









 $\mathbf{\Psi}$

(주)다리컨설팅 ^{대통령표창}

\P

샘표식품(주) 국무총리표창

W

서울아산병원 국무총리표창



(주)코다스디자인 국무총리표창



(주)디자인부산 산업통상자원부장관표창



(재)세종문화회관 산업통상자원부장관표창



(주)빙그레 산업통상자원부장관표창

소개

디자인경영

지방자치단체

디자인공로

사업목적 & 사업주체

1 9 t h
K O R E A
D E S I G N
A W A R D

디자인을 전략적 경영 수단으로 활용하여 산업발전과 국가 경쟁력 향상에 기여한 기업체와 지방자치단체 도는 디자인 산업발전에 기여한 공로자들에게 그 공적을 포상하고 격려함으로서 디자인 경영의 중요성과 효용가치를 널리 확신하기위함.

주최 산업통상자원부

주관 한국디자인진흥원

수상내역

디자인경영부문

❤️ 대통령표창

(주)다리컨설팅

❤️ 국무총리표창

샘표식품(주)

서울아산병원

(주)코다스디자인

▼ 산업통상자원부장관표창

(주)디자인부산

(재)세종문화회관

(주)빙그레

지방자치단체부문

❤️ 대통령표창

인천광역시

❤ 국무총리표창

전라남도

♥ 산업통상자원부장관표창

춘천시

디자인공로부문

▼ 홍조근정훈장

하용훈

▼ 철탑산업훈장

신승원

♡ 산업포장

유영규 안장원 김선경 ❤️ 대통령표창

김 광

정훈동 김종욱

최소현 김태호

양석균

산업통상자원부장관표창

김승언

노황우

김우찬

문소이

김 민

강태호

이광식

2017년 제19회 대한민국디자인대상 시상식









클릭하면 사진이 확대되어 보여집니다.









클릭하면 각각의 사진이 보여집니다.































대통령표창 | 시상식갤러리































국무총리표창 | 시상식갤러리































산업통상자원부장관표창 | 시상식갤러리

































대통령표창

KOREA DESIGN AWARD 19th 대한민국디자인대상

디자인경영부문

(주)다리컨설팅





대통령표창

차 례

C E O 메 시 지

기 업 소 개

디 자 인 경 영 활 동

디 자 인 경 영 성 과

디자인경영부문

(주)다리컨설팅

CEO 메시지 | (주)다리컨설팅

이야기가 있는 숨겨진 보물, '명인명촌'

사계절의 변화가 뚜렷하고, 삼면이 바다인데다 산지가 70%를 이루는 한국은 예부터 지역별로 고유 지역 특산품이 발달해 왔으며 절기별로 색다른 음식 문화를 꽃 피워 왔습니다. 수치화 된 정량을 바탕으로 한 표준요리 보다는 각 지방마다, 집안마다, 사람마다 개성 있는 맛을 창조해 왔으며 이는 '손맛'으로 통칭되기도 합니다.

이처럼 하늘의 때, 땅의 기운, 그리고 장인들의 철학이 깃든 '보물'을 찾아 이를 지키고 많은 사람들에게 제대로 된 '맛'을 통해 '멋'진 삶을 나누고 싶은 것이 '명인명촌' 철학입니다.

전국 방방곡곡, 10년의 시간을 발품 팔아 72명의 장인들과 235종의 한국을 대표하는 전통식품을 찾아 한자리에 모았습니다. 거창한 철학 이나 목표를 지향하지는 않습니다.

어릴 적 어머니의 한 수저 조청의 깊은 단맛, 가족의 기력을 회복시키고자 만든 건강한 신맛의 곡물 발효초, 먼 타지에 유학간 자식의 입맛을 돋구기 위해 만든 속깊은 볶음 고추장 등 삶 속에 자연스럽게 녹여 있던 지혜가 세월 속에서 켜켜이 쌓여 정성스러운 '보물'이 되어갑니다.

단지 값을 더 받기 위해 유기농이나 친환경을 지향하는 것이 아니며, 모양 좋고, 흠 없이 자란 과일과 곡식만을 고집하지도 않습니다. 오직 자연 속 '조화로운 삶'이 중요할 뿐입니다. '해충과 잡초'도 함께 살아 가는 생명으로 받아드리는 그런 마음을 담을 뿐입니다.

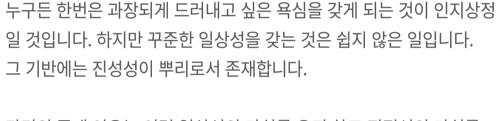
'이야기가 있는 숨겨진 보물, 명인명촌' 입니다.



(주)다리컨설팅 대표이사 정두철

기업소개 | (주)다리컨설팅

다리컨설팅은 '일상성과 진정성의 가치'를 존중하는 회사입니다.



다리의 존재 이유는 이런 일상성의 가치를 유지 하고 진정성의 가치를 발굴하는 일을 합니다. 누가 알아주지 않아도 묵묵하게 자신의 길을 걸어 가는 사람을 밝은 눈을 갖은 분들에게 소개하는 일을 합니다.

한 번의 번득이는 생각과 찰나의 화려함 보다는 무지의 여백이 남아 있고 그 여백만큼의 여유와 자기의 노력을 보태야 비로소 그 본질에 다가갈 수 있는 그런 일을 하고 싶고 하고 있습니다.

디자인과 브랜드도 결국은 기술로서 일상성과 진정성의 수준을 넘어서도 넘을 수도 없으리라 생각합니다.

'명인명촌' 디자인은 '본연의 물성'을 드러내는 것이 중요하게 생각합니다. 타이포그라피를 통한 간결함과 흰 여백의 여유는 물성의 고유성을 방해하지 않는 최소한으로 표현되어야 한다고 믿고 있습니다.

상품을 표현하는 브랜드나 디자인도 결국은 본질적인 물성의 가치를 왜곡해서는 안 된다는 강박이 늘 디자인에 대한 '명인명촌'의 고민입니다.





디자인경영활동 | (주)다리컨설팅

명인명촌_브랜딩, 디자인을 통한 가치의 발현

생활에서 수없이 접하는 전통 식품(된장, 간장, 참기름 등)이 고유의 가치를 잃고 공장 생산품으로 생산품으로만 접하는 것에서 벗어나,진정한 전통 식품으로서의 위치 확립을 위해 디자인을 통한 가치의 발현을 이끌어 내었습니다.

전통 식품의 현대적 디자인은 식품 고유의 가치를 시각적으로 보여줬을 뿐 아니라, 선물로의 역할도 새롭게 갖게 되며, 지역의 소규모 수제생산 자의 고급화된 판로를 만들어 주었습니다.

'명인명촌' 이라는 식품 브랜드의 디자인 방향은 전통식품의 현대화 그리고 고급스러움에 있습니다.

명인명촌은 백화점 팝업 행사를 시작으로 현재 13개의 현대백화점의 식품관 에서 고정 매장을 운영하였습니다. 백화점 식품관의 디자인이 아닌, 고유의 디자인 관리를 통해 브랜드의 이미지를 확립하였습니다.



디자인경영활동 | (주)다리컨설팅

명인명촌_라벨

식품에서의 라벨은 소비자가 첫 대면하는 시작점이자 제품의 원재료를 직접적으로 확인할 수 있는 소통의 창구입니다. 식품 법령 사항에 따른 디자인 방향의 설정과 '정직한 제품의 솔직한 가치'를 시각적으로 표현 하기 위해 조금씩 변모의 과정을 거쳐 제품명과 원 재료명으로만 이루 어진 라벨 서식을 정립하였으며 세로 쓰기 타입의 도입으로, 전통 쓰기 방식을 계승하고 주류 라벨의 경우 활자 디자이너 이용제 와의 협업을 통해 세로쓰기 전통을 복원한 꽃길체를 직접 디자인 의뢰하여 제품에 상용화하였습니다.













디자인경영활동 | (주)다리컨설팅

명인명촌 패키지

선물세트 패키지의 모듈화를 통해, 전통식품을 고급 답례품화 시킨 선두적 역할을 하였습니다. 일상적 소비재로만 사용하던 전통 식품을 소비재로서의 사용에만 그치지 않고, 모듈화된 디자인을 통해, 백화점 선물세트 시장에 선보였습니다. 유리병에 말끔히 담긴 전통 식품은 명인명촌의 패키징 시스템인 박스 / 리플렛 / 박스라벨이라는 새로운 컨텐츠 전달 방식을 통해 더욱 고급스러운 이미지를 갖게 되었고 패키지의 고급스러움과 가치 있는 식품은 백화점 선물세트 책자의 첫 페이지를 2009년 이후 현재까지 유지될만큼 선물 시장의 새로운 모습을 제시하였습니다.













디자인경영활동 | (주)다리컨설팅

명인명촌_매장

소비자가 직접적으로 상품을 대면하는 공간으로서의 디자인. 식품관 내에 있는 타 브랜드가 백화점 내 식품관과 같은 형태의 매장을 구현 하는 것과 달리, 명인명촌 만의 아이덴티티를 가지기 위해, 조금씩 변모하며, 메타 디자인을 구축해 나가고 있습니다.





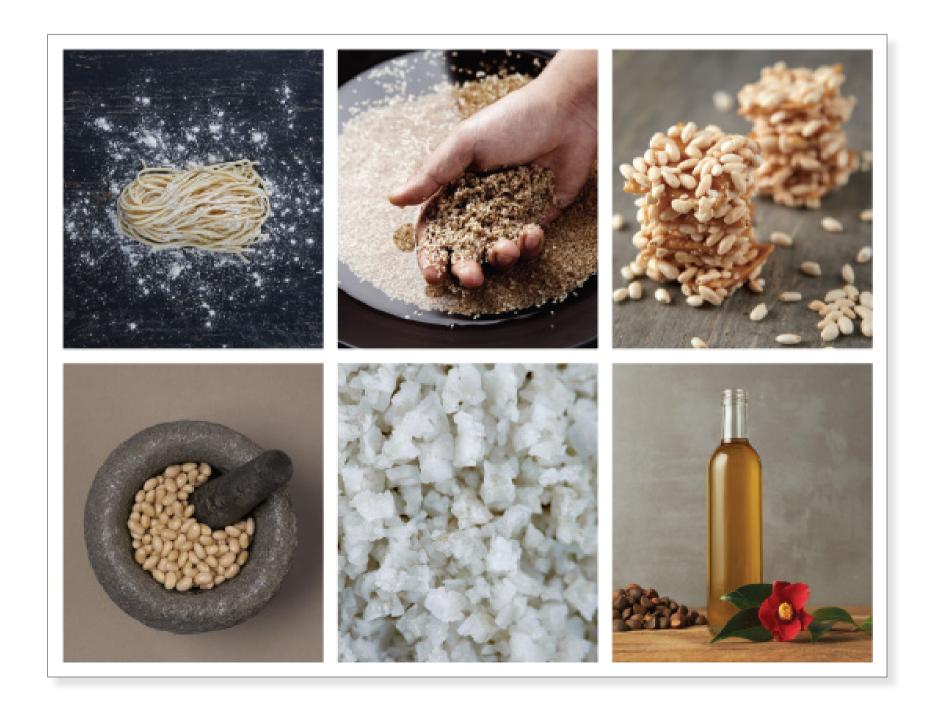




디자인경영활동 | (주)다리컨설팅

명인명촌 컨텐츠

디자인에서의 재료와 브랜드의 자산으로서의 전문 사진 작가 박병혁 실장과의 협업으로 2009년 이후 계속하여 이미지를 구축 하였습니다. 각생산자의 사진, 제품 사진, 매장 사진 등 다양한 이미지를 보유하고, 이미지는 매장 내 LCD, 액자, 선물세트 내 리플렛, 그리고 명인명촌 책자 등을 디자인하는 중요한 컨텐츠가 되었고, 명인명촌 브랜드를 잘 드러내는 방향으로 활용되고 있습니다.



디자인경영활동 | (주)다리컨설팅

명인명촌_팝업매대

상시 팝업 매대를 디자인 스튜디오 제로랩과 협업, 수레 형태로 디자인 및 제작. 유동적 움직임을 가질 수 있는 수레 이미지에 명인명촌에서 새롭게 제안하는 음료 네이밍 '마심'을 덧입히고 전통 음료를 가볍게 즐길 수 있는 팝업 매대를 제작하였습니다.









디자인경영활동 | (주)다리컨설팅

명인명촌_전시회 개최

각 분야의 전문가들과 브랜드가 협업하여 전시회를 개최함으로 식품 브랜드의 이미지를 넘어, 컨텐츠 생산자로서의 역할을 수행하였습니다. 아트 프로젝트라는 이름의 전시를 3회 운영하며, 박병혁, 이경수, Jiri Oplatek등 식품브랜드와 무관할 것 같은 사진작가, 그래픽 디자이너들 과 협업하여 새로운 콜라보 형태를 보여주었습니다.

vol 1. 명인명촌 with 박병혁 사진작가

명인명촌의 사진을 오랫동안 함께 구축해온 박병혁 작가의 작품 중 명인 명촌 제품 생산자의 사진을 모은 전시.

총 14점의 개별 액자 전시와 12점의 대형 액자+명인명촌 제품의 콜라보 전시.

: 맛을 빗는 시인 / 2015 / 현대백화점 미아점 문화홀, 갤러리 H









디자인경영활동 | (주)다리컨설팅

명인명촌_전시회 개최

_vol 2. 명인명촌 with workroom(이경수 대표) 명인명촌의 어제, 오늘, 그리고 내일을 보여주는 브랜드 전시회에 그래픽 디자이너 이경수 대표가 아트디렉터로 참여, 각 섹션의 모든 글귀와 레이아웃을 디자인. 명인명촌의 역사를 정리한 전시.

: 명인명촌 꽃피우다 / 2015 / 현대백화점 무역센터점 문화홀







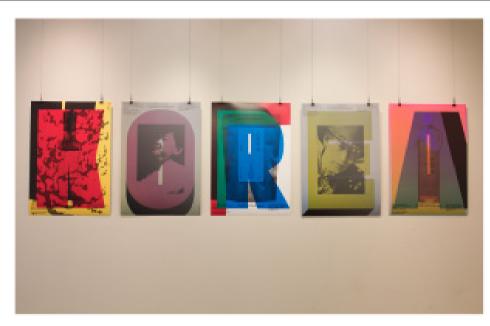


디자인경영활동 | (주)다리컨설팅

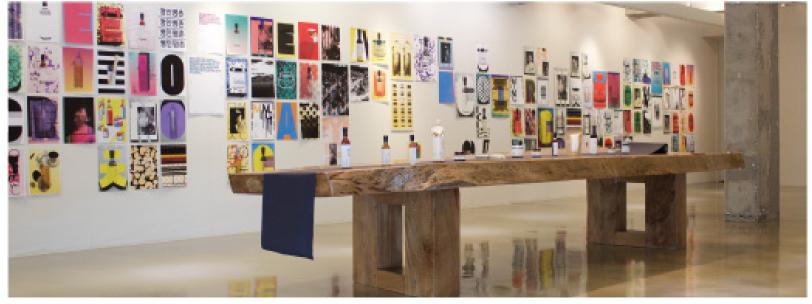
명인명촌_전시회 개최

_vol 3. 명인명촌 with ClaudiaBasel(Jiri Oplatek)
스위스 디자인 스튜디오 ClaudiaBasel의 창립자 Jiri Oplatek과 그간
명인명촌이 가지고 있던 국내 고급 식자재 브랜드로서의 이미지를 탈피,
새로운 방향의 이미지를 모색. 글로벌 브랜드로서 명인명촌이 나가야 할
방향에 대한 명인명촌 하우스 디자이너들과 Jiri Oplatek의 이미지 작업을 모아서 전시.

: MIMC with CB / 2017 / 인더페이퍼 갤러리







디자인경영성과 | (주)다리컨설팅

국내 전통 식품의 '무대'

생활에서 수없이 접하는 전통 식품(된장, 간장, 참기름 등)이 고유의 가치를 잃고 공장 생산품으로만 접하는 것에서 벗어나, 진정한 전통 식품으로서의 위치 확립을 위해 디자인을 통한 가치의 발현을 이끌어 내었습니다. 전통 식품의 현대적 디자인은 식품 고유의 가치를 시각적으로 보여줬을 뿐 아니라, 선물로의 역할도 새롭게 갖게 되며, 지역의 소규모 수제 생산자의 유통 판로를 만들어 주고 있습니다. 백화점의 15개 고정 매장을 운영하며 전통 식품의 가치를 알리는 시장에서의 리더쉽을 갖게 되었습니다.



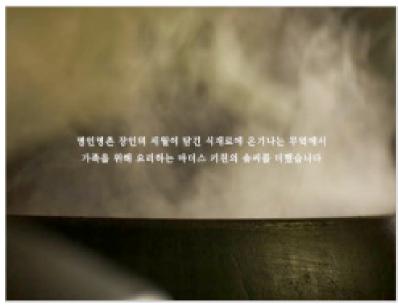
디자인경영성과 | (주)다리컨설팅

브랜드력을 기반으로 타브랜드와의 콜라보레이션

'명인명촌' 이라는 브랜드가 프리미엄 식품 브랜드로서의 이미지를 확고 히 갖게 됨으로, 다양한 타 브랜드와의 콜라보레이션을 진행했습니다. 명인명촌의 식재료 사용이 곧 믿을 수 있는 식품이라는 신뢰의 이미지를 갖게 됨과 동시에 고급스러움을 가지게되었습니다.









디자인경영성과 | (주)다리컨설팅

해외로 한국 전통 식자재 브랜드 소개

명인명촌은 국내 프리미엄 식자재 브랜드로서의 입지를 구축하며, 한편으로는 한국 전통 식자재 브랜드를 해외로 소개하기 위해 많은 노력을 했습니다. 식자재 개별의 수출이 아닌, 고유의 브랜드를 수출하기 위해 해외에도 통용될 수 있는 상품의 재고력과 디자인을 갖추기 위해 많은 노력과 다양한 활동을 진행하고 있습니다. l'art de la fermentation (발효의 예술)/ 2015/ 파리 한국문화원 KOREA ARTISAN GOURMET FAIR/ 2016/ 갤러리 라파예트 본점 코리아 매대 신규 설립 / 2017 / 갤러리 라파예트 본점 갈라쇼 with Sanghoon Chef / 2017 / 벨기에 브뤼셀







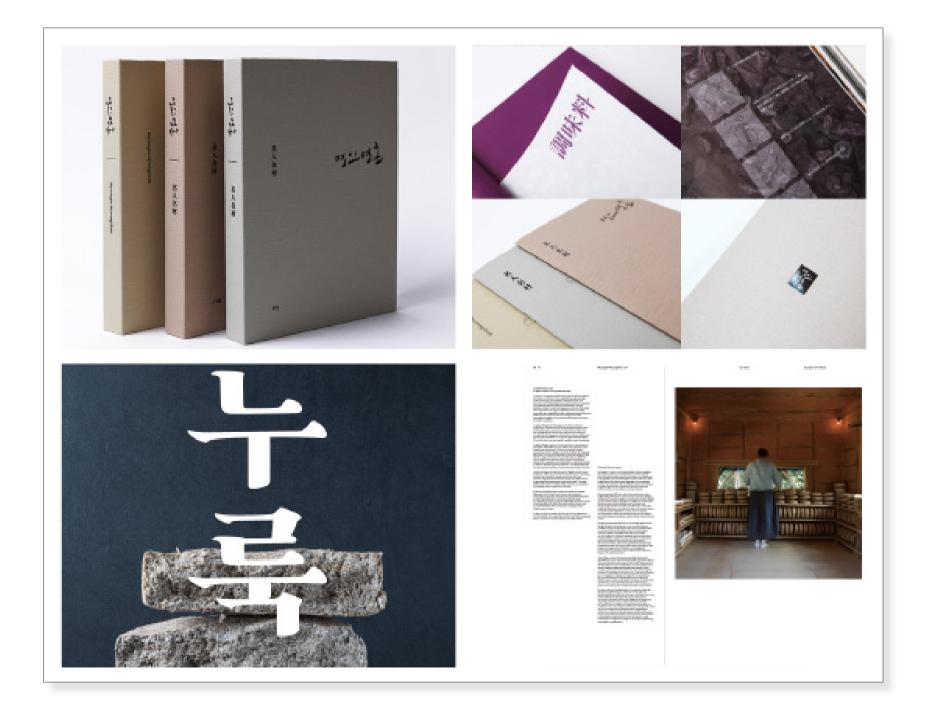


디자인경영성과 | (주)다리컨설팅

해외 소개를 위한 한국 전통 식자재 컨텐츠

명인명촌의 주요 식자재에 대한 소개와 제조방법, 사용방법등이 소개된 브랜드북 5개 국어 제작 및 ISBN 등록하였습니다. (영문/불문/중문/일문/국문)

브랜드북과 더불어 가볍게 사용할 수 있는 부클릿 제작. 한국의 전통 식자재 '누룩'을 테마로 한 간행물 제작.





국무총리표창

KOREA DESIGN AWARD 19th 대한민국디자인대상

디자인경영부문

샘표식품(주)





국무총리표창

차 례

 C
 E
 O
 메
 시
 지

 기
 업
 소
 개

 디
 자
 인
 경
 정
 전
 략

 디
 자
 인
 경
 영
 설
 동

 디
 자
 인
 경
 영
 성
 과

디자인경영부문 샘표식품(주)

CEO 메시지 | 샘표식품(주)

우리맛으로 세계인을 즐겁게! 한국 음식문화를 대표하는기업, 샘표

많은 분들이 '샘표'하면 굉장히 친근하고 익숙한 브랜드로 느껴진다고 합니다. '샘표'가 국내 최장수 등록상표인 만큼 오랫동안 함께 해 온 시간적 배경도 있지만 간장, 식초, 참기름과 같은 양념과 국수, 통조림, 차 등 다양한 일상의 식품에서 샘표를 접해왔기 때문 일겁니다.

샘표는 사람들의 행복에 관심이 많습니다. 구성원의 행복과 지역사회의 기여가 샘표의 핵심가치 입니다. 좋은 제품을 만드는 것은'사람에 대한 관심과 배려'에서 출발합니다. 좋은 디자인도 마찬가지라고 생각합니다. 샘표는 디자인 경영을 통해 직원들과 소통하며 '사랑 중심의 문화'를 만들어 가고 있습니다. 회색 빛깔의 칙칙한 공장 외벽을 아티스트들과 함께 거대한 벽화로 꾸민'샘표 아트 팩토리' 연구원들에게 창의적 영감을 주기 위해 갤러리로 꾸민 연구소 등은 직원들이 공간에서 받을 수 있는 느낌을 디자인적으로 풀어낸 사례입니다.

소비자들과의 소통 방식에 있어서도 디자인은 중요한 역할을 합니다. 샘표는 음식을 통한 즐거움을 아이들에게 선사하기 위해 매년 '맛있는 추억'을 그리는 어린이 그림대회를 진행하고 있습니다. 1등 작품은 샘표 의 대표 제품인 양조간장 라벨로 만들어 한정판 간장으로 소비자들에게 선보입니다. 맛있는 추억을 모두가 공유하는 프로그램 입니다.

글로벌시장에서 디자인은 더욱 강렬한 역할을 할 것입니다. 한국의 음식이 그들을 감동시키고 디자인을 통해 그들의 문화를 느낄 수 있을 겁니다. 문화와 디자인이 어우러진 삶이야말로 진짜 '행복이 아닐까 합니다. '우리맛으로 세계인을 즐겁게, 샘표가 바라는 '행복'입니다.



