국디지털경영혁신대상 대통령상 수상' Euromoney誌 선정, 'Euromoney Awards for Excellence 2013' Country Awards 부문 'Best Bank in Korea' 수상 N Wallet, 한국능률협회 컨설팅(KMAC) 주관, '2013 THE PROUD 고객가치 최우수상 품' 금융서비스 부문 1위 선정 '2013 레드 닷 디자인 어워드' 커뮤니케이션 디자인 부문 본상(Winner) 선정 - 국내 은행권 최초 세계 3대 글로벌 디자인 어워드 수상
2013. 06	군인대상 '하나 베레모 적금' 출시 Asiamoney誌, 'Private Banking Poll 2013' 대한민국 최우수 프라이빗 뱅크 선정(2년 연속) '하나터치마켓' 시스템 금융권 최초 개발, 부천상동시장 시현 '금융소비자 권익보호 현장' 선포 인도네시아 자카르타 PB센터 설립
2013. 05	기초노령연금 수령 고객 대상 고금리 및 수수료 우대서비스 제공하는 '행복연금 통장' 출시 와식바삭, 중앙일보 이코노미스트 주관, '2013 고객사랑 브랜드 대상' 맞춤형 금융브랜드 부문 수상(2년 연속) 중동지역 진출 국내기업 지원을 위한 두바이경제자유구역형- 중소기업중앙화 하나외환 다자간 업무협약 체결 신개념 해외송금 서비스 '하나 글로벌페이' 출시 중국 민생은행과 전략적 업무제휴 체결

기업소개 :  
기업연혁

## 기업연혁

	캐나다 몬트리올 은행(BMO)과 전략적 업무제휴 국내 금융권 최초 아시아금융협력연맹 가입
2013. 04	조선비즈 주최, '한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상' 프라이빗뱅크 부문 최우수 브랜드 선정(2년 연속) 글로벌 온라인 결제기업 페이팔(PayPal)사와 업무제휴 계간지 『하나은행』, 멀콤사 주관, 아스트리드 어워드 '금상 수상'
2013. 03	Asian Banker誌 선정, 금융상품 부문 최우수은행 수상 '하나 재형저축' 출시
2013. 02	Interbrand 주최, Best Korea Brands 2013 선정
2013. 01	호주 코먼웰스 은행과 전략적 업무제휴 체결 해외송금 전문회사 '미국 웨스턴 유니온사'와 업무협약 체결 '하나웨스턴유니온 빠른 해외송금' 서비스 실시
2012. 12	스마트 브랜치 1호점 고려대에 개점 사회복지공동모금회에 공익신탁기금 및 이웃사랑 성금 전달
2012. 11	The Banker誌 선정, 'Best Bank in Korea' 수상 The Banker誌 선정, 'Best Private Bank in Korea' 수상 (2년 연속) 모두가 하나 되는 2012 모두 하나데이
2012. 10	'GWP 일하기 좋은 100대 기업' 본상 수상(2년 연속) 미얀마 양곤사무소 개설 PBI誌 선정, '2012 Outstanding Private Bank in East Asia수' 상 The Asset誌 선정, 'Best Private Bank by country'
2012. 09	Asiamoney誌 선정, 'Best Private Bank in Korea' '고객만족 브랜드 대상' 은퇴설계서비스 부문 브랜드 대상 수상 '대한상공회의소 · Forbes 사회공헌대상' 다문화가정지원 부문 대상 수상(3년 연속)
2012. 08	2012 아시아PB대상' 대상 수상

기업소개:  
기업미션

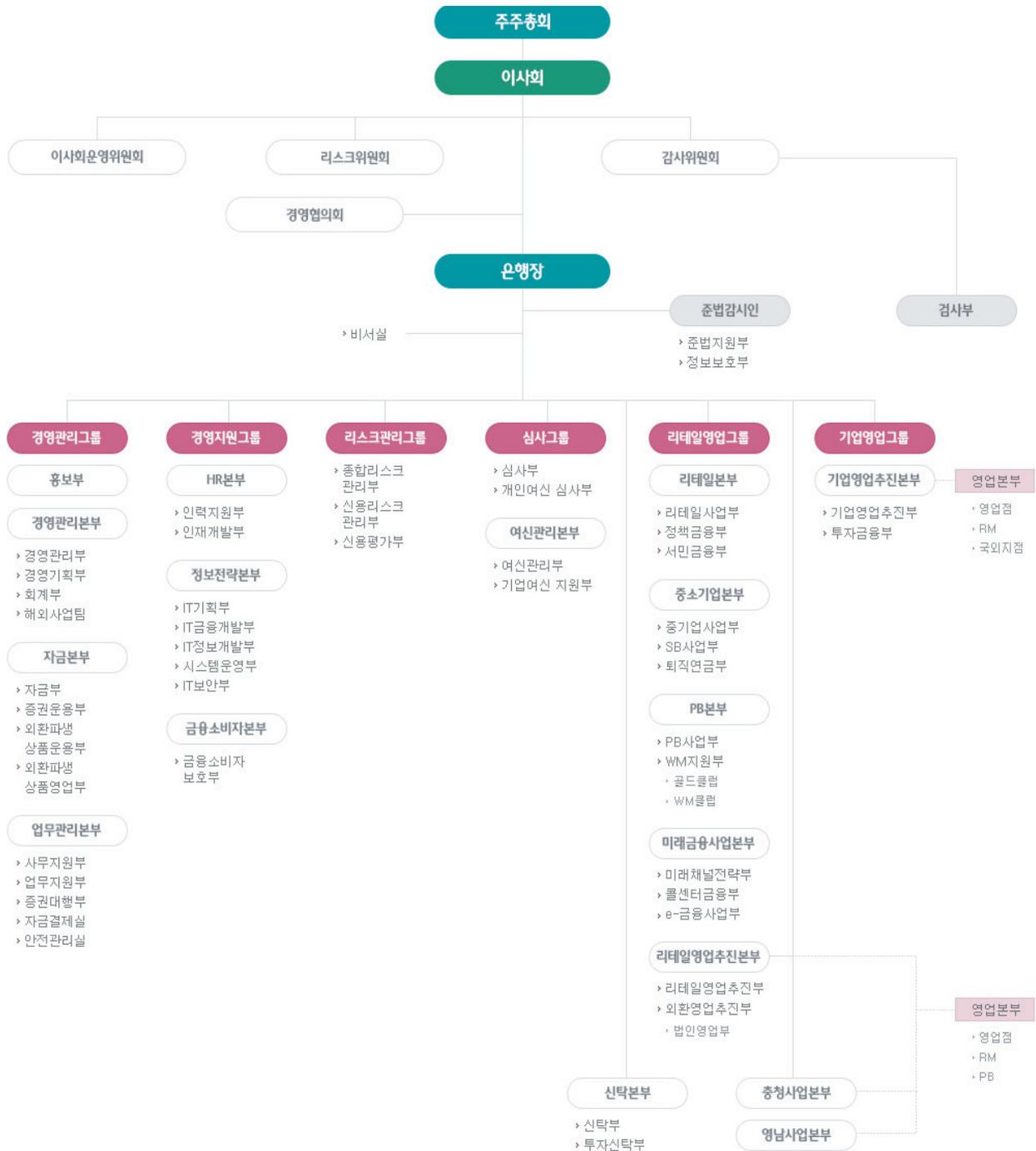
## 기업연혁

2012. 07	'대한민국 디지털경영혁신대상' 디지털금융분야 대상 수상 연평도에 복지시설 '하나회관' 착공
2012. 06	하나N Wallet, '2012 금융 기술 혁신 대상' 최고상을 포함한 3개 부문 수상
2012. 05	바보의 나눔 '실버 스마일카' 기증식 개최 '한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상' 프라이빗뱅크 부문 우수 브랜드 선정
2012. 04	'걷고 기부하기(시즌7)행사 개최 하나N, '2012 모바일 브랜드 대상' 금융서비스부분 대상 수상 베트남에 야구장 건립 지원
2012. 03	김종준 은행장 취임 다문화가정 아동을 위한 '문화체험 프로그램' 실시
2012. 02	'하나금융 계열 '하나저축은행' 영업 개시 '2012 대한민국 베스트 뱅커' 대상 수상
2012. 01	전문건설공제조합과 에스크로 신탁시스템 도입을 위한 업무협약 체결 걷고기부하기 모금액 '베트남 맹그로브 나무심기'에 기부

기업소개 :  
조직현황

# 하나은행은 조직의 시너지와 효율성을 극대화한 책임경영체제를 갖추고 있습니다

## Organization



경영비전 및 전략:  
기업비전

초우량 종합금융 서비스 네트워크를 갖춘 하나은행은 2015년까지 아시아 기반의 글로벌 금융그룹으로의 성장을 지향하고 있습니다

## Vision

### 하나인의 비전

급변하는 시장환경 하에서 핵심역량을 바탕으로 하나은행이 궁극적으로 달성하고자 하는 비전



이익구조의 선진화와 해외사업의 현지화를 지속적으로 추진하여, 2015년 세계 50대 금융 그룹 진입과 Global Competitiveness를 갖춘 아시아 기반의 글로벌 금융그룹으로 성장해 나갈 계획입니다.

경영비전 및 전략:  
기업미션

# 고객만족추구, 주주가치 극대화, 직원이치 창조, 공동체 기여 라는 4가지 미션을 충실히 수행해 나가겠습니다

## Mission

### 금융파트너로서의 고객만족 추구

금융환경 변화 및 고객 니즈의 다양화에 따라 가계금융, 기업부문, PB(Private Banking)부문 등에서 보다 광범위 하고 전문화 된 금융솔루션을 제공함으로써 고객이 원하는 다양한 수요를 종합적으로 만족시키고자 합니다.

### 비즈니스 파트너로서의 주주가치 극대화

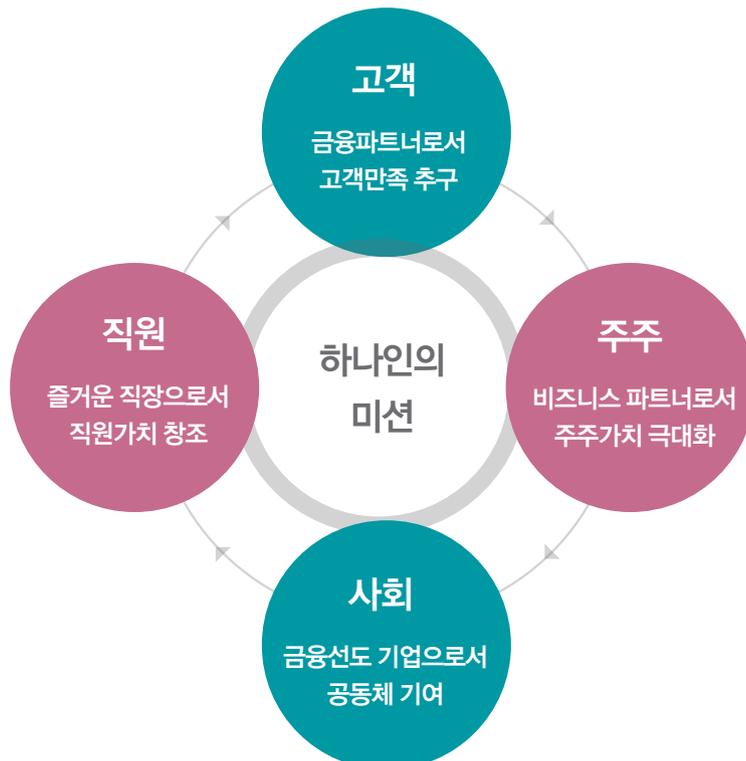
확대된 금융 네트워크를 기반으로 Cross-Selling을 통해 시너지를 창출하고 경영 전반의 인프라를 선진화하여 금융시장에서의 확고한 리더십을 구축하고 투명경영을 실현할 것입니다. 이와 함께 보다 나은 경영성과의 실현을 통해 기업가치와 함께 주주가치를 제고하는 노력을 지속할 것입니다.

### 즐거운 직장으로서의 직원이치 창조

혁신 및 진취적인 자세를 가진 기업가 정신을 고취하고 성과에 따른 보상과 인재개발을 통해 성과주의 문화를 공유하며 즐거운 직장 분위기 조성을 통하여 목표 달성을 위한 동반자로서의 동기를 부여하고자 합니다.

### 금융선도 기업으로서의 공동체 기여

경제와 문화가 함께하는 '문화은행', 소외된 이웃과 함께하는 '나눔은행' 및 자연을 저축하는 '푸른은행'의 3대 지향점을 중심으로 하나은행의 공동체 내 위상을 높여 나갈 것입니다.



경영비전 및 전략:  
디자인 경영

# 디자인 경영

## 디자인 경영



- | '손님의 기쁨 그 하나를 위하여'라는 하나은행의 정신을 모태로 한 고객 중심 디자인 경영
- | 브랜드 컨셉: 글로벌, 스마트, 따뜻함
- | 디자인 컨셉: 손님에 대한 신뢰와 소통을 중시한 새롭고 따뜻한 디자인

경영성과 :  
디자인 경영

## 디자인 경영

### 디자인 경영

하나은행은 사회공헌 차원에서 문화은행, 푸른은행, 나눔은행을 실현하고 있습니다. 그 중 문화은행의 일환으로 달력디자인공모전을 17회차, 어린이 포스터 대회를 21회차 운영하고 있습니다. 또한, 문화은행의 이미지를 높이고, 고객 및 일반인들에게 하나은행 브랜드를 널리 알리기 위해 계간 하나은행을 1986년부터 발간하고 있습니다.

하나은행의 소속 디자이너는 자기계발과 최신 디자인 트렌드의 벤치마킹을 위해 연 1회의 해외 출장 기회가 주어집니다. 세계 주요 박물관 견학 및 디자인 박람회 등을 방문하여 얻은 자료들은 홍보 업무를 담당하고 있는 모든 직원과 공유하게 되고 향후 국내 시장 상황이나 경영 전략에 따라 하나은행 고유의 디자인 결과물로 재 탄생합니다.

꿈의 미술실



하나 달력디자인 공모전



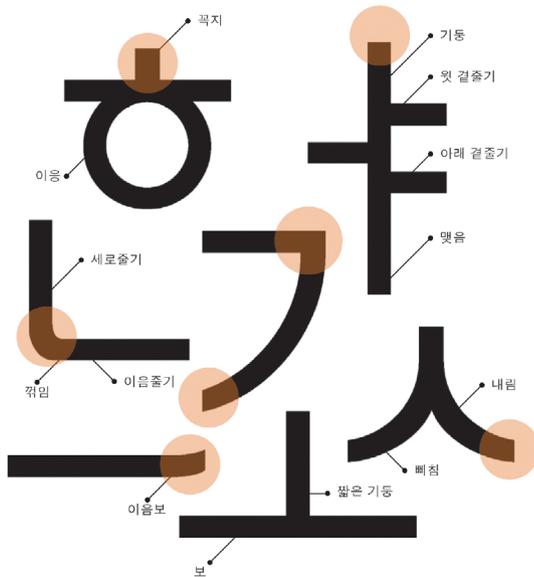
경영비전 및 전략 :  
디자인 경영

# 하나서체

하나은행은 하나금융지주의 자회사로서 그룹 공통 브랜드 관리 시스템에 입각한 CI 매뉴얼과 홍보물 가이드라인을 제정하여 운영하고 있습니다. 고객 접점에서 노출되는 모든 디자인 관련 홍보물과 판촉물은 해당 시스템의 세부 내용을 준수하며 지주회사의 브랜드 심의 제도를 통해 최종 승인을 받아 제작됩니다.

## 하나서체

<Hana M의 기본골격>



- 하나UL  
하나전용서체가 새롭게 태어납니다
- 하나L  
하나전용서체가 새롭게 태어납니다
- 하나M  
하나전용서체가 새롭게 태어납니다
- 하나B  
하나전용서체가 새롭게 태어납니다
- 하나CM  
하나전용서체가 새롭게 태어납니다

경영성과 :  
사회 공헌활동

# 사회공헌활동

## Citizenship



하나 Kids of Asia 여름캠프 <엄마나라 말을 배워요>



노인전문요양시설 <하나케어센터>



다문화가정 지원사업 <희망을 찾아가는 문화체험단>

좋은것 하나 더 더하고 싶은 마음,  
좀더 살기 좋은사회를  
위해 힘을 더합니다

| 조금은 다른 시각에서 시작된 나눔, 하나더하기

| 모두가 하나되는, 모두하나데이

우리 사회의 문제를 긍정에너지로  
바꾸기 위해 작은 목소리 하나하나에  
귀 기울입니다

| 다문화 가정의 아이들을 미래 아시아의 희망으로 키우는  
다문화 가정 지원사업

| 노후 걱정, 육아 걱정 없는 사회를 꿈꾸는  
하나푸르니보육시설 및 하나케어센터

경영성과 :  
사회 공헌활동

하나금융그룹은 안으로는 가족간의 나눔을,  
밖으로는 소외된 이웃을 위한 나눔을  
실천하고 있습니다

## 나눔더하기



자율형 사립고 <하나 고등학교>



하나사랑봉사단 <노숙인을 위한 사랑의 밥 나눔>



하나사랑봉사단 <여수엑스포, 재가어르신 야외나들이>



외환은행 나눔재단 <제빵봉사>

올바른 경제관을 지닌  
글로벌 인재를 양성하기 위해  
어린이교육부터 대학교육까지  
폭 넓은 지원을 시도하고 있습니다

- | 올바른 경제관을 키우는  
하나어린이경제교육 및 청소년금융교실
- | 자율형 사립고, 하나고등학교
- | 외환은행의 지역사회 인재육성 프로그램,  
우수졸업생 표창

어려운 이웃이 스스로 일어설 수 있도록  
실질적인 희망을 체계적으로 지원합니다

- | 작은 사랑을 실천하는 하나금융그룹나눔공동체,  
하나사랑봉사단
- | 나눔 문화를 키우는 금융 서비스, 하나공익신탁
- | 건강한 경제주체로서의 성장을 지원하는  
소액대출사업, 하나미소금융재단
- | 함께 만들어 가는 행복한 세상,  
외환은행 나눔재단

경영성과 :  
사회 공헌활동

# 예술을 사랑하는 하나금융그룹은 문화의 향기를 가까이에서 느낄 수 있는 만남의 장을 마련하고 있습니다

## 문화더하기



명동 하나은행 브랜드 플래그십 스토어



명동의 낭만 <외환은행 명랑시장>



한마음 응원단 <축구 국가대표팀 후원>



LPGA하나- 외환 챔피언십



문화예술 전문지 <계간 하나은행>

생활 속에 흐르는 아름다운 선율,  
풍부한 감성으로 풍요로운  
내일을 지원합니다

- | 하나여의도 클래식 및 하나 클래식 아카데미
- | 문화예술 전문지 계간 하나은행
- | 하나은행 달력디자인 공모전
- | 명동의 낭만, 외환은행 명랑시장
- | 외환은행 송년음악회
- | 자선문화공연, 하나은행 주먹밥 콘서트

다양한 스포츠 활동을 통하여  
모두가 하나되는 열정을 이끌어 냅니다

- | 국내 유일의 LPGA 정규투어대회,  
LPGA하나- 외환 챔피언십
- | 날이 발전하는 대한민국 축구팀에 더 큰 응원을,  
축구 국가대표팀 후원
- | 비인기종목에 관심을, 대한롤러경기연맹 후원

경영성과:  
사회 공헌활동

하나금융그룹은 모두가 자연의 혜택을 누릴 수 있도록 환경보호의 중요성을 알리는 일에 앞장서고 있습니다

## 푸른 더하기



자녀와 함께 하는 <하나 숲 가꾸기>



무료 환경 콘서트 <하나 푸른 음악회>

자연과 함께 꿈꾸는 푸른 성장,  
우리의 삶에 건강을 더합니다

- | 숲을 통해 미래를 가꾸는 하나숲
- | 지역사회의 녹색의지를 높이는 하나 푸른 음악회
- | 외환은행 1사1산 가꾸기 운동

경영성과 :  
사회 공헌활동

하나금융그룹은 모두가 자연의 혜택을 누릴 수 있도록 환경보호의 중요성을 알리는 일에 앞장서고 있습니다



안산 호동초등학교 <하나 꿈의 미술실>



<하나 자연사랑 어린이 포스터 그리기 대회> 2012년 20회 수상작

## 꿈나무와 함께 생각하고 꿈꾸는 자연

- | 자연 사랑에 대한 상상력의 날개를 펼쳐주는  
하나 자연사랑 어린이 포스터 그리기 대회
- | 자연의 소중함을 깨닫는 체험교육  
자녀와 함께 아름다운 숲 찾아가기
- | 환경친화적인 미술교육공간, 꿈의 미술실

15<sup>TH</sup> K O R E A  
D E S I G N  
A W A R D

디 자 인 경 영 부 문



/// //////////////////////////////////////  
**샘 표**  
//////////////////////////////////// ///

대한민국  
디자인 대상 :  
수상작

## 디자인 경영부문 : 우수상



### 기업소개

- | CEO메시지
- | 기업 개요 및 연혁
- | 기업 비전 및 핵심가치

### 디자인 경영 비전 및 전략

- | 디자인 경영 비전
- | 디자인 경영 전략

### 디자인 경영 성과

- | 사회 및 공헌 실적
- | 디자인 성과 및 수상 실적

### 디자인 비전

- | 미래전략

기업소개 :  
CEO 메시지

## 우리 맛으로 세계인을 즐겁게! 한국 음식문화를 대표하는 기업, 샘표



올해로 67주년을 맞은 샘표는 우리나라에서 가장 오래된 상표입니다. 간장회사 샘표가 전통과 옛 것에 치우치지 않고 그 안의 가치를 발굴하고 혁신하는데 있어 디자인의 힘은 큰 역할을 했습니다.

