



절제의 미학 ‘스꾸’

샬러드 볼, 박석우 작



(왼쪽) 커피 컵, 박석우 작, '별'을 모티프로 디자인, 석고 캐스팅을 통해 형태를 만든 후, 표면에 지름 2mm 미만의 구멍을 뚫고 투명한 유약을 발라 1,400도에서 구워내면, 투명한 유약으로 매워진 구멍을 통해 빛이 투과되면서 마치 밤하늘의 별이 떠 있는 것과 같은 효과를 준다. (가운데) 커피 컵, 하워드 스미스 작, '얼굴'을 모티프로 한 디자인, 두 사람이 마주보고 있는 모습이나 얼굴 등을 단순화하여 컵의 형태에 적용시킨 하워드의 커피잔은 형태가 독특하고 장식성이 뛰어나 선물용으로도 적합할 듯.

지난 9월 28일 강남에 또 하나의 멋진 공간이 오픈했다. 이른바 아티스트 명품 포슬린 스토아(Porcelain Store) 스꾸(Suku)가 개관을 한 것이다. 우선 깔끔하고 미니멀한 새로운 문화공간으로서 호기심을 자극하는 스꾸는 건축과 관련된 9개 계열사를 거느리고 있는 동우건축그룹에서 문화사업을 위해 만든 자회사로, '도자기가 세계 시장에서 최고의 경쟁력을 가질 수 있는 우리의 문화 가운데 하나'라는 점에 주목하고 세계적인 명품 도자기 브랜드를 꿈꾸며 탄생되었다. 세계적으로 작품성을 인정받은 작가들을 선정하여 국내외 기성 브랜드와 차별화되면서 일상에서 사용할 수 있는 '아티스트 브랜드'를 개발한다는 전략이다.

첫번째 프로젝트로는 핀란드에서 활동하고 있는 도예가 박석우 씨의 별을 모티프로 디자인한 테이블웨어와 핀란드의 아티스트 하워드 스미스(Howard Smith)의 얼굴을 형상화한 커피잔 등이 선보였다. 박석우 씨의 작품은 투명함과 순백을 특징으로 하는데, 이는 석고 캐스팅 기법으로 성형한 것을 1,380~1,410도의 고온에서 환원소

성하여 생산한 결과라고 한다. 생산시설은 핀란드와 서울에 각각 두고 핀란드에서는 제품 개발과 완제품 생산(유약작업과 재벌소성)을, 서울에서는 1차 가공작업을 하게 된다. 스꾸의 제품은 미술품이나 디자이너 브랜드를 선호하는 문화적 리더들이 그 대상이며, 국내보다는 일본과 유럽시장 수출에 주력할 계획이다. 우리 나라를 대표하는 세계적인 문화상품으로 자리매김할 수 있기를 기대해도 좋을 듯하다.

글/ 김상화 본지 객원기자(ivorysh@unitel.co.kr)

Suku - The Aesthetic of Restraint

Suku, the new porcelain brand celebrated its grand opening of its store in Apgujong area in last September. Owner of nine architecture and construction businesses, Dongwoo Contructions Group launched OGI-Suku Ltd. as part of its endeavor to enforce its cultural projects scheme. The company first planned the new porcelain brand on its faith

that "porcelain art is one of the Korean heritage that has competitive edge in the global market place today."

The honor of the first commissioned project went to Park Suku, Korean-born living and working in Finland, whose designed is famed for star motifs. Park's collection will include tablewares featuring his star images and coffee cups with face images of Howard Smith. Suku products are targetting culturally-sophisticated leading consumer groups favoring brand names as well as overseas consumers especially in Japan and Europe. 🇰🇷



박석우(Park Suku) _ 서울대 응용미술학과와 스톡홀름 konstfackskolan을 졸업했다. 핀란드, 체코, 독일, 스위스 등 유럽 지역을 비롯하여 일본, 캐나다 등 세계 각국에서 수 차례에 걸쳐 심포지엄에 참가하였으며 개인전 및 그룹전에 초대받아 전시를 개최해 왔다. 스톡홀름 국립미술관, 프라하장식미술관, 토론토 온타리오 왕립미술관, 과천 국립현대미술관 등에 작품이 소장되어 있으며 IAC(국제도예학회) 회원이다.

커뮤니케이션의 명확성을 보장하는 정보디자인 스마트머니 맵

스마트머니 맵 오브더마켓

최소한의 시간과 노력을 들여서 이해할 수 있는 메 시 지 가 있 다 먼 ? 스 마 트 머 니 닷 콧 (SmartMoney.com)의 맵 오브더마켓(Map of the Market, 이하 Map)은 정보에 접근하여 이해하고 활용할 수 있는 최적의 환경이 구비된 디지털 시대 굿 디자인의 전형이다.

스마트머니 닷컴은 개인 투자자, 뮤추얼 펀드 투자자들을 위한 금융관련 데이터 및 이를 토대로 한 투자결정 도구를 개발, 제공하는 벤처기업이다. 이 기업의 연구개발 총 책임자인 마틴 와텐버그(Martin Wattenberg)의 아이디어로 개발된 Map은 주식시장의 동향을 아주 쉽게, 한눈에, 그리고 인터랙티브 하게 조망할 수 있도록 한 독창적이며 다차원적인 툴이다

