



**THE 17th
KOREA DESIGN AWARD**

대한민국디자인대상



산업통상자원부
MINISTRY OF TRADE, INDUSTRY & ENERGY
MOTIE



한국디자인진흥원
KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION

제 17 회 대한민국디자인대상

인사말

사업개요 / 수상내역

시상식

디자인공로 부문

훈장, 포장, 대통령표창, 국무총리표창, 산업통상자원부장관표창

디자인경영 부문

대통령표창

한샘

SPC그룹

국무총리표창

한국타이어

일룸

두성종이

대상

산업통상자원부장관표창

우아한 형제들

엑스포디자인브랜딩

영림임업

에코준컴퍼니

지방자치단체 부문

대통령표창

울산광역시

국무총리표창

인천광역시 중구

산업통상자원부장관표창

통영시

제 17 회 대한민국디자인대상



산업통상자원부 장관
주형환

창의력과 아이디어를 바탕으로 하는 디자인은 새로운 미래를 여는 창조경제 실현의 핵심 수단입니다. 디자인은 단순히 심미적인 측면뿐만 아니라, 산업간 융합의 매개체로서 사용자 중심의 관점을 통해 제품 및 서비스의 활용성을 획기적으로 제고하는 등 그 기능과 역할이 진화되고 있습니다.

영국, 미국 등 세계 유수의 선진국들은 디자인을 자국의 기업과 국가의 지속적인 성장을 가능케 하는 전략적 수단으로 인식하고 디자인산업을 육성하기 위해 다각적으로 노력하고 있습니다.

우리 정부도 이처럼 갈수록 중요해지는 디자인의 역할을 조명하고 디자인산업발전 유공자에 대한 사기진작과 기업의 디자인경영 마인드를 고취시키고자 1999년부터 ‘대한민국디자인대상’을 수여해 오고 있습니다.

또한, 디자인업계의 제언을 적극적으로 수렴하여, 디자인이 주도하는 산업융합을 통해 의료, 서비스, 친환경 등 다양한 분야에서 디자인 비즈니스 시장을 육성하고, 창의적 역량을 지닌 국내 우수 기업과 디자이너들이 세계무대에서도 왕성히 활동할 수 있도록 정책역량을 집중하고 있습니다.

디자인개발·진흥 활동으로 국가 디자인 경쟁력 제고에 기여한 개인 및 단체의 ‘대한민국디자인대상’ 수상을 진심으로 축하드리며, 여러분이 우리 디자인산업을 이끌어 나가는 주역임을 잊지 마시고 앞으로도 한국 디자인 발전을 위해 힘써 주시기 바랍니다.

감사합니다.

주형환

제 17 회 대한민국디자인대상



한국디자인진흥원장
정 용 빈

대량생산, 고도성장의 산업화 시대가 끝나고 개인의 창의성이 국가와 사회의 경쟁력을 좌우하는 창조경제, 고도화 경제로 전환하고 있음은 주지의 사실입니다.

이에 세계 유수의 선진국들은 디자인을 자국 기업과 국가의 지속적인 성장을 가능케 하는 전략적 수단으로 인식하고 디자인산업을 육성하기 위하여 다각적으로 노력하고 있습니다. 우리 정부도 갈수록 중요해지는 디자인의 역할을 조명하고, 디자인을 활용한 산업발전과 국가경쟁력 향상에 기여한 우수기업 및 지자체, 공로자를 포상하기 위하여 1999년부터 ‘대한민국디자인대상’을 개최하고 있습니다.

올해로 17회를 맞이하는 ‘대한민국디자인대상’에서는 식품, 운송, 정보기술 등 다양한 분야의 기업 및 지방자치단체, 디자이너가 참여하시어 디자인 경영이 기업 경쟁력에 미치는 역할의 중요성을 몸소 보여주었습니다.

한국디자인진흥원은 앞으로도 디자인업계의 제언과 의견을 적극적으로 수렴하여 더욱 고도화되는 생활, 사회, 경제, 환경 모든 분야에서의 디자인의 역할을 특히 확대, 확장하고 일자리 창출과 글로벌 비즈니스 시장을 확대해 나가는 노력을 지속해 나가겠습니다. 또한, 우리 기업 및 디자이너들이 지닌 창의적 역량을 바탕으로 세계무대에서 활발히 활동할 수 있도록 탄탄한 기반마련을 위해 아낌없는 지원을 약속드리겠습니다.

‘제17회 대한민국디자인대상’을 수상하신 기업 및 단체, 디자이너 분들께 진심으로 축하의 말씀을 드리며, 앞으로도 우리 디자인계를 이끌어 가실 여러분들의 건승을 기원합니다.

정용빈

제 17 회 대한민국디자인대상

사업목적 디자인을 전략적 경영수단으로 활용하여 산업발전과 국가 경쟁력 향상에 기여한 기업체와 지방자치단체 또는 디자인 산업 발전에 기여한 공로자에게 그 공적을 포상하고 격려함으로써 디자인 경영의 중요성과 효용가치를 널리 확산하기 위함

사업주체 주최 : 산업통상자원부 주관 : 한국디자인진흥원

디자인경영 부문	대상 대통령표창	한샘 SPC그룹
	최우수상 국무총리표창	한국타이어 일룸 두성종이
	우수상 산업통상자원부장관표창	대상 우아한 형제들 엑스포디자인브랜딩 영림임업 에코준컴퍼니
지방자치단체 부문	대상 대통령표창	울산광역시
	최우수상 국무총리표창	인천광역시 중구
	우수상 산업통상자원부장관표창	통영시

제 17 회 대한민국디자인대상

디자인공로 부문

은탑 산업훈장

최연혜 한국철도공사 사장

동탑 산업훈장

이병섭 현대자동차 전무이사

근정포장

서기훈 가천대학교 교수

오인욱 홍익대학교 초빙교수

산업포장

백종원 (재)서울디자인재단 대표이사

대통령표창

선병일 남서울대학교 교수

정 수 디오리진 대표이사

국무총리표창

김주연 홍익대학교 교수

박춘무 (주)데무 감사

산업통상자원부장관 표창

이화영 유진주얼리 대표

김진국 디자인캐스팅 대표

이상용 디자인블루월드와이드 대표이사

서혁수 (재)대구경북디자인센터 실장

김종호 디자인스튜디오 대표

배상민 한국과학기술원 교수

윤장원 아이온 대표이사

김재훈 삼성에스디에스(주) 책임연구원

2015 제17회 대한민국디자인대상 시상식

디자인경영 부문



한샘 회장 최양하 대통령표창 수상

SPC그룹 회장 허영인 대통령표창 수상



한국타이어 G.CEO 서승화 부회장
국무총리표창 수상

일룸 대표이사 강성문
국무총리표창 수상

두성종이 대표이사 이해원
국무총리표창 수상

지방자치단체 부문



울산광역시장 김기현
산업통상자원부장관표창 수상

인천광역시 중구청장 김홍섭
산업통상자원부장관표창 수상

디자인공로 부문



은탑 산업훈장 최연혜
한국철도공사 사장



동탑 산업훈장 이병섭
현대자동차 전무이사



근정포장 서기훈
가천대학교 교수



산업포장 오인욱
홍익대학교 초빙교수



산업포장 백종원
(재)서울디자인재단 대표이사



대통령표창 선병일
남서울대학교 교수



대통령표창 정 수
디오리진 대표이사



국무총리표창 김주연
홍익대학교 교수

국무총리표창 박춘무
(주)데무 감사

디자인공로 부문 수상자

이탄산업회장



최연혜
한국철도공사

동탄산업회장



이병섭
현대자동차



서기흔
가천대학교



오인욱
홍익대학교

디자인포장



백종원
(재)서울디자인재단

산업포장

제 17 회 대한민국디자인대상

대통령표창



선병일
남서울대학교



정수
디오리진

국무총리표창



김주연
홍익대학교



박춘무
(주)데무

산업통상자원부장관표창



이화영
유진주얼리



김진국
디자인캐스팅



이상용
디자인블루월드와이드



서혁수
(재)대구경북디자인센터



김종호
디자인스튜디오



배상민
한국과학기술원



윤장원
아이온



김재훈
삼성에스디에스(주)

제 17 회 대한민국디자인대상

디자인경영부문

대통령표창

한샘



HANSSEM

차 례

C E O 메 시 지

디 자 인 경 영 성 과

디 자 인 경 영 전 략

디 자 인 경 영 투 자 & 비 전



CEO 메시지



한샘 주식회사
회장 최양하

제17회 대한민국디자인대상에서 저희 한샘이 대통령표창을 수상한 것은 산업을 선도하는 기업으로써 책임감을 가지고 끊임없이 노력하라는 의미에서 주시는 상이라고 생각합니다.

입식 부엌의 개념조차 낯설었던 1970년도에 우리 가정에 새로운 현대식 부엌을 소개하면서 주거 환경 변화를 주도해 온 한샘은, '시스템 키친' '인텔리전트 키친' 이라는 용어를 처음 도입하면서 비효율적인 부엌을 편리하고 아름다운 공간으로, 주부만이 아닌 가족 모두를 위한 제2의 거실로 제안하는 등 부엌 문화의 새로운 장을 열었습니다.

또한 부엌 분야 사업을 통해 확보한 인테리어 디자인 역량을 바탕으로 침실, 거실, 서재, 자녀방, 욕실 등 주택 내 여러 공간으로 사업 영역을 확장하면서 차별화된 비즈니스 모델을 선보였고, 주택의 각 공간에 가구와 기기 소품 패브릭 등을 제공하는 토탈 홈 인테리어 기업으로 성장해 왔습니다.

한샘의 사명이자 최종 목표는 주거 환경 분야에서 시대를 앞서가는 가치를 창조함으로써 인류 발전에 공헌하는 기업이 되는 것입니다. 이 같은 이념을 바탕으로 창립 이래 산학 협력 생활실태 연구를 바탕으로 소비자의 니드에 부응하는 상품을 개발하고, 미래의 디자이너를 발굴·육성하기 위해 공모전 등을 진행해왔습니다. 또한 지난 2014년 주요 경영 가치 중 하나로 '디자인 한샘'을 표방하며 새시대를 여는 디자인의 창조를 위해 끊임없이 노력해왔습니다.

앞으로 '동서양을 넘어서는 디자인'이라는 철학 아래 앞으로 전개될 동북아 시대를 선도하고, 인간과 자연이 서로 조화를 이루는 지속가능한 사회를 만들며, 정보시대에 맞춰 변화한 가족의 기능과 역할에 부응하는 최적화된 주거환경을 제공함으로써 사회에 공헌하고자 합니다.

저희 한샘은 동서양을 넘어서는 디자인을 제공하는 기업, 각종 경영 혁신을 통해 세계 정상 수준의 경영자를 끊임없이 양성하는 기업, e-비즈니스 체계 구축을 통해 디지털 시대를 선도하는 세계 최강의 기업이 되어 '주거 환경 부문 세계 최강 기업'이라는 비전을 달성해 나가겠습니다. 감사합니다.

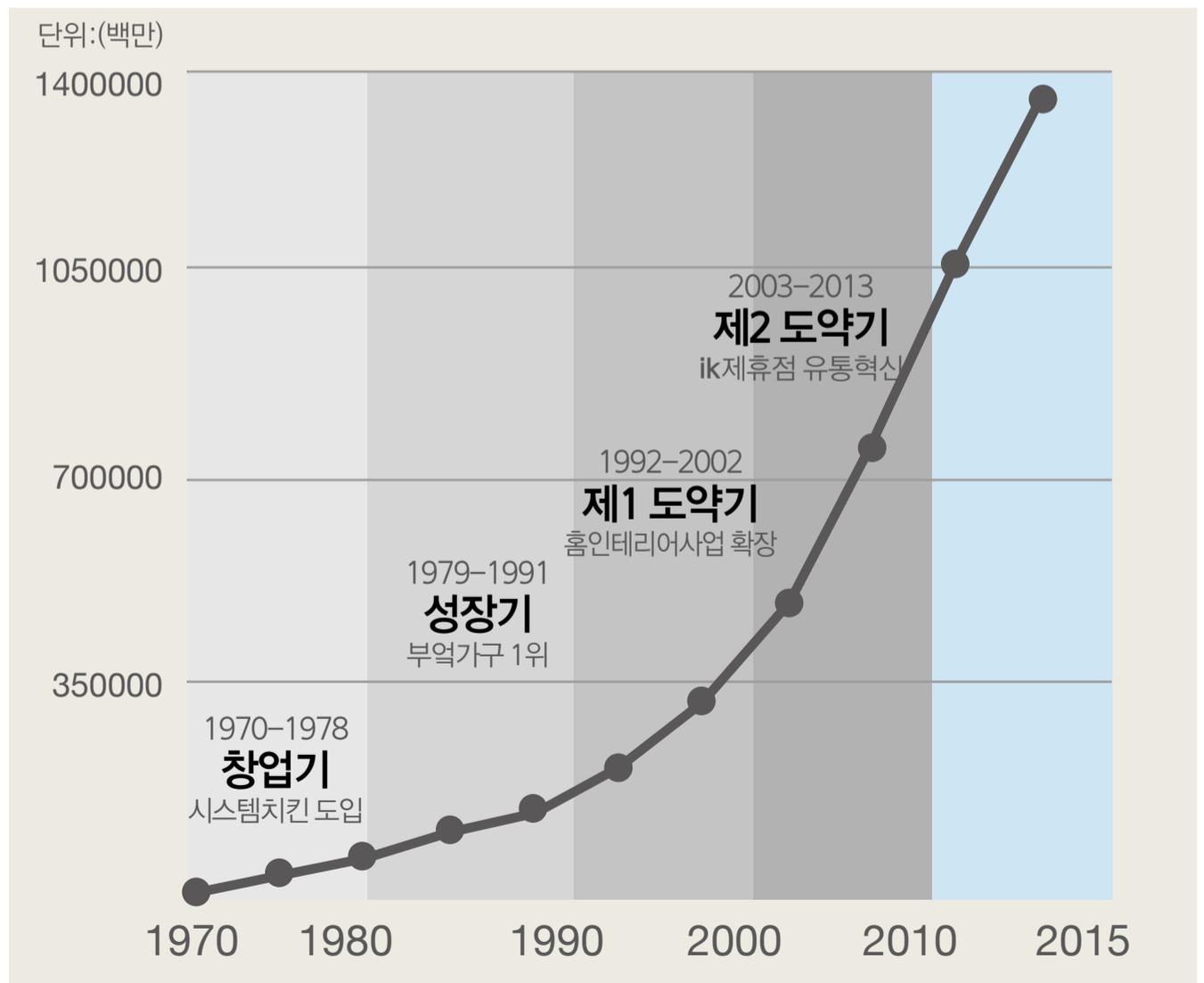


한샘의 핵심경쟁력

- 한샘의 핵심경쟁력은 디자인
- 주거환경 개선을 통해 인류사회에 공헌하는 기업
- 주거환경분야 세계 최고를 목표로

한샘의 성장

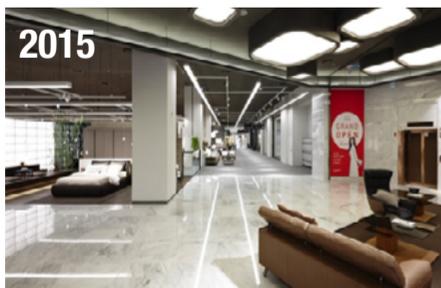
- 한국산업의브랜드파워(K-BPI)
주방용 가구부문 17년 연속 1위
주거용 가구부문 6년 연속 1위
- 국가브랜드경쟁력지수(NBCI)
가정용가구부문 9년 연속 1위
- 인터브랜드 코리아 선정
'베스트 코리아 브랜드 2015' 44위
- 한경 Business 선정
'10년 후 한국 대표 기업 10' 6위



디자인경영성과

- 1970** 한국 최초의 시스템 키친, 한국형 부엌문화 창조
- 1990** 한샘 DBEW 연구소 설립, 국내 최초 사설 디자인 연구소
- 1991** CI 확립

- 크리에이티브 블록을 통해 단순성과 다양성을 동시에 함축하는 한국 문화적 특질의 표현
- 1992** 한샘 시화 공장, 제1회 한국건축문화대상 수상
- 1997** 인테리어 가구 시장 진출, 사업영역 확장
- 1999** 업계 최초 ERP 구축
- 2004** 한샘 DBEW 연구소, 한국건축문화대상 준공, 특선 (2005)
- 2006** 키친바흐 런칭
- 2007** 한국산업디자인상 대상, 키친바흐 뮤즈
- 2009** 지식경제부장관상 수상, 핀업디자인어워드 선정
키친바흐 프레임미스티오크
- 2014** 최고디자인경영자 영입
- 2015** 플래그십 스토어 7호 매장 오픈, 대구범어점
원스톱 쇼핑, 체험형 쇼핑, 프리미엄 쇼핑
- 2017** 중국 플래그십 스토어 오픈
- 2020** 글로벌 트렌드 주도, 세계 500대 기업 진입 목표



디자인경영성과

GD 우수디자인 선정

- 1999** ‘한샘 메이컵’, 우수디자인 선정, 일본 굿디자인(GD) 인증 마크 획득
- 2002** ‘아레아웬지 화장대’ ‘하이그로시 화이트’
‘N-클릭’ 우수디자인 선정, 조달청장상 ‘꼬망’
- 2003** ‘토리 서랍장’ ‘한샘 메이컵 5000 채널’ 우수디자인 선정
- 2004** ‘디오비012’ 외 3건 우수디자인 선정, KIDP원장상 ‘투인원시스템’ 외 2건
- 2005** ‘모브 3004 아이보리 침실세트’ 외 5건
우수디자인 선정, KIDP원장상 ‘리갈 5003 다크브라운’
- 2006** ‘네오밀란’ 외 9건 우수디자인 선정
- 2007** ‘덴디3005 소프트럭셔리’ 외 6건 우수디자인 선정
조달청장상 ‘월플렉스’
- 2008** 시스템장 외 2건 우수디자인 선정
KIDP원장상 ‘와인바형 카운터’ ‘서재형 카운터’
- 2009** ‘프레임미스티오크’
핀업디자인어워드 ‘프레임미스티오크’ 우수디자인 선정
- 2012** ‘비스트로 5000’ 외 2건, KIDP원장상 ‘3B화이트’ 굿디자인 선정
- 2013** 디자인진흥원장상 ‘유로 프리미엄 화이트’
- 2014** ‘하이바스 네오’, ‘모모로’ 굿디자인 선정

디자인경영전략

미래 사회 연구

생애주기별 주거환경 이슈

- 계층·공간별 디자인 니즈 조사

맞벌이부부사회 이슈

미래 사회 4대 과제

- 동서문명의 융합
- 지속불가능성의 극복
- 디지털 생활문화 혁명
- 한중일 16억 인구를 위한 동양성 기반의 디자인

공간 니즈 파악



- 사용자 생활실태 조사
- 소비자 주거환경 연구
- 주거환경 공간별 문제점 도출
- 니즈에 바탕한 대안 제시
- 가구·인테리어·패키지 제품 개발

제품개발 적용



디자인 개발

키친바흐



대화형 아일랜드
인체 공학적인 디자인
친환경 소재
스마트 수납 시스템

- 주거환경 가족실 확대
- 한옥의 재발견
- 한국 전통 마루 이미지의 현대화
- 가사 노동의 공간에서 문화의 공간으로 변화한 부엌

조이



높이 조절 책상·의자
시력 보호 조명 시스템
매트리스 케어 서비스
아이방 수납 액세서리

- 아이의 성장에 맞춰 높이 조절이 쉽고, 공간 활용도가 높은 책상과 의자 시스템
- 아이의 시력을 보호하고 학습환경을 개선하는 스테디 조명
- 건강한 아이방 환경을 유지하는 매트리스 케어 서비스
- 스스로 정리정돈하는 습관을 기를 수 있는 수납 액세서리

샘책장



샘키즈·샘틴즈
샘리빙·샘베딩
샘 월시스템
샘 멀티공간박스

- 누적 100만대 판매
- 1분에 한대씩 판매되는 수납장
- 뛰어난 수납효율, 합리적인 가격
- 액세서리 : 서랍, 도어, 다릿발
- 소비자의 연령, 공간, 옵션에 맞춘 다양한 라인업으로 확장

디자인경영전략



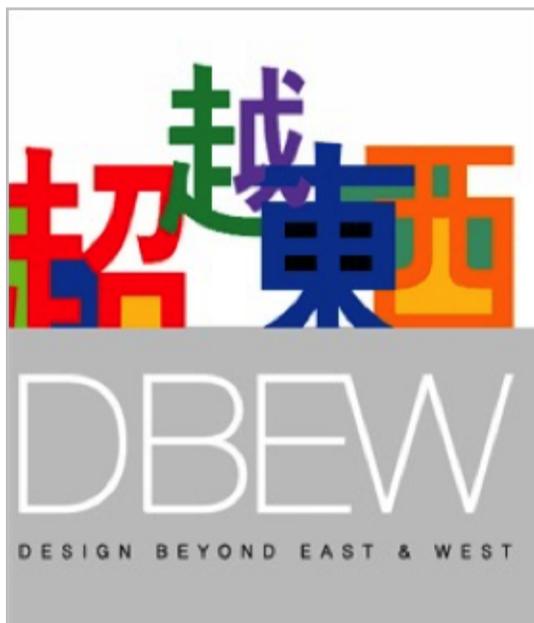
공모전을 통한 상품 개발

신문명디자인공모전 (창신)

총상금 19만 2천 달러. 세계 최고 수준의 공모전
심사위원장 : 주페이(중국), 이토도요(일본)
권영걸(한국)

수상작 선정 후 종료하는 타 공모전과 달리
수상작가 및 우수작가와 함께 상품개발 진행

워크숍을 통해 실제 상품개발프로세스를
진행하고 상품 프로토타입을 개발한 뒤
한샘 매장을 통해 전시·판매



DBEW 국제디자인공모전

2001년 부터 2005년 까지 5회 진행
건축·가구·인테리어 분야 공모
심사위원장 : 맨디니 외 한중일 최고의
디자이너를 심사위원으로 초빙

글로벌 디자이너 협업



맨디니



지오반노니



돈채드워



베니레옹

디자인경영투자&비전

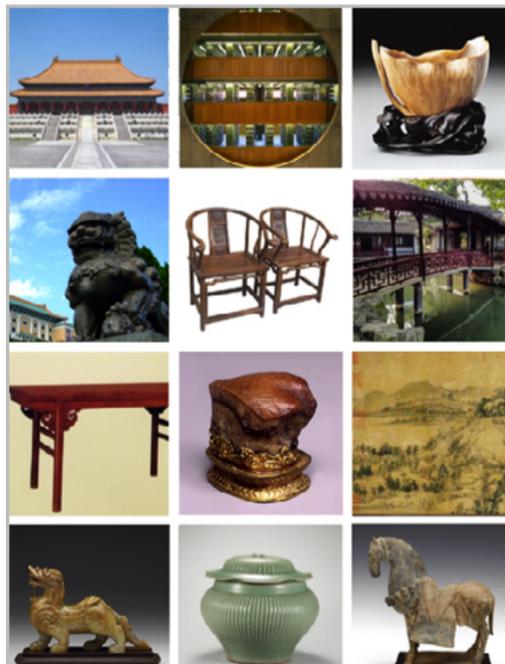
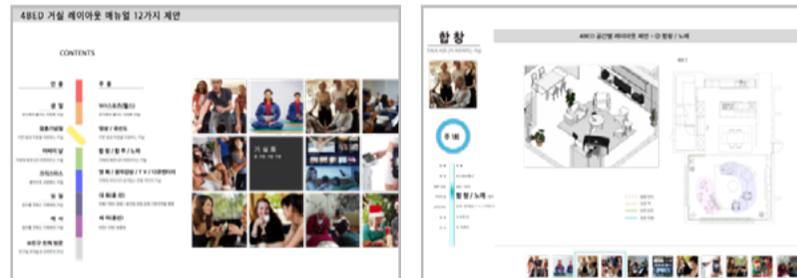


디자이너 육성

신문명디자인대학 : 미래 사회를 위한 디자인 비전의 제시
 신문명디자인공모전 : 최종 심사에 오른 우수한 대학생,
 신진디자이너를 수상자와 함께 상품개발 투입
 디자인포털 <창신> : 동북아 중심 미래 사회의 주인공이
 될 디자인 교육 제공

선행디자인팀 운영

- 소비자 주거환경 연구
- 주거환경 공간별 문제점 도출
- 가구·인테리어·패키지 제품 개발



디자인 정보 수집 & 공유

동북아 중심 시대 대비 중국디자인DB 구축

- 중국5대권역
- 대학/ 잡지사/ 출판사/ 박물관과 네트워크 구축

디자인포털 <창신> 2015년 말

- 미래 디자인트렌드 제시
- 디자인 교육 인재 육성
- 한중일의 정체성 정립
- 16억 한중일 소비자의 생활실태정보
- 한중 디자인 산업 네트워크

디자인경영투자&비전



朝鮮日報 2015년 03월 27일 금요일 A16면 종합

“한국판 브루킹스財團 세울 것”

조창길 한샘 창업주, 60만주 기증
학술·장학에 총 4576억 기부 예정
“美 대표 싱크탱크처럼 키워
미래 세계의 리더 만들고 싶어”

국내 1위 가구업체 '한샘'의 창업주 조창길 명예회장(76·사진)이 자신이 보유한 회사 주식 4500여만여지를 '재단법인 한샘드림 연구재단'에 출연하기로 했다. 한샘은 26일 조 회장이 우선 1056억원 어치에 달하는 회사 주식 60만주를 재단에 기증할 것을 시작으로 순차적으로 총 260만주를 기부할 예정이라고 밝혔다. 현재 가치로는 총 4576억원에 달한다. 한샘드림 연구재단은 조창길 명예회장이 2012년 설립한 공익 법인이다. 조 회장은 이 이사장을 맡아 장학사업과 국내외 학술 연구비 지원 사업 등을 진행해 왔다. 재단의 장기 사업 방향에 대해 고민하던 조 회장은 최근 기부 의사를 밝히며 “미국 브루킹스 재단이 1·2차 세계대전 이후 황폐화된 세계를 재건하기 위해 마셜플랜을 만들면서 세계가 정상화됐다”며 “선진국에는 미래 전략을 만들어내는 싱크탱크가 많이 운영되는 것처럼 한샘드림 재단도 한국이 미래 세계의 주역이 될 수 있도록 연구하며 미래 리더를 만들어 내는 역할을 할 것”이라고 말했다. 조 회장은 “경술국치와 남북분단, 6·25 전쟁 등은 우리가 미래 변화를 예측하지 못했다”며 “미국과 중국, 러시아, 일본 등 세계적 강국에 둘러싸여 있는 한국이 동북아를 중심으로 세계 변화를 예측하고 올바른 해결책을 제시하는 역할을 수행할 것”이라고 했다. 재단은 동서 가치를 융합한 새로운 문명의 창조 등 4대 과제와 한국의 미래를 위해 창조적인 산업을 발굴하고 개발하는 등 연구를 중점적으로 수행할 계획이다.

조 회장은 한샘 주식 22.71%를 소유한 최대 주주다. 이날 60만주를 증여한 뒤에는 미정이나 200만주를 다 기부하더라도 11.66%를 소유해 최대 주주로 남게 된다. 조창길 명예회장은 서울대 건축학과를 졸업한 뒤 1970년 한샘을 창립했다. 동네 목공소에서 부의장을 짜 넣던 시절 조 회장은 공간 설계를 바탕으로 한 인테리어 부업 가구를 내놓아 인기를 끌었다. 아파트 보급 확대와 건설사 중흥 진출 등에 힘입어 1986년 부업 가구 업체 1위로 올라섰다. 이후 종합 가구 시장에 진출해 2001년부터 국내 점유율 1위를 달성했다. 2013년 국내 가구업체 최초로 매출 1조원을 달성했다. 조 회장은 본사가 아닌 서울 원서동 디자인연구소에 사무실을 두고 종근하며 일상적 회사 경영에는 거의 관여하지 않고 있다. 1994년부터 최양하 회장을 대표이사로 두고 전문경영인 체제를 확립했다. 김진 기자

세계 디자인트렌드의 전환 주도

- 동북아 중심 디자인 클러스터 구축
- 한·중·일 디자인 네트워크
- 디자인 신산업 발굴

한샘 DBEW 연구재단

- 미래 사회 4대 과제 연구
- 차세대 리더 육성
- 한국의 미래를 위한 창조 산업 발굴·개발

브랜드 이미지 확대
디자인 한샘 · 디지털 한샘 · 인재 한샘

DBEW
Design Beyond East West

- 동서문명의 융합
- 지속불가능성의 극복
- 디지털 생활문화 혁명
- 한·중·일 16억 인구를 위한
- 동양성 기반의 디자인

디자인을 통한
신문명 창조

사업 영역 확대
가구 ➡ 건재 ➡ 집 ➡ 도시

시장의 확대
국내 ➡ 한·중·일 ➡ 세계

제 17 회 대한민국디자인대상

디자인경영부문

대통령표창

SPC 그룹



차 례

C E O 메 시 지

기 업 소 개

디자인경영및전략

디자인경영활동

디자인경영성과



CEO 메시지

SPC 주식회사
회장 허영인

건강과 행복 추구로 전 세계인에게 사랑 받는 SPC그룹이 되겠습니다.

지금까지 SPC그룹이 걸어온 길은 정직한 맛으로 행복한 세상을 만들기 위해 노력해온 도전과 혁신의 역사였습니다. 최고의 제품을 만들기 위해 연구개발에 끊임없는 노력을 쏟아왔을 뿐만 아니라 차별화된 마케팅을 펼쳐 삼립식품과 샤니, 파리바게뜨, 배스킨라빈스, 던킨도너츠 등 SPC그룹의 브랜드를 국내 업계의 독보적인 1위 브랜드로 성장시켰습니다. 나아가 지난 2004년부터는 중국을 시작으로 미국, 베트남, 싱가포르에 진출해 한국 베이커리의 우수성을 해외 시장에 알리고 있습니다.

지금까지 쌓아온 역량과 성과를 바탕으로 새로운 도약을 시도합니다. 2020년까지 세계 1위의 제과제빵기업이 되겠다는 비전을 실현하려는 것입니다. 시대를 앞서 통찰하고 변화를 먼저 선도해온 SPC그룹에게는 그 길이 행복한 세상을 앞당기는 가슴 설레는 도전이 될 것이라 믿습니다.

SPC행복한재단, SPC해피봉사단을 중심으로 다양한 사회 공헌 활동을 펼치고 있습니다. 먼저 대리점과 가맹점이 동반성장할 수 있도록 지원하고 있으며, 매장에서 일하는 아르바이트생들도 꿈을 펼칠 수 있도록 돕고 있습니다. 나아가 우리사회의 소외된 이웃들을 위해서도 나눔과 상생을 적극 실천하고 있습니다.

SPC그룹은 세계인에게 사랑 받는 글로벌 기업의 미래를 향해 도전을 멈추지 않을 것입니다. 아울러 언제나 정직한 맛, 즐거운 감동을 전하며 세상을 더욱 건강하고 행복하게 만들어가겠습니다. 새로운 모습을 기대해주시기 바랍니다.

기업 소개

지난 70년, 대한민국과 함께 성장한 글로벌 식품 전문 그룹, SPC

70년 역사를 가진 SPC그룹은 제빵업 기반으로 한 매출 5조원 규모의 글로벌 식품기업입니다. 작은 빵집 상미당에서 시작하여 현재 주력 계열사인 삼립식품, 파리크라상, 비알코리아 등 총 43개 계열사와 30개 브랜드, 6,000여 매장을 운영하며 한국 시장을 선도하고 있습니다.

파리바게뜨, 파리크라상, 패션5, 커피앳웍스, 라그릴리아, 퀸스파크, 베라, 스트릿, 빛은, 그릭슈바인 등 베이커리/디저트 및 외식 분야에 걸쳐 다양한 고유 브랜드를 운영하고 있으며, 배스킨라빈스, 던킨도너츠, 파스쿠찌, 리나스, 잠바주스 등 글로벌 브랜드를 한국에 도입해 성공적으로 운영하고 있습니다. 또한, 베이커리 브랜드인 파리바게뜨로 해외시장에 진출해 프랑스, 미국, 중국, 싱가포르, 베트남 등 5개국에 190여개 매장을 운영하고 있습니다.

SPC그룹은 맛과 품질에 대한 확고한 신념과 열정을 바탕으로 적극적인 R&D 투자, 창의적인 마케팅을 펼치며, 고객에게 행복을 전하기 위해 노력하고 있습니다.



SPC WAY

경영철학

최고의 품질과 고객중심, 창의적 도전으로 세상을 행복하게 한다.

SPC그룹은 창의적 도전정신을 바탕으로 맛있고 건강한 제품을 통해 언제나 고객의 행복과 함께 하겠습니다.

비전

GREAT FOOD COMPANY

SPC그룹의 비전은 전 세계인에게 존경받고 지속 성장 가능한 경쟁력을 갖춘 글로벌 종합식품기업이 되는 것입니다.

핵심가치



Integrity

정직

우리는 기본에 충실하며
올바르게 행동한다.



Innovation

혁신

우리는 변화를 추구하며
열정적으로 도전한다.



Integration

협업

우리는 다양성을 존중하며
유기적으로 협력한다.

기 업 소 개

- 1945** 상미당 설립
- 1972** (주)샤니의 전신 한국인터내쇼날식품(주) 설립 1985 비알코리아(주) 설립
- 1986** (주)파리크라상 설립
- 1988** 파리바게뜨 1호점(광화문점) 개점
- 2000** 해피포인트카드 출시
- 2004** SPC그룹 출범 SPL 평택공장 가동
- 2005** 파리바게뜨 USA 1호점 개설
- 2007** 한남동 사옥 준공 및 패션5(Passion5) 오픈, 인천공항 컨세션 사업 진출
- 2008** 우리밀 전문기업 밀다원 인수 우리밀 수매협약 본격화
- 2009** 던킨도너츠, 음성 커피로스팅공장 준공 서울대학교 농생명과학대학 연구동 준공
- 2011** 잠바주스(Jamba Juice) 론칭 삼립식품과 샤니 기업합병, 행복한 재단 설립
- 2012** 파리바게뜨 국내 베이커리 최초 중국 100호점 돌파 2013 새로운 CI 선포식
- 2014** 육가공 전문기업 그릭슈바인 인수



세상을 행복하게 만들어가는 가게

상미당정신 : 빵을 수백만개 만들어도 고객은 빵 하나로 평가한다.
가장 맛있고 건강한 빵으로 세상을 행복하게 만들겠다는 소중한 꿈,
최고의 빵을 위해 단 하나의 빵도 소홀히 하지 않겠다는 장인의 고집,
70년간 이어져온 상미당의 정신입니다.

기업 소개

브랜드 소개



PARIS BAGUETTE

파리바게뜨
베이커리 문화를 선도하는
No.1 브랜드



PARIS CROISSANT

파리크라상
우아하고 클래식한
프리미엄 베이커리



passion5

패션5
고품격의 세련된
디저트 갤러리



Latelier

라틀리에
감각적인 모던 스타일
레스토랑



CAFFÉ PASCUCCI

파스쿠찌
정통 이탈리아 에스프레소
커피전문점



Jamba Juice

잠바주스
천연과일 스무디
전문점 브랜드



coffee@works

커피앳웍스
최고급 원두만을 사용하는
스페셜티 커피 브랜드



LINA'S

리나스
정통 프랑식
샌드위치 전문점



LAGRILLIA

라그릴리아
이탈리안 그릴 전문
비스트로



VERA PIZZA

베라피자 나폴리
이탈리아 나폴리 정통
화덕피자 전문점



queens park

퀸스파크
자연과 모던함이 어울린
친환경 레스토랑



strEAT

스트리트(strEAT)
지역특색 요리의
아시아 푸드 레스토랑



Petit 5

쁘띠5
온가족이 함께 어울리는
키즈카페



THE WORLD Wine

더월드바인
전문 소믈리에가 엄선한
와인 컬렉션

기 업 소 개

브랜 드 소 개



배스킨라빈스

‘한달 31일 내내 새로운 맛을 선사하는 골라먹는 재미’의 프리미엄 아이스크림 대명사



던킨도너츠

‘친환경 웰빙도넛과 직접 로스팅한 신선한 커피’ 글로벌 커피&도넛 전문브랜드



삼립

1945년 설립. 반세기 넘는 역사동안 소비자와 함께 해온 종합 식품 브랜드



빛은

전통떡부터 퓨전제품까지 갖춘 신개념 떡카페 프랜차이즈 브랜드



그릭슈바인

정통 유럽식 돼지고기 요리와 독일 맥주를 같이 즐길 수 있는 정통 독일식 정육점형 펍 브랜드



해피포인트

SPC 브랜드 매장에서 적립/사용할 수 있는 멤버십 마일리지 카드



SPC스퀘어

미래형 외식문화공간 외식·문화를 한곳에서 맛볼수 있는 SPC그룹을 대표하는 강남 플래그십 스토어

디자인경영 및 전략

디자인 경영으로 새로운 트렌드를 주도합니다

SPC그룹은 그동안 제조, 영업에만 치중해 오던 식품기업들의 고정관념을 깨고 디자인에 대한 적극적인 투자, 육성으로 식품업계의 디자인 경영 트렌드를 선도하고 있습니다.

디자인을 그룹 경영의 핵심가치로 삼고, 신입사원 공채 과정에서부터 전 응시자를 대상으로 디자인 역량 평가를 진행하고 있으며, 전문적으로 구축된 조직을 바탕으로 세계적인 디자이너와의 콜라보레이션, 디자인 주도 제품 출시, 디자인을 통한 사회적 기여 등 다양한 활동으로 디자인 경영을 실현해 나가고 있습니다.

SPC그룹 디자인의 강점은 미적 가치가 높으면서도 누구든지 쉽게 접하고 즐길 수 있다는 데 있습니다. SPC그룹은 삶에 필수적인 요소인 식품을 취급하며, 베이커리와 카페 등 일상에서 자주 이용하는 매장을 운영합니다.

출근길 손에 든 커피 컵과 물병, 늦은 주말 친구들과 만나 수다를 떠는 카페 공간, 아이를 위해 준비한 아이스크림과 케이크 간식 등 생활 곳곳에 SPC그룹의 디자인 손길이 스며들어 있습니다.





디자인 전략의 핵심 동력 SPC그룹 디자인센터

SPC그룹의 디자인 전략을 앞장서 이끌어가는 핵심 동력은 바로 전문인력으로 구성된 디자인 센터입니다. SPC그룹은 본사 건물 1개 층 전체를 디자인센터로 사용할 만큼 핵심 부서로 대우하고 있으며, 인력 규모도 그래픽, 패키지, VMD, 인테리어 등 총 4개 분야별로 총 70여 명에 이릅니다.

SPC디자인센터는 홍보물, 제품 패키지, 매장 인테리어, VMD(비주얼머천다이징) 등 분야별로 전문성이 있는 디자인을 창출해 왔습니다. SPC디자인센터 내에는 세계 곳곳에서 수집한 디자인 서적과 샘플들을 곳곳에 배치해 직원들의 창의성을 최대로 이끌어 내는 동시에, 디자인 중심의 사고와 커뮤니케이션을 바탕으로 한 창의적인 업무환경을 구현하고 있습니다.

더불어 국내 6,000여 개의 매장과 해외 190여 개의 SPC 매장 또한 고객이 직접 그룹의 디자인 정체성을 체험하고 공유할 수 있는 창구로 역할을 다하고 있습니다.

디자인경영활동

종이컵 하나까지 디자인 숨결을 입히다

SPC그룹은 식품업계의 디자인 경영 트렌드를 선도하고 있습니다. 글로벌 디자인 기업들, 해외 유명 디자이너들과 협업하여 시대별 새로운 인테리어와 간판을 선보이며, 대한민국의 거리를 바꿔왔으며, 업계 최초로 테이크아웃 종이컵에 디자인을 입힌 발상의 전환을 통해 생활 속에서 누구나 손쉽게 디자인을 경험할 수 있게 하였습니다.