'연두'와 '백년동안' 같은 새로운 발효제품을 선보이고, 한 번도 우리 장을 맛 본적 없는 외국사람들에게 우리 장을 알리고, 제품을 수출하는데 있어 디자인을 통해 우리는 말보다 더 많은 이야기를 소비자들과 나눌 수 있습니다. 디

자인은 단순한 프로모션의 결과물이 아니라 소비자와의 연결 고리입니다. 디자인을 통해 사람들은 자연스럽게 우리가 의도한 것을 느낄 수 있습니다.

회사에서 중요한 것은 직원들의 행복이라고 생각합니다. 일하는 공간이 주는 분위기는 직원들의 행복에 많은 영향을 줍니다. 답답한 회색 공간이던 공장의 외벽을 작가의 캔버스처럼 아름다운 작품으로 꾸민 샘표 아트팩토리 프로젝트나, 연구소의 인테리어를 아티스트들의 상상력으로 표현한 샘표 갤러리 프로젝트는 직원들을 더 행복하게 만들어 줍니다. 디자인은 일상을 조금 더 즐겁고 행복하게 살 수 있도록 도움을 줍니다.

디자인 경영이라는 것이 디자인과 경영이 분리된 말이 아니라고 생각합니다. 디자인은 우리가 하는 일 속에 이미 자연스럽게 녹아 들어가 있다고 생각합니다. 샘표는 한국 음식문화의 근간을 이루는 장을 계승 발전 시켜, 우리 음식문화의 수준을 높이는 일을 하고 있습니다. 우리의 비전은 해외에 한국의 맛을 알리고, 우리 음식문화를 세계인이 즐기게 하는 것입니다. 이 말 속에 이미 디자인의 중요성은 포함되어 있다고 생각합니다.

우리 맛으로 세계인을 즐겁게, 샘표가 최선을 다해 노력하겠습니다.

샘표 대표이사 박진선

박진선

기업소개:  
기업개요 및  
연혁

## 기업 개요 및 연혁

### 개요

기업명	샘표
대표이사	박진선
설립	1946
주요사업	장류, 조미식품, 가공식품, 소스류 제조 및 유통
본사	서울특별시 중구 충무로 2
Homepage	www.sempio.com

### 연혁

1946. 08	박규희 사장 총무로에 샘표식품 창립
1954. 05	'샘표' 상표 등록 (샘표는 국내에서 현존하는 가장 오래된 상표임)
1958. 02	국내 최초로 장류 전문 연구소 개설
1959. 10	샘표간장 첫 수출
1961. 01	국내 최초로 CM송 도입 (맛을 보고 맛을 아는 샘표간장 ~ ♪♪♪)
1969. 01	도봉구 창동으로 본사 이전
1971. 04	철탑산업훈장 수훈
1973. 02	조치원식품 설립(과일 통조림 생산)
1976. 03	양포식품 설립(수산물 가공 통조림 생산)
1976. 06	한국증권거래소에 주식을 상장하고 공개법인이 됨
1976. 08	박승복 사장 취임
1976. 10	'한국 10대 경쟁력 우수기업체' 선정 (한국생산성본부 주관)
1980. 08	국내 최초로 PET병 자동포장기 도입
1981. 03	산업포장 수상
1987. 01	이천공장 준공 및 가동
1989. 09	박승복 회장, 국민훈장 목련장 수훈
1989. 10	제12회 국제식품교역전 식품부문에서 대상 수상
1989. 12	양조간장 501 출시
1996. 05	석탑산업훈장 수훈
1997. 04	박진선 사장 취임

## 기업 개요 및 연혁

1997. 04	박진선 사장 취임
1998. 05	ISO 9001 인증
2000. 03	금탑산업훈장 수상
2000. 05	ISO 14001 인증
2000. 07	미국 LA에 샘표 미국법인 설립
2001. 11	영동공장 준공(된장, 고추장, 쌈장 생산)
2001. 12	충무로로 본사 이전
2002. 05	국내 최초로 장류 전부문에서 HACCP 지정
2003. 06	식문화 체험공간 요리교실 지미원 개원
2003. 11	식품안전연구센터 KOLAS(국제공인시험기관) 인증 획득
2004. 04	문화갤러리 샘표스페이스 개관
2005. 04	박승복 회장, 제 37회 한국의 경영자상 수상 (한국능률협회)
2005. 06	국가환경경영대상 대통령 표창(행정자치부)
2006. 08	샘표 New CI 선포
2006. 09	창립 60주년 캠페인 '자라나는 아이들에게 우리 된장을 먹입시다' 진행
2008. 04	중국 상해에 샘표 중국법인 설립
2008. 12	가장 존경받는 기업 선정(한국경영자협회)
2009. 11	제46회 무역의 날 1천만불 수출탑 수상
2010. 03	제19회 경제정의기업상 수상(경실련)
2010. 12	충북 영동공장에 육포공장 준공
2011. 02	제7회 투명경영대상 우수상 수상(경제 5단체)
2011. 08	이천공장 '아트 팩토리(Art Factory) 프로젝트' 공개
2011. 10	장류업계 최초 SQF 2000 획득
2011. 12	간장, 백년동안 세계 일류상품 선정
2013. 05	'우리발효연구중심' 연구소 설립
2013. 05	월드클래스 300 선정
2013. 11	메세나대상 창의상 수상(한국메세나협회)

디자인 경영  
비전 및 전략:  
기업의 가치

# 전통 장을 계승 발전시켜 우리 맛과 음식문화를 세계인에게 널리 알리겠습니다

## 기업의 가치

샘표는 한국 전통 장을 만들고 연구해온 발효식품 전문기업입니다. 장은 한국을 대표하는 발효식품이자, 한국 음식 맛의 기본입니다. 장 산업의 리더로 우리 맛을 연구하고, 건강하고 맛있는 한국발효식품을 연구개발해 왔습니다.

샘표가 우리 사회에 기여할 수 있는 일은 우리발효의 기술로 우리 전통의 맛을 살리고, 전통 장의 연구개발을 통해 보다 좋은 제품을 만들어 우리 식문화의 수준을 높이는 일이라고 생각합니다. 우리 전통의 맛을 현대적으로 재창조하고 음식을 통한 즐거움을 세계인이 함께 즐기며 행복해질 수 있도록 끊임없이 노력하겠습니다. 한국에서 가장 오래 사랑 받아온 식품 브랜드 샘표는 한결 같은 마음으로 국내 소비자뿐만 아니라 세계인에게 한국의 맛과 음식문화를 전하는 우리 맛 대표회사가 되겠습니다.



디자인 경영  
비전 및 전략 :  
디자인 경영  
비전

## 디자인은 즐거움을 만드는 아주 강력한 수단입니다

### 디자인 경영 비전

샘표는 디자인 경영을 바탕으로 구성원의 행복을 만들고 사회에 기여하는 기업으로 끊임없이 성장해 가려고 노력하고 있습니다. 한국 음식의 근간이 되는 장의 수준을 높이고, 한국 식문화 발전을 통해 지역사회에 기여하는 일에 최선의 노력을 다하고 있습니다.

일하는 구성원들도 사회에 기여하는 일을 한다는 생각을 하면 일 자체도 즐거워지고 행복해진다고 생각합니다. 기업은 사람이 모여 사는 작은 사회입니다. 이 작은 사회에 기여하기 위한 일환으로 직원들의 행복을 위한 아트 프로젝트가 진행되었습니다.

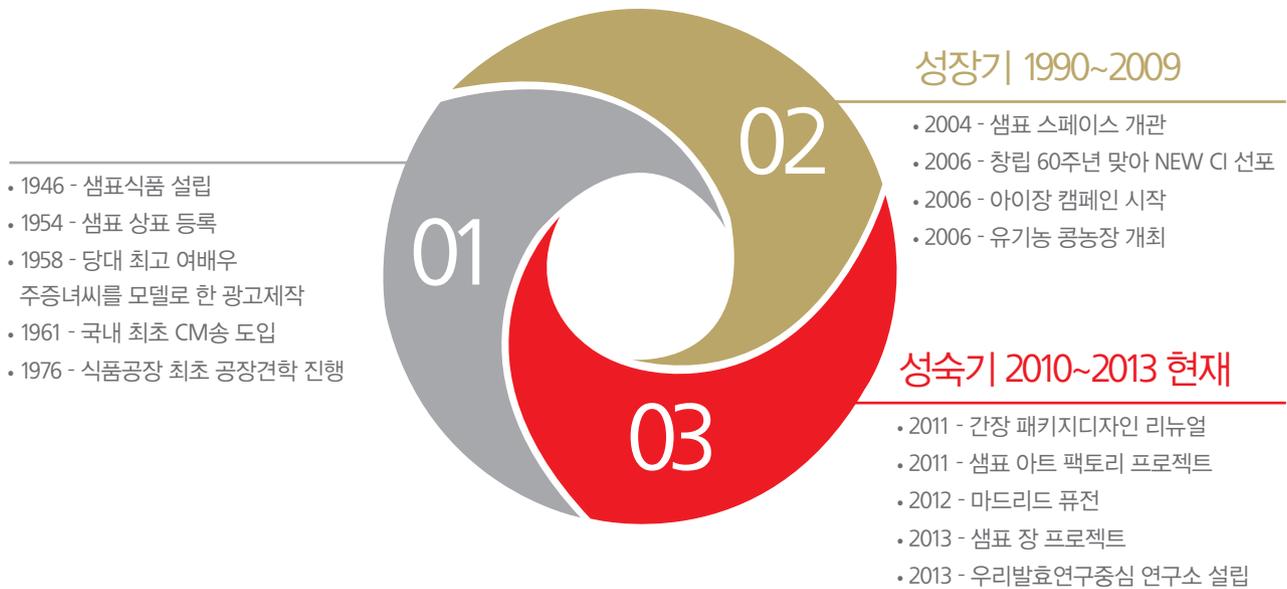
예술과 디자인은 우리 주변을 좀 더 즐겁고 행복하게 만드는 역할을 합니다. 아름답고 자유로운 공간을 통해 구성원들이 행복을 느끼고, 역동적이고 혁신적인 새로운 시도를 통해 사회에 기여하고자 합니다.

디자인 경영  
비전 및 전략:  
**디자인 경영  
전략**

# 전통의 가치를 바탕으로 끝없는 혁신을 이루어 왔습니다

## 디자인 경영 전략

1946년 설립된 샘표는 전통의 가치를 바탕으로 새로운 시도와 변화를 계속해 왔습니다. 디자인은 기업 경쟁력을 높여주는 핵심영역에 해당됩니다. 샘표는 설립 이래 현재까지 꾸준히 디자인 중심의 경영을 실천하고 있으며 세계인의 사랑과 신뢰를 받는 브랜드로 거듭나기 위해 노력하고 있습니다.



**- 도입기 1946~1989**

<b>1946</b>	샘표식품 창립
<b>1954</b>	샘표 상표 등록
<b>1958</b>	당대 최고 여배우 주중녀씨를 모델로 한 광고제작
<b>1961</b>	국내 최초 CM송 도입
<b>1976</b>	식품공장 최초 공장견학 진행
<b>1985</b>	최초 CEO 등장한 TV 광고

**- 성장기 1990~2009**

<b>2004</b>	샘표 스페이스 개관
-------------	------------

디자인 경영  
비전 및 전략:  
디자인 경영  
전략

## 전통의 가치를 바탕으로 끝없는 혁신을 이루어 왔습니다

2006	창립 60주년 맞아 NEW CI 선포
2006	아이장 캠페인 시작
2006	유기농 콩농장 개최
2009	중국 북경대학교 요리교실 개최
<b>- 성숙기 2010~2013 현재</b>	
2011	간장 패키지디자인 리뉴얼
2011	샘표 아트 팩토리 프로젝트
2012	마드리드 퓨전
2013	샘표 장 프로젝트
2013	우리발효연구중심 연구소 설립

### 디자인개발 시스템

샘표의 기업문화에는 자연스럽게 디자인과 예술에 대한 인식이 흐르고 있습니다. 디자인의 중요성을 인지하고 있으며 큰 역할을 담당하고 있습니다. 디자인은 다른 부서들과의 유기적인 협력을 통해서 자연스럽게 만들어져야 합니다. 신제품 개발 초기 단계부터 관련 부서가 협력하여 디자인을 개발하고 있으며, 회사 전체의 디자인을 지속적으로 통합 관리하고 있습니다.



디자인 경영 성과:  
**사업 및 공헌  
실적**

## 전통과 혁신을 자유롭게 넘나드는기업 **샘표**, 그 중심에 디자인이 있습니다

### 사업 및 공헌실적

한국 음식의 근간이 되는 장의 발효기술을 바탕으로 연두, 백년동안 등 새로운 카테고리의 제품을 창조하는 샘표는 사회를 위한 기여를 실현하기 위한 방법으로 디자인을 적극적으로 활용하고 있습니다. 디자인은 일상을 좀 더 즐겁고 행복하게 살 수 있도록 도와줍니다. 거대한 간장 공장의 회색 벽에 알록달록한 벽화를 채워 넣고, 연구소 회의실을 즐거운 놀이공간으로 탈바꿈시킨 아트 프로젝트는 샘표의 디자인 경영 활동의 가장 대표적인 사례로 들 수 있습니다.



디자인 경영 성과:  
사업 및 공헌  
실적

간장공장에 삶과 예술이 함께하는  
미술관을 만들었습니다

샘표 스페이스



디자인 경영 성과:  
**사업 및 공헌  
실적**

## 거대한 회색공장을 예술작품으로 변신시켰습니다

### **샘표 아트 팩토리 프로젝트**

샘표 이천공장은 단일 공장으로는 세계 최대의 크기입니다. 샘표 아트 팩토리 프로젝트는 온통 회색빛으로 가득 차 있던 샘표 이천공장 건물을 대형 예술작품으로 변신시켰습니다. 1년간의 준비과정을 통해 신진작가 6명이 참여해 포장동, 동력동, 생산동, 보관탱크, 굴뚝까지 공장 전체를 공공미술 작품으로 재탄생 시켰습니다. 이 프로젝트는 평소 직원의 행복을 최고의 가치로 생각하는 기업 철학에서 출발하였습니다. 회사를 단순히 이익을 내는 도구라고 생각하기 보다는 일을 하기 위해 사람들이 모여 있는 작은 사회이고, 직원들이 행복하면 사회를 살아가는 다른 사람들 역시 자연스럽게 행복하다고 생각합니다.



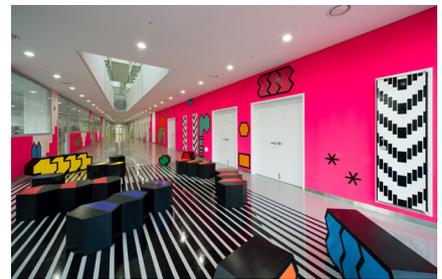
디자인 경영 성과:  
사업 및 공헌  
실적

디자인과 예술이 공존하는 창의적이고  
재미있는 연구소에서 함께 일하며  
행복해지기를 바랍니다

**샘표 아트 갤러리  
프로젝트**

**우리발효연구중심**

샘표 발효연구의 핵심을 담당하는 '우리발효연구중심'이 우리의 맛과 건강을 연구하는 창조적인 공간이 될 수 있도록 연구소의 각각의 공간을 작품화한 프로젝트입니다. 발효를 통한 건강을 연구하는 샘표만의 연구소가 좀 더 창의적이고 재미있는 곳이 되기를 바라며 프로젝트가 진행되었습니다. '우리발효연구중심'에서 함께 일하며 행복해지고 구성원들이 일하는 즐거움을 찾는 건강한 공간이 되기를 희망하며 만들었습니다.



디자인 경영 성과:  
사업 및 공헌  
실적

## 소비자 중심의 디자인으로 고객의 마음에 다가가고자 합니다

### 패키지 디자인

디자인은 단순한 프로모션의 결과물이 아니라 소비자와의 연결고리입니다. 마케팅 포인트를 생각하는 디자인 그 이면에는 소비자가 있습니다. 샘표는 제품을 사는 소비자가 무엇을 느끼는지를 가장 중요하게 여기고 있습니다. 우리가 소비자에게 바라는 느낌을 구현하는 게 아니라, 소비자가 그 제품을 보고 자연스럽게 우리가 의도한 것을 느낄 수 있어야 된다고 생각합니다. 샘표는 소비자 중심의 디자인을 통해 고객에게 한발 더 다가갈 수 있도록 노력하겠습니다.



디자인 경영 성과 :  
사업 및 공헌  
실적

# 장의 우수성을 통한 한식의 세계화에 앞장서겠습니다

## 한식의 세계화

### - Seoul Gourmet (한식재단, 서울 관광마케팅 주최)

한국식품업체로 유일한 공식협찬업체로 참가하였으며 한국의 장을 소개하여 가능성을 입증 받았습니다. 세계 정상급의 미슐랭 스타급 셰프들과 협력, 네트워크를 구축할 수 있는 계기를 마련하였습니다.



### - Korean Culinary Lab in Belgium (벨기에대사관 주최)

미슐랭 스타급 셰프 8명과 우수 매체의 저널리스트들을 대상으로 한국음식 마스터 클래스를 주관하였습니다. 장의 맛, 향, 색, 질감을 설명한 Jang Pairing Map을 선보이고 장을 이용한 12가지 소스를 제공하여 한국의 장을 보다 쉽게 이해할 수 있는 자리를 제공하였습니다.

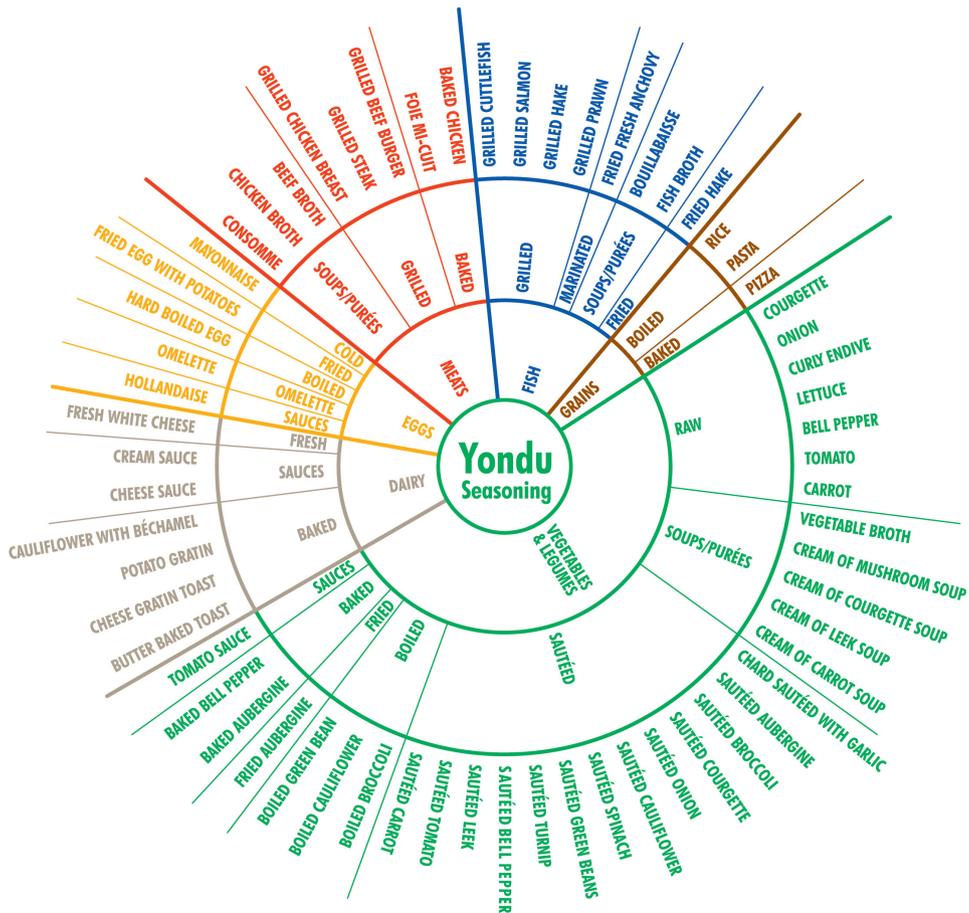


디자인 경영 성과:  
사업 및 공헌  
실적

# 장의 우수성을 통한 한식의 세계화에 앞장서겠습니다

## - Madrid Fusion

세계 최고의 식문화 이벤트 및 미식행사인 Madrid Fusion은 세계 최정상 셰프와 관련 업계 최고 경영자(CEO)가 모여 첨단 요리기법 및 트렌드를 소개하고 전망하는 컨퍼런스 겸 박람회로 샘표는 한국 식품회사 최초로 유일한 공식 협찬사로 참가하였습니다. 한국음식의 진정한 가치인 발효에 대한 관심을 받았으며 샘표 부스운영을 통해 한국의 장을 소개하였습니다.



디자인 경영 성과:  
사업 및 공헌  
실적

# 장의 우수성을 통한 한식의 세계화에 앞장서겠습니다



디자인 경영 성과:  
디자인 성과  
및 수상 실적

## 장의 우수성을 통한 한식의 세계화에 앞장서겠습니다

### - Alicia Foundation

스페인의 세계적인 요리과학연구소인 알리시아 연구소와 함께 우리나라의 장을 기존의 유럽음식에 적용시키는 방법을 연구하는 프로젝트입니다. 샘표 연구원들은 알리시아 연구원과 간장 고추장 된장 쌈장 등 7개 한국 대표 소스를 유럽음식에 활용하기 위한 '샘표 장 프로젝트'를 진행하고 있습니다. '연두'의 서양요리 적용시 효과성을 연구하여 150여개의 레시피를 개발하였습니다. 한국의 건강하고 바른 맛을 알리는데 지속적인 연구를 해 나갈 계획입니다.