크고 작은 사각형의 모자이크처럼 보이는 이 Map에는 500개 이상의 공식거래주식에 대한 각

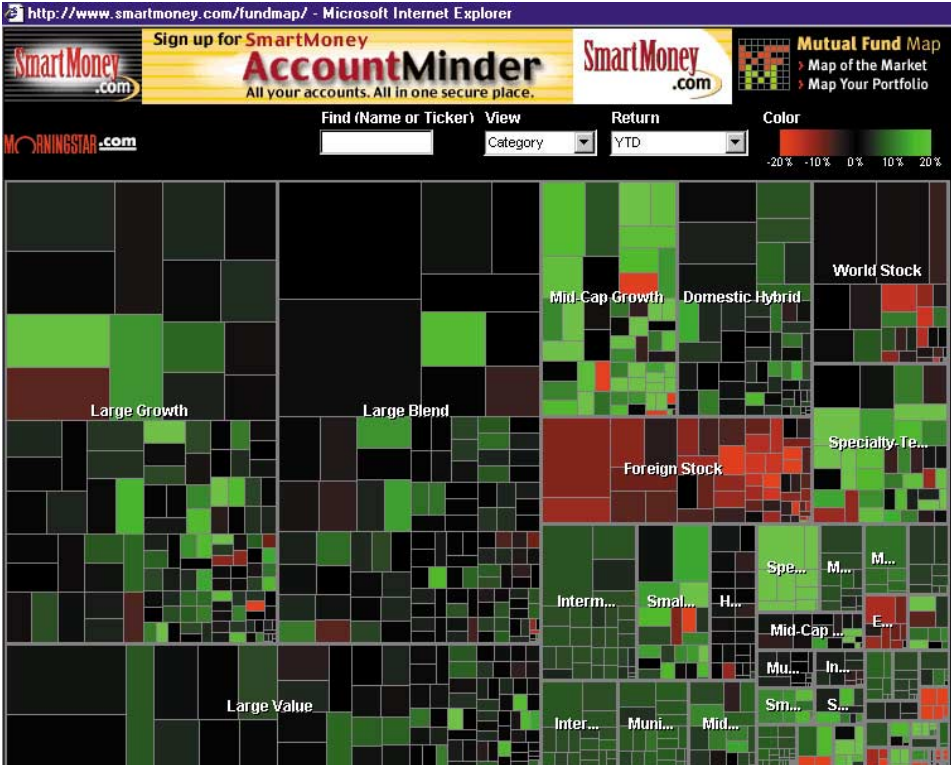
종 정보가 크기, 색깔, 높이와 같은 그래픽적 요소로 제시된다. 각각의 사각형은 특정 회사의 주식을 나타내며, 그 크기는 각 회사의 우량주의 가격을 토대로 형성된 회사의 주식의 총수(總數)를 상대적으로 보여주는 요소이다. 주가의 등락은 빨강과 초록의 선명도로 구분, 초록의 명도가 높을수록 우량주를, 빨강의 명도가 높을수록 하강주를 나타낸다. 빨강과 초록의 구분이 어려운 색맹을 위해서 파랑/노랑 버전도 준비되어 있다. 또한 비슷한 업종의 회사들끼리 하나의 영역 안에 모여 있기 때문에 트렌드를 알아보기 쉬우며, 15분마다 업데이트가 이루어지므로 어떻게 그러한 트렌드가 시장의 다른 부분에 영향을 미치는 가를 거의 실시간(real-time)으로 살펴볼 수 있다.

사용자들은 사이트를 네비게이트하면서 보다 자세한 정보를 얻어볼 수도 있다. 특정 회사의 사각형을 클릭하면 하위메뉴가 우리를 실시간

주식시세(real-time quote), 가격차트와 뉴스, 주식분석가들의 추천종목과 회사의 재정상태 등 자세한 금융 데이터로 안내하고, 팝업메뉴를 통해서 이익과 손실 톱 5, 특정 주식에 대한 검색 등을 할 수 있다.

맵 스테이션과 라이선싱

우리가 이처럼 영리하고 편리한 Map을 사용할 수 있는 것은 자바(java)로 구동되는 맵 스테이션(MapStation) 덕택이다. 맵 스테이션은 판매율, 신장세, 이익분, 가격대 판매 비율과 같은 기본적인 데이터를 지도화하여 시각적으로 볼 수 있게 해주는 기술이다. 맵 스테이션으로 사용자들은 스머트머니닷컴이 가진 데이터 외에 자신의 포트폴리오를 지도화할 수 있으며, 또한 이를 금융 관련 부문에만 국한하지 않고 지극히 넓은 용도로 사용할 수 있다.



1

맵 스테이션의 탄생은 몇가지 기술적인 도전들에 의해 가능했는데, 그 하나는 상호작용을 아주 빠르게 그래픽으로 구현한다는 점이다. 3차원 Map은 실시간으로 1,000개의 주식의 변화상을 디스플레이할 만큼 빠르다. 또 다른 이유는 엄청난 그리고 다양한 정보를 입력하고 배치할 수 있었다는 것이다. 엄청난 양의 정보를 단번에 알아볼 수 있도록 시각화함으로써 최단시간 내에 보거나 결정을 내릴 수 있도록 한, 커뮤니케이션 과정의 최소화, 이것이 Map의 전라익이다.

www.smartmoney.com

Smartmoney Map : Information Design that Guarantees the Clarity of Communications

If there is a message users can understand with least number of hours of time and effort?

Map of the Market at the website Smart-Money.com is a typical example of good design in the digital era today. SmartMoney.com is a venture company developing decision-making tools for the individual and mutual fund investors offering various finance-related data. Developed by the research and development director Martin Wattenberg, Map of the Market boasts its creativity and multi-level usage for the users, offering its easy, good-looking, and interactive features.

Composed of rectangles of various sizes and colors, Map of the Market includes over 500 traded stocks and its information. Each rectangle represents a company's stock and the size of rectangle equal to market capitalization. Rise and fall of stock price are indicated in the traditional complementary colors of green and red for the immediate user recognition. Intensity of green and red is given variations in shades to accentuate the degree of ups



2

1. (I.D.)로부터 진보적인 디자인과 혁신적인 기술을 수여받은 스마트머니닷컴의 맵오브더마켓(Map of the Market)
2. 하나의 사각형을 클릭하면 가격차트와 뉴스, 주식분석가들의 추천종목과 회사의 재정상태 등의 하위메뉴에 접근할 수 있다.