또한 뽀로로, 포켓몬스터, 미키마우스, 겨울왕국, 카카오톡, 라인, 가스파드와 리사, 키티 등 국·내외 대표 캐릭터 디자인과의 콜라보를 통하여 대중들이 사랑하는 디자인을 개발하여 소비자들에게 좋은 반응을 얻고 있습니다.

이외에도 파리바게뜨의 경우 지난해 디자인 위주의 케이크 시장에서 일체의 디자인을 배제한 발상의 전환으로 탄생시킨 순수 우유케이크로 큰 인기를 얻는 등 차별화된 제품 디자인으로 디자인경영을 실현하고 있습니다.

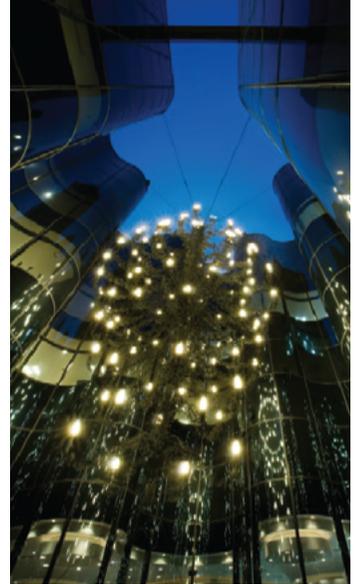


디자인경영활동

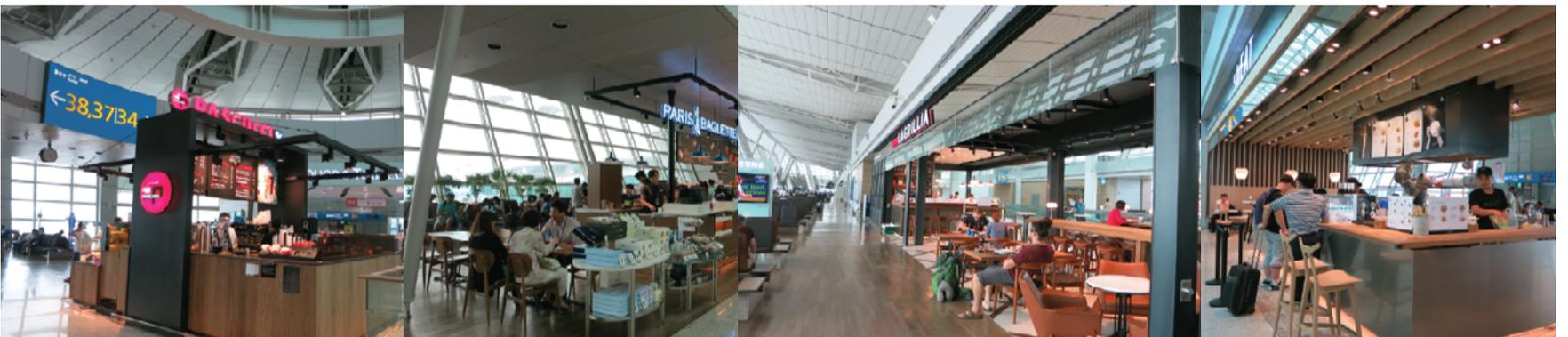
공간을 디자인하다

SPC그룹은 패키지뿐만 아니라, 브랜드의 정체성을 전달하는 각 브랜드별 매장 인테리어와 제품 진열에서도 차별화된 디자인으로 높은 성과를 거두고 있습니다.

파리바게뜨는 빵집에서 베이커리로, 베이커리에서 카페로 패러다임을 바꾸며 새로운 베이커리 문화를 선보이고 있으며, 디저트메카 패션5는 트렌디한 공간으로 한남동과 이태원 일대의 외식문화의 지형을 바꾸는데 기여하였습니다.



최근에 강남역 일대에 선보인 SPC스퀘어는 도심 속 작은 광장을 콘셉트로 커피앳웍스, 베라피자, 라들리에, 라그릴리아, 그릭슈바인 등 다양한 음식문화를 선보이는 미래형 외식복합 공간으로 자리매김하고 있습니다.



또한 인천국제공항 컨세션 참여를 통해 대한민국의 관문인 인천국제공항의 F&B 서비스에 새로운 지평을 열었다고 평가 받고 있습니다.

디자인경영활동

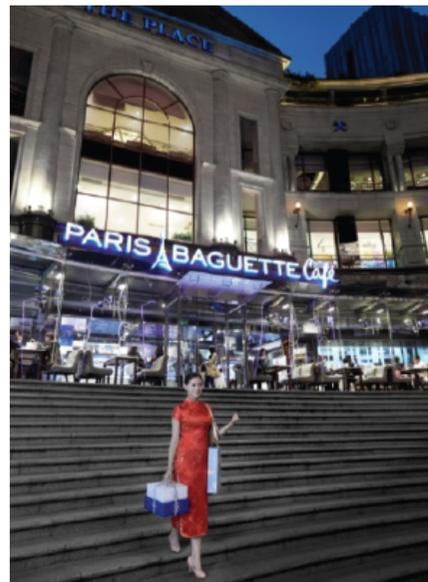
세계를 향한 디자인 경영

이제 대한민국을 벗어나 빵의 본고장 프랑스에서도 우리의 브랜드 경험을 접할 수 있게 되었으며, 지난 10년간 세계 4개 권역 (중국/동남아/미국/유럽)에 성공적으로 진출하여, 하루 10만 글로벌 고객을 만나는 핫플레이스가 되었습니다.



중국 베이징과 상하이, 미국 뉴욕 맨해튼 등 세계 주요 도시에 위치한 파리바게뜨 매장은 독특하고 세련된 인테리어 덕분에 현지 소비자들로부터 큰 호응을 얻고 있습니다.

디자인센터의 인테리어 전문가들은 해외에 매장을 열기 전 직접 현장을 방문해 간판 위치부터 화장실 콘센트까지 세부적인 사항을 꼼꼼히 점검해 파리바게뜨의 글로벌 시장 확대에 힘을 보태고 있습니다



디자인경영활동

세계적 디자이너와의 콜라보레이션

SPC그룹은 세계적인 디자이너들과의 콜라보레이션을 통해 다양한 제품들을 만들어 왔습니다. 대표적으로 세계적인 산업 디자이너인 카림 라시드, 스테파노 지오반노니 등과 협업을 통해 파리바게뜨의 오(EAU), 파리지앵 컵, 던킨도너츠의 킨컵 등 감각적인 패키지를 선보였고, 지난 10월에는 그룹 창립 70주년을 기념해 그룹 계열사의 BI를 디자인 거장 멘디니의 스타일로 재해석한 머그잔, 유리잔, 우산, 노트 등 다양한 70주년 한정판 노벨티 30종을 디자인하기도 했습니다.

파리바게뜨의 커피 브랜드 카페 아다지오 또한 독특한 디자인으로 많은 고객들의 사랑을 받고 있습니다. 미스터&미스 카페 아다지오 라는 이름의 남녀 바리스타 컨셉트의 캐릭터는 귀엽고 세련된 이미지로 표현되어 카페 아다지오 브랜드 제품 패키지 디자인으로 활용되고 있습니다. 미스터&미스 카페 아다지오 캐릭터는 이탈리아의 유명 디자이너인 스테파노 지오반노니가 디자인하였습니다.



스테파노 지오반노니



알레산드로 멘디니



카림 라시드



디자인 경영 활동



서비스에 디자인을 더하다



최근 SPC그룹은 제품을 벗어나 서비스 부문까지 디자인 경영을 확장해 나가고 있습니다. 근거리 무선통신, 증강현실, 사전주문 시스템 등 IT 기술에 디자인을 접목하여 해피오더, 스마트메뉴보드, 비콘서비스, 해피TV, 해피리얼(증강현실) 등의 서비스를 선보여 미적 아름다움을 추구하는 동시에 고객의 편리성을 극대화하기 위한 다양한 노력과 시도를 하고 있습니다.



디자인경영성과

Beyond Design

디자인 분야에 대한 적극적인 투자 결과, SPC그룹은 국내외 권위 있는 디자인 관련 수상을 휩쓸며 대한민국의 대표적인 디자인 기업으로 자리매김하고 있습니다. 지난 2013년 파리 바게뜨의 RTD커피 제품인 코피(Koffy)의 패키지가 세계적인 디자인 수상인 레드닷디자인어워드(Red dot design award)에서 최우수상을, 테이크아웃용 종이컵 파리지앵(Parisien)이 본상을 수상했으며, SPC 그룹이 운영하는 한국 던킨도너츠도 종이컵인 킨컵(KIN-CUP)으로 2014 IDEA(International Design Excellence Awards)본상, 2014 레드닷 디자인 어워드 본상 (WINNER)을 수상했습니다.



reddot design award
winner 2013



이에 앞서 세계적인 산업디자이너 카림라시드(Karim Rashid)와 협업을 통해 탄생시킨 생수 오(EAU)는 출시하자마자 단숨에 생수 시장의 새로운 아이콘으로 떠올랐으며, 2010년 레드닷디자인어워드와 2010년 펜타어워즈(Penta awards)에서 디자인상을 수상한 바 있습니다.



이 밖에도 삼립식품의 떡 카페 브랜드 빛은이 수능을 맞아 출시한 장원급제 수능선물세트는 전통과 현대의미를 잘 살렸다는 평가를 받아 2013년 대한민국 패키지디자인대전에서 팩스타상을 수상했습니다.

디자인경영성과

수상연혁

PARIS BAGUETTE

파리바게뜨 커피음료 코피(Koffy) : 레드닷 디자인 어워드 최우수상
 파리바게뜨 종이컵 파리지앵(Parisien) : 레드닷 디자인 어워드본상
 파리바게뜨 생수 오(EAU) 레드닷 디자인어워드
 파리바게뜨 생수 오(EAU) 펜타어워즈 디자인상 수상
 파리바게뜨 주스(JUS) 펜타어워즈 은상 수상



DUNKIN DONUTS

던킨도너츠 킨컵(KIN-CUP) IDEA 패키징 & 그래픽 부문 파이널리스트
 레드닷 디자인 어워드 본상
 던킨도너츠 킨컵(KIN-CUP) : IF 디자인 어워드 음료 패키징 부문 본상(WINNER)
 샤니 굿디자인마크 선정 : 크레아티오 대한민국 최우수디자인 100선 선정



SAMLIP

삼립식품 구움 굿디자인
 삼립식품 우리동네 꿀호떡 굿 디자인수상
 삼립식품 우리동네 꿀호떡 대한민국 패키지 디자인 대전 팩스타상
 삼립식품 파네토네 대한민국 패키지 디자인 대전 팩스타상
 삼립식품 테이블8 팩스타상
 삼립식품 순백우유호빵 팩스타상
 삼립식품 하이면 팩스타상
 빛은 키즈세트 레드닷 디자인 어워드 커뮤니케이션부문 본상
 빛은 장원급제 세트 대한민국 패키지 디자인 대전 팩스타상
 빛은 고급답례세트 대한민국 패키지 디자인 대전 팩스타상
 빛은 고급선물세트 팩스타 팩스타상



SPC

아시안푸드 레스토랑 스트릿(strEAT)
 레드닷 디자인 어워드 본상

제 17 회 대한민국디자인대상

디자인경영부문

국무총리표창

한국타이어



차 례

C E O 메 시 지

기 업 소 개

디자인경영비전 및 전략

디 자 인 경 영 활 동



CEO 메시지



한국타이어 주식회사
부회장 서승화

업계를 선도하는 디자인 경영전략과 지속적인 투자로 고객의 Driving Emotion을 디자인합니다

안녕하십니까. 한국타이어 대표이사 서승화 부회장입니다. 먼저, '2015 대한민국 디자인대상' 국무총리상 수상에 한국타이어 임직원을 대표하여 감사의 인사를 전합니다. 금번 수상은 '고객에게 가치와 즐거움을 제공하는 리딩 글로벌 타이어 컴퍼니'의 기업 비전을 바탕으로 도전과 혁신을 통해 디자인 경영을 실천하며, 국가 디자인 경쟁력 제고에 이바지해 온 노력을 인정받은 결과라고 생각합니다.

한국타이어는 적극적인 투자와 브랜드 가치 제고, 혁신적인 하이테크 상품의 지속 개발로 국가 디자인 경쟁력 제고와 더불어 우수한 글로벌 경영성과를 달성하며, 글로벌 Top Tier 기업으로 성장했습니다.

1978년 업계 최초 산업디자이너 채용을 시작으로 상품과 시각 디자인 담당 부서를 각각 운영하며, 체계적인 디자인 경영전략과 전문화된 인프라를 구축하였습니다. 이를 통해 브랜드 측면에서는 통합적 관점의 브랜드 및 커뮤니케이션 중장기 디자인 전략을 수립하고, 상품 측면에서는 한국타이어만의 상품 디자인 아이덴티티를 구축해 나가고 있습니다.

나아가 한국타이어는 미래 타이어 기술 개발을 통한 미래 드라이빙 비전을 제시하며 프리미엄 브랜드로의 자리매김을 위한 노력을 이어가고 있습니다. 그 일환으로 미래 드라이빙 환경을 예측하여 혁신적인 타이어를 발굴하는 '디자인 이노베이션' 산학연계 프로젝트와 '더 넥스트 드라이빙 랩(The Next Driving Lab)' 캠페인 등을 통해 미래 드라이빙의 비전을 제시하고 있습니다. 이를 통해 국내 타이어업계 최초로 세계 4대 디자인 어워드 중 레드닷 어워드 디자인 컨셉 2015(Reddot Awards Design Concept 2015)에서 국내 기업 최초로 대상(Luminary)을 수상하였습니다.

앞으로도 한국타이어는 타이어 업계를 넘어, 미래 드라이빙 문화를 선도하기 위한 도전과 혁신을 선보일 것입니다. 한국타이어를 선택한 모든 드라이버에게 최상의 드라이빙 경험을 제공하기 위해 끊임없는 도전과 혁신을 이끌어 나가는 한국타이어의 모습을 지켜봐 주시기 바랍니다.

감사합니다.

기업 소개

기업명 한국타이어(주)
대표이사 서승화
설립일 1941년 5월 10일
본사 서울특별시 강남구 테헤란로 133 (역삼동)
매출액 6조 6,795억원 (2014년 기준)
대표업종 타이어, 튜브 및 부속품의 제조, 재생가공 및 판매업
글로벌 타이어 기업 순위 7위
 한국(2개), 중국(3개), 헝가리(1개), 인도네시아(1개) 국내·외 총 7개 생산시설
 전세계에 4개 지역본부/29개국 해외지점 및 판매법인/5개 R&D 센터 운영, 180여 개 국가에 수출



한국타이어의 미션과 비전

고객에게 가치와 즐거움을 제공하는 Leading Global Tire Company

한국타이어 미션은 ‘Contribute to Advancement in Driving’입니다. 한국타이어를 선택한 모든 운전자들이 최상의 드라이빙을 즐기고 거침없이 새로운 가능성에 도전할 수 있도록 자신감을 불어넣는 것입니다. 이를 위해 우리는 첨단 기술과 솔루션을 바탕으로 안전성과 성능은 물론, 최상의 드라이빙을 위해 필요한 품질과 모든 요소에서 최고를 지향합니다.

프로액티브 리더십(Proactive Leadership)은 회사의 미션과 비전을 달성하기 위하여 공유하고 실천하는 핵심가치로서, 자신의 역할에 대해 주인의식을 갖고 업무를 통해 스스로 성장해 가면서 최고의 성과를 낼 수 있도록 방향성을 제시하는 것입니다.

한국타이어가 걸어온 길

생동하는 기업, 타이어 하나로 세계무대에 우뚝 서다!

회사의 발전사와 맞물려 ‘리딩 글로벌 디자인경영 전략’ 도입은 한국타이어의 기술력을 위한 기능적 디자인은 물론 심미적 연구에도 투자를 아끼지 않는 디자인 주도적 자세로 1, 2, 3기의 체계적인 디자인경영을 바탕으로 글로벌 무대에서 디자인 역량을 인정받고 있는 계기가 되었습니다.

1941년에 세워진 한국타이어(주)는 대한민국 최초의 타이어 전문기업입니다. 국내에서 가장 많은 타이어를 판매하고 있는 독보적인 1위, 세계 7위의 글로벌 타이어 기업으로 성장한 한국타이어는 혁신을 거듭하며 고객들에게 가치와 즐거움을 제공하고 있습니다. 한국타이어의 본사와 4개의 지역본부, 7개의 생산시설, 5개의 R&D센터와 30여 개의 해외지사로 구성된 글로벌 네트워크를 바탕으로 전세계 180여개 국가에 위치한 소비자들의 특성에 맞는 상품을 공급하고 있습니다.

기업 소개

- 1941 회사설립
- 1979 한국 대전공장 준공
- 1982 한국 대전 중앙연구소 설립
- 1990 연구소 디자인그룹 설립
- 1992 미국 애크론 (AKRON) 기술센터 개설



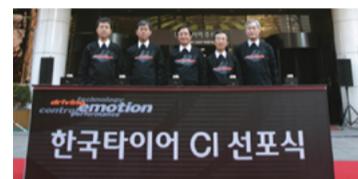
디자인경영수립

- 1996 유럽 기술연구소 (ETC) 오픈
- 1997 한국 금산공장 준공
- 1998 제1회 타이어디자인 공모전 개최
- 1999 중국 가흥, 강소공장 준공, 중국 기술연구소 (CTC) 설립
- 2000 ERP 시스템 도입, 대한민국 디자인대상 (디자인경영 부문) 우수상 수상



디자인경영 1기

- 2004 신규 CI 발표, 디자인 포럼 개최
- 2005 금산 테스트트랙 준공 (G'Trac) 준공, 포드사 전략적 파트너로 선정
프리미엄급 자동차 프랜차이즈 티스테이션 (T' Station) 개점
- 2006 타이어 판매 글로벌 랭킹 7위 달성
타이어 제조업체로 유일하게 FAW-폭스바겐 10대 최고 협력사 償 수상
- 2007 디자인 Info-Infra시스템 구축
- 2008 아우디 공식 타이어 공급업체 선정
4월 컨트롤테크놀로지 (Control Technology) 런칭, 헝가리공장 준공



디자인경영 2기

- 2009 9월 독일 유명자동차 전문지 ADAC 테스트에서 겨울용 타이어 최고 등급 판정
Brand Style Guide 구축
- 2011 한국타이어 창립 70주년
DTM 공식 타이어 공급업체 선정, BMW 공식 타이어 공급업체 선정
도요타 공식 타이어 공급업체 선정
- 2012 글로벌 디자인대학 산학 'Design Innovation'



디자인경영 3기

- 2013 다우존스 지속가능 경영지수 아시아퍼시픽 (DJSI Asia Pacific) 편입
BMW 5 시리즈, X5 신차용 (OE) 타이어 공급, 혼다 공식 타이어 공급업체 선정
중국 중경공장 준공, 인도네시아 베카시공장 준공
- 2014 미국 테네시공장 기공, 메르세데스-벤츠 뉴 C-Class & BMW 뉴 미니 신차용 (OE) 런플랫 (Run-Flat) 타이어 공급
세계 3대 모터스포츠 대회 WRC '월드 랠리 챔피언십' 공식 타이어 선정
글로벌 전략적 브랜드 '라우펜 (Laufenn)' 런칭
신축 중앙연구소 '한국타이어 테크노돔 (HANKOOK TECHNODOME)' 기공
세계 4대 디자인 어워드 모두 석권 (독일 iF/Reddot, 일본 굿 디자인, 미국 IDEA)

디자인경영비전 및 전략

리딩글로벌 디자인경영비전 및 전략

리딩글로벌 기업의 위상에 맞는 디자인경영 비전 및 전략을 수립하기 위해 '리딩 글로벌 디자인경영 전략'을 바탕으로 체계적인 디자인경영 3단계 시스템을 도입하여 당사가 목표로 하는 프리미엄 브랜드로 도약하고자 합니다. 이는 '고객에게 가치와 즐거움을 제공하는 리딩 글로벌 타이어 컴퍼니(Leading Global Tire Company)'가 되는 비전 달성의 발판이 될 것이며, 궁극적으로는 모든 운전자들이 최상의 드라이빙을 즐길 수 있도록 모든 요소에서 최고를 지향하는 당사의 미션과 맥을 같이 합니다.

MISSION

Contribute to Advancement in Driving

VISION

고객에게 가치와 즐거움을 제공하는
리딩 글로벌 타이어 컴퍼니(Leading Global Tire Company)

프리미엄 브랜드
2020

디자인 경영 수립

디자인 전략 수립
디자인경영 기반조성
디자인경영 정착

1995~2000

Design
Identity

디자인경영 1기
2000~2008

Design
Integration

디자인경영 2기
2009~2012

Design
Innovation

디자인경영 3기
2013~2020

리딩 글로벌 디자인경영 전략

Driving Emotion

디자인경영비전 및 전략

디자인 Info-Infra System 구축

디자인정보 시스템으로 실현하는 Driving Emotion

한국타이어는 디자인 개발의 앞서 소비자 리서치 결과를 철저히 분석하고 이에 근거한 데이터를 도출합니다. 드라이버의 다양한 니즈와 폭넓은 드라이빙 스타일을 충족시키는 타이어의 개발을 위해서입니다.

드라이버를 최우선으로 생각하는 끊임없는 도전으로써 한국타이어의 디자인은 언제나 한 발 앞서갑니다. 이러한 한국타이어의 디자인 Info-Infra System은 진정한 Driving Emotion을 가능하게 합니다.

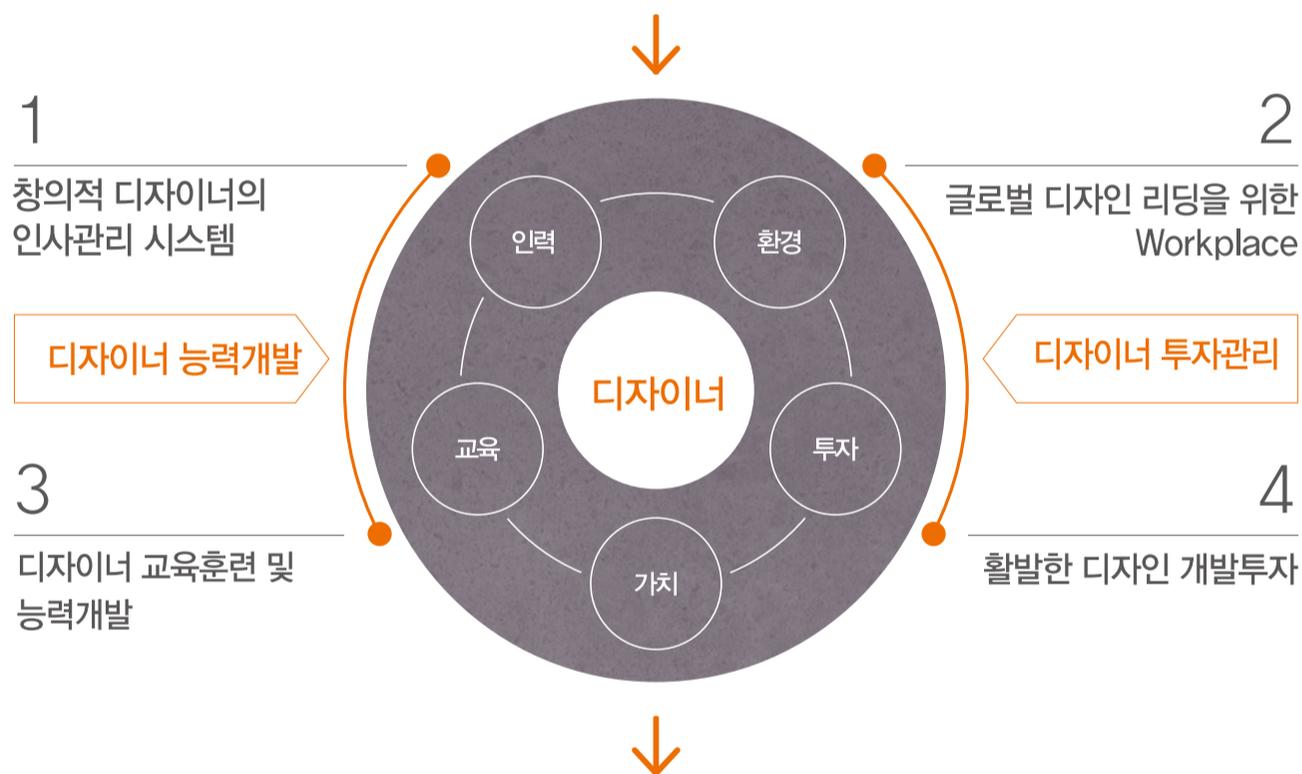


디자인경영비전 및 전략

디자이너 능력개발 및 관리

Proactive Leadership이란, 한국타이어인이 회사의 미션과 비전을 달성하기 위하여 공유하는 실천하는 핵심가치로서, 자신의 역할에 대해 주인 의식을 가지고 업무를 통해 스스로 성장해가면서 최고의 성과를 낼 수 있도록 방향성을 제시하는 것입니다. 한국타이어는 Proactive Leadership을 바탕으로 한국타이어의 지속 성장을 이끌어 가는데 큰 몫을 담당하고 있는 디자이너의 역할의 중요성에 많은 투자와 환경조성을 진행하고 있습니다.

미션	경영원칙	핵심가치
Contribute to Advancement in Driving	<ul style="list-style-type: none"> • 임직원의 재능과 역량으로 성장 • 모든 업무 과정에서 혁신을 추구 	Proactive Leadership



투자과 환경조성을 통한 디자이너 능력개발 및 역할 증대

교육 프로그램 성과 예시

미래형 비공기입 타이어인 iFex의 개발로 이어져 미래 타이어 기술을 선도하는 첨단 기술력을 확보
 - 2015 상해 모터쇼 / 2014 베이징 모터쇼
 - 2013 미국 세마, 독일 프랑크푸르트 모터쇼 등



디자인경영비전 및 전략

디자인보호실태 및 관리체계

미래타이어 기술선도를 위한 특허확보

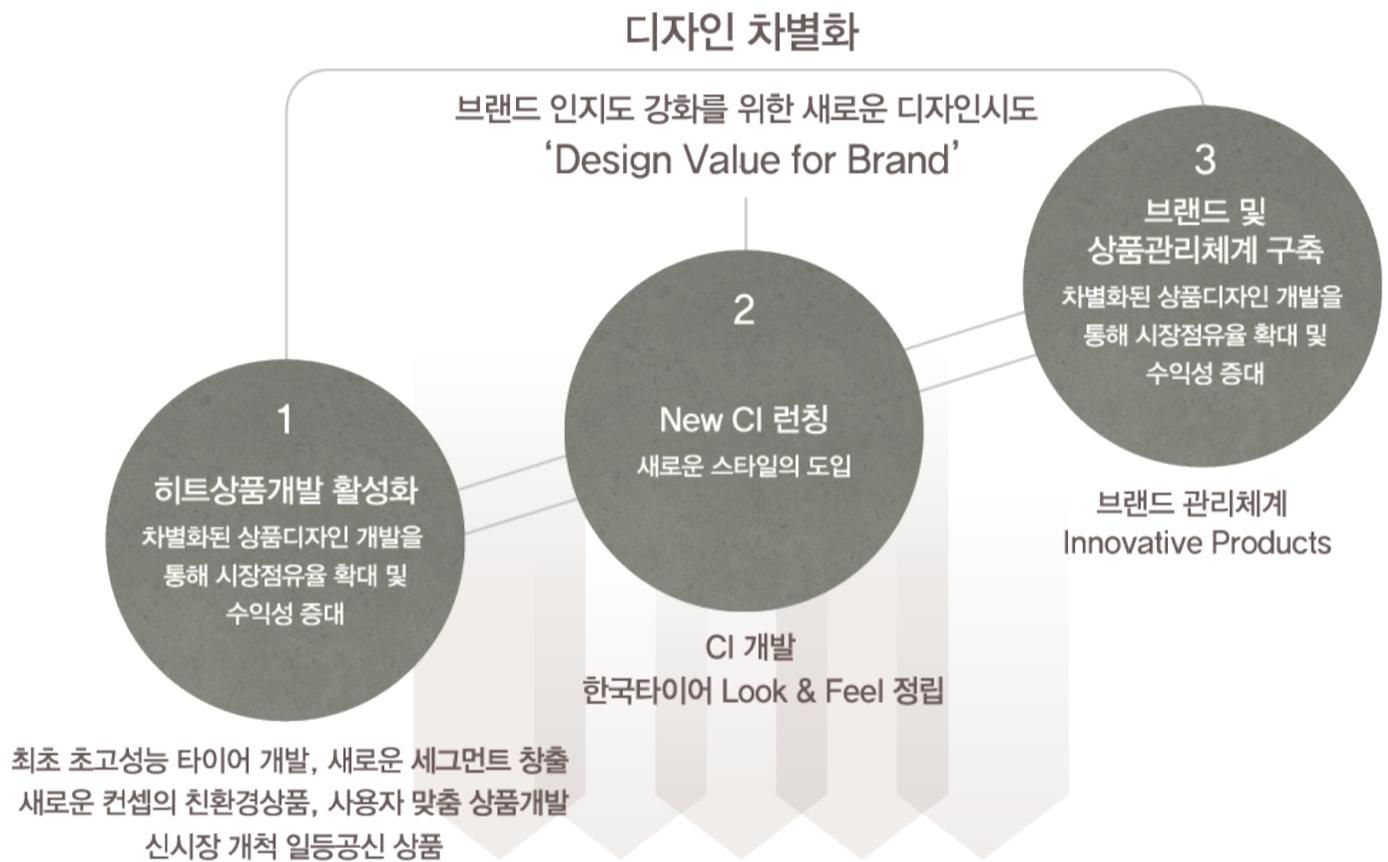
한국타이어는 특허권 확보에서도 글로벌 일류 기업으로 나아가고 있습니다. 2014년 기준 국내 1,614건, 해외 388건의 특허를 보유하고 있으며 특히 최근에는 해외 진출에 따른 미국 유럽특허 연구 개발에 적극적으로 투자하여 지속적인 증가세를 보이고 있습니다. 한국타이어는 지속적인 성장 뒤에는 기술혁신을 위한 끊임없는 노력이 있습니다. 노력의 결과물에 대한 보호 및 관리를 철저히 진행하여 연구원 및 디자이너들의 자부심을 높여 개발 원동력을 높이고 있습니다



디자인경영 1기(디자인 차별화)

감성적인 디자인으로 시작하는 Driving Emotion

1기의 한국타이어 디자인경영은 소비자의 니즈와 시장요구사항을 적극 반영하여, 활동적이며 진보적인 디자인 마인드와 자세를 바탕으로 디자인경영을 시작하는 시기였습니다. 히트상품 개발 및 새로운 CI 런칭 등 다양한 디자인시도에 의한 기업성장의 터닝 포인트가 마련된 시기입니다. 한국타이어는 새로운 디자인개발로 시장의 수요를 충족시킬 수 있다고 판단하여 브랜드, 제품, 서비스와 커뮤니케이션의 형태, 기능 등에서 디자인차별화에 의해 글로벌 시장에서 성장할 수 있었습니다. 소비자와 접점이 되는 필요부분의 디자인은 상품의 질, 서비스, 브랜드 신뢰도 등을 끌어올려 진정한 Design Value Up으로 자연스럽게 차별화하여 드라이빙의 자신감을 얻었습니다.



디자인 경영 활동

디자인 경영 2기(디자인 통합화)

통합 Design구축을 통한 Driving Emotion

글로벌 브랜드 위상에 걸맞는 통합디자인을 통해 한국타이어의 디자인 체제를 정비하였습니다. 효율성이 극대화된 글로벌 디자인 매트릭스를 통해 유기적으로 디자인경영 전략을 실행하고 다양한 디자인 플랫폼에서 시너지를 확산시킬 수 있었습니다. 한국타이어의 체계적인 디자인경영은 세계 타이어 업계의 Top Tier 도발 뿐만 아니라 디자인 국가경쟁력 제고활동에 눈부신 역할을 하였으며, 앞으로 세계시장을 선도하는 디자인 경영 문화를 꽃피울 것입니다.

Hankook Brand Style Guide 구축 및 Design Identity 세부 확산 운영

Brand style guide 개발을 통해 Hankook Tire 만의 스타일 정립 및 Global Brand Value Up을 꾀하였습니다. CI Guide와 달리 마케팅 활동을 위한 다양한 매체의 사용 기준으로 커뮤니케이션 창구인 ATL/BTL/WEB등의 사용상의 규정으로 통일된 Brand Style을 소비자에게 전달하고자 하였습니다.



- CI BI Guide
- Master Template Guide
- Visual Contents Identity
- Shop Identity
- Office Identity
- Exhibition Identity
- Motorsports Identity
- Web style Guide
- OE BTL Guide
- Event Identity
- VideoProduction Guideline

Master Template Guide 글로벌 인쇄 판촉물의 Key Visual 확립



Visual Contents Identity

컨텐츠 디자인의 효과적인 표현방법을 연구하여 시각적 아이덴티티를 구축



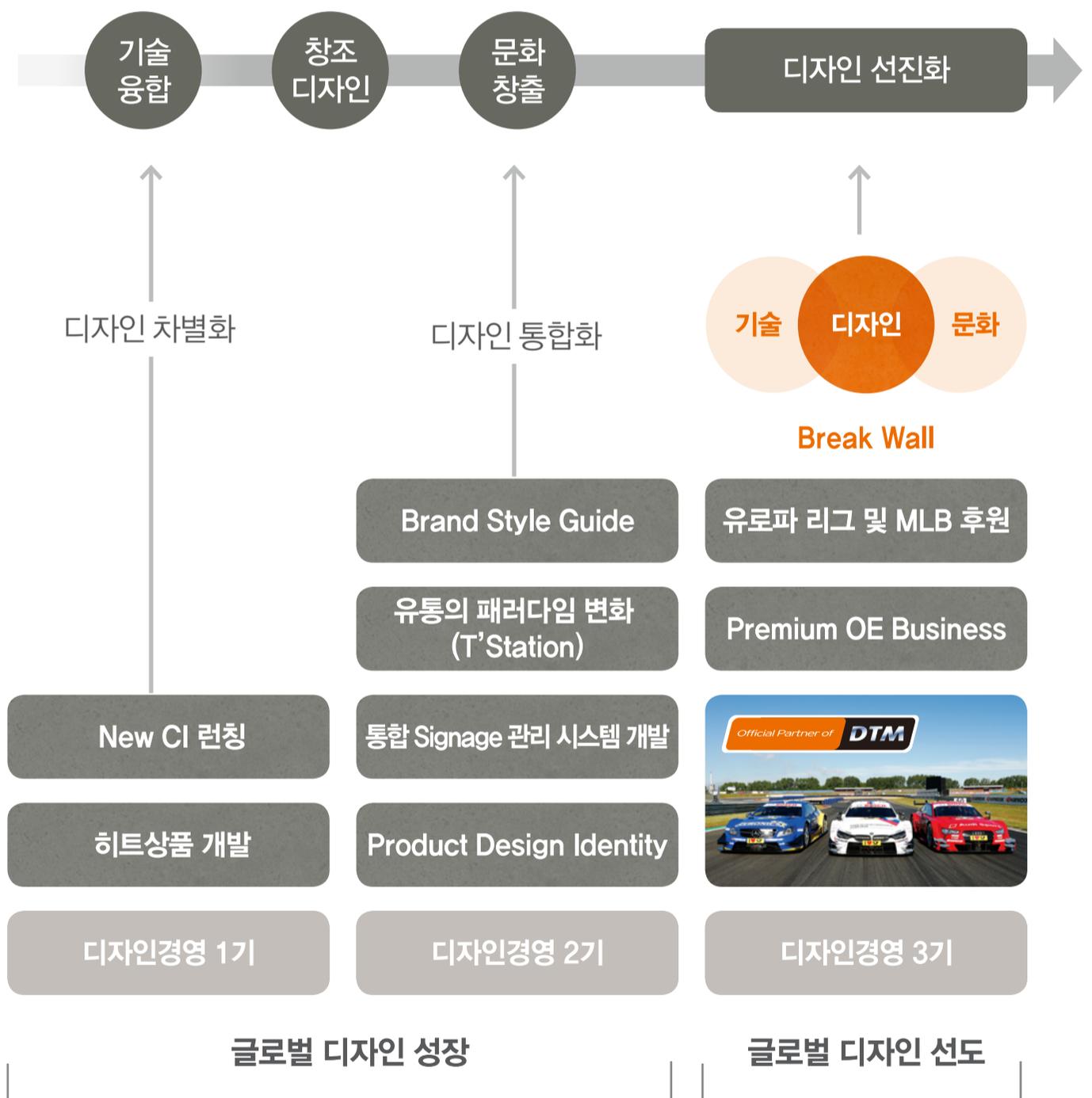
Motorsports Identity



디자인경영 3기(디자인 선진화)

Premium Innovation과 함께하는 Driving Emotion

최첨단 기술을 향유하는 자부심, 드라이빙의 쾌감을 만끽하는 자부심에 이어 한국타이어의 디자인경영 3기는 미래 자동차에 걸맞는 앞선 기술 개발로 드라이빙의 미래를 먼저 준비하는 또 하나의 자부심을 선사합니다. Premium Innovation의 한국타이어 디자인은 세계 타이어 업계의 Top Tier 도달뿐만 아니라 국가디자인 경쟁력 제고활동과 더불어 글로벌 디자인 선도의 눈부신 역할을 합니다.



창조디자인 이노베이션 프로젝트-글로벌 디자인대학 산학

창조디자인 개발은 미래 드라이빙에 대한 진지한 고민과 창의적이면서도 현실적인 대안으로 타이어의 무한한 가능성과 능력을 구현하는 프로젝트 활동입니다.

미국 신시내티대학 2012 The Way to the Future

주제: 환경친화적, 미래 모빌리티타이어 연구



독일 폴차임대학 2014 A Great Challenge for a Great Change

주제: 지구온난화 대응 타이어의 역할 연구



한국타이어 & 비브람 디자인 콜라보레이션

타이어와 신발의 전문 브랜드간의 협업을 통한 Rubber Product에 적용된 신기술 공유 및 창조적인 디자인 개발

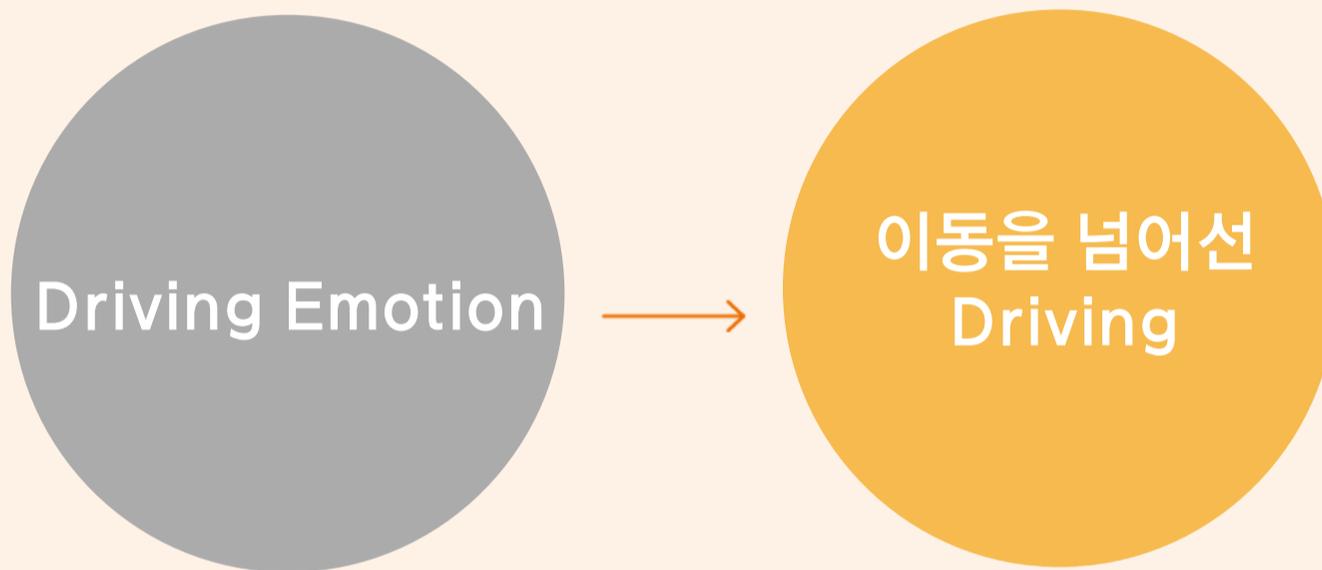
주제 : 타이어에 패션을 입히다. 신발에 다이나믹한 hi-tech를 입히다



한국타이어 디자인경영의 미래

이동을 넘어선 Driving

‘리딩 글로벌 디자인경영’을 바탕으로 섬세한 핸들링, 편안한 승차감, 굳건한 안전성, 강인한 제동력의 모든 기술력을 결집해 이동성(Mobility)을 뛰어넘은 리얼 드라이빙(Real Driving)을 통해 지속적 성장을 선사합니다.