디자인 경영 성과:  
디자인 성과  
및 수상 실적

## 디자인 성과 및 수상실적

샘표는 세계인의 사랑과 신뢰를 받는 기업으로 성장하기 위해 디자인을 적극 활용하고 있습니다. 디자인 경영을 바탕으로 고객만족을 최우선으로 하는 기업으로 성장해 왔습니다. 디자인 경영에 대한 노력은 해외 레드닷 디자인 어워드 수상, 펜타워즈 어워드 수상, 국내 굿디자인, 핀업디자인 어워드 수상 등 유수의 디자인 어워드에 선정되어 경쟁력을 입증받는 결실을 맺고 있습니다. 디자인 경영을 바탕으로 건강한 맛과 아름다움을 주는 제품을 개발하는데 끊임없이 노력하겠습니다.

### 디자인 수상 실적

2011	핀업디자인공모전 브론즈 (샘표 수출용 갈비소스)
2011	굿디자인 선정 (연두, 백년동안)
2012	굿디자인 선정 (샘표 우리엄마 반찬, 샘표 쌀소면)
2013	펜타워즈 실버어워드 (샘표 수출용 'Jang')
2013	레드닷 디자인 어워드 커뮤니케이션부분 레드닷상 (샘표 수출용 'Jang')

디자인 경영 성과:  
디자인 성과  
및 수상 실적

## 디자인 성과 및 수상실적

### 수상 실적

2007	제3회 한국CEO그랑프리 공로상
2008	대한민국 글로벌마케팅 대상 글로벌 신시장 개척 대상 수상
2008	제7회 대한민국안전대상 소방방재청장상 수상
2010	제19회 경제정의기업상 수상(경실련)
2011	제7회 투명경영대상 우수상 수상(한국경영자총협회)
2011	농림수산식품부 장관상 수상
2011	장류업계 최초 탄소성적표시인증 획득(501, 701)
2011	생명산업 기여로 '농식품부 장관상' 수상
2012	웹어워드 코리아 2012. 샘표 아이장 사이트 최우수상 수상
2012	대한민국 SNS 대상
2012	제49회 무역의 날 이천만 불 수출탑 수상



reddot design award  
winner 2013



디자인 비전 :  
미래 전략

## 미래전략

### 미래 전략

다양한 문화 경험과 수준 높은 체험은 사람들을 행복하게 합니다. 샘표는 한국 음식의 근간이 되는 장의 계승 발전을 통해, 한국 식문화의 수준을 향상시키고, 보다 많은 세계인들이 한국의 식문화를 즐길 수 있도록 최선의 노력을 다하겠습니다. 샘표는 한국의 건강한 맛을 영향력 있는 문화상품으로 만들어 세계일류브랜드로 거듭나고자 합니다. 디자인경쟁력 강화를 통해 더 많은 제품과 브랜드를 개발하여 한식의 세계화에 앞장서겠습니다.



15<sup>TH</sup> | K O R E A  
D E S I G N  
A W A R D

디 자 인 경 영 부 문

우수상

산업부장관표창

디 자 인 그 룹 희 오

대한민국  
디자인 대상 :  
수상작

# 디자인 경영부문 : 우수상

**HEOH**  
Design Group

## 기업소개

- | CEO메시지
- | 기업 개요
- | 기업 연혁
- | 기업 비전
- | 기업 조직도

## 경영 비전 및 전략

- | 설립 목적과 기업 가치
- | 디자인 경영 전략
- | 디자인 경영 프로세스

## 경영 성과

- | 디자인 성과
- | 수상 실적

## 디자인 비전

- | 미래전략

기업소개 :  
CEO 메시지

## '희오'라는 이름이 경쟁력이 되어, 최상의 선택 이 최고의 성과로 이어질 수 있도록 언제나 노력하겠습니다



(주)디자인그룹 희오는 2004년 창립 이래, 많은 분들의 격려와 성원에 힘입어 우리나라의 대표 종합 환경디자인기업으로 발돋움하였습니다. 그동안 우리 희오 가족은 진실과 열정, 희생의 정신으로 디자인산업의 발전과 사회봉사에 힘써 왔습니다. 고객에게는 신의로 맺어진 최고의 결과물로 보답하였고, 자연과 환경에서는 사람의 책임감으로 보답 하였습니다. 그러면서 희오는 디자인산업 발전에 기여한다는 경영이념을 잊지 않았습니다.

시스템적 디자인에서 시공까지, 모든 프로그램을 관리·창조해내는 디자인그룹 희오는 디자인영역에 새로운 경쟁력을 마련하였습니다. 환경-대한민국-디자인-희오로 연결되는 크리에이티브적인 친환경적 디자인정신, 이것이 희오의 경쟁력이며 디자인산업 발전에 이바지하는 희오의 마인드입니다.

앞으로 우리나라를 대표하는 환경디자인 기업으로, 희오와 파트너가 됨으로써 최고가 될 수 있다는 것을 약속드리며, 최상의 선택이 최고의 성과로 이어질 수 있도록 신뢰와 열정으로 최선의 노력을 다할 것을 약속드립니다.

디자인그룹 희오 대표이사 현 숙 원

기업소개:  
기업개요 및  
연혁

# 바쁘게 살아가는 일상 속, 한걸음 멈추고 둘러보는 풍경 속에서 지을 수 있는 작은미소!

환경디자인은 모두를 미소 짓게 하는 힘입니다.!

환경디자인은 건축디자인, 인테리어 디자인, 조경 디자인 등 디자인 분야를 종합적으로 통합하여 하나로 묶는 디자인입니다. 회오는 디자인 초기 단계부터 건축, 조경, 인테리어, 색채 등 각 건설사의 역사성과 지역성을 가지고 환경디자인을 계획합니다. 이러한 요소들이 조화롭게 반영된 건강한 주거단지에 대한 고민을 가지고 디자인 컨셉과 계획 방향을 수립합니다.

이를 토대로 리드미컬한 스카이라인을 형성 할 수 있는 입면 디자인에서부터 단지를 표현하는 이미지와 외부 공간을 테마화하여 사람과 공간 자연이 소통할 수 있는 주거 및 커뮤니티 공간을 구성합니다. 또한 각각의 아이템별 디자인을 마감/규격/규모 별로 차별화하여 특화 및 예산편성까지 맞춰 하나의 작품으로 시공합니다.

회오는 디자인 컨셉 기획부터 디자인, 시공까지 통합된 디자인 및 시공 서비스를 제공하는 기업으로 차별화된 디자인과 경쟁력으로 우뚝 서기 위해 끊임없이 노력하고 시도할 것을 약속드립니다.

## 환경디자인의 영역



기업소개 :  
기업개요 및  
연혁

# 10년간의 신뢰와 믿음으로 환경디자인의 선두주자로 인정받고 있습니다

## 개요

기업명	(주) 디자인그룹 희오
대표이사	현숙원
설립일	2004.3.18
주요사업	서비스외 환경, 산업디자인외
납입자본금	4억원
소재지	서울시 금천구 가산동 429-1 뉴티캐슬 1401호
Homepage	<a href="http://www.helloheoh.com/">http://www.helloheoh.com/</a>

## 연혁

2004	주)디자인그룹 희오 창립 대표이사 : 현숙원
	사업자 등록번호 : 105-86-65184
2005	전문 건설업 등록 / 금속구조물 창호공사업 전문 건설업 등록 / 석공사업
2007	산업디자인 전문회사 신고 한국 공공디자인 협회 회원사 연구개발 서비스업 신고 / 교육과학기술부
2008	경영혁신형 중소기업(MAIN-BIZ)인증 / 서울 지방중소기업 ISO 9001인증 / 품질경영시스템 부분 ISO 14001인증 / 환경경영시스템 부분
2009	대우건설 2009년 우수 / 주요 협력업체 선정 DFSC인증 (정품 소프트웨어 모범기업 선정) / (사)한국디자인기업협회, (주)인성디지털
2010	대우건설 2010년 우수 / 주요 협력업체 선정
2011	대우건설 2011년 우수 / 주요 협력업체 선정
2013	연구개발 전담부서 인증 / 한국산업기술진흥협회

기업소개:  
기업 비전

# 인간을 둘러싸고 있는 모든 공간에 대한 상상력과 이야기를 담아내는 인간중심의 건축 디자인 전문가 그룹



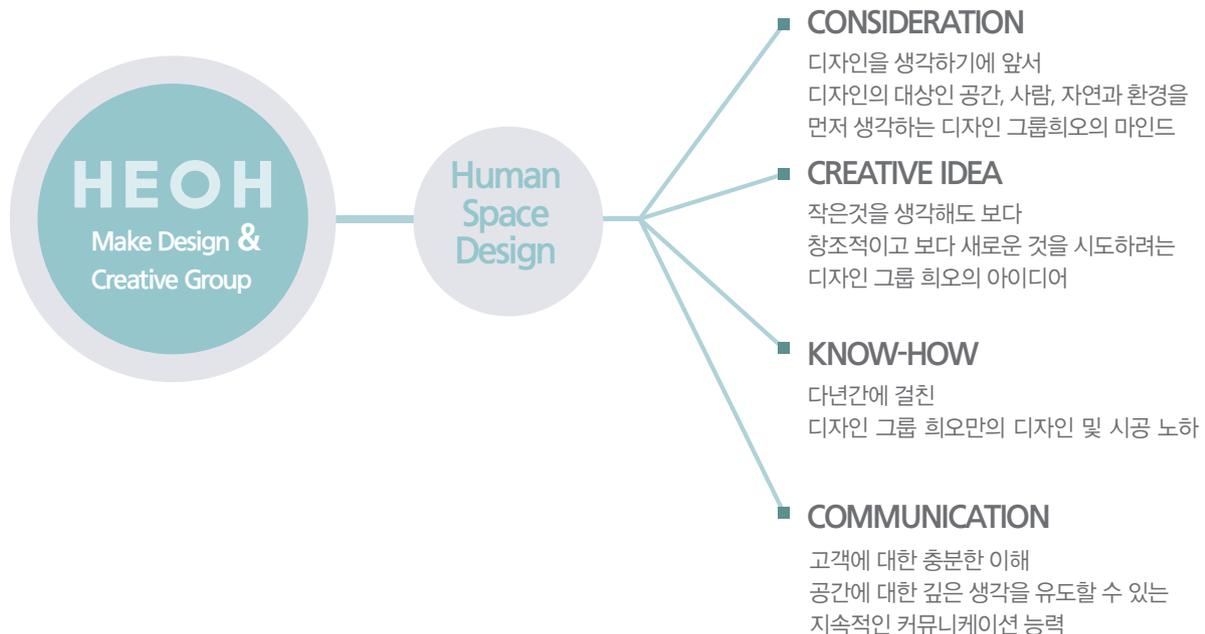
## Why HEOH?

미래는 DREAM SOCIETY, 꿈과 감성을 파는 시대. 인간을 둘러싸고 인간의 존재나 생활에 작용을 미치고 있는 모든 공간을 환경이라 부르며, 상상력과 이야기가 있는 인간중심의 디자인을 추구한다.

이젠, 토탈디자인을 넘어서 휴먼스페이스 디자인의 시대. 인간중심의 휴먼스페이스 디자인을 추구하는 디자인그룹 회오만이 미래경쟁력의 선택입니다.

## Good Design & Good Designer in HEOH

굿 디자인의 좋은 경험을 제공하는 건축디자인 전문가 그룹



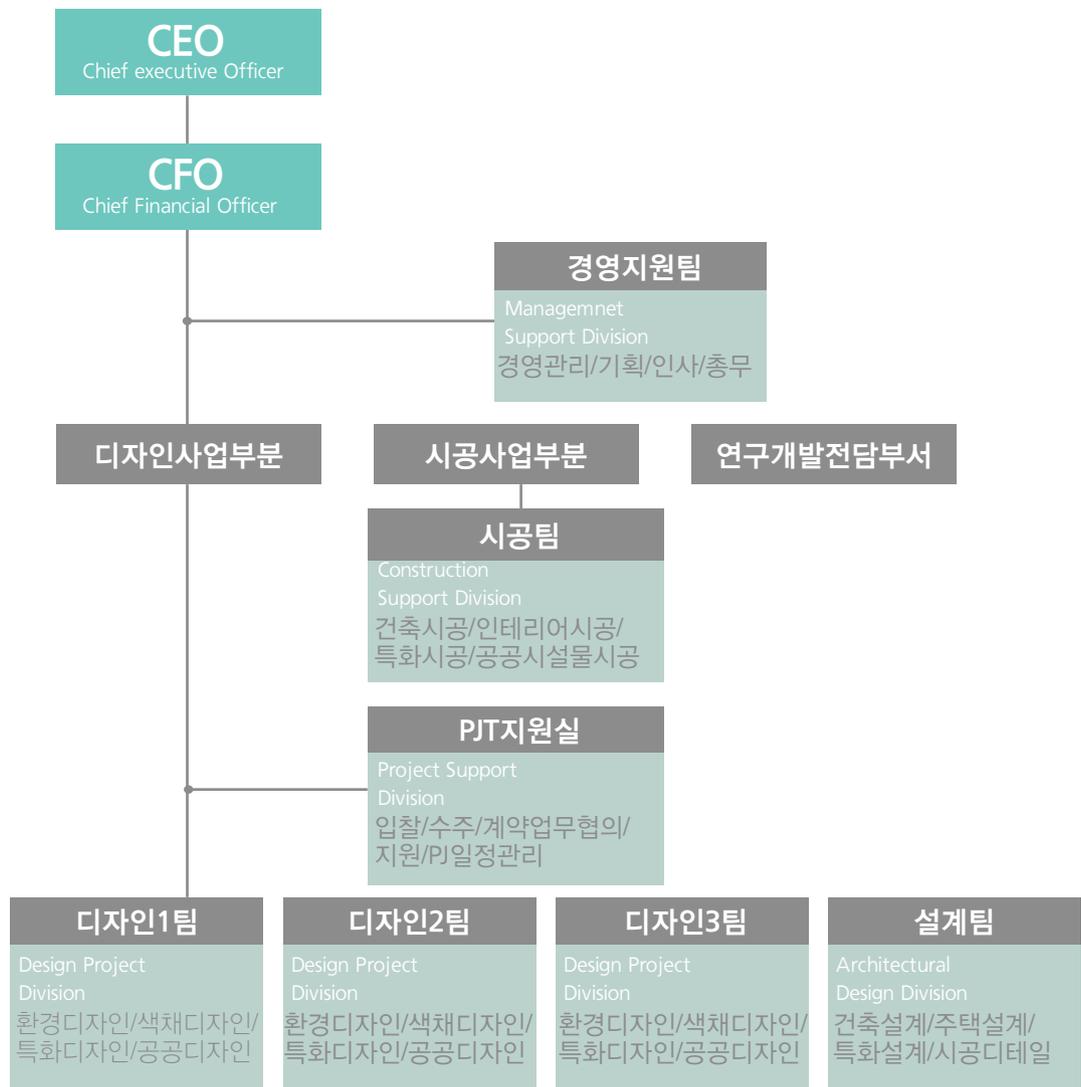
기업소개:  
기업 조직도

# 디자인 기획부터 시공까지 체계적인 관리를 통한 휴먼스페이스 디자인 서비스



서울시 금천구 가산동 429-1 뉴티캐슬 1401  
TEL 02 2626 9055 | FAX 02 2626 9054 | [www.helloheoh.com](http://www.helloheoh.com)

## Organization



경영 비전 및 전략:  
설립 목적과  
기업의 가치

# 대한민국을 이끌어가는 대표적 디자인 전문회사로 세계 속에 빛나는 우리의 디자인, 아름다운 대한민국을 건설합니다

## Heoh Pride

건축디자인, 익스테리어디자인, 인테리어디자인, 산업디자인, 경관디자인 등 상상력과 이야기가 있는 인간중심의 디자인으로 인간이 생활하는 실내공간 그리고 주택과 정원, 도로와 건물, 거리의 가구 등 환경을 구성하는 여러 요소의 조화와 통합을 추구하며, 나아가 에너지, 녹색성장의 미래 대안적 디자인 및 인간중심의 콘텐츠를 제공하고자 합니다.

## 기업의 가치

### Heoh Mind

희오는 자연과 환경, 그리고 인간을 이롭게 하는 것에 궁극적인 존재 목적을 갖습니다. 이는 희오가 행하는 모든 것의 기본적 가치가 됨으로 그 결과물은 인간적이며 환경적이며 자연친화적입니다. 희오의 자연친화적 마인드는 최고의 기술입니다. 21세기 최고의 기술력은 바로 희오입니다.

### Heoh Know-how

공간에 대한 이해는 그 공간을 가장 가치있게 만듭니다. 희오는 외형적 디자인과 내형적 디자인 그리고 컨설팅을 통해 클라이언트별로 특화된 기술을 제공합니다. 노하우는 한 순간에 만들어지지 않습니다. 공간을 이해하고 그 공간 안의 인간의 마음을 이해하는 것이 희오의 노하우입니다.

### Heoh Human

모든 공간과 도시, 건축물은 사람을 위해 존재합니다. 사람의 상상력이 공간이 되고 도시를 이루며 국가를 형성합니다. 근래 들어 공공디자인이 화두가 되는 것은 근본적 콘텐츠, 즉 사람을 위한 디자인 곧 공공디자인이기 때문입니다. 특정 계층과 그룹이 아닌 모든 사람을 위한 디자인, 그것이 희오가 지향하는 바입니다.

### Heoh Network

디자인의 완성을 위한 여러 가지 프로세스 중 희오는 모든 프로세스를 아우르는 네트워크를 갖추고 있습니다. 인력, 기술, 장비, 개발, 디자인 등 다양한 희오 네트워크는 희오 디자인의 기본 틀이자 최고의 산물입니다.

경영 비전 및 전략 :  
디자인 경영  
전략

# 체계적인 관리 프로세스를 통한 다방면적인 충족조건을 만족하는 디자인 프로세스

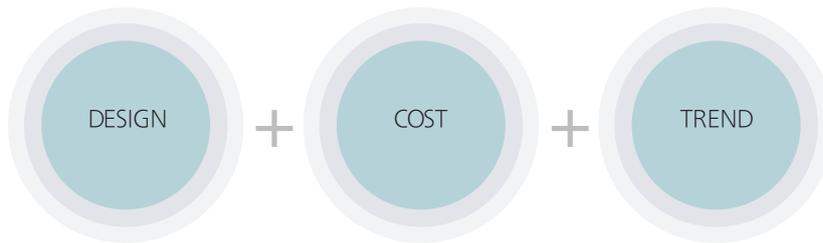
## 디자인 경영 전략

### Process 1. Make Culture Design

디자인을 문화로 만드는 디자인그룹 희오의 경험을 통해 최고의 문화디자인을 만들어 갑니다.

### Process 2. Successful Project

성공적인 프로젝트 수행방법



### Process 3.

#### 전략계획 Strategy

- | 경관디자인 토목경관계획, 지구단위 환경색채 가이드라인 개발
- | 환경디자인 건설사 디자인매뉴얼 개발

#### 컨설팅계획 Design Consulting

- | 환경디자인 \_ 내/외장 마감재 컨설팅
- | 색채디자인 \_ 자문/인테리어디자인, 주민공동시설 인테리어컨설팅
- | 시공 예산견적 및 시공관련 컨설팅

#### 공간디자인 Human Space Design

- | 환경디자인 \_ 건축물 외관특화설계, 내부마감, 단지내시설물
- | 환경조형물 및 조경시설물 \_ 건축물 미술장식 품 설계, 놀이터 및 테마공원 설계

| 환경색채 및 사인디자인 \_ 건축물 외부색채 디자인, 사인디자인, 주차장계획

| 리모델링디자인 \_ 리모델링 외관 및 내부 마감설계

| CI 및 BI계획 \_ 브랜드디자인 개발 및 적용

#### 실시설계 Drawing

- | 건축디자인 \_ 공공시설물, 교량설계
- | 환경디자인 \_ 건축물 외관특화설계, 내부마감, 단지내시설물 실시설계
- | 사인디자인 \_ 사인시설물 실시설계 및 디테일

#### 시공 및 감리 Construction & Management

- | 조경시설물 / 환경시설물 / 사인 / 공용부 특화마감 / 인테리어
- | 주민공동시설, 관공서 시공 및 감리

경영 비전 및 전략:  
디자인 경영  
프로세스

# 분야별 전문인력을 바탕으로 유기적인 연계를 통한 토탈디자인 솔루션

## 디자인 경영 프로세스

### HEOH System



경영 성과:  
디자인 성과

환경디자인의 다양한 분야에서  
맞춤형 서비스를 제공하고 있습니다

HEOH Design Area



이미지별 멀티페이지

경영 성과:  
수상실적

# 10년간의 디자인 노하우를 바탕으로 각종 수상실적이 히오의 실력을 말해줍니다

## 수상실적

일정	수상실적
2006	2006 아시아건설대상 / 건설환경디자인부문 대상
2008	문화체육관광부 표창장 수상 / 공공디자인 보급과 학교환경개선
2009	환경색채대상 우수상 수상 / 인천현대제철 제2제품장공장 외관그래픽 환경색채대상 우수상 수상 / 현대 서울숲 힐스테이트 국제 공공디자인대상(IPDA) Junior Grand Prix수상/ 현대제철 인천 중봉로 환경개선사업 국제 공공디자인대상(IPDA) Best 수상 한화 꿈에그린 샌텀 환경특화디자인 판교저층부 특화디자인 진주리가 주상복합 환경디자인 강일동 복합청사 신축공사 공용부 디자인 국제 공공디자인대상(IPDA) Best of the Best 수상 인천시 능해고가교 경관개선사업 아이피크시티 웬스디자인 강동구청장 표창장 수상 / 강동구 강일동 복합청사 인테리어 및 사인 디자인 인형광역시 시장상 표창장 수상 / 능해고가교 경관개선사업 디자인 이수건설 공로패 수상 / 국제 공공디자인대상 그랑프리 수상 공로 2010-2011 국제 공공디자인대상(IPDA) Junior Prix상 / 충남당진 도심형 생활주택 디자인 2010-2011 국제 공공디자인대상(IPDA) Grand Prix상 / 충남당진 도심형 생활주택 디자인 제9회 한국색채대상 우수상 수상 / 호반베르디움 인천청라 14BL 제9회 한국색채대상 우수상 수상 / 청계 한신 휴플러스
2011	2012 국제 공공디자인대상(IPDA) Grand Prix수상 / 롯데 영플라자-에비뉴엘 연결 브릿지
2012	국토교통부 표창장 수상 / 건축문화발전에 기여
2013	



디자인 비전:  
미래전략

## 디자인 전문인력 양성을 위한 다양한 교육사업

인간 중심의 건축 디자인을 지향하는 희오는 인재육성에도 많은 관심을 가지고 있으며, 2012년부터는 해당분야 전문인력 양성을 위한 다양한 활동을 하고 있습니다.