샘표식품(주) 대표이사 박진선







기업소개 | 샘표식품(주)

한국 식문화와 한 길을 걸어온 샘표

샘표는 지난 70년 동안 변화하는 시대의 흐름에 맞춰 한국의 식문화를 대표하는 회사로 성장해 왔습니다. 샘표는 해방 직후 많은 사람들이 장(醬)을 만들어 먹던 힘들었던 시절 '내 가족이 먹지 않는 것은 절대 만들지도 팔지도 않는다.'는 창업주의 신념아래, 누구나 좋은 가격에 장을 사먹을수 있는 시대를 열었습니다. 이후 70년간 발효에 몰두해 온 샘표는 혁신적인 콩 발효 기술을 통해 한식의 DNA가 담긴 조선간장을 복원하고, 세상에 없던 제품인 요리에센스 연두를 개발하는 등 끊임없이 우리맛의 가치를 찾고자 노력하고 있습니다. 전통의 가치를 바탕으로 새로운 시도와 변화를 계속해오고 있는 샘표는, 설립이래 현재까지 꾸준히 디자인 중심의 경영을 실천하고 있으며, 세계적인 브랜드로 거듭나기 위해 노력하고 있습니다.

샘표현황

기업명	샘표식품주식회사

대표이사 박진선

설립일 1946년 8월 20일

주요사업 장류, 조미식품, 가공식품, 소스류 제조 및 유통

총자산 약 1,914억 원 (2016년 기준) 매출액 약 2,693억 원 (2016년 기준) 임직원 수 772명 (2017년 3월 기준) 소재지 서울특별시 중구 충무로 2

홈페이지 www.sempio.com

주요연혁

장(醬)산업의 대표가 되다

(1946~1972)

1946.08 박규희 창업주, 충무로에 샘표식품 창립

1954.05 특허청에 '샘표'상표등록(현재 국내 등록상표 중 최장수 브랜드)

1958.02 도봉구 창동 제공장 설립, 국내 최초 장류 전문 연구소 개설

1959.10 샘표간장 첫 해외 수출 체결(홍콩 영화 공사)

1961.01 국내 최초로 라디오 CM송을 도입한 광고 진행

1969.01 창동 공장으로 본사 이전, 연간 생산량 10,000Kl로 확대

1971.04 철탑산업훈장 수훈

The History of Sempior of Korean Food Cut



기업소개 | 샘표식품(주)

주요연혁

우리맛, 더 큰 성장으로 발돋움하다 (1973~1999)

1973.02 과일/농산물 통조림 전문 생산 계열사, 조치원식품 설립

1976.03 수산물 통조림 전문 생산 계열사, 양포식품 설립

1976.03 2대 박승복 사장 취임

1976.10 한국10대 우수 기업체 중 경영력 최우수기업 선정 (한국생산성본부)

1980.08 국내 최초 PET병 자동포장기 도입으로 편의성 및 안전성 증대

1981.03 박승복 회장, 산업포장 수상

1987.01 이천 공장 준공, 단일 품목 기준 세계 최대 규모 시설과 설비

1989.09 박승복 회장, 국민훈장 목련장 수훈

1989.10 제12회 국제식품교역전 식음료 부문 대상 수상

1989.12 '양조간장 501' 출시, 총 질소함량(T.N) 1.5% 이상인 특급간장

1996.05 석탑산업훈장 수훈

1997.04 3대 박진선 현 대표이사 사장 취임

1998.05 국제 표준화 규격 품질경영시스템 ISO9001인증 취득

우리맛으로 세계인을 즐겁게 (2000~)

2000.03 금탑산업훈장 수훈

2000.05 환경경영시스템 IOS14001인증 취득

2000.07 샘표 미국 법인 설립(LA)

2001.04 전통 조선간장을 복원한 '샘표 맑은 조선간장' 출시

2001.11 영동공장 준공, 된장, 고추장, 쌈장 등 장류 전반 및 육포 생산

2003.06 식문화연구소 지미원 개원

2004.04 이천공장 내 문화 갤러리 샘표 스페이스 개관

2006.09 창립 60주년 기념 식문화 캠페인, '아이장 캠페인' 시작

2010 서울 고메 2010에 한국 대표 발효기업으로 참가

경제정의기업상 최우수상 수상 (경제정의실천시민연합)

기업소개 | 샘표식품(주)

2010.05	콩 발효 기술을 활용한 혁신 제품. 요리에센스 연두 출시
2011.08	이천공장 '샘표 아트팩토리 프로젝트' 공개
2011	연두굿 디자인 선정
2011	연두, 흑초, 갈비소스/핀업디자인 어워드 수상
2012.02	스페인 요리과학연구소 알리시아와 협업. '샘표 장 프로젝트' 진행
2012	'우리엄마' 반찬시리즈, 쌀소면/굿 디자인 선정
2013	장(Jang)제품/reddot award, pentawards Silver수상
2013.05	오송 샘표 우리발효연구중심 개소. '샘표 갤러리 프로젝트' 공개
	식품업계 최초 월드클래스 300 기업선정
2013	제15회 대한민국 디자인대상 디자인경영부문 우수상 산업부장관표창
2013.11	제14회 메세나 대상 창의상 수상
2013	'샘표 맛있는 추억 캠페인', '맛있는 추억을 그리다' 어린이 그림대회 시작
2014	장(Jang)제품/iF수상
2014	폰타나 파스타소스, 폰타나 프리미엄 올리브유, 별미열전
	/reddot award 수상
2015	폰타나 프리미엄 올리브유/iF수상
2015	시골집 토장/reddot award,pentawards Silver 수상
	흑초청/reddot award 수상
2016	'샘표 우리맛 연구 프로젝트' 시작

샘표는 우리 음식문화의 'Heritage brand'로 진화해 나가고자 합니다.

국내사업

올해로 창립 71주년을 맞이한 샘표는 우리 식문화의 근간인 장(醬)을 만들고 연구해 온 발효 전문 기업입니다. 샘표는 우리 발효연구의 선두 기업으로써 제대로 된 우리맛으로 즐거움을 주고자 우리 맛을 연구해 오고 있습니다.



기업소개 | 샘표식품(주)

해외사업: 한식의 세계화

샘표는 '우리맛으로 세계인을 즐겁게'를 비전으로 삼아 우리맛의 소중한 가치를 한국뿐만 아니라 전 셰계인이 같이 공유하고 즐길 수 있도록 하는 것을 목표로 하고 있습니다.



우리맛으로 세계인을 즐겁게 하는 일, 샘표가 앞장서겠습니다.

우리맛의 중심인 발효와 장(醬), 더 나아가 한식의 진정한 가치를 전 세계에 널리 알리고 모두가 즐길 수 있도록 하겠다는 샘표의 꿈이 담겨 있습니다.

비전/핵심가치

비전

우리맛으로 세계인을 즐겁게

핵심가치

구성원의 행복, 지역사회에 대한 기여, 문화의 다양성

목표

한국 식문화 대표기업, 2022년 매출 1조원, 세계5대 시장 진출 (북미・유럽・중국・일본・동남아시아)



9 t 1 h K 0 R Ε Α D Ε S G Ν Α W Α R D

다시 찾은 민족의 빛 8:15 광복

디자인경영전략 | 샘표식품(주)

1. 기업의 디자인경영 이념

샘표. 모든 경영활동의 중심에 디자인을 두다.

샘표디자인팀의 활동영역은 패키지디자인 업무에서 현재 전 디자인 분야로 확장되고 있습니다. 전 제품 패키지 디자인을 비롯한 홍보물 디자인, 온라인UI, UX디자인 및 인테리어 디자인까지 업무영역이 확장 되어 다양한 분야에서 활발한 활동을 하고 있습니다. 광범해진 디자인 영역의 업무들을 보다 효과적으로 수행할 수 있도록 2017년 단순작업 을 외주로 전환하는 오페레이팅 시스템을 갖추어, 디자이너들이 창작 업무에 집중할 수 있는 환경을 구축하였습니다.

또한 내부 디자이너들을 각 분야 전문가로 육성하기 위해 다양한 교육 및 해외출장의 기회를 제공하고, 매년 전문 디자이너를 충원, 강화해 나감으로써 기업 내부의 디자인 역량을 강화하는데 힘쓰고 있습니다.

샘표 디자인 업무영역



디자인경영전략 | 샘표식품(주)

글로벌 기업으로서의 디자인 경쟁력 구축에 주력하다.

최고의 발효기술을 보유한 글로벌 기업 이미지로 발돋움할 수 있도록 샘표의 이미지 구축에 주력해 나갈 예정입니다. 새롭게 바뀐 샘표의CI 를 기반으로 다양한 디자인 활동을 통해 고객과 함께 하는 이미지를 만들어가며, 한편으로 세계인의 입맛에 맞는 수출제품의 디자인 경쟁 력 강화를 위해서도 노력하겠습니다. 또한 모든 경영활동에 있어 내부 디자인팀의 경쟁력이 기업의 경쟁력임을 인식하고 각 디자인 경쟁력 분야 인재들을 강화해 나감으로써 크리에이티브의 원동력이 될 수 있는 디자인센터 시스템 구축에 주력해 나가겠습니다.



도입기 1946~1989 샘표의 전통방식 발효기술을 바탕으로 한 대표 장류의 제품개발 및 디자인으로 국내시장 간장 1위 기업으로 앞장서 나아가고, 전통과 노하우를 지닌 대표간장 브랜드 기업 이미지를 구축했다.

성장기 1990~2012 전통제품에만 국한되었던 시장을 확장, 한국인의 밥상에 좋은 품질의 식품을 올려야 한다는 경영 이념하에 품질경영을 통해 국민과 함께 하는 기업으로 성장하였다. 디자인적으로는 다양한 브랜드제품 카테고리가 확장, 정립되었고, 무조건 고급스러운 디자인보다는 타겟과 제품에 걸맞는 따뜻하고 행복한 느낌을 주는디자인 경영전략을 내세워 보다 친근한 기업이미지로 다가갈 수 있도록 하였다.

성숙기 2013~현재 글로벌 시장으로 시선을 돌려 우리의 맛을 세계로 알리고자 하는 경영 전략을 바탕으로 수출용 장제품을 출시하였으며 다양한 국제 전시 참여 와 세계적 쉐프들과의 공동연구를 통해 한국의 맛을 세계에 알리는 홍보 활동에 중점을 두었다. 앞으로 글로벌 수출 제품의 디자인경쟁력 강화에 중점을 둘 예정이며, 전통 기업이라는 올드한 이미지를 벗고 보다 젊은층 에 맞는 제품, 1인가구에 맞는 다양한 제품의 개발 디자인경영을 통해 시대 의 트렌드에 발맞추어 나갈 예정이다.

9 t h 1 0 R Ε Α E S G D Ν Α W Α R D

디자인경영활동 | 샘표식품(주)

디자인경영활동

디자인이 소비자와의 접점에 있는 가장 중요한 수단임을 인식하고 전략에 맞는 디자인이 나올 수 있도록 환경조성 및 투자를 아끼지 않고 있으며, 디자인 과정에 적극적으로 참여함으로써 소비자와 소통하는 디자인을 만들어가고자 합니다.

고객 인사이트를 통한 선행 디자인

1 인사이트 전략에 따른 선행 리서치&디자인

매년 사업계획 수립시 타겟층의 니즈와 구매 인사이트를 파악하 고, 최소 6개월전에 리뉴얼 계획 을 수립,선행 디자인을 리뉴얼, 계획함으로써, 보다 나은 디자인 을 선보이도록 함.

2 명확한 커뮤니케이션 고객과 소통하는 디자인

소비자의 심리를 움직이는 명확 한 핵심 포인트를 찾아내고 강조 함으로써 명확하고 경쟁력있는 디자인을 개발해냄.

3 맛과 건강, 즐거움을 담은 행복한 디자인

샘표만의 건강하고 맛있는 디자인, 즐거움과 행복을 전하는 디자인, 오래도록 함께해 온 국민기업의 따뜻함을 지닌 디자인 추구.

디자인 프로세스

디자인 리서치 아이디어 기획회의 인쇄교정감리 생산제품 확인 트렌드 디자인 조사 스토리텔링 생산제품 확인 후 국내/해외 시장조사 아이디어 회의 인쇄감리를 통해 장,단점을 검토하여 시제품 완성도를높힘 차후 디자인 매장,판매환경 조사 디자인 컨셉전략 개발에 반영 경쟁제품 시장조사 및 방향 선정 디자인 시안작업 샘플링 및 원고작업 1,2차 시안작업을 샘플디자인 작업 데이타 교정작업 통해 완성도 높힘 최종 시안 선정 및 인쇄 원고작업 **DEVELOP**

디자인경영성과 | 샘표식품(주)

1. C · I 리뉴얼

샘표 C·I 변천사

1946년 샘표식품으로 출범한 샘표는 전통의 가치를 바탕으로 새로운 시도와 변화를 계속해 왔습니다. 디자인은 기업 경쟁력을 높혀주는 핵심영역에 해당됩니다.샘표는 설립 이래 현재까지 꾸준히 디자인 중심의 경영을 실천하고 있으며 세계적인 브랜드로 거듭나기 위해 노력하고 있습니다.











1946	1976	1999	2006	2016
샘표의 첫 얼굴	종합식품기업으로의 도약	대한민국 대표브랜드	발효명가 샘표	우리맛으로 세계인을 즐겁게
1946년 8월 창립하여 1954년 '샘표' 라는 순 우리말 상표로 특허청에 등록. 벌집모양의 육각형은 근면과 성실을 상징, 육각형 내의 '샘(泉)' 은 '장(醬)의 핵심이 되는 물' 을 표현함.	우리 식문화의 중심이 되는 장(醬)을 만드는 기업으로서, '샘표'라는 한글 CI를 반영 하기 시작함.	'샘표'라는 한글 서체를 보다 부드럽게 리뉴얼 디자인하여 한층 따뜻하고 사랑받는 국민 기업 이미지로 나아감.	풍부하고 다양한 맛을 적색 으로 나타내면서 음식을 만드 는 사람의 정성과 손길을 형상화. 부드러운 육각 형태로 개발 하여 따뜻하고 친근한 이미지 로 국민에게 다가감.	한국가옥의 처마선, 맛있게 먹는 입, 행복한 얼굴을 형상화하여 개발. heritage, delicious, happy 의 의미를 담고 있으며, 글로벌 기업으로 도약하고자 하는 샘표 의 의지를 담고 있음.

샘표 C·I CONCEPT



HERITAGE / 우리의 문화유산

우리의 소중한 문화유산, 우리맛 우리맛의 가치를 계승하고 발전시켜 나아갑니다.

DELICIOUS / 우리의 맛

우리맛의 품격을 높이고 우리맛을 세계에 알리는데 노력하겠습니다.

HAPPY / 우리의 행복

우리맛으로 더욱 행복해질 수 있도록 우리맛으로 세계인을 즐겁게 우리맛, 샘표

디자인경영성과 | 샘표식품(주)

국내사업

올해로 창립 70주년을 맞이하는 샘표는 한국 전통 장을 만들고 연구해 온 발효식품이자, 한국 음식 맛의 기본입니다. 샘표는 장 산업의리더로 우리 맛을 연구하고 건강하고 맛있는 발효를 연구해 왔습니다.



샘표 글로벌 C·Ⅰ개발

'우리맛으로 세계인을 즐겁게' 라는 슬로건처럼, 국내뿐만 아니라 해외 시장에서 우리의 맛을 알리고 세계인이 즐길 수 있는 식품 기업으로 나아가기위해 해외시장에 걸맞는 영문, 중문 버젼의 다양한 C·I를 개발, 바리에이션 작업을 진행중에 있습니다.



디자인경영성과 | 샘표식품(주)

창립 70주년 기념 엠블렘 개발

창립 70주년을 기념, 홍보하기 위한 엠블렘 디자인으로 중채도의 컬러와 부드러운 곡선을 살려 샘표의 역사와 정통성을 느낄 수 있도록 표현하는데 중점을 두었습니다.





창립 70주년 기념 프리미엄 선물세트 개발

'70주년 기념 프리미엄 선물세트'를 한정 수량으로 개발하여 창립 70주년 임을 대내외로 알릴 수 있도록 홍보하였습니다.



디자인경영성과 | 샘표식품(주)

2. 국내외 어워드 수상 실적

우수 디자이너가 곧 기업의 경쟁력

샘표는 10여 년간의 꾸준한 노력의 결실로 국내외 각종 브랜드 및 디자인 어워드에 출품하여 우수성을 인정받고 있습니다. 최근 몇 년간은 레드닷, iF, DEA 등에서 수상했으며, 올 하반기에도 다양한 공모전을 준비 중에 있습니다.

제15회 대한민국 디자인대상 디자인경영부문 우수상 산업부장관표창



국내 어워드 수상

■ 수출용 갈비소스 2011 핀업디자인상 수상, 굿디자인 선정 ■ 연두/2011 굿디자인 선정

■ 백년동안/2011 굿디자인 선정



디자인경영성과 | 샘표식품(주)

국내 어워드 수상



해외 어워드 수상





디자인경영성과 | 샘표식품(주)

해외 어워드 수상









3. 제품디자인

대한민국 대표 '샘표 간장'

대한민국 1등간장 샘표간장은 오랜 세월 국민과 함께 해 온 샘표간장만의 아이덴티 티를 유지하며 조금씩 업그레이드되고 있습니다.



디자인경영성과 | 샘표식품(주)

건강을 생각한 '백년동안'

현대인의 건강을 생각한 백년동안의 새로운 신제품 시리즈인 에너지부스트, 클렌즈 디톡 은 건강을 중요시하는 트랜드에 걸맞는 제품 으로 젊은층에도 좋은 반응을 얻고 있습니다.



유럽정통 '폰타나 시리즈'

세계 곳곳에 숨어있는 본고장의 맛을 그대로 재현해 여행지에서 느낀 맛을 경험할수 있도록 정통 유럽풍 느낌을 살려 리뉴얼 디자인되었습니다. 간편하면서도 맛있고 건강하게 즐길 수 있어서 꾸준한 매출로 이어지고 있는 브랜드 제품입니다.



이탈리아 모데나 프리미엄 '발사믹 시리즈'

발사믹의 본고장 모데나 지방의 원재료를 직수입한 제품으로 본고장의 느낌을 그대 로 살려 프리미엄 선물셋트로 개발한 제품 입니다.



디자인경영성과 | 샘표식품(주)

스트레스 해소 스낵 '질러 시리즈'

현대인의 스트레스 해소 스낵이라는 유쾌한 컨셉을 브랜드 로고와 일러스트로 재미있게 표현하여 소비자에게 사랑받는 샘표의 베스트셀러 제품입니다.



식품 트렌드를 반영한 샘표 '간편조리 시리즈'

간편하게 취식할 수 있는 샘표의 가HMR 제품과 간편조리 시리즈는 소비자가 언제 어디서나 쉽고 맛있게 즐길 수 있는 편안한 커뮤니케이션에 중심을 두어 디자인되었으며, 간편성과 건강한 맛으로 소비자에게 매우 좋은 반응을 얻고 있습니다.



깨끗하고 순수한 '순작 시리즈'

샘표'순작'은 차 한 잔으로 순수함과 여유를 느낄 수 있도록 자연의 순수함 그대로를 담는 차라는 컨셉을 갖고 있으며, 한국인의 몸에 맞는 건강한 원료의 느낌을 그대로 담아 디자인 하였습니다.



식품 트렌드를 반영한 샘표 '간편조리 시리즈'

좋은 재료와 원물 그대로 순수한 맛과 향을 살린 다양한 순작시리즈 제품.

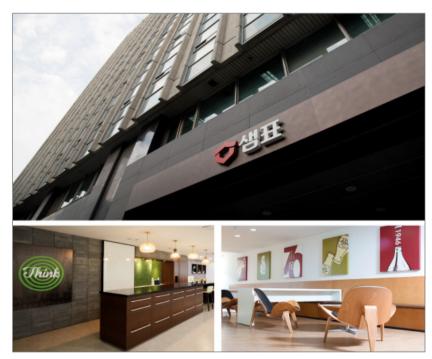


디자인경영성과 | 샘표식품(주)

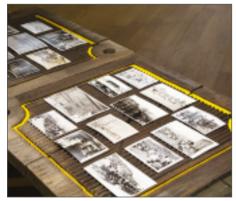
4. 인테리어 디자인_샘표 본사 사옥

본사 Flexible 사무공간 디자인 & 샘표 헤리테지 스페이스

2002년 충무로로 이전한 샘표 본사의 전체 컨셉은 SMART WORK가가능한 유동적인 사무공간을 지향하여 설계되었습니다. 각 층의 중앙 라운지는 층 별로 다른 테마로 디자인되어 직원들이 언제든지 휴식과 담소를 나눌 수 있도록 하였고, 10층에 위치한'헤리티지 스페이스'는 샘표의 역사와 시대별 제품들을 전시하여 방문 객들에게 샘표를 홍보할 수 있는 공간으로 활용하고자 하였습니다.



본사 라운지 전경







본사 샘표 헤리티지 스페이스

디자인경영성과 | 샘표식품(주)

5. 인테리어 디자인 오송 우리발효연구중심

행복하게 연구할 수 있는 공간-샘표 '갤러리 프로젝트'

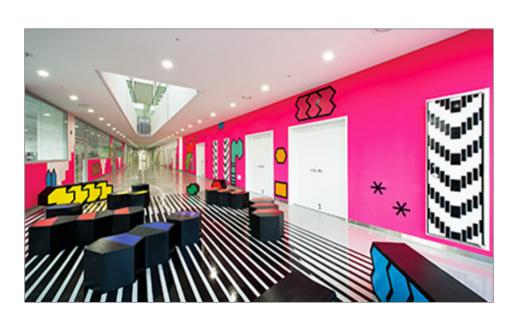
연구원들이 마음의 여유를 가지고 창의적인 개발에 집중할 수 있는 공간을 만들려는 디자인 경영 이념을 바탕으로 2013년 5월 충북 오송에 개관한 샘표의 발효 연구소 '우리발효 연구중심'은 독창적인 인테리어 디자인뿐만 아니라 내부의 업무 공간에 있어서도 일러스트레이터, 그래픽디자이너, 산업디자이너, 아티스트, 건축가 등 다양한 분야의 크리에이터들과 협업하여 업무공간을 개성 넘치는 갤러리로 탈바꿈시킨 성공적인 프로젝트입니다.



오송 우리발효연구중심 전경

일상을 자유롭게 재미있게, 즐거움이 있는 공간디자인

연구소의 복도 내부 공간. 샘표의 맛을 연구하고 개발하는 모습을 경쾌한 색채 를 통해 표현함으로써 연구원들이 일상 속에서 즐겁게 연구할 수 있는 공간으로 연출, 디자인 되었습니다.



1 9 t h 0 R Ε Α K D E S I G Ν W R D Α

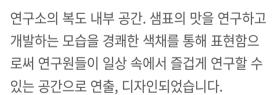
디자인경영성과 | 샘표식품(주)



휴게 공간 / 쉼터

스포츠 컨셉의 회의실

공간의 여유가 마음의 여유, 자유로운 회의문화를 유도하는 공간디자인







탁 트인 공간의 여백과 편안함을 느낄 수 있는 테마별 회의 공간

디자인경영성과 | 샘표식품(주)

6. 디자인 사회공헌

고객과 함께 만드는 디자인

'샘표 맛있는 추억을 그리다.'는 온 가족이 함께하는 즐겁고 행복한 음식이 가장 맛있는 추억이 된다'는 메시지를 담아 2013년부터 진행해 온 어린이 그림대회입니다. '2017 샘표 맛있는 추억을 그리다'에는 총 26.754 점의 작품이 접수되어, 샘표의 대표적인 문화 활동으로 자리잡았습니다. 내부 심사, 전문가 심사와 고객 심사를 거쳐 결정되는 1등 수상작은 샘표양조간장 501의 스페셜 라벨로 재 탄생하여 재판매됩니다.