한국타이어의 질주는 멈추지 않습니다.
전 세계 고객들에게 최고의 가치와 즐거움을 제공하기 위해
끊임없이 혁신하고 도전하고 있습니다.

세계 정상급 품질과 기술력을 바탕으로 한 디자인경영에 대한
열정으로 드라이빙의 새로운 미래를 열어가는
Global Top Tier 브랜드 한국타이어

제 17 회 대한민국디자인대상

디자인경영부문

국무총리표창

일룸

iloom

차 례

기 업 소 개

디 자 인 경 영
비 전 및 전 략

디 자 인 경 영 활 동

디 자 인 경 영 성 과



CEO 메시지



일룸 대표이사
강성문

일룸은 1998년 론칭한 생활가구 전문 브랜드로 퍼시스 그룹의 멤버입니다. 퍼시스 그룹은 일찍부터 디자인의 중요성을 인식하고, 1989년 업계 최초로 가구연구소를 설립하여 R&D 역량을 개발해오고 있습니다.

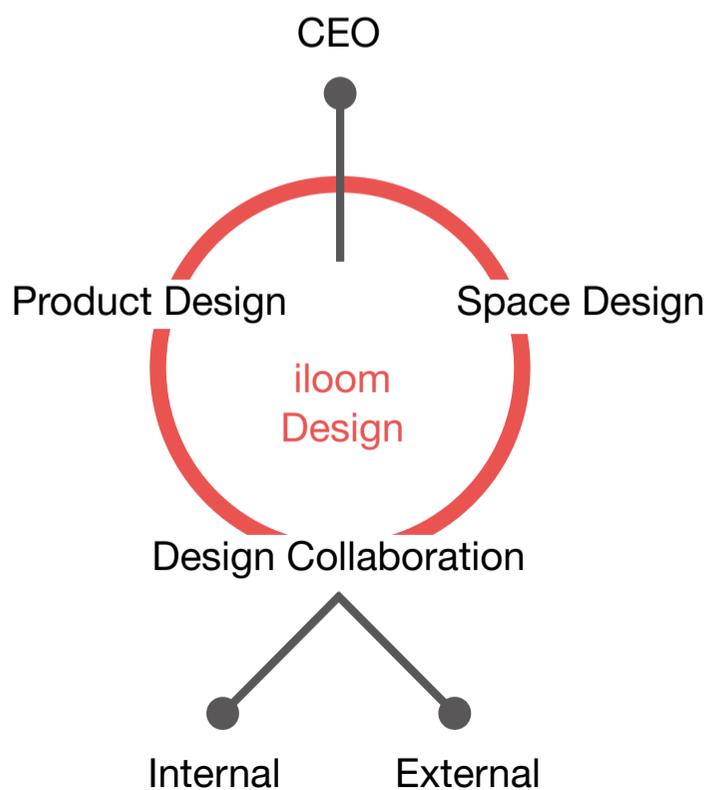
그 결과 업계 최초로 세계 3대 디자인상(iF, Reddot, IDEA)을 석권하며 국내뿐만 아니라 해외에서도 디자인의 우수성을 입증받는 글로벌 디자인 역량을 갖춘 기업으로 성장하였습니다.

일룸 역시 사람과 공간을 이어주는 제품과 서비스를 제공하여 다양한 생활환경에서 보다 많은 사람들의 삶의 질을 향상시키고자 하는 퍼시스 그룹의 신념을 뿌리 삼아 ‘집’이라는 공간 내 사람의 ‘삶’에 초점을 맞추어 체계적이고 과학적인 연구를 진행하고 있습니다.

이를 바탕으로 사용자의 생각에 유기적으로 대응하는 제품을 만들고자 합니다.

일룸은 설립 당시부터 디자인 전문가 출신의 경영진을 통해 디자인 중심 기업으로의 틀을 갖추었습니다. 창립 초기 디자이너 출신 양영일 대표와 자체 R&D 조직을 중심으로 디자인 경영의 기반을 잡고 확고한 디자인 아이덴티티를 구축해왔으며, 前 권광태 대표 역시 디자이너 출신으로 디자인에 대한 깊은 이해와 전문성을 바탕으로 일룸의 디자인 경영을 이어가고 있습니다.

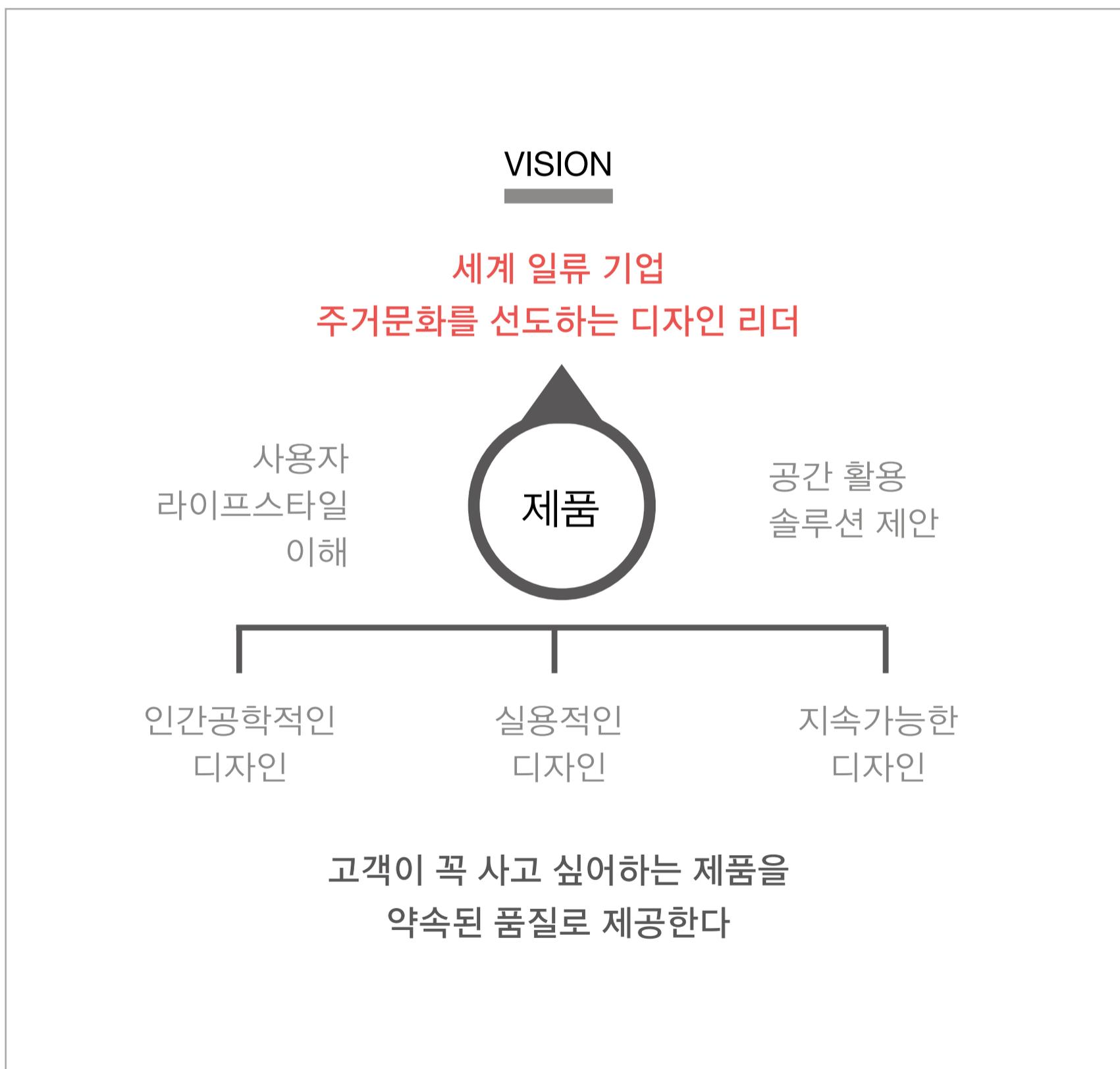
이러한 CEO로부터의 노력이 조직에 녹아 들고 하나의 DNA로 체화되어 조직 전반에서 디자인 중심 경영을 실천하고 있습니다.



디자인경영비전 및 전략

비전 및 가치관

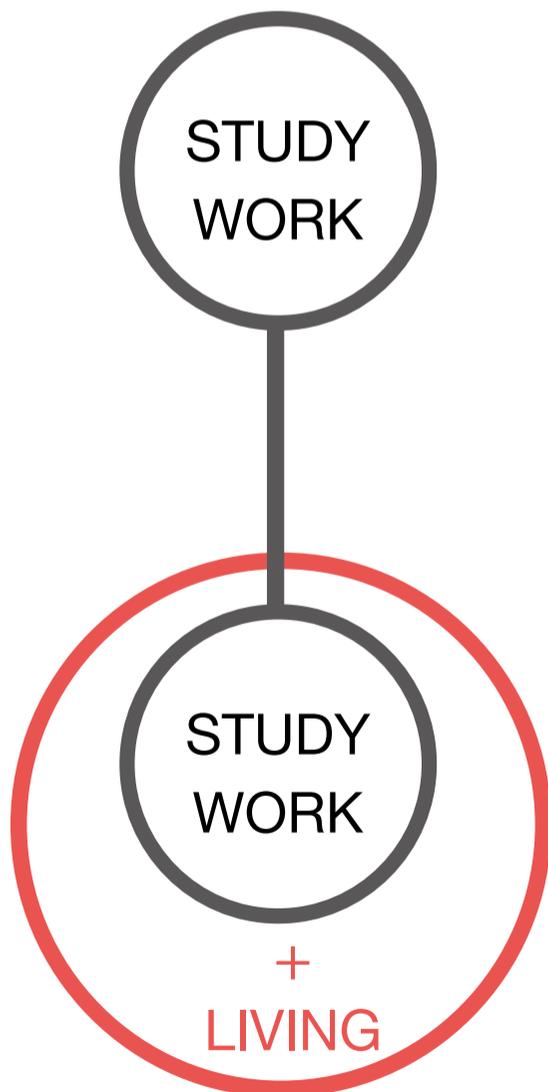
일룸은 단순히 가구를 만드는 회사가 아닌 사람이 생활하는 공간에 새로운 가치를 창출하고자 하는 열정을 갖고 있습니다. 이러한 열정을 바탕으로 일룸은 사용자 라이프스타일에 대한 이해와 공간 활용 솔루션에 대한 제안이 담겨 있는 제품을 디자인하여 주거문화를 선도하는 세계 일류의 디자인 기업이 되고자 합니다. 새로운 공간 가치를 창출할 수 있는 제품을 디자인하는 데 있어 일룸은 세 가지 디자인 원칙을 지키고 있으며, 이를 통해 고객이 꼭 사고 싶어하는 제품을 약속된 품질로 제공하고자 노력하고 있습니다.



사업전개

일룸은 시스템 가구 개념을 가정에 도입함으로써 시장에 큰 반향을 일으켰습니다. 주거공간 내에서의 학습이라는 주제에 대해 고객을 관찰하고 분석하여 새로운 공간 활용을 제안하며 신시장의 문을 연 것입니다.

2010년에는 리빙 시장에 본격 진출, 학생방과 서재를 통해 얻은 기능적 차원의 디자인 전개 노하우를 주거환경 전체로 확대하여 새로운 가치를 창출하고 있습니다.



사용자 행태에 대한 기능적 접근으로
STUDY&WORK 공간 활용에 대한
새로운 패러다임 제시

기능적 차원의 디자인 전개 노하우를
LIVING 영역 전체로 확대 적용하여
생활가구 선택의 새로운 기준 제시

중장기 디자인 경영 전략 / 디자인 경영 원칙

일룸은 디자인적 사고를 통해 경영활동을 펼치며, 그 결과로 고객에게 새로운 가치를 제공하고 고객으로부터 높은 신뢰를 얻어 궁극적으로는 시장을 긍정적인 방향으로 발전시키는 것을 목표로 합니다.

일룸의 디자인적 사고는 고객관점, 전문성, 창의성 관점에서 이루어지고 있으며, 제품의 기획 단계에서부터 판매 단계까지 이 관점에 따른 세부 방침이 마련되어 있습니다. 이러한 디자인경영 원칙은 일룸의 비전과 가치관을 통해 브랜드의 정체성으로 이어집니다.



New Standard를 만들어 가는
Advanced Furniture

차별화된 제품으로 시장을 선도하고 삶의 질을 개선한다

창의성

디자인 인력 능력개발 프로그램과 적극적인 외부 디자이너 협업은 새로운 에너지로 한계를 넘어 다양성을 추구하며, 앞선 주거문화를 창출합니다.

트렌드와 기술을 집약하여 완성도 높은 가구를 생산한다

전문성

프로젝트별 TF팀과 동시공학 프로세스는 전문성과 효율성을 높여 제품 경쟁력을 확보하고, 디자인권 보호를 통해 선순환 구조를 구축합니다.

숨은 니즈를 발견하여 실질적인 가치를 제공한다

고객관점

360° 마켓리서치 시스템을 통해 전문가와 사용자 시각의 다면적인 의견을 모으고 분석하며, 포괄적인 정보 활용을 바탕으로 고객이 원하는 제품을 실현합니다.

디자인경영활동

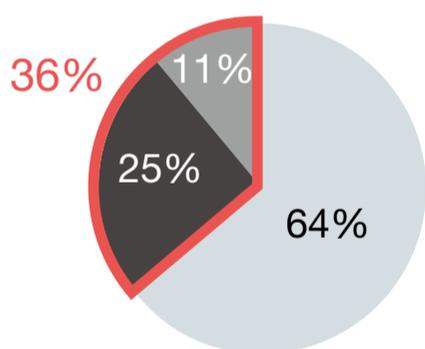
디자인 환경 투자 및 인력 현황

퍼시스 그룹의 멤버인 일룸은 제조설비 및 연구기술에 대해 그룹 내 다른 계열사와 공유 플랫폼을 구축하여 운영하고 있습니다. 제조 특성에 따라 안성, 평택, 충주 등 국내 6곳에 전문화된 제조 공장과 물류센터를 보유하고 있어, 창의성과 노하우가 집약된 자체 디자인의 제품 생산이 가능합니다.

또한, 그룹사의 제조 인프라 공유는 효율적인 운영과 적극적인 투자로 이어져 진보된 기술력과 탁월한 품질관리를 유지할 수 있는 선순환 구조를 만들며, 이를 바탕으로 시장을 선도하는 제품을 출시하는 성과를 창출하고 있습니다.



일룸 내 디자이너 인력 비율



- 제품디자이너
- 공간디자이너
- 디자이너 외



일룸은 제품을 디자인하고 기능을 구현하는 제품디자인 조직과 공간에 대한 트렌드를 연구하고 라이프스타일을 제안하는 공간 디자인 조직으로 이루어져 있으며, 전체 인원에서 디자이너 비율이 1/3이 넘게 차지하고 있습니다.

제품디자이너는 단지 디자인을 선택하는 MD가 아니라 리서치부터 제품 개발까지 무에서 유를 창조해내는 디자이너의 개념으로 자체 디자인 개발을 하고 있으며, 디자이너로서 새로운 아이디어 제안을 적극 장려합니다. 그리고 공간디자이너는 주거 공간의 변화와 공간 활용에 대해 연구하며 그 자료를 바탕으로 공간과 제품이 보다 효과적으로 이어질 수 있도록 고민합니다.

디자인경영활동

디자인 관련 조직 구성

Design Collaboration

일룸은 외부 디자이너와의 협업을 통해 제품 디자인에 다양하고 글로벌한 감성을 반영하여 고객의 폭넓은 니즈를 충족시키고, 국내외 모든 고객의 만족도를 향상시킬 수 있는 제품력을 도모하고자 합니다.

크레아디자인 | MSD | 홍익대학교 나건 교수 | 클라우디오 벨리니 | 알렉산드로 멘디니

Designeering

한 연구원이 디자인과 설계를 모두 담당하는 형태 ‘Designeering’ 조직 운영은 고객 관점에서의 진정한 편의성을 높여주는 인간공학적이고 실용적인 제품으로 이어집니다.

Specialization

제품디자인 조직은 공간별·아이템별 사용 패턴을 깊이 있게 연구·분석하여 사용자에게 최적화된 디자인을 개발하고 있습니다. 소파, 의자 품목은 별도의 전문 조직이 구성되어 있어 각종 조절 기능들을 담은 선도적인 제품을 개발하고 있습니다.

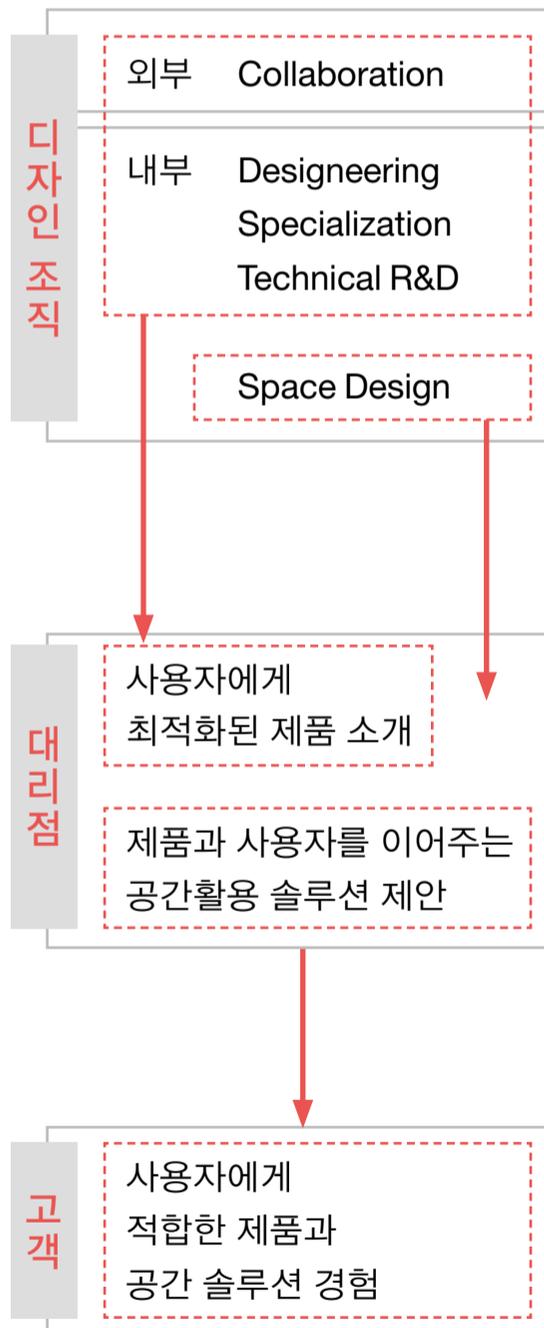
Technical R&D

모든 제품의 기능·기술적인 부분은 설계부터 양산까지 기술팀의 연구와 지속적인 검증 과정을 거쳐 제품의 품질 완성도를 높이고, 사용성을 향상시키고 있습니다.

Space Design

일룸에는 제품의 기능과 제품이 사용될 공간이 효과적으로 이어질 수 있도록 제품 디자인을 공간 개념으로 재해석하여 공간을 전문적으로 디자인하는 Space Design 구축 조직이 있습니다.

소비자의 주거 공간과 사용 패턴 및 트렌드를 연구하여 사용자의 라이프스타일을 개선해주는 고객 맞춤형 공간 디자인을 제안하거나 변화하는 생활 패턴에 따른 새로운 공간 활용 솔루션을 제시하여 제품 디자인 차원을 넘어 공간 디자인이라는 개념을 선도하고 있습니다.



디자인경영활동

디자인 개발 프로세스

동시공학 프로세스

Planning, R&D, Marketing 부서로 TF팀을 구성하여 모든 과정을 함께 진행하는 동시공학 프로세스를 운영하고 있습니다. 이를 통해 제품에 대해 다각도로 논의하며 위기 대응력을 높이고 빠른 시간 내에 제품 완성도를 높이고 있습니다.

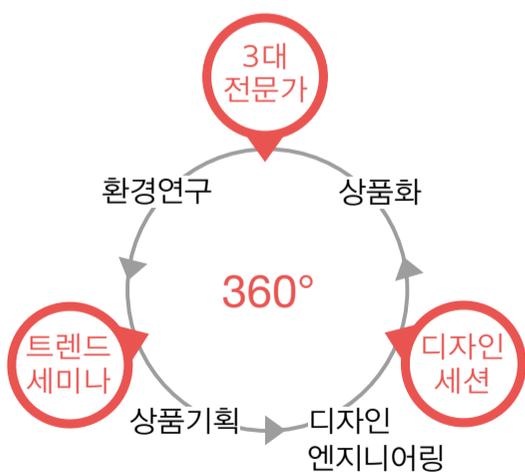


360° 마켓리서치 시스템

3대 전문가 일룸에는 3대 전문가인 ‘가구 전문가’, ‘판매 전문가’, ‘컨설팅 전문가’가 있습니다. 각 그룹은 해당 영역에서의 장점을 극대화한 정보수집을 통해 제품에 대해 최선의 아이디어를 발굴하고 제품에 적용될 수 있도록 노력합니다.

디자인 세션 매주 신제품 컨셉 단계에서부터 모든 부서가 참여하는 심도 있는 논의를 통해 디자인의 완성도를 높이는 세션을 진행하고 있습니다. 이를 통해 다각도로 제품을 검증하고 지속적인 보완을 하며 고객에게 더욱 실용적인 제품을 선보이고 있습니다.

트렌드 세미나 새로운 시장과 제품을 개발하기 위해 매월 시장 트렌드와 소비자 라이프스타일을 조사하고, 연구 결과를 공유하고 제품 방향성에 대해 심도 있게 논의합니다. 이를 통해 새로운 라이프스타일을 선도하는 시장을 창출하거나, 숨어있는 고객의 니즈를 파악하여 신규 디자인 방향을 제안하고 있습니다.



제품 개발을 위한 정보 수집 프로세스

디자인경영활동

디자인 인력 능력 개발 및 관리 체계

해외 전시회 참관

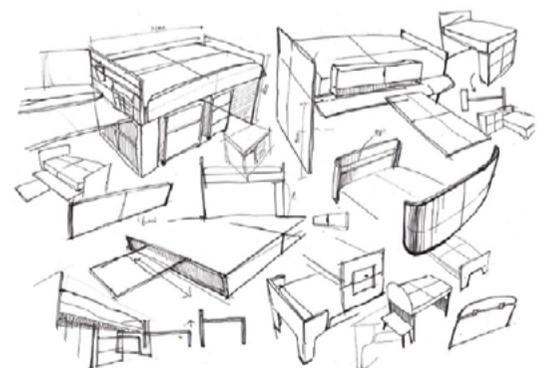
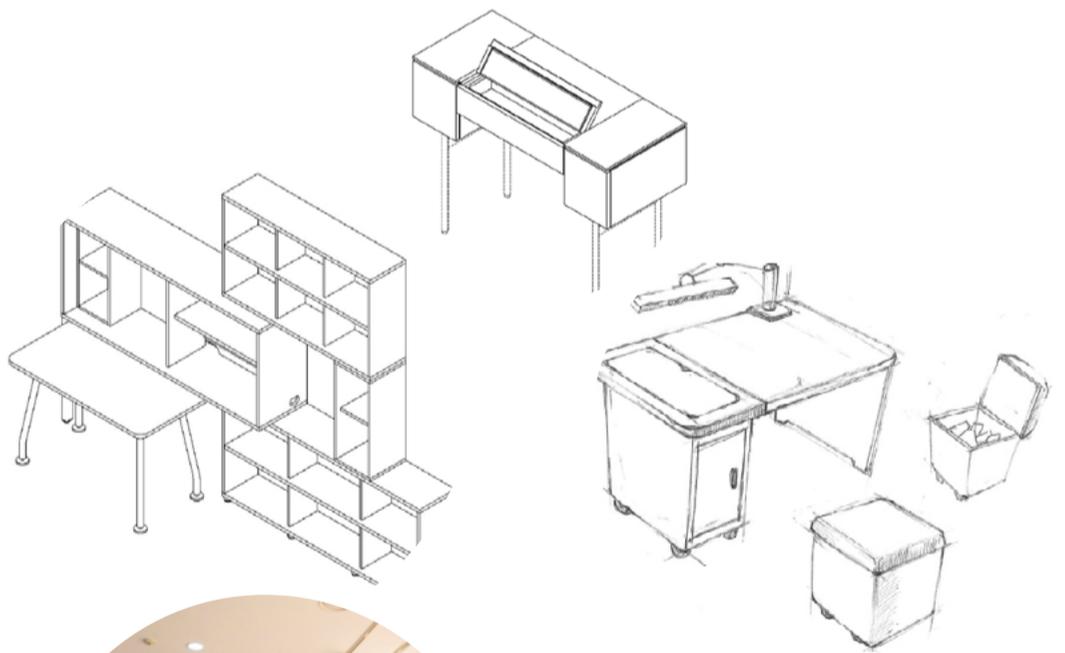
매년 국제적인 전시회에 기획 및 디자인 인력을 참관시켜 업계의 트렌드와 정보를 수집하고, 디자인 영감과 자극을 받아 글로벌 디자인 인재로 발전할 수 있도록 아낌없는 지원을 하고 있습니다.

직무보상제도

2013년부터 디자인 인력의 질적 향상과 경쟁력 강화를 위해 직무 보상 제도를 도입하였습니다. 특허·실용신안·디자인권 출원 및 등록 시, 해당 디자이너에게 인센티브를 지급하여 지속적으로 R&D 조직에 동기를 부여하고 긍정적인 자극을 통해 창의성을 고무시키고 있습니다.

산학협력 인턴십 프로그램

매년 산업디자인학과 학생들과 연계한 인턴십 프로그램을 진행하고 있습니다. 제품 설계와 관련된 기본기 실습부터 시장조사를 토대로 한 아이디어 스케치 및 프레젠테이션 발표까지 체계적인 프로그램을 통해 전문성을 갖춘 디자인 인재를 육성하고 있습니다. 앞으로도 일룸은 국가 차원의 디자인 산업 발전을 위한 인재 양성에 아낌없는 노력을 기울일 계획입니다.

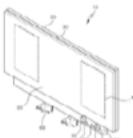
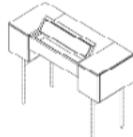


디자인 보호 및 관리 체계

산업 재산권 등록 및 관리

제품 개발 과정에서 변리사와 함께 면밀한 내부 사전 검토를 통해 산업재산권을 출원하고, 출원한 내용이 등록된 이후에는 연구원과 마케터의 지속적인 시장 모니터링과 특허정보 검색 서비스 모니터링을 통해 권리를 보호하고 있습니다. 2014년 12월 기준으로 특허 2건, 디자인 36건, 상표권 72건의 일룸의 권리가 등록되어 있습니다.

특허·실용신안 등록 권리

연도	내용	제품	
2011		램프 조명장치	일루미 LED 스탠드
		스피커 스크린	-
2014		유아용 의자	아코
		화장대	시엘 화장대
		소파	롤리 소파
		조립식 가구	쿼드

외 32건



도면 보안

PDM(Product Data Management) 시스템을 기반으로 디자인 자산을 보호하고 있습니다. PDM 시스템은 퍼시스 그룹의 전 제품 도면을 관리하는 프로그램으로, 엄격한 기준을 통해 선별된 사람만 접근 및 열람이 가능합니다. 해당 프로그램은 부서간 제품 설계에 대한 커뮤니케이션 창구이자 관리 서버로서 철저한 관리로 설계 도면 유출 예방 기능을 담당하고 있습니다.

디자인경영활동

디자인 경험 향상을 위한 대외적 투자



매장내 iDS 키오스크

디지털 서비스 개발

제품을 실제 느낌으로 볼 수 있는 iDS(iloom Digital Showroom)와 가상 공간에 제품을 배치하고 견적 산출과 주문까지 가능한 iOS(iloom Ordering System)라는 프로그램을 자체 개발하여 93개 매장에 적용하였고, 고객 만족도를 최대한 높이며 고객의 스마트한 구매 활동을 구현하였습니다.

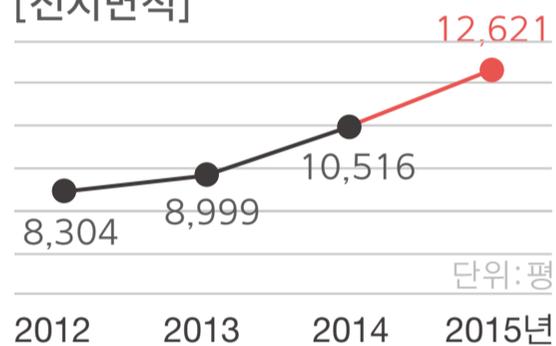
매장 전시환경 최적화

일룸은 풍성한 고객 맞춤 콘텐츠 제공을 위해 컨셉룸, 기획전시존 등을 설치하며 매장 전시 환경 개선에 꾸준히 힘쓰고 있습니다. 이러한 관점에서 대형 매장을 늘리고 전시 면적을 확대하여 최근 3년 동안 전시면적이 50% 이상 증가하였습니다.



iOS 공간 시뮬레이션

[전시면적]



3년 동안 50% 이상 증가



디자인경영활동

디자인 경험 향상을 위한 대외적 투자

디자인 전시 참가

일룸은 국내 디자인 산업의 발전과 소비자의 디자인 안목을 높이고자 2010년부터 국내 전시회에 주기적으로 참여하여 참관객의 공간과 제품 디자인에 대한 접점을 늘리는 활동을 꾸준히 해왔습니다. 가구와 함께 주거문화 트렌드를 제안하여 최신 동향을 선도하였으며, 전시회에서 각종 상을 수상하였습니다.

수상내역

- 2011 리빙디자인페어, '눈에 띄는 제품상'
- 2013 리빙디자인페어, '인기상'



어린이 디자인 교육

일룸은 어린이들이 디자인에 대한 관심을 갖고 경험치를 넓힐 수 있도록 어린이 시각에 맞춘 디자인 교육 활동을 펼치고 있습니다.



'키자니아'의 가구 디자이너 체험관



경기도미술관 '모니카와 떠나는 세계명화여행전'

디자인경영성과

우수디자인 성과 수상 내역

일룸은 퍼시스의 사무용 가구 사업으로부터 쌓아 온 경험을 토대로 학생방 사업에 진출하였습니다. 학생방에 최초로 시스템 가구의 개념을 도입하여 사용자와 공간을 고려한 맞춤형 학생방을 제안하였습니다. 대표 학생방 시리즈인 '링키'는 출시 이후 지속적으로 보완, 강화하여 베스트셀러로 자리 잡아 왔습니다. 키즈와 리빙 분야에도 진출하여 사용자의 신체와 라이프스타일을 고려한 그로잉 및 기능성 가구를 제안하며 성공을 거두었습니다. 무엇보다 컨셉을 돋보이게 하는 우수한 디자인으로 2015년에는 명성이 높은 디자인어워드인 PIN UP, GD에서 여러 시리즈가 수상을 하게 되었습니다.

2015년 종합 : GD 수상 3개, PIN UP 수상 및 선정 11개

그외 GD : 델타듀얼

PIN UP : 소파테이블 '델타듀얼' | 소파 '루시', 마리, 아레나
우노-누보 | 거실장 '로타' | 침실 '미엘갤러리'
학생방 '링키플러스' | 의자 '래리'



홈카페 '레마'
주방과 거실 사이의
다이닝 공간에



사랑하는 사람과 함께하는
새로운 공간 제시



키즈 시리즈 '팅클팝'
아이의 창의력을



자극시키는
컬러풀 그로잉 놀이 공간



디자인경영성과

우수디자인 성과 수상 내역

수상 내역 종합

GD 수상 40개

PIN UP 수상 및 선정 66개

한국산업디자인상(PINUP)	1998	알투스
우수산업디자인상품(GD)	1999	알투스, 해리, 샬리, 디토
한국산업디자인상(PINUP)	2000	게티스, 디토
우수산업디자인상품(GD)		프리존왜건, 카메오
한국산업디자인상(PINUP)	2002	키니
한국산업디자인상(PINUP)	2003	이타카
한국산업디자인상(PINUP)	2004	링키, 큐니
우수산업디자인상품(GD)		링키, 큐니
우수산업디자인상품(GD)	2005	올리, D1식탁, 에토스 재즈, 칼리스, 네스토
한국산업디자인상(PINUP)		D1식탁, 에토스 소울, 네스토, 플리오, 올리
우수산업디자인상품(GD)	2006	레보, 슬로스, 텅클, 피코
한국산업디자인상(PINUP)		쿠오, 레보, 텅클, 피코
한국산업디자인상(PINUP)	2007	어바니, 에디트 폴카
우수산업디자인상품(GD)		빈티저
한국산업디자인상(PINUP)	2008	제이드, 요커, 케이먼, 아베스
우수산업디자인상품(GD)		케플러, 에디트잼, 제이드
우수산업디자인상품(GD)	2009	텅클2, 아베스
한국산업디자인상(PINUP)		텅클2, 케플러, 엘바(BRONZE), 로페즈, 디토706, 프리존705
한국산업디자인상(PINUP)	2010	침실, 이비자, 셀레스, 거실(BRONZE), 콘티랙, 노바(GOLD), 캐럿, 에디스 젬마, 폰테스, 지니
우수산업디자인상품(GD)		침실, 젬마, 이비자
우수산업디자인상품(GD)	2011	트위니, 타임투디자인 시계
한국산업디자인상(PINUP)		트위니, 프리존
우수산업디자인상품(GD)	2012	팬지코지, 데이지, 로터스, 렌토, 몰토
한국산업디자인상(PINUP)		팬지코지, 렌토, 몰토
우수산업디자인상품(GD)	2013	윙, 롤리
한국산업디자인상(PINUP)		퀵, 노마, 윙(GOLD), 롤리, 자바핏
우수산업디자인상품(GD)	2014	메이, 링키플러스
한국산업디자인상(PINUP)		메이(GOLD), 미엘, 시엘, 비비, 벤, 델타, 아코

디자인경영성과

우수디자인 성과 인증 내역

그린가드 인증

그린가드는 미국 GEI에서 운영하는 인증 프로그램으로 재료, 마감재, 제품 전반에 대해 화학물질, 소립자 배출량이 실내 환경 및 공기 질 표준에 부합하는지에 대한 검사를 실시합니다. 일룸은 최고 권위의 미국 친환경제품 인증인 그린가드를 국내 가구업계 최초로 취득하여 국제적 수준의 건강한 가구를 생산하고 있음을 증명하였습니다.



대한인간공학회·KOREA Millennium Products·
한국서비스품질 우수기업 인증

대한인간공학회, KOREA Millennium Products, 한국서비스품질 우수기업 인증을 통해 일룸은 다양한 방면에서 우수한 기업임을 증명하였습니다.



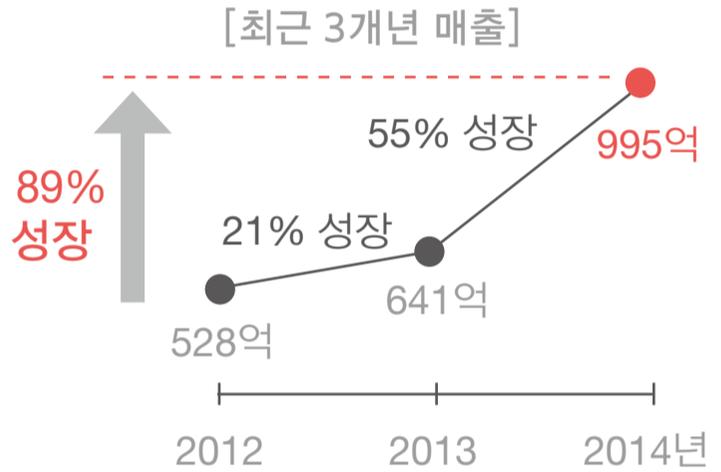
디자인경영성과

디자인 경영 실적 및 성장성

일룸의 성장

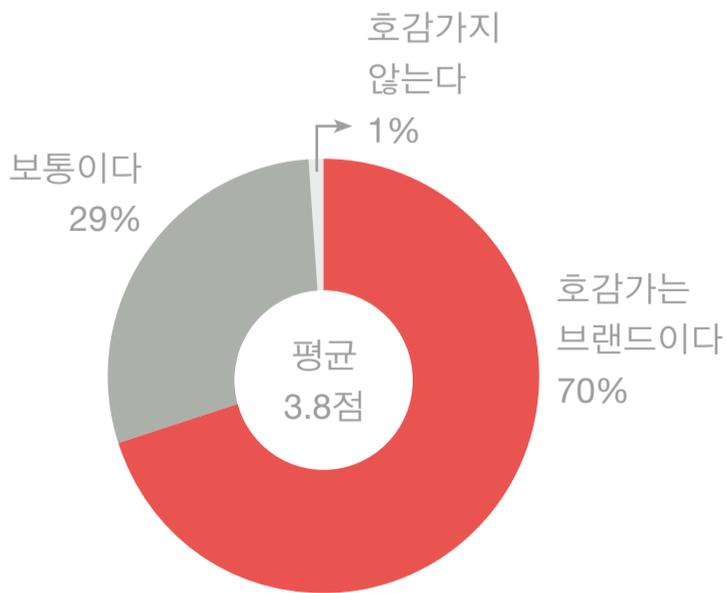
일룸은 디자인 경영을 통해 최근 3년 동안 매출이 점점 상승하였고, 그 상승폭도 매년 커지고 있습니다. 2013년은 전년에 비해 21% 성장하였고, 2014년은 전년에 비해 55% 성장하여 3년 동안 총 89% 성장을 이뤄냈습니다.

국내 가구 시장에서는 2012년 5위에서 2015년에 들어서면서 3위를 달성하였습니다. 이는 일룸이 나날이 발전하고 있다는 것을 알 수 있으며, 앞으로의 성장 가능성을 보여줍니다.

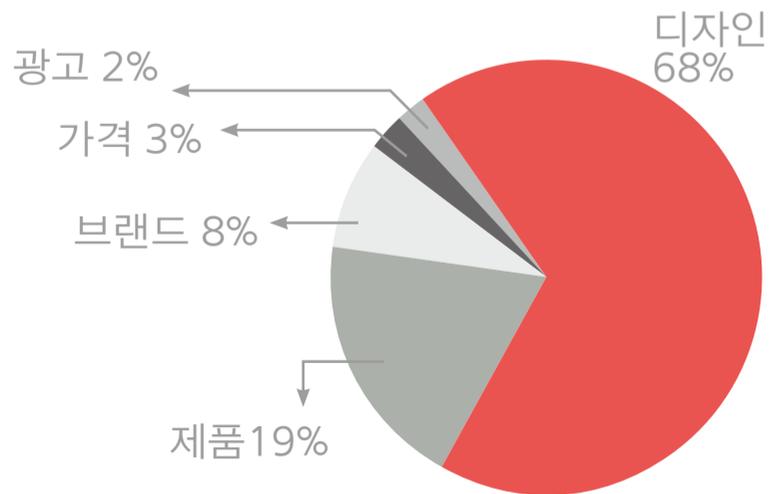


소비자 조사 결과

브랜드에 대한 소비자 조사를 진행한 결과, 브랜드 호감 이유 중 '디자인이 좋아서'라는 소비자 응답이 가장 높은 비율인 68%를 기록하였습니다. 이는 일룸의 디자인경영이 고객에게까지 전달되어 체감하고 있다는 증거입니다.