해마다 희오만의 인재육성 방침을 준비하고 있으며, 2012년에는 '준비된 변화(Self Change)'를 2013년에는 '동반성장(Run to Run)'을 중심으로 교육을 진행하고 있습니다.

리더쉽 교육을 통한 디자이너 주인의식과 함께 정확한 디자인 솔루션을 신속하게 파악하여 업무시간의 효율성 및 기업의 가치창출에 기여하고자 합니다. 또한, 올바른 가치관을 지닌 디자인 전문가를 육성하기 위해 고졸 및 전문대 학생을 대상으로 교육을 하고 있으며, 이를 통해 진정한 전문가가 되는 것이 중요함을 일깨우고 있습니다.

현재, 인덕대학교 도시환경디자인과, 신흥대학교 실내디자인학과, 인덕고등학교와 산학협동(력) 협약을 맺고 졸업예정자를 대상으로 현장실습, 인턴쉽을 실시하는 등 인재육성을 실천하기 위해 노력하고 있습니다.

### 미래전략

# HEOH

Design Group

&



**15<sup>TH</sup>** | **K O R E A**  
**D E S I G N**  
**A W A R D**

# 지 방 자 치 단 체 부 문

15<sup>TH</sup> | K O R E A  
D E S I G N  
A W A R D

지 방 자 치 단 체 부 문

대상  
대통령표창

용 인 시

대한민국  
디자인 대상 :  
수상작

# 디자인 경영부문 : 대상



## 지자체 소개

- | CEO메시지
- | 디자인 조직 현황
- | 디자인 비전
- | 디자인 정책 이념

## 디자인 정책 활동

- | 디자인 협의 체계
- | 디자인 교육

## 디자인 정책 성과

- | 디자인 행정시스템 구축
- | 경전철 공간 활성화 전략 수립
- | 용인아르피아(복합 문화 · 체육 · 복지 공간)
- | 용인평온의숲(토탈 장례 시스템)
- | 용인 시민체육공원
- | 표준시설물 디자인특허 등록
- | 수상 실적

## 디자인 행정 미래 전략

- | 디자인행정 정착 활성화 방안

지자체 소개 :  
CEO 메시지

## 조화와 품격의 디자인도시 용인으로 새로운 도시의 표정과 매력을 창출해 나가겠습니다



도시디자인을 중시하는 행정환경 변화에 적극 대응, 조화와 품격의 디자인도시 용인으로 새로운 도시의 표정과 매력을 창출해 나가겠습니다.

제 15회 대한민국디자인대상 대통령상 수상은 급개발 도시에서 디자인 도시로 용인의 도시 이미지 개선에 노력해 온 결실입니다.

짧은 시간에 급속도로 발전하면서 도시디자인의 중요성이 간과된 채 도시개발이 추진된 용인을 변화시키기 위

해 취임 직후부터 '디자인 도시 용인프로젝트'를 가동, 시민의 디자인 요구 수준에 부합하는 디자인 정책수행을 위해 많은 노력을 기울여왔습니다. 2010년 디자인팀을 도시디자인과로 확대해 '용인시 공공디자인 기본계획 및 디자인통합가이드라인'수립을 완료, 업무지침서를 마련하고 시 산하 전 부서의 사업 시행 시 디자인 사전 협의.자문과정을 거치는 공공디자인 사전협의시스템을 정착시켰습니다.

올해 초에는 도시디자인 영역을 통합.관리하는 도시디자인과를 도시디자인담당관으로 격상하고 전 공직자의 공공디자인마인드 향상을 위해 디자인교육도 지속적으로 확대하고 있습니다.

용인시는 가장 저력 있고 무한한 발전 잠재력을 가진 도시이자 전국에서 가장 빠르게 성장하고 있는 도시이며 2014년에는 지명 탄생 600주년을 맞이하는 오랜 역사의 도시입니다. 용인시는 591㎢로 서울시와 비슷한 규모의 면적에 3개 구청, 31개 읍·면·동으로 이뤄진 쾌적한 도농 복합도시입니다. 또한 교통의 요충지이자 군사요충지이며 국가 안보 측면에서도 아주 중요한 지역입니다. 전통과 현대문화가 어우러진 교육.문화도시, 첨단산업체와 연구소.연수원 시설이 밀집한 정보기술(IT)산업도시이며 세계 4대 테마파크로 꼽히는 에버랜드와 백남준아트센터, 한국민속촌, 한택식물원, MBC드라마아 등 한국을 대표하는 관광지가 있어 국내외 관광객이 찾는 세계적인 관광.휴양도시입니다. 도시디자인이 도시의 경쟁력인 시대입니다. 도시디자인은 도시의 품격이자 브랜드 파워이므로 도시의 환경적 특성과 지역.문화적 요소를 반영하는 '조화와 품격'을 담은 그릇으로 채워나가야 합니다. 따라서 도시디자인의 통합.총괄을 위해 효율적인 디자인행정 운영시스템을 개발했으며 체계적인 통합관리체계 구축과 디자인평가관리시스템 적용으로 용인의 도시 공간을 새롭게 변화시켜 나가겠으며 디자인을 통한 도시브랜드 가치 제고에 힘쓰겠습니다.

용인시장 김학규

김학규

지자체 소개:  
디자인 조직  
현황

# 도시디자인의 통합/총괄을 위해 효율적인 디자인행정 운영시스템을 개발

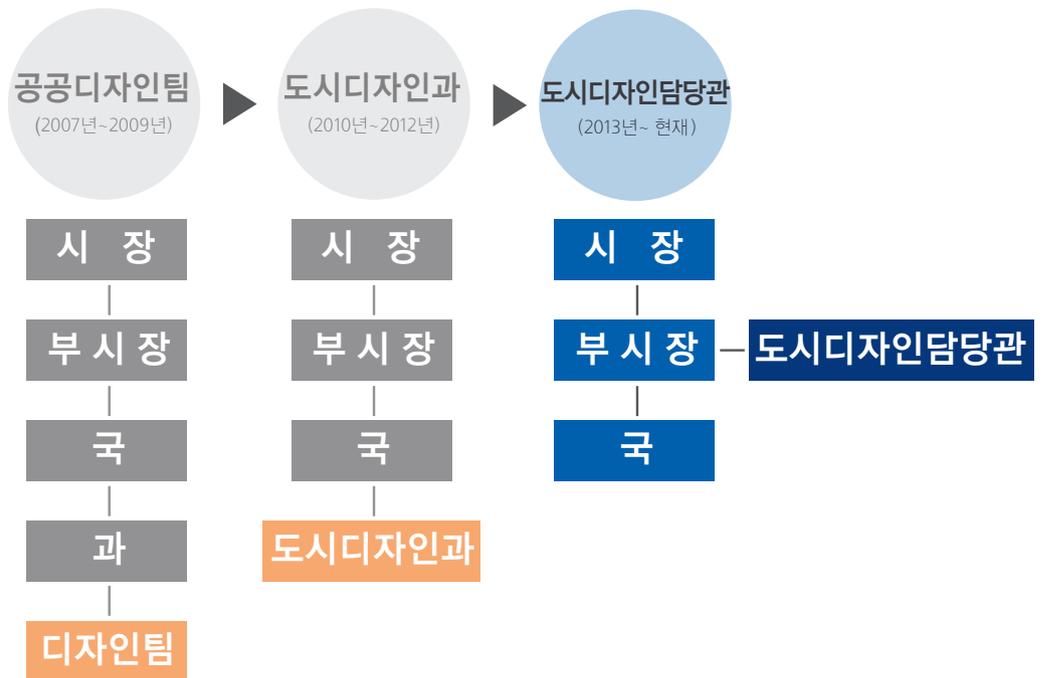
## 디자인 조직 현황

### · 디자인 조직 구축

: 부시장 직속 도시디자인담당관 조직 신설(2013. 03.)

- 공공디자인팀 : 전문직(3명)으로 구성

### · 조직 구성



지자체 소개 :  
디자인 비전

# 디자인을 통해 미래를 여는 도시 '용인'

## 디자인 비전

용인시 공공디자인 비전 및 공공디자인 행정 기본전략

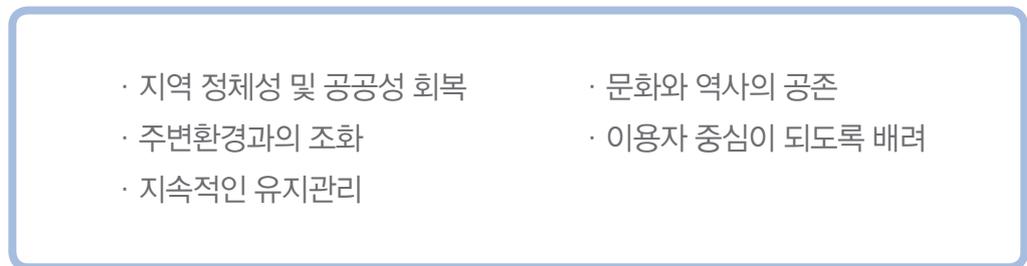
용인시 공공디자인 비전

"디자인을 통해 미래를 여는 도시, 용인"

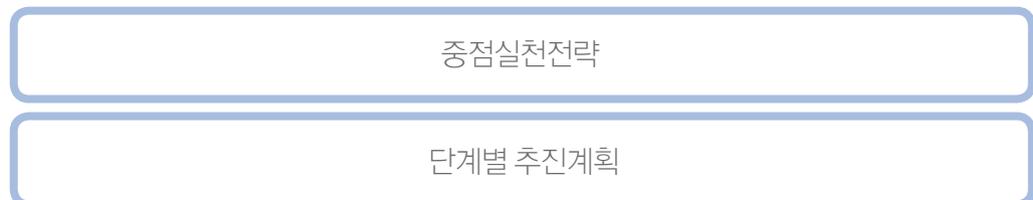
용인시 공공디자인 기본 방향



용인시 공공디자인 기본원칙



용인시 공공디자인 실천방안



지자체 소개 :  
디자인 정책  
이념

# 품격 있는 아름다운 도시

## 디자인 경영 이념

- 품격 있는 아름다운 도시  
조화와 절제를 통한 디자인 방향 제시
- 전통과 역사를 계승하는 도시  
역사성 · 정체성을 간직하는 디자인 발굴
- 쾌적한 녹색 건강도시  
천혜의 자연환경 자원을 적극 활용하는 디자인
- 안심 · 안전한 도시  
첨단과학을 활용한 디자인 적용
- 생활이 편리한 유니버설 디자인 도시  
장애인, 여성, 아이, 노인 등 모든사람이 편리한 사회를 만드는 디자인 추구
- 통합디자인 대표 도시  
일관되고 지속적 체계적 디자인경영 도시의 선구자

## 도시경관 계획의 미래상

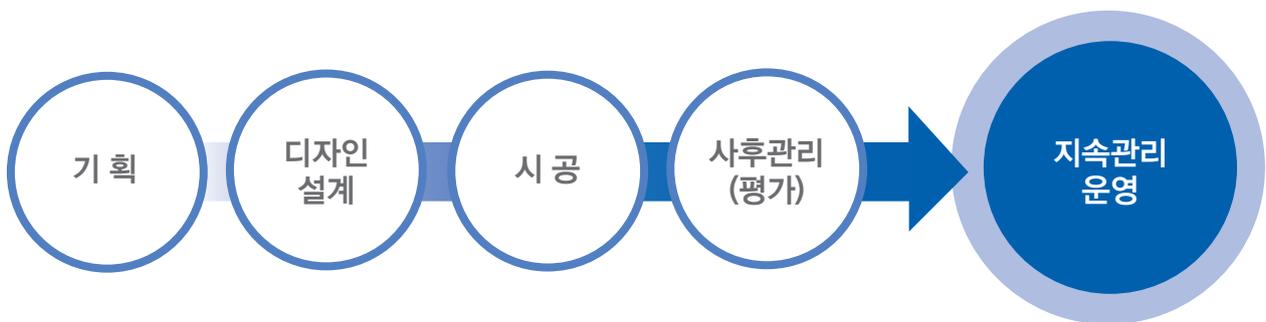
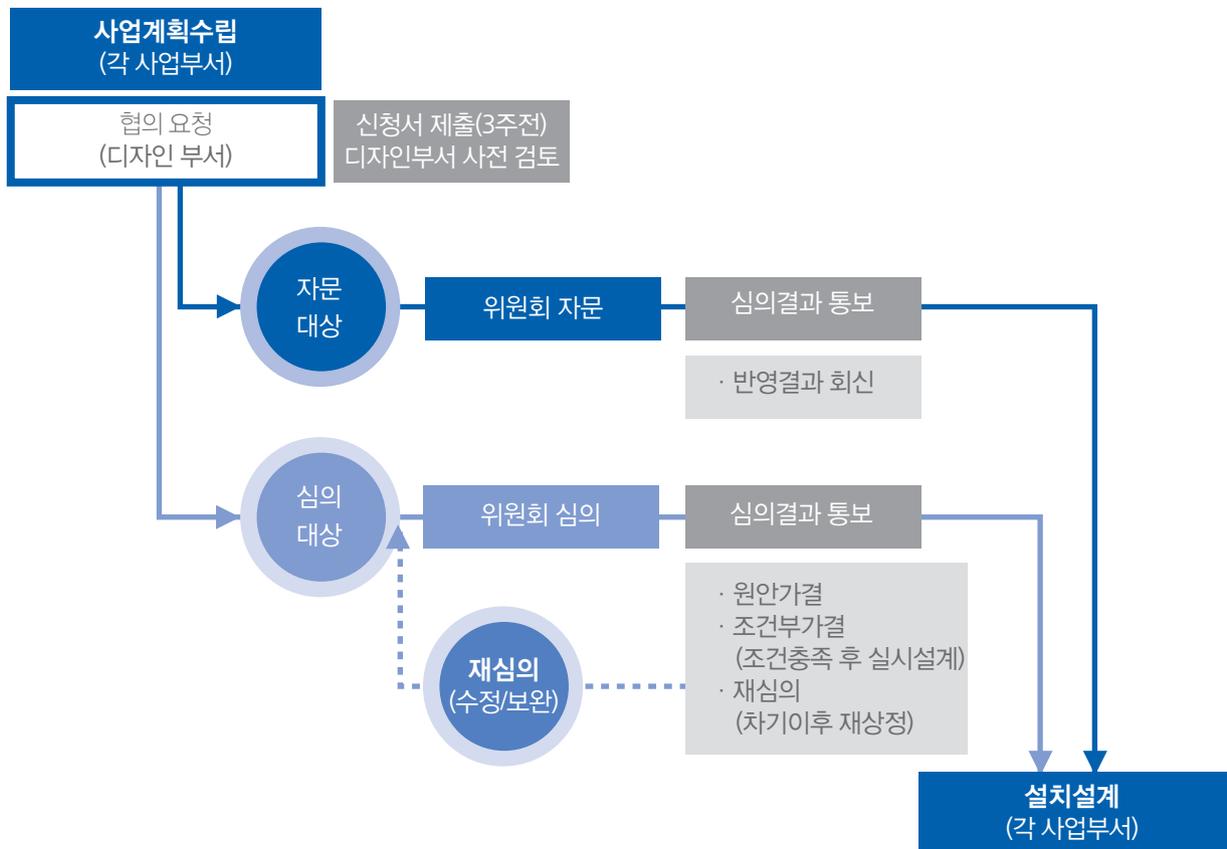


디자인 정책 활동 :  
디자인 협의 체계

# 도시디자인의 통합/총괄을 위해 효율적인 디자인행정 운영시스템을 개발

## 디자인 협의 체계

공공디자인 협의/자문/심의 프로세스

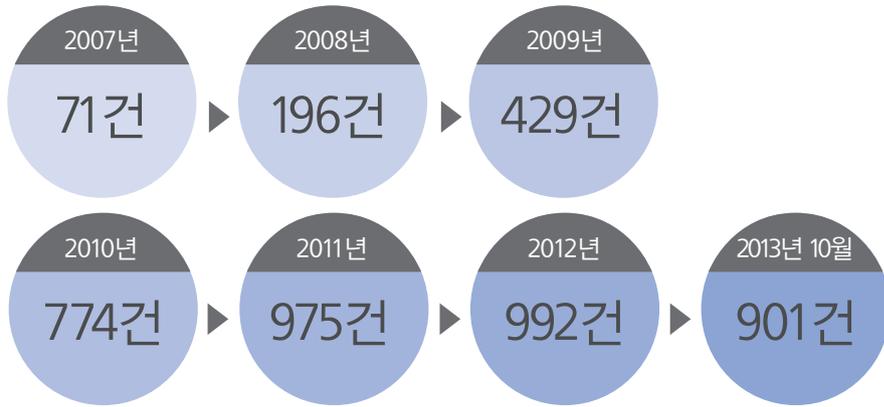


디자인 정책 활동 :  
디자인 경영  
이념

# 도시의 환경적 특성과 지역.문화적 요소를 반영하는 '조화와 품격'을 담은 그릇으로 채워나가야

## 디자인 경영 이념

공공디자인 협의/자문 실적 : 시 산하 전부서 및 출연 · 출자 공사 공공디자인 사전 협의



### 유형별 대상 및 요청시기

구분	대상
심의	디자인이 수반되는 모든 공공사업의 기본설계 및 실시설계 · 공공건축, 공공공간(공원, 공공공지, 가로공간 등) 종합계획 · 휴양시설, 환경시설, 공공미술 및 조형물 설치 · 도로개설 및 확장 종합계획 · 보도 및 자전거도로 개설 · 확장관련 가로시설물 종합 계획 · 도시개발사업, 지구단위개발사업, 택지개발사업, 도시재생사업 특화거리조성 등의 공공부문 종합 계획 시각디자인 및 홍보마케팅 관련 종합 계획 · 디자인관련 개발, 제안공모 계획 및 심사 · 축제/행사 등 종합홍보계획
자문	· 일괄입찰(턴키공사) 및 공모방식의 선정사업 · 심의완료 후 추가 변경이나 보완의 경우 · 기타 부서 요청 시
협의	· 용인시 공공시설물 표준디자인 설치 · 형태변경이 없는 기존시설의 보수 및 리모델링 · 가로시설물보수 및 교체 · 시상상징물을 활용한 홍보물 제작

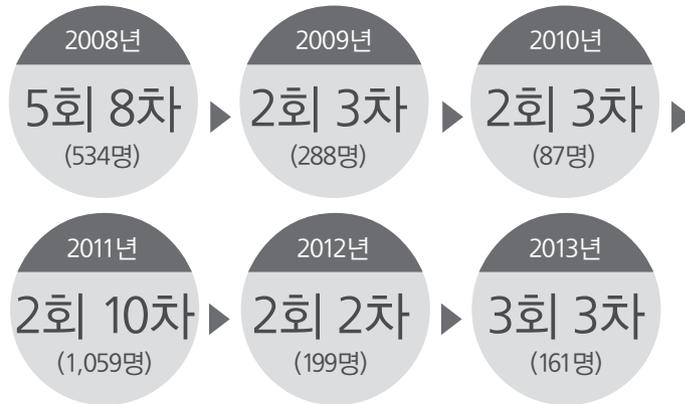
디자인 정책 활동 :  
디자인 교육

# 장기적 안목을 가진 전략의 지속적 추진으로 운영의 전문성을 향상함

## 디자인 교육



공공디자인 마인드 향상을 위한 체계적이고 지속적인 교육실시  
-공공디자인 마인드 향상교육실적



디자인 정책 성과:  
디자인 행정  
시스템 구축

# 전국 지자체 최초 디자인행정 운영시스템 구축

## 디자인 행정 시스템 구축

### 전국 지자체 최초 디자인행정 운영시스템 구축 :

2012 한국산업기술평가원 공공디자인컨설팅 지원사업 선정 및 과제완료(2013.6)