스마트머니닷컴(SmartMoney.com)은 스마트머니 매거진이 1997년 다우존스사(Dow Jones Co.)와 허스트사(Hearst Co.)의 재정적 후원을 받아 만든 것으로 파이낸셜 플래너와 투자자들에게 쉽고 인터랙티브하게 이용할 수 있는 콘텐츠와 툴을 제공하는 벤처기업이다. 스마트머니의 약 100명의 리포터, 에디터, 프로그래머들은 자동화된 주식리스트, 브로커 순위, 다양한 찜투리 정보 등 금융에 관련된 거의 모든 문제를 실시간으로 업데이트하여 사이트에 올려놓고 있으며, 빅자금에서부터 주택구입의 전후작우까지 모든 것을 계산할 수 있도록 도와주는 자바 테크놀로지 워크시트, 그밖에 다양한 툴과 어플리케이션을 제공한다. 현재 개인 금융 투자 사이트의 40여 곳이 스마트머니의 툴과 콘텐츠의 사용허가(license) 계약을 맺고 있다.

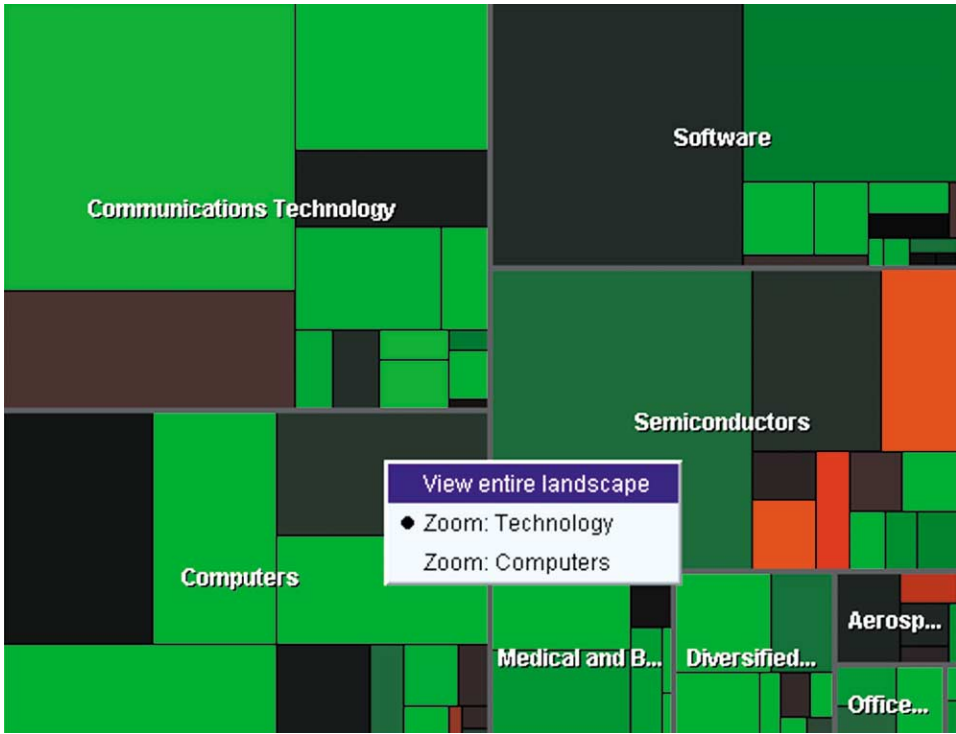
지난 3년동안 스마트머니닷컴의 사이트는 ICI(Investment Company Institute)와 아메리칸 대학(America University)이 주는 온라인매체 개인금융정보부문 우수상용, 스마트머니의 뉴스들과 애플릿은 금융저널리즘 자바테크놀로지사용부문 최고상을 받았다. 1999년에는 디자인 잡지 (I.D.)가 주관하는 Interactive Media Design Review에서 스마트머니 Map으로 금상을 받았다.

and downs of individual stock prices. Extra user-friendly features have been added, and one of them is blue/yellow price indication system for green/red color blind users.

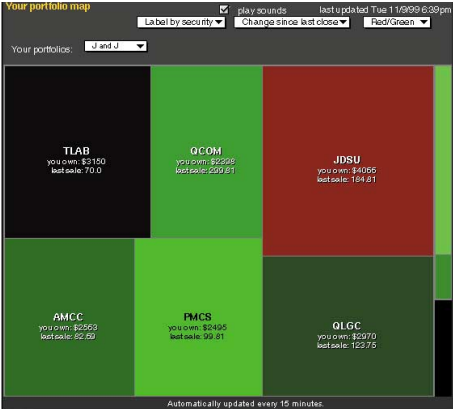
Users can obtain wide range of useful information during navigation of the site. Pop-up Map Control panel allows users to easily access results of top 5 gainers or losers and search for a specific stock. With a few more clicks on the company's rectangle, submenus lead users to other detailed stock information, including stock price charts, news, recommended buys from stock analysts, and financial details of individual companies.