'일룸' 브랜드 호감도



'일룸' 브랜드 호감 이유

기업이 속한 국내외 해당 시장에서의 경쟁력

자체 디자인 조직을 운영함으로써
고객 니즈에 최적화된 제품을 개발하여
제품 차별화 실현

자체 디자인
경쟁력

Made in Korea

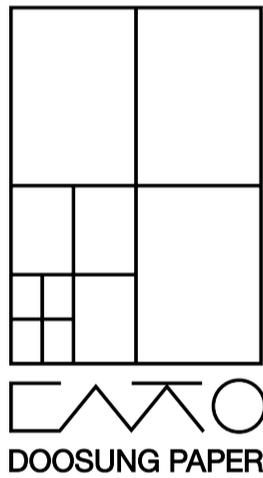
고객 중심
서비스

국내 직접 제조 기반의 생산 관련한
전체 프로세스를 관리하는
그룹 통합 관리시스템을
활용한 시너지 창출

제품과 공간 활용에 대한 전문적인 제안과
디지털 서비스 제공에 대해 체계적인
매뉴얼화를 통한 앞선 서비스 제공

제 17 회 대한민국디자인대상

디자인경영부문
국무총리표창
두성종이



차 례

C E O 메 시 지

기 업 소 개

디 자 인 경 영 전 략

디 자 인 경 영 활 동

디 자 인 경 영 성 과



CEO 메시지



두성종이 주식회사
대표이사 이해원

‘종이를 통한 문화 창달과 사람을 섬기는 경영’이라는 두성종이의 창업 정신은 현재 우리가 지향하는 디자인경영의 근간이 되었습니다.

30년이 넘는 두성종이의 존립과 지속적인 성장은 못사람과 사회를 생각하는 창업 정신이 밑바탕 되었기에 가능한 것이었습니다. 사람과 사회를 향한 기업의 사회적 책임은 두성종이에게는 선택이 아닌 태생적 숙명과 같은 일입니다.

두성종이는 2012년부터 더욱 구체적이며 실질적인 디자인경영으로 진일보하였습니다. 또한 두성종이는 사회 구성원 모두의 공동체적 가치추구를 위해 기업 이윤의 ‘새로운 환원’ 방법에 대한 연구와 실천을 시작했습니다.

설립 초기부터 시행해오던 종이 지원 등의 단순한 사회공헌에서 벗어나 교육 지원, 문화·예술공간 지원, 지식나눔 사업 등 다양한 계층의 이해관계자와 사회에 환원하기 위한 방법들을 모색하고 있습니다.

모든 조직과 임직원의 업무에 디자인경영적 관점이 자연스럽게 녹아들어 종이의 가치 발견과 사람 중심의 경영이라는 우리의 미션은 오늘도, 미래에도 지속될 것입니다. 두성종이의 지속적인 발전에 큰 힘을 보태어주신 각 층의 이해관계자 분들께 지면을 빌어 감사드립니다.

기업 소개



설립 및 기반다지기
이윤창출을 위한
시장 및 사업확장기
1982~2007

- 1982.10** 두성산업주식회사 설립
- 1991.09** 창립10주년 기념으로 세계의 종이문화를 한눈에 볼 수 있는
〈서울종이잔치1991 Seoul Paper Show〉 개최
- 1995.04** 〈환경보존용지전시회 Ecology Paper Fair〉 개최
- 1997.08** 곤지암 종합물류센터 준공
- 2002.08** 창립 20주년기념 〈20세기 포스터 100년전〉 개최
(세종문화회관미술관 / 24,000여명 참관)
- 2003.10** 본사 ‘페이퍼 갤러리’ 개관
- 2005.09** 인터넷 쇼핑몰 ‘지상낙원’ www.paperangel.co.kr 오픈
- 2007.10** 회사명을 ‘두성종이주식회사’로 변경

디자인경영
도입 및 1차 성과기
2008~2011

- 2008.01** FSC™CoC 친환경 인증 획득
- 2008.06** ‘도서출판 두성주식회사’ 출범
- 2008.10** PEFC™CoC 친환경 인증 획득.
국내 최초 FSC™CoC, PEFC™CoC 친환경 인증 동시획득
- 2009.09** ‘인더페이퍼’ 개관 (홍대지점 - 마포구 상수동)
- 2009.11** ‘두성종이 부설 디자인연구소 Doosung Paper Design Lab’ 설립
- 2010.02** ‘SCHOOL 인더페이퍼’ 포장교육부문의 학원설립인가

디자인경영 2차
성과 및 확장기
2012~2015 현재

- 2011.12** 두성종이 CI 변경(종이절수문양) 공표, 상표등록출원
- 2012.05** 두성종이 창립 30주년 기념 〈페이퍼 로드 / 紙的想像의 길
Reading Asian Culture on the Paper Road〉 개최
- 2014.01** 두성종이 지속성장을 위한 CSR컨설팅 & 프로그램 도입 운영
- 2014.06** ‘인더페이퍼 SHOP’ 홍대지점 을지로로 이전
- 2014.10** ‘인더페이퍼 갤러리’ 개관(본사 2층)
‘인더페이퍼 페이퍼 갤러리’ 오픈(본사 1층)

디자인경영전략

두성 디자인 정체성 확립으로 디자인경영의 클라이맥스를 열다

2007년부터 단계적으로 진행되어온 우리의 디자인경영은 창사 30주년(2012년)을 기점으로 전 영역에서 광범위하게 펼쳐집니다. 한·일 디자이너의 공동작업으로 개발된 새로운 CI를 시작으로 ‘명품 종이’만을 공급하는 유통회사에서 ‘종이의 가치를 생각하고’ 확대, 재생산하는 기업으로 도약합니다. 또한, 두성종이의 정체성을 더욱 견고히 형성하기 위한 홈페이지, 온라인 스토어, 갤러리, 캘린더 등 수백 가지의 디자인 작업물들이 두성디자인연구소를 통해 ‘두성다운’ 컬러와 형태, 이미지로 표현되고 있습니다.



종이업계의 리더로 자리매김하기 위한 새 경영 새 출발

설립 초기부터 지속적으로 시행해오던 종이 지원과 같은 단순하고 일방적인 사회공헌에서 벗어나 2007년, 디자인경영 도입을 시작으로 다양한 계층의 사람들과 사회에 환원하기 위한 방법을 모색해왔습니다. 2012년, 두성종이 30주년을 맞아 이제 우리는 종이와 관련한 지원에서 보다 영역을 확장하여 교육지원, 문화·예술공간지원, 지식나눔 사업 등 더욱 광범위한 형태의 사회환원을 실천하고 있습니다. 2015년, 디자인경영의 도착점에서 있는 지금, 우리는 다시 모두의 삶의 질을 높이기 위한 글로벌시대의 새로운 나눔의 방식에 대해, 장기적인 사회환원의 방법에 대해 고민합니다.

디자인경영활동

디자인경영의 중심에서 변화, 혁신을 주도한 두성디자인연구소

두성디자인연구소는 디자인경영의 하드웨어로 두성종이의 디자인체계 확립과 전반적인 리뉴얼 및 그래픽 정체성을 정립해나가는 등 모든 디자인사업을 총괄하고 있습니다.

인적, 물적, 교육, 시설·환경 등 디자인 경쟁력을 위한 투자 확대

유능한 전문디자이너의 지속적인 영입과 디자인기업 및 외부 디자인 단체와의 컨소시엄, 전시, 박람회 등의 꾸준한 참여 및 주최, 직원들에 대한 디자인교육까지, 디자인경영의 중심에서 두성의 변화를 주도하고 있습니다.



디자인경영활동

in the
PAPER

by DOOSUNGPAPER

GALLERY

디자인 교육과 교류, 문화생성과 공유의 장을 지원·운영

종이를 배우고, 종이로 이야기하고, 종이로 더 큰 감동을 전하는 일, 두성종이가 하고 있습니다. 종이 유통회사로서 당연히 해야 할, 종이가 필요한 곳에 종이를 지원하거나 학생들의 졸업작품을 지원하는 등 지금까지 매년 꾸준히 해오고 있는 일방적인 나눔을 이야기하는 것은 아닙니다.

종이 및 전시공간의 지원, 디자인교육 및 디자인서적 출판

우리는 종이와 디자인에 대한 배움이 필요한 이들을 위한 전문 디자인교육을 통해, 깊이 있는 디자인 탐험이 필요한 이들과의 지식공유를 위한 디자인 전문서적 출간을 통해, 전시 공간이 필요한 이들을 위한 공간 제공과 문화, 예술의 향유가 필요한 이들을 위한 전시 개최를 통해 기업의 사회환원의 범위와 역할을 넓혀가고 있습니다.



디자인경영활동

지구환경을 위해 친환경 경영을 실천하다

21세기의 화두가 녹색주의인 만큼 자연을 훼손하거나 공해를 일으키는 사업, 제품들이 점점 설 자리를 잃어가고 있습니다. 이러한 기업환경에서 두성종이는 친환경 종이들로써 녹색지향 기업들을 적극적으로 도우며 지구환경보호와 자원보존이라는 녹색주의 물결에 적극 동참해오고 있습니다.

종이의 원재료부터 생산, 가공, 유통, 소비까지 지구환경을 위한 새로운 종이, 지속가능 디자인을 추구하는 시대에 맞춰 국내 최초로 친환경 인증 프로그램인 FSC™ CoC와 PEFC™ CoC를 동시 인증, 취득했습니다. 이를 계기로 본격적인 에콜로지 페이퍼 개발과 유통을 시작, 2007년부터 2015년 현재까지, 전체 유통종이 중 환경종이의 비중이 28%로 2020년까지는 환경종이의 점유율을 50%까지 끌어올린다는 계획 아래, 사람과 자연을 위한 친환경경영을 실천하고 있습니다.



디자인경영성과

in the
PAPER

by DOOSUNG PAPER

PAPER
SHOP

가장 가까이, 가장 빠르게 종이의 가치와 서비스를 전하다

급변하는 종이시장의 변화 속에서도 우리는 체계적이고 구체적인 장·단기 디자인경영 전략을 마련하여 실행, 경영, 마케팅, 고객서비스, 사회환원 등 다방면에서 업무 효율화와 자체 경쟁력 강화, 고객 서비스 증대라는 기대 이상의 성과들을 이루어냈습니다.

특히 디자인경영의 혁신적인 성과로 손꼽히는 인더페이퍼 갤러리, 인더페이퍼 숍, 스쿨 인더페이퍼, 인더페이퍼 페이퍼갤러리, 한지사업 프로젝트, 도서출판 두성 등이 더욱 차별화, 특성화되면서 종이업계 최고의 서비스를 제공하는 한편, 향후 전개될 디자인경영의 큰 추진력이 되고 있습니다.

새로운 종이를 만나기 위해 매년 본사까지 방문해야 했던 고객들의 편의를 위해 2014년 6월, 1년여의 준비 끝에 우리는 을지로에 인더페이퍼 숍을 확장, 이전하여 오픈합니다.

종이 이용 고객의 니즈를 파악, 종이 상담부터 구매, 출력 및 제본시스템, 갤러리 대관을 통한 전시 및 세미나 개최, 커뮤니티 공간 제공 등 한 곳에서 원스톱으로 모든 작업이 가능하도록 구성했습니다. 이처럼 디자이너들의 유동이 많은 을지로에 자리잡음으로써 을지로의 핫플레이스로 주목받은 인더페이퍼 숍은 전문 디자이너부터 관련 학생, 인쇄 포장출력관련 종사자, 그리고 특수한 종이를 찾는 고객들까지 하루 최대 500여명이 방문하고 있습니다.



디자인경영성과

비좁던 공간의 확장이 문화·예술의 확산으로 이어지다

본사에 위치해 있던 숲이 을지로로 이전·통합되면서 약 430㎡의 공간을 전시 및 소통과 나눔의 공간으로 새롭게 디자인하였습니다. 전시를 위한 조명 감도부터 작품이 놓일 벽과 플로어 구성, 관람객의 동선을 고려한 구조 설계까지, 리모델링의 모든 포커스를 오직 디자이너와 전시에 맞춰 기획했습니다. 마침내, 2014년 10월 ‘인더페이퍼 갤러리’라는 정식 명칭을 부여받고 세상에 그 모습을 공개합니다.

디자이너와 전시만을 위한 공간 문화·예술의 확산과 공유의 실현

현재 인더페이퍼 갤러리는 디자이너들과 아티스트들의 작업·전시공간이자 종이를 이용한 놀이 공간, 모두의 생각과 이야기가 오가는 열린 복합문화·소통의 공간으로 종이를 통한 재미와 휴식, 문화·예술 공유 공간으로 활용되고 있습니다.

in the
PAPER

by DOOSUNG PAPER

GALLERY



종이의 판도라를 열다 수천의 종기와 마주하다

우리는 2년여의 시간 동안 해외 종이시장을 수차례 방문, 조사, 국내에 소개된 적 없는 각각의 종기들에 대한 생산방법과 적합한 용도 및 쓰임새까지를 모두 파악하여 현재까지 3천점 이상에 달하는 세계 각국의 종기를 수집했습니다.

해외 유명 종이전시·소개·체험을 위한 한국의 종이뮤지엄

‘인더페이퍼 페이퍼 갤러리’에서는 누구라도 재질과 색상, 질감 등이 서로 다른 수천 종의 종기들을 직접 보고 만지며 경험할 수 있습니다. 또한, 해외 디자인 제작물도 함께 전시하여 디자이너들에게 새로운 디자인 경험과 함께 디자인의 흐름, 세계 종이 시장의 흐름을 가늠할 수 있도록 정보제공 역할까지 하고 있습니다.

디자인경영성과



SCHOOL in the **PAPER**
by DOOSUNG PAPER

종이를 위한, 모두를 위한 교육서비스를 시작하다

두성종이의 가장 자신있는 사회공헌, 그것은 교육입니다. 디지털 시대를 사는 이들에게 종이 담고 있는 재미와 아날로그적 감성의 표현, 다양한 쓰임과 용도까지 더 많은 이들과 공유하자는 생각에서 우리는 오래 전부터 종이전문교육 및 디자인교육을 준비해왔습니다.

종이를 모티브로 한 디자인 이론 및 전문기술교육 실시

패키지 전문가 및 교사진을 구성하여 독특한 강좌와 커리큘럼으로 본격적인 교육서비스를 시작, 학생에서부터 주부, 전문 디자이너까지 갈수록 수강생의 폭이 다양해지고 있습니다.

우리의 정신과 전통이 깃든 한지, 투자와 연구, 개발로 세계에 내놓다
한지를 살리다 문화를 되살리다

두성종이는 우리의 한지를 널리 알리고 세계화하는데 앞장서고자 다년간 국내 한지 시장조사에 주력하여 마침내 2012년 8월, 두성종이 한지 종합브랜드 '인의예지'를 출시하였습니다.

한지의 맥 잇기 및 가치 전파, 두성종이의 또다른 사회공헌의 방식

오랜 역사 속에서 어렵게 그 명맥을 유지해오고 있는 우리 한지와 한지문화의 확산을 위해 두성종이는 한지 개발·생산에 대한 지속적인 투자를 아끼지 않고 있습니다. 또한 안정적인 한지 양산체계 구축을 통해 폭넓은 종류의 한지를 생산함으로써 우리의 역사와 전통이 담긴 자랑스러운 한지를 세계에 알리는데 더욱 주력하고 있습니다.

참좋은 우리한지

仁義禮智

 인의예지



제 17 회 대한민국디자인대상

디 자 인 경 영 부 문

산업통상자원부장관표창

대 상



차 례

C E O 메 시 지

기 업 소 개

디자인경영전략

디자인경영성과

디자인경영비전



KOREA DESIGN AWARD

CEO 메시지



대상주식회사
대표이사 명형섭

고객 감동 경영을 실천하는 기업 고객과 함께 미래를 여는 최고의 글로벌 기업을 만들어 가겠습니다.

저희 대상주식회사는 순수 국내자본과 기술로 창업하여 지난 60년간 국민들의 변함없는 사랑을 받아온 전통식품회사로 발효조미료 ‘미원’, 종합식품 브랜드 ‘청정원’, 건강제품 브랜드 ‘대상웰라이프’ 등 건강하고 깨끗한 제품 출시를 통해 최고의 맛과 품질을 추구하며 국내 식품문화를 선도하고 있습니다.

전분당과 바이오 사업 등 세계적인 제품 경쟁력을 갖춘 핵심사업을 통해, 세계적인 기업들과 어깨를 나란히 하는 글로벌 기업으로 성장해 나가고 있습니다.

대상주식회사는 ‘국내 최초의 해외플랜트 수출’을 이루어낸 저력을 바탕으로 인도네시아와 베트남을 비롯한 동남아시아에 진출, 철저한 현지화 마케팅 전략을 펼치며 괄목할만한 성과를 이루어 내고 있으며, 시장을 확대하여 일본, 미국, 유럽 등 활발한 해외마케팅 활동을 통해 글로벌기업으로 성장해 나가고 있습니다.

고객의 작은 목소리에도 귀 기울이는 고객감동 품질구현으로 고객 여러분께 최고의 품질과 맛, 그리고 서비스를 제공하겠습니다. 최근에는 식품업계 최초로 고객의 소중한 의견을 기업경영활동에 신속하게 반영할 수 있는 ‘통합 VOD 시스템’을 체계화함으로써 적극적인 품질혁신을 이루어 나가고 있습니다.

대상 청정원에 대한 고객 여러분들의 변함없는 신뢰와 사랑에 감사하며, 앞으로도 아낌없는 조언과 격려를 부탁드립니다.

기업 소개

식품산업에서 디자인경영의 중요성

식품에서의 디자인

기능적 : 제품보호, 사용 편의성 증대
 마케팅 : 정보전달, 구매접점에서
 고객 감성 자극

안정성



감성

기능성

식품에 대한 소비자 니즈 중요도 분석

(2013 청정원 BEI조사)

제품측면 : 원료, 건강관련 속성 중요

커뮤니케이션측면 : 주목도, Package Design, 참신함

대상의 60년 = 소비자의 생활을 바꾼 혁신적 식품의 역사

기술력 중심의 제품력 중심주의에서 건강과 미식을 추구하는 시대를
 읽는 브랜드로 '디자인 경영' 중요성 인식

허기를 채우는 시대에서

한정된 재료로도 풍부한 맛을
 이끌어내 국민 모두가
 '食'을 즐겨 신체가
 건강해질 수 있도록 하자

1956 미원
 (60년 전)

건강한 먹거리가 중요해진 시대

우리의 발효 기술로
 맛있고 건강한 식품을 만들자

1996 청정원
 1997 햇살담은 자연숙성 간장
 2005 홍초
 2009 우리쌀 고추장, 카레여왕
 2013 원물간식, 고구마츄

건강+미식을 추구하는 시대

라이프스타일을
 풍요롭고 건강하게 하는 식품

2016 2016 NEW PRODUCT
 (60년 후)

디자인경영전략

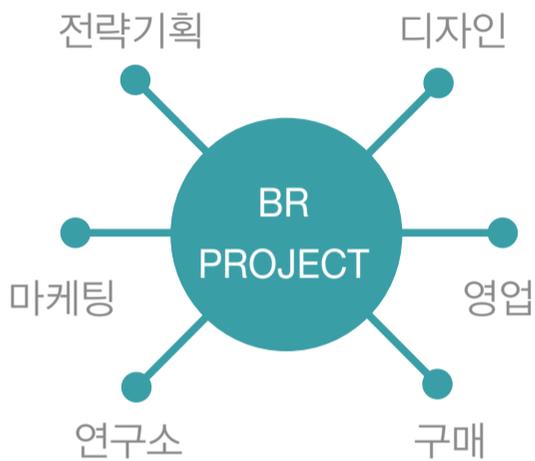
브랜드 리뉴얼 추진 (2013년)

배경

브랜드 이미지 장기추적 결과 경쟁사 대비 차별적인 포지셔닝 확보 미흡
 브랜드 이미지 노후화 감지

실행조직운영

전사 협의체 운영



실행

2013년 BR PROJECT (Brand Reinforcement)

BR PROJECT

1단계

브랜드 포지셔닝 재정립

브랜드 현황 점검

브랜드 원칙 구체화

2단계

디자인중심 브랜드 Creation

VI 리뉴얼

커뮤니케이션 전략 수립, 실행

브랜드 포지셔닝 재정립



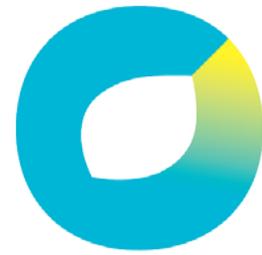
디자인경영전략



1996



2008



청정원

새로운 청정원 디자인중심 브랜드 Creation

새로운 청정원의 Brand Symbol은 청정원의 C가 서서히 확장되어 원의 형태를 이루는 형상으로 제품 하나 하나의 완벽함을 추구하는 'Food specialist- 청정원' 을 상징합니다

또한 심볼속의 숨은 메시지인 나뭇잎에는 '건강한 맛'을 실현하기 위한 청정원의 오리지인 '깨끗함'과 '정성'을 담았습니다.

청정원에서 연상되는 깨끗함, 신선함, 새로움을 Blue로 나타내고 고객의 마음에 감동으로 스며드는 청정원의 진정성은 Gradation Yellow로 표현하였습니다.

청정원 classic	청정원 smart	청정원 cuisine	청정원 fresh	청정원 essential	청정원 organic
한국전통식품	편의형 식품	서구식품	냉장·냉동식품	요리소재	유기가공식품
순창(장류)	홍초 츄앤시리즈	스파게티소스 드레싱	만두 냉동볶음밥	소금 유지류	유기농제품

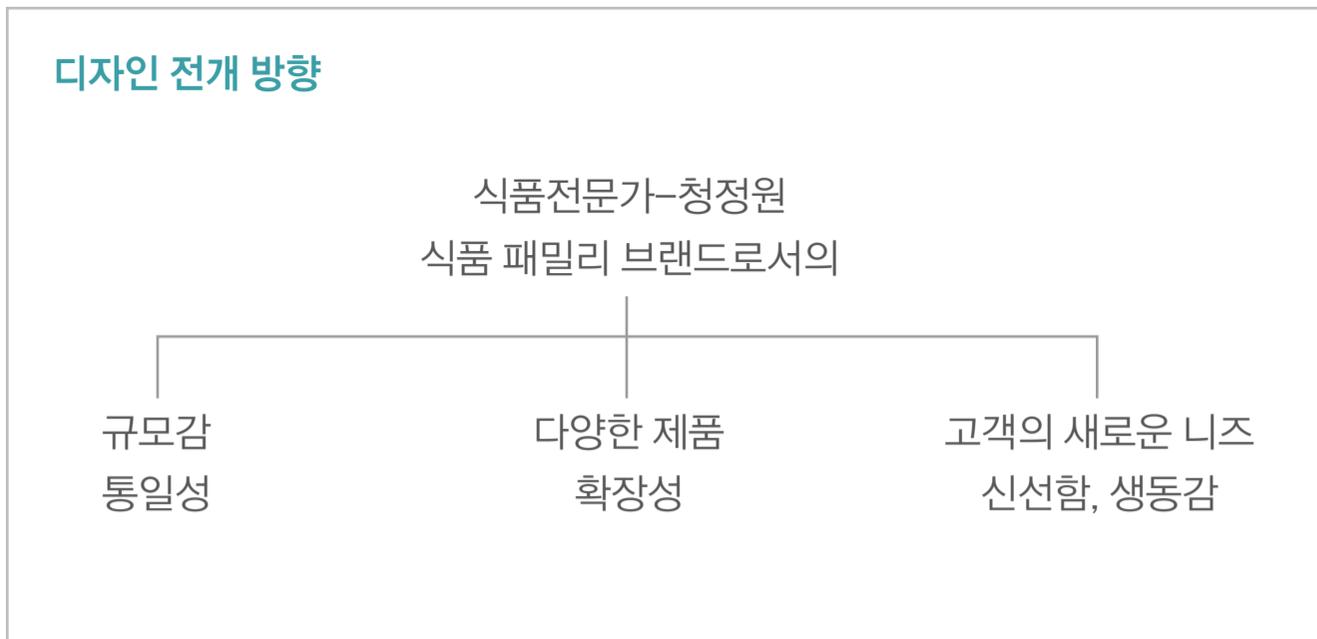
Single Brand - Multi Look

청정원의 새로운 Single Brand - Multi Look 구조를 통해 고객의 목소리에 귀 기울이고 다양한 니즈를 충족시키는 청정원의 모습을 상징했습니다.

국내 최대 식품 패밀리 브랜드다운 규모감과 자신감을 담아 '청정원'이라는 하나의 목소리로 커뮤니케이션 효율성을 높이고자 합니다.

디자인경영전략

디자인 전개 방향



청정원 전용서체

청정원 명조체는 친숙하고 부드러운 이미지로 주로 Classic, Essential 제품 패키지에 적용되고 있습니다.

청정원 고딕체는 대표 식품브랜드의 자신감을 담은 이미지로 주로 Fresh, Cuisine 제품 패키지에 적용되고 있습니다.



로열스파이스
고소한 마요네즈
올리브유

청정원 명조 Regular

태양초 찰고추장
양조간장
100%갯벌천일염

청정원 명조 Bold



옥수수 수염차
블루베리드레싱소스
유기농수라당면

청정원 고딕 Regular

미니소프트케익
국내산한우
손맛살린 통살산적

청정원 고딕 Bold

디자인경영성과

대표 제품 이미지

청정원 Classic



고추장, 간장



프리미엄 간장

청정원 Smart



홍초



원물간식

청정원 Cuisine



스파게티소스



양념장

디자인경영성과

대표 제품 이미지

청정원 Fresh



냉동 볶음밥



냉동 산적류

청정원 Essential



소금류



유지류

청정원 Organic



유기농 라인



유기농 라인

디자인경영성과

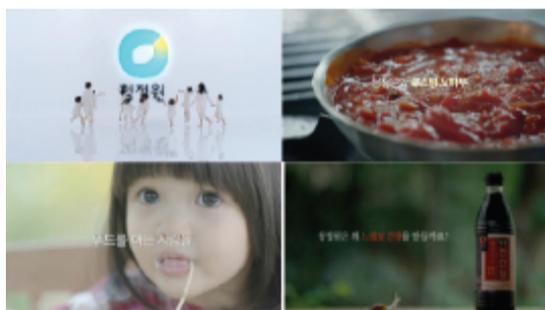
디자인 확장 적용 사례

청정원 브랜드
PROMOTION



새로운 청정원을 알리기 위한 노력

TVCF



2013년



2014년

BTL 캠페인
청정원의 수상한 시식



온라인 바이럴 영상
세상에 단 하나뿐인 나의 얼굴이
들어간 청정원 제품 받기 이벤트
(2013년)



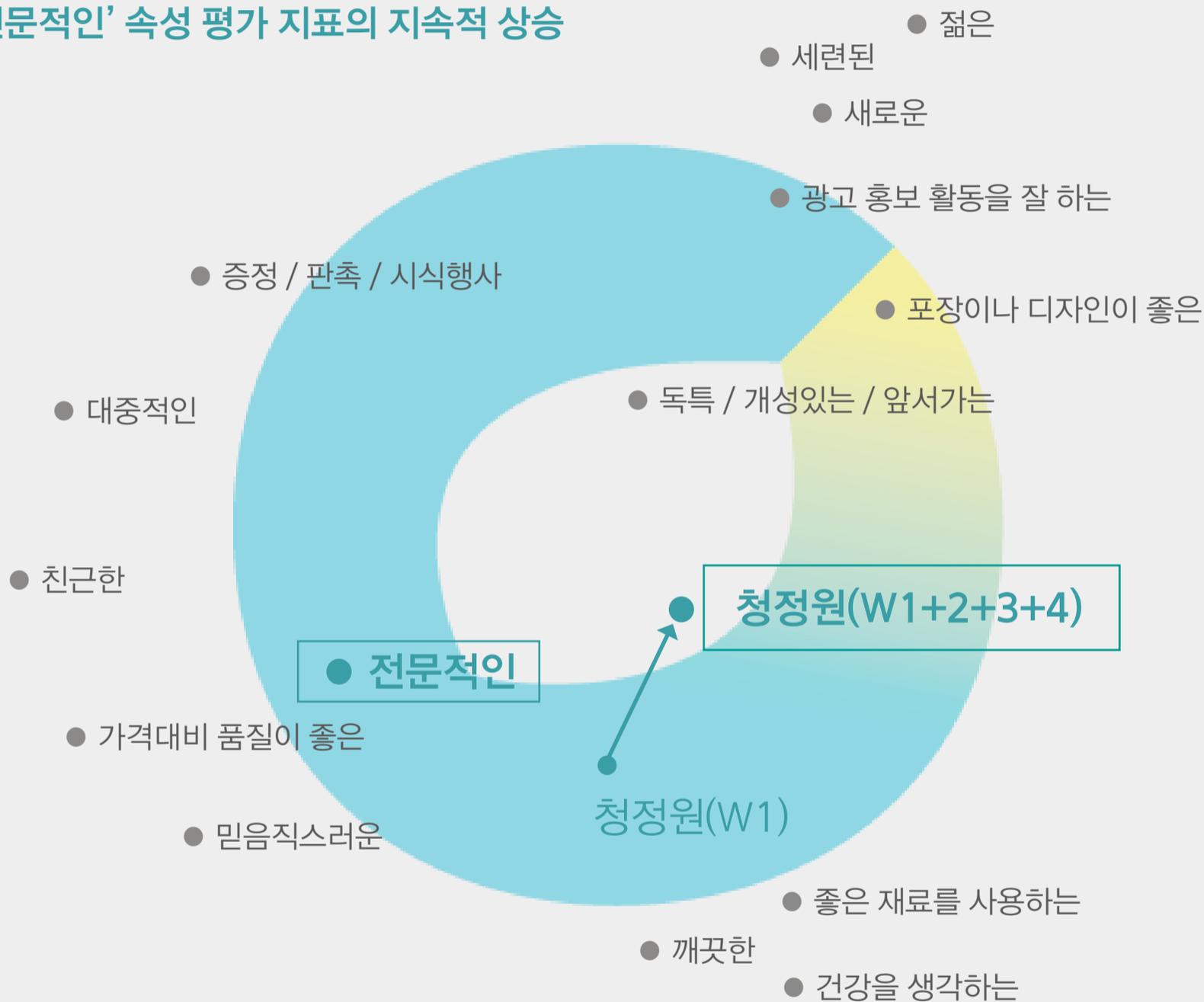
디자인경영성과

리뉴얼 전략

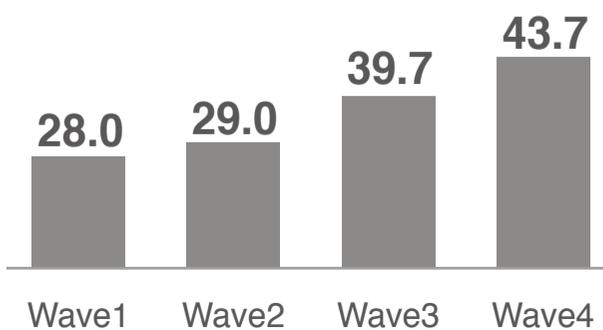


브랜드 포지셔닝 변화

‘전문적인’ 속성 평가 지표의 지속적 상승



청정원의 ‘전문적인’ 속성평가 Top2



2014년 광고효과 조사결과

디자인경영비전

앞으로의 청정원 브랜드 경험 극대화

디자인을 통해 식품 카테고리 경계를 넘는 시도로 '식품전문가' 메시지를 확고히 하고 브랜드에 활력을 불어넣는 시도 지속

청정원 CREATIVE PRODUCT 프로젝트 - 노하우킷



온/오프라인 플랫폼을 통한 브랜드 경험 강화

Off line : 청정원 요리공방

쿠킹클래스 등

오프라인 행사 운영공간

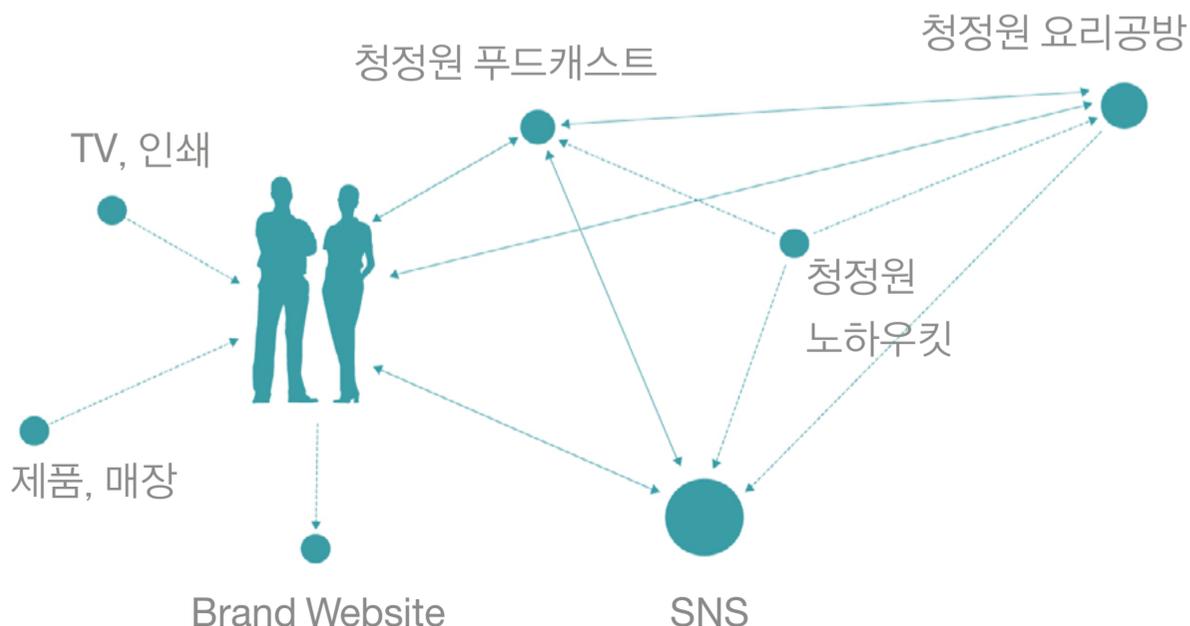
On line : 청정원 푸드캐스트

포털사이트 내 푸드노하우

동영상 콘텐츠



디자인경영을 바탕으로 청정원 브랜드 경험 확대



제 17 회 대한민국디자인대상

디 자 인 경 영 부 문

산업통상자원부장관표창

우 아 한 형 제 들

우아한
형제들

차 례

C E O 메 시 지

기 업 소 개

디자인경영전략

디자인경영비전

디자인경영성과



CEO 메시지



우아한형제들
대표 김봉진

경영하는 디자이너

우아한형제들은 세일즈나 마케팅을 넘어서서, 디자인적 사고구조를 조직 문화 속에 녹여내는 것을 목표로 하고 있습니다.

함께 만들어나가는 철학을 구성원 모두가 피부로 느낄 수 있도록, 디자인의 힘을 빌립니다.

가장 단순하게는 사무 공간에 놓이는 휴지통 하나, 벽에 거는 시계 하나부터, 재치 있는 문구를 넣은 필기도구, 구성원들이 모이는 카페테리아와 회의실의 인테리어까지, ‘조직 문화’라는 다소 모호할 수 있는 컨셉을 일관성 있게 시각화 해서 구현했습니다.

이를 통해 ‘우리는 이런 사람이고, 이런 서비스를 지향하고 있고, 이런 가치를 추구하고 있다’라는 구체적이고 명확한 메시지를, 구성원들이 매일 사용하는 공간 속에서 숨 쉬듯 자연스럽게 접하고, 공유할 수 있습니다.

도구로서가 아니라 DNA 그 자체에 녹아있는 디자인, 손에 잡히지 않는 것을 구체적이고 생생하게 보여주는 디자인, 조직 전체가 추구하는 방향성을 전달하는 디자인. 이것이 우리가 추구하는 디자인경영의 모습입니다.

기업 소개

- 2010
 - 06 _ 우아한형제들 설립
_ 아이폰용 어플 개발 및 배포
 - 11 _ 안드로이드 버전 출시
 - 12 _ 다운로드 50만건 돌파

- 2011
 - 02 _ 누적 다운로드 100만 돌파
 - 04 _ 본엔젤스 벤처캐피탈 투자 유치
 - 07 _ 누적 다운로드 200만 돌파
 - 11 _ 한국인터넷전문가협회 '2011앱어워드 생활서비스부문' 통합대상
 - 12 _ 코리아 모바일 어워드 SK플래닛상
_ 스포츠조선 선정 '2011 고객만족도 1위 상품' 선정

- 2012
 - 02 _ 실리콘밸리 투자 유치(알토스벤처스, 스톤브릿지캐피탈, IMM)
 - 03 _ 누적 다운로드 360만 돌파
 - 11 _ 바로결제 서비스 오픈
_ 대한민국 인터넷대상 국무총리상 수상
_ 누적 다운로드 500만 돌파
 - 12 _ 월간 주문량 200만 건 돌파

- 2013
 - 04 _ 누적 다운로드 600만건 돌파
 - 05 _ 2013 구글 I/O 참가(국내 스타트업 중 최초)
 - 08 _ 누적 다운로드 700만 돌파
 - 11 _ '우아한형제들'산업체 병역특례 업체 선정
_ 누적 다운로드 800만 돌파
 - 12 _ 2013 KDA(코리아디자인어워드)아이덴티티 부문 수상

- 2014
 - 01 _ 2013년도 배달앱 방문자 수 1위
_ 2013년도 빛낸 스타트업 100 선정
_ 알토스벤처스, IMM, 스톤브릿지캐피탈, 사이버에이전트 등 국내외 주요 투자사로부터 투자 유치
_ 배달의민족X세바시 달력 수익금 전액 우유 안부 캠페인 기부
 - 02 _ 배달의민족 PC버전 배민닷컴 오픈
 - 03 _ 업계 최초 누적 다운로드 1,000만 건 돌파
 - 05 _ 모바일 사장님사이트 오픈, 바로결제 주문접수 앱 출시
_ 업계 최초 월간 순 방문자 수 200만 명 돌파
_ 월간 거래액 600억원 돌파
 - 07 _ 배달의민족 1차 TV광고 TVCF 명예의전당 등극
_ 누적 다운로드 수 1200만 돌파
 - 08 _ 업계최초 배달음식 환불제 도입

기업 소개

- 2014
- 09 _ 광고효과 무료측정 서비스 '전단지 콜멘트 서비스' 실시
_ 소상공인 매출증대 무료 컨설팅 서비스 '꽃보다매출' 실시
_ 소상공인 대상 '우리가게 CF' 무료 제작 서비스 실시
 - 10 _ 라인주식회사와 합작법인 '라인 브로스(LINE Bros.)' 설립,
_ '라인 와우(LINE WOW)' 서비스로 일본시장 진출
_ 2014 대한민국 광고대상 IMC, 인쇄매체 등 2개 부문 대상 수상
_ 대학생들이 뽑은 좋은 광고 대상 수상
_ 업계최초 월간 순 방문자 수 250만 돌파, 월 평균 주문수 360만 건
_ 누적 다운로드 수 1400만 돌파
 - 11 _ 세계적인 투자은행 골드만삭스 컨소시엄으로부터 400억 투자 유치
_ 한국광고홍보학회 선정 올해의 광고상 수상
_ 배민 고객센터 오픈
 - 12 _ 제 1회 대한민국 배달대상 개최
- 2015
- 01 _ 서울 영상광고제 'TVCF 어워드 2014' 그랑프리상 수상
_ 배달원 안전 운전 교육 캠페인 '민트라이더' 실시
 - 03 _ 소비자가 뽑은 좋은 광고상 수상
 - 04 _ 한국광고학회 '2014 올해의광고' IMC 부문 대상
_ 한국광고주협회, '소비자가 뽑은 좋은 광고상' TV 부문 수상
_ 2015 에피어워드 코리아 신제품 서비스 부문 금상,
_ 단기효과 부문 파이널리스트 수상
_ 월간 순 방문자 수 30개월 연속 업계 1위
 - 05 _ 주식회사 덤앤더머스 자회사로 합류(서비스명 '배민프레시'로 변경)
_ 누적 다운로드 1,800만 건 돌파
 - 06 _ 배민라이더스 정식 오픈
_ (주) 우아한청년들 설립
 - 07 _ 바로결제 수수료 0% 인하
_ 경찰청과 오토바이 안전운전 캠페인 협약
 - 08 _ 가맹업소 원산지 표시 실시
 - 09 _ '배민프레시' 공식 오픈
 - 10 _ 2천만 다운로드 돌파
_ '상생협력부문' 최우수상 수상
 - 11 _ 2015 대한민국 광고대상 라디오부문 대상, 통합미디어 부문 금상
_ 2015 대한민국 디자인대상 산업통상자원부 장관 표창
 - 12 _ 구글플레이스토어 올해의 앱 2년 연속 선정
_ 월간 순 방문자 수 37개월 연속 1위

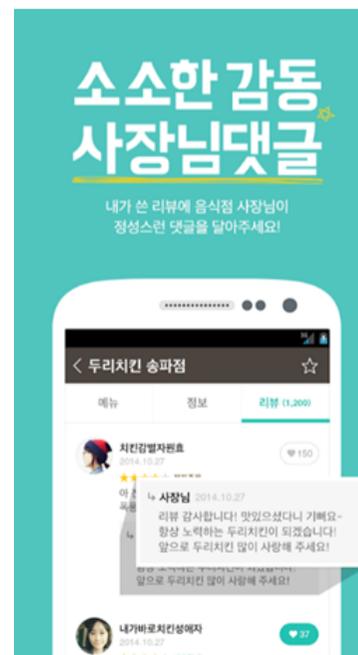
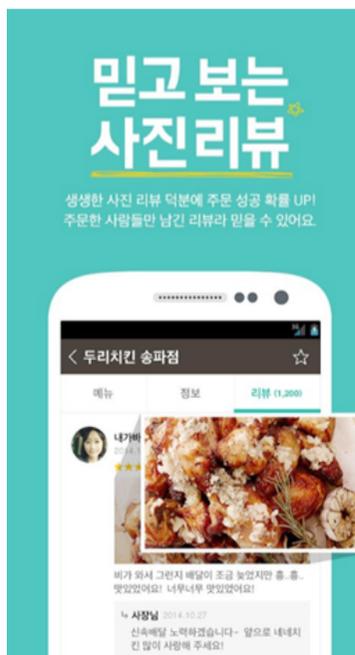
디자인 경영 전략

우아한형제들은 2010년 6월 서비스를 시작한 배달의민족을 시작으로 ‘정보기술을 활용하여 배달산업을 발전시키자’라는 캐치프레이즈 아래 배달 문화를 바꿔가고 있습니다.