■어린이 그림대회 수상작 전시









디자인경영성과 | 샘표식품(주)

지역사회와 함께 나누는 디자인

연구소의 복도 내부 공간. 샘표의 맛을 연구하고 개발하는 모습을 경쾌한 색채를 통해 표현함으로써 연구원들이 일상속에서 즐겁게 연구할 수 있는 공간으로 연출, 디자인되었습니다.



샘표 이천공장 외부 전경 / 샘표 아이장 학교 허수아비 만들기 행사

디자인경영성과 | 샘표식품(주)

주민과 직원들의 일상에 문화를 불어넣다_'샘표 스페이스'갤러리

공장 내에 위치한 갤러리 '샘표 스페이스' 는 직원들과 지역사회 주민들을 위해 열려 있는 문화 공간입니다. 샘표 스페이스 에서는 연~9회다양한 주제와 장르의 전시를 선보이고 있으며, 휴게시설 디자인에도 주력, 구성원의 행복을 핵심가치로 하는 경영인의 의지를 보여주고 있습니다.







이천공장 샘표 스페이스 갤러리 전경



국무총리표창

KOREA DESIGN AWARD 19th 대한민국디자인대상

디자인경영부문

서울아산병원





국무총리표창

차 례

메 C Ε 0 시 지 기 접 개 소 디 자 인 경 გი 전 략 디 인 경 80 자 자 인 경 영 성 과

> 디자인경영부문 서울아산병원

CEO 메시지 | 서울아산병원

앞선 의술 더 큰 사랑 'EMPATHY by Design'

서울아산병원은 '끊임없는 도전과 열정으로 높은 수준의 진료, 교육, 연구를 성취함 으로써 인류의 건강한 삶에 기여한다'는 미션을 위해 모든 역량을 집중해 왔습니다. 그 결과 불과 20여 년 만에 기존 치료법의 한계를 극복한 세계적인 새로운 치료법들이 이곳에서 개발되었으며 환자의 마음까지 살피는 인술로 11년 연속 대한민국에서 가장 존경 받는 병원에도 선정되었습니다.

현재 서울아산병원은 환자 안전과 의료질 향상을 위한 상시 위기 대응 시스템과 자체 의료질 평가 기준을 갖춘 것은 물론,'EMPATHYbyDesign' 을 이념으로 하여 병원의 모든 프로세스를 환자 중심으로 혁신함으로써 격이 다른 의료서비스와 환자 경험을 제공하고 있으며, 디자인적 사고를 기반으로 하는 이노베이션 문화를 만들기 위한 지속적인 노력을 기울이 고 있습니다.

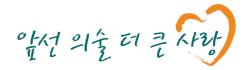
서울아산병원은 앞으로도 의료의 학문적 발전과 임상 진료 수준의 향상을 위해 새로운 도전에 주저하지 않고, 앞선 의술 더 큰 사랑을 실천하며 대한민국 의료를 선도하는 병원, 누구에게나가장 신뢰받는 병원이 되기위해 최선을 다할 것을 약속 드립니다.



서울아산병원 원장 이상도



기업소개 | 서울아산병원





1989~2009

우리가 무엇보다 잊지 말아야 할 것은 우리 국민 모두가 다함께 잘 살기 위한 복지 사회건설에 이바 지하기위해 병원을 설립하여 운영 한다는 것입니다.

정주영 초대 이사장 (1989년 6월23일 개원식 인사말에서)

평등한 의료혜택

서울아산병원의 모태는 1977년 아산 정주영 현대그룹 회장이 사재를 들여 설립한 '아산사회복지재단'입니다. 우리 사회에 '복지'라는 개념조차 생소하던 시절 아산 재단은 사회복지사업, 장학사업, 학술연구사업, 의료사업 등 다양한 복지사업을 추진했는데 그 중에서도 가장 중점적으로 전개한 것이 '의료사업'입니다. 또한 서울아산병원은 전세계 불우한 이웃들에 대한 무료진료를 통해 기업의 이익을 사회에 환원하고 '생명 존중의 정신'과 이웃과 아픔을 함께 하는 '나눔 정신'을 실천함으로써 존경 받는 병원으로 사회적 책임을 해오고 있습니다.







서울아산병원 아산아시아 의료봉사 2017

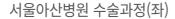
1 9 t h 0 R Ε ESIG W R D

기업소개 | 서울아산병원

세계의학의 리더 글로벌 표준을 만들어가는 서울아산병원

아산재단은 누구나 평등하게 의료 혜택을 받을 수 있도록 전국 농어촌 산간벽지의료 취약지역에 현대식 종합병원을 건립하여 '우리 사회의 가장 어려운 이웃을 돕는다' 는 아산 정주영 설립자의 아산재단 설립 이념을 실천하고 있습니다. 그리고 지역 아산 병원의 모병원이자 한국 의료 수준을 향상시킬 세계적 수준의 병원을 만들겠다는 목표로 1989년 서울아산병원을 설립했습니다. 개원 이래 끊임없는 연구개발과 임상 진료에 대한 아낌없는 투자를 하여 세계적 수준의 의료성과를 달성해 왔습니다.







의공학연구소 수술로봇 테스트(중)



Valves 학술대회 2016(우) 2016



서울아산병원 2016년 현황













병원시설 현황 외래환자수(일평균)

재원환자수

응급환자수

수술건수

2,704 병상

11,610 명

931,788 명

111,273 명

63,118 명

연간 63,118여건의 고난이도 수술시행

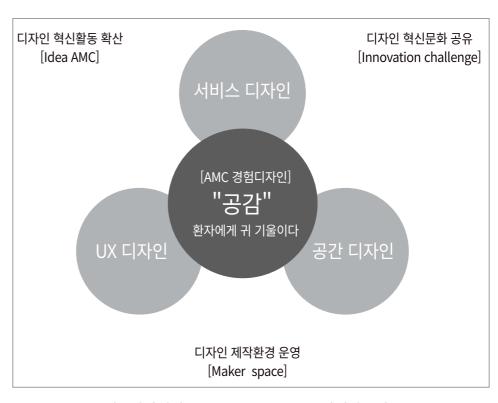
11년 연속 한국에서 가장 존경받는 병원

환자수진료건수 1위

1 9 t h Ε 0 R Α E S I D G Ν W Α R D

디자인경영전략 | 서울아산병원

서울아산병원의 디자인 경영 방향은 "EMPATHY(공감)" 기반의 경험 디자인 입니다.



서울아산병원 EMPATHY by design 다이아그램 2014

경영비젼

Mission (미션) 끊임없는 도전과 열정으로 높은 수준의 진료, 교육, 연구를 성취함으로써 인류의 건강한 삶에 기여한다.

Vision (비젼)



1 9 t h 0 R Ε A S D Ε G Ν W Α R D

디자인경영전략 | 서울아산병원

경영비젼

Core Values (코어 벨류)

나눔과 배려



우리의 지식과 기술을 모든 이웃들과 더불어 나누며, 항상 상대방의 입장에서 생각하고 배려한다.

미래지향



진취적인 사고와 불굴의 정신으로 자신의 전문분야를 끊임없이 개척 하여 전파하는 선구자가 되며, 최고 가 될수 있도록 부단히 배우고 노력 하다.

공동체 중심사고



자율성을 바탕으로 '나보다 우리' 라는 사고로 솔선 수범하여 팀웍 을 강화하고 효율성을 증대시킨다.

정직과 신뢰



정직을 최고의 덕목으로 삼아 스스로 실천하여 누구에게나 신뢰를 받도록 최선을 다한다.

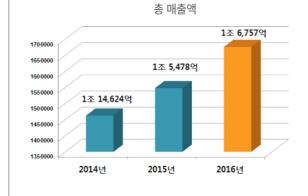
사실 및 성과중시

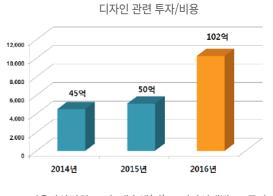


합리적이고 객관적이며 검증 가능한 사실에 입각하여 모든 사안을 다루고, 그것이 실질 적인 성과로 나타날 수 있도록 끊임없이 노력한다.

■ 디자인 관련 투자 실태

서울아산병원은 디자인 경영의 확대를 위하여 연간 디자인 관련 투자/비용 지출을 지속적으로 늘려 왔으며, 앞으로도 혁신적인 고객 경험 디자인을 위하여 디자인 관련 투자를 적극적으로 진행 할 예정입니다.





서울아산병원 총 매출액(좌) 디자인개발 투자비(우)

디자인경영활동 | 서울아산병원

■ 디자인 경영활동

메이커스페이스 (아이디어 팩토리)

직원들 머리 속의 아이디어를 손 안의 실물로 함께 구현해보기 위한 메이커 스페이스 프로그램 '아이디어 팩토리'를 운영중에 있습니다. 하드웨어 프로토타입(시제품) 제작을 도와주고 향후 기업 연계까지 프로세스를 구축하여 아이디어가 현실화될 수 있도록 시스템을 구축하였습니다. 현장의 직원들이 수많은 가치 있는 아이디어를 갖고 있지만 자신의 아이디어를 어떻게 구체화 하고 어떻게 진행 해야 하는지 많은 어려움이 있습니다. 산업디자이너, UX디자이너, 의공학자, 엔지니어, 3D프린터 전문 가들로 구성되어 직원들의 초기적 아이디어를 빠르게 구현하고 있습니다. 직원 누구나 워크숍에 참여하여 각종 전문 장비로 자유롭게 만들어 볼 수 있습니다.



서울아산병원 메이커스페이스 (아이디어팩토리) 프로그램 2017



서울아산병원 '아이디어팩토리' 프로세스맵 2017

아이디어AMC

'아이디어AMC'는 아이디어 제안자가 스스로 문제 해결에 참여하여 디자인 방법론을 통해서 문제해결과정을 스스로 찾도록 도와 주고 결과 적용까지 진행해 보는 프로그램입니다. 리서치단계부터, 프로토타이핑을 통해 현장 적용까지 이노베이션 디자인센터의 전문가들과 함께 진행하게 됩니다. 작은 변화라도 보다 나은 경험을 줄 수 있는 아이디어들이 자유롭게 공유되고, 이러한 아이디어가 실험처럼 빠르게 실행되고 그에 대해 감동한 고객들의 피드백으로 직원들이 보람을 느끼고, 그것이 다시 에너지가 되어 다른 아이디어가 또나오게 되는 선순환 구조를 만들어 내기 위한 프로그램입니다.

1 9 t h 0 R Ε Α E S D G W Α R D

디자인경영활동 | 서울아산병원



아이디어 AMC 신청 및 수행을 위한 서울아산병원 이노베이션 카페 메인화면 2017



서울아산병원 '아이디어AMC' 참여 프로그램 2017

이노베이션 챌린지 개최

2013년도부터 아이디어 AMC 활동 결과를 직원들이 스스로 주인공이 되어 발표 하는 행사인 '이노베이션 챌린지'를 개최하고 있습니다. 디자인 방법론을 통한 이노베이션 프로젝트들의 과정과 결과물을 전 직원에게 공유함으로써 프로젝트의 취지에 공감하고 추후 디자인적 사고에 기반한 혁신 활동에 영감을 얻도록 하기 위함입니다.



서울아산병원 '이노베이션 챌린지' 행사 2016

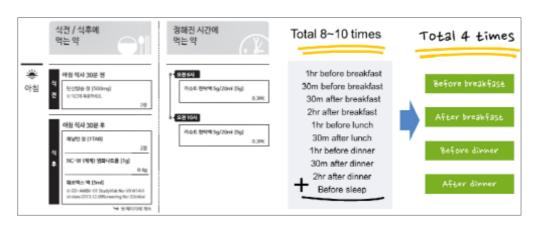
디자인경영성과 | 서울아산병원

■ 디자인 경영성과

1)서비스 디자인

퇴원 후 문의 대응

서울아산병원은 중증 환자가 많아서 퇴원 후 복약 횟수가 매우 많았고 특히 이식 환자는 퇴원 후 평생 동안 하루 평균 10회 이상의 약을 복용해야만 합니다. 의사/간호사/약사가 함께 복약 횟수를 줄이기 위한 활동을 하였고 평균 11회에서 7회까지 복약 횟수를 줄일 수 있었습니다.



퇴원환자 안내문 개선(좌), 퇴원환자 복약횟수 감소(우) 2014

수술 전 불안감 감소(프로세스)

수술 대기실에서의 대기 시간이 길어질 경우 홀로 남겨진 환자는 점점 불안감을 크게 느끼게 됩니다. 수술대기실에서의 대기시간이 길어지는 이유는 수술과정에 해당하는 관계자 간 시간을 공유하는 커뮤니케이션 방법에 문제가 있음을 확인하였고 이를 통일하고 수술장 전체에서 지표로 관리 되도록 유도했습니다. 적용 결과 수술대기에 소요되는 시간은 28% 감소하였고, 30분 이상 대기가 있었던 환자수를 22.5% 에서 8.5%로 크게 감소시켰습니다.



1 9 t h 0 R Ε Α E S D G W Α R D

디자인경영성과 | 서울아산병원

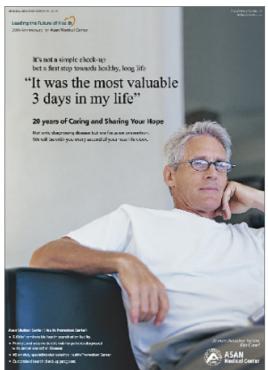
건강증진센터 외국인 환자 경험 개선

외국인 고객에게 Greeting letter와 홍보물을 발송하고, 메뉴판을 만들어 전복죽과 호박죽의 효능을 정보제공, 웰컴카드를 전달, 외국어 안내 사인을 보완, 담당 매니저가 처음부터 끝까지 케어하는 표준 업무 절차를 작성하였습니다.



건강증진센터 외국인환자 전용 레터(좌), 메뉴판(우) 2014





건강증진센터 외국인환자 전용 웰컴카드(좌), 홍보물(우) 2014

1 9 t h 0 R Ε Α E S D G W Α R D

디자인경영성과 | 서울아산병원

생일 축하합니다.

생일은 모두에게 매년 돌아오는 날이 아니었습니다. 입원 중인 환자 중에 병실에서 생일을 맞는 환자들이 많이 있었고, 어떤 환자에게는 마지막 생일이기도 했습니다. 직원들의 축하 메시지를 담은 생일 카드를 사진과 함께, 미리 미역국을 준비하였습니다.





건강증진센터 외국인환자 전용 웰컴카드(좌), 홍보물(우) 2014

출산의 감동

출산 시 아빠는 왜 방관자가 될 수 밖에 없는가 그리고 출산은 큰 축복인데 병원이다보니 너무 무겁게 다뤄지고 있는 것은 아닌가라는 생각으로 시작한 프로젝트입니다. 남편 필독사항을 작성하여 나눠주고, 포토존을 만들어 아빠와 함께 사진을 찍어 출산의 순간을 기념하도록 하고, 5가지 감사 사연을 담은 카드를 아내에게 전달하도록했습니다.





분만장 포토존(좌), 남편필독사항 안내 디자인(우) 2015





출산 감사 카드 디자인 앞면(좌), 출산 감사카드 디자인 뒷면(우) 2015

디자인경영성과 | 서울아산병원

감사나무 / 입원환자 웰컴 카드

병동 복도에 감사나무를 설치하여 환자와 의료진간에 고마움을 소통하고 기념할 수 있는 감사의 장을 병동에 적용하였으며 불안하고 지친 입원 환자의 마음을 배려하기 위해 입원환자 웰컴 카드를 디자인하였습니다.



병동 감사나무 2015



입원환자 웰컴카드 2015

디자인경영성과 | 서울아산병원

2)UX 디자인

수술 전 불안감 감소(정보제공)

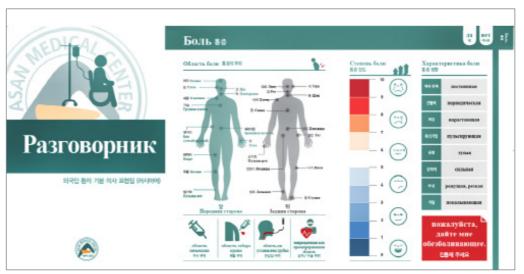
외래에서 진료 후 수술이 결정되면 환자는 문자 메세지를 통해 수술 관련 상세한 내용이 담긴 수술설명서를 미리 받을 수 있도록 하였고 입원에서부터 수술 전까지의 과정을 영상으로 제작하여 확인할 수 있도록 정보를 제공하였습니다.



수술정보 웹 어플리케이션 /환자사용(좌), 포스터(우) 2015

외국인 환자 기본의사 표현집

외국인 입원환자가 단순 요청이나 문의 등 간단한 의사소통이 필요한 경우에도 통역사 및 코디네이터가 오기를 기다려야 하는 경우가 많습니다. 언제 어디서나 누구든지 쉽게 대응하고 소통할 수 있는 '입원환자용 다국어 기본의사 표현집'을 개발하였습니다. 손가락으로 신체 부위와 함께 증상이나 요구사항을 가리키면 간호사와 쉽게 소통이 가능하도록 디자인하였습니다. 총 6개국어(영어, 중국어, 러시아어, 일본어, 몽골어, 아랍어) 버전으로 제작하였고 통증, 신체증상, 간단 요구사항, 주요 확인사항 관련 내용 을 포함하였습니다.



외국인 환자 기본의사 표현집(러시아어 버전) 2015

디자인경영성과 | 서울아산병원

아루미와 함께하는 어린이 병원

어린이병원의 캐릭터 '아루미'는 서울아산병원의 '아'와 '나눔(사랑과 아픔을 나눔)과 이룸(꿈과 희망을 이룸)의 친구를 의미합니다. 모든 생명의 근원이며 따뜻한 빛과 온기를 전달해 주는 '해'와 꿈과 소망을 이루어 주는 '요정'을 모티브로 한 해님 요정으로 디자인 하였습니다. '아루미'는 어린이병원에서 평소에 꼬마의사로 생활하다가 어려운 사람을 만나면 햇빛요정으로 변신하여 도움을 주는 사랑스런 친구라는 스토리를 담고 있습니다.



암을 극복하려는 소아암 환자들에게 가장 필요한 것은 완쾌할 수 있다는 희망입니다. 소아암 환우들에게 암 치료과정에 대한 올바른 이해와 용기를 심어주는 어플리케이션 은 소아암 환자를 위한 교육용(아이패드용)과 보호자를 위한 관리용(아이폰용)으로 총 2개용으로 디자인 되었으며. 소아 환자의 눈높이에서 암을 더욱 쉽게 이해하도록 암진 단부터 치료, 퇴원까지의 과정을 소아도 쉽게 이해할 수 있도록 제작하였습니다.





소아암 환아를 위한 '소아암 일기'어플리케이션 메인화면(좌), 아이패드 적용(우) 2012

디자인경영성과 | 서울아산병원

국내 최대규모의 어린이 전용 진료과와 소아응급실, 전문 치료/검사실 및 병동을 운영하고 있으며 20개의 소아 전문 진료과와 6개의 소아 전문 센터 그리고 소아 전용 응급실을 갖추고 있습니다.



서울아산병원 어린이 병원 2010

외래 환자 어플리케이션 '내 손안의 차트' & '아산스마트암병원'

각종 건강기록을 활용해 환자 본인이 언제 어디서나 쉽고 편리하게 고혈압, 당뇨, 천식, 아토피 등 각종 만성질환을 스스로 관리하도록 도와주는 애플리케이션을 개발하였습니다. 단순히 환자 자신의 진료기록을 보여주는데 그치지 않고 사용자가 스스로 진료 기록 및 건강 관련 정보를 활용해 맞춤형 건강관리를 할 수 있도록 하였습니다. 또한 진료기록이 연동되고 직접 의료진과 1:1 상담도 가능하도록 디자인 되었습니다.



검사결과부터 진료예약까지 가능한 '내 손안의 차트' 어플리케이션 2016



아산스마트암병원' 어플리케이션 메인화면 2016

1 9 t h 0 R Ε Α Ε S D G Ν W Α R D

디자인경영성과 | 서울아산병원

환자 낙상/욕창예방

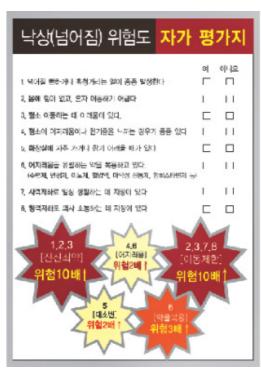
입원 환자의 낙상과 욕창에 대하여 환자의 기억력에 의존하지 말고 주의가 필요한 순간에 즉각적으로 인지할 수 있게 해주자 라는 아이디어로 낙상 방지 스티커를 디자인하여 해당 공간에 부착하였습니다. 낙상 자가 평가지를 개발하여 환자가 낙상의 위험을 스스로 인식하도록 하였고, 병동 별 낙상과 욕창 예방을 활성화하기 위한 낙상/욕창 게시판을 개발하여 적용하였습니다.





낙상 방지 주의 스티커(좌), 낙상/욕창 게시판(우) 2015





환자용 낙상자가평가지 2015

디자인경영성과 | 서울아산병원

회진알림채널

병동에 입원환자를 관찰했을 때, 가장 기다리고 중요하게 생각하는 시간은 담당 주치의와 만나는 회진시간 이었습니다. 그런데 회진을 기다리는 환자는 언제 자신의 순서가 시작 될 지 몰라자리를 떠나지 못하고 잠깐이라도 시간을 놓치면 허탈해 하곤 합니다. 게다가 회진을 온 주치의와 마주할 때면 긴장상태로 물어보고싶은 내용이 머리에서 지워진다는 사실이었습니다. 환자에게 담당 주치의의 정확한 회진시간을 알려주고 궁금한 사항을 미리 생각하고 적어서 좀더 쉽게의료진과 소통할 수 있는 채널을 만들기로 디자인 방향을 설정했습니다.



회진 메모판(좌) 2016

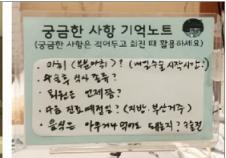


이비인후과 회진 시간표(우)2016



이비인후과 회진 시간표 적용





회진 메모판 적용(좌)(우) 2016

디자인경영성과 | 서울아산병원

계단N 어플리케이션

대형병원의 엘리베이터는 환자, 내원객, 직원들로 인해 늘 붐비고 있고 환자들은 엘리베이터를 놓치기 일쑤입니다. 직원들이 계단을 이용한다면 이러한 적체를 조금이라도 줄일 수 있지 않을까 그리고 직원들의 건강을 증진시키고 재미있는 과정을 함께 할 수 있지 않을까라는 생각으로 계단 건기 앱 개발을 기획했습니다. 비콘을 적용하여 계단 걷기 앱을 개발하였고 세계 일주 컨셉으로 직원과 부서 간에 계단 오르기 경쟁을 할 수 있도록 설계하였습니다.