Most of all, information is updated every 15 minutes so that users can obtain the latest changes of vital information at real-time speed.

www.smartmoney.com

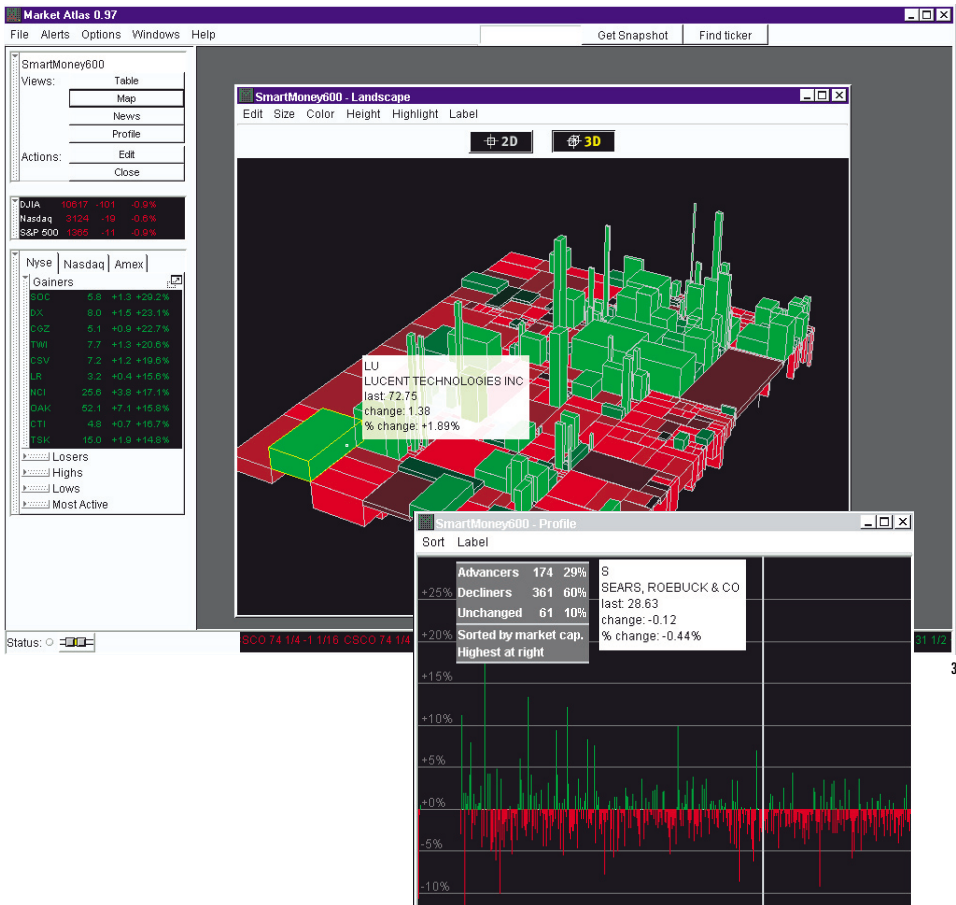


1

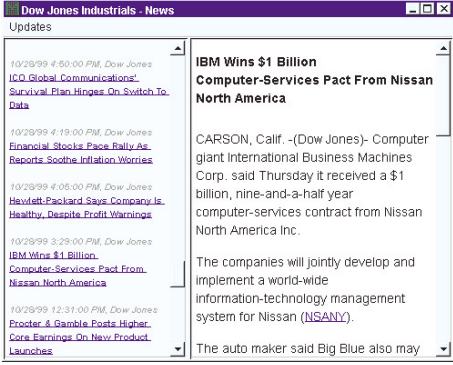


2

1. 주식에 대한 각종 정보가 크기, 색깔, 높이와 같은 그래픽적 요소로 제시된다. 시각형의 크기는 각 회사의 주식의 총수(總數)를 상대적으로 보여주고, 주가의 등락은 빨강과 초록의 선형도로 구분된다.
2. 자신의 포트폴리오를 Map으로 만들 수 있다.



3



4

3. 4. 1,000개 주식의 변화상을 실시간으로 디스플레이할 만큼 아주 빠른 3차원 Map

5. 약 100명의 리포터, 에디터, 프로그래머들에 의해 거의 실시간으로 뉴스가 제공된다.

인터뷰 | 마틴 와텐버그 (스마트머니닷컴 연구개발 디렉터)

전통적으로 정보의 '시각화'는 디자이너의 고유한 영역이라고 여겨져 왔으나 최근 들어 그러한 경계가 모호해지고 있다. 당신의 배경을 보면 디자이너라기 보다는 개발자에 가까운데, Map의 개발에 있어서 당신의 역할은 어디까지였고, 웹 디자이너와의 협업은 어떤 방식으로 이루어졌는가?

나는 디자이너의 개념이 변화하고 있다고 생각한다. 역사적으로 디자이너는 정지된 시각적 공간을 창조하는 사람으로 여겨져 왔다. 오늘날 디자이너는 시각적인 요소와 알고리즘적 요소를 섞어서 역동적이고 살아 숨쉬는 공간을 창조해야 하는 요구에 부딪히고 있다. 나의 역할은 사용자의 시각에 반응할 수 있는 알고리즘에 관한 것이다. 또한 나의 프로그래머나 수학자로서의 배경은 그러한 알고리즘의 탄생에 많은 도움을 주었다. 동시에 나는 미학적인 공헌을 하고자 하는 전통적인 예술적 배경을 가진 디자이너와 함께 일하는 것에 대하여 솔직히 비판적이다.

Map의 활용 범위는 매우 광범위하다고 여겨지는데?

Map은 정말로 어떤 분야에나 도움을 줄 수 있다. 기본적으로는 우리가 가진 데이터베이스로 지도화가 이루어지겠지만, 시각형의 블록은 사용자가 원하는 어떠한 내용으로도 대치가 가능하다. 꼭 금융분야가 아니라도 상관없다. 우리는 최근에 거대한 박물관의 전시 관람에 도움을 줄 수 있는 Map의 새로운 버전을 작업 중에 있다.