2015년부터는 ‘좋은 음식을 먹고 싶은 곳에서’라는 새로운 비전을 바탕으로 음식분야에 물류시스템을 접목한 신선식품정기배달서비스 ‘배민프레시’와 배달대행서비스 ‘배민라이더스’와 함께 푸드테크(음식과 IT서비스의 결합) 산업을 이끌어 가고 있습니다.

배달의민족은 사용자의 가장 가까운 위치에 있는 배달 음식점들의 메뉴, 가격은 물론 음식점의 평가를 확인할 수 있고 결제까지 할 수 있는 음식 주문 배달 플랫폼입니다.



디자인경영비전



대한민국을 대표하는 배달의민족으로서, 우아한형제들의 정체성에는 우리 고유의 문화, 언어유희, 장난스러움과 즐거움, 그리고 실험 정신이 내포되어 있습니다.

디자인 중심의 사고를 활용

기존의 서비스 영역을 뛰어넘는 보다 큰 사고와 관습의 확장을 목표로 하고 있습니다. 앞으로도 우아한형제들은 그 누구보다 ‘배달의민족’다운 제품, 서비스와 문화로 ‘우리가 어떤 민족인지’에 대한 유쾌하고 공감 가는 메시지와 도전을 이어갈 것입니다.



우아한형제들은 이 모든 것을 관통하는 키워드인 ‘한글’에 배달의민족다운 정체성을 담아 전파해 왔습니다. 민족 고유의 유머러스함을 녹여낸 한글 서체 ‘한나체’, ‘주아’, ‘도현체’를 만들어 무료로 배포하고 있습니다.

디자인경영비전



흰 바탕에 위트 있는 문구를 담은 배달의민족 브랜드 제품은 '배달의민족 한나체'로 만들었습니다. 다른 디자인 요소는 과감히 생략하고 한글의 아름다움을 살려 디자인한 것이 특징입니다.

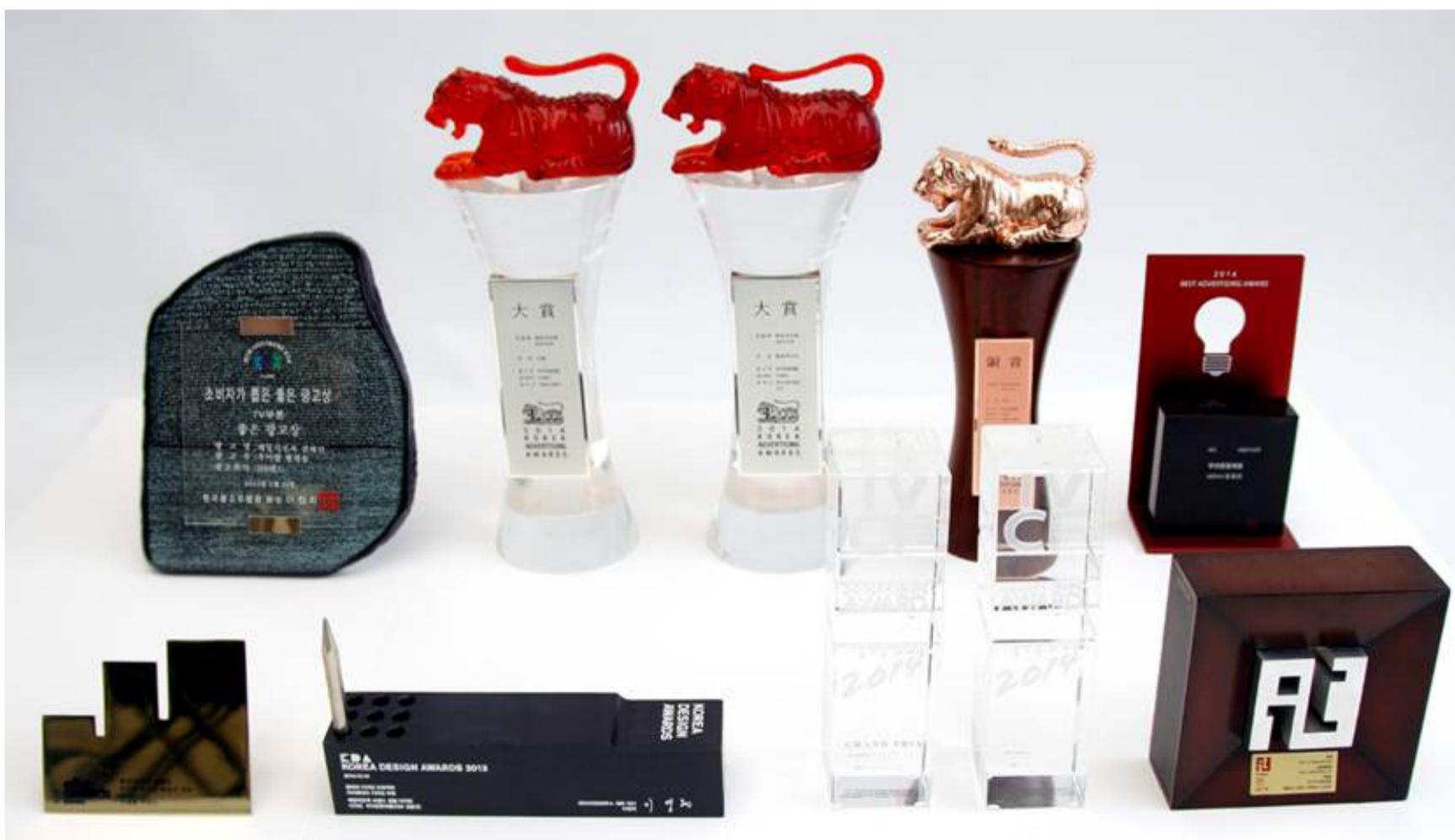
그동안 디자인이 성장의 새로운 동력을 위한 각광을 받았다면, 우아한형제들은 디자인의 일반적 역할과 영역 그 너머로 디자인의 지평을 넓히려 합니다. 브랜드제품 수익금의 10%는 홀로 지내시는 저소득층의 어르신들을 위해 기부됩니다.



다양한 디자이너들과 한글의 패션적 활용과 디자인적 가치를 제고하는 '배민의류' 콜라보레이션

디자인 경영 성과

- 2012** 대한민국 인터넷 대상, 국무총리상
스마트앱어워드, 생활편의부문대상
대한민국 TV 앱 이노베이션 대상, 장려상
- 2013** KDA코리아 디자인어워드, 아이덴티티부문 수상
- 2014** TVCF GRANDPRIX, 네티즌이 뽑은 광고상
Best Advertising Award 올해의 광고상, IMC부문 대상
대한민국 광고대상, 통합미디어부문 대상
대한민국 광고대상, 옥외광고 동상
대한민국 광고대상, 인쇄부문 대상
대학생이 뽑은 좋은 광고 대상
제23회 소비자가 뽑은 좋은 광고상 TV부문 수상
IT어워드, 광고&프로모션 디자인 수상
스마트앱어워드, 특별대상
- 2015** 서울 영상광고제 'TVCF 어워드 2014' 그랑프리상 수상
에피어워드 코리아 신제품 서비스 부문 금상, 단기효과 부문 파이널리스트 수상
한국광고주협회, '소비자가 뽑은 좋은 광고상' TV 부문 수상



제 17 회 대한민국디자인대상

디 자 인 경 영 부 문

산업통상자원부장관표창

엑스포디자인
브 랜 디ング



차 례

C E O 메 시 지

기 업 소 개

디자인경영비전

디자인경영전략



CEO 메시지



엑스포디자인브랜드
대표이사 정석원

세상을 움직이는 디자인
마음을 사로잡는 브랜딩

오늘날 우리는 기술과 인간이 만나고, 과학과 예술이 만나 새로운 가치를 창조하는 융합의 시대를 살아가고 있습니다.

엑스포디자인브랜드는 단순한 디자인 회사를 탈피하여 다양한 영역을 융합하는 <지식창조 전문회사>로 변화하고 있습니다.

엑스포디자인브랜드는 인문학적 소양과 디자인 경영 마인드를 갖춘 융합형 인재를 중심으로 브랜드 네이밍에서부터 브랜드 디자인, 브랜드 컨설팅, 브랜드 마케팅, 브랜드 스토리텔링에 이르기까지 브랜딩의 전 영역을 아우르고 있습니다.

엑스포디자인브랜드는 신사옥 건립과 브랜드 뮤지엄, 브랜드 스쿨 등을 통하여 브랜드 개발과 교육, 전시, 사회공헌 활동을 유기적으로 통합한 국내 유일의 브랜딩 전문회사로 자리매김 하였습니다.

엑스포디자인브랜드는 실질적이고 합리적인 가치를 제공해 드립니다. 저희는 신기루 같은 브랜드보다 손에 잡히는 브랜드를 보여드리고자 노력하고 있습니다.

엑스포디자인브랜드는 성장을 향한 도약의 길에 늘 여러분과 함께하는 따뜻한 동반자가 될 것을 약속드립니다.

기업 소개



- 1994** CI 전문회사 엑스포디자인연구소 설립, 대통령 표창 _총무처
- 1997** 산업디자인전문회사 자격 취득, <CI EXPO 1997> 개최 _포스코센터
<통일한국 상징전> 개최 _포스코센터
- 1998** <싱가폴 국제 디자인포럼> 참가 _싱가폴 종합전시장
<창업디자인박람회> 개최 _서울시홍보관
- 1999** <지자체캐릭터전> 개최 _예술의전당
<문화상징캐릭터전> 개최 _예술의전당
- 2001** 중소기업 신지식인 선정 _중소기업청
- 2004** TOP디자인전문회사 선정 _한국디자인진흥원
<BRANDEX 2004> 온라인 전시회개최
- 2005** <LOGO 그래픽전> 개최 _헤이리예술마을
- 2006** TOP디자인전문회사 선정 _한국디자인진흥원
2006 SUCESS DESIGN 선정 _한국디자인진흥원
- 2007** 주식회사 엑스포디자인브랜딩 법인전환
디자인컨설팅 최우수 프로젝트 상 _(재)서울디자인센터
- 2009** ISO 9001 인증, ISO 14001 인증, 기업부설 공공디자인연구소 설립
<서울디자인올림픽> 전시 참가 _잠실종합운동장
- 2010** 2010 우수디자인전문회사 선정_한국디자인진흥원
2010 대한민국공공디자인대상 최우수상 수상
(국립공원 둘레길 BI 및 사인시스템)
2009 국제공공디자인대상 우수공공디자인 선정
(전라북도 도시브랜드 / 부천시 도시브랜드)
- 2011** 2011 우수디자인전문회사 선정 _한국디자인진흥원
2011 GOOD DESIGN 선정 _지식경제부
(2011 세계자연보전총회 WCC 브랜드아이덴티티)
- 2012** 2012 우수디자인전문회사 선정 _한국디자인진흥원
도시브랜드디자인 특별전시회 개최_서울디자인지원센터
- 2013** 2013 우수디자인전문회사 선정 _한국디자인진흥원
메인비즈 인증 _중소기업청
- 2014** 창사20주년 기념행사 개최
2014 우수디자인전문회사 선정 _한국디자인진흥원
[디자인콘텐츠페스타WOW] 국제 컨퍼런스 및 전시회 개최
올림픽브랜딩연구소 [OXE] 설립 _미국 샌프란시스코
- 2015** 2015 우수디자인전문회사 선정 _한국디자인진흥원
2015 대한민국디자인경영대상 _산업통상자원부
2015 GOOD DESIGN 선정 _산업통상자원부
(2016 세계친환경디자인박람회 티)

기업 소개

엑스포디자인브랜딩은 오랜 시간 동안 축적한 노하우와 다수의 프로젝트를 통해 쌓아온 역량을 바탕으로 유수의 기업 및 국가기관의 정체성을 확립하고 클라이언트의 새로운 이미지 구축을 위해 노력하는 브랜딩 전문회사입니다.

시대와 고객이 요구하는 정체성 수립을 위해 새로운 변화와 도전을 추구하였으며, 단편적이고 근시안적인 접근보다 종합적이고 장기적인 시각을 견지해 왔습니다. 엑스포디자인브랜딩은 세상을 움직이는 디자인, 마음을 사로잡는 브랜딩의 실천을 위하여 지속적으로 노력하고 있습니다.

엑스포디자인브랜딩은

‘나무’보다는 ‘숲’을 바라보는 브랜딩 전문가들입니다.

엑스포디자인브랜딩은 브랜딩과 디자인이라는 주요 사업 영역 외에도 다양한 사업을 전개하고 있으며, 특히 디자인산업의 성장에 밑거름이 될 수 있는 실무형 디자이너 인재 양성을 위한 다양한 교육사업을 전개하고 있습니다.

자사의 교육사업으로는 디자인 현업에 종사하는 다양한 전문가들의 세미나로 이루어지는 [브랜드 토크콘서트]와 실무형 디자이너 및 기획자 양성을 목적으로 한 [브랜드스쿨]이 있습니다.

지난해부터 2년간 연속 고용노동부와 한국산업인력공단이 주관하는 [스펙초월 디자인 멘토스쿨] 훈련 기관으로 선정되었으며 멘토스쿨 우수 운영 사례로 지정된 바, 디자이너 양성 교육에 자체 노하우와 역량을 보유하고 있습니다.

Business Area



Brand Consulting



Naming



Identity Design



Character Design



Signage Design



Marketing Promotion

디자인경영전략

엑스포디자인브랜딩은
지식창조 전문회사로의
새로운 도약을 꿈꿉니다

Business Vision

엑스포디자인브랜딩은 완벽한 X4 SOLUTION을 구축하여 고객에게 보다 높은 4배의 만족을 제공합니다.



Business Spirit



- THINK More 보다 깊게 생각하겠습니다.
- THINK Better 보다 나은 가치를 창조하겠습니다.
- THINK Different 참신한 시각과 독특한 발상으로 새로운 트렌드를 이끌어 나가겠습니다.



- EXcellent 최고의 품질로 최상의 만족을 드리겠습니다.
- EXpert 브랜딩 전문가로서 더 나은 내일을 향해 성장하겠습니다.
- EXtreme 무한의 열정으로 드넓은 세계를 향해 달리겠습니다.
- EXplore 끝없는 탐험정신으로 무한히 펼쳐진 창조의 바다를 향해하겠습니다.

디자인경영전략

엑스포디자인브랜딩의 경영 목표는 감동적인 브랜드 컨셉과 네이밍을 통해 많은 사람들에게 마음속 <울림>을 주는 것, 아름다운 디자인을 통해 <끌림>을 느낄 수 있도록 하는 것, 다채로운 콘텐츠를 통해 사업영역을 확장하고 소비자로 하여금 디자인 콘텐츠에 대한 기대감으로 <떨림>을 가질 수 있도록 하는 것입니다.

디자인을 통해 세상을 움직이고 고객의 마음을 사로잡을 수 있도록 디자인과 브랜드, 콘텐츠에 대한 연구 개발을 지속적으로 수행할 것입니다.

엑스포디자인브랜딩은

끌림과 울림 그리고 떨림의 디자인 경영 목표를 추구합니다.

‘끌림’

누군가 보고 싶다면, 그사람에게 묘한 끌림이 있기 때문입니다.
어딘가 가고 싶다면, 그 곳에 강한 끌림이 있기 때문입니다.
엑스포디자인브랜딩은 **끌림이 있는 디자인**을 생각합니다.

‘울림’

종소리가 멀리 퍼져가는 것은, 깊은 울림이 있기 때문입니다.
돌멩이 하나가 큰 파문을 일으키는 것은, 넓은 울림이 있기 때문입니다.
엑스포디자인브랜딩은 **울림이 있는 브랜드**를 생각합니다.

‘떨림’

심장이 뛰는 것은, 가슴깊이 떨림이 있기 때문입니다.
꿈을 향해 달리는 것은, 미래에 대한 떨림이 있기 때문입니다.
엑스포디자인브랜딩은 **떨림이 있는 콘텐츠**를 생각합니다.

엑스포디자인브랜딩의 사업 분야

디자인
서비스
사업

21년 동안 다수의 프로젝트를 통해 축적한 역량을 바탕으로 기업 및 기관의 아이덴티티시스템 구축을 위해 노력합니다.

디자인
콘텐츠 개발
사업

디자인 서비스 사업에서 벗어나 한 단계 발전된 형태로 자체적으로 진행하는 디자인 R&D 사업을 의미합니다.

디자인
전문인력 양성
사업

브랜딩 및 디자인 전문인력 양성 사업을 통해 예비 디자이너들이 실무형 인재로 성장할 수 있는 교육을 제공합니다.

디자인경영전략

브랜딩은 고객의 현황과 트렌드를 냉정하게 파악하고 경쟁사와의 차별점을 분석하여 자기다움을 찾는 것에서부터 시작합니다. 아름다운 디자인은 고객의 눈동자에 오래 새겨져 있게 하며, 전략적인 브랜딩은 고객의 마음에 오래 간직될 수 있게 합니다.

디자인 서비스 사업



한국문화재단 CI
Korea Cultural Heritage Foundation
CI·2014



사회보장정보원 CI
Social Security Information Service
CI·2015



우정사업본부 CI
Korea Post CI·2010



제주 지오브랜드 BI
Jeju GEO BI·2014



대통령기록관 MI
Presidential Archives MI·2015

디자인경영전략

디자인 콘텐츠 개발 사업

〈디자인 콘텐츠 개발 사업〉은 현재 엑스포디자인브랜딩이 새롭게 주력하고 있는 새로운 사업 분야로, 이는 세 가지의 범주로 나뉘질 수 있습니다. 기획 콘텐츠 사업·교육 콘텐츠 사업·전시 콘텐츠 사업입니다.



브랜드뮤지엄 * 비움

엑스포디자인브랜딩이 만든 국내 최초 브랜드 전문 뮤지엄. 브랜드 복합 문화 공간으로써 매달 진행되는 브랜드 토크 콘서트와 다채로운 디자인 콘텐츠 전시의 장소로 활용하며 고객과 브랜드에 대한 소통을 이루어 주는 공간입니다.

디자인 콘텐츠 페스타 WOW

2014년 엑스포디자인브랜딩의 창사20주년을 맞이하여 국제 컨퍼런스와 디자인 콘텐츠 전시를 진행하였습니다. 세계 리딩 디자이너들이 한자리에 모여 디자인 콘텐츠 산업의 가능성에 대해 의견을 공유할 수 있었던 이번 행사를 통해 디자인 콘텐츠 사업에 대한 새로운 청사진을 제시하였습니다.



디자인 콘텐츠 페스타



디자인경영전략

디자인 전문인력 양성 사업

디자인 분야는 이성과 감성을 같이 다루는 분야이기 때문에 디자인의 문제를 해결하는 기획자와 디자이너의 역량이 매우 중요합니다. 따라서 훌륭한 디자인 전문인력을 교육, 양성하는 것이 곧 디자인 전문회사로서 경쟁력을 갖추는 것이며, 디자인 산업 발전에 기여하는 역할이 될 것입니다.



브랜드 및 디자인을 주제로 참석자들이 자유롭게 의견을 공유하는 국내 최초 브랜드 전문 토크 콘서트입니다. 다양한 분야의 전문가와 비전문가들이 함께 모여 소통하고 교감할 수 있는 공감의 장입니다.



디자인경영전략



스펙초월 디자인 멘토스쿨 (2014~2015)

예비 디자이너들이 실무에 적합한 역량을 갖추 수 있도록 네이밍에서부터 디자인플래닝, 프리젠테이션, 브랜드 마케팅에 이르기까지 브랜드에 관한 모든 과정을 경험하는 커리큘럼으로 진행하였습니다.



브랜드워크샵 * 아하

<브랜드>라는 핵심 주제를 중심으로 미국 산호세 대학, 대전대, 충북대, 협성대, 극동대 등의 대학기관뿐만 아니라 LG 하우스시스, 중국 디자인기업 CEO 그룹 등 기업들과도 함께 워크샵을 진행하였습니다.



브랜드스쿨 * 키움

디자인과 브랜드 기획자를 양성하는 브랜드핵심인재 양성 프로그램으로 디자인을 더욱 설득력있게 만들어주는 기획 요소들에 대해 배울 수 있는 교육 커리큘럼으로 구성되어 있습니다.



일학습병행제 도입 및 실시

산업현장에서 요구하는 실무형 인재를 기르기 위해 기업이 취업을 원하는 청년 등을 학습근로자로 채용하여 기업 현장에서 장기간의 체계적인 교육을 제공하고, 교육훈련을 마친 자의 역량을 국가(또는 해당 산업계)가 평가하여 자격을 인정하는 제도입니다.

현재 3명의 학습근로자가 당사에 배치되어 국가직무능력표준 기반 아래 학습교육과 현장교육을 동시에 진행하고 있으며 교육과정 이수 후 산업계의 평가를 통해 해당 자격을 부여받을 수 있도록 제도를 실시함으로써 디자인 전문 인력 양성에 이바지하고 있습니다.

디자인경영전략

해외시장 진출 (중국, 미국)

세계와 자유 경쟁하는 시대에 정부 및 지자체, 중소기업과의 협력을 통한 글로벌 시장의 개척은 필연적입니다. 현재 디자인전문기업의 해외진출을 지원하는 한국디자인기업협회와 협업관계를 통해 중국 이우시로의 진출을 완료하였습니다.

현재 중국 현지 기업을 대상으로 브랜드 컨설팅, 네이밍, 아이덴티티 디자인 개발 프로젝트를 진행하고 있으며 한국디자인기업협회와 함께 중국 이우시에서 수행할 글로벌 디자인 교육사업을 구상 중에 있습니다.



트릭스 - 중국 이우시



중국 이우시의 [한국생활디자인센터]에 위치한 트릭스는 엑스포디자인브랜드의 글로벌 디자인 시장 진출을 위한 발판으로써, 소상공물류 및 유통의 중심지로 나날이 성장하고 있는 중국 이우시의 발전 가능성을 바탕으로 설립하게 되었습니다.

현재 글로벌 디자인 서비스 용역과 글로벌 디자인 전문인력 양성을 계획·추진 중에 있습니다.

올림픽브랜딩연구소 * OXE - 미국 샌프란시스코

미국 샌프란시스코에 위치한 올림픽 브랜딩 연구소 OXE는 올림픽 뿐만 아니라 엑스포를 비롯한 모든 국제 이벤트 디자인에 대한 통합적인 연구를 위해 설립되었습니다. 이를 알파벳 'O'와 'E'의 결합을 'X'로 디자인 함으로써 올림픽 디자인 연구에 대한 의지를 표현하였습니다.



제 17 회 대한민국디자인대상

디 자 인 경 영 부 문

산업통상자원부장관표창

영 림 임 업



영림임업주식회사

차 례

C E O 메 시 지

기 업 소 개

디자인경영활동

디자인경영투자

디자인능력개발관리

디자인경영성과



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

CEO 메시지

초심을 기억하며 더 좋은 제품,
더 새로운 서비스로 여러분의 마음 속 1등 기업이 되겠습니다.

영림은 1987년 창립 이래로 30여년 동안 수많은 경험과 노하우, 우수한 제품력을 바탕으로 대한민국을 대표하는 인테리어 내장재 전문기업으로 성장해왔습니다.

문을 열면 햇살처럼 따스한 사랑이 피어나고, 감각과 환경을 배려한 디자인으로 언제나 웃음소리가 끊이지 않는 공간을 만들고자, 지금 이 순간도 영림은 땀과 노력을 아끼지 않고 있습니다.

여러분! 21세기 글로벌 시대, 급변하는 시장은 우리에게 많은 변화와 도전을 요구하고 있습니다. 이에 영림은 과감한 연구와 투자를 통해 제품의 품질과 기능을 더욱 향상시켜 시장을 선도하는 인테리어 내장재 전문기업의 위치를 더욱 공고히 하고자 합니다. 이러한 영림의 미래를 향해 구성원 한명 한명이 열정을 다해 앞으로 나아가고 있습니다.



영림임업 주식회사
대표이사 황복현

기업 소개

공간이 예술이 되는 특별한 마법, 영림에서 시작됩니다

영림의 목표는 행복과 풍요로 가득한 아름다운 생활공간의 완성입니다. 이를 위해 원칙을 준수하는 정직성, 원천기술을 확보한 전문성, 고객 만족을 추구하는 자세, 그리고 끊임없는 혁신으로 대한민국을 대표하는 인테리어 내장재 전문기업으로 성장한 영림. 영림은 여기에 만족하지 않고 대한민국을 넘어 세계를 향해 달려가고 있습니다.

대한민국 대표 인테리어 내장재 전문기업 - 영림



영림임업주식회사

영림몰당·도어
영림스라일월
영림마루엔

영림임업은 1987년 창립 이래 30여년 동안 인테리어 내장재를 생산해온 전문기업으로, 세련된 디자인을 통해 아름다운 생활공간을 창조해 왔습니다. 몰딩, 도어, 천장재, 벽장재, 바닥재를 생산하고 있으며, 업계 최초로 디자인연구소를 운영하고 있습니다. 또한 매년 150여종의 신제품 출시를 통해 더 아름답고 편안한 공간을 창조하기 위해 노력하고 있습니다.

영림산업주식회사

영림데코몰딩
영림인테리어필름

영림산업은 공간의 피부라고 할 수 있는 인테리어 필름과 데코몰딩을 생산하고 있습니다. 다양한 패턴의 300여종 필름은 쾌적하고 감각적인 공간을 연출하며, 다양한 디자인의 데코 몰딩은 세련된 공간미학을 제안합니다. 예술적 감성의 추상 무늬, 원목 느낌의 우드 질감, 사실적인 메탈 질감 등 다양한 디자인을 통해 풍요로운 공간 연출이 가능합니다.

영림화학주식회사

영림프라임샤시

건강하고 편리한 공간창호 개발이라는 비전으로 성장해 온 영림화학은 PVC 천장재 사업을 시작으로 현재는 다양한 창호재 및 부자재를 생산하고 있습니다. 최고급 원자재를 사용하여, 더욱 튼튼하고 아름다운 창을 통한 밝은 세상을 보여드리기 위해 열과성을 다하고 있습니다.

기업 소개

영림의 역사는 대한민국 인테리어 내장재의 역사입니다

“아무도 가지 않아 불모지였던 인테리어 내장재 산업의 개척자 영림. 영림은 아름다운 공간이 아름다운 생활을 창조한다는 신념으로 지속적인 기술개발과 품질향상을 해왔습니다. 영림이 가면 길이 되었고, 영림이 살아있는 역사가 됩니다.”

- | | |
|--|--|
| 1987 회사설립, 본사공장 설립 | 2010 안산공장 설립, 제 5공장 설립 |
| 1997 제1공장 준공 | 2013 중앙일보 고객사랑, 브랜드 대상 선정
서울경제신문 한국품질경쟁력 우수기업 선정 |
| 2000 ISO, KS표시 인증획득
ISO 9001인증획득 | 2014 중국 법인 설립, 색채디자인대상
최우수상 수상 납세자의 날 모범납세자 선정 |
| 2003 제2공장 설립 | 중앙일보 소비자 선정 최고의 |
| 2004 제3공장 설립 | 브랜드 대상 선정, 인천 향토기업 선정 |
| 2007 디자인 연구소 설립 | |
| 2008 KS F 3109 인증획득 | |

기업 규모



제조공장

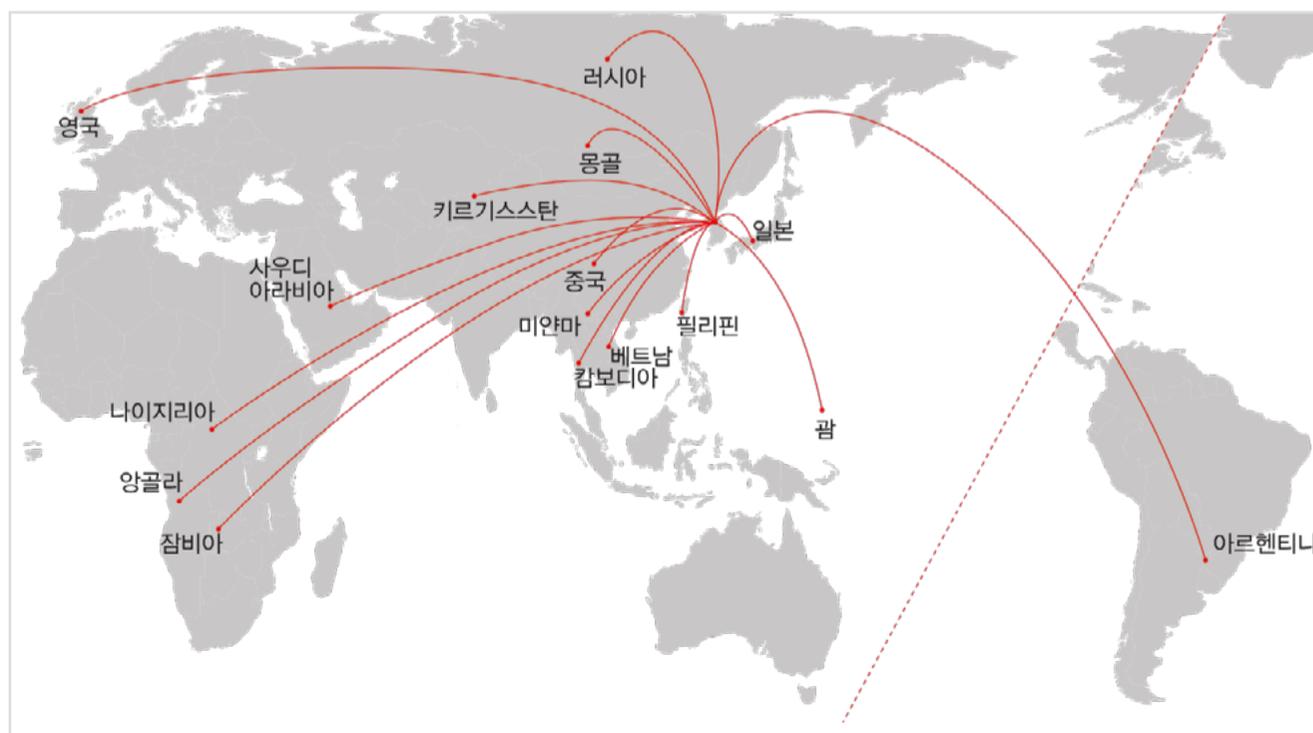
영림임업 제1공장
영림임업 제3공장
영림화학 제1공장
영림화학 안산공장
영림산업 제1공장
영림산업 제3공장

영림임업 제2공장
영림임업 안산공장
영림화학 제2공장
영림화학 석남공장
영림산업 제2공장

연구소

영림임업(주) 기업부설 연구소
영림화학(주) 기업부설 연구소
영림산업(주) 기업부설 연구소
영림산업디자인연구소
영림디자인연구소

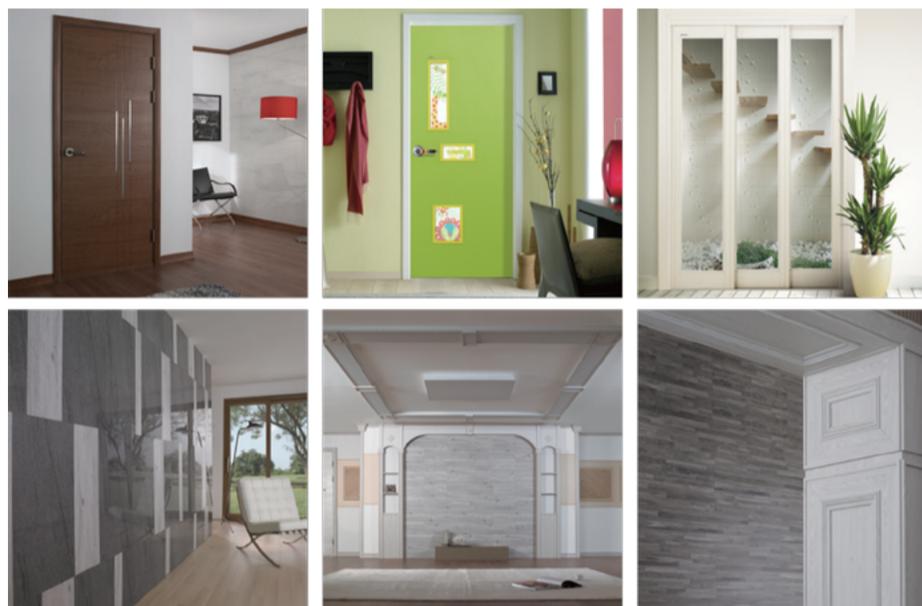
국제시장 진출



기업 소개

아름다움을 통해 행복을 창조하는 곳 바로 영림입니다

최고의 품질과 세련된 디자인으로 대한민국 인테리어 내장재 산업을 주도해 온 영림. 영림의 다양한 제품은 우리 생활 곳곳에 깃들여 공간이 곧 예술이 되는 아름다운 세상을 만들어가고 있습니다.



- 도어
- 아트월 & 등박스
- 욕실재
- 월판넬
- 몰딩
- 바닥재

CI & BI

영림임업의 CI는 자연과 환경, 실용성과 미를 추구하여 우리들의 삶을 풍요롭게 펼치고자 하는 의지를 담고 있으며, 이러한 회사의 이념을 영림의 영문 첫 글자 Y를 통하여 시각적으로 구현하고 있습니다.

두 개의 사각형은 현재 삶의 환경과 미래의 이상적 환경을 상징하며, 이 두 개의 완전한 조화를 통해 보다 밝은 사회를 이루고자 하는 의지를 함축적으로 표현하였습니다. 영림임업은 아이덴티티 구축을 통해 기업의 디자인문화를 정착하였고, 기업에서 생산되는 제품부터 서비스까지 일관된 이미지를 전달함으로써 국내를 넘어 국제 시장에서까지 경쟁력을 갖추 수 있게 되었습니다.



디자인경영활동

최고의 경쟁력을 갖춘 아름다운 기업을 실현합니다

인테리어 내장재 외길의 전문화 경영, 원칙을 준수하는 정직한 경영, 고객 만족을 넘어 기업 이윤의 사회 환원을 실천하는 윤리 경영은 영림을 지금의 자리까지 이끌어 온 핵심 가치입니다. 사람을 생각하고 상생을 도모하는 기업이 바로 영림이 나아가고자 하는 아름다운 기업의 모습입니다. 사람들에게 사랑 받는 기업으로 성장하는 꿈, 오늘도 영림은 그 꿈을 향해 큰 걸음을 딛고 있습니다.