계단N 어플을 사용하여 운동하는 직원(좌), 계단N어플 화면구성(우) 2016

3) 공간 디자인

수술 전 불안감 감소(수술대기실)

서울아산병원은 국내 최초로 환자의 수술 전 불안감을 낮추기 위한 수술대기실공간 디자인을 하였습니다. 수술대기실의 컨셉은 한옥을 현대적으로 재 해석하여 환자에게 편안함을 제공하고 환자의 프라이버시가 잘 존중되고 환자 자신이 항상 의료진의 케어를 받고 있음을 느낄 수 있도록 하였고 직원이 환자 모니터를 잘 할 수 있도록 지원하는 스마트 시스템을 만들고자 하였습니다.





수술 전 불안감 감소 '수술 대기실' 공간 디자인 2016

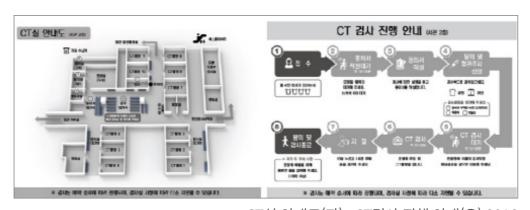
디자인경영성과 | 서울아산병원

검사실 안내 개선을 통한 질문 감소

복잡한 검사 프로세스와 검사실 내부 구조는 환자와 보호자들로 하여금 많은 질문을 하게 만들고 이는 직원들의 업무 부담으로 이어집니다. 이러한 문제를 해결하기 위해 바닥 또는 벽에 길 안내 사인을 부착하고, 프로세스 맵을 작성하여 안내문으로 나눠주고 적절한 위치에 게시를 하였습니다. 필요한 경우에는 다빈도 질문과 답을 포함하였습니다.



소화기내시경실 바닥 안내선 2016

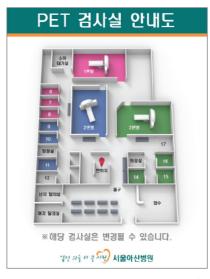


CT실 안내도(좌), CT검사 진행 안내(우) 2016



핵의학 검사실 공간 구분 및 안내선 2017

디자인경영성과 | 서울아산병원





PETCT 안내도(좌), 검사 전 주의사항 안내(우) 2017

응급실 & 소아응급실 안내 개선

환자와 보호자의 다빈도 질문을 줄이기 위해 프로세스 맵과 다빈도 질문과 답을 작성 하여 안내문과 게시물 형태로 함께 부착하였고 바닥 사인을 활용하여 길안내를 쉽게 하고자 하였습니다.



응급실 컬러 코딩 공간 구분 2016



9 t h 1 0 R Ε Α S Ε G D Ν W Α R D

디자인경영성과 | 서울아산병원





응급실 프로세스 진료안내문 2016





디자인경영성과 | 서울아산병원

직원 스스로 참여하는 공간 레이아웃 워크샵

의료공간의 변경, 확장, 이동 시 진료 프로세스와 의료진과 환자의 동선을 고려하여 새로운 레이아웃을 설계해야 합니다. 현장 직원들의 의견과 구체적 요구 사항을 명확히 정의하고 이를 반영하는 것이 매우 중요하지만 현장의 직원들은 이 과정을 진행하기 매우 힘들어 합니다. 서울아산병원 이노베이션디자인센터에서는 사전 리서치를 하고 레이아웃 설계에 반영할 직원 요구 사항을 수렴한 후 반나절에서 하루 정도 해당 공간의 직원들과 함께 레이아웃을 획기적으로 개발하는 워크숍을 진행하고 있습니다.



일반영상 촬영실 대기 공간 디자인 2016

■ 수상 및 인증성과

수상성과

- 11년 연속 한국에서 가장 존경받는 병원 . 한국능률협회컨설팅, 2007~2017년
- 한국에서 가장 일하기 좋은 병원 1위 . 한국능률협회컨설팅, 2012년
- 한국 서비스 품질지수(KS.SQI) 1위 . 한국표준협회, 2012년
- 4년 연속 글로벌 고객만족도 1위 . 일본능률협회컨설팅, 2008 2009 2010 2011년
- 글로벌스탠더드경영대상 사회책임경영 부문 대상 수상 . 한국능률법회인증원, 2010년
- 국가고객만족도지수(NCSI)1위 . 한국생산성본부, 2010년
- 연구중심병원 선정(맞춤항암치료기술, 의료용로봇시스템 및 의료기기, 만성질환 U. 헬스관리, 분자영상 기술개발, 감염질환 치료법개발,성체줄기세포 기반 세포치료기술). 보건복지부, 2013년



디자인경영성과 | 서울아산병원



- 간, 신장, 췌장, 심장 등 장기이식 수술건수, 성공률 1위 . 국립장기이식센터 2012년
- 위암, 대장암, 간암 수술 사망률 평가 1등급. 건강보험심사평가원, 2012년
- 환자 수, 진료건수 1위 . 국민건강보험공단, 2011년
- 10대 암 중 9대 암 수술실적 1위 . 건강보험심사평가원, 2006 2007년
- 6대 암 환자 수술 최다 시행 . 보건복지부, 2007년
- 주요 30대 질환 수술 최다 시행 . 국민건강보험공단, 2006년
- 의료기관평가 최상위 병원 선정 . 보건복지부



근로복지공단 한국에서 가장 존경받는 기업 11년 연속 1위 2017





■ 수상 및 인증성과

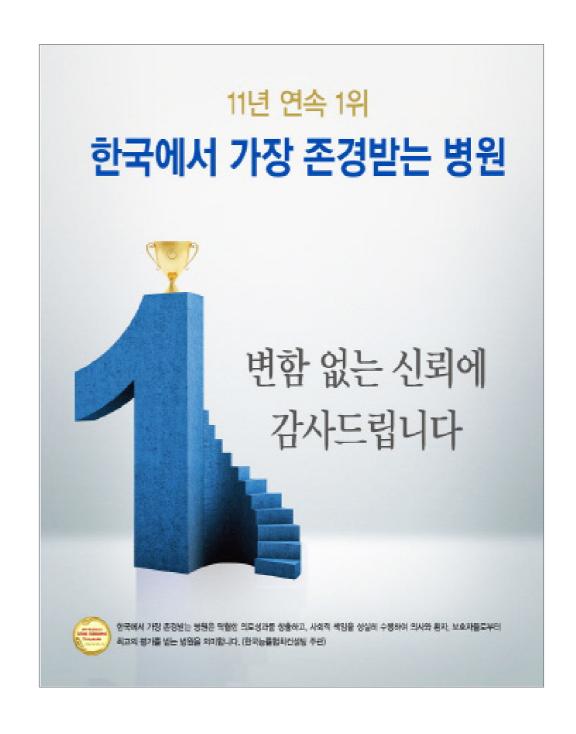
병원계를 관통하는 패러다임은 확실히 변화하고 있습니다. 과거에는 어느 병원이 더우수한 의료진을 확보하고 더 신속한 의료서비스를 제공 하는지의 경쟁이었다면, 앞으로는 어느 병원이 환자에게 더욱 만족스러운 서비스를 제공 하는지 경쟁으로 바뀌고 있습니다.

기존에 병원 서비스를 설계할 때 정량적인 접근을 했다면, 앞으로는 디자인적 사고 (디자인Thinking)가 필요합니다. 병원에 오는 환자들은 육체적으로나 경제적으로 나 어려움을 느끼는 경우가 많으며 이는 결국 인간의 존엄성과 직결되는 부분입니다. 병원은 단지 분석적이고 숫자만을 중시해 접근해서는 안되며 이러한 점에서 서울아산병원의 디자인적 사고 (디자인Thinking) 해결 능력은 앞으로 환자경험이중시되는 문화를 만들어 나아가는데 있어서 큰족적을 남길 수 있을 것입니다. 서울 아산병원이 중시하는 것은 '환자경험이 중시되는 문화'를 만드는 일입니다.

디자인경영성과 | 서울아산병원



현재는 각 채널을 통해 이노베이션센터가 의견을 수렴하고 현장에 반영하는 일을 하고 있다면, 앞으로는 병원 전체에서 환자 경험을 중시하는 혁신을 추구해야 합니다. 즉 이노베이션문화를 전파하고 활성화 하는 것이 결국 이노베이션디자인센터가 해야 할 역할이며 궁극적으로는 공감 기반의 인간중심의 이노베이션을 위한 대규모 인프라, 시스템, 문화를 만드는 것이 목표입니다..





국무총리표창

KOREA DESIGN AWARD 19th 대한민국디자인대상

디자인경영부문

(주)코다스디자인





국무총리표창

차 례

기 업 소 개

디 자 인 경 영 성 과

디 자 인 경 영 전 략

경영활동 및 투자/비전

디자인경영부문

(주)코다스디자인

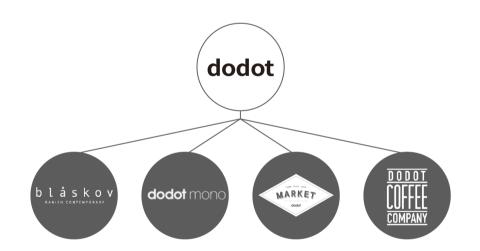
1 9 t h 0 R E Α D E S I G Ν W Α R D

기업소개 | (주)코다스디자인

(주)코다스 디자인의 두닷은 1992년 설립된 산업 디자인 컨설팅 그룹 ㈜코다스자인의 사내 벤처로 2006년 시작되었습니다. 두닷은 국내 최초로 RTA (Ready To Assemble) 조립 방식의 가구 및 온라인몰 (dodot.co.kr)을 통한 유통 전략으로 합리적인 가격의 가구를 선보이고 있습니다.

2006년 합리적 디자인 가구 dodot의 론칭을 시작으로 2013년 DanishContemporary Design 브랜드 blaskov 및 2017년 1인 가구를 위한 dodot mono를 신규 론칭하며 시대가 원하는 디자인과 타깃의 확장 및 원목과 스틸의 융합과 확장 등 소재의 다양성을 추구하고 있습니다.

또한, 두닷은 기존 온라인몰 外 오프라인 쇼룸의 지속적인 성장을 바탕으로 오프라인 리빙샵인 dodot Market과 자사의 가구를 체험할 수 있는 dodot Coffee Company 으로 비즈니스를 확장하여 단순히 가구 제작과 유통 회사가 아닌 삶의 남다른 기준을 제안하는 Life Style shop으로 진화하고 있습니다.

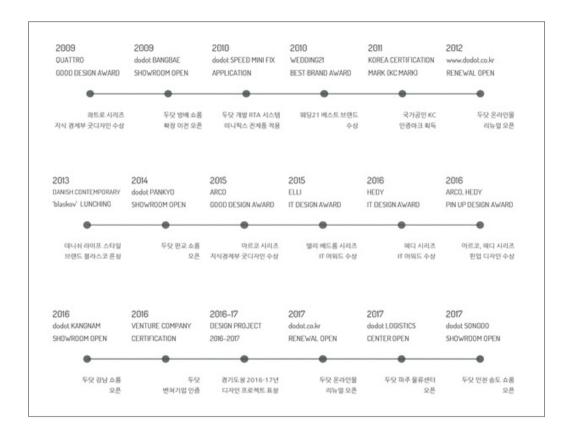


주요연혁

2006년 시작된 두닷의 지난 역사는 도전과 모험이었으며 그 역사의 가치는 합리적인 가격과 조화로운 디자인으로 여전히 당신 곁에 있습니다. 오늘날의 두닷은 단순히 가구 제작을 넘어 공간을 창조하는 기업으로 진화하고 있습니다.



기업소개 | (주)코다스디자인



기업비젼

'MAKE RULES, MAKE DIFFERENCE.'

두닷은 언제나 '새로움'을 정의하고 '다름'을 만들었습니다.

두닷의 다름은 우리가 하는 일에서부터 시작됩니다.

RTA (Ready To Assemble) System을 통해 직접 조립하는 가구의 생산과 2000년 대 온라인을 통한 가구 유통의 혁신, 그리고 콰트로 데스크로 기억되는 목재와 스틸소재의 심플한 디자인의 가구들도 두닷이 시작하면 오늘날의 혁신이며 미래의 기준이 되었습니다.

이처럼 두닷이 제시하는 MAKE RULES, MAKE DIFFERENCE 의 가치는 지금도 두닷의 모든 결정에 근본이 되고 있으며 다른 브랜드와 차별성을 결정짓는 중요한 기업 철학입니다.



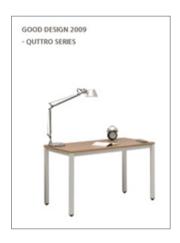
디자인경영성과 | (주)코다스디자인

1) 디자인 어워드 수상

두닷은 앞선 디자인 파워를 바탕으로 2007년부터 현재까지 총 7회 디자인 어워드 수상하였습니다.

[수상 경력]

- 2007년 GOOD DESIGN 모스 데스크 시리즈
- 2009년 GOOD DESIGN 콰트로 데스크 시리즈
- 2015년 GOOD DESIGN 아르코 데스크 시리즈
- 2015년 It Award 엘리퓨어 침실세트
- 2016년 It Award 헤디 시리즈
- 2016년 PIN UP DESIGN AWARD 아르코 데스크 시리즈
- 2016년 PIN UP DESIGN AWARD 헤디 시리즈







2) 디자인 전시회 참가

두닷은 고객과 보다 가까이 만나기 위해 정기적으로 전시회에 참여하고 있습니다. 많은 이들에게 두닷의 합리성을 우리만의 방법으로 선보이기 위해 노력합니다.

*두닷 디자인 전시회 참여 현황



디자인경영성과 | (주)코다스디자인

① 2014 서울리빙디자인페어







3) 두닷 X 경기도청 디자인 나눔 프로젝트

두닷은 경기도청과 함께 도내 복지시설의 기능 및 환경 개선 등 디자인 개선을 위한 '디자인 나눔' 프로젝트를 함께 진행하였습니다. 2016년에 이어 2017년에도 진행하는 이 프로젝트를 통해 두닷은 복지 시설에 가구를 지원하였으며 건물외벽과 담벼락 도색 작업에 임직원이 함께 참여 하였습니다. 두닷은 지속적으로 디자인 나눔 프로젝트를 추진할 계획이며, 앞으로도 소외된 이웃들의 삶의 질을 높이는 것에 많은 지원과 지대한 관심을 가질 것입니다.



디자인경영전략 | (주)코다스디자인

1) Good Design, Good Quality, Good Price 철학

가구는 당신과 오래도록 함께 하기에 공간에 조화롭게 디자인되어야 합니다. 그런이유에서 좋은 가구의 중요한 요소는 오랜 사용에도 변함없는 단단함입니다. 그리고합리성이란 가치로 선택될 수 있어야 하며 무엇보다 당신의 삶 속에 주인공이 아닌자연스러운 배경이 되어야 한다고 생각합니다.

두닷은 창립 이후 지금까지 언제나 한결같은 마음으로 가구를 디자인합니다. 좋은 디자인, 단단한 품질, 합리적인 가격은 대중적인 디자인을 위해 지금까지 두닷이 지켜오고 있는 디자인 철학입니다.



2) 대중적인 디자인을 위한 두닷의 노력

두닷은 '가성비'를 최우선 가치로 제시합니다. 아무리 멋진 디자인, 튼튼한 제품이라도 선택할 수 없을 만큼 높은 가격이라면 우리에게는 좋은 제품이 아닙니다. 또한, 최근 공간의 주도권이 여성에게 있고, 1인 가구가 급격히 증가하고 있는 것이 한국의 현실 입니다. 그러므로 혼자서도 쉽게 조립할 수 있는 가구를 개발하는 것이 두닷의 중요한 과제입니다.이것이 두닷의 모든 가구가 RTA (Ready To Assemble)로 제작된 이유입니다.

결론적으로, 남녀노소 누구든지 쉽게 만들 수 있도록 디자인하고 합리적인 가격으로 접근성을 높이는 것이 브랜드의 목표입니다. 그리고 가구를 직접 완성하는 과정에서 즐거움까지 발견한다면 대중적인 디자인을 위해 노력하는 두닷에게는 큰 보람일 것입니다.





디자인경영전략 | (주)코다스디자인

3) 접근성 확대 및 타깃 세분화에 따른 브랜드 확장 전략

① 온라인 (모바일) 비즈니스의 확대 전략

'인터넷 쇼핑'이 낯설었던 2005년, 두닷은 온라인에서 가구를 판매하였습니다. 이런 낯선 경험이 익숙함으로 변화되기까지 10년이 걸렸습니다. 이 기간 동안, 온라인 비즈니스에 대한 두닷의 노력과 경험은 여느 IT기업이 부럽지 않습니다. 두닷은 자신만의 시간의 가치가 소중해진 현대 소비 패턴과 편리한 접근성을 위해 두닷몰(dodot. co.kr)을 지속적으로 개선 중입니다. 2005년부터 현재까지 두닷의 온라인 쇼룸은 24시간 오픈되어 있습니다.

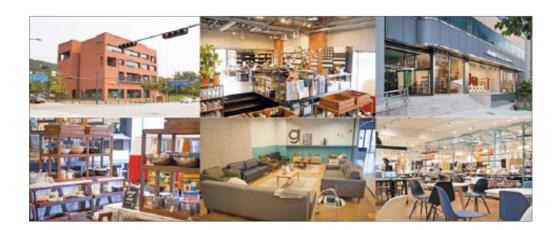
② 타깃 니즈에 따른 제안의 확장

두닷은 사용자의 환경 및 필요에 따라 합리적인 선택을 돕기 위해 세분화된 제안을 합니다. 핵심적인 세 브랜드 모두 두닷의 디자인 경영 철학인 좋은 디자인, 좋은 품질 그리고 합리적인 가격을 공유하고 있습니다.



③ 쇼룸 확장으로 고객 접근성 및 편의성 확대

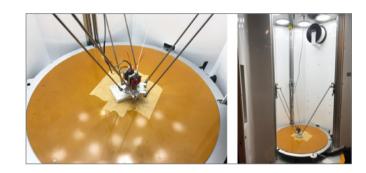
두닷은 온라인 비즈니스로 시작된 회사지만 지속적으로 쇼룸을 확장하여 고객 접근성 및 편의성을 확대하고 있습니다. 2008년 사무실 한편에 가구를 전시하며 시작된 두닷의 쇼룸은 이후 사당동, 방배를 거쳐 현재 판교와 송도에 약 100~200평 규모로 운영중입니다.두닷의 쇼룸은 직접적인 가구 판매의 목적보다 온라인에서만 확인할 수 있는 가구를 직접 보고 경험하면서 선택을 돕는 서비스의 목적으로 운영되고 있습니다.



디자인경영 활동 및 투자/비전 | (주)코다스디자인

1) 국민대 3D 프린팅 디자인 혁신 센터 산학협력 MOU 체결

두닷은 2016년 1월 25일(월) 3D 프린팅 디자인 혁신 센터에서 산학협력 MOU를 체결 후 카르테시안 및 델타 방식의 중대형 3D프린터를 R&D 연구소에 도입했습니다. 3D 프린트 기술을 도입하여 가구 제작에 필요한 시제품 및 목업 제작 기간을 획기적으로 단축 시켜 소비자의 니즈에 보다 빠르게 대응할 획입니다.



2) R&D 중심의 기업 운영 – 디자인 특허로 승부하다.

두닷의 모태는 산업디자인 기업이기에 타 가구회사와의 경쟁력은 디자인에 있습니다. 두닷이 연구 및 개발 투자를 아끼지 않아 꾸준히 사랑받을 수 있으며 그 결과,디자인 등록 및 실용신안 포함 총 36건 특허를 보유하고 있습니다.

① 디자인 등록 (총 36건)



② 실용신안등록 (총 2건)



9 t h 1 0 R E Α D Ε S G Α W Α R D

디자인경영 활동 및 투자/비전 | (주)코다스디자인

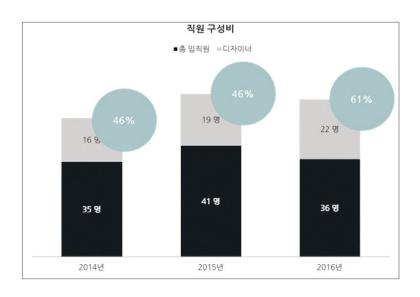
③ 상표 및 서비스 등록 (총 8건)



3) 디자인 신규 인력 채용

두닷은 현재 총 36명 임직원 중 61%인 22명이 디자이너로 구성되어 있습니다. 가구 외적인 부분에서도 디자인의 강력한 힘을 믿고 있으며 혁신적인 아이디어와 디자인의 비밀은 디자인 인력을 존중하는 조직 문화에 있습니다.

또한 매년 평균적으로 7명의 디자인 인력을 신규 채용하고 있으며 국민대학교, 유한대학교, 용인송담대학교 및 K-Design R&D Center와 산학협력을 진행하여 디자인 학생의 직무 현장 실습 및 취업 지원에 힘쓰고 있습니다.





산업통상자원부장관표창

KOREA DESIGN AWARD 19th 대한민국디자인대상

디자인경영부문

(주)디자인부산





산업통상자원부장관표창

차 례

C E O 메 시 지

기 업 소 개

디 자 인 경 영 활 동

디 자 인 경 영 투 자

디 자 인 경 영 성 과

디자인경영부문

(주)디자인부산

CEO 메시지 | (주)디자인부산

CREATIVE VALUE를 창조하는 글로벌 디자인 전문기업

두근거림과 설레는 마음으로 디자인 기업을 설립한 지 25년이 되었습니다. 다양한 클라이언트와의 만남과 소통이 있었기에 지금에 이를 수 있었습니다. 감사합니다!

최근 디자인뿐만 아니라 다양한 산업의 경영 전반에서 디자인 씽킹과 서비스디자인을 토대로 사용자경험을 극대화하기 위한 모습을 살펴볼 수 있습니다.

이처럼 디자인 경영을 통해 소비자와 교감하는 흐름은 4차 산업혁명에 접어든 지금, 더욱 두드러지리라 생각합니다.

디자인 생태계의 바람직한 변화를 위해 ㈜디자인부산 역시 철저히 소비자의 관점에서 사고하려하며 항상 다른 시각으로 사물을 바라보고 자 노력하고 있습니다.

나아가 우리의 일상생활 속에서 필요한 기술(기능)을 주도하고 활용 가능하게 하는 디자인을 이끌며, 지속해서 사용자 경험 가치를 창출하 기 위해 힘쓰겠습니다.

'디자인은 제품이나 서비스의 연속적인 외층에 표현되는 인간 창조물의 영혼'이라고 표현한 스티브 잡스의 말처럼, CREATIVE VALUE를 창조하는 글로벌 디자인 전문기업으로 고객과 함께 성장하는 (주)디자인부산이 되겠습니다.



(주)디자인부산 대표 서무성

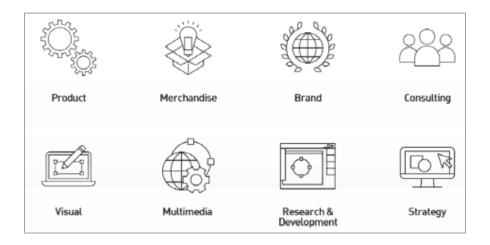
Design Busan

디자인경영부문 | 산업통상자원부장관표창

9 t 1 h 0 R E Α D Е S G Ν W R D Α

기업소개 | (주)디자인부산

㈜디자인부산은 종합디자인 전문기업으로 기획부터 디자인 개발, 사후 관리까지 Onestop Callboration System으로 클라이언트에 필요한 컨설팅 솔루션을 제공하며 고부가가치 디자인 융합 서비스를 지원합니다.



디자인 융합 서비스를 지원합니다.