**과업명 :** 【공공디자인의 효율적인 운영과 수준 높은 디자인행정시스템 구축】

**주최/주관 :** 한국산업기술평가원, 한국디자인진흥원

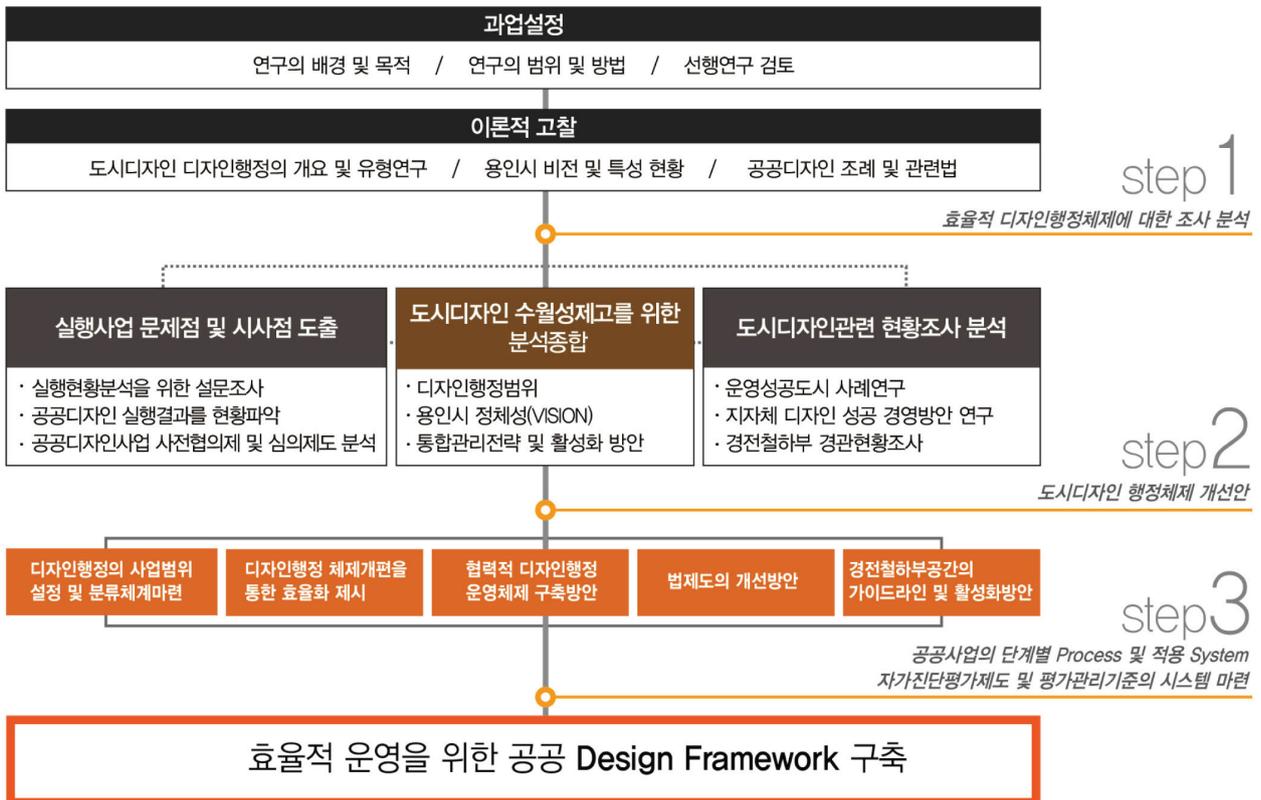
**과업 기간 :** 2012년 7월 1일 ~ 2013년 4월 30일

### 과업 내용 :

- 효율적인 디자인행정 운영체계 구축

디자인행정의 반영범위를 설정하고 공공사업의 단계별 디자인 행정 프로세스 및 적용 방안 수립, 디자인행정 시스템을 위한 활성화 방안 제시하여 지속 가능한 디자인행정의 운용 관리안 수립

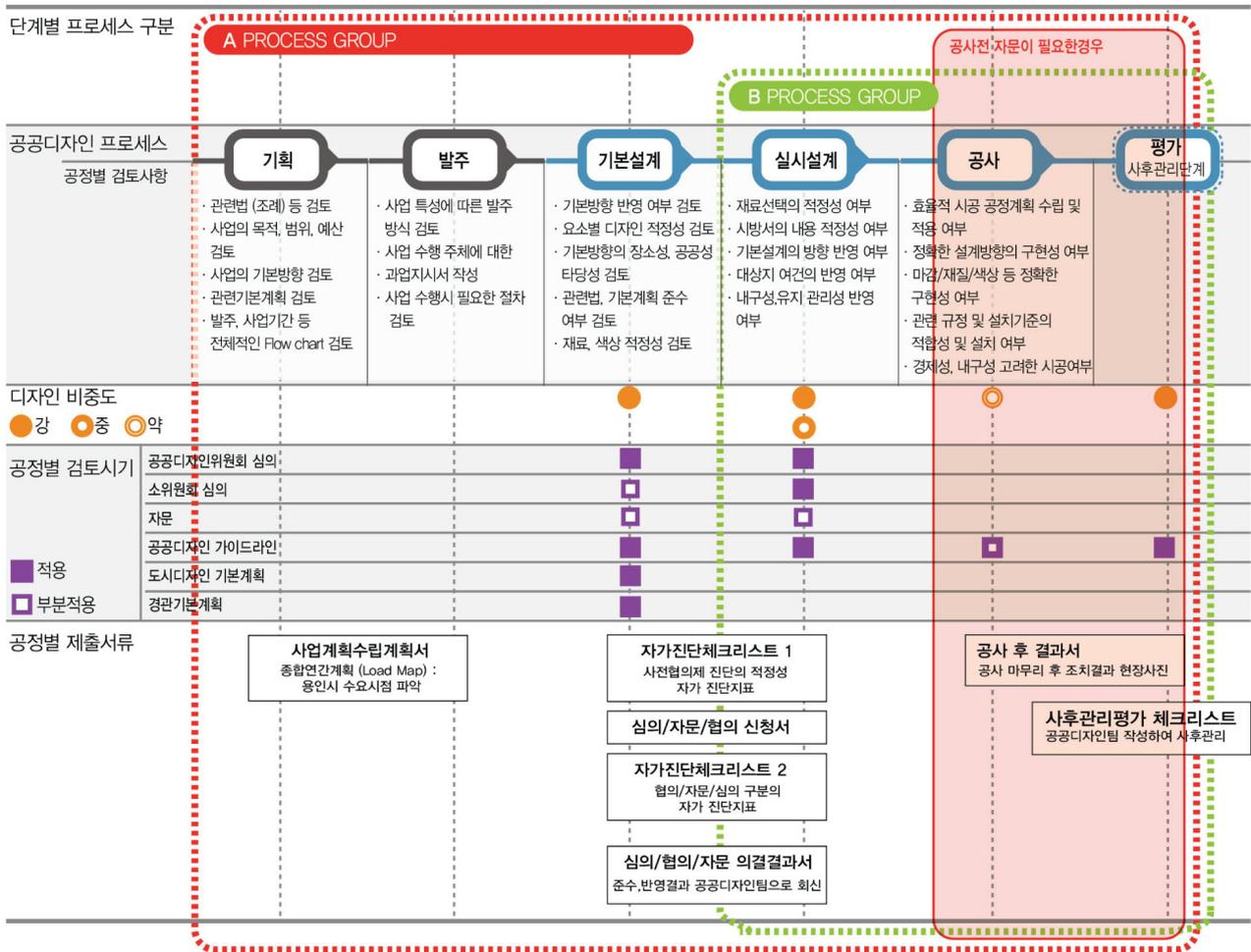
- 공공사업의 통합관리를 위한 디자인 평가관리 시스템 개발  
평가관리 기준의 시스템화 및 자가진단 평가제 도입방안 제시



디자인 정책 성과 :  
디자인 행정  
시스템 구축

# 전국 지자체 최초 디자인행정 운영시스템 구축

## 공공디자인 행정의 사업범위 설정 및 분류 체계



디자인 정책 성과:  
디자인 행정  
시스템 구축

# 전국 지자체 최초 디자인행정 운영시스템 구축

## 공공디자인 프로세스범위별 공공디자인 사전 협의제 신청 프로세스 분류

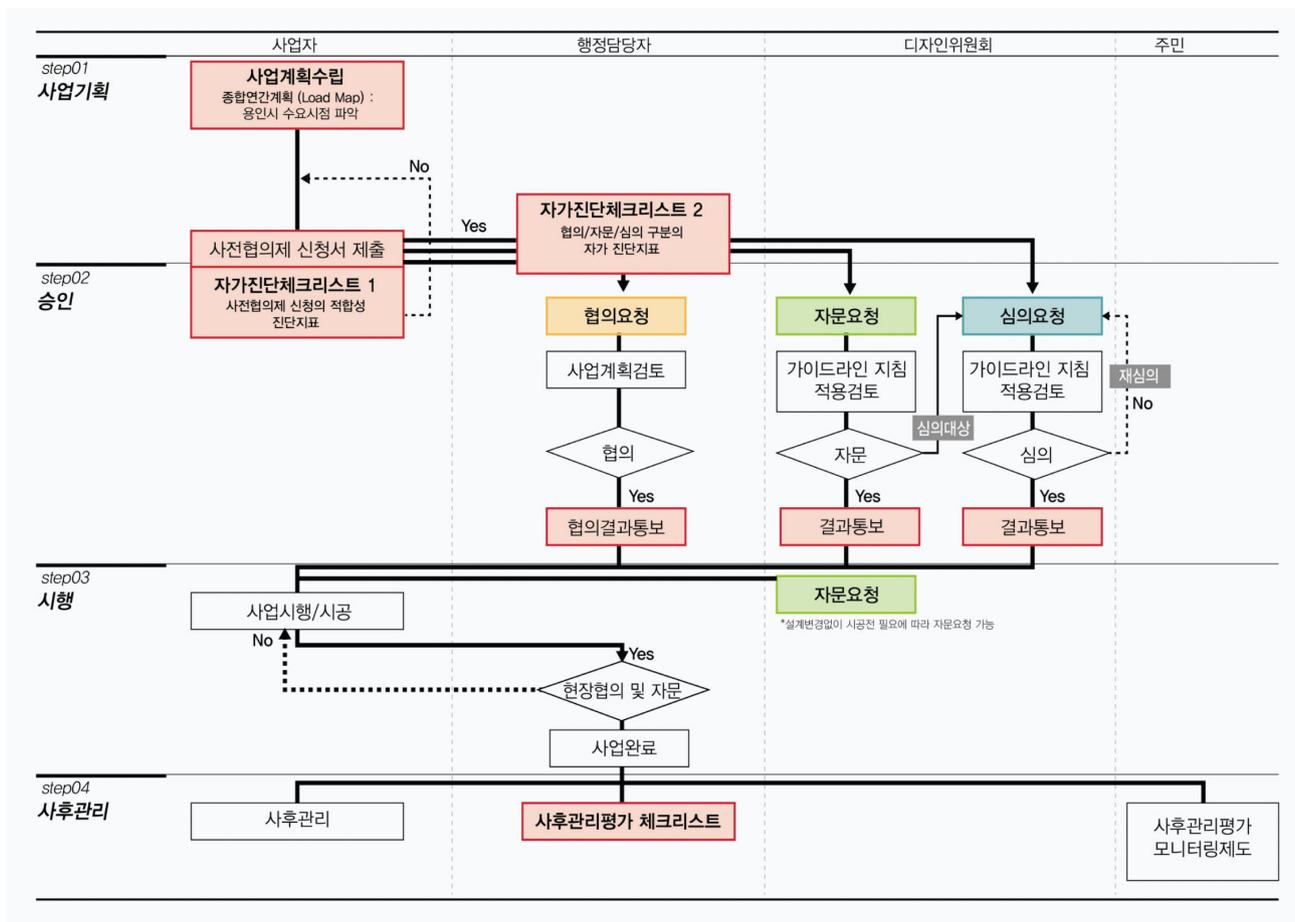
	A PROCESS   종합설계, 계획단계 <b>Deliberation</b>		B PROCESS   협의단계 <b>Consultation</b>	
키워드	← Complex		Simple →	
업무형태	심의 및 자문기구활용		디자인 가이드라인, 표준지침을 활용한 디자인협의, 단편적이고 단순한 업무	
담당	공공디자인심의위원회		공공디자인팀	
업무빈도/비중	지속적협의 / 상		재협의, 단발성 / 중, 하	
협의대상	<b>심 의 의</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 디자인이 수반되는 모든 공공사업의 기본설계 및 실시설계</li> <li>· 공공건축, 공공공간, 휴양시설, 환경시설, 공공미술 및 조형물 설치, 경전철관련 내/외부조성설치, 도로개설 및 확장 종합계획, 도시기반시설 및 기부채납시설, 보도 및 자전거도로 개설/확장관련 가로시설물 종합계획</li> <li>· 도시개발사업, 지구단위개발사업, 택지개발사업, 도시재생사업 등의 공공부문 종합계획</li> <li>· 시각디자인 및 홍보마케팅 관련 종합계획</li> <li>· 디자인관련 제안공모 계획 및 심사, 브랜드 디자인 개발(특산물, 축제/행사, 제품 등) 축제/행사 등 종합홍보계획, 홍보관 또는 홍보 관련 시설물 설치 종합계획</li> </ul>	<b>자 문</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 일괄입찰(터키공사) 및 공모방식의 선정사업</li> <li>· 심의완료 후 추가변경이나 보완의 경우 기타부서 요청시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 기존시설의 보수 및 리모델링(도색포함)</li> <li>· 가로시설물 보수 및 교체</li> <li>· 별도 설계 없는 단독 개별시설물 제작/설치 (홍보게시대, 휴지통, 공공 안내표지판 등)</li> <li>· 용인시 공공시설물 표준디자인 설치</li> <li>· 형태변경없는 기존시설의 보수 및 리모델링 (도색포함)</li> <li>· 시상징물(심볼, 로고, 마스코트, 시정구호 등)를 활용한 홍보물 제작</li> </ul>	
시기	기본설계 60% 이전 또는 완료전, 실시설계완료 전		공모사업경우 실시설계 착수, 완료 전	
고려사항	주목성 · 인구밀도가 높고 유동인구가 빈번한 지역 상징성 · 주요 진출입부		주목성 · 인구밀도가 낮거나 유동인구가 보통 또는 적은 지역	
사업예시	* 부록참조		* 부록참조	
2013 자문,심의계획	* 부록참조			

디자인 정책 성과 :  
디자인 행정  
시스템 구축

# 전국 지자체 최초 디자인행정 운영시스템 구축

공공디자인 프로세스범위별 공공디자인 사전 협의제 신청 프로세스 분류

공공사업의 단계별 Process 및 적용 시스템  
자가진단 평가제도 및 평가관리기준의 시스템 마련



디자인 정책 성과 :  
경량전철 공간  
활성화 전략  
수립

# 용인시의 급증하는 교통수요에 효과적으로 대처하고 장기적으로는 쾌적한 도시

## 경량전철 공간 활성화 전략 수립



### 최첨단 · 친환경 교통의 메카, 용인 경량전철

용인 경량전철(2013.04.26. 개통)

용인시의 급증하는 교통수요에 효과적으로 대처하고 장기적으로는 쾌적한 도시 교통체계를 구축함은 물론 용인시를 찾는 관광객의 다양한 교통수요 패턴을 충족시키기 위하여 환경친화적 간선대중교통수단인 경량전철 시스템을 도입.



디자인 정책 성과:  
경량전철 공간  
활성화 전략  
수립

# 용인시의 급증하는 교통수요에 효과적으로 대처하고 장기적으로는 쾌적한 도시

## 경량전철 공간 활성화 전략 수립

### 사업의 필요성

## City Yongin

1. 급격한 도시화 및 각종 개발 등으로 인한 자연경관의 파괴,
2. 지역의 경관특성을 반영하지 못한 무계획적인 인공경관의 확산 등으로 인하여 시민의 쾌적한 삶의 질을 판단하는데 있어 중요한 지표인 경관보전문제가 심각하게 대두되고 있는 실정임
3. 용인시 경관의 일부로 차지하는 경전철 하부공간의 환경개선방안이 요구됨



### 사업의목표

#### 01 경전철 주변 환경의 선구적 이미지 구축

국내최초의 경량전철로서 새로운 교통수단의 패러다임을 선도해 나가듯 경전철 하부 공간의 환경 또한 선구적으로 구축해 나가기 위한

#### 02 용인 경전철의 긍정적 이미지 유도

용인시민의 생활속에 자리잡은 용인경전철의 이미지를 보다 더 긍정적으로 유도하기 위한

#### 03 용인시민의 고유 개성을 살리는 환경 창출

최첨단 도시와 농촌이 공존하는 용인시민의 아름답고 매력있는 쾌적한 도시 환경 및 공간을 창조하여 더욱 풍요로운 삶을 만들어가기 위한

용인시를 대표하는 경전철의 위산에 비해 경전철 주변공간의 환경시설리 미약함  
세계가 주목하는 도시 용인시의 이미지 구축과 정체성 확립을 위한 경전철 하부공간의 환경개선

디자인 정책 성과:  
경량전철 공간  
활성화 전략  
수립

# 용인시의 급증하는 교통수요에 효과적으로 대처하고 장기적으로는 쾌적한 도시

## zone · core별 개별 방향

노선 및 노선인근의 시설특성을 고려하여 핵심적인 7개의 Core를  
선정하고 장소성을 살리는 환경개선 방안을 수립

<b>A zone</b> · 생활환경을 배려하여 주민협력형 개선사업 추진 · 다양한 테마의 교각 디자인 · 거더 외장재 설치 · 경전철 하부의 “문화 코리도” 조성 <b>내 집앞 예술문화공간으로...</b> <b>택지구 구간</b>	구갈역		구갈역	인접 문화시설의 이미지를 반영 (설치미술 등)	
	구갈대역				
<b>B zone</b> · 주변경관 조화성 확보 · 교각 녹화 · 환경조화색채 적용 <b>자연에 가깝게...</b> <b>자연경관지 구간</b>	지석역			활기차고 경쾌한 이미지의 디자인 및 하부공간 조성	
	어정역		호수공원		
<b>C zone</b> · 주변경관 조화성 확보 · 교각 녹화 · 환경조화색채 적용 <b>자연에 가깝게...</b> <b>자연경관지 구간</b>	초당역			경전철 홍보관과 연계하여 에버라인 상징공간화 및 디자인	
	삼가역		차량기지		
<b>D zone</b> · 수변 산책로 및 자전거도로 이용자 배려 · 교각부 외관개선 · 교각 하부 휴식공간 마련 · 복잡한 구도심 통과부의 외관 정비 <b>다채로운 테마산책로가 되도록...</b> <b>금학천변 구간</b>	시청 · 용인대역		용인시청	깔끔한 디자인 및 하부공간의 경전철 테마광장화	
	명지대역				
<b>D zone</b> · 비도시지역으로 도시의 배경 구조물화 · 교각 녹화 · 환경조화색채 적용 <b>풍경을 배려하는...</b> <b>경안천변 구간</b>	김량장역			다양한 스포츠테마의 교각하부공간 연출 (암벽등반)	
	운동장/송담대역		종합운동장		
<b>D zone</b> · 비도시지역으로 도시의 배경 구조물화 · 교각 녹화 · 환경조화색채 적용 <b>풍경을 배려하는...</b> <b>경안천변 구간</b>	고잔역			용인경전철 존재감 강조하는 외관 연출	
	보평역		영동고속도로 횡단		
<b>D zone</b> · 비도시지역으로 도시의 배경 구조물화 · 교각 녹화 · 환경조화색채 적용 <b>풍경을 배려하는...</b> <b>경안천변 구간</b>	둔전역			옹벽부 벽면디자인 (삼성 에버랜드측과 협력)	
	전대역/에버랜드역		에버랜드 가는길		

디자인 정책 성과:  
용인아르피아

# 지역주민에게 휴식의 장소를 제공하는 창의적인 도시의 환경시설물

## 용인아르피아



위치	경기도 용인시 수지구 죽전동 1003-105번지 일원
심의	· 건축면적 : 2,014.70 m <sup>2</sup> · 연 면 적 : 13,882.59 m <sup>2</sup>
자문	6,181억 원
협의	2005. 12. 27 ~ 2012. 02. 26
준공	· 2010. 02. 26 : 하수처리시설(12개소) 준공 · 2012. 02. 26 : 아트홀 및 주민편익시설 공사
완료	설계자 : (주)이가플랜건축사사무소 시공자 : 삼성엔지니어링 시행자 : 용인시

### 용인아르피아(2012년 완공)

대규모 하수처리시설을 도심지 내에 지하화 하여 유지관리비용을 최소화하고, 상부에는 아트홀과 공원, 운동시설 및 주민편익시설을 설치하여 지역의 공공자원을 주민의 문화·건강·휴식이라는 새로운 어메니티 공간으로 탈바꿈.

대규모 하수처리시설은 주민기피시설로서, 일반적으로 도심지 외곽에 설치되는 것이 관례였다. 용인시 하수처리장은 악취가 전혀 없고 도심지 지하에 설치된 하수 처리시설로서 유지 관리비용을 최소화함과 동시에, 지상에 대규모 공지를 확보하여 공원과 운동시설 및 주민편익시설을 설치함으로써 지역주민에게 휴식의 장소를 제공하는 창의적인 도시의 환경시설물로 자리잡게 되었다.

첨단기술과 아이디어를 바탕으로 도시를 인간, 자연, 문화가 함께하는 장소로 환경의 질을 높이고 용인시의 도시경쟁력 강화와 국민적 공감대와 저변을 확대하는데 초점을 둔 사업이다.

디자인 정책 성과:  
용인아르피아

# 지역주민에게 휴식의 장소를 제공하는 창의적인 도시의 환경시설물

## 용인아르피아



2013 대한민국 국토도시디자인대전. 기반시설부분. 국무총리상 수상. 국토교통부

### 기존의 관념을 뛰어넘는 창조적 사고

도심 한가운데 하수처리시설을 만든다는 것은 어느 지역 할 것 없이 주민들의 반대가 심할 것이다. 하수처리시설의 필요성을 알기에 주민기피시설의 이미지를 벗기 위해 하수처리장이 체육시설과 여가공간으로 접목된 경우는 더러 있었지만 문화예술 공간으로 탄생된 경우는 용인 아르피아가 전국 최초다. 단독주택에 비해 아파트가 월등히 많은 아파트 밀집지역으로 주민들의 산책로 이용되는 성북천과 탄천이 흐르는 바로 옆의 공간을 하수처리시설의 기술성과 복합문화공간의 지리적 위치성이 가능했기에 용인아르피아가 탄생하였다.



디자인 정책 성과:  
용인아르피아

## 지역주민에게 휴식의 장소를 제공하는 창의적인 도시의 환경시설물

### 예술성

#### 경관적, 환경적, 기능적 측면에서 조화를 이루는 건축문화공간

건축물은 이용객의 접근성을 고려하여 주진입도로 전면 배치하였으며, 다섯개 동으로 분리하고 각 건물을 브릿지로 연결, 하부를 오픈 시킴으로써 전면도로에서 후면 공원과 운동시설로의 자유로운 통행이 가능하도록 하였다.