Expertise 전문성으로 시장을 선도하는 기업



활발한
기술교류



R&D 강화



인재양성



디자인

R&D 강화 : 30여년에 걸쳐 노하우를 축적하고 끊임없이 혁신하며 이룩한 전문화의 결과

활발한 기술교류 : 다양한 분야의 자문교수 위촉 및 국내외 전문기업과의 기술교류를 통한 품질향상, 동종업계 발전 추구

전문 인재 양성 : 인재 양성 프로그램 및 청년 인턴십 프로그램 등을 통해 국내시장은 물론 글로벌 시장까지 선도하기 위한 역량강화



이윤의 대부분을 생산설비 개발에 재투자



자체 브랜드로 해외시장 진출

디자인경영활동

Honesty 원칙을 준수하는 정직한 기업



활발한
기술교류



R&D 강화



인재양성



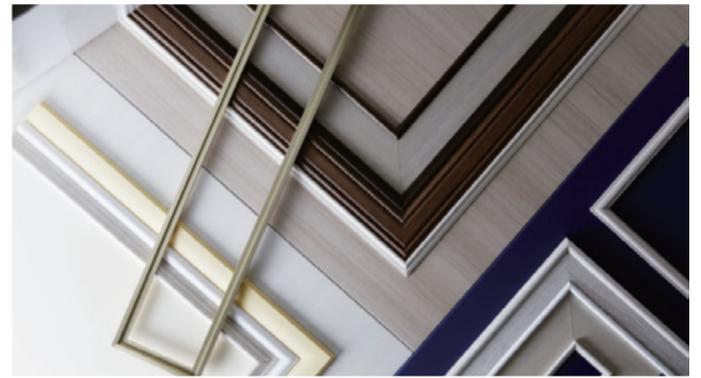
디자인

ONE-STOP 생산공정 : 원자재 입고부터 생산, 조립, 납품, 서비스까지

인증 획득 : KS, ISO 국제표준인증, 에너지 효율인증 등의 인증 획득을 위한 노력

책임 디자인 프로세스 : 작은 부품부터 포장재까지 정직한 원자재를 사용하는 것을 원칙으로, 디자이너가 원자재 선정부터 사후 관리까지

원칙 준수를 통한 신뢰 구축 : 디자이너, 영림 전직원, 소비자까지 그 자부심과 신뢰를 공유



만족을 넘어 감동으로 섬기는 기업



대리점지원



지역사회
복지



서비스



고객맞춤

적극적인 소비자 소통 : 신제품 발표회를 통한 객관적이고 소비자 친화적인 제품 개발, AS서비스를 통한 의견 수렴, 온라인, 오프라인 커뮤니케이션 활성화

주문제작 시스템을 통한 맞춤 제작 : 다양한 사이즈, 색상, 디자인 등 소비자 맞춤형 주문 제작 시스템

one-stop 주문 제작 시스템으로 신속한 납기 준수

고객 만족도를 최우선으로 하는 디자인 경영



디자인경영투자

디자인 관련 투자

사원 모두가 해당 분야의 전문가가 되자는 슬로건을 중심으로 전문화 교육에 지속적인 지원

중소기업으로서 업계 최초로 2007년 서울 디자인 연구소 설립

- 서울대 디자인학과와 산학연계 및 자문교수 구성
- 2015년 6월 현재 디자인 전문 인력 14명 구축
- 국내 최고 대학의 디자인 전공 졸업자를 신입사원으로 채용하여 맞춤 인재를 육성

디자이너 창의성 신장, 능력 향상, 업무 효율성을 위한 시설과 장비 투자

트렌드 조사와 디자인 선진화를 위한 매년 10회 이상의 해외박람회 탐방 및 참가



해외 박람회 참관



중국 빌드데코 박람회 참가

디자인 개발 시스템

다학제적 관점의 정보수집 및 활용 : 디자인 톡 프로그램으로 다양한 분야 전문가를 초빙하여 워크샵 진행 다양한 분야의 교수님들을 위촉하여 미래의 새로운 가치 발굴 다단계 품평을 통한 개발 프로세스

유연하고 민첩한 개발 : 각 부서와의 신속한 피드백을 통해 민첩한 개발로 시장환경과 트렌드 변화에 발 빠르게 대응 보고단계 최소화와 열린 소통으로 민첩한 개발 업무의 절반을 현장 소통과 부서별 협의에 투자 (전문가 협업 프로세스)

책임 디자인 프로세스 : 담당 디자이너가 기획-제품 개발-출시-홍보 (대리점별 전시장 디자인 및 카탈로그, 홈페이지 등의 홍보물 디자인)-사후관리(소비자 피드백) 등 개발 전 과정을 담당



교육 프로그램 진행



유연한 개발 시스템

디자인 능력개발 및 관리체계

미래 디자이너 인재 양성을 지역 사회와 국가발전에 기여



- 2015 대구 카톨릭 대학교 고교생 미술 실기대회
- 2014년 KBS '스카우트_디자인특화고' 인재 채용
- 2013~15년 밀라노 가구박람회 학생 참관 지원
- 2013~15년 파리 메종 오브제 학생 참관 지원
- 2014 IDC 주최 국제 디자인 문화 컨퍼런스 후원

DESIGN BEYOND IMAGE



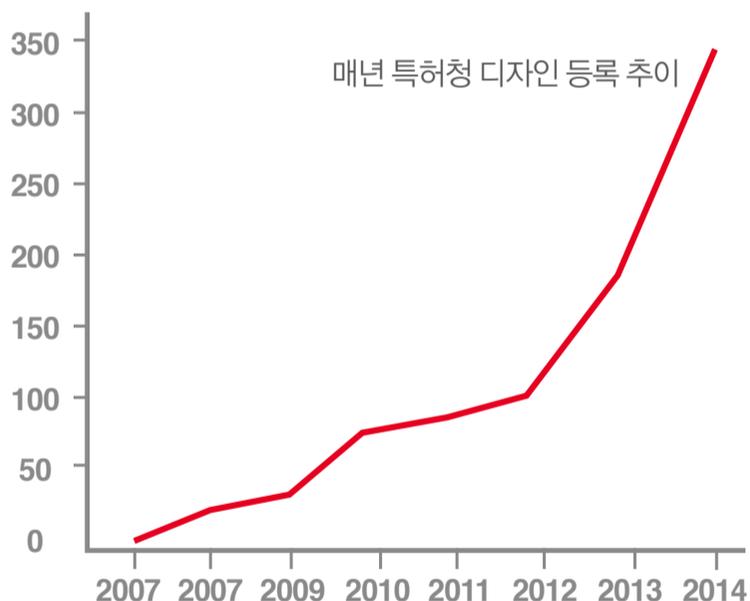
IDC 2014
INTERNATIONAL DESIGN CONFERENCE
DESIGN BEYOND IMAGE
DESIGN BEYOND IMAGE - 2014
INTERNATIONAL DESIGN CONFERENCE

인턴채용 : 매년하계,동계인턴채용으로인재양성

장학금 기탁 : 서울대학교 5천만원

중앙대학교 1억원, 한양대학교 5천만원 등

창조적 디자인 개발을 위한 디자인 보호 노력 : 매년 100개 이상의 제품을 개발하여 현재까지 1,168개의 상표 및 디자인을 출원하여 794개 특허청에 등록 새로이 출시되는 제품들의 상표등록, 디자인 실용실안 등록, 유사 디자인 등록 등의 활동을 통해 디자인 도용을 방지, 디자인 보호



디자인 설비 투자 및 디자이너 전문화 교육으로 맞춤형 인재 투자

제품 디자인 품질개선을 위한 NC, 도장, 레이저 등 기계설비에 아낌없이 투자. 제품 개발, 미래 시장 창출을 위해 이탈리아, 프랑스, 미국 등 세계 다양한 국가로 디자이너 해외 연수를 적극 지원 조직 내에서 디자이너의 리더십 향상을 위한 MBA 프로그램을 지원함으로써 디자인 리더를 양성

- 2013,4년 서울대 MBA 석사 과정 지원
- 2014년 이탈리아 'Instiuto Marangoni'
- 2015년 런던 첼시 대학교 인테리어 디자인 연수

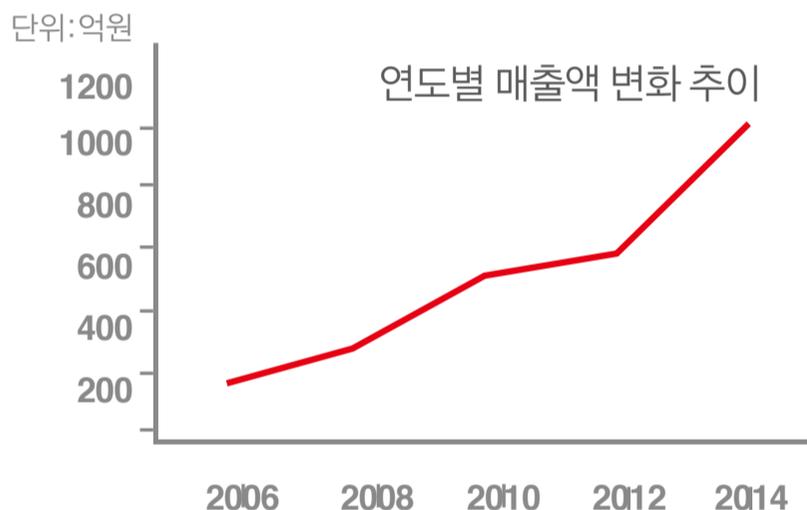
디자인경영성과

지속적이고 일관된 브랜드 개발

제품을 효과적으로 보여주기 위한 카탈로그, 샘플북, 전시공간, 옥외시각물 등을 디자인하여 고객들에게 일관된 브랜드 이미지를 제공하고 있으며, 브랜드 이미지 향상을 위해 문화와 접목시킨 체험 활동을 진행

제품의 전문화, 종합화를 통한 디자인 개선

영림임업, 산업, 화학에서 생산하는 다양한 인테리어 자재를 종합 개발하여 세트화할 수 있도록 하며, 제품간의 시너지 효과로 유통, 시공, 사용에 있어서의 장점



디자인 연구소 설립을 통한 매출 성장

2006년 10월부터 2015년 현재까지 디자인연구소를 운영, 디자인 경영에 힘쓴 결과, 연구소 설립 이전보다 5배의 매출 성장

고객과의 커뮤니케이션 점점 확대

UX, UI 디자인을 통한 전 세계 고객들과 소통할 수 있는 국문, 영문, 중문, 휴대용 모바일 홈페이지 등을 구축하여 고객과의 상호작용 매년 디자인연구소에서는 신제품 발표회를 개최하여 고객들에게 제품에 대한 의견을 수렴하여 품질개선과 기술향상을 위해 노력



2015 리뉴얼된 홈페이지 디자인



신제품 발표회 개최로 고객 의견 수렴

디자인경영성과

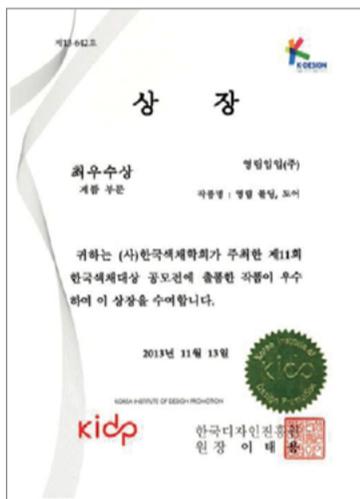
중소기업으로서 국내 인테리어 업계를 선도하는 1위기업으로 자리매김
 노사 분규없는 기업으로 경영의 경쟁력 확보
 글로벌 경쟁력을 갖춘 최우수 인재를 발굴, 육성
 2014년도 국외 수출이 전년대비 두 배 이상 성장(18개국 수출 실적)

각종 수상

- 2014년 중앙일보 '소비자선정 최고의 브랜드 대상'
- 2013년 서울경제신문 '한국품질경쟁력우수기업'
- 한국색채학회 '한국식채디자인대상' 최우수상수상
- 중앙일보 '2013 고객사랑브랜드대상'

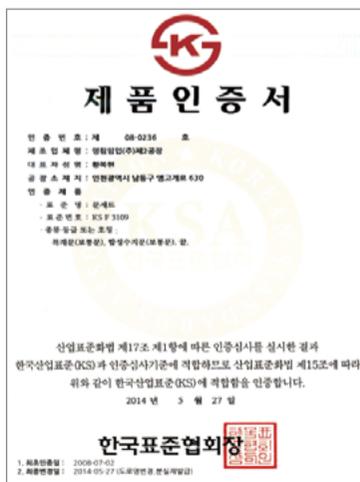


2014 소비자선정 최고의 브랜드 大賞
 Korea Best Brand Awards



제품 품질 관리로 각종 인증 획득

- 제품 표준규격화 통해 한국산업표준(KS)마크 획득
- 건축용 내외장재에 대해 품질 경영 시스템 ISO9001:2008
- 환경경영 시스템 IS14001:2004획득



제 17 회 대한민국디자인대상

디 자 인 경 영 부 문

산업통상자원부장관표창

에코준컴퍼니



ecojun

차 례

C E O 메 시 지

기 업 소 개

디자인 경영 전략

디자인 경영 성과



CEO 메시지



(주)에코준컴퍼니
대표이사 이준서

We think of our next generation

(주)에코준컴퍼니는 환경생태적 윤리를 기본으로 그린디자인 제품을 개발 및 생산하는 디자인회사입니다. 친환경제품에 대한 인지도 상승효과로 소비자 및 고객에게 다가갈 때 다음세대가 살아갈 지구환경에 작은 보탬이 되는 것이 목표입니다.

(주)에코준컴퍼니에서 생산되는 제품은 친환경소재로 대체하는 단계에서 벗어나 LCA(전과정)측면을 고려한 그린디자인과 사용자가 제품을 사용할 때의 편리성까지 염두한 유니버설디자인으로 최고의 디자인성과 퀄리티를 자랑합니다.

미국 B-Corp 인증획득 사회적, 환경적 가치를 평가하는 글로벌 사회적 책임 수행 평가기관 B-Lab의 심사를 거쳐 사회적, 환경적 가치가 높은 기업에게 부여하는 B-Corp인증을 받았습니다.

기업 소개

기업명 (주) 에코준컴퍼니 ecojun company
대표자 이준서 Junseo Lee
설립일 2011년 04월 08일
사업분야 친환경디자인 / 디자인컨설팅
소재지1 서울시 성동구 성수동 1가 656-297 3층
소재지2 서울시 은평구 진흥로 215
 한국환경산업기술원 환경벤처센터 C동 104호

2015 한국국제봉사기구(KVO) 파트너십 체결 및
 식수지원캠페인/말라리아캠페인 기금전달
 (주)산돌커뮤니케이션 파트너십 체결
 KGB대우증권과 함께 콩고민주공화국
 우물설립프로젝트 진행
 삼성 리움미술관 입점

2014 퍼블릭캡슐 개발 및 판매
 카카오프렌즈(퍼블릭캡슐) 콜라보레이션 진행
 기아자동차(앵글보틀/유턴백) 개발 및 판매
 카림라시드 조인트벤처 체결
 갤러리아 고메이 입점

2013 기아자동차 에코컬렉션 계약체결
 MoMA(New York, Japan, Korea) 입점
 Merci(France) 입점

2012 LG전자 녹색성장 분야 예비사회적기업
 성장지원사업 선정 업체

2011 (주)에코준컴퍼니 법인설립
 서울형 사회적기업 지정

2010 친환경(생분해) 응원막대 개발
 오리지널 그린컵 개발 및 판매

사업실적 해외전시 참가

2011	TAIPEI WORLD DESIGN EXPO	TAIPEI, TAIWAN
2012	ECO PRODUCT MAISON&OBJET	TOKYO, JAPAN PARIS, FRANCE
2013	GIFT SHOW MEGA SHOW 100% DESIGN MAISON & OBJET SAINT-ETIENNE INTERNATIONAL DESIGN BIENNALE	TOKYO, JAPAN HONGKONG LONDON, UK PARIS, FRANCE SAINT-ETIENNE, FRANCE
2014	CHINA INTERNATIONAL INDUSTRIAL DESIGN FAIR(DZIDF) INTERNATIONAL COMMODITIES FAIR DESIGN WEEK MAISON & OBJET NY NOW APEC Small & Medium Enterprises Technology Conference and Fair	SHENZHEN, CHINA YIWU, CHINA BEIJING, CHINA PARIS, FRANCE NEW YORK, USA YIWU, CHINA
2015	MAISON & OBJET CHINA INTERNATIONAL INDUSTRIAL DESIGN FAIR(SZIDF)	PARIS, FRANCE SHENZHEN, CHINA



2014 SZIDF



2014 MAISON & OBJE

디자인 경영 성과

해외 수상 실적

2012



2013

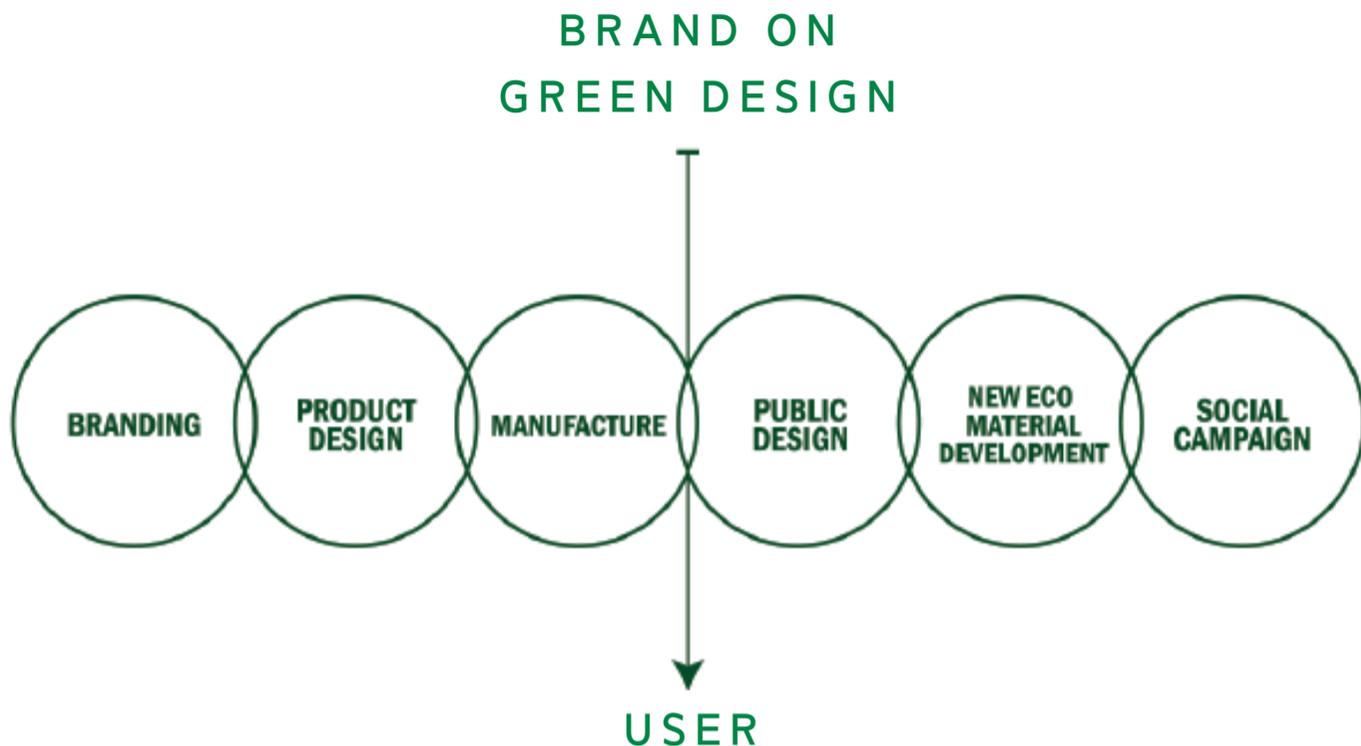


2014



2015





주요디자인제품 : Original Green Cup

커피전문점에서 사용되는 테이크아웃 종이컵을 모티브로 티백고리라는 아이디어를 접목하여 컵 상단에 홈을 만들어 티백이 컵 안으로 말려 들어가는 불편함을 보완한 그린 디자인 제품입니다.

MATERIAL	Biodegradable Corn Starch (PLA)
PACKAGE	100% Recycled Paper
SIZE	83 x 122mm
CAPACITY	390ml
COLOR	White . Yellow . Red . Black . Brown(Coffee+)



**original
green
cup**



디자인 경영 성과

주요 디자인 제품 : Public Capsule

퍼블릭캡슐은 '공익적인 알약'이라는 의미를 담은 제품으로, 사용자의 다음세대(환경), 그리고 사회를 위한 공공성을 지니고 있습니다. 특히 말라리아 캠페인을 동반하는 퍼블릭캡슐은 알약을 모티브로 디자인 되었으며, 물병의 하단부는 투명한 소재로 제작되어 알약의 형태를 노출시킴으로써 알약이 공중에 떠있는 듯한 조형적 재미를 더해줍니다.

MATERIAL	Biodegradable Corn Starch, Ecozen
PACKAGE	Paper
SIZE	75 x 205mm
CAPACITY	490ml
COLORS	Yellow . Red . Blue . Gray . Brown(Coffee+)



ECOJUN COMPANY Ver.



디자인 경영 성과

주요 디자인 제품 : Angle Bottle

기아자동차와 함께 한 콜라보레이션 프로젝트 ‘기아에코컬렉션’을 통해 탄생한 앵글 보틀은 특히 운전자들의 편리성을 고려하여 디자인되었습니다. 40도 기울어진 물병은 운전 중에도 시야를 방해받지 않고 물을 마실 수 있도록 도와줍니다. 또한 하단 부분은 안정적이고 편한한 그립을 위해 디자인 되었습니다.

MATERIAL	Biodegradable Corn Starch(+PLA), Ecozen
PACKAGE	Recycled Paper, Printed with Soy Ink
SIZE	65 x 193mm
CAPACITY	475ml
COLORS	Red . Orange . Lime . Gray



주요 수출국

미국, 중국, 일본, 독일, 프랑스, 영국, 스위스
오스트리아, 핀란드, 스웨덴, 대만, 호주

AMERICA

MoMA New York
Greenpoints

CHINA

Mawalife
Drive Pro
KJ-Life
Yan Ji You
... 35 Brands

JAPAN

MoMA Tokyo
Bento

EUROPE

GERMANY Proidee
Elasto Form
FRANCE Merci
ENGLAND Magma

SWITZERLAND Galerifaracter
AUSTRIA Milford
FINLAND Verkkokauppa
SWEDEN La-di-da

TAIWAN

Simple Wear Tech

AUSTRALIA

Greenpoints

디자인 경영 성과

사회공헌 : CAMPAIGN

아프리카 식수지원 캠페인

2015년 콩고민주공화국 루뭉바시, 에티오피아 비쇼프투 지원 기존에 진행하던 '아프리카 우물캠페인'이 아프리카 현지의 사정에 맞추어 더욱 폭넓고 실질적인 도움이 되기 위하여 '식수지원사업(Clean Drinking Water Campaign)'이라는 명칭으로 변경되었습니다. 우물로 제한하지 않고 현지에 깨끗한 식수를 제공하는 것에 초점을 맞추어 캠페인을 진행하고 있습니다.



말라리아 / 수인성질병 캠페인

2015년 에티오피아 비쇼프투 지원 퍼블릭캡슐의 수익금의 일부는 아프리카 아이들의 말라리아 예방 및 치료를 위한 기금으로 쓰입니다. 현재까지 2014년의 수익금을 결산하여 에티오피아의 비쇼프투 지역의 아이들에게 말라리아 예방에 도움이 되는 수인성질병 예방약과 말라리아 치료약이 전달되었습니다.

SOCIAL VALUE

장애인들에게 일자리 제공

인쇄피아(대구) / 해피워크(서울) 에코준컴퍼니의 모든 포장 작업은 장애인들에 의해 진행됩니다. 장애인들에게 일자리를 제공함으로써 그들 스스로 자립할 수 있는 기회를 제공합니다.



제 17 회 대한민국디자인대상

지방자치단체부문 대통령표창 울산광역시



차 례

시 장 메 시 지

비 전 및 추 진 전 략

디 자 인 경 영 비 전

디 자 인 경 영

활 동 및 성 과

The City of
T o m o r r o w



시장 메시지



울산광역시장
김기현

사람을 닮은 도시, 삶을 품은 디자인

산업통상자원부가 주관한 제17회 대한민국 디자인 대상에서 울산이 영예의 대통령 표창을 수상한 것은 큰 영광입니다. 도시의 품격을 고민해온 울산의 노력을 긍정의 눈으로 평가해주신 분들에게 감사드립니다. 아시다시피 울산은 국내 최고, 최대의 산업도시입니다. 산업수도라고 부릅니다. 그러다보니 울산의 이미지는 산업과 불가분이었고 아름다움과 디자인과는 거리가 먼 도시쯤으로 여겨졌습니다.

그런 울산의 이미지를 바꾼 것이 디자인입니다. 아직 먼 길이지만 울산은 디자인으로 도시의 이미지와 색채를 바꾸어가고 있습니다. 울산의 디자인 정책은 사람이 중심입니다. 자연과 도시의 조화, 삶을 품은 디자인을 고민해왔습니다.

디자인을 위한 디자인이 아니라 사람과 삶을 위한 디자인을 고민해왔습니다. 그 고민에서, 특·광역시 최초로 범죄 예방도시 디자인 조례를 제정해 시행하고 있으며, 재생과 경관, 디자인 개념을 접목한 도시창조 마스터 플랜을 수립했습니다.

공공디자인 관리체계를 구축해 색채와 문양, 거리 풍경에 대한 가이드라인도 만들었습니다. 2006년부터 추진한 공동주택 색채 디자인 나눔 사업에 59개 단지 10,712세대가 함께 하고 있으며, 작년부턴 전국 최초로 산업단지 공장건축물 색채디자인 사업도 시작했습니다. 연간 80여건의 공공시설물 디자인을 개발해 지원하고, 도시디자인 공모전과 국민 디자인단, 토론회를 통해 시민의 뜻을 모아가고 있습니다.

이런 노력의 결과로 울산은 전국 지자체 중에서 우수디자인 최다 선정도시가 되었고 13건의 가로 환경시설물과 문양 디자인을 특허등록하기도 했습니다. 그래서 이번 수상은 더 기쁘고 디자인 도시를 향한 울산의 발걸음을 더 빠르게 할 것으로 기대합니다. 도시가 하루 아침에 이루어지지 않는 것처럼 디자인도 마찬가지입니다. 고민과 고뇌로 태어나고 시간과 함께 숙성되어 고유의 풍경이 된다고 생각합니다.

사람을 닮은 도시, 삶을 품은 디자인을 통해 품격 있는 도시를 만들려는 울산의 노력은 앞으로도 계속될 것입니다.

비전과 추진전략

품격있고 따뜻한

창조도시
울산

- 안전제일 으뜸 울산
- 동북아경제허브 창조도시 울산
- 이웃사랑 복지 울산
- 서민, 노동자와 기업이 함께하는 동반자 울산
- 건강친화적 환경도시 울산
- 품격있는 문화도시 울산
- 최적의 도시인프라 매력있는 울산

비전

사람과 자연 · 도시가 조화로운 품격있는 도시창조

목표

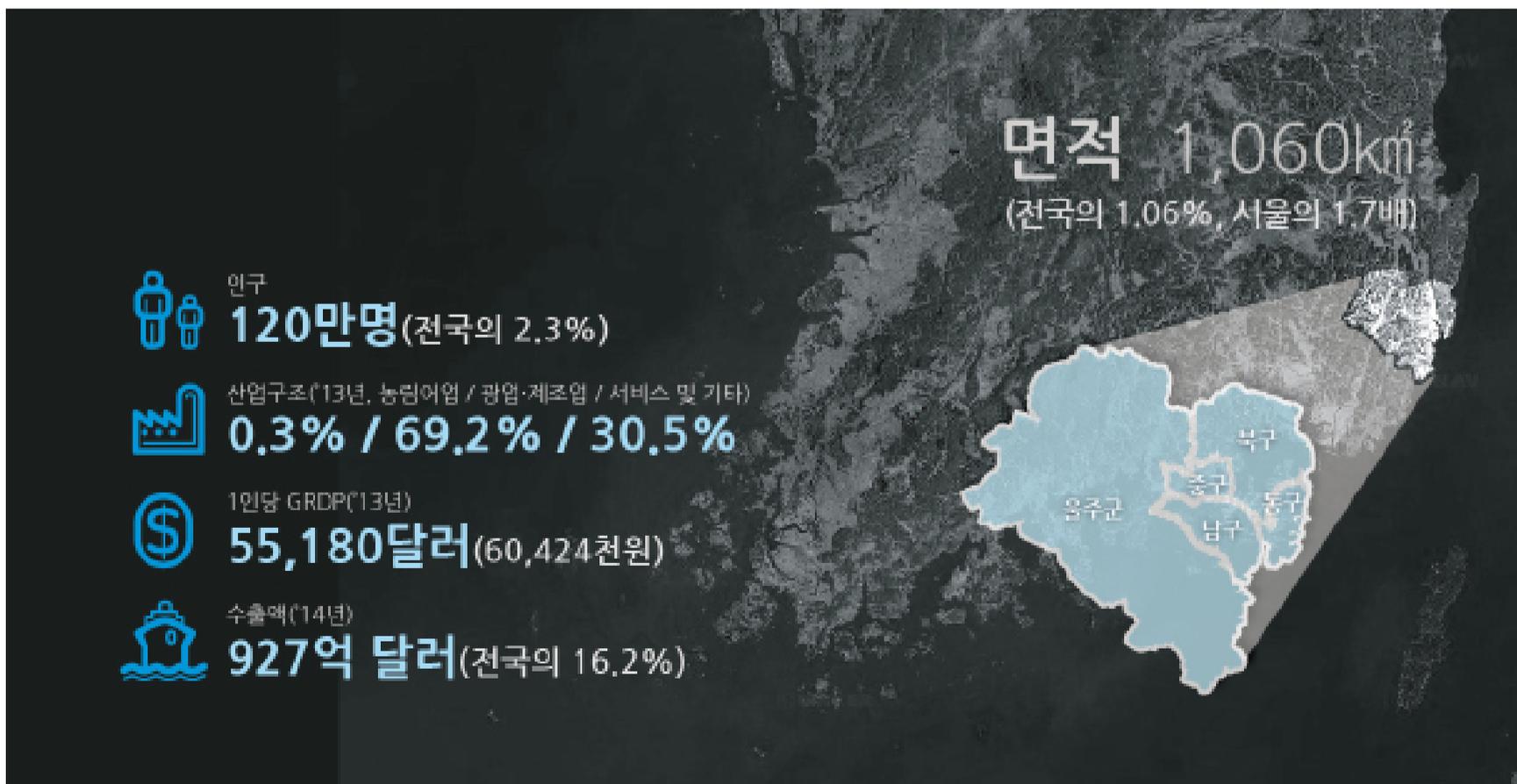
울산다운 도시, 창조적 도시, 문화경관 도시 만들기

추진전략

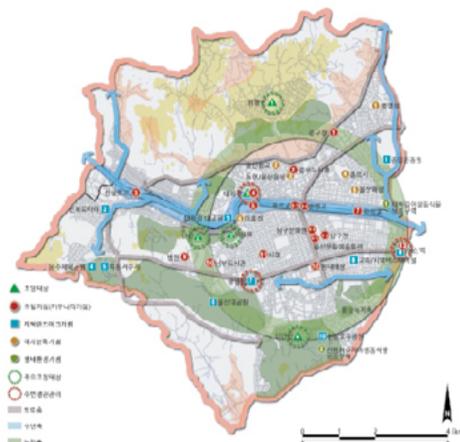
- 도시창조 디자인 정책 방향 설정
- 창조적 디자인 도시 형성
- 체계적 디자인 기반 구축 및 관리
- 울산의 정체성 확보
- 시민 공감 도시디자인



울산광역시 브랜드 영상물



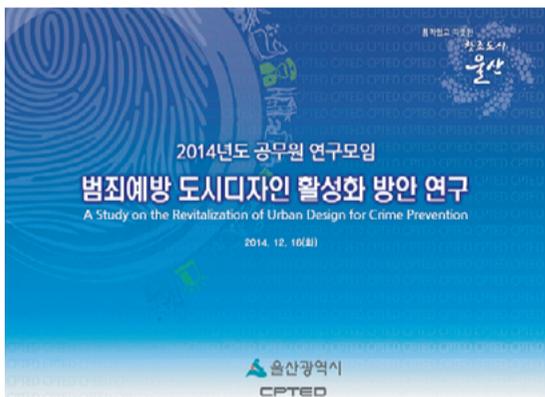
디자인경영활동 및 성과



- 2009 울산광역시 경관 조례 시행
- 2010 울산광역시 경관 계획 수립
- 2013 특·광역시 최초 범죄예방 도시디자인 조례 제정·시행
- 2014 공무원 연구모임을 통한 범죄예방 도시디자인 활성화 방안 수립

格

품격있는 체계적
디자인기반을
구축하였습니다



경상일보

도시디자인 바꿔 안전도시 만든다

범죄예방 도시디자인 조례
김정태 시의원 대표발의



안전한 도시 구축의 일환으로 범죄예방을 위한 도시디자인 조례 제정이 추진되고 있다. 울산시의회 김정태(사진) 의원은 건축물이나 도시공간에 범죄예방 도시디자인을 적용, 안전한 도

시환경을 조성하기 위해 '울산시 범죄예방 도시디자인 조례안'을 대표발의했다고 5일 밝혔다. '범죄예방 도시디자인'은 건축물 조정, 조명 등 도시 디자인을 통해 범죄심리를 귀축시켜 범죄발생 기회를 사전에 차단

하고 예방할 수 있도록 하는 것을 말한다. 건축물과 도시공간 폐지를 자연적 감시가 가능하도록 하고 건축물의 출입구와 울타리, 조명 및 조명 등을 적절히 배치해 접근통제가 가능하도록 하는 디자인이다. 또 도시공간에 대해 지역주민이 자유롭게 사용하거나 점유할 수 있도록 한다. 이를 위해 조례안에는 울산시가 범죄예방 도시디자인에 대한 제도적 여건을 조성하고 시책을 추진하도록 명시했다. 또 공공기관이나

2013년 11월 06일 수요일 001면 종합

구군 및 기업 등도 관련 시책에 참여하도록 했다. 시는 5년마다 범죄예방 도시디자인 기본계획을 수립하고 도시디자인위원회를 두며 환경개선사업과 병행한 안전시범마을을 조성하도록 했다. 김정태 의원은 "불안요소를 사전에 차단함으로써 시민들이 각종 범죄로부터 안전한 도시환경에서 생활할 수 있도록 하고 나아가 삶의 질 향상에 기여하기 위해 조례 제정을 추진했다"고 말했다. [이항을기자 leeht@ksilbo.co.kr](mailto:leeht@ksilbo.co.kr)



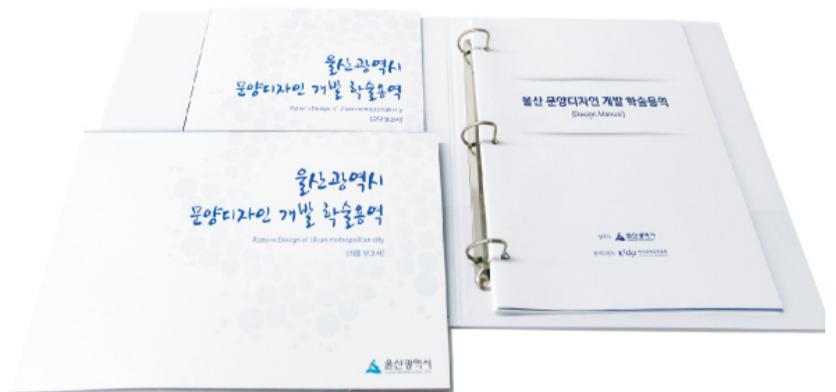
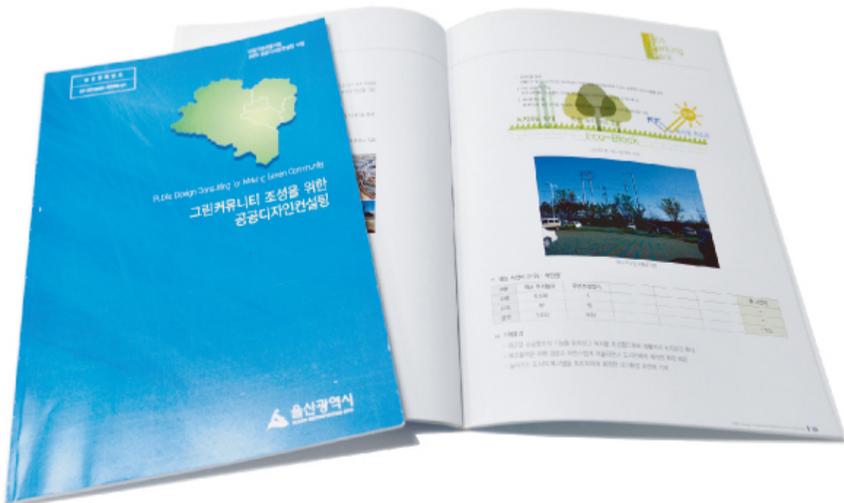
디자인경영활동 및 성과

2015 도시창조(재생·경관·디자인) 마스터 플랜 수립

2015 울산광역시 경관 계획 재정비 수립 중



효율적 공공디자인 관리체계
구축으로 통합적 도시관리 도모



디자인경영활동 및 성과

전국 최초 디자인 전문직 공무원을 활용한 디자인 나눔 사업 전개

공동주택 색채디자인 2006년 전국 최초 시행 총 59개단지 10,712세대 지원(2006~2014)

溫

시민과 소통하고
나눌 수 있는 디자인을
전개하였습니다



2014년 전국 최초 공장건축물 색채디자인 개발 지원

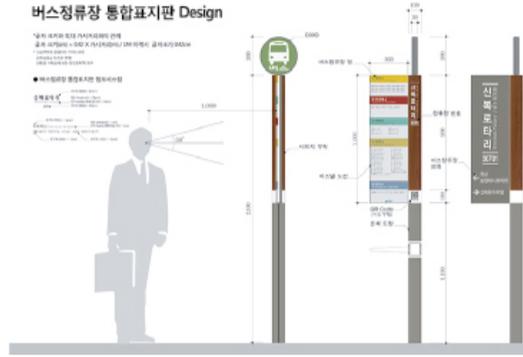
2014~2015 총 5개 기업 지원



디자인경영활동 및 성과

공공서비스의 디자인지원을 통한 고객만족 향상

매년 80여건 자체 개발지원으로 약 50억원 비용 절감 2000~2014



도시디자인 확산과 시민공감대 형성을 위한 장(場) 마련

“정부3.0 국민디자인단” 10개 집중육성과제 선정 [산업단지 안전디자인]



디자인경영활동 및 성과

도시디자인을 통해서 변화하는 울산 재조명

걷고 싶은 도시 울산 2014. 7. 10~7. 18. ubc 울산방송



울산 주요 경관 조망지 시민공모전

총 178작품 접수 50작품 선정 2014

‘울산 아름다운 조망공간 찾기 공모전 개최’

· 접수기간
2014. 7월 15일 ~ 8월 29일

자세히보기

온라인 접수

‘울산 아름다운 조망공간 찾기’ 공모전

‘울산의 아름다운 풍광과 시각을 조망하다’

· 울산의 다양한 경관모습을 한눈에 바라보며 감동을 느낄 수 있는 조망공간 찾기

접수기간 07.15~08.29



디자인경영활동 및 성과

디자인 아이디어 발굴을 위한 도시디자인 공모전 추진

총 246작품 접수 60작품 선정

도시디자인 사업 연계 추진 2012~2014



시민과 함께 하는 옥외광고 문화 활성화

옥외광고대상전 | 모범업체 선정 | 좋은 간판달기 | 클린사인 캠페인



디자인경영활동 및 성과

생활공간의 창조적 도시공간 형성

울산공업센터 지정 50주년 기념 상징물 “번영탑”



경상일보 2012년 01월 27일 (금) 종합 02면

인터뷰 / 울산도약 제2선언문비 디자인 이택호·허정석씨

“울산의 번영 담으려 노력했다”

“울산의 미래 50년, 100년을 상징하는 비(碑)를 디자인했다는 것은 정말 대단한 일입니다. 주위에서도 놀고 영광스럽네요. 그만큼 정말 심혈을 기울였습니다.”

이들의 놀이와 기억, 두께 중 수치는 울산해상공원지-4기 지상부 인공 1.5톤, 울산공업센터 지정 50주년을 담았다. 특히 과거 산업부국 외에 문화와 복지 등 미래 비전이 담겨 있는 점을 강연에 반구대 권역과 분홍이 들어갔다는 이택호이다.

이택호 울산도약 제2선언문비 디자인을 울산시 건축수석과 이택호(오른쪽)와 허정석(좌우측)과 허정석(우측)이다.

이택호 울산도약 제2선언문비 디자인을 울산시 건축수석과 이택호(오른쪽)와 허정석(좌우측)과 허정석(우측)이다.