다양한 플랫폼에서 클라이언트와 소통하며 창조적인 콘셉트가 녹아든 디자인을 통해 가치 있는 브랜드를 구축하고 트렌드를 창조하며 운영합니다.



기업소개 | (주)디자인부산

주요연혁

2009. 04

주식회사 디자인부산 설립

2018. 01	베트남 하노이 지사 설립
2017. 12 2017. 11 2017. 01	부산 시어 고등어 브랜드화 유공 표창(부산광역시장) 대한민국디자인대상 디자인 경영부문 표창 (산업통상자원부장관) 국제 디자인 어워드 IF 수상 (독일)
2016. 12 2016. 12 2016. 09 2016. 03	인재육성형중소기업 선정(중소기업청) 어린이 전용 링거 거치대 굿디자인(GD) 및 itAwards 선정 이노비즈 기업(인증 획득) 중국 이우 한국생활디자인센터 지사 설립
2015. 01	두뇌역량 우수전문기업 선정 (산업통상자원부)
2014. 10 2014. 01	부산시 선도기업 선정(창조경제부문) 우수디자인전문회사 선정
2013. 11 2013. 01	일본 후쿠오카 하카타 리바레인 편집샵 오픈 동남권디자인전문회사 등록 (종합디자인_시각,포장,제품,멀티미디어)
2012. 10 2012. 07 2012. 01	2012굿디자인(GD)최우수상 수상 해외상품출원(중국, DesignIVY), Bonee&Monoon 프랑크푸르트 페이퍼월드 참가(독일)
2011. 12 2011. 11 2011. 09	두바이 국제 추계종합박람회 참가(두바이) 벤처기업 확인(기술보증기금) 산업디자인전문회사 등록(종합디자인_시각,제품,멀티미디어

DesignBusar



디자인경영활동 | (주)디자인부산

(1)디자인 경영활동

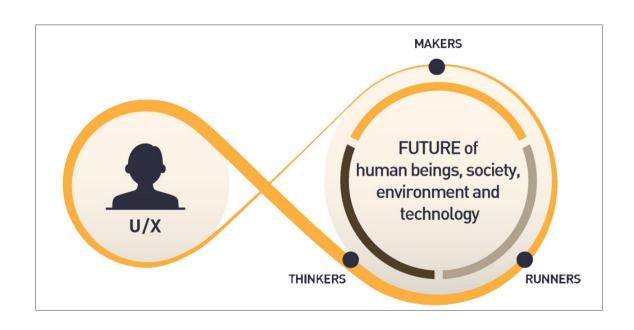
디자인은 과거 외형 중심의 기능적 정의에서 콘텐츠, 서비스, 개발 프로세스 등을 포괄하는 개념으로 변모해왔습니다.

다양한 디자인 프로젝트를 바탕으로 아이디어 발상과 표현방법, 고객에게 효과적으로 전달할 수 있는 'Thinkers', 'Makers', 'Runners' 알고리즘 프로세스를 발굴하였습니다.

사용자 입장에서의 공감과 현장 관찰, 맥락 중심의 분석과 종합, 사용자 중심의 아이디어와 콘셉트 개발, 마지막으로 구체적이고 현실적인 계획과 로드맵의 정립으로 사용자 중심의 콘셉트를 얻는 것뿐만 아니라 프로세스 위주의 구성원 통합도 이루었습니다.

먼저 소비자의 데이터를 다룰 수 있는 비즈니스 프로파일러(미래예측 구성원)를 두어 과거의 데이터에서 벗어나 소비자의 마음을 읽을 수 있는 유효한 데이터를 창조하는'Thinkers' 그룹을 조직하고, 이를 기능과 기술력을 통해 창조하는 디자인 엔지니어 그룹인 'Makers'를 조직하였습니다. 산출물을 갖고 소비자에게 다가서는 'Runners'그룹을 통해 마케팅과 커뮤니케이션을 실시합니다.

철저한 사용자 관점에서 시작된 조직 개편을 통해, 당사는 문화 · 기술적 분석을 포함 한 사용자 중심의 '서비스 디자인 툴킷' 개발에 한발 다가서고 있습니다.



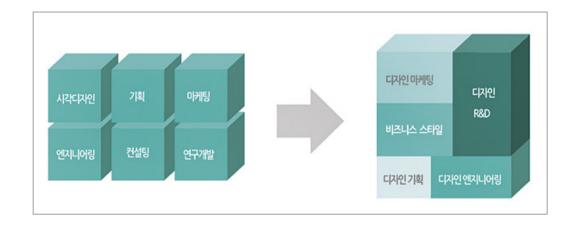
디자인경영활동 | (주)디자인부산

(2)디자인 경영활동

㈜디자인부산은 디자인 경영의 성공 요소를 인적, 물적, 지적 요소로 분류하였습니다.

인적 요소의 경우 디자인 인력을, 물적 요소는 디자인조직, 디자인 환경, 디자인설비, 연구개발 투자. 마지막으로 지적 요소는 내부 구성원의 디자인마인드, 디자인 전략, 디자인 프로세스 구축, 디자인 경영시스템을 뜻합니다.

인적 요소와 물적 요소를 만족하기 위해 분야별로 단절된 기존의 조직 운영 방식에서 벗어나 창조와 융합의 방향성을 제시하며 기획과 디자인, 엔지니어링이 융합된다학제적인 접근 방식인 통섭의 디자인을 하고자 힘쓰고 있습니다.



또한, 디자인 R&D 역량 강화를 통한 원스톱 디자인 개발 시스템을 구축하고자 별도의 기업부설연구소를 설립하여 사용자 중심의 연구기법을 도입하였고, 맥락 속에서 관찰을 통해 디자인 결과물을 사용할 최종 사용자에게 소구할 수 있는 디자인과 경험을 도출하고 있습니다.

더불어 다학제적인 인재 양성을 위해 국가인적자원개발교육, 한국산업인력공단 일학습 병행제, 코리아디자인멤버쉽 등 다양한 교육 과정을 적극 활용하고 있으며 자체적으로 는 NCS 컨설팅을 통해 신규 직원 채용 및 내부 승진 평가 툴을 확립하였습니다.



디자인경영투자 | (주)디자인부산

(3)디자인 경영투자

디자인아이비



착한 생각, 착한 감성의 디자인아이비는 ㈜디자인부산 고유의 생활 용품 브랜드로 자연과 인간의 아름다운 공존을 소망하고 자연을 사랑하는 마음을 담아 실천하며 특별한 이야기를 전하고자 합니다.

단순히 외형적인 아름다움만 고려한 것이 아니라 디자인을 자체의 전략으로, 소비자를 만족시키고 브랜드 가치를 높이기 위해 제품 개발 단계부터 적극적으로 디자인 융합에 힘쓰고 있습니다. 디자인 전략회의를 통해 발산된 디자이너들의 창의적인 생각을 초기 제품 개발 단계에 반영하고 엔지니어는 초기 디자인 단계부터 커뮤니케 이션하며 통합적인 디자인을 제안하며 기술적 오류 등의 문제를 사전에 보완하는 프로세스를 도입하여 스피디한 개발과 리스크 비용을 절감하고 있습니다.

GGO DEUNG O

부산의 시어 고등어를 모티브로한 디자인부산의 마스코트 '발달린 꼬등어'는 캐릭터 기반의 OSMU 비즈니스를 위해 탄생시킨 브랜드입니다.

부산의 넓은 바다를 헤엄치다 바다 밖 세상이 너무 궁금해서 육지로 올라온 푸른빛의 '꼬등어'는 호기심 가득한 동그란 눈과 두 개의 다리로 이곳저곳을 구경 다니며 추억을 쌓아갑니다.

가끔은 관광객의 사진에 찍히기도 하고, 음식으로 오해를 받아 위험한 상황에 놓이 기도 하는 등 좌충우돌 에피소드는 애니메이션으로도 만나볼 수 있습니다.

지속적인 연구개발을 통해 단순한 관광 상품 · 캐릭터 상품이 아닌 스토리텔링에 기반한 문화상품으로서 다양한 콘텐츠를 제공합니다.



t 9 1 h 0 R Ε Α D E S I G Ν W Α R D

디자인경영투자 | (주)디자인부산

GGO DEUNG O



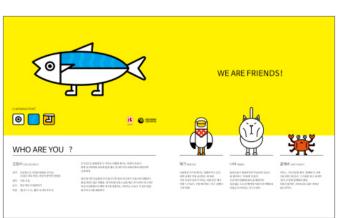














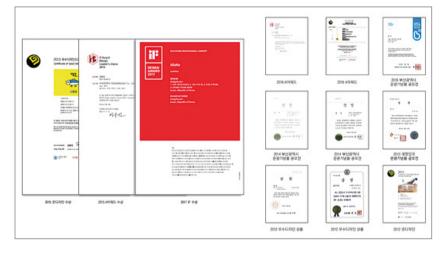
디자인경영성과 | (주)디자인부산

(4)디자인 경영성과

㈜디자인부산은 지속적인 디자인경영을 통해 국내시장에서의 성장뿐만 아니라 글로벌 디자인 전문기업으로 발돋움하고자합니다.

고부가가치 디자인을 매개로 산업 전반에서 디자인이 융합된 제품과 서비스를 개발하며 새로운 시장 창출을 위한 디자인에 투자하고 있습니다. 또한, 경쟁력 확보를 위한 전문 기술의 축적과 국내외 다양한 인증과 수상을 통해 신뢰성을 확보하고 공신력을 인정 받았습니다.

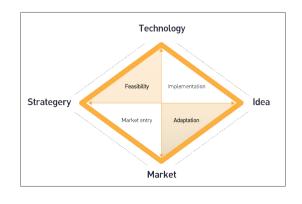




(5)디자인 경영 미션

㈜디자인부산은 디자인 창출에 기반이 되는 영감, 아이디어, 실행에 객관성을 더하려합니다. 해결안을 탐색하도록 하는 문제나 기회에서 영감을 얻고, 산출된 아이디어를 테스트하며 사람들의 실생활에서 실현하기 위해서 기술, 아이디어, 전략, 시장에 기준점을 두고 있습니다.

이와 함께 비즈니스 차원의 실행이 가능한지, 공학 관점에서 구현이 가능한지, 심미적 요소를 갖추었는지 차별화가 가능한지를 고려하며 디자인 사고 프로세스를 통한 통합 디자인을 추구합니다.





산업통상자원부장관표창

KOREA DESIGN AWARD 19th 대한민국디자인대상

디자인경영부문

(재)세종문화회관





산업통상자원부장관표창

차 례

C E O 메 시 지

기 업 소 개

디자인 비전 및 경영 전략

디 자 인 경 영 활 동

디 자 인 경 영 성 과

디자인경영부문

(재)세종문화회관

CEO 메시지 | (재)세종문화회관

CREATIVE VALUE를 창조하는 글로벌 디자인 전문기업

세종문화회관은 2018년에 개관 40년을 맞습니다.

그동안 대한민국 대표 예술기관이자 시민이 사랑하는 예술명소로서 역할을 다하고자 최선을 다하여 왔습니다.

예술기관으로는 이례적으로 10년 전부터 디자인 경영 개념을 도입하며 경영전반에 디자인 마인드를 접목하고 있습니다.

공연이나 전시를 관람하는 공연장, 미술관의 개념을 넘어 언제나 시민들이 즐겁게 방문할 수 있고, 즐길 수 있고, 자랑할 수 있는 공간이라는 세종문화회관의 정체성과 비전을 디자인에 실어 전달하였습니다.

덕분에 근엄하고 엄격한 이미지를 벗고'가장 동시대적인 가치'를 '가장 친근하게' 고객에게 전달 할 수 있는 기반을 마련했다고 생각합니다.

세종문화회관의 노력을 알아주시고 격려해 주시고 찾아주시는 관객과 시민에게 더욱 즐겁고 행복한 디자인으로 찾아뵐 수 있도록 노력하겠습 니다.

세종문화회관의 다양한 디자인 정책과 시도가 예술계에도 디자인 경영이 자리 잡는데 도움이 되기를 소망합니다.

감사합니다.



(재)세종문화회관 대표 이승엽



기업소개 | (재)세종문화회관

○ 세종문화회관은 언제나 시민과 함께 해왔습니다.



1978	1999	2004	2006	2007	2008	2009	2010	2012	2015
▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼	▼
세종문화회관	재단법인	대극장	체임버홀	M씨어터	세종	세종이야기	충무공이야기	예술동	미술관
개관	세종문화회관출범	재개관	개관	개관	아카데미	개관	개관	증축	개관



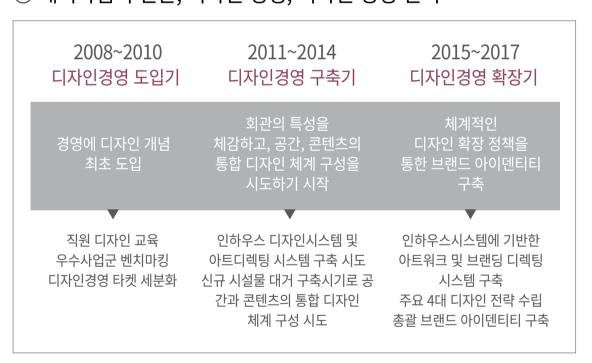
- 1 디자인 경영 도입의 배경 세종문화회관 일반 연혁, 세종문화회관 운영 현황
- 2 패러다임의 전환, 디자인 경영! 한계점 진단과 돌파구, 디자인 경영 연혁
- 3 디자인 경영 전략 디자인 경영 기본 방향, 4대 추진 전략
- 4 전략별 사업 추진 사항
- 5 디자인 경영이 이끌어낸 성과
- 6 맺음말

기업소개 | (재)세종문화회관

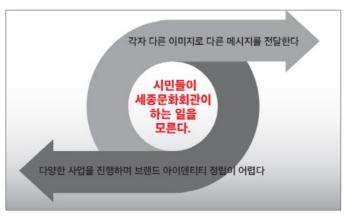


방문객: 연간 250만명의 시민이 찾아오는 곳 인지도: 97.1%

○ 패러다임의 전환, 디자인 경영, 디자인 경영 연혁



○ 패러다임의 전환, 디자인 경영, 한계점 진단과 돌파구





기업소개 | (재)세종문화회관



세종문화회관은 연간 250만명이 방문하는 광화문 랜드마크입니다.

공연장 4개 (대극장, M씨어터, 체임버홀, S씨어터)을 보유하고 있으며 미술관, 역사기념 전시관, 세종예술아카데미를 함께 운영하는 복합 문화기관으로 연간 250만명이 방문합니다. 또한 삼청각, 꿈의숲아트센터, 서울돈화문국악당도 경영하고 있는전문 기관이기도 합니다.

시민이 자랑하는 예술명소, 세종문화회관

서울시민에게 좋은 공연을 기획·제공하는 것과 민간기획사들의 공연제작에 필요한 공연장 및 연습실, 하드웨어를 대여하는 것이 세종문화회관의 가장 중심이 되는 사업 이지만 그 외에 일반 시민들이 좀 더 편안하게 문화체험을 할 수 있도록 다양한 사회 공헌 사업도 펼치고 있습니다.

가장 대표적 사업으로는 1,000원으로 공연을 볼 수있는 공연 <온쉼표>를 매달 1회씩 추진하고 있으며 봄, 가을 야외 공연으로 도시인들의 일상에 생기를 불어 넣는 축제 <세종 페스티벌>은 광화문 직장인들과 서울시민들의 사랑을 많이 받고 있습니다. 역시 봄·가을에 펼치는 <세종예술시장 소소>는 젊은 작가들의 공예품, 회화, 독립 출판물 등을 판매할 수 있는 시장으로 작가들에겐 시민들과 가까이 만날 수있는 기회를 제공하고 시민들에겐 스토리와 예술이 있는 명소를 제공 한다는 면에서 사랑받고 있습니다.

디자인 비전 및 경영전략 | (재)세종문화회관

광화문이라는 시내 중심에 위치한 만큼, 입장권을 산 관람객이 아닌 단순 방문 객도 세종문화회관의 중요한 관객입니다. 수익성과 관계 없이 봄, 가을 무료 야외 전시도 매년 지속해서 실시하고 있는 이유입니다.

연간 장기적으로 진행되는 <모두를 위한 오케스트라>는 사업은 아마추어 시민 예술가들의 자발적인 축제입니다. 시민들의 자발적이고 능동적인 문화예술 체험을 위한 <시민연극교실>, <함께 부르기> 캠페인도 인기 있는 프로그램 입니다.

서울시내 자치구와 협력해서 추진하는 연계 공연 <동행>이라는 사업도 자치 구민의 사랑을 받고 있으며 소외 계층 아동을 음악을 통해 사회 일원으로 성장 시키는 <꿈나무오케스트라>, <꿈나무국악단>도 운영하며 예술경험을 통한 시민 삶의 질 향상에 기여합니다.

세종문화회관에는 9개의 공연 예술단이 있으며 9개 중 2개는 해당 장르의 최초 단체입니다.

세종문화회관에는 다양한 장르의 예술단이 소속되어 창작활동을 펼치고 있다. 1964 년 창단된 국내 최초의 현대식 국악관현악단인 서울시국악관현악단과 1977년 창단 된 국내 최초의 뮤지컬단인 서울시뮤지컬단을 비롯해 서울시무용단, 서울시합창단, 서울시극단, 서울시오페라단, 서울시소년소녀합창단, 서울시유스오케스트라단, 서울 시청소년국악단이 각각의 특성에 따라 폭 넓은 공연 레퍼토리를 선보이고 있습니다.

○ 디자인 경영 전략, 디자인 경영 기본방향

세종문화회관=

건축디자인+공간디자인+서비스디자인+그래픽디자인+ 디지털디자인+브랜드디자인...

디자인 비전 및 경영전략 | (재)세종문화회관

○ 디자인경영 비전

세종문화회관은 디자인 경영의 중요성을 인지하고 꾸준히 디자인 전략 대상의 외연을 넓히며 단순한 개별 공연·전시·교육의 디자인 관리를 넘어서 9개 예술 단을 포함한 세종문화회관 통합 콘텐츠로, 공간과 유무형 매체의 콘텐츠까지 그 범위를 확대하였습니다.

체계적인 디자인 확장 정책을 통한 브랜드 아이덴티티 구축 전략은 2015년에 들어서며 '세종 시즌' 이라는 세종문화회관의 비전 아래 일관되지만 파격적인 통합 디자인 관리를 시도하며 성과를 이뤄내기 시작했습니다.

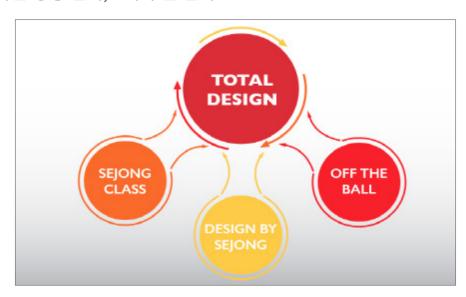
국내 최대 규모의 콘텐츠를 포함한 세종문화회관의 1년 운영체계인 '세종시즌'이 도입되며 시즌제의 브랜딩 전략과 더불어 세종문화회관의 일관된 아이덴티티 전략을 병행하기 위한 디자인 정책을 수립하며 메인 아이덴티티를 구축하였습니다.

또한, 공연과 전시라는 개별 상품 외에 세종문화회관이라는 외형이 가진 브랜드의 가치를 인지하고, 이를 통합적으로 소비자에게 전달하기 위한 메시지의 도구로 디자인 경영을 선택하였습니다.

메인 아이덴티티를 중심으로 온오프라인 매체를 전방위적으로 활용하며, 작게는 MD, 프로그램북, 포스터부터 영상 메시지, 옥외광고물, 전시설치물, 공간인테리어까지 그 범위를 확대하고 활용하였습니다.

○ 디자인경영 전략

디자인 경영 전략, 4대 추진 전략



디자인 경영활동 | (재)세종문화회관

○ 전략 1 : Sejong Class

전략 별 사업 추진 사항



"세종문회회관 개별 사업 각각의 디자인수준을 상향시켜라"

세련된 포스터 디자인, 공연 정체성에 더 어울리는 프로그램북 디자인 등 순차적으로 디자인의 수준을 균일하게 상향시키기 위한 인하우스 디자인 파트 활성화 추진





인하우스 디자인으로 인한 서울시 예술단 포스터 변화

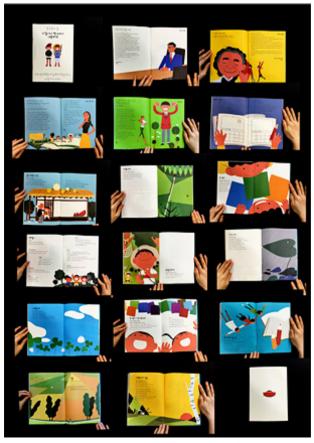
디자인 경영활동 | (재)세종문화회관

인하우스 디자인으로 인한 서울시 예술단 포스터 변화









공연 프로그램북

디자인 경영활동 | (재)세종문화회관

○ 전략 2 : Off the Ball

전략 별 사업 추진 사항



"공을 가지지 않은 상태에도 최선을 다하라"

세종문화회관의 주요 사업이 아닌 서비스, 경험, 홍보 전략까지 디자인 시즌제 홍보디자인 / 분기별 프로모션 이미지 디자인 / 시즌 기자간담회 디자인 시즌 오프닝 파티디자인 / 야외 축제 종합 디자인





세종문화회관 시즌상품, 야외축제 상품

디자인 경영활동 | (재)세종문화회관

디자인 아이덴티를 드러내는 행사, 소품 등









공연 프로그램북

디자인 경영활동 | (재)세종문화회관

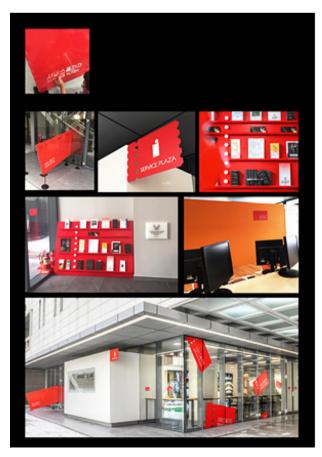
○ 전략 3 : Design by Sejong

전략 별 사업 추진 사항



"세종문회회관이 디자인하라"

외주업체가 디자인하던 시설, 공사 부분도 세종문화회관의 아이덴티티에 맞게 디자인을 가미 사이니지 / 서비스플라자 공간 / 대극장 안내이미지



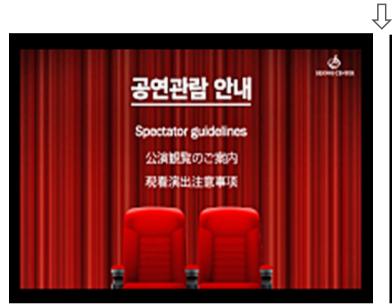


세종문화회관 공간 디자인

9 t h 1 0 R Ε Α D Ε S G Ν Α W Α R D

디자인 경영활동 | (재)세종문화회관















디자인 경영활동 | (재)세종문화회관

○ 전략 4 : Total Design

전략 별 사업 추진 사항



"세종문회회관 디자인 아이덴티티를 종합적으로 적용하라" 온라인 웹 디자인 / 스테이셔너리 / 각종 행정 서류





세종문화회관 MD (다이어리, 달력 등)

1 9 t h Ε K 0 R A D Ε S G N W Α Α R D

디자인 경영활동 | (재)세종문화회관





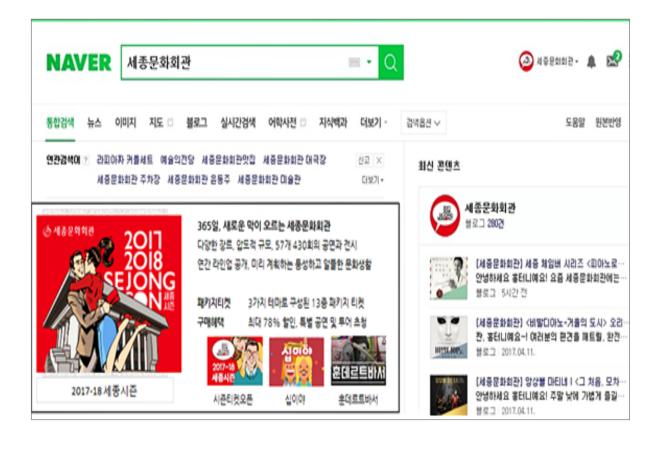




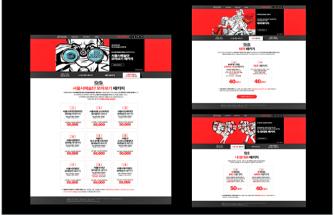


9 t h 1 0 R Ε A D Ε S G Ν Α W Α R D

디자인 경영활동 | (재)세종문화회관







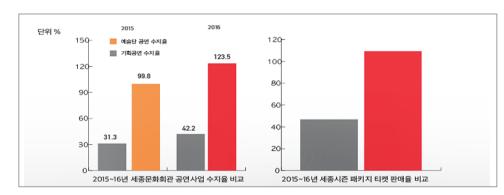




디자인 경영성과 | (재)세종문화회관

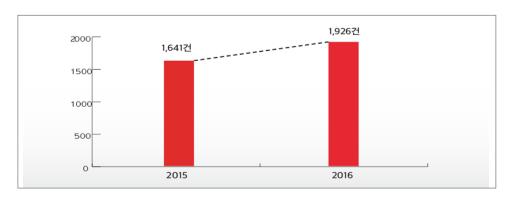
○ 디자인 경영이 이끌어낸 성과





"공연,전시 사업의 판매 성과 개선"

예술단 공연 수지율 10.9% 증가(15년 31.3% ➡ 16년 42.2%) 기획공연 수지율 23.7% 증가(15년 99.8% ➡ 16년 123.5%) 패키지 티켓 판매율의 133% 증가



"언론의 우호적 기사와 관심 증가"

2016년 보도건수 1926건, 15년 대비 17.4%증가

디자인 경영성과 | (재)세종문화회관

○ 디자인 경영이 이끌어낸 성과



"언론의 우호적 기사와 관심 증가"

월간<디자인>"동시대의 이미지를 전달하라 세종문화회관 디자인전략"(2017.4월호) 주간<한겨레21>"근엄함 대신 친근함"(2017.2.21)

<더뮤지컬>세종문화회관 2017-18 시즌 포스터(2017.2월호)

웹진<타이포그라피 서울>"배를 고치면서 항해하는 세종..."(2016.9.23)



"높아지는 시민 만족도"

서울시민의 만족도 지수 16년 92.1점으로 15년 88.8점 대비 4% 증가 페이스북&네이버 소통 건수 16년 27.336건으로 15년 23.862건 대비 15% 증가 네이버 블로그 이웃수 323% 증가



디자인 경영성과 | (재)세종문화회관



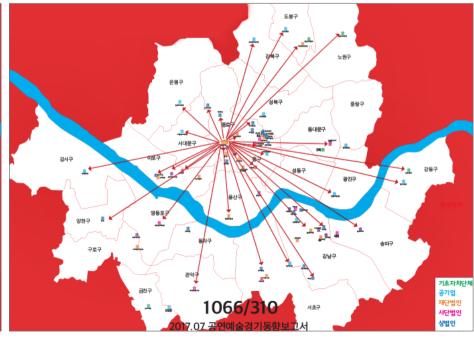
○ 맺음말

독보적인 세종문화회관 디자인 경영



"지역 문예회관들에게 디자인 경영과 전략의 필요성과 기능 전파"







산업통상자원부장관표창

KOREA DESIGN AWARD 19th 대한민국디자인대상

디자인경영부문

(주)빙그레





산업통상자원부장관표창

차 례

C E O 메 시 지

기 업 소 개

디 자 인 경 영 성 과

디자인 경영 전략 및 비전

디자인경영부문

(주)빙그레

CEO 메시지 | (주)빙그레

다양한 맛과 영양, 그리고 건강한 제품 (주)빙그레

빙그레는 지난 1967년 첫 발을 내디딘 이래, 다양한 맛과 영양, 그리고 건강한 제품으로 고객의 미소와 함께 성장해 왔습니다.

혁신적 사고와 우수한 마케팅력을 기반으로 생산된 우리 나라 최초의 정통 아이스크림인 '투게더', 떠먹는 요구 르트의 효시인 '요플레', 국민 브랜드 '바나나맛우유'와 세계인의 입맛을 사로 잡은, 아이스크림 업계의 살아 있는 전설 '메로나' 등 그 어느 기업보다도 많은 제품들이 오랫동안 고객 여러분들의 사랑을 받아오고 있습니다.

지난 기간동안 건강과 안전, 최고 품질을 향한 노력으로 빙그레는 국내 식품업계를 이끄는 대표 선두기업으로 우뚝 섰습니다.

빙그레는 21세기 글로벌 시대에 발맞춰 창조적 열정과 도전으로 해외 시장과 신성장동력 발굴에도 박차를 가하고 있습니다.

또한, 재정적으로 견고하고 투명한 기업을 유지하고, 기업의 사회적 책임 과 역할을 다함으로써, 보다 행복한 사회 건설에 일조하고 있습니다.

빙그레는 앞으로도 안전하고 믿을 수 있는 제품으로 고객과 주주로 부터 꾸준한 사랑을 받고, 글로벌 식품 리더로서 식품산업의 새로운 장을 개척 해 나갈 것을 약속 드립니다.

감사합니다.



(주)빙그레 대표이사 박 영 준



기업소개 | (주)빙그레

"건강과 행복을 함께 나누는 밝은 미소의 메신저"

빙그레의 주요 사업 분야는 아이스크림, 스낵, 유음료 사업이다.

빙그레의 대표브랜드로는 '투게더', '요플레', '바나나맛우유', '메로나' 등이 있다. 투게더는 1974년 일명 '아이스께끼' 일색이던 국내 아이스크림 시장에 최초로 선보인 정통 아이스크림이다. 요플레는 빙그레의 장수 히트상품이자 떠먹는 요거트 시장의 1호 브랜드다.

바나나맛우유는 2007년부터 4년 연속 편의점 매출 1위 제품, 2014년에는 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)1위 제품으로 7년 연속 선정되었다. 2014년 10월기준 바나나맛우유니장에서 80%의 시장점유율로 하루 평균 약 80만 개씩 팔리고있다.



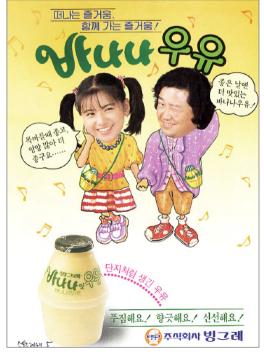




기업소개 | (주)빙그레









디자인 경영성과 | (주)빙그레



투게더, 메로나, 바나나맛우유로 대표되는 장수 브랜드를 보유 현재까지 꾸준한 제품개발과 리뉴얼로 브랜드 강화



패키지디자인의 일관성을 유지하면서 소비자와 함께 나이 먹어가는 브랜드



최근 1인가족을 위한 소포장 용기를 개발 소비자의 취향을 반영

디자인 경영성과 | (주)빙그레

"장수브랜드 메로나와 다양한 콜라보레이션 활동"



메론이라는 향료를 최초로 도입한 아이스크림 해외에서 현지 생산되는 국민아이스크림



애경산업과 선보인 메로나 칫솔



휠라와 콜라보레이션[메로나 코트디럭스]



세븐일레븐과 함께한 메로나 수세미



국내 빙과업계 최초로 해외생산되는 메로나

디자인 경영성과 | (주)빙그레

"1974년에 출시되 하루평균 80만개 이상 팔리는 국민 가공유 브랜드"











중국,대만 수출용 테트라팩

뚱바라 불리는 단지모양의 아이콘은 코카콜라병에 버금가는 아이덴티티를 가지고 있다





목욕탕에서 만나는 바나나맛우유





응답하라의 추억 아이템

디자인 경영성과 | (주)빙그레

"바나나맛우유의 용기디자인을 활용한 콜라보레이션 활동"



"자음을 삭제해서 출시한 [ㅏㅏㅏ 맛우유 캠페인] 소비자의 참여형 패키지 디자인 "







1 9 t h Ε 0 R A Ε S G N W R Α D

디자인 경영성과 | (주)빙그레

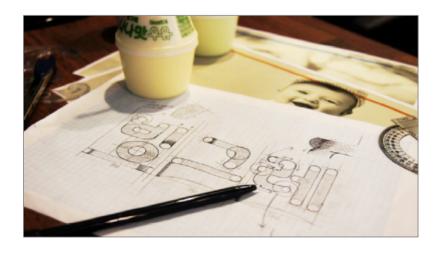
"단순한 빨대 디자인에 가능성을 열어준 [마이스트로우] 프로젝트"











바나나맛 우유를 모티브로한 빙그레 서체개발. 무료로 배포 해 한글디자인에 대한 관심을 불러 일으킴.



건강행복 밝은미소

- 부드러운 곡선의 꺽임
- 획의 시작과 끝의 굴림 요소
- 정원 형태의 'o' 꼴

훈민정음 제<mark>자</mark>원리

- 'ㅊ,ㅎ'의 세운 꼭지 형태
- 'ㅈ,ㅊ'의 3획 형태
- '초성, 중성, 종성'의 분리

디자인 경영성과 | (주)빙그레

"바나나맛우유 체험관 Yellow cafe 동대문,제주점 개관"



바나나맛우유 체험관 Yellow cafe 동대문,제주점 개관





" 프리미엄 소프트아이스크림 [소프트랩] 팝업스토어 "









단순히 빙과제조기업을 넘어 소비자와의 접점을 더욱 가까이 하기 위한 오프라인 스토어 매장 개점

디자인 경영전략 및 비젼 | (주)빙그레

"50년의 정직함을 담은 디자인경영으로 또 다른 50년을 만들어 갑니다"



디자인사고를 통한 시각적인 즐거움을 선사하는 기업

맛과 건강함을 모두 드리는 행복한 기업

항상 새로움에 도전하는 희망찬 기업

건강과 행복을 함께 나누는 <mark>밝은 미소의 메신저</mark>

"왜 우리 사회는 이렇게 차오? 서로 사랑하는 마음으로 '빙그레' 웃는 세상을 만들어야 하겠소" 암울했던 식민지 시절, 민족혼을 일깨운 지식인이였던 도산 안창호 선생님은 평소 이 말씀을 자주 하셨다고 합니다. 도산 선생님은 '간난아이의 방그레', '젊은이의 빙그레', '늙은이의 벙그레' 로 웃음의 종류를 나누고 이 웃음이야말로 우리 민족이 가져야 할 본연의 웃음이라고 말씀하셨습니다. 근심과 설움, 가책이나 혼탁없이 양심에서 우러나오는 웃음 그 자체가 '빙그레' 인 것입니다.

도산 안창호 선생님은 밝은 미소를 가진 사람들이 모여사는 밝은 세상을 꿈꿨습니다. 빙그레 미션 속 '밝은 미소' 도 선생이 강조했던 바로 그 웃음을 의미합니다. 빙그레는 국민의 건강과 행복을 증진시키는 기여자로 좋은 제품을 통해 국민에게 기쁨과 즐거운 웃음을 드리고 싶습니다. 도산과 같은 꿈을 꾸고 싶습니다.



대통령표창

KOREA DESIGN AWARD 19th 대한민국디자인대상

지방자치단체부문

인천광역시





대통령표창

차 례

C E O 메 시 지

인 천 광 역 시 소 개

디자인 경영성과 및 전략

디자인 경영투자 및 비전

디 자 인 경 영 활 동

지방자치단체부문

인천광역시

CEO 메시지 | 인천광역시

동북아 경제의 허브도시로써 글로벌 눈높이에 맞춘 디자인경영

안녕하세요. 인천광역시장 유정복입니다.

대한민국에서 가장 전통있고 권위있는 디자인 수상제도인「제19회대한민국 디자인대상」에 인천광역시가 대통령상을 수상하게 되어 영광입니다.

인천광역시는 지난 2004년부터 지금까지 체계적이고 지속적인 디자인 경영 끝에, 글로벌 경제도시, 전통과 미래, 아름다운 자연과 건축물이 어우러진 디자인 도시로 성장하였으며 300만 인구가 살고 싶은 도시, 인천시대를 맞아 지금도 한국 최초·최고를 자랑하는 인천만의 가치를 재창조하고 있습니다.

2017년은 인천광역시의 디자인 경영이 꽃피우는 시기였다고 말하고 싶습니다. 300만 인천시대에 걸맞는 새로운 도시브랜드를 정립하고 4차 산업혁명을 대비한 디자인 산업도시 비전 전략의 수립, 아름답고 균형 있는 도시디자인을 위한 다각적인 디자인경영을 추진하였습니다.

디자인경영의 성과는 눈에 띄는 사회적 변화를 일으켜 산업경제의 발전과 기업들의 성장, 나아가 시민들의 삶이 윤택해지는 것을 확인할 수 있었으며 디자인경영의 중요성 또한 느낄 수 있었습니다.

인천의 디자인경영 전략은 한국 최초· 최고라 자부하며 앞으로도 한국을 넘어 동북아 경제의 허브도시로써 글로벌 눈높이에 맞춘 디자인경영으로 새로운 역사를 써 내려갈 것입니다.

감사합니다.

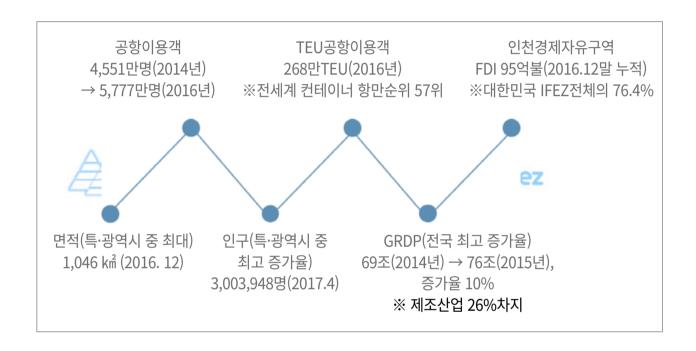




인천광역시장 유 정 복

지방자치단체소개 | 인천광역시

특·광역시 최대 면적, 최고 인구 성장률, GRDP 최고 증가의 인천광역시







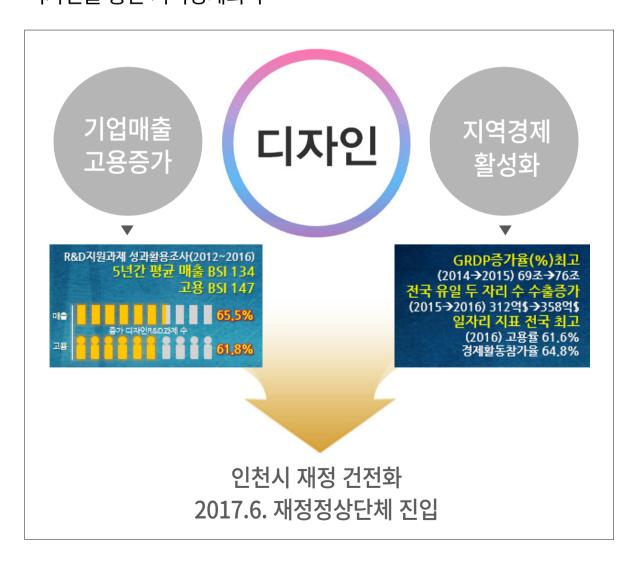
9 t h 1 0 R Ε Α D Ε S G Ν Α W Α R D

디자인 경영성과 | 인천광역시

디자인산업활성화

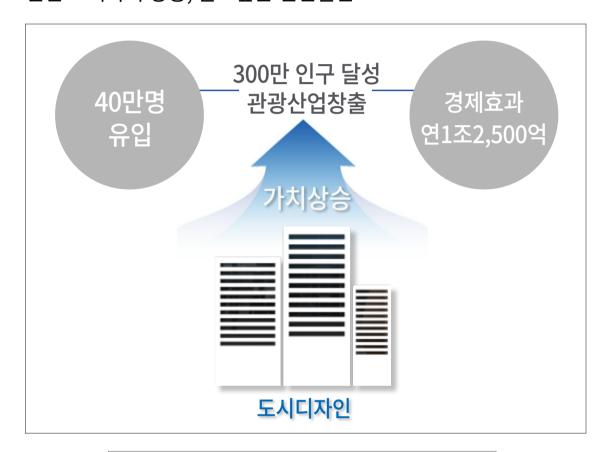


디자인을 통한 지역경제회복



디자인 경영성과 | 인천광역시

인천 도시가치 상승, 살고싶은 인천실현



국민디자인단으로 **시민행복지수 상승**

도시재생 디자인 사업에 <mark>국민디자인단 개념도입!</mark> 서비스디자인을 통한 시민중심 디자인 추진



원도심 활성화 디자인 프로젝트 (2015 국민디자인단 우수상)

➡서비스디자인을 통한 해결 매뉴얼 제작, 12개 프로젝트 추진 중

노후산업단지 환경개선 프로젝트 (2016 국민디자인단 대상)

➡대상지 인근 기업, 근로자 참여 공동디자인 추진, 3개 프로젝트 추진중

9 t 1 h 0 R E Α Ε S G D Ν W R Α Α D

디자인 경영성과 | 인천광역시

디자인을 통한 시민소통 증가

시정홍보에 디자인 적극적 활용!, 카드뉴스, 인포그래픽 애니메이션, CF형 홍보 영상 등 제작, 디자인홍보물 활용 뉴미디어 소통

블로그 월방문자 25만명, 유튜브 월조회수 3만6천회, 페이스북 친구 67,713명, 카카오스토리 친구 13,414명, 트위터 팔로워 29,542명, 인스타그램 팔로워 11,647명







인천광역시 디자인경영 우수보도

사람중심 디자인으로 더 나은 기업과 사회로 성장해야 구영모 인천광역시 산업진흥과장

2016년 210건

우리는 지금 4차 산업혁명이라는 새로운 파도에 직면하여 있으며, 4차 산업혁명은 우리에게 다가올 미래에 대한 기대감과 불안감을 동시에 주고 있다.

2015년 49건

최근 사회, 정치, 경제분야를 막론하고 가장 많이 들리는 말 중 하나가 4차 산업혁명이고, 4차 산업혁명하면 연관되어 떠오르는 단어들은 인공지능, 로봇, 빅데이터, 사물인터넷, 초연결 등과 같은 기술의 진보와 관련한 것들로 무엇인가 아직은 우리 생활과 거리감이 있다는 느낌이 드는 것이 사실이다.

거

최근 관내 기업체 방문 등을 통해서 현장에서 들은 이야기도 현재 중소기업이 처한 기술력, 인력난, 재정상황 등 당장의 현실 때문에 코앞에 다가온 미래인 4차 산업혁명을 대비할 겨를이 없다고들 한다.

시장변화에 유연한 대처가 가능한 중소기업이 4차산업혁명 선도할 좋은 기회

2014년 152건

하지만 소 잃고 외양간 고칠 수는 없는 노릇이다. 더 이상 피할 수 없는 4차 산업혁명 시대에는 사용자 중심의 개인별 맞춤 서비스를 제공하는 스마트하고 혁신적인 기업의 전성시대가 올 것이며, 이는 대기업보다 시장변화에 유연한 대처가 가능한 중소기업이 선도적인 역할을 할 수 있는 좋은 기회라고 본다.

411건

특히, 제조산업 분야의 4차 산업혁명에 따른 혁신이 기대된다. 기존 제조업의 주요활동이 생산, 판매위주였다면 이제는 개인별 맞춤 서비스를 제공하는 스마트 감성제품 제공으로 변화할 것이다.

이러한 변화에 효과적인 대응을 위한 중소기업 역량강화의 필수요소로 디자인 중심의 기술혁신이 필요하다. 이미 4차산업혁명에 진입한 선진기업들은 디자인을 단순히 제품의 외형뿐만 아니라 기획단계부터 사후관리까 지 각 개발 단계마다 전략적 도구로 사용하고 있다.



행정안전부 주관 정부 3.0 국민디자인단

2년연속 수상

2016 대통령상, 2015 우수상

9 t h 1 K 0 R Ε A D Ε S G Ν Α W Α R D

디자인 경영전략 | 인천광역시

성공적인 디자인경영을 위한 분야별 디자인전략

전국 지자체 최초 산업디자인 육성조례 제정 도시의 발전 및 변화 반영 5년 단위로 전략 재수립



인천광역시 단계별 디자인경영전략

성장기(2009~2012) *도시혁신디자인*다자인기반구축

디자인조직정비
디자인조례제정
디자인전략수립
디자인시범사업추진

성장기(2009~2012) *도시회신디자인*디자인문화확산

→도시이미지 제고

→디자인붐업 분위기 조성 **도시디자인 강화**→시가지경관 개선

→야간경관 개선

→도시진출입 이미지개선

성숙기(2013~현재)

삶의질 향상 디자인

디자인R&D 및 역량 강화

- ➡디자인을 통한 산업경제활성화
- ➡디자인생태계 활성화
- ➡디자인기반구축사업 중부권참여

원도심재생 디자인

- ➡도시의 균형있는 발전
- ➡일하기 좋고 살기 좋은 환경구축

인천가치재창조

- ➡인천시민의 자긍심 고취
- ➡인천만의 아이덴티티 구축



9 t h 1 K 0 R Ε A Ε S G D Ν W R D Α Α

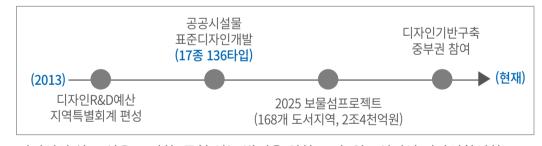
디자인 경영전략 | 인천광역시

디자인을 통한 도시이미지 혁신 성장기



삶의 질을 향상시키는 디자인경영 성숙기

디자인 산업도시 인천기업의 디자인수준 향상 디자인R&D강화로 기업경쟁력 강화



전지역의 살고 싶은 도시화, 균형 있는 발전을 위한 도서, 원도심지역 디자인활성화

4차 산업혁명을 선도하는 디자인산업도시 인천 선포식

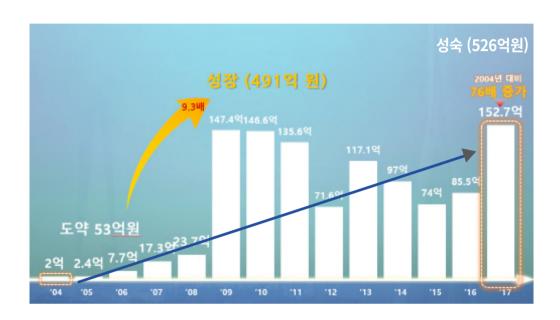
2017. 6. 26(월) 인천종합비즈니스센터 1층 총 110명 참석



1 9 t h Ε K 0 R A D Ε S G N Α W Α R D

디자인 경영투자&비전 | 인천광역시

디자인예산 <총 1,081억원 >





새로운 인천, 행복한 시민

- 풍요로운 시민의 삶 역동적인 세계도시
- 인천만의 가치창조 시민중심 시정실현





디자인 경영투자&비전 | 인천광역시

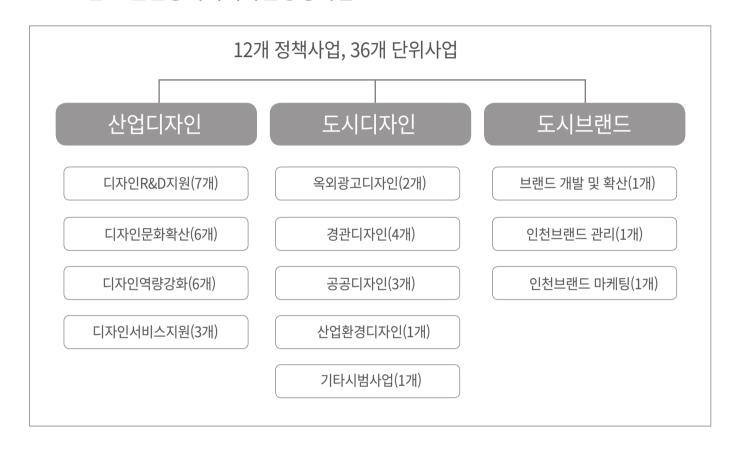
13년 지속 전담자, 디자인경영 목표의 일관된 추진



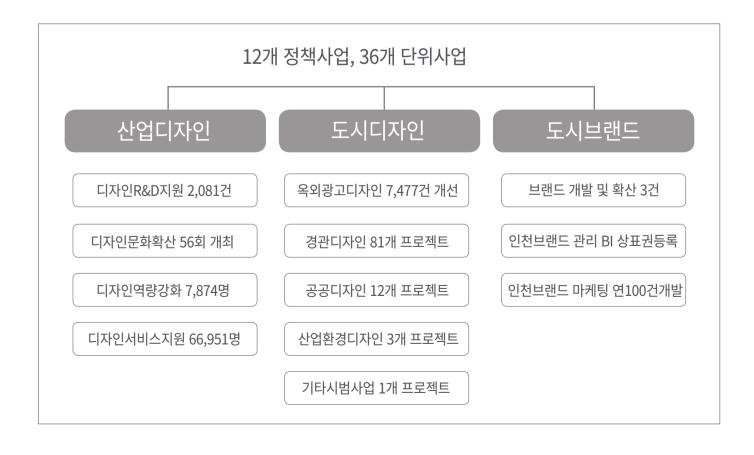


디자인 경영활동 | 인천광역시

2017년도 인천광역시디자인경영사업



인천광역시 디자인경영실적



디자인 경영활동 | 인천광역시

디자인R&D지원

총 2,081억원



지자체 단독, 밀라노디자인위크 인천관 참가 마케팅 연계지원 디자인 산업도시 인천 홍보

6일간 독립건물 임대 인천관 설치, 12,515명 참관, 22개 현지기업 비즈니스 상담



디자인 경영활동 | 인천광역시

디자인R&D사업 성과



도시 디자인 추진



디자인 경영활동 | 인천광역시

노후산업단지 환경개선산업

다시 일하고 싶은 [사람중심의] 산업단지를 만들자.

환경디자인

디자인어워드

디자인캠페인

디자인 거리공공영역 개선 (수요자 중심) (일하기 좋은 환경)

아름다운 공장 어워드 사유공장 개선장려 인스로드 개선 분위기 조성, 확산







공공시설물 표준디자인개발



통합지주, 택시승차대 버스폴, 맨홀덮개 공사가림막 그래픽디자인



사설기관, 보행, 주차공원 관광, 자전거도로, 개방화장실 안내표지판

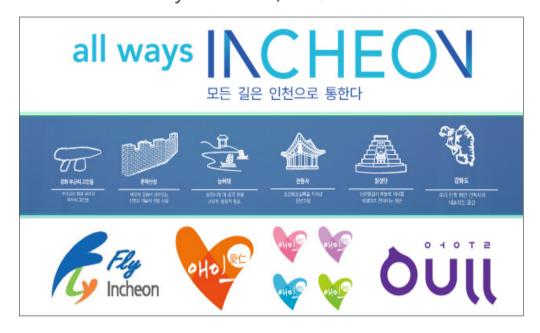


한국최초, 인천최고 상징아이콘 현수막 및 시민게시대 각종 공공 안내판

디자인 경영활동 | 인천광역시

도시 브랜드 개발

300만 인천시민의 자긍심 고취 및 글로벌 도시 인천의 비전제시 All ways Incheon, 도시브랜드 개발



[인천시와 지역 제조기업이 함께 만드는]

화장품 공동 브랜드 개발





2017년도 매출 100억 예상!



[2016년도 신제품 런칭 18개 품목 48종 디자인개발]



디자인 경영활동 | 인천광역시

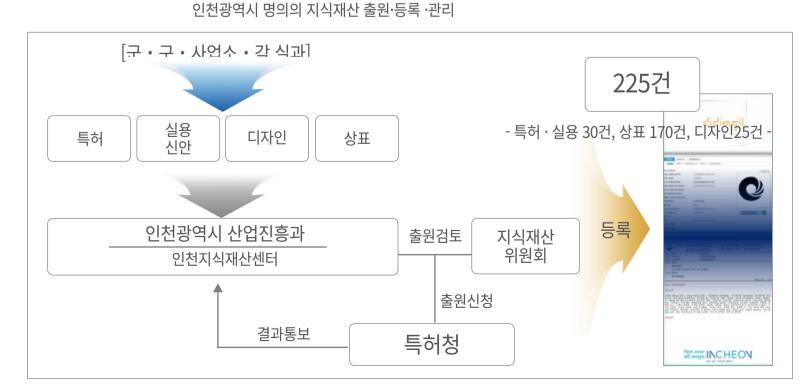
[유연한 디자인경영 추진을 위한] 디자인 정보활용 시스템

[매년 디자인수요조사 실시]



[인천광역시 디자인권리 보호를 위한] 시유지식재산 등록사업 운영

인천광역시 지식재산의 진흥에 관한 조례 제 6장에 의거





국무총리표창

KOREA DESIGN AWARD 19th 대한민국디자인대상

지방자치단체부문

전라남도





국무총리표창

차 례

C E O 메 시 지

전 라 남 도 소 개

디자인 비전과 추진 전략

디 자 인 경 영 활 동

지방자치단체부문

전라남도

CEO 메시지 | 전라남도

자연, 문화, 사람이 조화로운 디자인 전남

전라남도가 '제19회 대한민국 디자인 대상'에서 국무총리상을 받았습니다. 무척 기쁘고 자랑스럽습니다.

인류는 살아오면서 오랜 기간 자연과 함께 해왔습니다. 그러나 기술 혁명을 통해 자연을 이용하면서 현대문명을 이뤄냈습니다. 자연에 해가 되는 일도 많이 해왔습니다. 자연은 그때마다 상처받고, 아파했 으며 자연의 인내심은 한계에 이른 듯합니다. 이제는 인류의 생존을 위해서라도 자연을 지키고 되살려야 합니다.

전라남도는 자연을 지키기 위해 다양한 친환경 정책을 펼치고 있습니다. 친환경농업으로 안전한 먹거리를 공급하고 있습니다. 숲은 울창하게, 섬은 매력적으로 가꾸고 있습니다. 신재생에너지, 전기자동차 등 자연과 공존하는 산업기반을 만들어가고 있습니다. 친환경디자인 산업도 그중 하나입니다.

전라남도는 친환경디자인 산업을 통해 사람들이 생활 속에서 자연의 소중함을 느끼고, 삶을 친환경적으로 바꾸길 기대합니다. 이를 위해 전라남도는 2008년 전국 최초로 도청에 디자인 조직을 만들어 '자연, 문화, 사람이 조화로운 디자인 전남'을 만드는 데 힘쓰고 있습니다. 2016년에는 대한민국 최초로 '세계친환경디자인박람회'를 열어 친환경 산업 전반에 새로운 영감을 주었습니다.

이번 상은 전라남도가 해온 일에 대한 격려이자, 더 열심히 해달라는 당부라고 생각합니다. 전라남도는 앞으로 친환경디자인 산업이 더욱 착실히 뿌리내리도록 힘쓰겠습니다.

감사합니다.



전라남도 권한대행 행정부지사 이 재 영

지방자치단체 소개 | 전라남도

■ 전라남도

위 치:한반도 남서부

인 구:190만명(전국4.0%)

면 적: 12,318.79km(전국의 12.3%)

행정구역: 22시군(5시 17군)

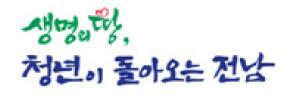






지방자치단체 소개 | 전라남도

■ 도정목표 및 브랜드 시책















활기있는 지역경제 온정있는 도민복지 소득높은 농축어업 소통하는 창의도정 매력있는 문화관광









디자인비전과 추진전략 | 전라남도

■ 디자인 비전과 추진전략

비 전: 자연, 문화, 사람이 조화로운 남도 愛(사랑) 친환경 디자인

추진전략: '친환경디자인', '남도문화디자인', '소통/배려/안전디자인'

- 지속가능한 친환경디자인 확산정책 마련, 친환경디자인 산업육성 진흥
- 지역고유 자원발굴 및 사업화, 차별화된 남도문화브랜드 활성화 추진
- 도민과 함께하는 참여디자인 여건 마련, 안전하고 예측가능한 안심환경 조성

자연, 문화, 사람이 조화로운 **친환경 디자인**



- · 지속가능한 친환경디자인확산정책마련
- 자연과 공존하는 미래공간 조성
- 친환경디자인 산업육성 진흥



- 지역고유자원발굴 및 사업화 방안 구축
- · 남도정취가 살아있는 공공디자인선도모델개발
- 차별화된 남도 문화브랜드 활성화 추진



- 도민과 함께하는 참여디자인 여건 마련
- 모두를위한 우니버셜 디자인 실천
- 안전하고 예측 가능한 안심환경 조성

디자인비전과 추진전략 | 전라남도

■ 디자인 경영 단계별 계획

도입기 (기반구축 및 기본 방향수립): 2008 ~ 2012

전라남도 공공디자인 기본계획 및 가이드라인을 통한 기준과 원칙 공유. 전라남도의 통합적 정책을 중심으로 22개 시·군의 정책참여와 균형발전을 위한 기본방향 수립.

성장기 (기반구축 및 기본 방향수립): 2013 ~ 2015

전라남도의 22개 시·군의 공공디자인 정책 참여유도와 효율적 경관디자인 개선을 위한 가이드라인 제시. 공공디자인조례 제정과 정책 방향을 이끌기 위한 종합계획 수립.

정착기 (시군 지원정책 확대): 2016 ~ 2019

전라남도의 선도적 모범사업을 추진하고 우선 지원사업에 대한 명확한 정책·자금지원을 통해 시군의 적극적 참여유도, 아울러 디자인마인드 개선을 위한 각종 행사, 전시 및 교육사업 진행.

확장기 (도시브랜딩 및 디자인산업 고도화): 2020 ~ 2022

22개 시군의 자체적 경쟁력과 정체성을 기반한 도시브랜딩 및 디자인산업 고도화. 아울러 친환경 디자인산업의 활성화와 문화관광 과 연계된 융합형 디자인산업 확장.



디자인경영활동 | 전라남도

■ 2016 세계친환경디자인박람회 성공개최

기 간: 2016. 5. 5.(목)~ 5. 29.(일), 25일간

장 소:전라남도 나주시 일원

주 제:세상을 바꿀 새로운 삶의 모색(More than Life)

사 업 비: 97억원 / 규모: 343,692㎡(약 10만 4천여 평)

주최/주관: 산업통상자원부·전라남도/ (재)전라남도세계친환경 디자인박람회조직위원회

주요결과: 관람객 93만명(목표 88만명 대비 106%), 참가국 21개국, 직접수입 21억원

친환경디자인에 대한 인식 공감, 미래 트렌드로서 중요성과 가치 발견 친환경디자인 산업의 국제적인 지위 선점 및 지속 가능한 남도 친환경 이미지 전략화 기반 마련

※국제산업디자인단체협의회(ICSID) 인증 국제행사

"친환경 정책 실현을 위한 디자인 박람회 성공개최"

· 주제: 세상을 바꿀 새로운 삶의 모색()

· 기간: 2016.5.5.(목)~5.29.(일).25일간

• 장소: 전라남도 나주시 일원

·규모: 343,692M²(약 10만명 4천여 평)

• 사업비: 97억원(국비27,도비 70)

• 행사내용: 친환경디자인전시, 학술회의, 이벤트, 체험, 판매 등

• 주최/주관: 산업부 • 전라남도/(재)전라남도세계친환경디자인박람회조직위

· 참가규모: 93만명(내국인88.3, 국외4.7)

· 주요결과 : 관람객93만명 (목표88만명 대비 106%), 참가국21개국,

직접수입21억원

국제산업디자인단체협의회(ICSID) 인증 국제행사로 세계적 석학 참여

디자인경영활동 | 전라남도

■ 2016 세계친환경디자인박람회 성공개최

친환경디자인 산업의 국제적인 지위 선점 및 지속 가능한 친환경 이미지 전략화 기반 마련



디자인경영활동 | 전라남도

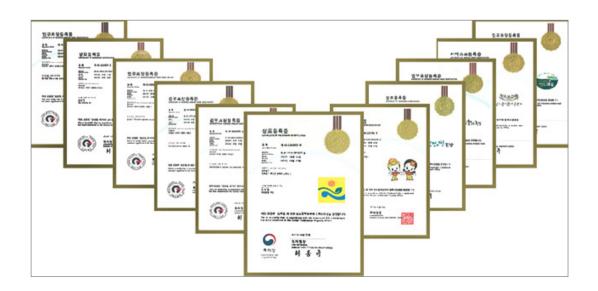
■ 수상실적

2014 공공디자인학회 공로상 2012 ~2016 옥외광고 업무추진 우수기관(3년연속) GD, 국제공공디자인대상, 대한민국 공공디자인대상, PIN-UP 등 다수



■ 상표·디자인 권리확보

총 83건 : 상표 42건, 업무표장 17건, 디자인 3건, 저작권 21건





KOREA DESIGN AWARD 19th 대한민국디자인대상

지방자치단체부문

춘천시





차 례

C E O 메 시 지

춘 천 시 소 개

디 자 인 경 영 전 략

디 자 인 경 영 활 동

지방자치단체부문

춘천시

CEO 메시지 | 춘천시

호수, 낭만, 예술의 도시 춘천

춘천은 고대 맥국(貊國)의 도읍으로 풍부한 역사, 문화 자원을 갖고 있으며 특히 산과 강, 호수가 둘러싼 아름다운 자연경관으로 인해 낭만, 호반의 도시로 널리 알려져 있습니다. 세계 3대 축제인 춘천 마임축제를 비롯, 춘천인형극제, 춘천 연극제, 국내를 대표하는 향토음식 축제인 춘천 닭갈비 막국수축제, 국제 레저 대회, 로맨틱춘천페스티벌 등 다양한 축제가 연중 개최되고 있는 축제의 도시 이기도 합니다. 2000년대 초 드라마 '겨울연가'로 시작된 '한류관광'의 원조 도시이면서 근래 들어서는 소양강 스카이워크, 토이로봇관, 어린이글램핑장, 꿈자람물정원, 김유정문학마을 등 새로운 체험관광시설 개장으로 어린이 동반 가족체류 명소로 각광받고 있습니다.

디자인으로 꾸미는 행복도시

춘천시는 중소도시로서는 선도적으로 공공디자인 전담팀을 신설하여 경관 개선과 도시마케팅을 적극 추진하고 있습니다. 춘천시의 디자인 정책은 시민과의소통, 쾌적하고 편리한 도시환경, 자연환경과의 조화, 도시이미지 제고에 초점을 맞추고 있습니다. 한편으로는 사람과 삶, 도시 공간 구성, 거리 풍경 자체가 상품이 되어 도시경쟁력을 강화한다는 인식에 따라 지역 특성을 구조화한 디자인을 개발하는데 힘쓰고 있습니다. 특히 이번 제19회 대한민국 디자인대상 산업통상자원부장관 표창 수상은 춘천시의 디자인 역량과 도시 이미지를 높이는 계기가되었습니다.

디자인으로 그리는 미래춘천

춘천시의 미래 비전은 국제관광도시, 보육선도도시, 첨단산업도시입니다. 현재 춘천의 상징인 의암호를 국제적인 명소로 조성하는 사업이 진행 중이며, 국가 현안인 저출산 문제 극복을 위해 임신에서 출산,보육,교육,취업에 이르는 생애주기별 전과정을 지자체가 책임지고 지원하는 보육 선도 도시를 만들어가고자합니다. 또한 깨끗한 자연환경을 지키면서 풍요로운 경제기반을 갖추는 해법으로 바이오, 스마트 토이, 빅데이터, 신재생 에너지 분야 등을 역점 산업으로육성하고 있습니다. 그동안 축적된 디자인 역량과 경험, 협업 시스템을 통해사람과 자연,관광,보육,산업을 '로맨틱 춘천'이라는 브랜드로 융합, '살기좋고살고싶은 행복도시 춘천'의 이미지를 높여 나가겠습니다.

감사합니다.



춘천시장 최 동 용

지방자치단체소개 | 춘천시

1. 춘천시 연혁

신라 제27대 선덕여왕 6년(637) 군주를 두고 우수주라 불리웠고 태종 3년 1403년 현재의 이름인 춘천이 되었고 1949년 춘천시로 개편, 1995년 법률 제 4774호에 의해 춘천시와 춘성군이 통합되어 현재의 춘천시가 형성됨.

2. 춘천시 현황

면적: 1,116.83k㎡ (서울의 1.8배, 강원도 면적의 6.6%) 인구: 총 283,306명 (남 139,357명, 여 143,949명)

행정구역:1읍 9면 15동

3. 춘천시 비전

살기좋고 살고싶은 행복도시 춘천

4. 주요 문화 행사 및 시설

춘천문화예술회관, 국립 춘천박물관, 춘천 시립도서관, 애니메이션박물관, 김유정문학촌, 소양강 스카이워크,몸짓극장, 강원정보문화진흥원, 춘천시 문화재단, 송암스포츠타운, 꿈자람물정원 등

닭갈비·막국수 축제, 춘천마임축제, 춘천인형극제, 춘천연극제 등





디자인 경영전략 | 춘천시

1. 디자인 경영연혁

도농형 복합도시의 대규모 도심기반건설에 따른 조경중심의 디자인

- ◇ 2007 건설도시국 도시경관과 출범
- ◇ 2008 건설도시국 경관과 개편 및 디자인팀 신설
- ◇ 2009 ~ 2012 전임 나급/라급 전문직공무원 채용 (건설지원중심 조경형 디자인조직 구축)

글로벌 관광·문화예술 특화도시에 따른 본격적인 공공디자인 체제 돌입

- ◇ 2013 전임 나급 전문직공무원 재채용(포괄적 지원 디자인 전문조직 구축)
- ◇ 2015 강원디자인센터 춘천 유치 확정 (2018 완공예정)
- ◇ 2017 현재 전문직 2명, 디자인직 2명 총 4명(건설국 경관과 디자인팀)
- ◇ 2018 강원권역 디자인 허브도시 시대 도래





9 t h 1 K 0 R Ε A D Ε S G Ν Α W Α R D

디자인 경영전략 | 춘천시

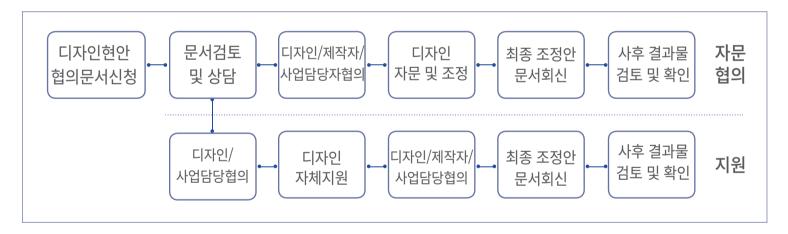
2. 공공디자인 관련 조례 제정 및 운영, 관리

경관조례 옥외광고물등 경관조례 관리조례

공공디자인 진흥조례 범죄예방환경 디자인조례

건축조례

- 현재 공공디자인 진흥조례 제정과 함께 기존 공공디자인 항목을 다루던 관련조례와의 중복으로 인한 불필요한 제재를 방지하기위해 기존 조례의 유사항목 정비 및 관계성 검토 후 10월 발의 예정임.
- 3. 다양한 시정현안 디자인 자문·지원 시스템 구축

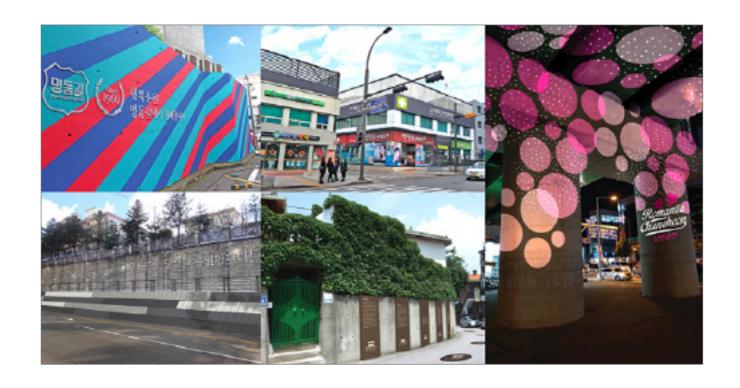


◇ 디자인 자문, 지원시 일방적 디자인 업무처리가 아닌 부서간의 효율적 의견조율을 원칙으로함.



디자인 경영활동 | 춘천시

- 1. 지역 공공디자인 수준향상을 위한 다양한 시책사업
- ◇ 생활밀접형 환경개선사업



◇ 특수목적형 특화거리 조성사업



디자인 경영활동 | 춘천시

- 1. 지역 공공디자인 수준향상을 위한 다양한 시책사업
- ◇ 시정 홍보를 위한 공공시각매체 개발사업



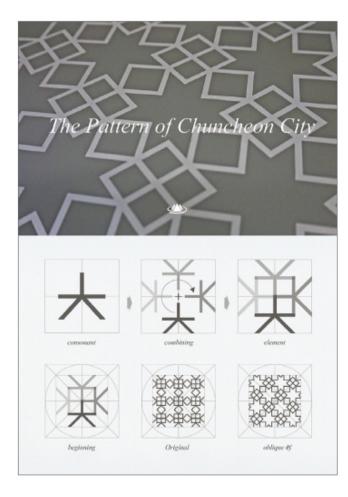
춘천농특산물제품관 이미지 포스터



디자인 경영활동 | 춘천시

2. 주요 시정현안 디자인 개발사업

◇ 도시상징물 디자인 개발사업



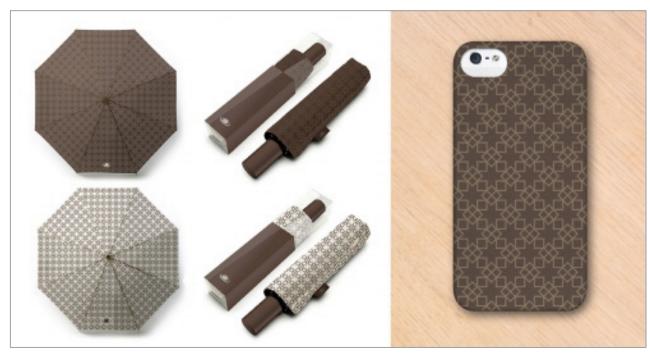




디자인 경영활동 | 춘천시

◇ 춘천시 의전 및 기념상품 디자인 개발사업





지방자치단체부문 | 산업통상자원부장관표창

1 9 t h
K O R E A
D E S I G N
A W A R D

디자인 경영활동 | 춘천시

◇ 로컬 아이덴티티(Local Identity) 창출을 위한 브랜딩 사업



◇ 지역특화상품 디자인개발사업



디자인 경영활동 | 춘천시

- 3. 공공디자인 의식함양을 위한 교육 및 연구
- ◇ 디자인 의식함양을 위한 공공디자인 교육 및 연구, 자료배포





1 9 t h Ε K 0 R Α D E S I G N W R D Α Α

디자인 경영활동 | 춘천시

4. 디자인경쟁력 확보를 위한 대외 홍보 및 교류, 공모사업

◇ 춘천시 공모사업 현황

2007	아름다운 간판꾸미기 종합평가분야 우수상 (강원도)
2008	디자인강원 프로젝트 경관형성분야 우수,
	녹지조성분야 장려상 (강원도)
2009	디자인강원 프로젝트 총괄분야 최우수상 등 (강원도)
2010	디자인강원 프로젝트 경관형성분야 최우수상 (강원도)
2010	대한민국 조경대상 특별상 (한국조경학회)
2010	지자체 녹색도시(Green City) 우수사례 평가 최우수상 (산림청)
2011	디자인강원 프로젝트 우수상 (강원도)
2012	디자인강원 프로젝트 종합분야 우수상 (강원도)
2013	대한민국 경관대상 최우수상 (자연경관부문 / 국토교통부)
2013	강원도 아름다운 간판 공모전 최우수상 (기관부문 / 강원도)
2013	디자인강원 프로젝트 종합분야 최우수상 (강원도)
2014	강원도 공공디자인 공모사업 단일선정 (강원도)
2014	강원도 아름다운 간판 공모전 최우수상 (기관부문 / 강원도)
2014	대한민국 경관대상 우수상 (공공디자인부문 / 국토교통부)
2014	코리아 디자인 어워드 선정 (아이덴티티부문 / 디자인하우스)
2015	굿디자인어워드 선정 (공공시설물 부문 / 산업통상자원부, KIDP)
	호주 굿디자인 어워드 교류인증 (공공디자인 / 호주표준청, AIDA)
2016	강원도 아름다운 간판 공모전 최우수상 및 우수상(기관부문 / 강원도)



디자인 경영활동 | 춘천시

◇ 춘천시 전시사업 현황

- · 2014 ~ 2016 디자인코리아 우수상품관 전시 (산업통상자원부 / KIDP)
- · 2015 ~ 2017 대한민국 디자인전람회 추천디자이너관 전시 (산업통상자원부 / KIDP)

◇ 춘천시 대외홍보물 현황

- · 2013 안전디자인으로 대한민국 바꾸기 _ 춘천, 모두를 위한 안전공간 만들기 프로젝트 (한국도시설계학회 안전디자인연구회 / 미세움)
- · 2014 코리아디자인어워드 아이덴티티부문 게재 (디자인하우스)
- · 2015 디자인 스페셜리스트 아이덴티티부문 게재 (디자인하우스)
- · 2016 공공디자인 직무교육과정 교재 도시브랜드 사례 선정 (문화체육관광부 / KCDF)
- · 2016 파이넨셜뉴스 6월 5일자 공공디자인 이슈 게재 (파이넨셜 뉴스)
- ㆍ기타 강원지역 신문 및 뉴스 등 다양한 매체에 다수 게재

◇ 춘천시 디자인재산권 현황

- · 지적재산권 등록현황 총 39건 (2017.3 기준) 디자인권 23종 / 업무표장 8종 / 상표권 5종 / 서비스표 3종
- · 지적재산권 등록현황 총 26건 (2017.8 기준) 예산 절감을 위한 일정기간 활용도 평가에 따른 출원물 정비 (13건)





KOREA DESIGN AWARD 19th 대한민국디자인대상

디자인공로부문

홍조근정훈장

철탑산업훈장

산 업 포 장

대통령표창

국무총리표창

산업통상자원부장관표창





KOREA DESIGN AWARD 19th 대한민국디자인대상

디자인공로부문

홍조근정훈장-하용훈

철탑산업훈장-신승원

산업포장-유영규,안장원,김선경

대통령표창-김광,정훈동,김종욱

국무총리표창-최소현,김태호,양석균

산업통상자원부장관표창-김승언

김우찬,노황우,문소이

김 민,강태호,이광식

홍조근정훈장



상지대학교 교수 하 용 훈

2000-현재	상지대학교 예술체육대학장 역임, 시각영상디자인학과 교수
1997-현재	대한민국디자인전 추천디자이너 역임, 초대디자이너(시각)
2017	대한민국디자인대상 디자인공로 홍조근정훈장 수훈
2014-2017	국제디자인공모전 지도교수상 7회
2014	샌프란시스코 국제초대전 최우수작품상-(사)한국기초조형학회
2005-2014	상지대학교 교수연구업적표창 6회
2011	브랜드아이덴티티 최우수상-한국상품문화디자인학회
2009	산업발전 및 디자인혁신 표창-(재)원주의료기기테크노밸리
2009	모범시민 표창-원주시 / 비닥 디자인상
1992-1997	대한민국산업디자인전 통상산업부장관상, 한국디자인진흥원장상
	대한상공회의소회장상, 특선, 입선2회
1985-1986	조선일보광고대상 교통부장관상, 문화공보부장관상
1994	산업디자인포장기술 개발지도 감사장-한국산업디자인진흥원
2001-2005	한양대학교 문화인류학 박사수료
1990-1992	한양대학교 산업디자인학과 이학석사
1986-1987	서울산업대학교 시각디자인학과 미술학사
1978-1999	(주)신세계백화점 판촉부 디자인실에서 실무시작

개인전 8회, 순회전 2회, 아트페어 1회, 단체전 360여회

철탑산업훈장

1987-현재



아트마이닝㈜ 부사장 신승원

2017	대한민국디자인대상 디자인공로부문 철탑산업훈장 수상
2017	아트마이닝주식회사 사업총괄, 부사장(Division Head) Art Mining,
	Design Promotion, Artist Platform & Art Fund etc.,
2017	(주)디자인하우스 디자인본부장/월간디자인/디자인북/디자인페스티벌/
	디자인스팟/리빙디자인페어/디자인유통/디자인연구소
2015	부산디자인페스티벌/리빙디자인페어 1회 개최
2012	대한민국디자인대상 지식경제부장관상 수상,
2012	디자인경영:서울디자인페스티벌,전주문화재단 이사
2010	홍대국제디자인대학원 IDAS 뉴비전12기
2009	카우퍼레이드코리아 Cow Parade Korea2009 개최
2007	(사)한국가구학회 공로상 -디자인프로모션
2007	IFI 2007 세계실내디자인대회 전시,포럼,국제디자인워크숍 주관대행
2004	디자인코리아 베이징 운영 대행
2002	서울디자인페스티벌 1회/서울리빙디자인페어 9회 개최
1989	일경물산 Store Development Team Manager
	Polo/Guess/TowerRecords/BurgerKing/DKNY etc,.
1987	한목디자인 디자인팀 Commercial Space& Furniture
1987	이화여자대학교 조형예술대학 공간디자인 졸업

cloudandco 대표 크리에이티브디렉터 유 영 규

산업포장

2017	대한민국디자인대상 디자인공로 산업포장 수상					
2017	(현재)cloudandco 대표/ 크리에이티브 디렉터					
2012	Microsoft HoloLens & New Devices 크리에이티브 디렉터					
	"마이크로소프사의 미래 디자인을 이끌 4명의디자이너중 한명" 소개					
2008	연세대학교 생활디자인학과 겸임교수					
2007	아이리버 디자인 총괄임원					
2006	LG전자 책임디자이너					
2004	Nike, Beverton Sr, Designer					
1997	삼성전자 무선사업부 디자이너					
1997	제주대 산업디자인 졸업					
1996	삼성디자인맴버쉽 4기					
전시	일본 Agitation전 AXICS갤러리, 동경, JAPAN CREATIVE,					
	Simple Vison 밀라노, 일본 무인양품 Enjoy()Energy전,					
	미국 Less than nothing 개인전 머트리얼 커넥션, 뉴욕					
	미국 Beauty – Cooper Hewitt Design Triennial 전시, 뉴욕					
수상	Red Dot Awards - Best of the Best - HoloLens					
	IDEA Awards - Gold -Cannes Lions - Gold					
	D&AD - Black, Yellow -IF Design Award - Gold					

산업포장



(주)이음파트너스 대표이사 안 장 원

2017	대한민국디자인대상 디자인공로부문 산업포장 수상
2017	(주)이음파트너스 대표이사
2017	미국환경경험디자인협회(SEGD)서울 대표회장
2017	잇어워드 추진위원장
2015, 2017	미국환경경험디자인협회(SEGD) Merit Award 수상
2015, 2016	잇어워드 대상수상 (산업자원부 장관상)
2013-2017	한국디자인기업협회 부회장(공공디자인분과장)
	상명대,성신여대,세종대 강의 및 겸임교수
	이가솜씨,씨디알(CDR), 제일기획 근무
	서강대학교 MBA, 서울대학교 ACP



(주)이일이컴퍼니 대표이사 김 선 경

산업포장

2017 대한민국디자인대상 디자인공로부문 산업포장 수상

2004-현재 (주)이일이컴퍼니 대표이사

2014-2016 한국디자인기업협회(KODFA) 부회장

1993-2004 (주)이일이디자인 이사

대통령표창



디자인엑스투 대표이사 김 광

대통령표창

2017 대한민국디자인대상 디자인공로 대통령표창 수상

(현재)디자인엑스투 대표이사

적극적인 기술개발 투자에 따른 지속성 및 기업경쟁력 제고 디자인 기업 최초 베트남 법인 설립을 통한 국내외 경쟁력 강화

준한 구인활동을 통한 일자리(고용)창출 및 근로자 역량제고

대학교와 산학협력 체결을 통한 새로운 성장동력 창출 및 사회공헌 참여

2016, 2017 K-DESIGN WINNER 수상

2016 상중소기업청상 벤처기업인상 표창장 수상

2016 우수디자인 기업인상 부산광역시

2015,2016 부산디자인센터 관광기념품 공모전 금상, 동상 수상

2011,2013 한국디자인진흥원 GD 우수디자인 상품선정

2014 한국디자인진흥원 GD 우수디자인 상품선정

단국대학교 예술디자인대학 부교수 정 훈 동

대통령표창

2017 대한민국디자인대상 디자인공로부문 대통령표창 수상

(현재)단국대학교 예술디자인대학 커뮤니케이션디자인과 부교수 독일 연방디자인상 5회 노미네이션, 미국 굿디자인상 4회 수상

레드닷 디자인상 3회 수상

IF 디자인상 2회 수상

그라피스 애뉴얼 대상 5회 수상, 그라피스 애뉴얼 금상 10회 수상 크리에이티비티 어워드 최고대상, 금상 2회, 은상 2회 수상

HOW 디자인 어워드 최고상, HOW 디자인 어워드 메리트상 2회 수상

International Design Awards 금상, 은상 수상

Creative Quarterly 우수상 6회 수상

국제 비엔날레, 트리엔날레 작품 다수선정, 국제 소장기관 작품 다수소장 대한민국 미술대전 초대작가, Tolerance Poster Show 초대작가 상품문화디자인학회 부회장, 커뮤니케이션디자인협회 이사 경기디자인협회 이사, Union of Designers 이사 단국대학교 대학원 박사, 미국 Academy of Art University 석사 단국대학교(천안) 학사

대통령표창

1986-2001



한국방송공사 보도그래픽부장 김종욱

2017 대한민국디자인대상 디자인공로부문 대통령표창 수상 현(現) 한국방송공사 보도본부 보도그래픽부 부장 2017 평창동계올림픽 · IOC 국제예술포스터 당선 방송진흥 90주년 방송통신위원장표창 2017 2015 건국대학교 대학원 디자인조형학과 예술학 박사 2012-2013 KBS방송그래픽협회장 역임 2012-2013 한국방송그래픽연합회장 역임 2005 동국대학교 영상정보통신대학원 영화영상 제작학 박사 2004 대한민국색채디자인 대상 아이덴티티 가이드북, 문자 레퍼런스북 외 5편 발행 1999-2017 클리오· 런던 광고 · 뉴욕페스티벌 카탈로그 Silver Prize 1995 1995 매일경제 · 중앙일보 · 세계일보 · 국민일보 신문부문 - 대상 한국일보 · 대한민국광고대상 · 경향일보 신문부문 - 최우수상 1995 1992-1996 제일기획(손기정, 에디슨, 대처, 루즈벨트 등) 다수 광고 제작

홍익대학교 · 동대학원 광고디자인학과 졸업

(주)퍼셉션 대표이사 최소현

티오알앤디랩스 대표 김 태 호

국무총리표창

2017	대한민국디자인대상 디자인공로부문 국무총리표창 수상
------	-----------------------------

2002.9-현재 (주)퍼	셉선	내壯
----------------	----	----

2016.1-현재	sadi 커뮤니케이션디자인과 출강
2007.8-2014.12	건국대학교 산업디자인과 출강
2010.9-2011.8	서울여자대학교 겸임교수
2012.4-2012.7	청와대 대통령실 PI 자문위원

2012.4-2012.7	성와내 내통령실 PI 사문위원
1999.7-2002.8	프리챌 디자인 사업 본부장
1998.2-2000.2	(주)삼성전자 디자인 멤버쉽

2017.2015	사업내 자격검정	운영기업,두뇌	역량우수기업

2016 it-award/winner

2015	it-award/winner.	Visual	Communication	design.	packaging design
	ic arrai a, rriiiici,	110000		~~~,	packagning accign

2014	red dot award 2014/winner, packaging design
2013	서울시 서비스디자인 콘테스트 최우수상/지하철 공유서가

2012 Pentaward/baby skincare-gold winner

HBA IPDA international package design award/Skincare mass-winner 2011,2012

저서 '주민센터 시각정보 디자인 가이드라인 연구' 서울디자인재단 2015 2014 저서 '문화예술분야 홍보매체의 제작과 활용' 예술경영지원센터

2013 저서'액티브시니어 공예품의 디자인상품화 지원방안 연구' 서울디자인재단

대한민국디자인대상 디자인공로부문 국무총리표창 수상

국무총리표창

2017

2006-현재	티오알앤디랩스 대표 (rick@tornd.com)
2013-현재	한국산업디자인협회 정회원 및 논문심사, Enhancers 한국지사 운영
2013-현재	중소기업기술심사 – 중소기업평가관리원
2016	인제대학교 U-Healthcare Design 박사수료
2016	인제대학교 제품디자인학과 겸임교수
2015	디자인기술혁신대상부분 백상 – 산업통산자원부 장관
2015	iF, REDDOT 국제디자인어워드 수상
2014	조 시 기어 이 시 기 스 파 차

	,				
2014	중소기업유	으수기술표창 -	- 부산울	산지방중소	기언청장

2013	우수디자인상품 선정	d, 굿디자인(GD)수상
------	------------	---------------

2012 한국해양레저네크워크 기획위원

2010 장애기업우수경영표창 – 지식경제부 장관상, 공로상 – 한국해양레저네트워크

2011 경남대학교, 연암공업대학 산업디자인학과 겸임

2005 SCORPION USA 디자인개발, HARLEY-DAVIDSON 디자인선정

2003 COFAN-USA 디자인설계

AIO Design Training Center 아트디렉터, Academy of Art University MFA 2002

2001 Graphic-Blade 인텁쉽

쌍용자동차(주) 디자인실 수석연구원 양 석 균

국무총리표창

2017	대한민국디자인대상 디자인공로부문 국무총리표창 수상
	(현재)쌍용자동차 디자인실 수석연구원
2017	인간공학디자인상 G4 엑스턴 (대한인간공학회)
2015	굿디자인상 티볼리 (산업통산자원부)
2015	인간공학디자인상 티볼리 (대한인간공학회)
2004	굿디자인상 뉴체어맨 (산업통산자원부)
2004	굿디자인상 로디우스 (산업통산자원부)
1993	쌍용자동차 디자인실 입사
1993	경기대학교 산업디자인 졸업

산업통상자원부장관표창

서울대학교 디자인학부 졸업



네이버㈜ 디자인센터 센터장 /이사 김 승 언

2017	대한민국디자인대상 디자인공로부문 산업통상자원부장관표창 수상
2014-현재	네이버(주) 디자인센터(설계) 센터장/이사
2013-2014	NHN.Entertainment 디자인&마케팅 총괄
2008-2012	네이버(주) 디자인센터 실장
2006-2007	실리콘밸리 NHN 미국 지사
2003	NHN 입사

경기도 도시주택실 주무관 김 우 찬

2017	대한민국디자인대상 디자인공로부문 산업통상자원부장관표창 수상

(현재) 경기도 도시주택실 건축디자인과 주무관 재직

2016 도정홍보유공 경기도지사표창

2013 소방산업 디자인 경쟁력 강화 기여부문 소방방재청장표창

2009 자랑스런공무원 부문 경기도지사상

2014-현재 사회적 약자(어린이, 임산부, 노인, 장애인 등) 모두의 편의와 안전을

위한 유니버설디자인 시범사업 추진

2013 경기도 유니버설디자인 기본조례 제정

2011 경기도 유니버설디자인 가이드라인 수립

2009 경기도 공공디자인 조례 및 시행규칙 제정

2009-현재 각종 디자인 가이드라인 및 표준디자인 개발

◇ 가이드라인: 공공디자인, 유니버설디자인, 소방건축물 표준설계,

공공정보 표기체계, 방음벽 디자인 등

◇ 표준디자인: 자전거 주차장, 택시 승강장, 보급형 가로시설물,

자전거 사인 디자인, 소방차전용 주차구역 노면표 등

두원공과대학교 겸임조교수, 을지대학교, 인하공업전문대학, 한국폴리텍대학

시간강사, 씨앤티 디자인전문회사 운영 주) 나래산업디자인 근무

주)아모레퍼시픽 개발실 디자이너 근무, 한양대학교 대학원 디자인석사

산업통상자원부장관표창

2017 대한민국디자인대상 디자인공로부문 산업통상자원부장관표창 수상

현재 한밭대학교 시각디자인학과 교수

대전디자인발전교수협회 회장

후진학거점대학(디자인계열)육성사업단 단장 역임

평생학습중심대학(디자인계열)육성사업단 단장 역임

지방대학특성화사업(CK-1)Design+Firstmover사업단 단장

디자인미래비전센터 방재디자인연구소 소장

한국콘텐츠학회 우수논문학술상, 학술상

개교90주년 대한민국을 이끈 동문상

한밭대학교 시각디자인학과 학사 및 석사



한밭대학교 교수 노황우

SO-I.MOON 대표 Ph. D 문 소 이

2017 대한민국디자인대상 디자인공로부문 산업통산자원부 장관표창 수상

공학박사, SO-I.MOON 대표

(사)한국귀금속보석디자인협회 부회장

동신대학교, 한국열린사이버대학교 외래교수

동신대학교 겸임교수 역임(2012-2015)

2016 서울시장 표창장 수상

2016 우수디자인(GD)상품 선정, Gold Award (한국디자인진흥원장상) 수상

2016 제16회 국제주얼리디자인공모전, 운영위원장, KJDA 2015 대한민국교육대상, (사)한국귀금속보석단체장협의회

2008-2010 동신대학교 보석공학과 박사 졸업

2003-2005 영국왕립미술대학(Royal College of Art) 미술학 석사, 영국(런던)

2000-2002동신대학교 보석공학과 석사1996-2000동신대학교 보석공학과 학사

저서 주얼리디스플레이, 백일 출판사(2009년)

국가직무능력표준(NCS)보석디자인 학습모듈 집필(2015년)

산업통상자원부장관표창



국민대학교 테크노디자인 전문대학원 교수 김 민

2017 대한민국디자인대상 디자인공로부문 산업통상자원부장관표창 수상 2013 제25회 아산상, 재능나눔부문 수상 / 아산사회복지재단

2013제25회 아산상, 재능나눔부문 수상 / 아산사회복지재단2012'2012사회적기업육성 유공포상' 고용노동부장관 표창2009.9-현재사회적기업/청년벤처 디자인지원 프로젝트 (총115개사)

2003-2007 국가청렴위원회 자문위원

1990-1994 (주)CDR대표이사 및 PAOS Seoul대표 1996-1999 (주)JAM Design 공동대표 (Boston)

1999-2008 산학프로젝트 / MESA Identity Design System, 서울문고CI, BLB Identity

Design System, 국민대학교 Identity Design System, 법무부 교정행정 및 홍보용 캐릭터개발, 서울 국제디지털 미디어 아트 비엔날레 디자인개발, 프랜 차이저 라면전문점 BI, 한국가구 Identity Design System, 'LIFERTYLE'BI, 호텔 '벨루가' Identity Design System, 한국마사회로고,한국공인회계사회로고, 아리랑TV로고, 샘표식품(주)로고, 한국세포주은행로고, 최경주장학재단

로고, 서울시 전용서체디자인

1984-2013 서체디자인 / 신영복, 윤동주, 천상병 육필서체 복원 디지털폰트디자인, CJ그룹,

아리랑방송, GS칼텍스, 국민대학교, 한국스카우트연맹, 데이콤, 대우증권, 삼미 그룹,삼도그룹, 삼성중공업, 이건산업, 한국장기신용은행, 동남증권, 강원은행, 충북은행, 전북은행, 한일은행 등 전용서체, 싸이월드와 애니콜 글꼴상품디자인.

부산디자인센터 팀장 강태호

2017 대한민국디자인대상 디자인공로부문 산업통상자원부장관표창 수상

(현재)부산디자인센터 산업진흥팀장

2015 부산광역시장 표창 (전략선도기업지원)

2008 부산광역시장 표창 (중소기업지원)

1985-2001 (주)대우자동차

산업통상자원부장관표창

72

한국산업인력공단 기술자격출제실 연구원 이 광 식

2017	대한민국디자인대상 디자인공로부문 산업통상자원부장관표창 수상
	(현재) 한국산업인력공단 기술자격출제실 근무
2015-2017	NCS기반 국가기술자격 실기시험 평가방법개발
	(시각 • 제품디자인분야, 웹디자인분야, 보석디자인분야 개발)
2015-2016	"NCS기반 국가기술자격 시각디자인분야 실기시험 평가 방법
	개선에 관한 연구"논문 등재 ((사)한국일러스트레이션학회)
2015-2016	상품문화디자인국제공모전 시각디자인부분 특선
2017	38회 근로자문화예술제 미술분야 디자인부분 장려상
2015	36회 근로자문화예술제 미술분야 디자인부분 입선
2012	부산산업디자인전람회 특선
2008	나누리병원 공모전 장려상 수상 외 다수
	부경대학교 산업디자인전공 박사과정

동아대학교 디자인 • 공예전공 교육학석사



2017 제19회 대한민국디자인대상

-발행일 2018.3.

-발행인 최철우

-발행처 한국디자인진흥원 13496

경기도 성남시 분당구 양현로 322 코리아디자인센터

Tel. 031-780-2163 Email. kda@kidp.or.kr

-총괄책임 김윤집

-실무책임 채윤병

-담당 손장민

-앱제작 (주)클비시스템

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