도로변에 위치한 공연장은 랜드마크의 역할을 함과 동시에 양호한 접근성을 제공할 수 있었다. 반면에 공연장으로서 방음에 대한 핸디캡을 갖고 시작할 수 밖에 없었다. 해결책으로 공연장의 외벽은 콘크리트 벽체로 계획하여 도로의 소음을 차단 하였으며, 도시의 흐름을 상징하는 로비의 벽체는 주 출입구의 가벽으로 연장되어 도로의 소음을 차단하는 장치로 계획 되었다. 공연장 설계를 진행함에 있어서 무대 및 객석의 설비와 음향 품질 확보, 그리고 관객의 안전한 피난 등을 주안점으로 계획하였으며, 협소한 부지 여건상 공연장 출입구 전면의 광장을 구성할 수 없는 상황을 고려하여 수영장 상부를 데크 공간으로 계획, 공연 전후 다수의 인파를 수용할 수 있는 전면광장 개념으로 활용함과 동시에 전망 타워 및 푸드코트의 동선 연계의 구심점이 되도록 계획하였다.

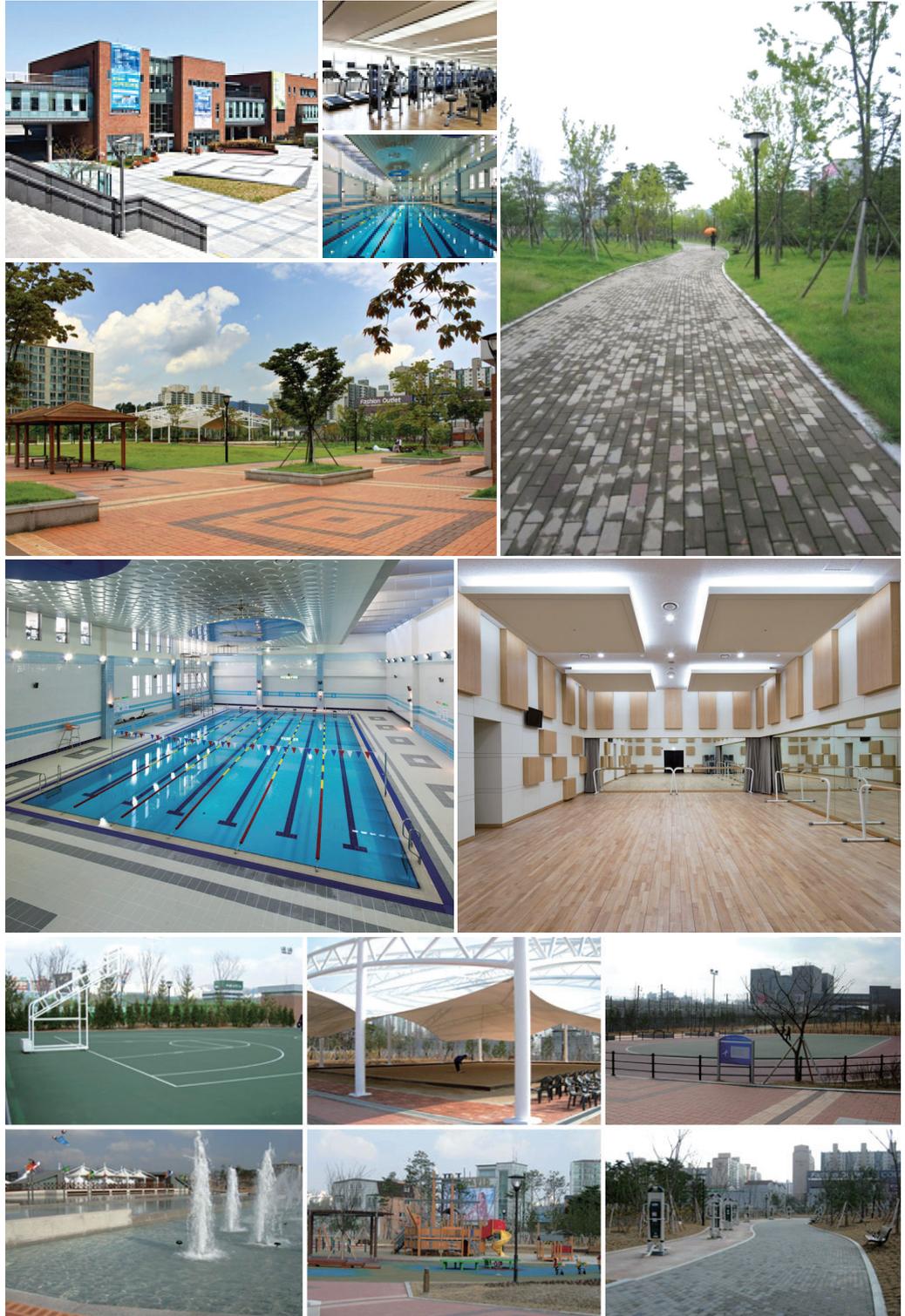
용인아르피아 스포츠센터는 수영장과 헬스클럽 및 사우나 시설, 암벽 등반장, 건강검진 시설 및 푸드코트 등으로 구성되어있다.

수영장은 최대한 층고를 확보하고, 천정의 자연채광을 이용하여 쾌적하고 개방감있는 공간으로 계획하였고, 푸드코트와 옥상데크를 연계하여 이용객이 휴식 및 조망공간으로 이용할 수 있도록 하였다.



디자인 정책 성과:  
용인아르피아

# 지역주민에게 휴식의 장소를 제공하는 창의적인 도시의 환경시설물



디자인 정책 성과:  
용인평온의 숲

# 자연과 함께하는 품격 높은 추모의 장

## 용인평온의 숲

### 자연과 함께하는 품격 높은 추모의 장

용인 평온의 숲(2012년 개장, 2013년 7월 완공)

장례 - 화장 - 봉안을 한 곳에 친환경 녹색휴식공원을 겸한 천혜명당 최첨단 종합장묘 시설

위치	용인시 처인구 이동면 평온의숲로 77 (구주소 : 이동면 어비리 37번지)
부지면적	577,696m <sup>2</sup>
건축면적	27,983m <sup>2</sup> 1. 나래원(화장장) : 8,296m <sup>2</sup> (화장로 10기) 2. 평온마루(봉안당) : 12,386m <sup>2</sup> (43,700구) 3. 자연장지 : 27,000m <sup>2</sup> (15,500기) 4. 장례식장 : 7,688m <sup>2</sup> (12실) ※ 2013년 12월경 3,500m <sup>2</sup> (2,000기) 분양예정



디자인 정책 성과:  
용인  
시민체육공원

# 녹색 성장을 주도하는 친환경 복합문화체육공원으로 만들기 위해 부지 내 지형의 자연 훼손을 최소화

## 용인 시민체육공원

용인시민체육공원(2004 ~ 2015.12)

위치	용인시 처인구 삼가동 28-6번지 일원
면적	부지면적 22만 8920㎡, 연면적 8만 9700㎡
기대효과	다양한 국내/외 경기 유치를 통한 시민의 자긍심을 고취 및 스포츠·레저시설 제공으로 향후 120만 용인시민 삶의 질 향상과 건강 증진 기여

### 자연친화적 소재로 시공

용인시민체육공원을 녹색 성장을 주도하는 친환경 복합문화체육공원으로 만들기 위해 부지 내 지형의 자연 훼손을 최소화할 뿐만 아니라 모든 시설물에 태양열, 태양광, 지열 등 신재생에너지를 적용하고 자연친화적 소재로 시공. 3만7155석의 주경기장, 1811석의 보조경기장, 32레인의 볼링장 등이 들어선다. 경기장의 규모와 시설은 국제 규격으로 건립해 제1종 육상경기장과 각종 경기장에 대한 공인 인증을 획득하고 국내·외 대형체육행사 유치 가능성이 높도록 계획했다. 공원의 랜드마크가 될 주경기장은 21세기 건축의 트렌드인 열린 지붕을 도입하고 한남정맥 용인구간의 마지막 능선 형태를 반영해 설계 됐다.

용인시민체육공원은 특히 국내 최초로 공공건축물에 빌딩정보모델링(BIM : Building Information Modeling)을 통한 기본·실시설계를 의무 적용한 프로젝트로도 주목받고 있다. BIM은 건축물의 설계, 시공, 유지관리 등 전 생애주기에 생성·관리되는 모든 정보를 통합해 관리하는 디지털 설계엔지니어링기법이다. 최상의 건축 디자인과 안전성, 유지관리, 생산성 등을 다각도로 점검해서 설계와 시공의 오차 범위를 최소화할 수 있어 공기 단축, 비용 절감 등의 효과가 높은 첨단 설계 기법이다.



디자인 정책 성과:  
표준시설물  
디자인특허  
등록

# 획일적인 공공디자인 정책에 의존에 벗어나 독자적, 자체적인 공공디자인 전략

## 표준시설물 디자인특허 등록

용인시 공공시설물 표준디자인 개발(2010년)  
공공시설물 표준디자인 산업재산권(디자인특허)  
보장을 위한 출원/등록(2012년, 18건)



디자인 정책 성과:  
수상 실적

# 용인시 공공디자인의 비전과 기본원칙을 바탕으로 친환경 도시화를 위하여

## 수상 실적

### 디자인개발 및 진흥관련 수상실적

- 2013 대한민국 국토도시디자인대전. 국무총리상. 국토교통부
- 2012 경기도 가이드라인 준수평가 공공디자인 분야. 장려상. 경기도  
제10회 경기국제관광박람회(디자인 부문). 최우수. 경기도
- 2011. 소하천 정비사업 실태점검. 국무총리상. 소방방재청  
2011 제24회 한국국제관광전. 최우수. 한국관광협회중앙회  
도로정비심사. 우수. 경기도  
경기디자인페스티벌. 우수. 경기도  
제9회 경기국제관광박람회. 최우수. 경기도  
제5회 지자체 녹색도시 우수사례 공모. 장려. 산림청  
제1회 마을숲 이야기 경진대회. 장려. 산림청
- 2010 아름다운 소하천가꾸기 공모전. 장려. 행정안전부  
제9회 전국평생학습축제 홍보체험관 경진대회 학습도시 부문.  
우수. 대구시교육청  
2010년도 도로정비사업 종합평가. 우수. 경기도



디자인 행정  
미래 전략:  
디자인행정 정착  
활성화 방안

## 디자인 행정 차원에서의 디자인 인식 강화, 의식 고취

### 디자인행정 정착 활성화 방안

#### 향후 디자인 정책의 방향

01. 지자체, 민간, 기업의 공공디자인에 대한 장기적 안목 향상 및 유기적 협력체계 구축  
장기적 안목을 가진 전략의 지속적 추진으로 운영의 전문성을 향상함
02. 관련부서 및 협의체간의 개방적 커뮤니케이션 확대 의사결정의 원활한 기능 수행  
디자인관련 사업이 주관적이고 일률적인 계획에서 벗어나 정량적이고 장기적인 계획으로 지속화 될 수 있는 시스템기반을 마련함
03. 고품격 디자인도시 이미지 확립을 위한 행정적 기반 강화  
중앙정부 또는 경기도의 획일적인 공공디자인 정책에 의존에 벗어나 독자적, 자체적인 공공디자인 전략과 관리계획수립에 따른 실질적인 운영방안을 마련함
04. 디자인 행정 차원에서의 디자인 인식 강화, 의식 고취  
전략을 일관되게 추진할 수 있도록 도시디자인 인식 확산을 통해 관련 제도와 조례 실천의 의지를 확대한다.

▶ 공공디자인의 효율적인 운영과 수준높은 디자인행정 시스템의 정착 및 확대화  
디자인 사전 심의/협의 전에 사업부서에서 자가진단 체크리스트를 통하여 사전 확인 후에 디자인부서에 심의/협의를 의뢰하며, 디자인부서에서는 사전검토를 통하여 심의/협의를 진행하며, 체크리스트를 통하여 심의/협의를 완료하는 프로세스를 체계화 하고자 한다.

▶ 용인시 공공디자인의 비전과 기본원칙을 바탕으로 친환경 도시화를 위하여 질 높은 시민생활공간 조성 및 용인시만의 특성을 간직하고 발전시키는 자연친화적인 생활환경이 조성되도록 총력을 가할 것이다.

15<sup>TH</sup> | K O R E A  
D E S I G N  
A W A R D

지 방 자 치 단 체 부 문

최우수상

국무총리표창

광 주 광 역 시

대한민국  
디자인 대상 :  
수상작

# 디자인 경영부문 : 최우수상



**광주광역시**  
**GWANGJU CITY**

## 기관소개

- | 기관소개
- | 연혁, 지역경제 현황
- | 기업비전

## 디자인 정책이념과 전략

- | 디자인 경영 활동
- | 디자인 경영 전략

## 디자인 경영활동

- | 디자인 경영활동

## 디자인 경영성과

- | 디자인 경영성과

기업소개 :  
CEO 메시지

## 행복한 창조도시 광주



광주시는 21세기 미래 성장산업인 디자인산업을 적극 육성함으로써, '아시아 디자인 중심도시'로 도약코자 노력하고 있습니다.

올해로 15회째를 맞이한 '대한민국디자인대상'에 광주시가 지방자치단체부문 국무총리표창을 수상하게 된 것을 147만 광주시민과 함께 대단히 기쁘게 생각합니다.

광주는 대한민국에 민주주의가 정착되도록 했던 '민주화의 상징 도시'이자, 5.18관련 기록물이 유네스코 세계기록유산에 등재된 세계적인 민주,인권,평화의 도시입니다.

또한, 시민들의 수준 높은 민주정신과 풍부한 문화예술 자산을 예술로 승화시키며, 짝수 해에는 광주비엔날레를, 홀수 해에는 디자인비엔날레를 각각 개최하면서 세계와 소통하고 있습니다.

광주는 대한민국 최대의 문화프로젝트인 '아시아문화중심도시 사업'을 진행하면서 3D 영상,게임,애니메이션 등 문화콘텐츠산업을 집중육성하고 있는, 대한민국의 문화수도이자 문화예술의 고장이기도 합니다.

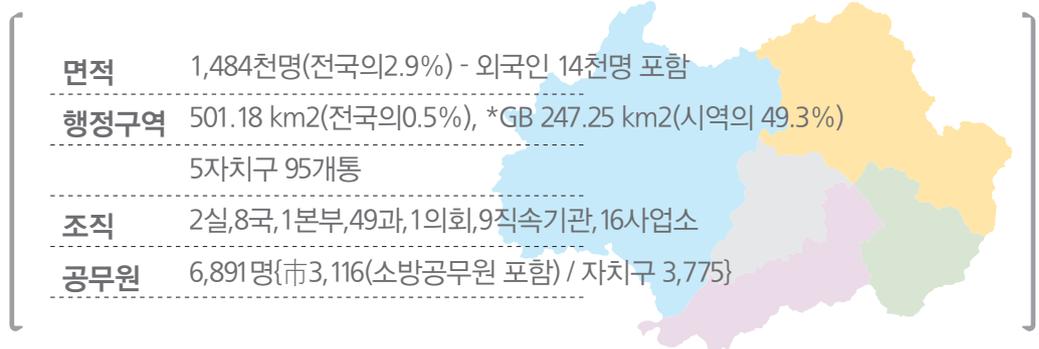
앞으로, 디자인비엔날레 행사와 2015년 개관 목표인 국립아시아문화전당의 차질없는 추진, 그리고 2015국제디자인연맹 총회의 성공적 개최를 통하여, 글로벌 디자인도시로 거듭날 수 있도록 혼신의 노력을 다 하겠습니다. 감사합니다.

광주광역시장 강운태 강운태

기관소개:  
기관소개

## 디자인 경영부문 : 최우수상

### 기관소개



### 재정운영 현황

구분	서울	부산	대구	인천	대전	울산
총 규모	23조 5,069억	8조 3,605억	5조 9,085억	6조 9,768억	3조 3,755억	2조 5,461억
재정자립도(%)	87.7	51.8	46.5	64.6	52.2	62.7
인구 (천명)	10,442	3,574	2,528	2,891	1,539	1,166

[ 광역시별 현황 ]



기관소개 :  
지역경제 현황  
광주시 연혁

## 기관소개

### 지역경제 현황

- 1) 지역 내 총생산액(GRDP/ '11년 기준) : 26조 5,800억원(전국의 2.1%)  
- 1인당 GRDP : 17,650천원(전국 평균 24,968천원의 70.7%), 전국 15위
- 2) 산업구조(GRDP/ '11년기준) : 1차 1.0%, 2차 29.8%, 3차 69.2%  
- 광역시평균 : 1차(농, 임, 어업) 0.5%, 2차(광업, 제조업) 31.4%, 3차(서비스업 등 기타) 68.1%
- 3) 경제활동 인구('12년) : 704천명 / 취업자수 685천명
- 4) 제조업체('11년) : 7,478업체(대기업 12 중기업 194 소기업 7,272) - 고용인원 : 76천명(대기업21 중기업20 소기업35)
- 5) 산업단지 : 12개단지 29 3km2(전국 2.2%) / 조성중 4개단지 6.6km2 포함

### 연혁



기업소개 :  
비전  
문화시설 현황

# 비전 문화시설 현황

## 비전

시정목표

"시민이 행복한 창조도시 광주"

시정운영  
방향

의향으로서 광주의 전통과 열정을 살려 세계속의 '민주, 인권, 평화도시' 로 발돋움  
문화예술의 본고장으로서 창작, 교류활동과 '문화산업' 이 번창하는 '문화콘텐츠 허브도시' 조성  
우수한 두뇌와 R&D특구를 바탕으로 과학기술 연구와 산업이 연계되는 '첨단과학산업도시' 건설

## 문화시설현황



지역문화시설 [45개소]



도시시설 [286개소]



문화보급전수시설 [문 10개소]

기업소개 :  
정책이념과 전략

# 디자인 정책이념과 전략

디자인  
정책이념과  
전략

글로벌 디자인도시 광주 비전

## Gwangju global design vision

도시비전	행복한 창조 도시				
디자인광주 비전	New Design Creative "Gwangju"				
정책목표	아시아 디자인 중심 거점도시 "광주"				
추진전략	<table border="1"> <tr> <td>IDA 협력사업 (디자인특별전시 2015)</td> <td>디자인 창조산업 활성화</td> <td>해외 마케팅 강화 World Design Network</td> <td>Asia Design Archive 구축(디자인 보고)</td> </tr> </table>	IDA 협력사업 (디자인특별전시 2015)	디자인 창조산업 활성화	해외 마케팅 강화 World Design Network	Asia Design Archive 구축(디자인 보고)
IDA 협력사업 (디자인특별전시 2015)	디자인 창조산업 활성화	해외 마케팅 강화 World Design Network	Asia Design Archive 구축(디자인 보고)		



디자인 경영활동 :  
디자인도시  
인프라구축

# 디자인 도시 인프라 구축

## 디자인도시 인프라 구축

지방최초 2006. 3월  
광주디자인센터 개원 운영중



융합형디자인대학 운영 지원중

조선대학교는 지역 광산업을 선도할 수 있는  
특화된 디자인공학과를 신설하고, 산학연 중심의  
실무교육으로 디자인전문인력 양성 및 보급을 위해  
융합형디자인학과를 신설 운영 중

**VBC 연합방송**  
www.vbcv.net

**조선대, 산업융합특성화 인재양성 사업 선정**  
- 디자인공학과, '융합형디자인대학육성사업'에 연이은 국책사업 선정 쾌거

2013. 04. 29. 11:18



디자인공학과 교수진

이 사업은 산업융합형 특성화 인재양성을 목표로 하는 대학에서 석사과정 학생들에게 입학부터 졸업까지 등록금 전액에 대해 국이 장학 혜택을 부여하는 내용이 핵심이다.

조선대학교 디자인공학과는 전국에서 선정된 3개 대학 가운데 디자인 학문 분야로는 유일하게 선정되었다. 이에 따라 2013년 6월부터 향후 5년간 27억원(매년 6억원)을 지원받아 디자인공학과 대학원에 진학하는 매년15명 내외(5년간 75명)의 석사과정 학생들이 대학육성혜택을 받게 된다.

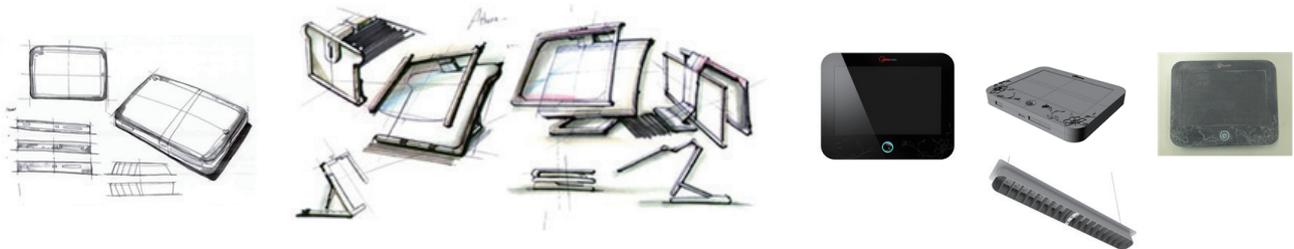
이 사업을 통해 광주지역 핵심인력산업인 광산업을 선도할 공학기반 융합형 디자인 전문인력양성 교육프로그램을 개발하고 (주)등용소프트웨어, (주)방영이엔지, (주)유이엔지, (주)이엔디, (주)지카인 등이 등 지역 광산업 전문업체 5개 기업을 비롯하여 광산업 진출기업, 평가용 전문연구소와의 협력을 통해 지역의 국가를 대표하는 기업(Killer Application) 사업으로 육성시킬 계획이다.