IT 산업의 성패는 기술력에 달려있다고 얘기한다. 총 투자 비용 중 연구개발비는 어느 정도 되는가? 또 이 Map 프로젝트에 연구개발비는 어느 정도 들었는지 밝힐 수 있는가? 정확한 숫자는 밝힐 수 없지만, 연구개발이 우리 회사의 핵심적인 업무라는 것만은 말할 수 있다. 이것은 단순히 자원의 배분을 넘어서, 혁신과 발견 그 자체가 목표가 되는 환경의 창조를 의미한다. 과학자들은 수세기 동안 알고 있었지만 프로그래머들은 이제야 배우고 있는 역설인 이야기가 있다. 혁신적이면서도 쓸모있는 것을 만들어내기 위해서는 영역에 상관없이 기초적인 연구에 몰두해야 한다는 사실이다.

우리잡지는 이번호 주제를 '미니멀'로 정하고 그 사례의 하나로 스마트머니닷컴의 Map 프로젝트를 골랐다. 우리의 그러한 설정이 적절하다고 생각하는가? 과연 Map의 성공 요인은 무엇이라고 생각하는가? 우리의 인터페이스가 사용자와의 커뮤니케이션 과정을 '최소화'하고도 정보를 정확히 전달하고 있다는 점에서 성공적이었다고 생각한다. 그러한 면에서 '미니멀'이란 주제와의 관련성도 찾을 수 있을 것이다. 그러나 나는 여기에 '사용하기에 즐거움'이라는 부분을 추가하고 싶다. 우리는 즐거움을 모든 어플리케이션의 기본적인 재료로 다루고 있다.

아주 훌륭한 사이트이지만 분명히 불편함이 있을 것이다. 어떤 것들이며, 이를 보완하기 위하여 어떤 노력을 하고 있는가?

인터넷 접속상태가 느린 경우에 Map을 로드하는 데에 시간이 오래 걸린다는 점이다. 빠른 브로드밴드가 일반화되면 모든 문제가 해결되리라고 믿는다.

스마트머니 맵의 향후 발전 계획은?

우리에게는 많은 계획이 있는데, 여기 한가지만 소개하자면, 새로운 주식 검색 어플리케이션의 개발이다. 사용자는 이 어플리케이션 상에서 가격 그래프를 그릴 수 있으며, 컴퓨터는 그 그래프가 나타내고 있는 내력을 가진 모든 주식을 찾아내어 디스플레이 한다. 용도가 다양하면서도 시각적으로는 아주 간결한 새로운 어플리케이션 덕분에 많은 사람들이 여유있는 웃음을 띠게 될 것이다.

Visualization of information has been thought to be a specialized area reserved for designers, however, that concept seems to be challenged in the recent ages. Your work background suggests strong ties with development. Could you describe us about your role and work, especially in developing tools for visualizing data using Maps? And how did the collaboration with

web designers carried out in your case?

think that the notion of designer has changed. Historically designers were concerned with creating a static visual space. Today a designer needs to create a dynamic, living space that blends visual and algorithmic elements. My role is to think about algorithms that can visually respond to the user, and my background as a programmer and mathematician is extremely helpful in creating those algorithms. At the same time, I find it critical to collaborate with designers from a more traditional art background who make essential aesthetic contributions.

Could you explain us about the usage of Maps in other fields, using an example?

Just about every field can be helped by a Map! For instance, we're currently working on a version of the SmartMoney Map that will let users explore an exhibit at a very large museum.

It is often said that the success of IT industry relies on the advancement of technology. How much do you allot for the cost of research and development within the total budget? How much did you spend for the research and development for this Map project, if you could tell us?

I'd rather not discuss specific numbers, but I can say that we view research as a core function of our company. Beyond allocating resources, it means creating an environment where innovation and discovery is a goal in itself. There's a paradoxical fact that scientists have known for centuries, but programmers are just now learning: the way to create useful innovations is to engage in free-ranging basic research.

This issue of <Industrial Design> with its special features report on Minimal design, we have selected SmartMoney.com as a case project in the context. Do you view Map project as a relevant topic? What do you think are the keys to Map's success?

We believe our success lies in the Map's interface which minimizes communications process for the users while offering accurate information service, in which respect, the topic of 'minimal' design can relate to our Map project. However, I would like to add another quality, and that of 'fun-to-use'. Fun is an essential and basic material in all applications we have been working with.

If you could point out any shortcomings or points for improvements?

The Map takes a long time to load on a slow internet connection. When fast broadband access becomes common, I believe that all the problem would be solved.

What are the future plans regarding the SmartMoney Map project, if any?