創

창조적 마인드를 통해 디자인 도시를 만들었습니다

이야기가 있는 관광형 어촌마을 주전마을 경관형성사업



디자인경영활동 및 성과

지역 작가들이 창작활동을 할 수 있는 지붕없는 미술관
창조적 신화마을 만들기



간절곶과 진해해수욕장을 연결하는 진해 해안경관사업

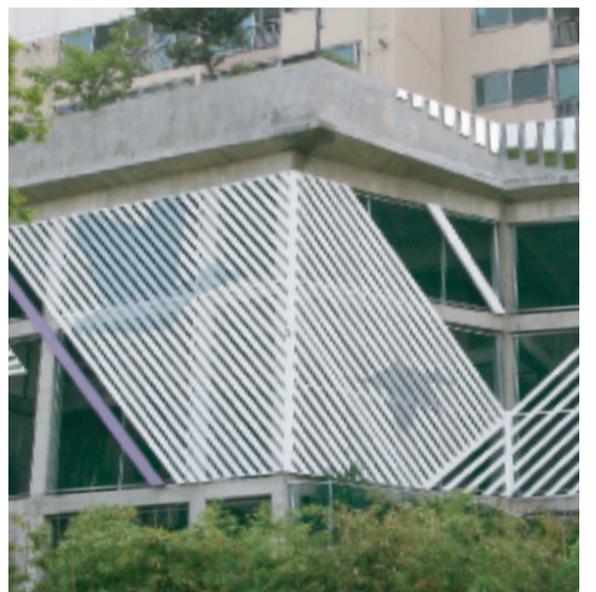


디자인경영활동 및 성과

역사와 한글이 어우러지는 외솔 최현배 한글마을 조성사업



역사적 유적지의 모티브를 활용한 동천강변 옹벽 디자인 개선 사업

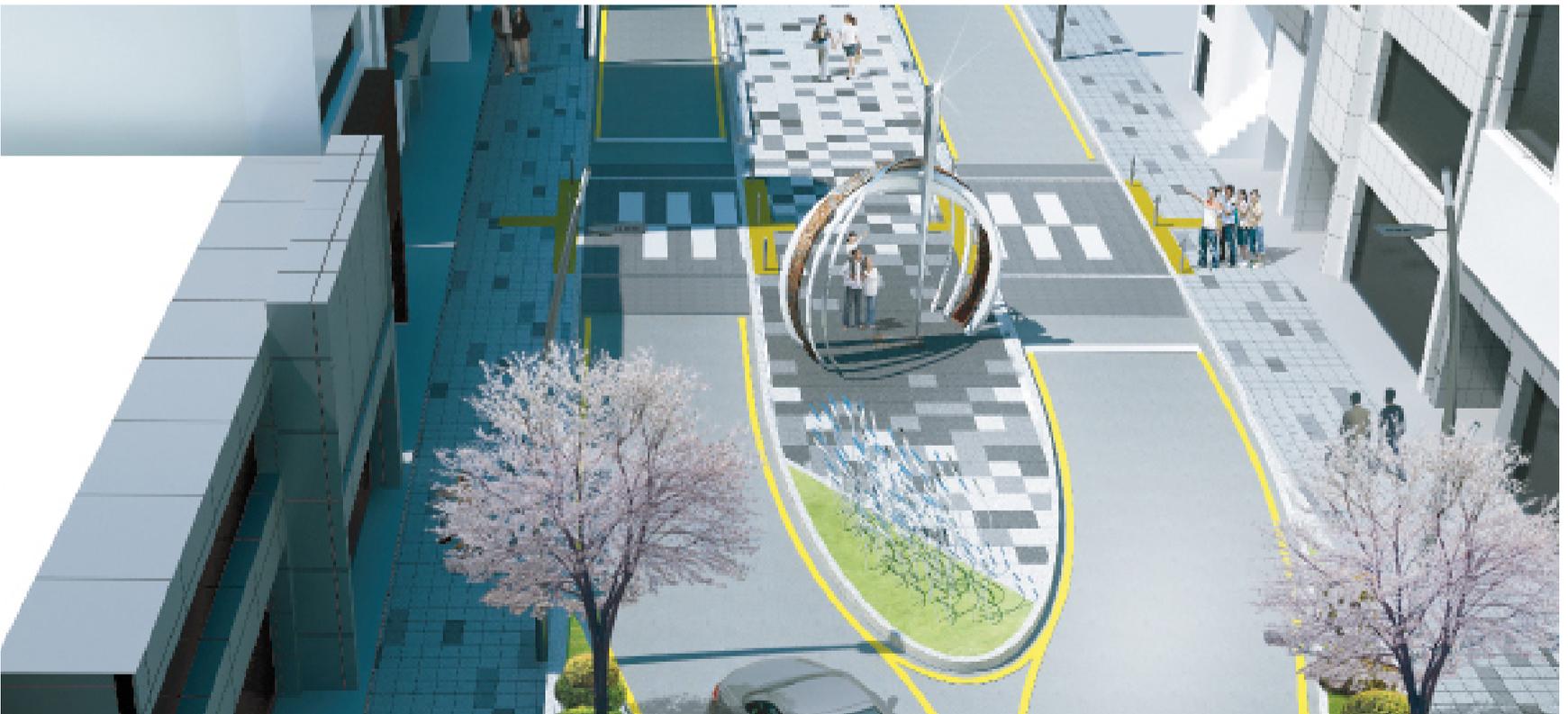


디자인경영활동 및 성과

혁신도시와 조화로운 성안동 달빛누리길 조성사업



문화예술 시설과 연계한 예술이 숨쉬는 길 [1구간/ 2구간]



디자인경영활동 및 성과

언양읍성과 어우러지는 언양 중심시가지 거리 조성사업 중



쾌적한 가로경관을 위한 간판개선 사업



디자인경영활동 및 성과

우수디자인 상품선정 6년 연속 전국 지자체 중 최다 선정 8점 2009~2014



GDOD DESIGN
산업통상자원부선정



가로시설물 디자인 8건 등록/문양디자인 및 가로시설물 13건 추가 디자인 등록 중



디자인경영활동 및 성과

울산 문양디자인 개발 및 디자인 등록 중 (5건)



울산 색채가이드라인 개발 각종 위원회 운영시 반영



디자인경영활동 및 성과

산업단지 안전디자인 가이드라인 개발



기본구상

비전

안전한 작업환경! 안심하는 근로자! 안정적인 산업단지!

목표 및 전략

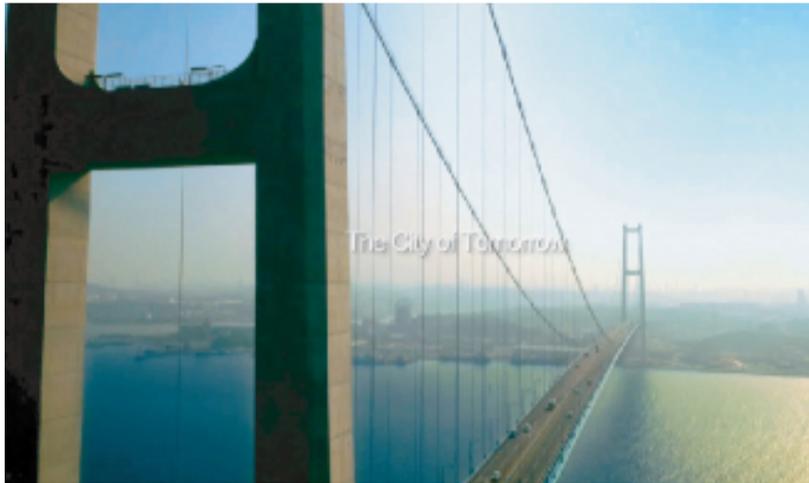
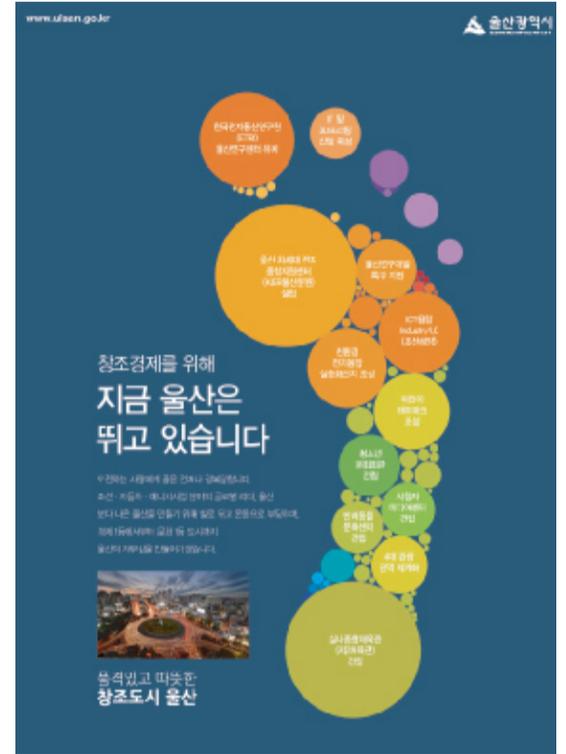
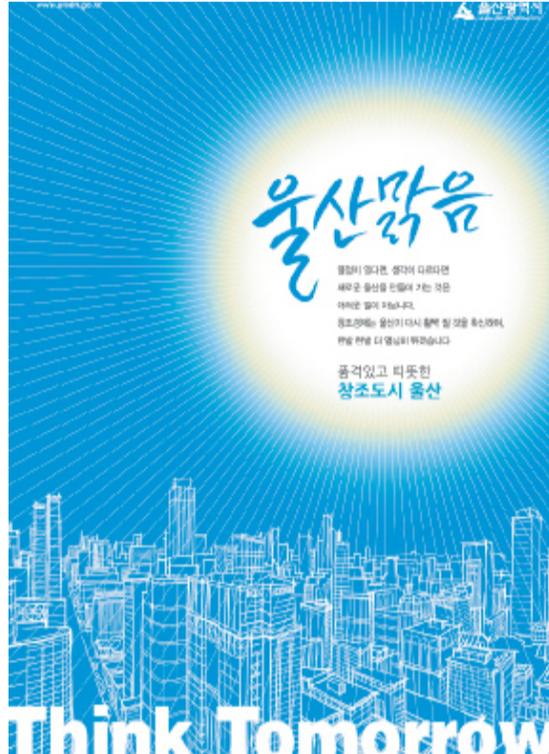
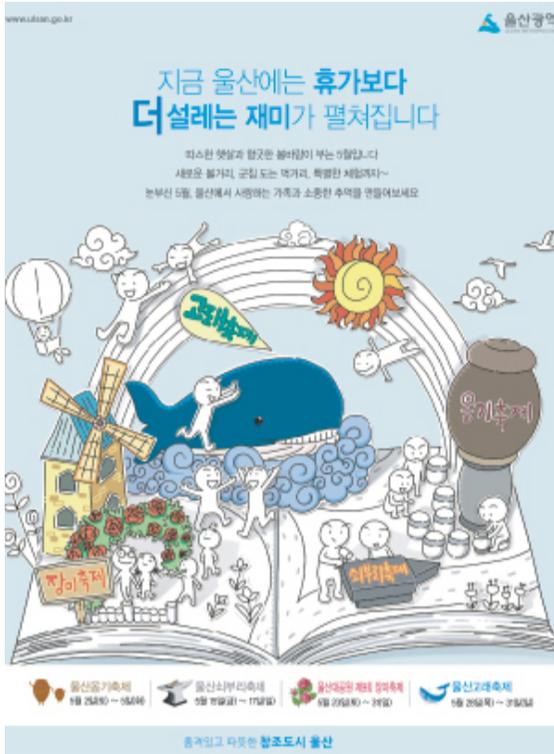
작업환경 개선의 목표	사용자 중심의 목표	가이드라인 실행목표
안전요소의 통합적인 질서 구축	시지각적 개선 보호받는 작업자	체계화된 지침 효율적인 실행
Proper Purpose 기본 개념과 원칙을 준수하자	Plus Priority[α] 인간 중심의 핵심이슈를 찾자	Practical Plan 실질적인 가이드라인을 만들자

개념

안전디자인이란 울산 산업단지의 안전사고 및 재해 예방을 위해 산업 단지 시설 및 환경, 작업자와 관련된 시지각적 안전요소에 대하여 사용자 중심의 안전+디자인 질서를 확립하는 것

디자인경영활동 및 성과

울산 홍보 동영상 및 이미지 광고디자인



The City of Tomorrow

창조경제와 디자인의 융합 Convergence

창조경제혁신센터 개소



ICT 기술융합 조선해양플랜트



첨단의료장비화



민간 창업보육 플랫폼



3D 프린팅 산업 육성



The City of Tomorrow

산업단지 안전디자인 가이드라인을 적용한 시범사업



안전한 생활환경 구축

안전디자인 3원칙

사업의 내용적 원칙

Proper Purpose

기본 개념과 원칙을 준수하자

가이드라인 수립 원칙

Plus Priority[α]

인간 중심의 핵심이슈를 찾자

실행 및 활용 고려사항

Practical Plan

실질적인 가이드라인을 만들자

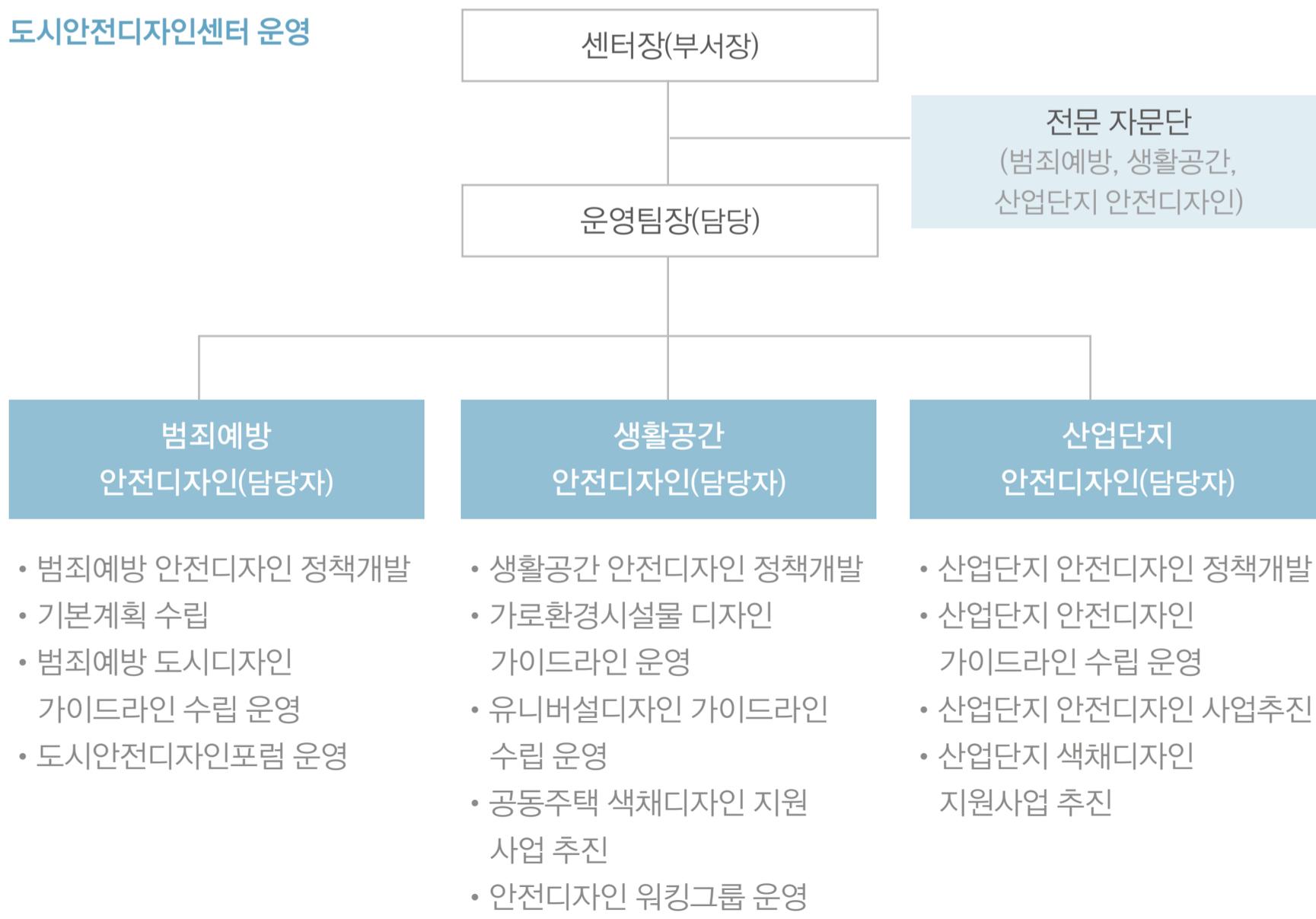


The City of Tomorrow

범죄예방 도시디자인 사업



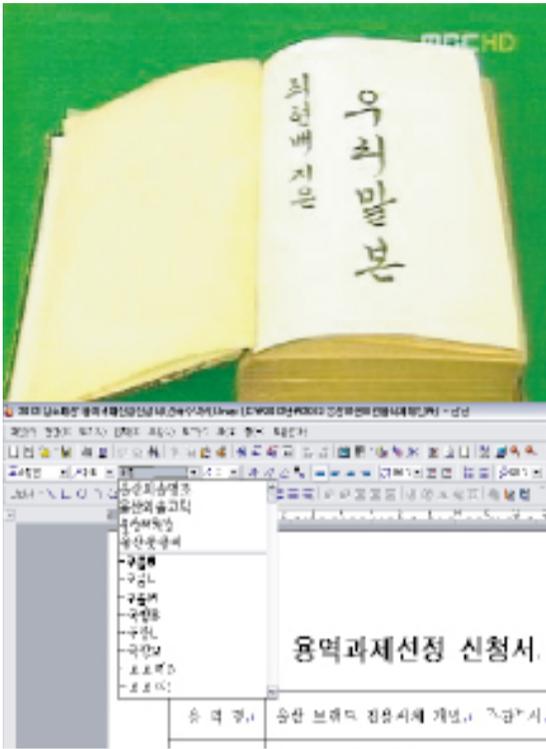
도시안전디자인센터 운영



The City of Tomorrow

다양한 디자인사업 개발 및 확대

울산서체 개발



국가산업단지 조망디자인



지하보도 문화디자인



Barrier-free를 도입한 Universal design 수립 등



이야기가 있는 Art-shelter



제 17 회 대한민국디자인대상

지방자치단체부문
국무총리표창
인천광역시중구



차 례

구 청 장 메 시 지

디 자 인 경 영 비 전

디 자 인 경 영
전 략 및 기 본 방 향

디 자 인 경 영 활 동

디 자 인 경 영 성 과



구청장 메시지



인천광역시
중구청장 김홍섭

명실상부 대한민국 최고의 관광도시로
성장하기 위한 디자인 도시만들기

제17회 대한민국디자인대상에서 지방자치단체부분 우수상을 수상하는 된 것은 600여명의 공직자와 주민이 함께 협심하여 만들어 낸 성과라 더욱 영광스럽게 생각합니다.

인천 중구는 인천국제공항, 인천항국제여객터미널이 위치한 해상교통의 관문이자 월미도, 연안부두, 차이나타운, 자유공원으로 대표되는 월미관광특구와 국내 최초 최고의 근대역사문화유산이 밀집되어 있는 국제적인 관광도시입니다. 하지만 인천의 대표적인 원도심으로 낙후되고 열악한 도시의 모습도 간직하고 있습니다.

우리 구는 이런 도시를 변화시키고 발전시켜 나가는 원동력으로 ‘관광’을 테마로 지역콘텐츠와 접목시킨 디자인 사업을 지속적으로 추진하고 주민들의 적극적인 참여를 유도하기 위한 정책을 도입함으로써 연간 400만명 이상의 관광객이 찾고 있는 국제적인 관광도시로 성장하고 있습니다.

특히 주민들의 참여를 통한 가로 경관을 디자인하는 경관조성사업, 산재된 근대문화유산에 역사문화콘텐츠를 접목시킨 전시관 및 박물관 조성사업, 담장, 옹벽, 계단 등 지형적 특성을 활용한 가로 벽화 및 쉼터 조성사업, 침체된 중심지를 활성화시키기 위한 테마가로 조성사업, 열악한 주거환경에 동화라는 새로운 콘텐츠를 접목시킨 동화마을 조성사업 등을 추진하며 중구를 디자인 도시로도 한 단계 성장시켜 나아가고 있습니다.

이런 변화에 맞춰 우리 구를 방문하는 분들이 1900년대의 거리 속에 들어와 걷고 있는 듯한 근대도시의 모습, 바다와 항구를 느낄 수 있는 해양도시의 모습, 신도시의 쾌적하고 편리한 첨단도시의 모습을 모두 느끼고 돌아가실 수 있도록 더욱 차별화된 디자인을 적용하여 도시를 변화시켜 나아가도록 노력하겠습니다. 앞으로도 더욱 많은 관심과 성원을 부탁드립니다. 감사합니다.

디자인경영비전

인천 중구

1883년 개항된 조계지로 연간 300만명이 방문하는 차이나타운과 근대역사문화유산이 산재된 문화지구, 월미관광특구와 무의도, 실미도 등 천혜의 해양자원이 풍부한 관광도시이자 인천국제공항, 인천항을 보유한 대한민국 관문도시.

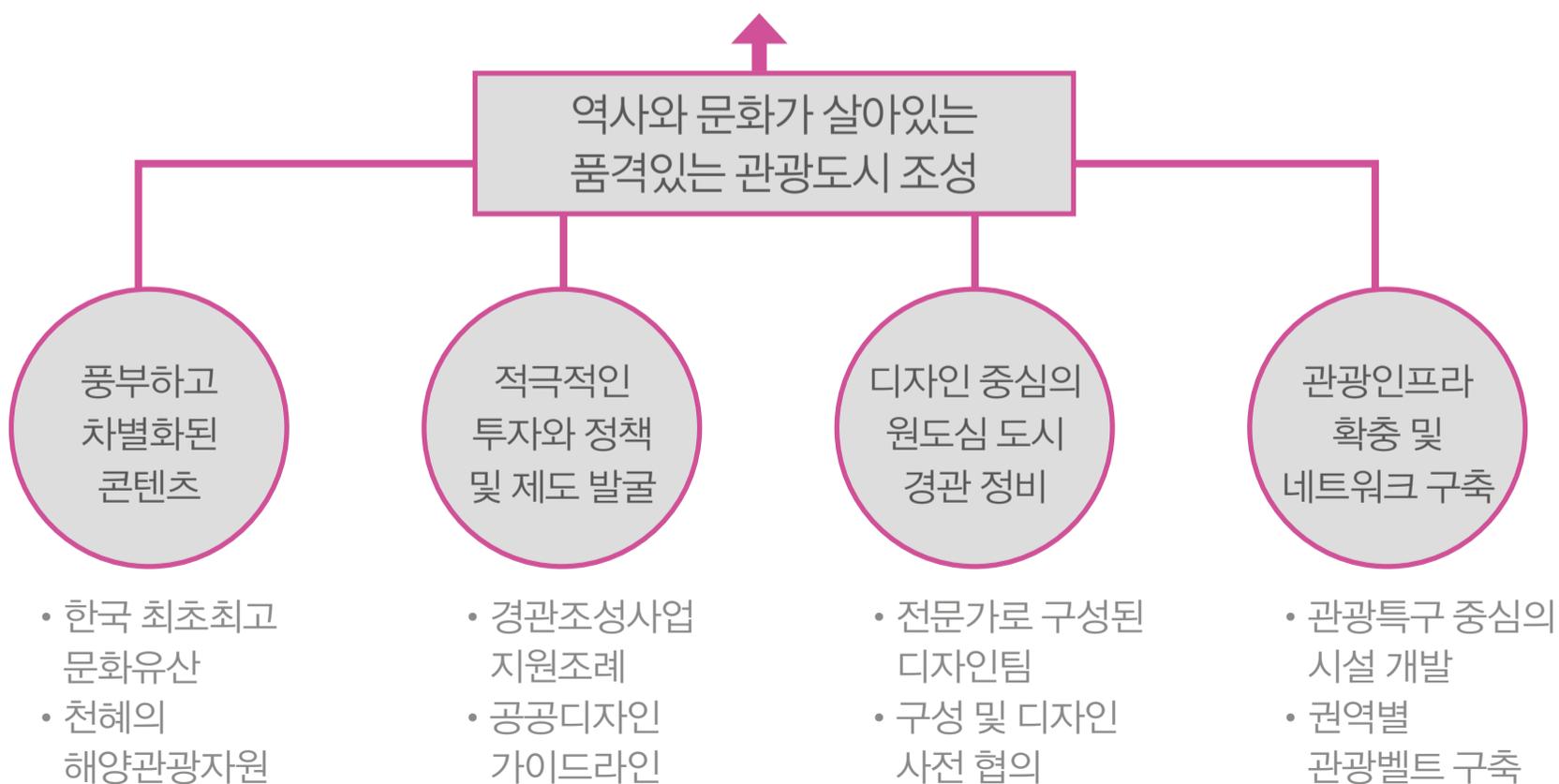
인구 : 111,929명

행정구역 : 11개동, 133.19km² (인천광역시 전체의 12.7%)



도시 비전

역사문화 중심도시, 비상하는 관광중구



디자인경영전략 및 기본방향

목표

중구만의 지역적, 문화적 특성을 반영한 차별화된 디자인 구현

개념

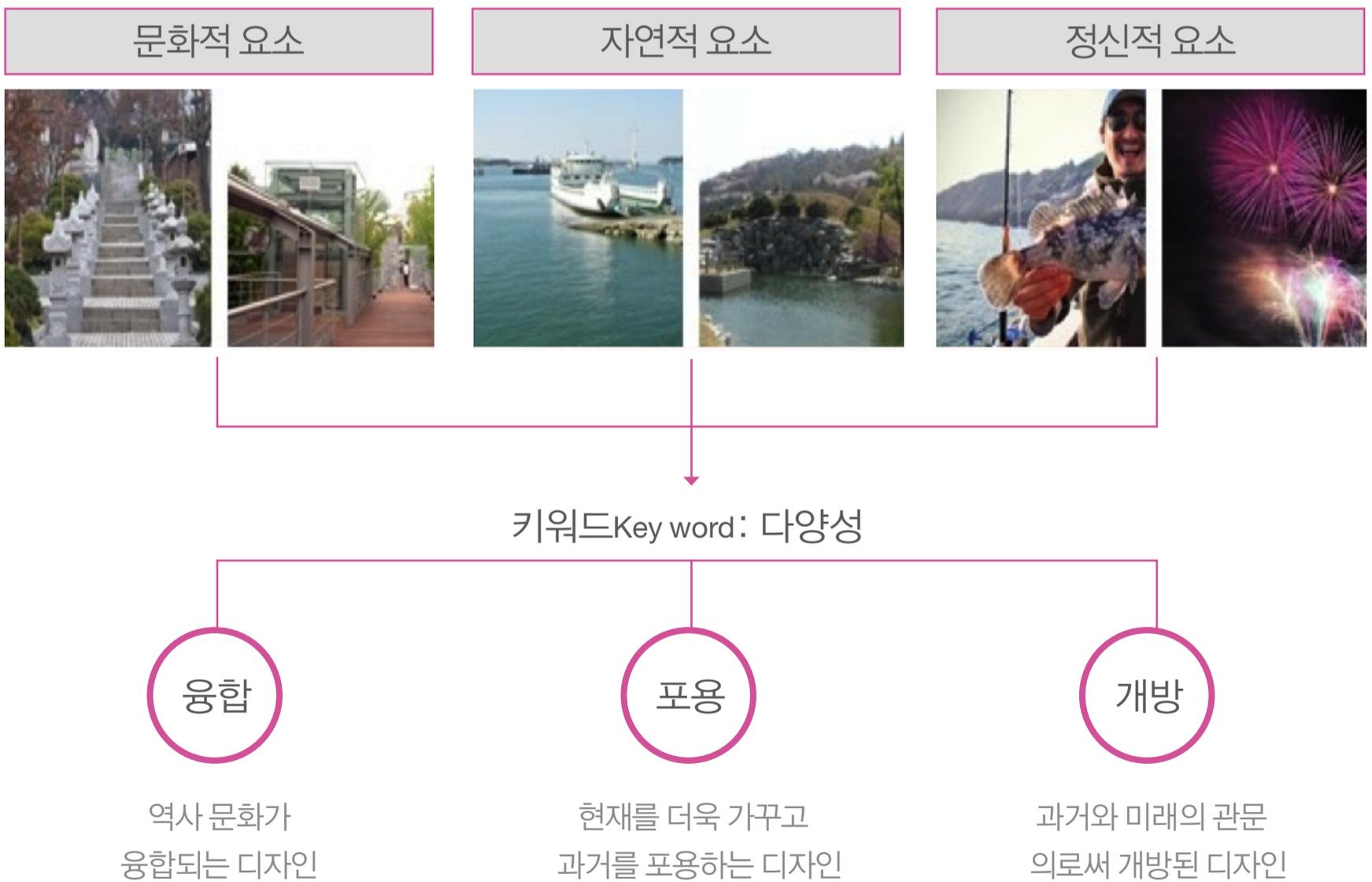
통합 디자인 | 인간중심 디자인 | 지속가능한 디자인 | 특화 디자인

전략

다목적·다기능 - 인간친화적 - 여유롭고 비우는 디자인 고유의 콘텐츠적용

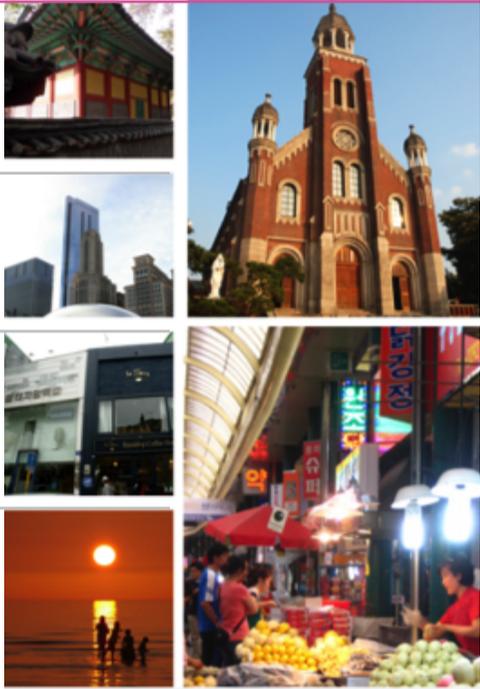
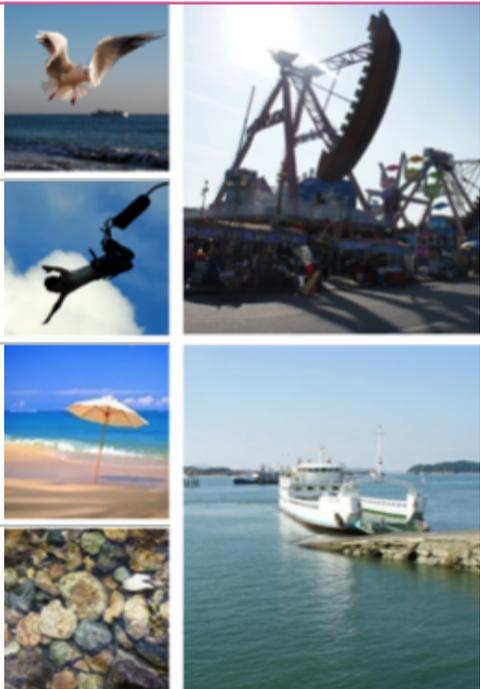
컨셉

역사문화적·자연적·정신적 요소를 이미지로 특화된 융합, 포용, 개방디자인



디자인경영전략 및 기본방향

권역별 기본방향

<div data-bbox="345 381 525 439" data-label="Section-Header"> <h3>개항장권</h3> </div> <ul data-bbox="167 532 639 886" style="list-style-type: none"> • 근대건축에서 느껴지는 상징적인 형태 • 적벽돌과 목재에서 묻어 나는 저채도의 갈색 • 목재나 석재의 자연 소재로 주변 환경과 조화된 재료 	<p data-bbox="833 386 997 482">Traditional 전통적인</p> <p data-bbox="833 559 981 653">Harmony 조화로운</p> <p data-bbox="833 716 1044 809">Multi-Cultural 다문화</p> <p data-bbox="833 889 1152 985">The past and Present 과거와 현재</p>	
<div data-bbox="341 1155 519 1210" data-label="Section-Header"> <h3>월미도권</h3> </div> <ul data-bbox="167 1306 649 1660" style="list-style-type: none"> • 바다, 산, 하늘에서 느껴지는 곡선의 유기적 형태 • 자연의 순수함, 평화의 상징인 흰색, 녹색 • 대자연의 조망을 위한 개방된 재료, 크기 	<p data-bbox="833 1163 966 1256">Nature 대자연의</p> <p data-bbox="833 1339 1152 1432">UNIVERSAL DESIGN 인간의</p> <p data-bbox="833 1506 981 1599">Rest 휴양·관광</p> <p data-bbox="833 1684 989 1778">Generous 너그러운</p>	
<div data-bbox="322 1920 541 1975" data-label="Section-Header"> <h3>연안부두권</h3> </div> <ul data-bbox="167 2074 658 2428" style="list-style-type: none"> • 연안부두의 랜드마크가 될 수 있는 상징적 형태 • 바다와 파도, 항구에서 느껴지는 무채색, 푸른 계열 색 • 바닷가의 환경에 적합한 기능적이고 세련된 재료 	<p data-bbox="833 1929 966 2022">Nature 역동적인</p> <p data-bbox="833 2110 938 2203">Young 미래의</p> <p data-bbox="833 2277 938 2370">Rest 세계의</p> <p data-bbox="833 2450 977 2543">Gateway 통로</p>	

디자인경영활동

디자인 활성화를 위한 정책 발굴 및 제도 시행

원도심 관광활성화 종합계획 수립(2013년)

침체된 원도심의 관광활성화 및 경제 활성화를 위해 정책 지원 및 다양한 관광자원 확충 및 도시경관 개선

추진전략

- 콘텐츠를 적용한 차별화된 경관 마련
- 권역별 관광자원(점), 자원 및 문화가 연결된 특화거리(선) 통합된 하나의 테마를 보유한 특화구역(면) 발굴
- 적극적인 규제 완화와 지원 방안 강구
- 유휴공간을 콘텐츠 수용공간으로 활용



월미관광특구 진흥을 위한 경관조성사업 지원 조례(2013~2015년)

원도심 재생방안으로 주민들의 참여를 통한 특구에 적합한 도시경관 조성

사업내용 : 특구에 적합한 경관(외관)을 조성하는 자에게 보조금 지원

조건 : 구가 제공하는 사업계획, 디자인 시안 등에 의거 건축물의 신축 증개축, 대수선 등 특색있게 조성 시

규모 : 총사업비 80%, 최대 1천만원 내



디자인경영활동

실무전문가로 구성된 도시디자인팀 조직 및 운영

구성원 및 업무

산업디자인 (3)	권역별 및 세부사업별 디자인 계획 수립 및 설계, 시공 일괄 관리
환경디자인 (1)	세부사업별 디자인 계획 수립 및 설계, 시공 일괄 관리
건축디자인 (1)	중구 미래발전구성 및 종합계획 수립, 원도심 개발계획 및 항만 재개발 구상
도시계획·설계 (2)	미개발지 도시관리방안 구상, 원도심 관리방안 수립

운영 체계



운영 성과

디자인 성과물을 책자로 제작하여 관련 부서 제공 및 사업 추진 시 참고, 반영



디자인경영활동

지역콘텐츠를 활용한 특화된 디자인 개선사업

송월동 동화마을 조성사업

세계명작동화, 전래동화를 테마로 한 11개의 동화 길과 트릭아트 전시공간 조성



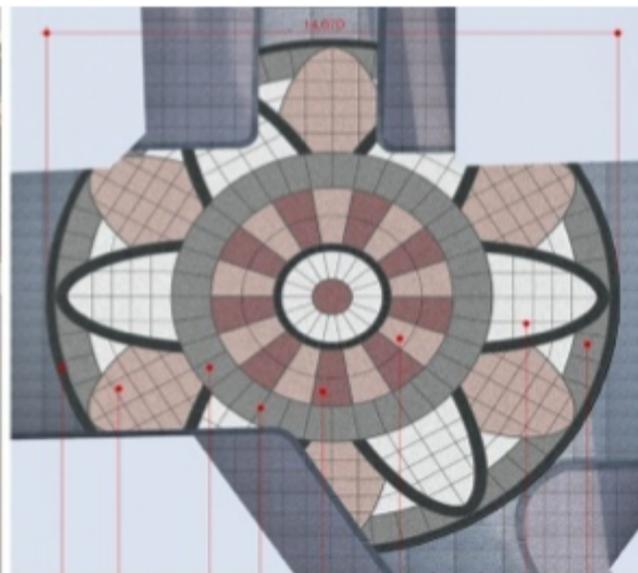
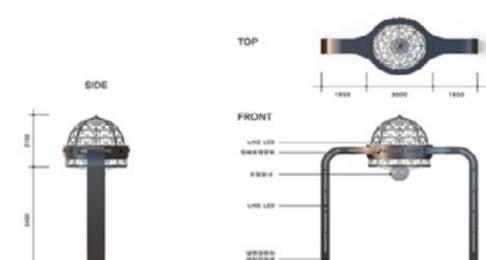
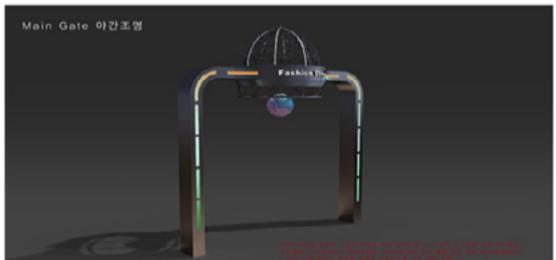
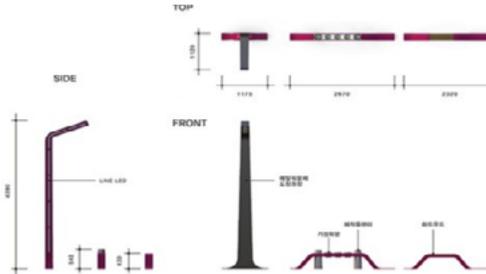
테마특화거리 조성사업

각국거리, 러시아거리, 누들거리 등 보행환경 정비, 조형물 설치 등 테마거리 조성



디자인경영활동

각국거리



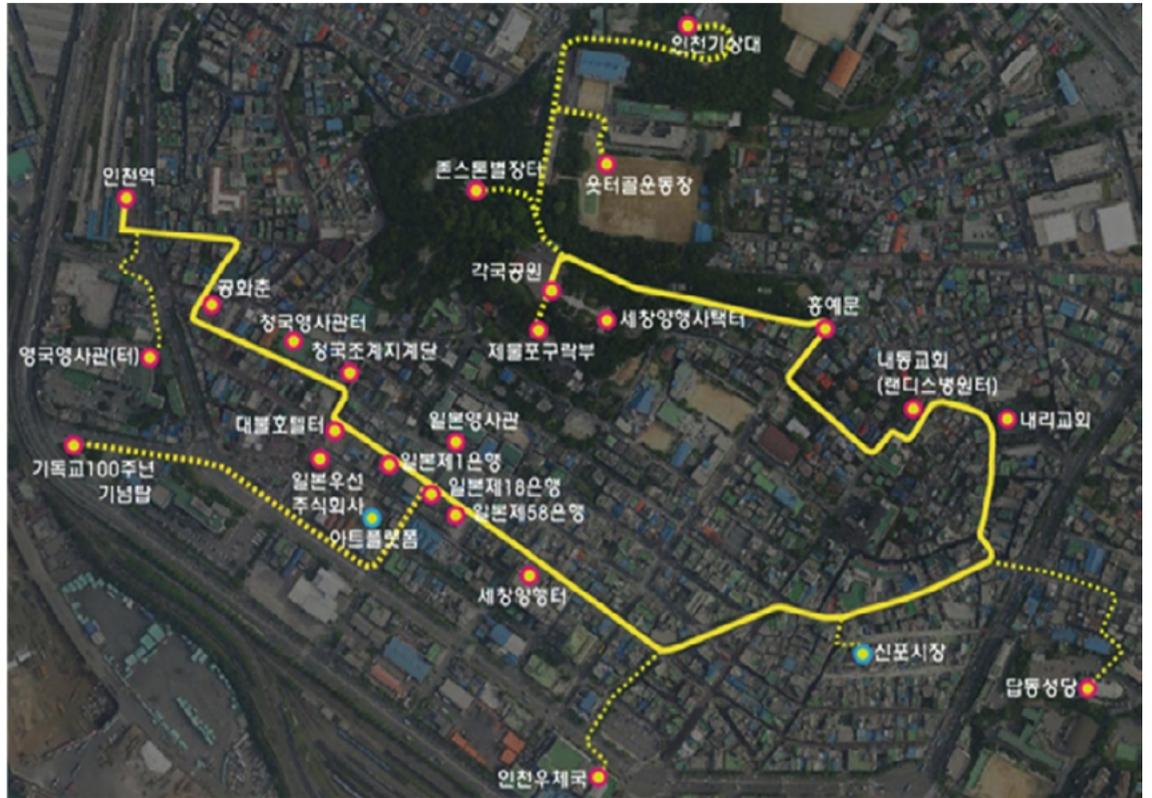
누들테마거리



디자인경영활동

근대역사문화회랑 조성사업

1910년 개항 이후 근대문화를 체험할 수 있는 테마길Red Line, 역사문화플랫폼 조성



근대역사체험관 조성사업

청국조계지를 형성했던 차이나타운 내 화교들의 생활상을 알 수 있는 역사관 조성



디자인경영활동

초한지 벽화거리 조성사업

중국 고전 초한지 이야기를 배경으로 한 약 100m의 가로 벽화 조성



차이나타운 인접구역 가로시설물 설치사업

팔선도 벽화 (150㎡), 십터 조성 및 중국식 기둥 설치 등



디자인경영활동

해수족탕 및 수경시설 조성사업

월미도 족탕이 있었던 월미도의 역사를 활용한 해수족탕 및 물놀이 시설 조성



운서역 특화거리 조성사업

공향신도시 대표 상업가로에 야간조명, 조형물 등을 통해 쾌적하고 편리한 거리로 정비



디자인경영성과

열악한 도시환경 개선 및 차별화된 도시경관 형성

차이나타운 및 개항장 일원

차이나타운(중국풍), 개항장문화지구 및 신포동(양풍·일본풍) 등 가이드라인에 따라 차별화된 경관 형성



낙후되고 혼재된 주거 및 상업가로 환경을 지역특성에 적합한 도시경관으로 정비

경관조성사업 (신포동권역)