디자인 경영활동 :  
디자인산업  
육성 성과

## 디자인산업 육성 성과

### 신특화산업 육성

- 광주광역시는 디자인산업을 4대 전략산업으로 지원·육성
  - 제조업, 서비스업, 공공부문 등 다양한 분야에서 생산되는 생산품(최종재화)의 디자인 경쟁력 강화를 추진
  - 디자인 장비구축 및 공동 디자인 개발, 지역전략산업 연계 디자인 기술개발, 디자인 전문기업 역량 강화를 위한 인력양성, 디자인비엔날레 등의 다양한 지원정책을 추진
- 2013년도부터 디자인산업을 신지역특화산업으로 선정
  - 신지역특화산업 5개분야 : 스마트가전, 복합금형, ICT콘텐츠, 디자인융합, 생체용소재부품



### 호남광역경제권 선도사업

- 지역의 특성을 살린 특화제품 제조기업의 기술개발 및 디자인산업에 대한 비전을 제시하여 특성화를 유도하고 디자인기술 애로에 대한 문제점 및 개선방안을 제시

디자인 경영활동 :  
디자인국제  
행사 개최분야  
성과

## 디자인국제행사 개최분야 성과

### 광주디자인비엔날레 개최

2005년도부터 2011년 홀수년에 총 4회 광주디자인비엔날레를 개최, 50여개국, 2,122명 디자이너, 742개 기업, 5,391 작품이 기출품이되었으며, 총 누적 관람객이 **1,638,288명**에 이르는 국내 대표적인 행사로 성장



2007 광주디자인비엔날레 • 주제 : 빛\_L.I.G.H.T • 총감독 : 이순인



2005 광주디자인비엔날레 • 주제 : 삶을 비추는 디자인/ Li h t t Lif • 총감독 : 이순중

디자인 경영활동 :  
디자인국제  
행사 개최분야  
성과

# 디자인국제행사 개최분야 성과



2009 광주디자인비엔날레 • 주제 : 'The Clue\_더할 나위 없는' • 총감독 : 은병수



2011 광주디자인비엔날레 • 주제 : 圖可圖非常圖 / design is design is not design  
• 공동감독 : 국내감독 : 승효상(承孝相)/Seung H-Sang/(주)종합건축사사무소 이로재/대표]  
국외감독 : 아이웨이웨이/艾未未/[FAKE Design 대표, 작가]

디자인 경영활동 :  
디자인국제  
행사 개최분야  
성과

# 디자인국제행사 개최분야 성과

## 디자인코리아2013 개최



- 행사기간 : '13.10.10(목) ~ 10.13(일), 4일간  
- 연계행사 : 2013광주디자인비엔날레(9. 6 ~ 11. 3)
- 행사장소 : 김대중컨벤션센터(1~3전시관, 4층 컨벤션홀)
- 규 모 : 300여개 기업, 1,200여명 국내외 바이어, 4만여명 참관객

## 세계 최대규모의 디자인축제인 2015국제디자인연맹총회 개최



- 세계최대 규모의 디자인 축제인 2015국제디자인연맹(IDA)총회를 유치함으로써 디자인산업을 일으키는 결정적 계기 마련
- 시 기 : 2015. 10월중
- 규 모 : 70개국 / 4,000여명(유명 디자이너 등)

디자인 경영활동 :  
디자인국제  
행사 개최분야  
성과

## 디자인국제행사 개최분야 성과

### 광주 ACE Fair 개최

아시아 문화허브를 지향하는 광주 ACE Fair의 공동 주관사로 문화콘텐츠와 디자인 산업의 연계로 광주의 첨단산업-문화예술의 활성화에 기여하며 시민들의 문화향유의 기회를 제공



디자인 경영활동 :  
도시환경 디자인  
개선 성과

# 도시환경 디자인 개선 성과

## 도시환경 디자인 개선성과

### 도시재생 및 도시디자인사업과 연계한 도시문화 거점 조성사업

광주 브랜드 아이콘의 10년 장기계속사업으로서 해마다 광주시 전역을 중심으로 10여개씩 총 100개를 설치할 예정



### 1차 광주폴리 추진 현황

- 작 품 수 : 11개소(광주읍성터 10, 푸른길공원 1)/사업비 : 33억원('10년 5, '11년 28)
- 폴리감독 : 승효상(2011디자인비엔날레 공동감독)/참여작가 : 국외 8, 국내 3(현상공모 1)



디자인 경영활동 :  
도시환경 디자인  
개선 성과

## 도시환경 디자인 개선 성과

### 패션부지 푸른길 조성

- 전국 최초로 도심철도 패션부지를 푸른길 공원으로 조성



### 야광경관사업

- 국제수준의 야간경관 인프라 구축 및 생동감 있는 빛고을 이미지제고

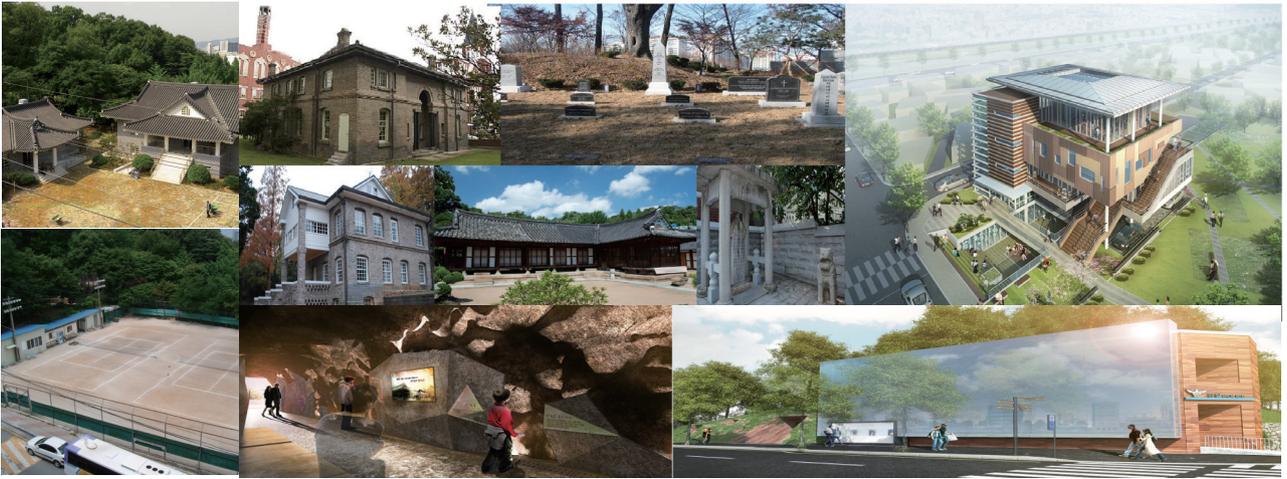


디자인 경영활동 :  
도시환경 디자인  
개선 성과

## 도시환경 디자인 개선 성과

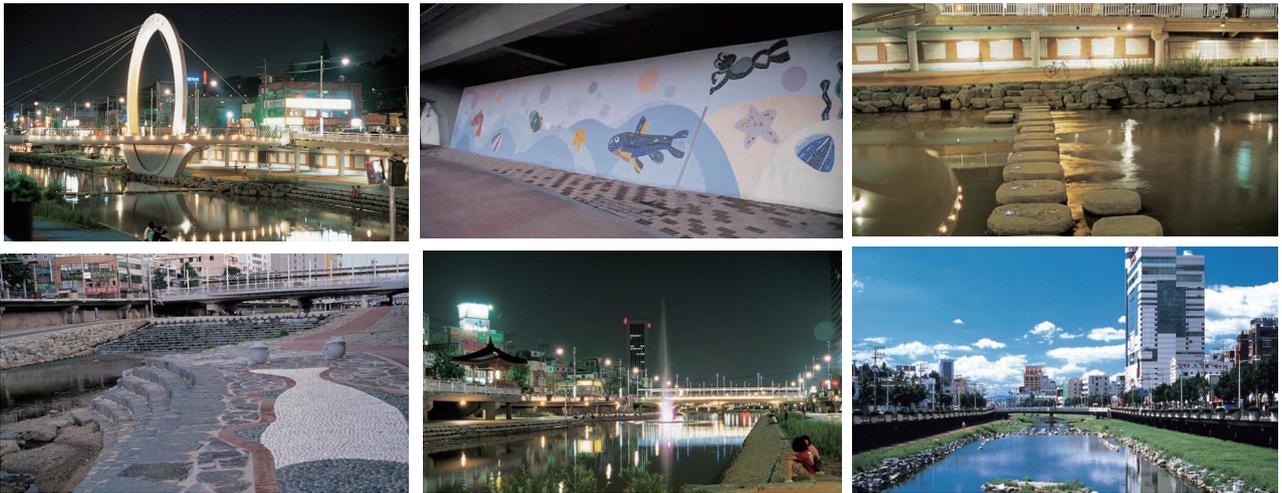
### 역사문화마을 조성

- 2010년부터 2013년까지 양림동 일원 약 20만㎡에 총사업비 307억원을 들여 단계적으로 역사문화마을 조성



### 광주천 문화공간사업

- 광주천을 자연형 시민하천으로 테마별로 구간을 나누어 조성



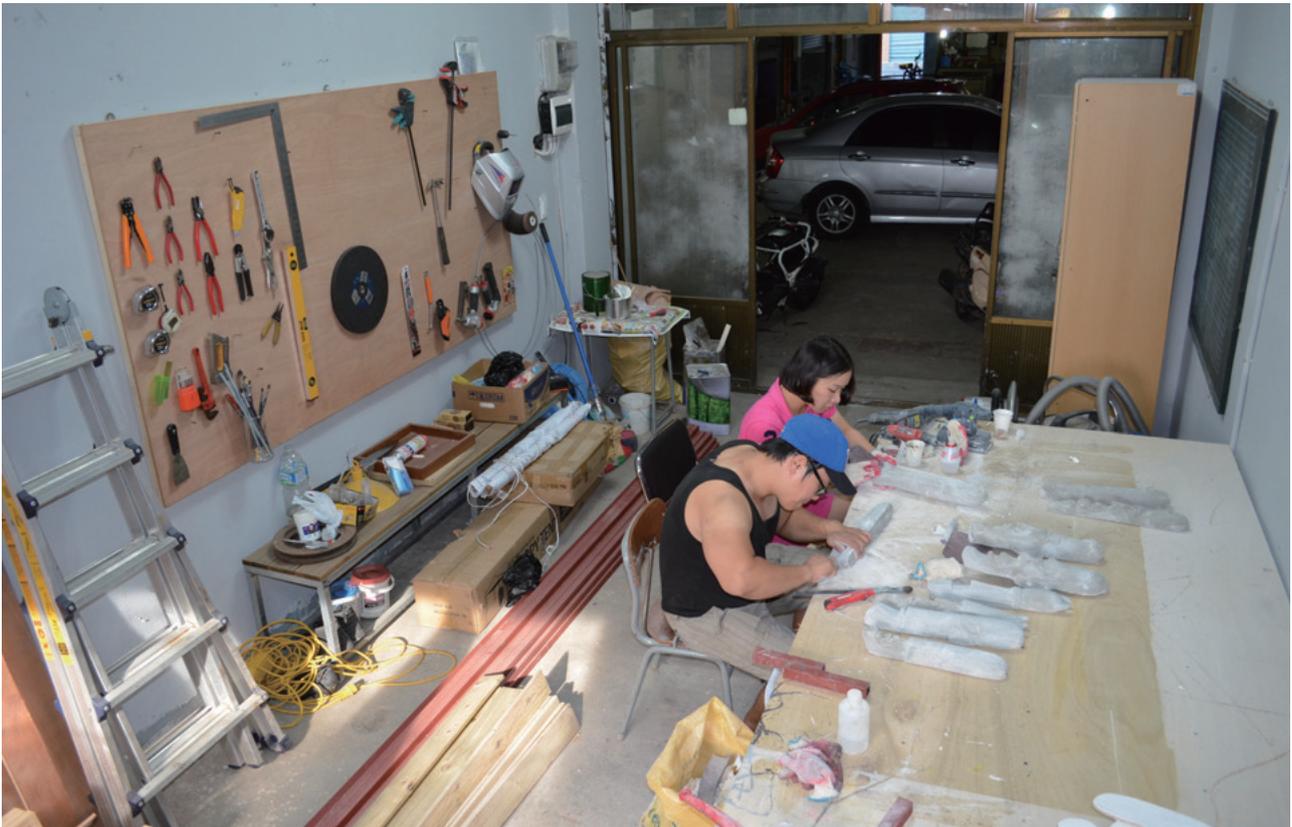
디자인 경영활동 :  
도시환경 디자인  
개선 성과

# 도시환경 디자인 개선 성과

행복한 창조마을 만들기



- 자치구별로 시범마을을 선정하여 주거환경개선, 복지·교육·일자리, 문화, 공동체 활성화



디자인 경영활동 :  
도시환경 디자인  
개선 성과

# 도시환경 디자인 개선 성과

## 경관취약지 개선사업



## 공공디자인 시범사업



## '공구의 거리' 아름다운 간판 조성사업

- 자치구별로 시범구간을 선정하여 표준디자인으로 설치  
건고 싶은 아름다운 거리를 조성

## 송정골 간판시범거리 조성

- 송정골 도시환경 개선을 위한 간판개선사업 시행

디자인 경영활동 :  
문화컨텐츠  
디자인사업  
추진성과

# 문화컨텐츠 디자인사업 추진 성과

## 광주 CGI센터 건립

- 영화, 게임, 애니메이션 등 디지털컨텐츠 산업의 핵심기술인 CGI를 활용한 프로젝트 제작과 인력양성, 마케팅, 비즈니스 등 종합적인 기능을 수행



디자인 경영활동 :  
문화컨텐츠  
디자인사업  
추진성과

# 문화컨텐츠 디자인사업 추진 성과

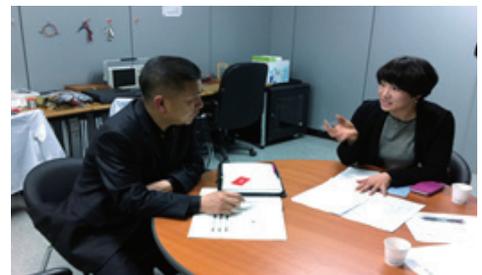
## 지역디자인혁신사업

- 지역산업의 지속적 디자인 수요창출과 디자인산업 육성



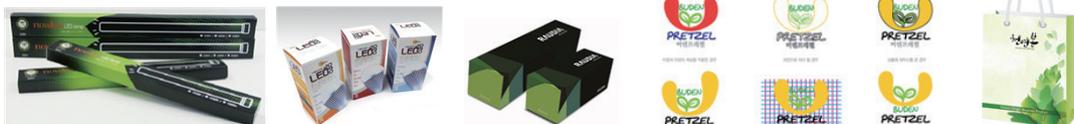
## 산업단지 중소기업 디자인지원사업

- 중소기업의 디자인 애로사항을 해결할 수 있는 디자인 컨설팅 사업



## 중소기업 디자인지원사업

- 중소기업 제품 이미지 재고와 경쟁력을 강화하여 매출증대 및 고용인력 창출

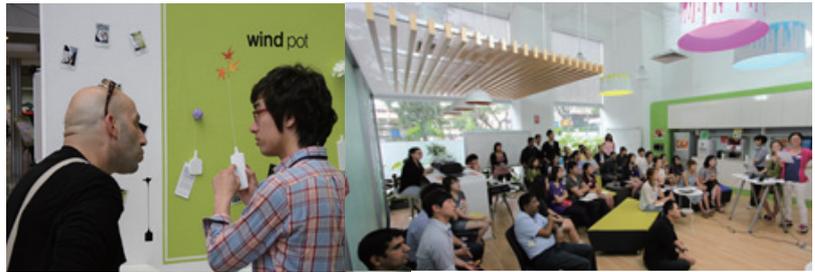


디자인 경영활동 :  
디자인 교육  
사업 추진

## 디자인교육사업 추진 성과

### 디자인 교육사업 추진

#### 코리아디자인멤버십 추진



- 지역의 우수 디자인 인재를 조기에 발굴하여  
글로벌 시각과 마인드를 향상할 수 있는 교육의 기회를 제공

#### 광주전략사업 인력양성사업



- 지역 디자인산업체의 기술역량 강화를 위한  
현장인력 기술력 향상 지원 및 예비기술 인력양성 지원

#### 광주전략사업 인력양성사업

- 수공예 기능인력 양성과 창조적 활성화를 위한  
체계적인 수공예 디자인 교육과 취·창업 지원

#### 코리아디자인멤버십 추진

- 아시아문화중심도시 조성 5대 콘텐츠분야인  
공예디자인산업 수요대응형 인력양성 교육 추진

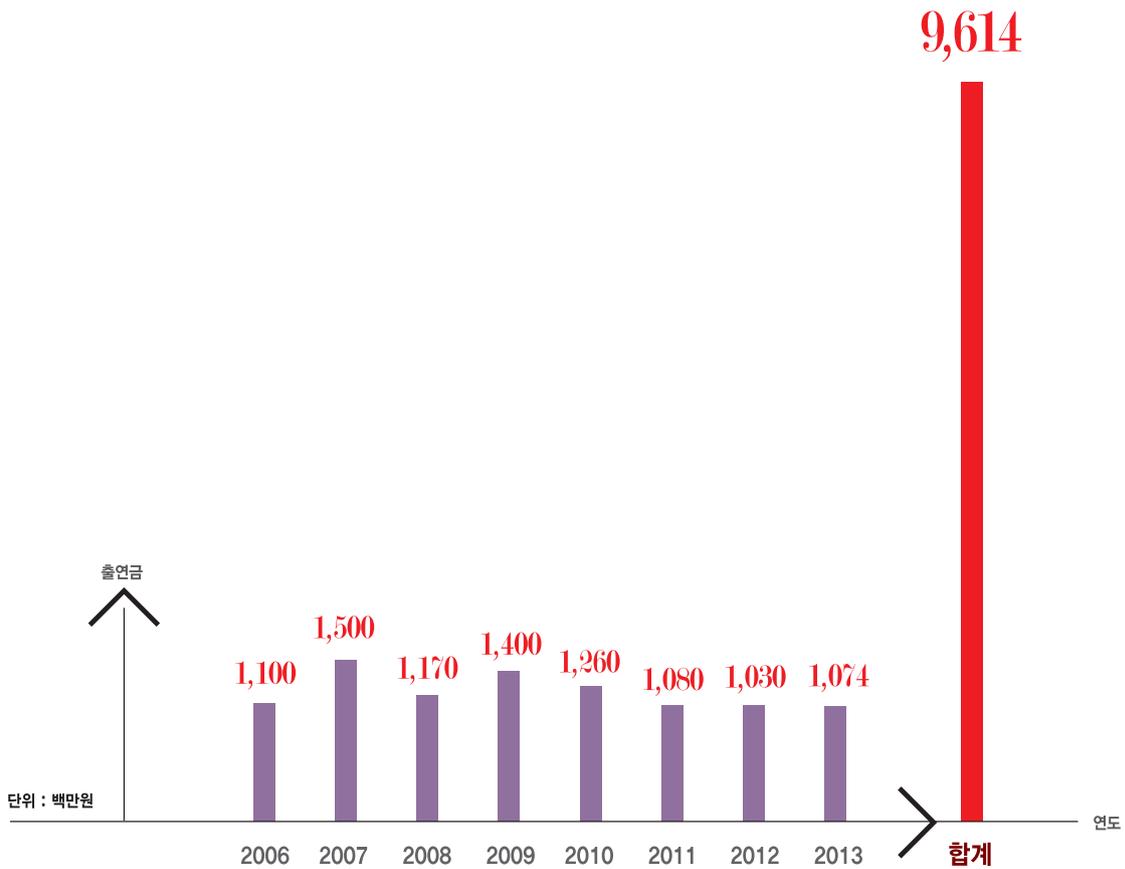


디자인 경영성과:  
디자인 인프라  
구축분야 성과

## 지방에서는 최대규모의 디자인인프라 구축

### 디자인 인프라 구축분야 성과

- 광주시는 지방에서는 최초로 2006년 3월에 **광주디자인센터**를 개원하여, **9,614백만원을 지원**하여 디자인연구개발, 전문인력양성, 디자인국제네트워크 구축 등 다양한 육성사업을 시행 중



- 지역 전략산업인 광산업과 디자인산업 연계를 위하여 **융합형디자인대학을 유치하여 지원중**에 있으며, 서울경기 지역을 제외한 지방에서는 가장 많은 **163개사의 디자인전문회사**에서 **734명 인력이 근무중**이며, 연간 **1,858억원의 매출**을 기록

디자인 경영성과 :  
디자인 인프라  
구축분야 성과

# 지방에서는 최대규모의 디자인인프라 구축

- 국립아시아문화전당 건립 - 민주평화교류원, 문화창조원, 아시아예술극장, 아시아문화정보원, 어린이지식문화원으로 구성된 국립아시아문화전당 2014년까지 건립



**진남매일**  
2013년 11월 29일(월)  
01면 10면

**광주, 아시아 디자인중심도시 된다**  
안철수의 혁신도시... 3대 프로젝트 추진

광주에 3대 프로젝트가 한꺼번에 추진되면서 '아시아 디자인중심도시'로 거듭날 전망이다. 안철수의 혁신도시, 민주평화교류원, 문화창조원, 아시아예술극장, 아시아문화정보원, 어린이지식문화원 등 3대 프로젝트가 한꺼번에 추진되면서 '아시아 디자인중심도시'로 거듭날 전망이다. 안철수의 혁신도시, 민주평화교류원, 문화창조원, 아시아예술극장, 아시아문화정보원, 어린이지식문화원 등 3대 프로젝트가 한꺼번에 추진되면서 '아시아 디자인중심도시'로 거듭날 전망이다.

**진남매일**  
2013년 11월 29일(월)  
01면 10면

**광주 매일신문**  
디자인+경영+전자공학+광고기술학  
**세계최초융합형디자인교육**  
포용성인식학부... (사)교육진흥원협력

광주 매일신문은 디자인+경영+전자공학+광고기술학 분야를 융합한 '세계최초 융합형 디자인교육'을 실시한다. 이는 디자인과 경영, 전자공학, 광고기술을 융합한 교육으로, 창의력과 실무능력을 겸비한 인재를 양성하는 데 목적이 있다.

디자인 경영성과:  
문화콘텐츠  
사업 성과

# 세계최초, 디자인 전문야 디자인국제행사 개최

## 문화콘텐츠사업 성과

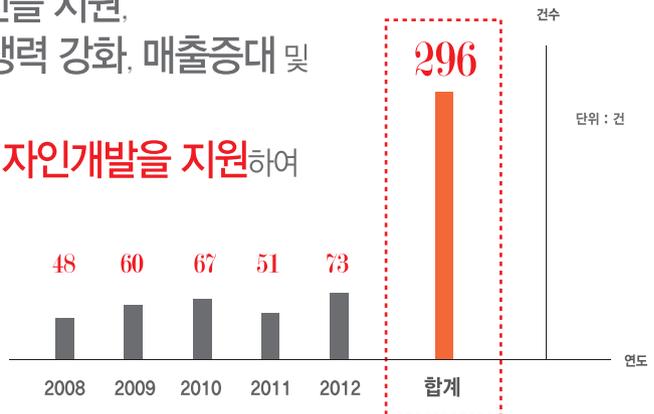
- 광주시에서는 디자인산업과 연관성이 높은 문화콘텐츠분야의 애니메이션, 게임, 만화 등의 아이템을 연계하여 육성 중
- **빛고을 공예창작촌**과 **광주CG센터** 등의 인프라시설을 구축
- **수공예 상품기획** 및 **브랜드 개발사업**을 전략적으로 추진 중



## 디자인 연구개발 사업 성과

### 디자인 연구개발사업으로 지역중소기업 경쟁력 강화

- 지역 중소기업 디자인의 종합디자인 진단을 통해 **디자인애로사항 해결** 및 **기업 맞춤형 디자인**을 지원, **생산제품의 고품격 이미지 제고**와 **기업 경쟁력 강화, 매출증대 및 고용인력 창출**
- **2008년도부터 2012년도까지 296건의 디자인개발을 지원**하여 지역중소기업의 경쟁력향상에 기여



디자인 경영성과 :  
디자인 교육  
사업 성과

# 디자인교육사업 지역인재 글로벌 디자인전문가로 양성

## 교육사업 성과

- 광주시에서는 지역 우수 인재 육성을 위한 **지역 전문가 및 대학과 네트워크를 구축, 창의 중심 교육과정 운영 지원**으로 지역 디자인산업 발전에 기여
- **교육 참여(교육생) 실적 현황**

구분	2008	2009	2010	2011	2012	합계
교육생수	14명	302명	234명	335명	298명	<b>1,183명</b>

- **교육을 통한 취업연계 현황**

구분	교육수로	취업연계	창업연계	공모수상	전시참가
실적	1,068명	<b>161명</b>	<b>41명</b>	17명	21회



15<sup>TH</sup> | K O R E A  
D E S I G N  
A W A R D

지 방 자 치 단 체 부 문

우수상

산업부장관표창

서울시 성북구

대한민국  
디자인 대상 :  
수상작

## 디자인 경영부문 : 우수상



### 지자체 소개

- | CEO메시지
- | 지자체 개요 및 현황

### 디자인 경영 비전 및 전략

- | 디자인 경영 비전
- | 디자인 정책 이념

### 디자인 경영 성과

- | 디자인 경영기반구축
- | 디자인 성과
- | 수상 실적

### 디자인 비전

- | 미래전략

기업소개:  
CEO 메시지

## 디자인을 기반으로 한 참된 정주환경 조성, 사람이 희망인 도시. 성북구입니다



쾌적한 자연환경과 풍부한 역사문화자원, 8개의 대학이 입지한 성북구는 서울 동북부의 교통의 관문이자 주거중심의 베드타운으로 다수의 주택개량사업이 진행되고 있습니다.

개발중심에서 사람중심으로 도시 패러다임이 변화함에 따라 저희 성북구는 참여와 소통, 창조와 혁신으로 지속가능한 발전을 이끄는 도시로 변화를 꾀하고 있습니다.

이 선봉에 디자인을 두었습니다.

인간가치 실현의 장이 되는 따뜻한 도시디자인, 쾌적한 지리적 여건과 많은 문화유산을 활용한 기품있는 도시디자인을 통해 성북구가 더욱 살기 좋고, 방문하고 싶은 장소가 되도록 노력하고 있습니다.

또한 공동체 중심의 참여하는 디자인을 통해 주민이 함께 만들어가는 성북구를 구현하기 위해 힘쓰고 있습니다.

2013년 대한민국 디자인대상 표창은 지금까지 성북디자인에 대한 지지라고 생각이 됩니다.

앞으로도 차근차근 기준을 세우고 조금씩 변화하는 성북의 미래를 기대해 주시기 바랍니다.

성북구 지자체장 김 영 배 *김 영 배*

지자체 소개 :  
지자체 개요 및  
현황

# 문화의 향기와 첨단의 세련미가 조화를 이뤄 매혹적인 매력을 풍기는 성북

## 지자체 개요 및 현황

문화의 향기와 첨단의 세련미가 조화를 이뤄 매혹적인 매력을 풍기는 사람이 희망인 도시 성북은 수많은 문화자원을 보유한 역사문화의 도시일 뿐만 아니라 수려한 자연경관의 환경도시이자 가장 많은 대학이 자리 잡고 있는 교육도시이기도 합니다.

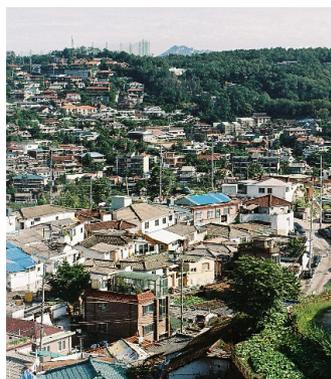
-총인구 : 48만4천명 / 20만 세대 (2013. 9월기준)

-면적 : 24.57km<sup>2</sup> (상업지역 3.9% / 녹지지역 27% / 주거 68.8%)

교통의 관통지역인 성북구는 서울 북부외곽지역과 도심을 연결하는 동북부의 관문 지역입니다.

도심과 수도권의 주요 간선도로가 관통하고 지하철 4, 6호선이 연결되어 있고, 경전철이 건설되고 있습니다.

또한 풍부한 역사문화자연환경을 두루 갖춘 성북구는 성북천과 정릉천이 도심을 가로지르고 서울성곽을 이어주는 북한산과 접하고 있습니다. 또한 우리나라 근현대사의 문화·예술인이 밀집했고 대다수의 대사관저가 위치하고 있는 성북동역사문화지역이 고즈넉한 분위기를 자아냅니다.



경영 비전 및 전략:  
디자인  
경영 비전

# 사람을 중심으로 성북구를 리디자인(RE - Design) 합니다

디자인행정의 시작으로 사회적약자를 배려한 복지문화행정 풍토를 이끌어냅니다.  
또한 건강하고 안전하게 성북을 둘러볼 수 있고, 모두가 행복을 느낄 수 있는 지속가능  
한 도시 성북의 첫 발걸음입니다.

## 디자인 경영 비전



2013 주요업무계획  
수요자와 과제중심의 업무체계

**어린이가 행복한 교육도시** 어린이친화 교육도시 조성

**함께걷는 성북** 걸을수록 편리하고 즐겁고 행복한 성북 구현

**복지문화** 복지공동체 조성, 문화인프라 구축

**사회경제 활성화와 마을공동체 재생**

사회적경제 생태계 조성, 마을공체 활성화

**지속가능 도시** 성북형 생태도시, 스마트그리드 구축

**안전** 주민이 함께하는 마을 안전망 구축

**건강** 3대가 건강한 웰빙도시



경영 비전 및 전략:  
조직도

# 디자인 전문부서 신설 및 전문가 채용 등을 통해 성북의 디자인을 강화하였습니다

## Organization

2008	외부 전문 디자이너 채용 및 도시디자인과 신설
2012	외부 전문 디자이너 추가 채용 (공공디자인과 행정디자인 강화)
디자인위원회	28명의 디자인 및 경관 분야의 전문가로 이루어진 디자인위원회를 구성하여 디자인 퀄리티를 높이고 효율적인 사업 추진



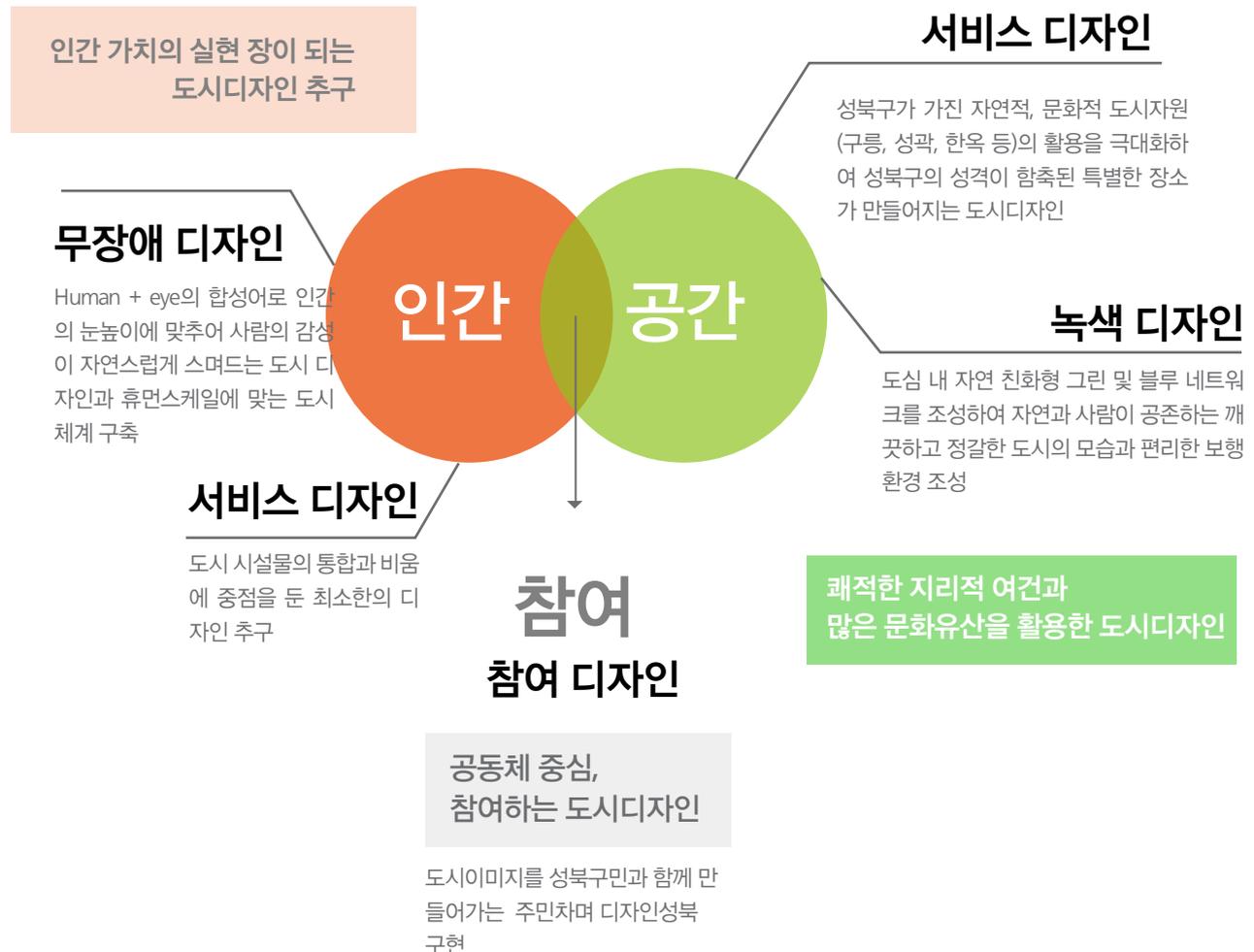
경영 비전 및 전략:  
디자인  
정책이념

# 개발중심에서 사람중심으로의 도시디자인으로 "참여와 협동의 인권도시 성북"을 만들어갑니다

과거 물리적 변화에 중심을 둔 '개발도시'에서 사람 중심의 탄탄한 사회문화적 기반으로 참여와 소통, 창조와 혁신의 지속가능한 발전을 이끄는 사람중심의 도시디자인으로 전환되고 있습니다.

이에 성북구는 사람과 공간을 중점에 둔 3대 정책목표와 5대 디자인 전략을 만들어 추진하고 있습니다.

## 정책이념



디자인 경영 성과  
디자인 경영  
기반 구축

# 도시디자인에 대한 원칙과 표준을 마련하여 이를 합리적으로 적용하고 있습니다

## 기반 구축

### 디자인 원칙과 표준 정립

도시디자인 기본계획, 공공스페이스 지속가능한 친환경 경관 가이드라인, 색채 가이드라인, 공사장 가설울타리 디자인 가이드라인, 경로당 시설개선을 위한 리모델링 디자인 가이드라인을 수립 운영하여 도시디자인과 이외의 관련 부서에서 이를 효율적으로 적용할 수 있도록 하고 유지·관리 할 수 있는 협업체계를 구축하였습니다.



### 도시디자인 관련 조례 제·개정

성북구 도시디자인 조례 제·개정, 성북구 옥외광고물 등 관리 조례 개정, 성북구 옥외광고물 등의 특정구역 지정 및 표시제한 완화 고시 변경 등 합리적 방안으로 조정하여 적용하고 있습니다.

### 다양한 디자인 프로그램 운영 및 계획

성북 커뮤니티 디자인 프로젝트, 성북 커뮤니티디자인 포럼 개최, ACA 아카데미 수업 및 워크숍 진행, 도시아카데미 운영, 어린이 마을만들기 아카데미 운영, 성북 한옥마을 아카데미 운영, 아시아 경관 디자인 학회 개최 등 직원과 주민이 함께 참여할 수 있는 프로그램 운영으로 참여가 바탕이 된 디자인 행정을 이끌어 내고있습니다.



디자인 경영 성과  
디자인 경영  
기반 구축

# 새로운 도시브랜드로 확립으로 따뜻하고 친근한 성북이 되고자 합니다

## 기반 구축

### 도시브랜드 개발 - 1

성북 CI 개발 구민의 꿈과 이상을 실현해 줄 수 있는 미래지향적인 이미지를 통해 강한 생명력이 뽐어감을 표상합니다. 100개의 원은 성북100경을 상징하며, 심벌형태의 오른편 곡선은 성북천을 상징하고, 전체 웨입의 화살표 방향은 진취적이고 미래지향적인 추진력을 의미합니다.



### 도시 브랜드 개발 - 2

BI, BS, 슬로건, 대표이미지 및 올레길 마크 등을 개발하여 이용하고 있습니다. 도시디자인과 자체 개발하여 on/off line 구민 설문조사를 통해 선정한 친숙한 도시브랜드입니다.



### 관련 기관 설립

성북문화재단, 성북예술창작터, 성북예술창작센터, 아리랑시네미디어센터, 아리랑아트홀, 성북구립미술관, 성북구민회관, 성북여성회관 등 주민의 문화·예술 생활 고취 향상과 참여를 이끌어 낼 수 있는 기관을 설립하고 있습니다.

디자인 경영 성과:  
디자인 성과

# 보도공간에 대한 명확한 기준을 적용하여 걷고 싶은 성북을 만듭니다

유니버설디자인을 기본으로 편안한 보행로와 성북구를 느낄 수 있는  
정갈한 보행환경으로 개선하고 있습니다.

| 아라리 디자인서울거리

| 송계길 녹지대 공간디자인 조성

| 종암사거리 디자인개선

| 기피시설 디자인 개선

| 보문로 르네상스 서울 거리 조성

| 주민과 함께하는 디자인 문화

| 서울휴먼타운(선유골) 환경개선

| 거리 조성(오색길, 참살이길)

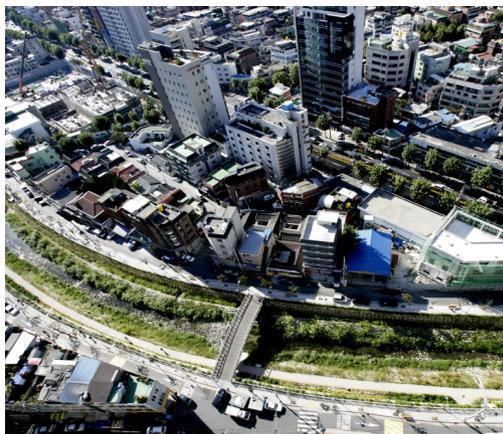
## 디자인 성과



디자인 경영 성과 :  
디자인 성과

# 생태하천 복원으로 더욱 풍성한 성북을 만들고 있습니다

성북천과 정릉천을 복원하고 주민과 함께하는 하천거리를 조성하여  
더욱 풍요로운 정주환경이 되도록 노력하고 있습니다.



디자인 경영 성과 :  
디자인 성과

# 성북동 역사문화지구 조성을 통해 근현대사 문화의 향기가 풍기는 성북, 다양한 볼거리가 있는 성북의 이미지를 강화하고 있습니다

- | 성북동 역사문화 지구 조성
- | 심우장 아트벤치 및 정보안내벽 프로젝트
- | 성북동 쉼터 리모델링, 성곽길 조성, 어반폴리 조성
- | 다양한 문화 축제 개최



디자인 경영 성과 :  
디자인 성과

# 지역주민이 참여하는 디자인사업을 전개하여 주민의 만족도를 높이고 있습니다

- | 예술마을 가꾸기 사업
- | 어린이 마을만들기 아카데미 운영
- | 장수마을 살기 좋은 마을 만들기

- | 2012 마을미술프로젝트
- | 하늘과 마음이 닿는 물길, 성북천

<장수마을 살기 좋은 마을 만들기>

<2012 마을 미술 프로젝트>



디자인 경영 성과:  
수상실적

## 수상실적

### 수상실적

- |      |  |
|------|--|
| 2008 | <ul style="list-style-type: none"> <li>· WHO 본상 수상 (공중위생시설의 우수실천 사례 및 도시에서의 활기찬 노후생활과 보장 / 주관 : WHO)</li> <li>· 제6회 대한민국 환경문화대상 수상(주관 : 내외환경, 내외매일뉴스)</li> <li>· 물 사랑 재활용 아이디어 최우수상 수상 (주관 : 서울특별시)</li> </ul>   |
| 2009 | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 디자인올림픽 우수상 수상 (주관 : 서울특별시)</li> <li>· 좋은 간판 공모전 금상, 장려상 수상 (주관 : 서울특별시)</li> <li>· 서울특별시 건축상(공공부분) 우수상 수상 (주관 : 서울특별시)</li> </ul>   |
| 2010 | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 서울 디자인마당 시민 참여상 수상 (주최 : 서울특별시)</li> <li>· 좋은 간판 공모전 장려상 수상 (주최 : 서울특별시)</li> <li>· 푸른 도시! 서울 가꾸기 우수구 수상 (주최 : 서울특별시)</li> <li>· 2010 서울시 노점정비 모범구 수상 (주최 : 서울특별시)</li> </ul>                                     |
| 2011 | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 대한민국 공공디자인 대상 대국민 온라인 투표심사 우수상 수상 (주최 : 문화체육관광부)</li> <li>· Livcom Awards(살기 좋은 도시 국제대회) 동상 수상 (주최 : The International Awards for Liveable Communities)</li> <li>· 공원 속의 도시 서울 만들기 우수구 수상 (주최 : 서울특별시)</li> </ul> |
| 2012 | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 대한민국 공공디자인대상 수상 (주최 : 문화체육관광부)</li> <li>· 아시아 도시 경관상 수상 (주최 : UN habitat 후쿠오카 본부 등)</li> </ul>  |



디자인 비전:  
미래전략

## 역사문화의 도시, 성북을 만들겠습니다

### 1. 역사·문화의 도시, 성북을 만들겠습니다.

한양도성, 선잠단지, 간송미술관, 길상사 등 문화자원이 다양한 성북동을 역사문화지구로 조성하여 자연, 역사, 문화, 예술이 어우러진 공간으로 발전시키겠습니다.  
유네스코 세계문화유산인 정릉과 의릉의 주변지역 정비와 스토리텔링을 통한 가치창출로 성북 문화 경쟁력 강화 및 지역 경제 활성화를 실현하겠습니다.

### 2. 365일 안심도시, 성북을 만들겠습니다.

우리동네의 안전과 건강은 스스로 지키는 안심 도시 성북 구현을 위해 민관이 함께 협력하는 안전협의회를 운영하여 생활, 교통, 재난 안전망 구축 강화하겠습니다.  
건강관리 체계 구축과 자발적으로 참여하는 생활체육 활성화를 통해 심신이 모두 건강한 성북을 만들겠습니다.

### 3. 서비스디자인 중심의 마을공동체가 재생하는 성북을 만들겠습니다.

협동조합을 중심으로 하는 사회적경제 활성화와 참여를 통해 주민 스스로 주인이 되는 마을공동체를 재생시키겠습니다.  
서비스 디자인을 통해 정든 이웃과 함께 살 수 있는 마을 공동체 복원, 주민 스스로 그들의 삶을 아름답게 디자인 할 수 있도록 지원하겠습니다.



The background features several thin, curved yellow lines that intersect and curve across the page. Small yellow dots are placed at various points along these lines, creating a sense of movement and design.

15<sup>TH</sup>

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

## 2013년 제15회 대한민국디자인대상

**발행일** | 2014년 01월

**발행인** | 이태용

**발행처** | 한국디자인진흥원  
경기도 성남시 분당구 양현로 322 코리아디자인센터  
t. +82 (0)31 780 2234 f. +82 (0)31 780 2166  
www.kidp.or.kr

**총괄책임** | 박한출 진흥본부장

**실무책임** | 김윤집 K-Design브랜드실장  
송효식 K-Design진흥팀장  
최기열 차장  
이인호 사무원

**문의** | 한국디자인진흥원 K-Design브랜드실 K-Design진흥팀  
t. +82 (0)31 780 2234  
f. +82 (0)31 780 2166  
e. lih0614@kidp.or.kr

**디자인** | (주)솔루윈

\*이 책의 저작권은 한국디자인진흥원이 소유하고 있습니다.

\*이 책에 실린 내용은 한국디자인진흥원의 동의 없이 무단으로 사용할 수 없습니다.