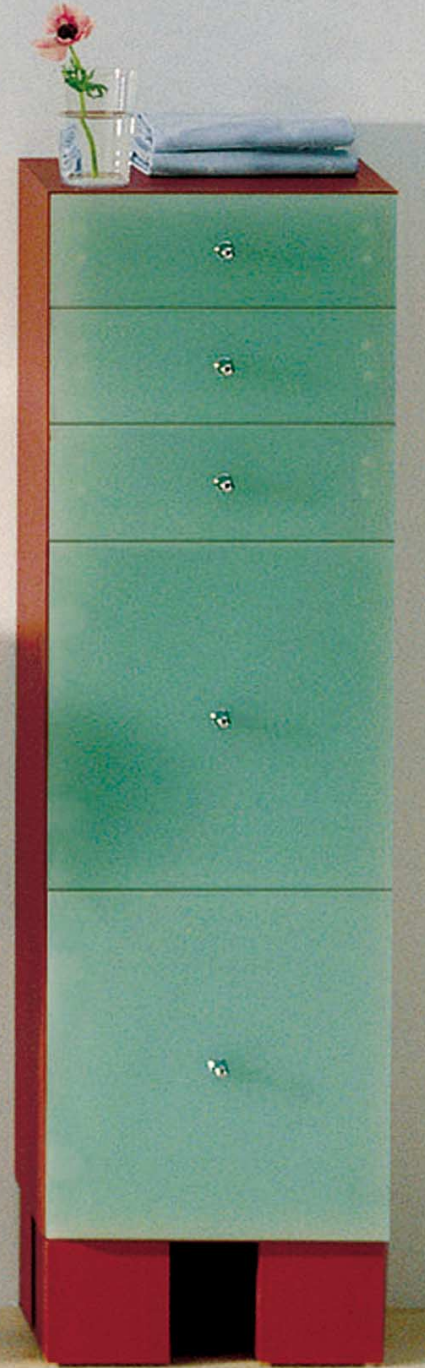
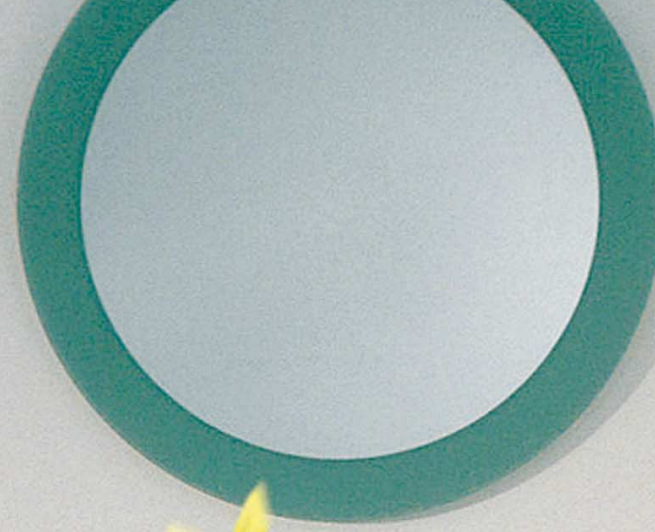
We've got a lot of plans, but here's a quick example. We're currently working on a new stock research application where the user can draw a price graph, and then the computer will find all stocks whose actual history looks like the graph. It's a very simple visual application that has many uses-technical analysis, portfolio diversification, and more. It also makes people smile.



마틴 와텐버그(Martin Wattenberg) | 1996년 버클리 대학(University of California, Berkeley)에서 카오스 이론으로 박사학위를 받았고, 1984년부터 교육용 소프트웨어를 개발해오다가 현재 스마트머니닷컴에서 연구개발 디렉터(Director of Research & Development)로 재직 중이다. 수학 분야의 전문적인 연구경력을 토대로 뮤추얼 펀드 애널리저(Mutual Fund Analyzer) 및 맵 오브더 마켓(Map of the Market) 같은 상호작용적 투자 도구를 개발했다

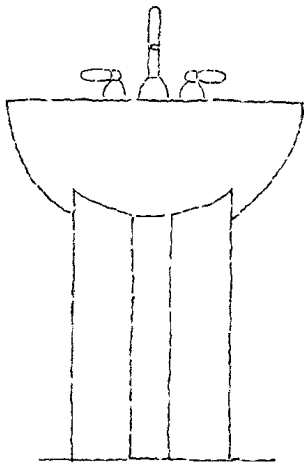
단순한 오브제들의 호화로운 연출

드림스케이프

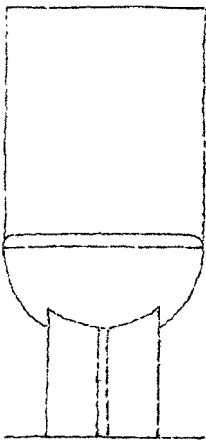




1



2



3



4

1. 4. 드림스케이프는 욕실에 있을 법한 모든 가구를 다루고 있다. 그 중에서도 특별하게 눈에 띄는 것은 단순한 나무다리와 공단의 쿠션으로 이루어진 벤치, 나무와 세라믹의 조화로움 받침 기둥을 가진 세면대 프레임이다.

2. 3. 제품 스케치. 욕면체 위에 놓이는 반구형은 마이클 그레이브스의 디자인에 자주 등장하는 형태이다.

5. 세면대에서 보이는 사각기둥 위의 반구형 모양은 비데와 변기에도 사용된다.



5

너무나도 유명한 미국의 건축가이자 디자이너인 마이클 그레이브스(Michael Graves)가 몇년 전 디자이너로서 가장 매력적인 프로젝트가 무엇인가에 대해 “아직 해보진 않았지만, 욕실을 디자인하는 것이다.” 라고 대답한 적이 있다. 다방면으로 재주가 많은 그가 욕실 가구 및 액세서리 제조업체인 두라빗(Duravit), 돈브라흐트(Donbracht), 호쉬(Hoesch)와 함께 만든 첫 번째 욕실 디자인 ‘드림스케이프(Dreamscape)’는 편안함과 안정감 그리고 영원한 아름다움의 실현이다.

욕실 가구 제조 및 인테리어 업체로 100여 년의 역사를 갖고 있는 두라빗은 몇 년 전부터 필립 스타크(Philippe Starck), 디터 지거(E. Dieter Sieger) 같은 유명 디자이너들과 공동으로 욕실을 개발하여 큰 성공을 거두어 왔다. 최근에 새로운 시리즈 개발을 위해 마이클 그레이브스를 지명했고 그가 제안한 몇 가지 디자인들 중에 채택된 것이 바로 ‘드림스케이프’이다. 발의는 두라빗이 했지만, 세면대가 개발되자, 돈브라흐트와 호쉬에게 욕조와 수도꼭지 등의 개발에 관련한 파트너쉽을 제안, 이 공동의 프로젝트가 나오게 되었다.

세면대, 비데, 변기 그리고 욕조는 그레이브스의 건축과 디자인에서 자주 나타나는 입방체 위에 반구(半球) 형태를 올려놓은 모양을 기본으

로 한다. 이러한 반구형과 강한 직선은 욕조와 수도꼭지의 미끈함, 인간공학적인 형태와 함께 조화를 이루면서, 단순하고 기하학적 디자인과 서정적인 디자인 사이의 환상적인 대비를 불러 일으킨다. 그 결과 욕실에 놓여진 각 오브제들은 부드럽거나 섬세하기 보다는 풍부하고 강한 조각 같은 인상을 주지만, 전체적인 효과는 경쾌함과 극도의 세련미를 풍긴다. 그 밖의 욕실 가구와 액세서리는 그레이브스만의 특별한 자재와 색깔의 사용으로 욕실에 생기를 불어넣고 있다.

“건물을 둘러싸는 풍경이 있는 것과 마찬가지로 하나의 방은 거기에 놓이는 가구들과 함께 완성된다.”는 그레이브스의 말대로 ‘드림스케이프’는 각각의 오브제에 대한 느낌을 전혀 새로운 느낌으로 통합해내고 있는 것이다. 그래서 욕실 안은 지극히 단순한 오브제들로 이루어졌지만 실은 호화로움에 대한 그리움으로 가득 차 있다.

www.duravit.com

Dreamscape : Simple Objects Presented with Splendor

When he was once asked what would be the most attractive project, the American architect and designer Michael Graves responded, “Designing a

bathroom, a project I have not done before.” The design wiz Mr. Graves at last realized the wishes with his new project Dreamscape.

In collaboration with bathroom furniture and accessory manufacturers, he created new bathroom line that satisfies comfort and eternal beauty; including the sanitary ceramics, bathroom furniture and accessories by Duravit, shower trays and whirl tubs by Hoesch, tap fitting and accessories by Dornbracht, all items are marked with hall marks. The washbasin, bidet, toilet, and bath tub consistently carry the typical Michael Graves architecure and design form of hemisphere on a cube. The encounter of spheric curve with straight lines is repeated in his treatment of fantastic contrast between minimal-geometric design and poetic design.

Objects in the bathroom emits strong sense of enriched sculpture pieces, yet the overall look and feel of the bathroom space conveys vivacity and extreme sophistication. The selection of special materials and colors by Graves also add to the overall vivid image. “I have never regarded building in isolation from their interiors. A surrounds its furnishings in the same way that a landscape surrounding a building” says Graves. In the context, Graves attempts to integrate various objects to create a whole new look and feel in the Dreamscape project. It explains why Dreamscape bathroom space, decorated with simple objects, is filled with longing for the luxus.

www.duravit.com

마이클 그레이브스 1934년 미국에서 태어나 신시네티와 하버드 대학에서 건축을 전공하고, 1962년 이후로는 줄곧 프린스턴 대학에서 건축학 교수로 학생들을 가르치고 있다. 건축 뿐 아니라 인테리어, 제품디자인 분야에서도 명성을 얻고 있다. 추상적 근대 건축에서 도시계획으로의 변화 과정에 많은 영향을 받았고 건축물을 주변과의 관계 안에서 접근해야한다는 관점을 가지고 있다. 주요 건축으로는 휴먼빌딩(Human Building, Louisville), 월트 디즈니 돌핀 & 스완 호텔(Walt Disney World Dolphin and Swan Hotel), 덴버 중앙도서관(Denver Central Library) 등이 있다.

미니멀한 부엌가구가 컬러를 먹다

도요키친의 ‘크레아’

디자인 매니아들이나 찾던 독특한 물건들이 최근 들어 재고를 바닥넌 정도의 판매량을 보이곤 한다. 이는 곧 디자인의 부가가치 시대가 도래하였음을 의미한다. 과거 주택설비로만 여겨졌던 주방기기 또한 인테리어에 없어서는 안될 필수 요소로 자리잡고 있다는 사실은 누구나 인정한다.

‘Not Kitchen’

이는 일본 시스템키친 전문업체인 도요키친(Toyo Kitchen)에서 2000년 새롭게 내세운 광고문구이다. ‘21세기의 주방은 가족이 공유하는 공간으로서 지금과는 전혀 다른 새로운 개념의 공간이 되어야 한다’는 의미에서 ‘Not Kitchen’이란 카피를 내세운 것이다. 다시 말해서 20세기의 주방에 대한 인식은 변화되어야 한다는 것이다.

현재 인테리어의 주류는 미니멀 디자인이라 볼 수 있다. 주방기기 또한 알루미늄을 소재로 한 미니멀한 제품의 전성기라 볼 수 있다. 그러나 미니멀 디자인의 기수라 불리는 유명 브랜드에선 이미 적극적인 컬러를 사용한 신작을 발표하고 있다.

도요키친은 이러한 추세를 적극 반영하여 2000년도 신제품 ‘크레아(Crea)’를 발표했다. 알루미늄 메탈을 기본으로 하여 형태는 매우 절제되어 있지만 부분적인 컬러의 사용으로 단순하면서도 강렬한 느낌을 주는 것이 특징이다.

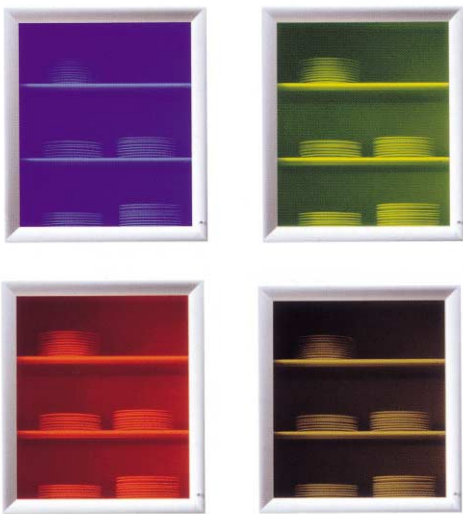
크레아는 ‘Lemon’ ‘Tavo’ ‘AFS’라고 하는 3가지 제품을 제안하였다. 타보의 기본 컨셉은 ‘커뮤니케이션’. 요리하고, 식사하고, 대화하는 모든 생활을 함께 할 수 있는 공간을 추구하고 있다. 21세기의 주방은 마치 하나의 인테리어 가구처럼 우리 생활의 중심에 존재하는 공간이 될 것이다. 또한 ‘시공=완성’이라는 주방의 개념도 바뀌어 주방의 레이아웃은 언제나 자유롭게 변화한다. ‘타보’에 의해 완성되는 심(+)자 배치 공간은 마치 거실처럼, 대화의 장소로 사용된다. 요리는 중심부에 배열된 조리대에서 이루어지고, 손님 접대시에는 레이아웃을 변경함으로써 홈 바로 사용하는 등 주방의 표정을 다양하게 표현할 수 있다.

주방의 청결화와 원룸화를 위해 제안된 ‘AFS(Air Flow Structure)’는 싱크대의 다리(바닥과 접하는 부분)를 지칭하는 용어이다. ‘공기가 흐르는 구조’라는 의미의 AFS는 알루미늄으로 되어 있으며, 소재와 형태적인 측면에서 새로운 개념을 내포하고 있다. 바닥 부분이 가려져 있던 기존의 싱크대와는 달리 크레아는 이를 외부로 공개하여 통풍이 되는 보다 청결한 주방가구를 완성하였다.

미니멀 시대에 맞는 디자인을 추구하면서도 단순히 유행을 따르는 것이 아닌 새로운 유행을 창조하고 있음을 ‘크레아’는 보여준다.

www.toyokitchen.co.jp

1. 서랍장 유리, 반투명 컬러 유리의 사용으로 내부 수납물까지 오브제로 연출할 수 있다.
2. 조명, 실버 메탈과 비버드(그레이프, 레몬, 시그널레드, 브라운) 컬러의 조합으로 주방을 더욱 산뜻하게 표현했다.



1



2

1, 2. 크레아 시리즈에 사용된 대부분의 알루미늄은 무취 무향의 항균성을 포함한 소재로서 시원한 질감과 단순한 조형성이 특징이다. 특히 리사이클이 가능한 에코로지 소재를 사용하는 등 선진적인 기업상을 보여준다.

3. 크레아(Crea) 시리즈 중 'Sy Lemon'
크레아의 최대 장점은 세세한 곳에 이르기까지 주방 전체를 토달 코디네이션할 수 있다는 것이다. '타보'라 불리는 테이블, 싱크대, 수납장까지 마치 하나의 인테리어 가구처럼 일치되어 공간과 생활에 아름답게 조화된다.



4. SCENE1: I형 레이아웃
새로운 개념의 주방을 가능케 하는 가변형 워크스테이션 '타보'. 타보 두 대를 연속적으로 사용함으로써 주방을 넓게 활용할 수 있는 최적의 레이아웃이다.

5. SCENE1: L형 레이아웃
조리의 보조 공간으로 사용되는 동시에 완성된 요리를 바로 즐길 수 있는 식탁으로 활용된다.

6. CENE1: +형 레이아웃
싱크대와 조리대, 또는 가스 렌지 사이에 2대의 타보가 길게 배열된다. 이때 '타보'는 조리대가 되기도 하고 식탁이 되기도 하는 등 파티의 중심이 된다. 모든 가능성을 내포한 주방의 새로운 형태이다.

7. SCENE1: ㄷ형 레이아웃
L형의 레이아웃에 한 대를 덧붙인 형태로 주방이 생활의 중심으로 확대된다.

8. SCENE1: I+L형 레이아웃
2대의 타보를 완전히 독립시킨 레이아웃으로 파티 등 조리하는 인원이 증가할 때 적합하다.

9. 타보의 컨셉은 커뮤니케이션. 21세기의 주방은 마치 하나의 인테리어 가구처럼 우리 생활의 중심에 존재하는 공간이 될 것이다.



Minimal Kitchen Furnishing with Colors, Toyo Kitchen's 'Crea'

"Not Kitchen" - This is the new advertising slogan which Japanese system kitchen furnishings manufacturer Toyo Kitchen has put out for its new year 2000 collection. As claimed by the company, "The kitchen of the 21st century has to be a space for family co-sharing and has to take different significance than before," and thus the quote "Not Kitchen" was born.

The new year 2000 collection, proudly named 'Crea', is a bold combination of strictly reduced style and sets of primary colors. Having implemented heavily of aluminum and other metallic materials, the minimalist styling and colors refreshes the traditional Japanese sense of design.

Among the three product lines proposed by Crea

collection, Lemon, Tavo, and AFS, Tavo carried out its basic concept of communication. Discarding the former concept of kitchen furnishing of 'time/space=completion' has transformed into a changeable kitchen layout. In the space of Tavo, cooking activity takes place in the centrally-located cooking facilities, however, it can be relocated and transformed into a dining space, allowing multiple usages of the kitchen also as a dining room and a living room. Toyo Kitchen is an answer to the minimal trend of design, and yet creating its own trend.

www.toyokitchen.co.jp

히데쓰구 키요모토(Hidetugu Kiyomoto) _ 1958년 생. 1983년 아이치현립 예술대학에서 디자인을 전공하고 졸업 후 도요공업주식회사 기획개발과에 입사하여 욕조시리즈, SPIGA DUE(모빌컨테이너, 슬라이드도어, 대형식고) 등에 이르기까지 다양한 제품을 디자인하였다. 1996년 도요키킨 개발부 부장으로 취임하여, SPIGA CREA시리즈, 베로 II 등을 디자인하였고, 1999년에는 CREA Sy를 디자인하여 굿 디자인상, 중소기업장관상을 수상하였다. 현재 도요키킨 개발부장으로 재직중이다.