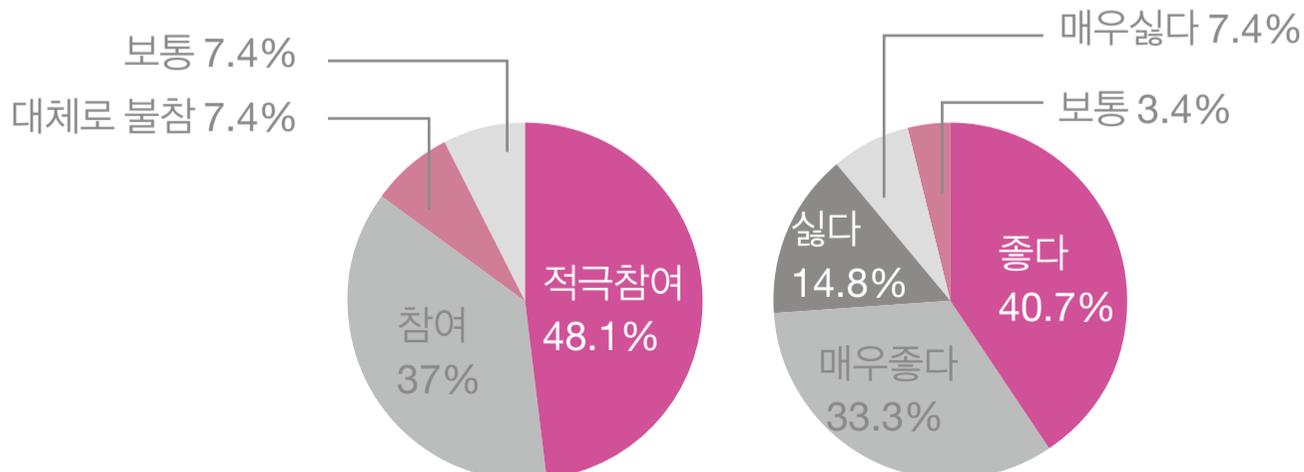
월미관광특구 경관조성사업 지원 조례에 따라 보조금 지원 정책과 사업설명회를 통해 주민 사업참여가 증가함

구분		2013년	2014년	2015년	비고
추진 실적	지원횟수	4건	3건	4건	추진중 10건
	보조금지원금	31,986	34,906		

적극적인 주민(상인) 참여를 유도하여 쾌적한 가로환경으로 조성함으로써 만족도 상승

주민들의 적극적인 참여

송월동 동화마을 조성 등 열악한 도시 경관 정비 결과 향후 사업 참여에 대한 참여의사가 높게 나타남



디자인경영성과

지역관광 활성화 및 지역경제 활성화 도모

국내 대표 관광명소로 육성 및 관광객수 증가로 인한 침체된 지역 경제 활성화 도모

국내관광객 및 만족도

- 차이나타운 일원을 방문하는 관광객: 전년대비 40% 증가
- 국내관광객의 관광자원, 체험 등에 대한 만족도(보통 이상) : 92.8%

(단위: 명)

구분	2011년	2012년	2013년	2014년
내국인	2,492,000	2,809,492	2,699,412	3,038,878

- 조사결과**
- 만족도: 만족 55%, 보통 37.8%, 불만족 7.2%
 - 만족부분: 관광시설 [박물관, 전시관] 38.4%, 관광질서·서비스 13.3%, 주차장·화장실 7.2%, 휴게공간 1.7%

해외관광객 및 만족도

- 차이나타운, 월미도 일원을 방문하는 관광객 수 : 전년대비 31.2% 증가
- 해외관광객의 관광자원, 체험 등에 대한 만족도(보통 이상) : 93.5%(전년대비 0.7% 증가)

(단위: 명)

구분	2011년	2012년	2013년	2014년
외국인	349,264	363,514	357,631	469,363

- 조사결과**
- 만족도: 만족 58%, 보통 35.5%, 불만족 6.5%

지역경제 활성화 도모

차이나타운(중국풍), 개항장문화지구 및 신포동(양풍·일본풍) 일원에 대한 가이드라인에 따라 경관 형성



디자인경영성과

다양한 홍보를 통한 사업성과 극대화

대중매체를 적극적으로 활용하여 디자인 개선사업 홍보 및 인지도 상승

드라마 제작 지원(MOU)을 통한 홍보

MBC 드라마 ‘호텔킹’, ‘오만과 편견’, ‘싸이 ‘행오버’ M/V 등



지하철 및 버스 광고, 전광판을 활용한 홍보



디자인 개선사업과 지역 진흥을 통한 다양한 수상 실적

동화마을, 차이나타운 등 다양한 관광인프라 조성 및 경관 개선을 통해 우수한 평가

- 2015** 대한민국 소비자 대상(한국소비자협회)
내나라여행박람회대상(문화체육관광부)
- 2014** 자랑스런 대한민국대상(대한민국운동본부)
부산관광전최우수마케팅상(문화체육관광부)
- 2013** 지역특화발전특구 우수특구(중소기업청)
- 2012** 내나라여행박람회대상(문화체육관광부)
한국지방자치경영대상(한국공공자치연구원)

제 17 회 대한민국디자인대상

지 방 자 치 단 체 부 문

산업통상자원부장관표창

통 영 시



차 례

시 장 메 시 지

기 관 소 개

디 자 인 정 책
이 념 및 전 략

디 자 인 경 영 활 동

기 타 사 항



시장 메시지



통영시장
김 동 진

**살고 싶은 힐링 도시
품격 있는 문화 시민**

통영은 한려해상 국립공원의 심장부에 위치한 통영시는 충절과 구국의 혼이 서린 역사의 도시이며, 한국현대사를 걸어간 걸출한 예술인들의 향기가득 배인 문화의 도시입니다.

따뜻한 기후와 아름다운 풍광으로 선사시대부터 인류가 정착한 흔적인 연대도 패총, 봉평동 청동기 지석묘 등 유적들이 분포해 있는 유서 깊은 고장이기도 합니다.

뿐만 아니라 성웅 이순신 장군의 호국의 얼이 배어있는 임진왜란 당시의 한산대첩 격전지를 비롯, 3도수군통제영사의 본영 등 역사의 발자취를 더듬어 볼 귀중한 문화유산이 산재하고 있습니다.

**역사적 정체성을 살리고
지역경제를 활성화하고**

글로벌 문화, 관광도시를 가꾸기 위한 디자인사업을 본격 추진하고 있으며, '살고 싶은 힐링도시, 품격 있는 문화도시'로 끊임없이 정진하기 위하여 도시디자인사업을 계속 추진해 나갈 것이며, '디자인이 강한 도시'라는 이미지를 구축하여 찾아오고 싶은 도시, 살고 싶은 도시 통영건설을 위해 매진하고 있습니다.

감사합니다.

기관 소개



삼한시대

변진^{弁辰} 12국 중 고자미동국^{古資彌凍國}, 現 固城에 속함.

가야시대

6가야 중 소가야^{小伽倻}, 現 固城에 속함.

삼국시대 및
신라시대

포상팔국^{浦上八國} 중 고자국^{古自國}, 혹은 古史浦에 속함.
뒤에 자군^{古自郡}, 現 固城을 설치함.

통일신라시대

742~764 경덕왕 고자군을 고성군^{固城郡}으로 개칭함.
757 경덕왕 16 고성군이 9주^{九州}중 강주^{康州}, 現 淸州에 속함.

고려시대

995년 성종 14 산남도^{山南道}의 고주자사^{固州刺使}, 固城縣이 승격됨에 속함.
1018년 현종 9 거제현^{巨濟縣}에 속함.
1275~1308 충렬왕 남해현^{南海縣}에 병합되었다가 다시 복귀함.

조선시대

1604 선조 37 삼도수군통제영^{三道水軍統制營}을 거제현 두룡포^{頭龍浦}, 現 統營市로 옮겨와 설치함.
1617 광해군 10 두룡포가 고성현에 이속^{移屬}되어 춘원면^{春元面}이라 개칭함.
1869 고종 6 춘원면의 호적관계 분류로 이듬해에 고성부치 固城府治를 통영성내^{統營城內}로 옮김.
1872 고종 9 고성군 춘원면으로 복귀함.
1895 고종 32 통제영을 폐^廢함.
1896 건양원년 고성지방대^{固城地方隊}를 설치함.[1907년 폐대^{廢隊}]
1900 광무 4 진남군^{鎭南郡}을 설치함. (통제영터 전역과 고성군의 道善面, 光二面, 光三面, 거제군의 加佐島, 閑山島)
1909 룡희 3 용남군^{龍南郡}으로 개칭함.

기관 소개



일제강점기

- 1914 용남·거제 양군兩郡을 통합하여 통영군統營郡이라 개칭하고, 춘원면을 통영면이라 개칭함.
- 1917 통영면이 지정면指定面으로 됨.
- 1931 통영면이 통영읍으로 승격됨.
- 1936 통영읍의 구역을 확장함(통영면 일원과 산양면의 미수리美修里, 봉평리鳳坪里, 도남리道南里, 당동리堂洞里, 인평리仁坪里, 평림리坪林里).

광복이후

- 1953 거제군이 분리해 감. 통영군-1읍(통영읍) 6면(龍南·光道·道山·山陽·閑山·遠梁).
- 1955. 6. 29 통영군 원량면이 욱지면과 사랑면으로 분리됨.
- 1955. 9. 1 통영읍이 충무시忠武市로 승격되면서 통영군과 분리됨.
 - i) 충무시: 16동(道泉·西湖·明井·港南·中央·文化·太平·東湖·貞梁·北新·坪林·仁坪·堂·美修·鳳坪·道南)
 - ii) 통영군: 7면(龍南·光道·道山·山陽·閑山·欲知·蛇梁)
- 1967. 5. 29 광도면 안정출장소를 설치.
- 1973 통영군의 용남면 무전리가 충무시에 편입(행정동-북신동).
- 1973. 7. 1 남해군의 갈도葛島가 통영군에 편입.
- 1985 충무시 북신동에서 무전동이 분리되어 행정동으로 되고, 인평1동과 인평2동이 인평동으로 통합됨.
- 1995. 1. 1 충무시 통영군을 통합, 도농복합형태의 통영시 설치 (7면 20동 1출장소).
- 1995. 3. 2 산양면이 산양읍으로 승격됨.
- 1995. 5. 1 행정동 중 중앙·문화동을 문화동으로, 평림1·2동을 평림동으로, 도남1·2동을 도남동으로 통합(1읍 6면 17동 1출장소).
- 1998. 1. 1. 행정동 중 서호동 및 구 평림2동, 명정동을 명정동으로, 향남·문화·태평동을 중앙동으로, 동호동과 정량동을 정량동으로, 인평동과 평림동중 구 평림1동을 인평동으로, 당동과 도천동을 도천동으로 통합(1읍 6면 11동 1출장소).
- 1999. 8. 16 행정기구 통합에 따라 안정출장소 폐지, 광도면에 통합(1읍 6면 11동).
- 2010. 12. 31 행정동 중 도천·인평동을 도천동으로, 미수1·2동을 미수동으로, 봉평·도남동을 봉평동으로 통합(1읍 6면 8동).

기관 통영시
 면적 239,54km²
 인구수 139,298명
 행정구역 1읍, 6면, 8동
 570개의 섬
 (유인도 44, 무인도 526)

디자인정책 이념과 전략

- 시정방침**
- 지역경제 활력 회복
 - 글로벌 문화·관광 본격추진
 - 세계인과 함께하는 농·수산 진흥
 - 물과 바다 재난 제로 달성
 - 전 시민 사랑돌보미 운동 전개

살고싶은 힐링도시 품격있는 문화시민



통영은 Design이 없는 건축물은 착공을 하지 않겠습니다

- 역점시책**
- 시정전반의 글로벌화
 - 지역경제 기반구축
 - 문화·관광산업의 전략화
 - 획! 달라지는 교통과 도시공간
 - 안전한 사회 안락한 복지



시조
갈매기



시화
동백꽃



시목
동백나무

디자인정책 이념과 전략

통영시 도시색채 가구기

필요성

도시의 형태가 건물의 볼륨이나 모양에 의해 결정되는 것처럼 도시의 색채는 도시의 분위기를 좌우한다. 즉 색채는 감각적이고 감성적인 의미를 전달하는 기능을 함으로서 도시의 환경을 만드는데 중요한 역할을 하고 있는 것이다.

색채를 유도하는 것이 규제가 아니라 활기찬 거리, 품격있는 도시를 만들기 위한 공동의 약속을 만드는 것이므로 건축물의 경관과 색채는 개인의 소유, 개성의 차원을 떠나 도시환경 조성의 개념에서 공공성의 입장으로 다루어야 한다.

통영시 건물색채 디자인계획

통영시의 자연환경적인 요인

- 파란 하늘, 쪽빛바다, 푸른 숲 동양의 나포리
- 수산자원의 보고, 청정해역의 도시
- 세계 해전사에 빛나는 호국전승의 해양도시
- 문화·예술의 도시

현재 통영시의 색채현황 분석

전체적인 색채이미지 건물의 외장은 아파트에는 고명도(밝은)의 White가 주종을 이루고 있고 일반건축물에는 White, Red, Blue의 색이 주류를 이룸

건물주요 요소 별 색채이미지

- 지붕 : 오렌지색 계열이 실질적인 주조색을 형성하며 블루계열도 다소 있음
- 벽면 : 고명도의 흰색과 아이보리계통의 색상이 주종을 이루나 일부 붉은 벽돌, 타일 종류의 마감재는 통일되지 않고 있음



디자인정책 이념과 전략

통영시 색채계획의 방향 제시

기본방향

- 파란 하늘, 쪽빛 바다, 푸른 숲의 난반사를 고려하여 고명도의 색이 우리시에 가장 적합함
- 맑고, 눈부시게 밝은 색채는 도시 전체의 분위기를 명랑·쾌활하게 연출
- 통영의 정체성을 고려한 액센트 칼라 필요

주조색(Face Color)

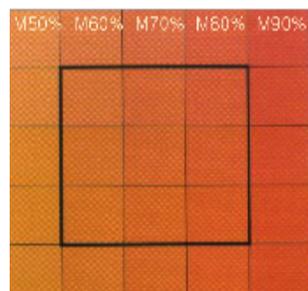
- 사계절 산뜻하고 활기찬 도시 분위기를 위하여 백색계열을 기준으로 고명도의 칼라선정

지붕색(Roof Color)

- 파란하늘, 쪽빛바다, 녹지대와 보색대비가 되는 Red 계열의 색(채도7 정도의 오렌지색)으로 선정하여 건물을 돋보이게 함
- 경관에 질서감과 연속감을 연출

색채심리를 통한 색상의 특성

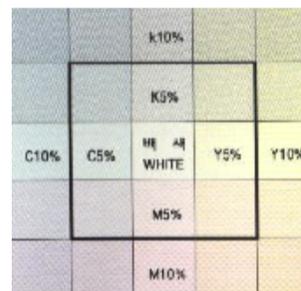
오렌지색 계열의 적용범위



오렌지색

- 따뜻함, 평온과 기쁨, 희망, 젊음
즐겁고 생동감 넘치는 에너지
- 흰색과 조화

백색의 적용범위



백색

- 활기찬 삶, 상쾌함, 정의감, 평화로움
- 쪽빛바다 및 파란하늘에 대해 명시성이 높음



디자인정책 이념과 전략

통영시 도시야경 가꾸기

도시는 낮과 밤이라는 두 세계로 이루어져 있다. 우리생활환경의 절반 이상을 차지하고 있는 야간의 도시 모습은 낮의 도시모습 못지 않게 중요하다. 그러나, 우리는 그 동안 도시가 가지고 있는 낮의 모습을 아름답게 꾸미려고 했지만 야경에 대해서는 별로 관심을 기울이지 않았으며, 가꾸려고 하지 않았다.

최근 들어 우리나라에서도 야간경관에 관심을 갖기 시작했다. 서울시가 1998년부터 야간경관 개선사업을 시작, 주된 건축물과 문화재에 경관조명을 설치 했다.



디자인정책 이념과 전략

야간경관개발

먼저 대낮을 모방해서는 안 된다.

불빛을 이용하여 어둠의 영역을 밝혀 밤을 낮의 연장된 활동 무대로 삼는다고 해서 밤이 낮이 되는 것은 아니기 때문이다.

태양이라는 하나의 절대적인 광원에 모든 사물이 노출되는 낮과, 수많은 작은 광원들이 어둠의 공간 속을 빛의 오아시스들처럼 자리 잡는 밤은 다를 수가 없다.

야경의 개발에서 우리가 지향 해야 할 것은 대낮을 모방하는 것이 아니라 빛과 어둠의 대립을 이용해서 밤의 특성을 적극적으로 활용하는 것이라고 할 수 있다.

낮과 밤은 구별 되어야 하는 별개의 세계인 것이다.

우리시가 지니고 있는 고유한 정체성을 찾아내고 도시의 정체성과 이미지를 어떻게 고유한 빛의 색조와 선을 통해서 표현해야 할 것인가를 숙고해야 한다.

우리시 야경 가꾸기 사업현황

통영항 주변 야경



아파트 외벽 벽화조성 야경



디자인정책 이념과 전략

광고와 건축

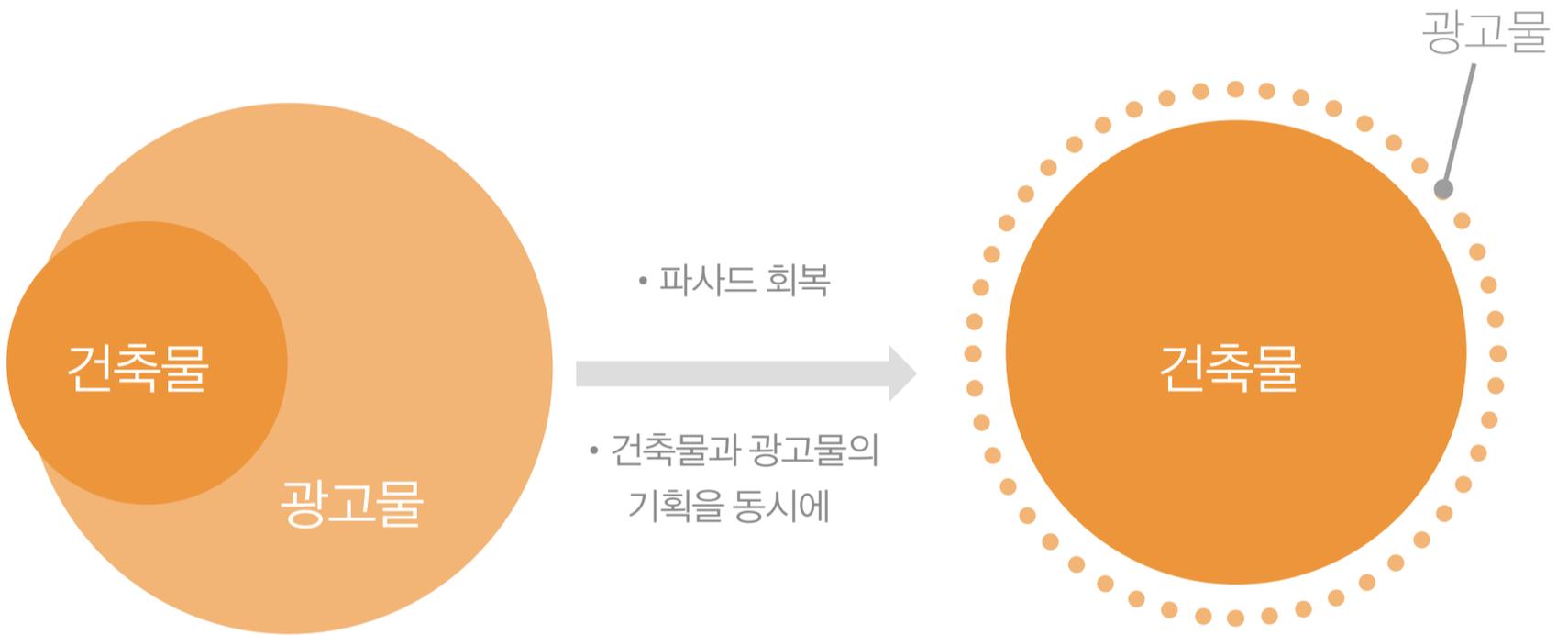
광고와 건축은 하나의 매개체로 보며, 건축물의 건축 이전에 광고물 기획 또한 동시에 이루어져야한다.

현재 Present

현재 광고물은 건축물이라는 매개체의 역할을 넘어 건물 본연의 모습을 찾아 볼 수 없다.

미래 Future

유연성과 투명성으로 광고물과 건축과의 조화로우름을 강조하는 거리환경 조성



디자인정책 이념과 전략

간판문화의 현실태

- 과도한 수량
- 과대한 크기
- 무너진 건물 파사드
- 하나같이 똑같은 간판
- 읽히지 않는 글씨
- 자극적인 색채



우리의 간판은 지금 전쟁중.

우리들의 얼굴인 간판은 지금 무분별한 형태로 도시 미관을 파괴 시키며, 경쟁력인 간판전쟁을 치루고 있습니다.

산발적이고 개별적으로 형성된 간판문화가 이제 도시 형상물에 대한 편리함과 인라인을 추구하는 요구를 시작으로 자연과 인간 삶의 조화를 이룰 수 있는 정관으로 바뀌어 가길 원하고 있습니다. 철학, 질미, 문화적, 도시의 가치를 높이는 욕구에 계 일선으로 바꾸어야 할 것은 바로 간판입니다. 따라서 도시 원형의 지속 가능한 발전을 위하여 간판정비의 구체화, 합리화된 총체적이고 역동적인 계획을 수립하여 시민에게는 삶의 질을 향상시키고, 매력적인 도시에 권력은 욕구를 충족시킴으로서 지역경제의 활성화를 마련해야 합니다.

대처방안

세가지의 엔진으로 '간판문화'
Total Upgrade

산업 마케팅의 개념과 접목, 비즈니스와 문화, 생활 전반을 업그레이드 시키는 엔진이 되어야 함

인식의 변화와 디자인 마인드

업주인과 시민 그리고 사인 제작자들간의 상호작용할 수 있는 디자인 마인드의 생성과 간판문화 인식 필요

가이드라인 제시

부러움과 선망의 도시의 이미지로 만들어 가기위한 도약으로 거리문화의 새로운 제시를 보여주어야 함

도시 브랜드 개발 관광·홍보

새롭게 정립되는 거리환경과 이를 토대로 내부로부터 지역 주민의 자긍심과 외부로부터 이 긍정적 이미지를 정착시켜야 함

디자인정책 이념과 전략

통영시 좋은 간판가꾸기 2014년 통영시 좋은 간판 선정

최우수상 : 1점 (상금-100만원)



순복어촌 | 죽림매립지 소재

우수상 : 2점(상금-50만원)



밤을 누비다 | 무전동 소재



이미지 | 북신동 소재

장려상 : 3점(상금-30만원)



미스터마레
무전동 소재



테라스
문화동 소재



야시만들기
미수동 소재

좋은 간판이란



디자인정책 이념과 전략

대상지의 지형적 위치

- 1차 간판정비사업지(도천횃집거리)와 2차 간판정비사업지(서호시장)에 인접
- 통영 서호동 통영항 여객선터미널 주변
- 통영 서호전통시장 인접

사업목적

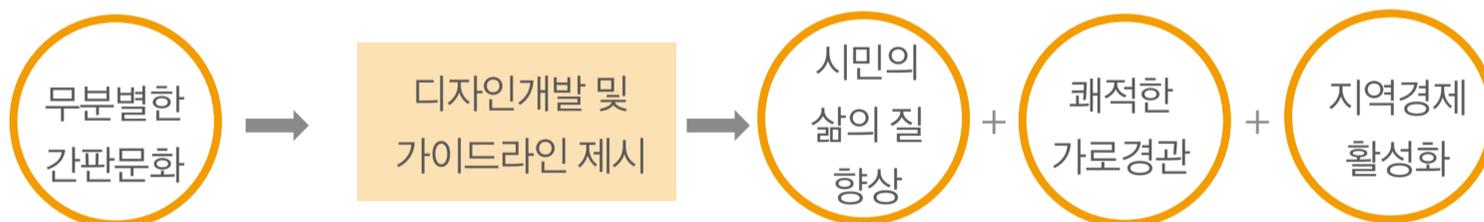
주요관광지 중심권역인 서호동 「통영항 여객선터미널」 주변의 간판을 정비하여 쾌적한 관광 인프라를 확충하고 제각각의 간판을 품격있게 정비하여 지역경제 활성화에 기여, 관광 및 문화 도시 이미지를 향상시키고자 함.

사업내용

서호동 통영항 간판 디자인, 기본 및 실시설계

- 상가 25개소(간판 25개) 정비
- 건물 상가의 컨셉에 의한 B(Brand Identity) 디자인 개발
- 건물과 개별점포가 조화된 디자인 및 설계
- 간판 및 부대시설의 조화된 디자인 및 설계
- 최신 공법에 의한 야간경관 조명 설치계획

사업목표



디자인정책 이념과 전략

사업의 수행과정



디자인 생성



검증

사업시행 전·후 전경 비교

시행 전 전경



시행 후 전경

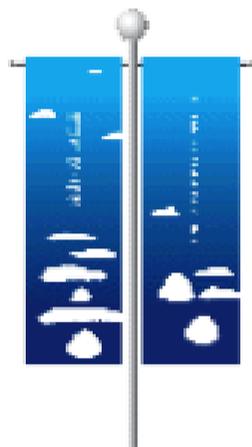


디자인경영활동

바다의 땅 통영

네임 의미: 섬과 바다를 중심으로 이루어진 아름답고 풍요로운 통영을 의미함.

디자인 의미: 섬과 바다를 기본 컨셉으로 통영의 다채로운 문화와 수려한 경관을 지닌 통영의 푸른 바다 및 250개의 아름다운 섬들을 그래픽 모티브로 통영의 이미지를 형상화함.



통멸이 캐릭터

청정해역 통영에서 가장 많이 생산되는 멸치를 의인화 한 것으로 깨끗한 도시 이미지와 남해안 수산업의 1번지임을 강조.



디자인경영활동

공공디자인사업 추진현황

동피랑 벽화마을 조성

재개발 지역이 문화공간으로 탈바꿈된 '동피랑'. '동피랑'은 동쪽에 있는 비랑, 즉 비탈의 지역 사투리다.

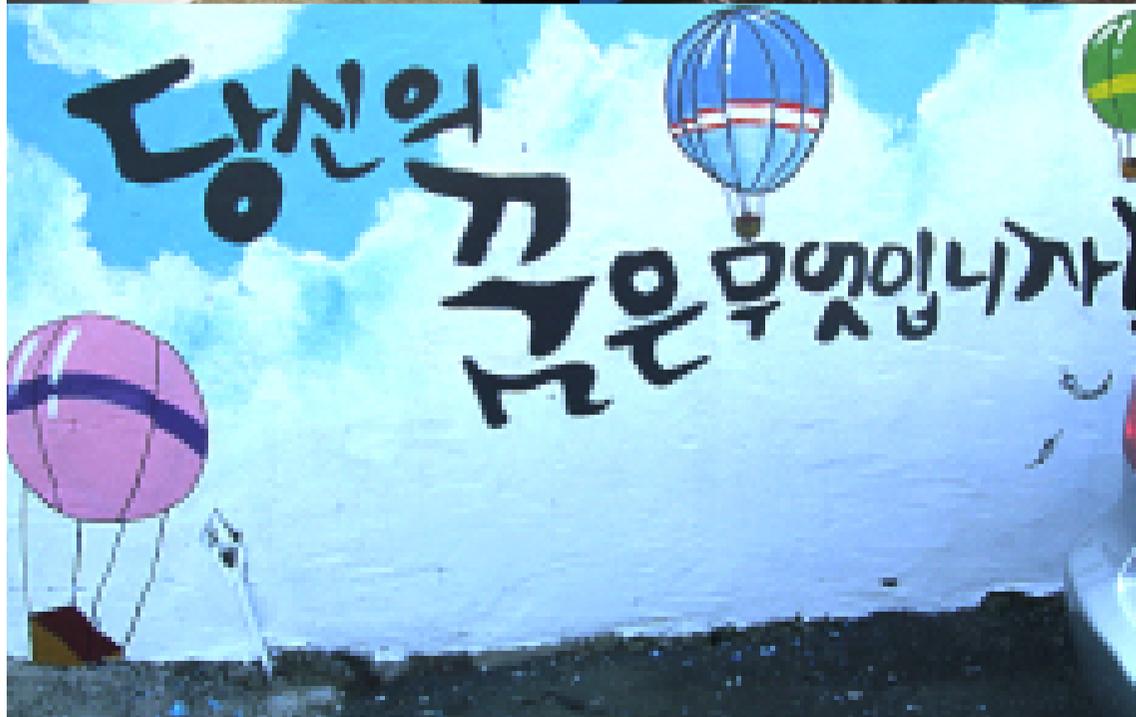
통영시 정량동, 태평동 일대의 산비탈 마을로 서민들의 오랜 삶터이자 저소득층 주민들이 지금도 살고 있으며 언덕마을에서 바라보는 해안도시 특유의 아름다운 정경을 가지고 있는 곳이다.



동피랑 벽화마을 조성(사투리 간판)

소포마을 벽화 조성

통영 소포 벽화마을은 통영여고 미술동아리 챌린지의 지도교사와 학생들이 2012년 7월부터 11월까지 부모님의 동의로 방학기간과 학기 중 주말 작업 등의 힘든 과정을 거쳐 완성하였음



디자인경영활동

항남동 골목길 디자인사업

위치 : 통영시 항남동 139-21번지

사업량 : 285,600㎡

총사업 예산 : 20억원(국비 10억원, 도비 3억원, 시비 7억원)

사업비 : 1,676,880천원(마스트플랜, 실시설계, 공사)

사업기간 : 2012. 5. 31 ~ 2014. 2. 21

사업내용 : 문화예술의 길, 소통의 길, 역사의 길 조성 등



강구안 푸른골목 만들기



동포로 복원사업

위치 : 통영시 동호동 119-10번지 일원

면적 : 약14,000㎡

- 목적 : • 역사적 공간복원 • 건강한 시민휴식공간 제공
 • 관광자원 활용 • 풍부한 녹지의 확보



디자인경영활동

간판이 아름다운 거리 조성

도천동 횃집거리 간판 시범거리사업

사업기간 : 2011년 사업비 : 650백만원(국도비 80%, 시비 20%)

사업량 : 380m, 상가 52개소



전통재래시장 활성화 간판정비사업

사업기간 : 2012년 사업비 : 292백만원(국비 60%, 시비 40%)

사업량 : 250m, 상가 45개소



유람선터미널 간판정비사업

사업기간 : 2012. 6~8. 사업비 : 150백만원 (시비 70%, 주민 30%)

사업량 : 100m, 상가 30개소 55개간판



통영항 여객선터미널 주변상가 간판정비

사업기간 : 2013년~2014년 사업비 : 200백만원(시비 50%, 도비 50%)

사업량 : 110m, 상가 25개소



통합지주이용간판 조성



디자인경영활동

통영국제음악당 건립

사업개요

위치 : 통영시 큰밭개 1길 38(도남동)

규모 : 부지면적 33,038㎡, 연면적 14,618㎡(지상5층)

주요시설 : 메인홀(1,300석), 블랙박스(300석), 리허설룸 등

공사기간 : 2010. 3. 11~2013. 6. 30

사업비 : 52,000백만원



삼도수군 통제영 복원

사업개요

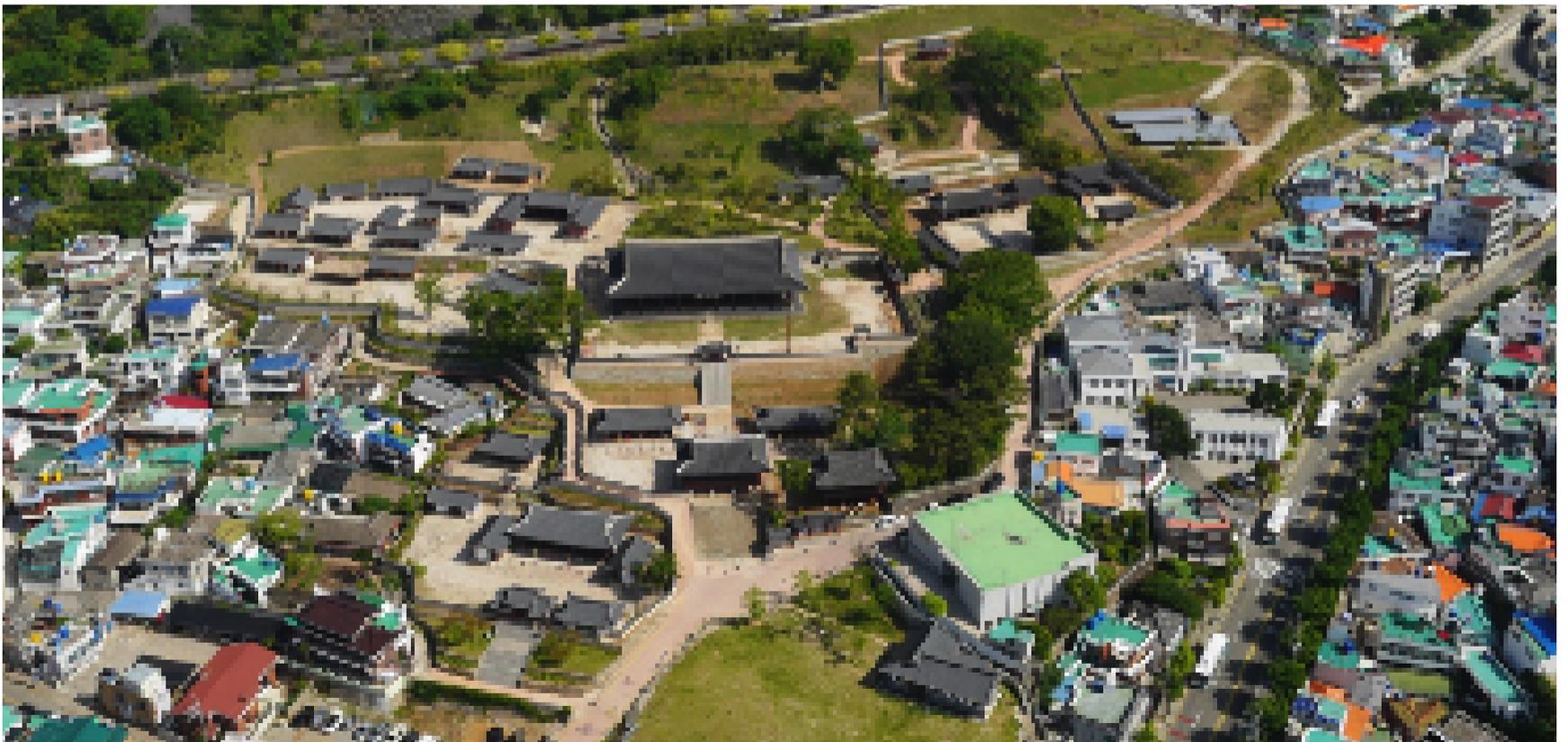
위치 : 경남 통영시 세병로 27(문화동)일원

사업규모 : 46,683㎡

사업내용 : 백화당 등 주요관아 30여동 복원, 주차장 조성 143면

사업기간 : 2000년 ~ 2013년

사업비 : 596억원 (국비 339 / 지방비 257)



디자인경영활동

통제영거리 복원사업

사업개요

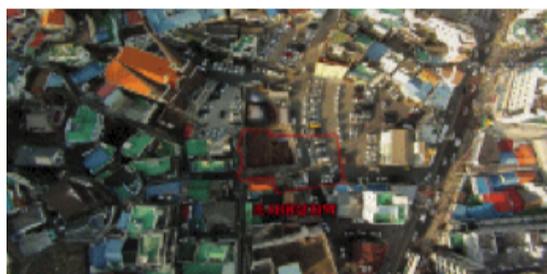
위치 : 통영시 통제영 주변

사업규모 : 15,310㎡

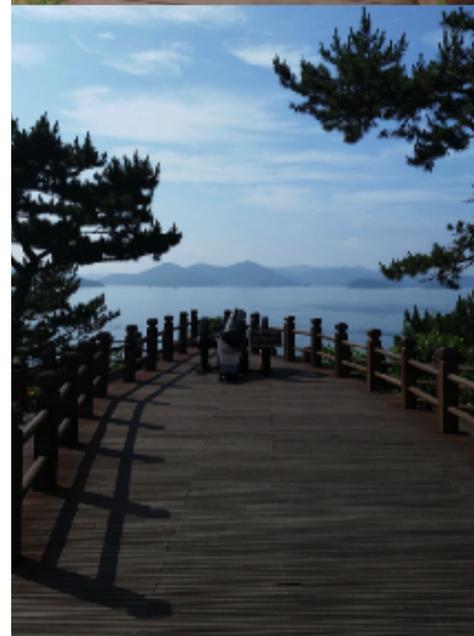
사업기간 : 2010년 ~ 2017년

사업내용 : 벽수광장조성, 12공방 전시·판매장신축, 남문(청남루)복원,
통제영거리 조성(L=250m)

총사업비 : 179억 원(국비 89.5 / 지방비 89.5)



이순신공원 디자인



서피랑마을 만들기

사업개요

위치 : 통영시 문화동 330번지 일원

사업기간 : 2005년 ~ 2012년

사업량 : 도로개설(L=984m, B=8~10m)

사업비 : 9,576백만원(국비 50%, 지방비 50%)



이야기가 있고,
테마가 있는
독지면당
99계단길 조성



기 타 사 항

건축물 수상 실적

- 도천테마파크 국토해양부 주최 2010년 좋은 건설 발주자 대상
- 통영수산과학관 제5회 경상남도 건축대상제 동상
- 박경리 기념관 제8회 경상남도 건축대상제 대상
- 모노퍼니(펜션) 제10회 경상남도 건축대상제 대상
- 통영국제음악당은 제10회 경상남도 건축대상제 동상



2015 제17회 대한민국디자인대상

기 획 산업통상자원부, 한국디자인진흥원

발행인 정용빈

발행일 2015. 12. 31

발행처 한국디자인진흥원
13496 경기도 성남시 분당구 양현로 322 코리아디자인센터
Tel. 031-780-2163 Email. hlee0227@kidp.or.kr

앱제작 (주)클비시스템

본 전자책자의 내용은 대외적으로 이용하실 때 반드시 산업통상자원부와 한국디자인진흥원에서 시행한 사업의 일환임을 밝혀야 합니다. 그 밖에 저작권 관련 별도 협의가 필요하신 사항은 한국디자인진흥원으로 연락 주시기 바랍니다.

Copyright© KIDP 2015 All rights reserved

Kidp 한국디자인진흥원
KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION