길몸삶터:
일상에서 누리는 널리 이로운 디자인
Design Everyday Life

안병학
Ahn Byunghak
홍익대학교 부교수 Associate Professor, Hongik University

투고일 2022년 12월 31일 / 심사일 2023년 1월 15-31일 / 게재확정일 2023년 1월 31일
Received Date 31 Dec, 2022 / Reviewed Date 15-31 Jan, 2023 / Accepted Date 31 Jan, 2023
p-ISSN. 2765-2572 / e-ISSN. 2765-7825

2000년대 시작을 전후로 '공공디자인'이라는 단어가 화두로 등장했다. 너도나도, 여기저기서, '공공디자인'에 관해 이야기했다. 주로 대학과 교수 중심으로 일었던 이 분위기는 마치 누가 먼저 새로운 영역의 주도권을 차지할 것인가를 놓고, 서로 먼저 새로운 밥그릇에 숟가락을 담그려는 듯한 인상을 받게 했다. 모 대학에서 내가 주도해서 만들었던 매거진에서도 공공디자인을 특집으로, 일본이나 유럽의 다양한 공공디자인 관련 해외 사례들도 리서치해서 다루며, '디자인의 공공성'에 관한 이런저런 글도 쓰고, 주변 다양한 분에게 청탁도 했다. 그 후 2006년 「공공디자인에 관한 법률안」이 문화체육관광위원회 박찬숙 위원에 의해 처음 발의되었고, 같은 해 '공공디자인학회'라는 것이 또 다른 모 대학 주도로 만들어졌다.

2007년부터 세계디자인수도 지정 유치에 나선 서울시는 2007년 시장 직속 '디자인서울총괄본부'를 설치했다. 공공디자인학회를 주도했던 모 교수가 디자인 부시장직을 맡았고, 2010년 서울시는 세계디자인수도로 지정되었다. 결국 2016년 「공공디자인의 진흥에 관한 법률」이 시행됐고, 2016-2017년을 거치며 '공공디자인의 진흥에 관한 법률 시행령'이 구체적으로 제정되었다.

이런 과정을 거치며 문화체육관광부는 '공공디자인'에 관한 대중의 인식 확산을 위해 많은 국가 주도의 '공공디자인' 관련 사업을 다양한 방식으로 꾸준히 진행했다. 문화체육관광부 산하 주무 기관인 (재)한국공예·디자인문화진흥원은 많은 예산을 들여 20년 가까운 시간동안 법안을 뒷받침할 많은 크고 작은 사업을 진행했다. 이 과정에서 많은 성과가 있었다. 예를 들어, '문화로 행복한 공간 만들기' 사업(후일, 이 사업의 명칭은 공공디자인으로 행복한 공간만들기로 바뀌었다.)은 건축, 디자인 문화, 출판 등 다양한 분야의 창의적 인재들을 초대해 디자인이 공적 수요를 만나 주도적으로 문제를 발견하고, 다양한 이해관계자들과 함께 문제에 개입하며 이 과정을 통해 문제를 정의하고,

Around the start of the 200s, the term "public design" emerged as a topic of discussion. It was a subject of conversation everywhere, with a particular focus among universities and professors. The atmosphere was characterized by a sense of competition, as if everyone was vying to take the lead in this new domain, eager to contribute their expertise. One university magazine published a special feature on public design, covering several examples of public design from Japan, Europe, and beyond. It included articles on the public nature of design and reached out to diverse individuals for their perspectives. In 2006, a draft bill on public design was proposed by Park Chansook of the Ministry of Culture, Sports and Tourism. In the same year, another university took the lead in establishing the Public Design Society. Seoul, aspiring to become the Global Design Capital, established the Design Seoul Headquarters directly under the mayor in 2007. The professor who led the Public Design Society took on the role of Deputy Mayor for Design. In 2010, Seoul was designated as the World Design Capital. The enactment of the Public Design Promotion Act in 2016 was soon followed by the Enforcement Decree of the Public Design Promotion Act.

Throughout this process, the Ministry of Culture, Sports and Tourism consistently carried out various national projects related to public design in order to raise public awareness. The Korea Craft & Design Foundation, an organization under the Ministry of Culture, Sports and Tourism, allocated significant budgets and implemented numerous large and small-scale initiatives over the span of nearly 20 years to support the legislation. Significant achievements were made through these efforts. For example, the project initially called "Creating Happy Spaces through Culture" (later renamed "Public Design for Happy Spaces") invited creative talents from diverse

그들과 더불어 문제 해결 방안을 찾아가는 매우 실질적인 경험을 쌓는 데 크게 기여했다.

그러나 문제점도 존재했다. 아니 어쩌면 문제는 시작부터 만들어져, 여전히 남아 있다. '공공디자인이'라는 이름의 고유명사를 만들었다는 사실이다. 보통명사로서 '공공(公共)'과 '디자인(design)'이 무슨 뜻인지 모르는 사람은 없다. 다만, 국가 주도로 시작하여 지속된 이 일은 이 두 낱말이 본래 품고 있는 사회, 문화, 정치적 함의를 따져 묻기 전에 '공공디자인', 영어로는 'Public Design'이라는 복합명사를 가장 먼저 만들었다. 다시 말해, 아무것도 없는 버려진 황무지 같은 토지를 구입하고, 울타리를 세워, "여기가 '공공디자인'이 발생하는 자리고, 이런 것들을 우리는 '공공디자인'이라고 부를 거야"라고 대중에게 말을 건넸다. 2022년 문화체육관광부는 그동안의 성과를 하나로 묶어 다수와 공유하고자 했다. 그리고 그동안의 성과가 대중에게 쉽고 깊숙이 가 닿기를 기대했다. 나 역시 그렇게 되기를 바랬다.

하지만, 그것으로만은 부족했다. 시작과 더불어 성급하게 고유명사화 되어버린 '공공디자인'이라는 복합명사를 벗어버리고, '디자인'과 '공공성'이라는 보통명사 그 자체에 관한 논의를 지금이라도 소환해야만 했다. 그리고 디자이너와 대중이 그 논의의 주인이도록 만들어야만 했다. 그렇지 않고서는 이 전시 이후 우리에게 디자인의 공적 가치와 지속 가능한 미래에 관해 얘기할 자격이 있을 수 없을 것이라는 믿음, 그리고 진작에 그렇게 하지 못했다는 반성이 내 발목을 붙잡았다. 사(私)가 없는 상태 즉, 사사로움과 등지는 것이 공(公)이다. 전통사회에서 공(公)은 개인의 이익이나 욕망을 넘어서는 덕목이었지만, 다양성이 중요한 지금 사회에서 공(公)은 사(私)와 뚜렷하게 대립하기보다는 서로 교집합을 이루며 보완적으로 역할 한다. 사적 가치가 모여 작은 공동체의 가치를 만들고, 작은 공동체의 가치가 모여 더 큰 집단의 가치에 영향을 미친다. 독립적인 동시에 고립을 거부하는 자유로운 개인은 서로의 관계망

fields such as architecture, design, and publishing. This project aimed to demonstrate how design could proactively address public needs, engage with various stakeholders, define problems, and find practical solutions through collaborative experiences.

However, challenges and issues still remain, perhaps existing since the inception of the field. "Public Design" was established as a proper noun. As a common noun, "public" and "design" are words that everyone knows the meaning of. However, before delving into the social, cultural, and political implications inherent in these two words, the compound noun "public design" was first created. In other words, it was as if someone purchased a barren land with nothing on it, erected fences, and proclaimed to the public, "This is the place where 'public design' happens, and we will call these activities 'public design.'" In 2022, the Ministry of Culture, Sports and Tourism aimed to consolidate and share the achievements made thus far, hoping that they would resonate deeply with the public. I also wished for the same.

However, that alone was not enough. It was necessary to move beyond the hastily created proper noun "public design" and summon discussions about "design" and "publicness" as common nouns themselves. Furthermore, designers and the public had to take charge of those discussions. Without doing so, I felt a belief that we would lack the qualifications to discuss the public value of design and a sustainable future, and regretted not having done so earlier.

The state of being without personal interests is "public." In traditional society, "public" was a virtue that went beyond individual interests or desires. In today's diverse society, "public" does not sharply contrast with "private" but rather complements it, forming intersections. Private values come together to create the values of a small community, and the values of a small

안에서 끊임없이 꿈틀거리는 느슨한 가치의 연대를 만들며, 합리적인 문제 발견과 해결을 주도하고 제 삶을 바꾸어 간다. 디자인은 이 과정에서 창작을 통해 개인의 경험을 공적 가치에 다다르도록 매개한다. 공적 가치 실현을 위한 디자인은 '생명처럼 스스로 자라고', '숨결처럼 쉬이 스미며', '나무처럼 깊게 뿌리 내리고', '빛처럼 함께 누리는' 행위라는 생각을 담고자 했다. '공공디자인'이 아니라 '디자인'이 '공공성' 어떻게 우리 삶에 살아 있게 만들 수 있을지를, 그리고 그렇게 할 수 있다는 믿음을 어떻게 확산할 수 있을지를 다양한 작품을 통해 소개하고자 했다.

community, in turn, influence the values of a larger group. Individuals, who are independent yet reject isolation, create a network of loose values that constantly intertwine with each other, transforming their own lives by rationally identifying and overcoming problems. Design, through creation, mediates individual experiences to reach public values. Design for the realization of public value encapsulates the idea of "growing like life itself," "permeating like a breath," "establishing deep roots like a tree," and "enjoying together like light." Through various works, the exhibition seeks to introduce how "design," rather than "Public Design," can exist in our lives with "publicness," and how to spread the belief that it is possible to do so.

지속 가능한 디자인을 위한 아카이브
A Design Archive for Sustainability

큐레이터 김형재·홍은주 협력 코디네이터 김도경, 이예린

"디자인은 이제 더 이상 아무것도 해석하지 않는다. 잠시 거기 있다가, 등장할 때와 마찬가지로 빨리 사라질 뿐이다. 개별 업무에서 뛰어난 디자인에 주어지는 영예에도 불구하고 디자인은 진정한 삶에서 점차 거리를 두는 한편, 일종의 특수 효과로 변모하고 있다."
— 얀 반 토른

공공디자인은 다분히 한국적인 용어이다. 디자인 산업이 발달한 많은 나라 중에서 '공공디자인' 혹은 이에 상응하는 용어를 사용하는 나라는 드물다. 디자인의 공공성에 대한 문제 제기와 조경, 도시계획, 도시재생 등이 복잡하게 뒤엉킨 2000년대를 거쳐 특히 2016년 법령 제정 이후 '공공디자인'은 국가가 정의하고 관리하는 디자인 산업 영역을 가리키는 용어가 되었다.

'지속 가능한 디자인을 위한 아카이브'는 공공디자인의 지속가능성에 대해 따지기 전에, '이미 지속하고 있는' 공공디자인을 살펴보려는 목적을 갖고 있다.

이 목록과 전시에 소환된 사물은 현재 온, 오프라인 마켓에서 '공공' 혹은 '공공디자인'이라는 낱말로 검색되고 거래되는 사물들 중 일부를 일반적인 구매와 배송 방법을 통해 수집한 것이다. 이 검색창에서 통용되는 키워드로서의 '공공성'에는 실제 낱말의 의미와 국가가 관리하는 해당 산업 분류상의 의미가 혼재되어 있거나 의식적인 구분 없이 사용되고 있다.

한편 2010년 이후 발간된 공공디자인대상 수상작 작품집은 (재)한국공예·디자인문화진흥원의 주관으로 매년 공모를 통해 선정한 모범적 공공디자인 사례를 소개하고 있다. 우리는 이 작품집의 수상 심사평에서 밝히고 있는 심사와 수상 기준과 가치에 주목했다. 선정된 공공디자인 사례는 공모 목적이 그러하듯 구체적인 문제와 상황에 맞춤형으로 기획된 사례 특정적이고 한정적인 일종의 프로토타이프에 가까웠다. 우리는 '공공디자인'이라는 용어를 매개로 거래되는 사물 가운데 이 공공디자인대상 수상작 작품집에서 강조하는 기준과 가치를 이미 내포하고 일상 가운데에서 수행하고 있는 것들을 찾아보려고 노력했다. 이를 위해 각 수상작의 심사평에서 핵심적인 키워드를 도출하고 사물의 선정과 분류에 사용했다. [표 1]

이렇게 선택하고 수집한 사물은 전시장에서 공공디자인의 현재를 보여주는 역할과 함께 환경적, 장소적, 사회적 맥락이 (일부) 제거된 채로 '일상생활과 미적 실천 간의 경계'를 확인할 수 있는 근거로써 활용할 수 있을 것이다. 혹자에게는 이 사물이 가진 숨겨진 매력을 발견하는 기회가 될 수도 있다.

	도출된 키워드	프로젝트	
A	감염병 방어	2021	코로나 19 감염병 방어공간의 공간구성과 상관관계 연구
		2020	모두의 안전을 지키는 공공디자인 '언택트 선별진료소'
B	공간공유, 커뮤니티	2021	플레이스 또
		2021	딩가동 2번지-중랑구 청소년 커뮤니티센터
		2019	경기도 부천시
		2017	이문238
		2016	연희동 주민센터
		2012	풍기읍사무소 사람과 사람이 만나다
C	공공의 편의	2020	서울특별시 성북구
		2018	서초구 주민생활밀착형 공공디자인
D	공공장소에서의 개인	2021	딩가동 2번지-중랑구 청소년 커뮤니티센터
		2016	연희동 주민센터
E	공중화장실 개선	2010	105명의 시민을 만나다
		2010	순천 성남초등학교
F	도로 안전, 보행 환경 개선	2021	보행자의 보행환경에 대한 안전 인식과 주시 특성에 관한 연구
		2019	보행친화도시 구현을 위한 수원시 공공시설물(안내시설) 표준디자인 개발
		2019	남대문 광장
		2019	경기도 부천시
G	돌봄 지원	2020	스마트병원의 의료 서비스스케이프 디자인 특성 요소에 관한 연구
H	동선 안내	2020	관람행태에 기반한 전시 유형화와 이산사건 시뮬레이션을 이용한 전시공간 개선에 관한 연구
		2019	고척돔에 안전과 안심을 입히다
I	도시경관 미화	2019	경기도 부천시
		2017	인천광역시 원도심 디자인 활성화 사업
J	범죄예방, 야간안전	2021	강동 안심귀갓길 디자인 매뉴얼 확산사업
		2020	탄금호 무지개길 빛의 조성사업
		2020	전라북도
		2019	야간 도시공간 범죄예방환경설계(CPTED)에 있어 조명환경에 관한 연구
		2018	소통과 협업으로 완성한 친생활형 '도심으로 돌아온 등대'
		2016	수원시 안전골목만들기 10원칙
		2013	광교호수공원 환경조명디자인
K	브랜딩, 문화공유, 프로그램 운영	2020	화성 3·1운동 만세길
		2020	영도 근대 역사 흔적지도
		2020	서울특별시 강남구
		2019	남산 애니타운 파워 콘텐츠 구축
		2018	곡성 기차당 뚝방마켓 문화사업
		2018	신촌 박스퀘어
		2017	제부도 문화예술섬 프로젝트
		2017	책방산책 서울
		2016	동대문옥상낙원
		2016	서울 도서관·서점 지도
		2013	정선 삼탄아트마인 공공디자인 지역재생 프로젝트
		2012	통인시장 아트게이트
		2012	한국의 예술 문화 중심지, 서촌

	도출된 키워드	프로젝트	
L	사용자 참여	2021	트윈 웨이브: 트윈세대 전용도서관 프로젝트
		2020	문화로 논다. 꿈꾸는 「행복학교」
		2019	공공디자인 진흥을 위한 거버넌스 모델(P.D.G.12) 연구
		2018	"학교 다녀오겠습니다.": 가고 싶은 학교, 소통하는 교육환경 조성 프로젝트
		2016	부산 오륜 정보산업학교 구령대
		2013	서울 골목디자인 프로젝트
		2012	문화·예술 생각대로 옹벽디자인 개선사업
M	서류, 행정적 실천	2020	서울특별시 동작구
N	식물 활용	2021	후암마중
		2020	부산광역시
		2019	녹사평역 지하예술정원
		2013	꽃과 의자로 가꾼 골목길: 숭의목공예 꽃마을
O	신체적 약자 배려	2020	모두의 안전을 지키는 공공디자인 '언택트 선별진료소'
P	어린이 노인 안전	2021	송정동 기적의 놀이터·행복이 통하는 통미길 조성사업
		2017	모든 어린이를 위한 통합놀이터 만들기 '꿈틀꿈틀 놀이터'
		2016	등하굣길 어린이 보행안전 노란발자국
		2016	비봉면 신기방기 놀이터
Q	유동적 공간	2021	트윈 웨이브: 트윈세대 전용도서관 프로젝트
		2021	창원 대원초등학교 상상의 숲
		2021	딩가동 2번지-중랑구 청소년 커뮤니티센터
		2020	부산광역시
		2019	녹사평역 지하예술정원
		2016	동대문옥상낙원
R	음성 콘텐츠 공유	2021	후암마중
		2013	대구 중구 근대로의 여행골목투어
S	이동약자 배려	2021	스마트서울맵 이동약자 접근성 정보지도 서비스
		2018	배봉산 정상 군부대 이적지 공원 및 둘레길 조성
		2017	한국형 경사로 FFF 제작/보급사업
		2017	'서대문구 안산 도시 자연공원 무장애 자락길' -전국 최초의 도심 속 순환형 무장애 숲길-
T	이용자 편의	2020	서울특별시 성북구
U	자전거 이용자 지원	2020	서울특별시 성북구
		2020	경기도 구리시
		2012	여의나루 자전거 정류장 YBS
V	재난예방, 안전성 향상	2017	인천광역시 원도심 디자인 활성화 사업
		2017	안전디자인 기반 안전사고 예방사업 추진
W	친환경	2021	국립수목원 숲이오래
		2020	울주세계산악영화제 공간디자인 및 커뮤니티디자인
		2012	행촌동 공영주차장 오픈프로젝트
X	콘텐츠 고지, 공유	2021	파주 EBS 연풍길 조성사업
Y	메시지 전달		
Z	메시지 전달		

[표 1] 지속 가능한 디자인을 위한 아카이브 목록(pp.009-017)

구분		이름	크기(mm)	가격	판매자
A	A-1	마스크걸이	가로166 세로66.5	₩ 12,000	아베라
	A-2	방역분무기	가로150 세로150 높이345	₩ 19,640	(주)월드그린
	A-3	방역분무기	가로220 세로65 높이190	₩ 46,790	멸치쇼핑
	A-4	방호복	가로735 세로1780	₩ 16,750	인랩 케어
	A-5	봉비누 전용 홀더	가로67 세로240	₩ 11,100	피크리너
	A-6	비누 디스펜서	가로100 세로100 높이230	₩ 27,220	블루마켓
	A-7	비접촉온도계	가로105 세로75 높이60	₩ 49,900	제이에스윈
	A-8	투명파티션	가로1200 세로750 높이400	₩ 49,000	이지캠핑 생활용품
	A-9	페달형 손소독기	가로165 세로270 높이940	₩ 154,600	셀럽
	A-10	페이스쉴드	가로330 세로220	₩ 550	야호파워
	A-11	페이퍼타월케이스	가로253 세로130 높이340	₩ 19,500	온오프웰빙
B	B-1	벤치	가로1500 세로520 높이440	₩ 172,700	(주)진영가구
	B-2	열쇠고리	가로150 세로30 높이8	₩ 7,300	드림하우스
	B-3	열쇠고리	가로50 세로220	₩ 16,680	화이쇼핑
	B-4	염화칼슘보관함	가로750 세로500 높이600	₩ 250,000	온오프웰빙
	B-5	지하철 벤치	가로1750 세로440 높이690	₩ 214,000	리빙 가구
	B-6	학교 수도꼭지	가로90 세로34	₩ 6,320	sc알앤디랩
C	C-1	건물 외부 우산 보관함	가로840 세로260 높이560	₩ 260,000	잭앤제리
	C-2	방풍비닐	가로1000 세로2000	₩ 18,900	텐투식스
	C-3	버스 손잡이	가로115 세로 약360	₩ 18,000	하다라이프
	C-4	벽시계	지름525 높이65	₩ 48,250	bestclock
	C-5	분실물보관함	가로300 세로200 높이200	₩ 65,800	Aart
	C-6	실내화 거치대	가로710 세로55	₩ 9,410	만나에브리
	C-7	차량용 전화번호판	가로97 세로20	₩ 4,250	모원
	C-8	태그	가로30 세로45	₩ 1,360	바로사인
	C-9	태그	지름38	₩ 960	바로사인
	C-10	포충기	가로392 세로100 높이265	₩ 39,900	레인버블
	C-11	핸드폰 수납함	가로315 세로235 높이185	₩ 21,430	수수 쇼핑
D	D-1	사물함	가로300 세로470 높이980	₩ 64,000	즐거운sy
	D-2	서랍	가로145 세로185 높이240	₩ 14,810	모원
	D-3	센스벨	가로70 세로150 높이23.5	₩ 28,000	비엔티하임
	D-4	우편함	가로250 세로120 높이160	₩ 22,050	길에듀존
E	E-1	문 접착 옷걸이	가로37 세로102 높이87	₩ 11,430	포레스트핑크
	E-2	봉비누 전용 홀더	가로67 세로240	₩ 11,100	피크리너
	E-3	비누 디스펜서	가로100 세로100 높이230	₩ 27,220	블루마켓
	E-4	점보롤케이스	가로260 세로110 높이280	₩ 29,480	파급효과
	E-5	점보롤케이스	가로270 세로265 높이120	₩ 11,500	킴벌리베스트샵
	E-6	점보롤케이스	가로271 세로116 높이274	₩ 57,000	온오프웰빙
	E-7	페이퍼타월케이스	가로253 세로130 높이340	₩ 19,500	온오프웰빙

구분		이름	크기(mm)	가격	판매자
	E-8	화장실 잠금장치	가로122 세로65 높이15	₩ 15,180	디지털도어락 가람열쇠
	E-9	화장실 잠금장치	가로73 세로45	₩ 15,640	달콤한록
	E-10	휴지걸이 겸 선반	가로180 세로110 높이120	₩ 12,300	동성정우사
F	F-1	도로 반사경	지름800	₩ 89,100	한빛글로리
	F-2	라바콘	가로380 세로380 높이700	₩ 16,840	경민산업몰
	F-3	볼라드	상부지름80 하부지름120 높이1005	₩ 142,000	아이젠테크
	F-4	제설삽	가로740 세로1370	₩ 18,960	올더해피
G	G-1	가그린 디스펜서	가로154 세로136 높이384	₩ 46,690	윤현유통
	G-2	구급함	가로320 세로200 높이150	₩ 15,900	만타
	G-3	기저귀교환대	가로820 세로145 높이550	₩ 300,000	비데가족
	G-4	약 케이스	가로65 세로65 높이20	₩ 1,520	
	G-5	영유아 거치대	가로300 세로140 높이470	₩ 37,700	오렌지store
H	H-1	비상구유도등	가로364 세로310	₩ 28,370	우주전기물류
	H-2	피난유도테이프	높이100	₩ 10,630	SM화이어테크
	H-3	피난유도테이프	지름110 높이50	₩ 26,000	다우금속
I	I-1	다용도 플라스틱 통	윗지름460 밑지름330 높이540	₩ 17,800	크린메이트샵
	I-2	대걸레	가로900 세로1230	₩ 27,300	무무대
	I-3	분리수거함	가로1360 세로820 높이1160	₩ 320,000	구구팩토리
	I-4	분리수거함	가로400 세로400 높이900	₩ 73,000	sy가구
	I-5	빗자루	가로320 세로790	₩ 5,000	다이소
	I-6	쓰레기통	지름350 높이680	₩ 88,900	do it 마켓
	I-7	쓰레기통	지름350 높이680	₩ 178,000	엠통상
	I-8	쓰레기통	지름450 높이740	₩ 134,000	팔팔유통
	I-9	오픈 쓰레기통	지름340 높이720	₩ 158,000	아익삼익
	I-10	종이수거함	가로1500 세로1200 높이1250	₩ 495,000	위드리빙
	I-11	짤순이	가로400 세로420 높이710	₩ 73,000	크린메이트샵
	I-121	청소도구 정리용 홀더	가로60 세로60 높이50	₩ 4,230	바이쥬라몰
J	J-1	(모형) CCTV	가로48 세로170 높이123	₩ 9,220	모원
	J-2	(모형) CCTV	지름127 높이90	₩ 6,330	모원
	J-3	감시카메라 모양 조명	가로97 높이81 깊이183	₩ 31,400	태양광가로등
	J-4	방범조명	가로95 세로120	₩ 22,000	브라핑크
	J-5	빛반사 테이프	지름105 높이200	₩ 78,430	워크맨즈
	J-6	빛반사 테이프	지름40 높이50	₩ 17,700	썬디컴퍼니
	J-7	산책로 바닥 LED	가로90 세로90 높이55	₩ 40,430	JS파인샵
	J-8	야간센서등	지름80	₩ 10,900	모모누
	J-9	오픈 쓰레기통	지름340 높이720	₩ 158,000	아이삼익
	J-10	창틀스토퍼	가로58 세로35 높이23	₩ 3,980	모원
K	K-1	명함거치대	가로100 세로95 높이94	₩ 4,250	모원
	K-2	벽부형 간판	지름400 높이200	₩ 48,500	피오피코리아샵

구분		이름	크기(mm)	가격	판매자
	K-3	북카트	가로745 세로420 높이805	₩ 75,900	마켓비
	K-4	신문거치대	가로730 세로400 높이900	₩ 129,970	셀링원더
	K-5	아크릴꽃이	가로233 세로93 높이275	₩ 8,500	아베라
	K-6	안내문 꽂이 가로형	가로100 세로60 높이65	₩ 6,190	모원
	K-7	안내문 꽂이 세로형	가로160 세로60 높이250	₩ 7,010	모원
	K-8	입간판	가로425 세로425 높이1500	₩ 184,000	오케이마켓
	K-9	잡지꽂이	가로550 세로360 높이860	₩ 62,120	21세기트랜드
	K-10	A형 입간판	정면:가로300 세로600	₩ 53,900	티그램
L	L-1	1회용 투표함	가로250 세로200 높이310	₩ 6,470	위원알앤디
	L-2	건의함	가로190 세로105 높이285	₩ 20,000	제이에스글로벌, 하비스토어
	L-3	건의함	가로200 세로135 높이310	₩ 32,300	jsh2jsh2
	L-4	건의함	가로250 세로135 높이316	₩ 24,900	마프
	L-5	고충처리함	가로200 세로80 높이300	₩ 35,010	플렉스토어
M	M-1	서류 분류함	가로265 세로358 높이205	₩ 38,259	모원
	M-2	서류 분류함	가로324 세로396 높이324	₩ 85,200	카파맥스
	M-3	해면기	지름80 높이40	₩ 2,640	모원
N	N-1	단풍나무	높이1200	₩ 170,000	나무나라꽃이야기
	N-2	대형 몬스테라	길이895 잎사귀지름295	₩ 8,500	아베라
	N-3	도시루	길이500 잎사귀지름295	₩ 5,200	아베라
	N-4	몬스테라화분	높이700	₩ 16,490	추천 플랫폼
	N-5	셀렘	길이620 잎사귀지름120	₩ 5,200	아베라
	N-6	아레카야자	길이770	₩ 6,200	아베라
	N-7	올리브	길이800	₩ 9,200	아베라
	N-8	유칼립투스 작은잎	길이800	₩ 9,500	아베라
	N-9	유칼립투스 큰잎	길이880	₩ 9,500	아베라
	N-10	인조새싹	가로630 세로430	₩ 45,400	아이리샵
	N-11	인조잔디	가로630 세로430	₩ 15,380	KINOCITY
	N-12	인조잔디	가로300 세로300	₩ 3,000	다이소
	N-13	중형 몬스테라	길이785 잎사귀지름215	₩ 7,000	아베라
	N-14	코코넛잎 특대형	길이100 잎사귀지름300	₩ 13,000	아베라
	N-15	팔손이 소형	길이400 잎사귀지름250	₩ 7,000	아베라
	N-16	팔손이 중형	길이480 잎사귀지름320	₩ 8,500	아베라
	N-17	허브화분	가로110 세로140 높이155	₩ 13,900	애드투카트
O	O-1	안전 손잡이	가로600 세로550 높이460	₩ 51,000	두진
	O-2	안전 손잡이	길이600 손잡이지름35	₩ 19,400	진성안전
P	P-1	고무매트자재	가로500 세로500	₩ 46,000	해피키즈스토어
	P-2	기저귀교환대	가로820 세로145 높이550	₩ 300,000	비데가족
	P-3	노란발자국	가로600 세로300	₩ 54,000	에이치에스디아이
	P-4	모서리보호대	가로60 세로60 높이26	₩ 7,480	굿마켓컴퍼니

구분		이름	크기(mm)	가격	판매자
	P-5	모서리보호대	가로40 세로40 높이15	₩ 1,000	다이소
	P-6	모서리보호대	가로50 세로50 높이10	₩ 1,000	다이소
	P-7	미끄럼방지테이프	지름180 높이50	₩ 9,400	블랙메론
	P-8	영유아 거치대	가로300 세로140 높이470	₩ 37,700	오렌지store
	P-9	코너안전쿠션	가로100 세로1000 높이13	₩ 14,470	어서와샵
	P-10	코너안전쿠션	지름150 세로300	₩ 35,800	필레오샵
	P-11	쿠션 테이프	지름130 세로50	₩ 8,680	마할로몰
Q	Q-1	벨트형 가이드라인	지름90 높이230	₩ 110,220	루카스몰
	Q-2	안전펜스	상판:가로1500 세로250, 다리:높이900	₩ 18,990	지앤지 와치모아
	Q-3	울타리	가로1800 높이1200	₩ 93,500	온오프안전
	Q-4	파티션	가로500 높이1800(4폭)	₩ 88,000	에코팩토리
	Q-5	파티션	가로600 높이1200	₩ 70,100	더인파티션
	Q-6	파티션	가로800 높이1400	₩ 96,000	미테 공작소
R	R-1	옥외 안내방송용 스피커	가로185 세로128 높이220	₩ 40,720	Dmark
	R-2	행사진행용 마이크	가로88 세로46 높이110	₩ 58,000	모두드림팜
S	S-1	경사로	가로500 세로270 높이70	₩ 12,060	마인드마크
	S-2	경사로	가로700 세로420 높이90	₩ 59,000	열방
	S-3	경사로	가로700 세로90 높이55	₩ 15,900	캄포,우든픽
	S-4	야자매트	가로1000 세로10000(펼쳤을 때)	₩ 49,600	야자매트
	S-5	점자블록 4종	가로300 세로300	₩ 33,000	마루데코
	S-6	지팡이 의자	의자:가로245 세로215, 지팡이:높이800	₩ 29,610	주스맨
T	T-1	다회용컵	지름70 높이260	₩ 13,900	zhsclq14
	T-2	선반	가로600 세로150	₩ 13,930	비투몰
	T-3	원뿔형 종이컵	지름65 높이100	₩ 12,000	이지컵-세모금컵-생수컵
	T-4	의자	가로565 세로580 높이815	₩ 22,880	공룡플라스틱
	T-5	종이컵디스펜서	가로110 세로95 높이80	₩ 17,600	lipping3
	T-6	종이컵디스펜서	가로85 세로88 높이223	₩ 10,370	여름사자
	T-7	종이컵수거함	가로200 세로230 높이860	₩ 16,110	달콤한생활
	T-8	펜꽂이 접착 볼펜	가로65 세로40 높이165	₩ 10,360	무다몰
U	U-1	자전거 주차대	가로400 세로440 높이780	₩ 13,900	포드림
	U-2	자전거 주차대	가로3000 세로500 높이500	₩ 264,000	안전소방
V	V-1	맨홀 낙하방지 안전망	지름700	₩ 39,360	누리스토어
	V-2	비상탈출해머	가로67 세로125	₩ 2,020	모원
	V-3	소화기 받침대	가로175 세로210 높이65	₩ 3,690	롯데마트
	V-4	화재감지기	지름108	₩ 14,300	다잇소철물
	V-5	화재대피 구조손수건	가로120 세로185	₩ 5,400	제일종합안전
W	W-1	미니 텃밭	가로350 세로350 높이200	₩ 56,000	풀물정원
	W-2	점토블록	가로240 세로60 높이12	₩ 63,600	스TILE
	W-3	시스템 비계 모듈	가로600 세로350 높이250	₩ 115,500	유신메탈시스템

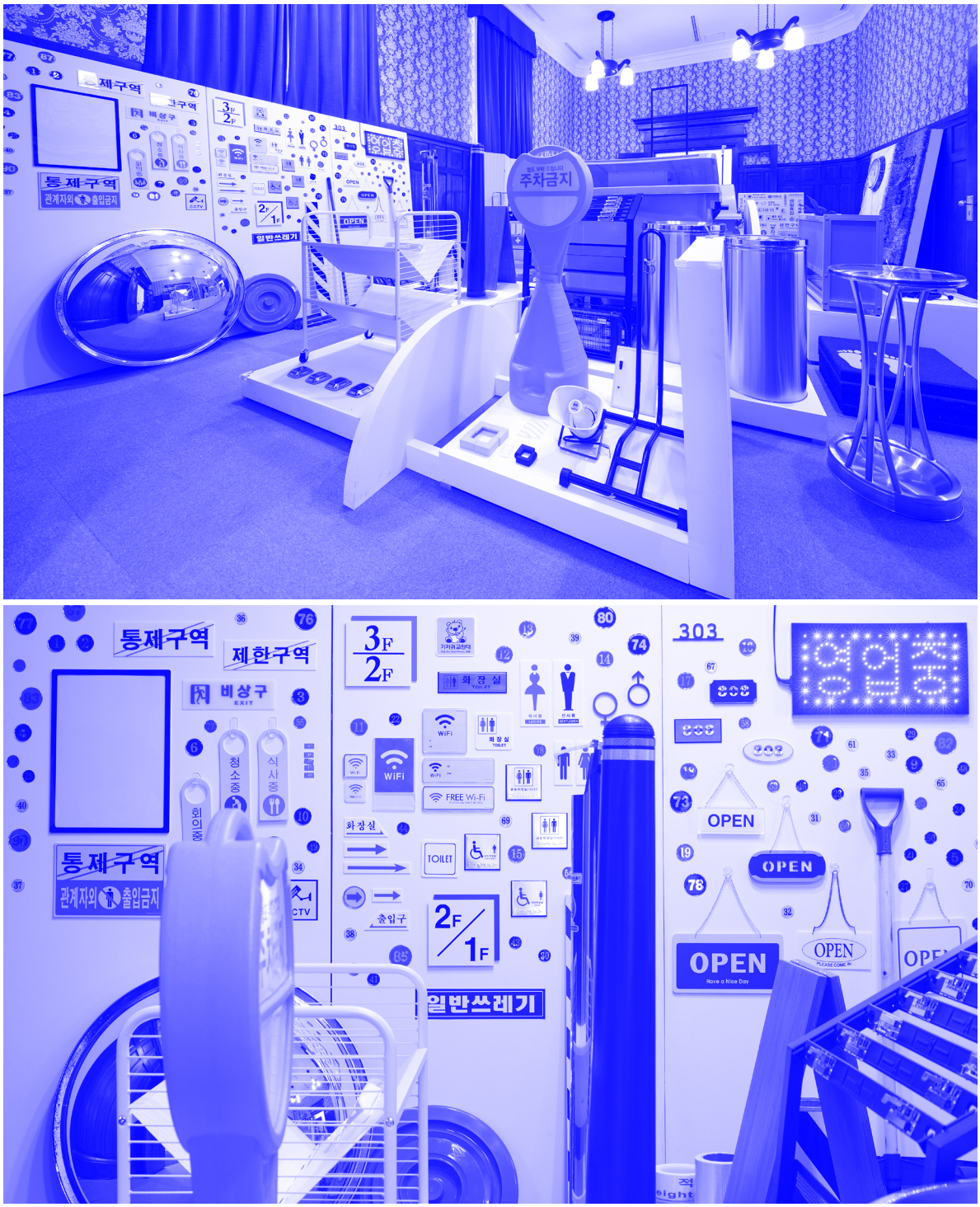
구분		이름	크기(mm)	가격	판매자
	W-4	자전거 주차대	가로400 세로440 높이780	₩ 13,900	포드림
	W-5	자전거 주차대	가로3000 세로500 높이500	₩ 264,000	안전소방
X	X-1	가격표 꽂이	가로76 세로52	₩ 2,360	모원
	X-2	매장가격표	가로84 세로8	₩ 1,260	아베라
	X-3	탈부착공지사항 포켓	가로235 세로 322	₩ 18,020	모원
	X-4	화이트보드	가로180 세로240	₩ 12,900	토비메모리
Y	Y-1	(금연 아이콘)	지름50	₩ 4,000	아트사인
	Y-2	(남자픽토그램)	가로50 세로120	₩ 2,000	아트사인
	Y-3	(여자픽토그램)	가로50 세로120	₩ 2,000	아트사인
	Y-4	(화살표)	가로120 세로40	₩ 1,700	아트사인
	Y-5	(화살표)	가로180 세로30	₩ 2,000	아트사인
	Y-6	(화살표)	가로80 세로35	₩ 1,300	아트사인
	Y-7	(화살표)	지름62	₩ 1,500	아트사인
	Y-8	♀	가로70 세로100	₩ 5,000	명성
	Y-9	♂	가로70 세로100	₩ 5,000	명성
	Y-10	2F / 1F	가로195 세로195	₩ 11,000	아트사인
	Y-11	303호	가로130 세로68	₩ 4,700	아베라
	Y-12	303호	가로130 세로68	₩ 4,700	아베라
	Y-13	303호	가로130 세로68	₩ 7,500	아베라
	Y-14	303호	가로140 세로68	₩ 5,700	아베라
	Y-15	3F / 2F	가로195 세로195	₩ 11,000	아트사인
	Y-16	공용화장실 Toilet (점자)	가로100 세로100	₩ 7,700	아트사인
	Y-17	숙녀용	가로100 세로100	₩ 2,800	아트사인
	Y-18	숙녀용 Ladies	가로80 세로180	₩ 3,600	아트사인
	Y-19	식사중	가로80 세로250	₩ 4,400	아트사인
	Y-20	신사용	가로100 세로100	₩ 2,800	아트사인
	Y-21	신사용 Gentlemen	가로80 세로180	₩ 3,600	아트사인
	Y-22	영업중	가로480 세로250	₩ 29,670	지라이트
	Y-23	제한구역	가로250 세로80	₩ 3,900	아트사인
	Y-24	청소중	가로80 세로250	₩ 4,400	아트사인
	Y-25	통제구역	가로270 세로95	₩ 4,300	아트사인
	Y-26	통제구역 관계자외 출입금지	가로300 세로200	₩ 7,700	아트사인
	Y-27	화장실	가로120 세로50	₩ 2,000	아트사인
	Y-28	화장실 TOILET	가로100 세로100	₩ 2,800	아트사인
	Y-29	화장실 TOILET	가로190 세로60	₩ 5,000	아트사인
	Y-30	회의중	가로80 세로250	₩ 4,400	아트사인
	Y-31	FREE Wi-Fi	가로60 세로60	₩ 3,000	아베라
	Y-32	FREE Wi-Fi 무선인터넷을 마음껏 즐기세요	가로195 세로65	₩ 4,500	아베라
	Y-33	OPEN / CLOSED	가로200 세로100	₩ 5,000	아베라

구분	이름	크기(mm)	가격	판매자
Y-34	OPEN / CLOSED	가로180 세로80	₩ 13,000	아베라
Y-35	OPEN / CLOSED	가로200 세로200	₩ 8,000	아베라
Y-36	OPEN / CLOSED	가로300 세로160	₩ 10,000	아베라
Y-37	OPEN / CLOSED	가로218 세로90	₩ 17,500	아베라
Y-38	TOILET	가로100 세로100	₩ 2,800	아트사인
Y-39	WiFi	가로65 세로65	₩ 3,000	아베라
Y-40	WiFi ID PW	가로113 세로195	₩ 4,500	아베라
Y-41	WiFi ID PW	가로195 세로65	₩ 4,500	아베라
Y-42	WiFi ID PW	가로120 세로120	₩ 5,500	아베라
Y-43	50	가로100 세로100	₩ 3,170	모원
Y-44	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10	지름48	₩ 10,800	아베라
Y-45	11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20	지름48	₩ 10,800	아베라
Y-46	21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30	지름35	₩ 4,500	아베라
Y-47	31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40	지름35	₩ 4,500	아베라
Y-48	41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50	지름35	₩ 4,500	아베라
Y-49	51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60	지름35	₩ 4,500	아베라
Y-50	61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70	지름35	₩ 4,500	아베라
Y-51	71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80	지름62	₩ 13,500	아베라
Y-52	71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80	지름35	₩ 4,500	아베라
Y-53	81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90	지름62	₩ 13,500	아베라
Y-54	가스밸브를 확인해주세요	가로40 세로120	₩ 1,700	아트사인
Y-55	경비실	가로250 세로80	₩ 8,000	아트사인
Y-56	계단조심	가로250 세로80	₩ 3,900	아트사인
Y-57	고정문	가로55 세로125	₩ 2,950	아베라
Y-58	고정문	지름50	₩ 2,950	아베라
Y-59	관계자외 출입금지	가로180 세로45	₩ 2,200	아트사인
Y-60	광고물부착금지	가로250 세로80	₩ 3,900	아트사인
Y-61	금연	가로180 세로45	₩ 2,200	아트사인
Y-62	금연구역 NON-SMOKING AREA	가로300 세로100	₩ 4,800	아트사인
Y-63	금일휴업	가로95 세로270	₩ 4,300	아트사인
Y-64	기대지마세요	가로100 세로100	₩ 2,800	아트사인
Y-65	깨끗이 사용합시다	가로120 세로40	₩ 1,700	아트사인
Y-66	남자탈의실	가로100 세로100	₩ 2,800	아트사인
Y-67	남자탈의실	가로250 세로80	₩ 3,900	아트사인
Y-68	냉난방중 문을 꼭 닫아주세요	가로200 세로100	₩ 4,200	아트사인
Y-69	냉방중	가로100 세로300	₩ 4,800	아트사인
Y-70	노크하세요	가로120 세로40	₩ 1,700	아트사인
Y-71	다용도실	가로120 세로40	₩ 1,700	아트사인
Y-72	당기세요	가로65 세로65	₩ 2,700	아베라

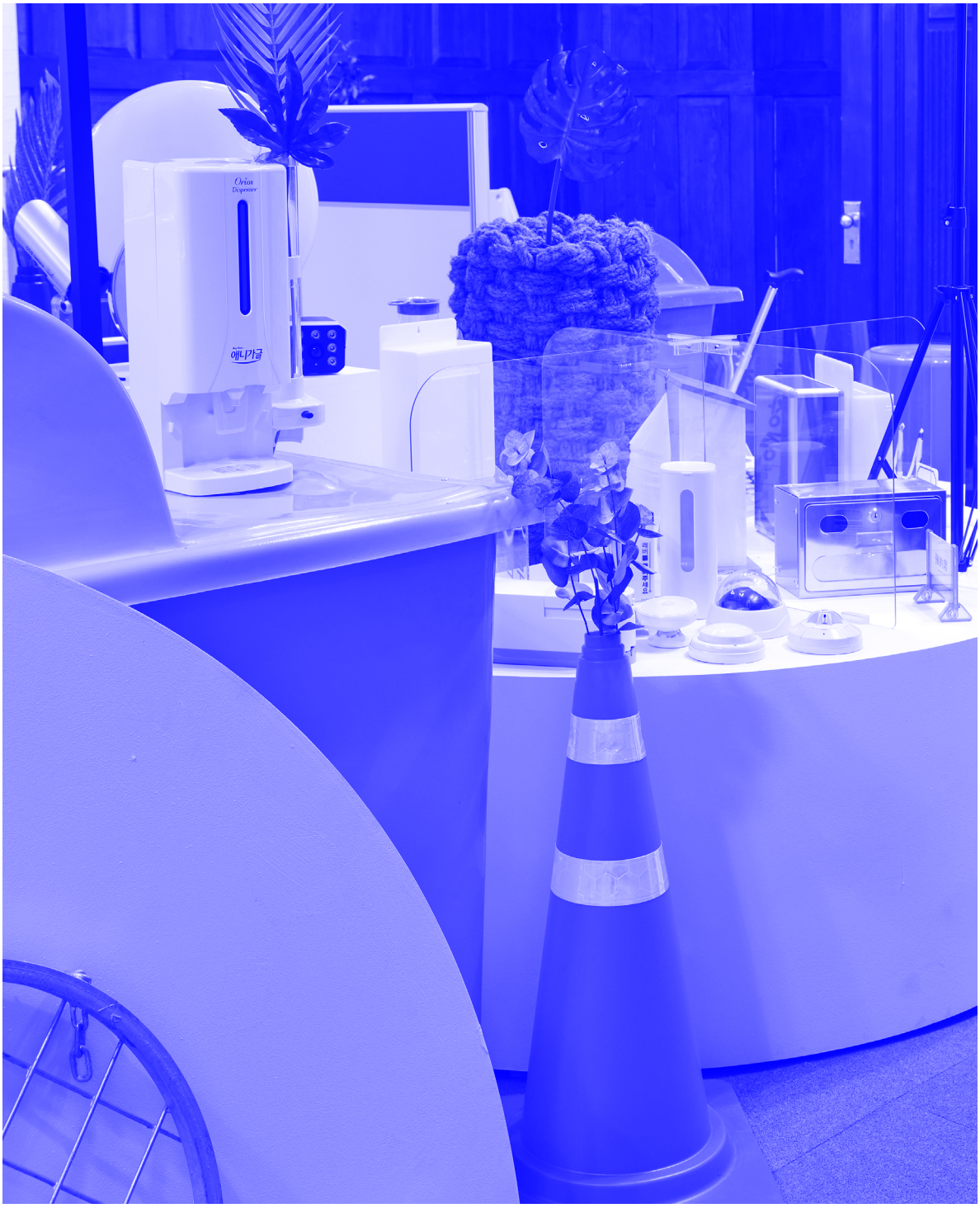
구분	이름	크기(mm)	가격	판매자
Y-73	당기세요	가로55 세로125	₩ 2,950	아베라
Y-74	당기세요	지름50	₩ 2,950	아베라
Y-75	당기시오	가로40 세로55	₩ 2,200	아베라
Y-76	당기시오 Pull	가로80 세로250	₩ 3,900	아트사인
Y-77	매월 O째주 요일 정기휴일	가로100 세로300	₩ 4,800	아트사인
Y-78	머리조심	가로180 세로45	₩ 2,200	아트사인
Y-79	머리조심	가로250 세로80	₩ 3,900	아트사인
Y-80	문을 닫아주세요	가로190 세로60	₩ 3,100	아트사인
Y-81	물은 셀프(Self)입니다	가로270 세로95	₩ 4,300	아트사인
Y-82	물을 아껴씁시다 감사합니다	가로120 세로40	₩ 1,700	아트사인
Y-83	미끄럼주의	가로250 세로80	₩ 3,900	아트사인
Y-84	미성년자 출입금지	가로180 세로45	₩ 2,200	아트사인
Y-85	미세요	가로65 세로65	₩ 2,700	아베라
Y-86	미세요	가로55 세로125	₩ 2,950	아베라
Y-87	미세요	지름50	₩ 2,950	아베라
Y-88	미시오	가로40 세로55	₩ 2,200	아베라
Y-89	미시오 Push	가로80 세로250	₩ 3,900	아트사인
Y-90	반찬은 셀프입니다 Self-Serve	가로300 세로100	₩ 3,000	아트사인
Y-91	보일러실	가로250 세로80	₩ 3,900	아트사인
Y-92	불조심	가로100 세로100	₩ 2,800	아트사인
Y-93	비상구	가로250 세로80	₩ 6,600	아트사인
Y-94	사용후 눌러주세요	가로120 세로40	₩ 1,700	아트사인
Y-95	샤워실	가로250 세로80	₩ 3,900	아트사인
Y-96	소화기	가로100 세로100	₩ 2,800	아트사인
Y-97	손대지마세요	가로100 세로100	₩ 2,800	아트사인
Y-98	손을대지마십시요	가로180 세로45	₩ 2,200	아트사인
Y-99	손조심	가로50 세로120	₩ 2,000	아트사인
Y-100	손조심	지름60	₩ 1,500	아트사인
Y-101	수도가 잠겨있나 확인해주세요	가로40 세로120	₩ 1,700	아트사인
Y-102	식당	가로250 세로80	₩ 3,900	아트사인
Y-103	식사중	가로80 세로250	₩ 3,900	아트사인
Y-104	신발 분실시 책임지지 않습니다	가로250 세로80	₩ 3,900	아트사인
Y-105	신발을 벗고 들어오세요	가로250 세로80	₩ 3,900	아트사인
Y-106	애완동물 출입금지 Pets prohibition	가로100 세로100	₩ 2,800	아트사인
Y-107	여자탈의실	가로100 세로100	₩ 2,800	아트사인
Y-108	여자탈의실	가로250 세로80	₩ 3,900	아트사인
Y-109	영업중	가로80 세로250	₩ 3,900	아트사인
Y-110	외부인 출입금지	가로250 세로80	₩ 3,900	아트사인
Y-111	외부차량 주차금지	가로300 세로200	₩ 7,700	아트사인

구분		이름	크기(mm)	가격	판매자
	Y-112	위험 Danger	가로190 세로60	₩ 3,100	아트사인
	Y-113	음식물 반입금지	가로250 세로80	₩ 3,900	아트사인
	Y-114	절수	가로120 세로40	₩ 1,700	아트사인
	Y-115	절전	가로120 세로40	₩ 1,700	아트사인
	Y-116	직원외 출입금지	가로250 세로80	₩ 3,900	아트사인
	Y-117	차고앞 주차금지	가로95 세로270	₩ 4,300	아트사인
	Y-118	청소도구함	가로120 세로40	₩ 1,700	아트사인
	Y-119	출입구	가로120 세로50	₩ 2,000	아트사인
	Y-120	출입금지	가로80 세로250	₩ 3,900	아트사인
	Y-121	출장중 연락처	가로95 세로270	₩ 4,300	아트사인
	Y-122	커피는 셀프(Self)입니다	가로270 세로95	₩ 4,300	아트사인
	Y-123	탈의실	가로250 세로80	₩ 3,900	아트사인
	Y-124	폐문	가로40 세로55	₩ 4,000	아트사인
	Y-125	폐문	가로40 세로55	₩ 2,200	아베라
	Y-126	폐문	가로65 세로65	₩ 2,700	아베라
	Y-127	포장됩니다	가로190 세로60	₩ 3,100	아트사인
	Y-128	한걸음만 앞으로	가로120 세로40	₩ 1,700	아트사인
	Y-129	휴지는 꼭 휴지통에	가로120 세로40	₩ 1,700	아트사인
	Y-130	흡연구역	가로100 세로100	₩ 2,800	아트사인
	Y-131	흡연장소	가로200 세로100	₩ 4,200	아트사인
	Y-132	CCTV녹화중	가로500 세로130	₩ 15,000	아트사인
	Y-133	Fire Extinguisher	가로100 세로100	₩ 4,000	아트사인
	Y-134	FIXED 고정문	지름50	₩ 3,500	아트사인
	Y-135	PARKING 주차장	가로300 세로100	₩ 4,800	아트사인
	Y-136	PULL	가로55 세로25	₩ 1,800	아베라
	Y-137	PUSH	가로55 세로25	₩ 1,800	아베라
Z	Z-1	예약석 reserved	가로150 세로60 높이70	₩ 4,500	아베라
	Z-2	예약석 reserved	가로170 세로78 높이95	₩ 5,000	아베라
	Z-3	예약석 reserved	가로89 세로89 높이135	₩ 4,500	아베라
	Z-4	예약석 reserved	가로100 세로100 밑판가로100 밑판세로60	₩ 8,000	아베라
	Z-5	예약석 reserved	가로60 세로60 밑판가로60 밑판세로29	₩ 3,600	아베라
	Z-6	예약석 reserved seat	가로105 세로55	₩ 3,400	아베라
	Z-7	예약석 reserved seat	가로127 세로89	₩ 3,800	아베라
	Z-8	대형숫자판	가로190 세로270	₩ 31,240	clubwoongs
	Z-9	청소중 Cleaning in Progress	가로300 세로470 높이 565	₩ 25,920	MarketJnJ
	Z-10	협조부탁드립니다 주차금지	하단:지름350, 상판:지름390 높이1100	₩ 21,300	안전한가
	Z-11	No Parking	가로285 세로285 높이675	₩ 9,500	엄마곰컴퍼니
	Z-12	차량번호 연락처 주차금지	가로180 세로630 높이400	₩ 35,000	표지판팩토리
	Z-13	미끄럼 주의 Caution Wet Floor	가로210 세로610 높이565	₩ 15,900	작은나무두그루

[그림 1] 〈지속 가능한 디자인을 위한 아카이브〉 전시 전경



[그림 2] 〈지속 가능한 디자인을 위한 아카이브〉 전시 전경



[그림 3] 〈지속 가능한 디자인을 위한 아카이브〉 전시 전경

프로젝트 출처

- 《2021 대한민국 공공디자인대상 수상작 사례집》, ((재)한국공예·디자인문화진흥원, 2022)
- 《2020 대한민국 공공디자인대상 수상작 사례집》, ((재)한국공예·디자인문화진흥원, 2021)
- 《2019 대한민국 공공디자인대상 수상작 사례집》, ((재)한국공예·디자인문화진흥원, 2020)
- 《2018 대한민국 공공디자인대상 수상작 사례집》, ((재)한국공예·디자인문화진흥원, 2018)
- 《2017 대한민국 공공디자인대상 수상작 작품집》, ((재)한국공예·디자인문화진흥원, 2017)
- 《제9회 공공디자인대상 수상작 작품집》, ((재)한국공예·디자인문화진흥원, 2016)
- 《2013 대한민국 공공디자인대상 수상작 작품집》, (2013 대한민국 공공디자인대상 사무국, 2013)
- 《2012 공공디자인 국제심포지엄 수상작 작품집》, (2012 대한민국 공공디자인대상 사무국, 2012)
- 《2011 대한민국공공디자인대상》, ((재)한국공예·디자인문화진흥원, 2011)
- 『다함께·살피고·살리는, 2010공공디자인엑스포 더 나은 삶을 위한 디자인』, ((재)한국공예·디자인문화진흥원, 2010)

마이크로코스모스: 공생의 생태계
Microcosmos: Symbiotic Ecosystem

디자인 김건태, 신영은, 곽해나, 정해민
기획 김수향 편집 허인, 이혜승, 유지인 담당 마르쉐 친구들

1. 농(農)의 DNA를 공유하는 시장, 마르쉐@

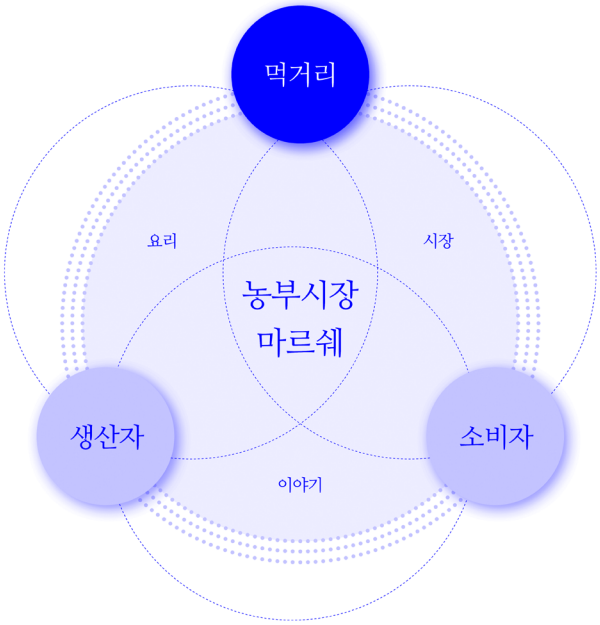
장터, 시장이라는 뜻을 가진 프랑스어 'marché'에 장소 앞에 붙는 전치사 'at(@)'을 더해 이루어진 '마르쉐@'은 도시 곳곳 어디에서든 열릴 수 있는 시장을 의미한다. 도시의 다양한 공간에서 정기적/비정기적으로 도시공간의 새로운 쓰임으로 열리는 시장은 시민들이 함께 어울리고 새로운 삶의 방식을 공유하는 열린 공간의 역할을 한다.

우리는 2012년 10월 첫 시장을 열었다. 시장에 다양한 개인으로 참여한 농부, 요리사, 수공예가들은 대화하고 협업하는 경험을 통해 시장을 '학교'이자 '유기체'로 느꼈다. 우리를 연결하는 중심에 농사짓는 삶이 있다는 인식을 공유하면서 2014년 마르쉐를 '농부시장'으로 재정의했다.

[그림 1] 손으로 쓰는 칠판 배너

[그림 2] 마르쉐 시장. 위에서부터 농부시장, 채소시장, 작은시장

농부시장 마르쉐는
먹거리를 통해 삶을 연결합니다



[그림 3] 마르쉐 구성

함께하는 생산자들

농부	도시농부, 채집농부, 토종농부, 마켓가드너, 귀촌, 소규모농가, 농가음식, 농가가공
요리사	제철, 로컬, 팜투테이블, 채식지향, 전승식문화, 제로웨이스트
수공예가 & 이벤트	공정무역, 생산자의 이야기가 담긴물품, 지구를 위한 생활용품

[그림 4] 마르쉐와 함께하는 생산자들

2. 관계의 거리

농부시장은 생산자와 소비자의 물리적 거리가 가장 짧은 시장입니다. 농부는 대화를 통해 친구가 된 요리사나 손님의 식탁을 생산하며 파종을 한다. 그리고 요리사와의 대화로 얻어지는 씨앗, 레시피, 지속적인 거래는 농장을 다양한 품종의 채소 및 작물, 이어가는 씨앗들이 풍성한 공간으로 변화하게 한다. 이런 먹거리들은 요리사의 작업장, 손님들의 식탁도 바꾼다. 이 모든 변화의 출발이 되는 '대화'를 위해 시장의 공간 배치와 집기, 커뮤니케이션이 디자인된다.

2.1. 대화하는 공간을 위한 준비

농부시장은 생산자와 소비자의 물리적 거리가 가장 짧은 시장입니다.

· 쓰레기 없는 시장
· '대화'를 위한 공간집기
· 대화를 돕는 정보공유 SNS

2.2. 대화로 서로 친구가 되는 생산자와 소비자

농부시장에서의 대화 삶의 토대를 이루는 '먹거리'를 통해 관계 맺고 대화하면서 단절되어 있던 삶을 이어준다. 우리의 다른 삶은 그곳에서부터 시작한다.

· 친구를 위한 재배(계약)
· 정기적 판매(꾸러미, 직거래, 구독)
· 씨앗 공유, 생산물에 맞춘 레시피, 방문과 교류, 협업 콘텐츠 생산, 공동 경작

3. 관계의 산물

미생물이 생명활동을 통해 다양한 화학물질을 만들고 무기물을 흡수 가능한 형태로 바꾸는 것처럼 대화는 많은 것을 바꾼다. 마르쉐의 농가행, 필드트립, 씨앗밥상 Seed to Table 등의 시민참여프로그램을 만들기도 하고, '씨앗장'이나 '햇밀장', '커피장' 같은 다양한 시장이 협업을 통해 만들어진다. 때론 농부와 요리사의 경계가 모호해지고 역할이 바뀌는 등 예상하지 못한 변화도 생긴다. 대화를 통해 시장 네트워크는 흥미진진하게 진화한다.

3.1. 씨앗밥상 Seed to Table

농부와 요리사가 만나 씨앗과 작품, 맛, 요리법에 대한 이야기를 나누는 밥상모임

3.2. 농가행

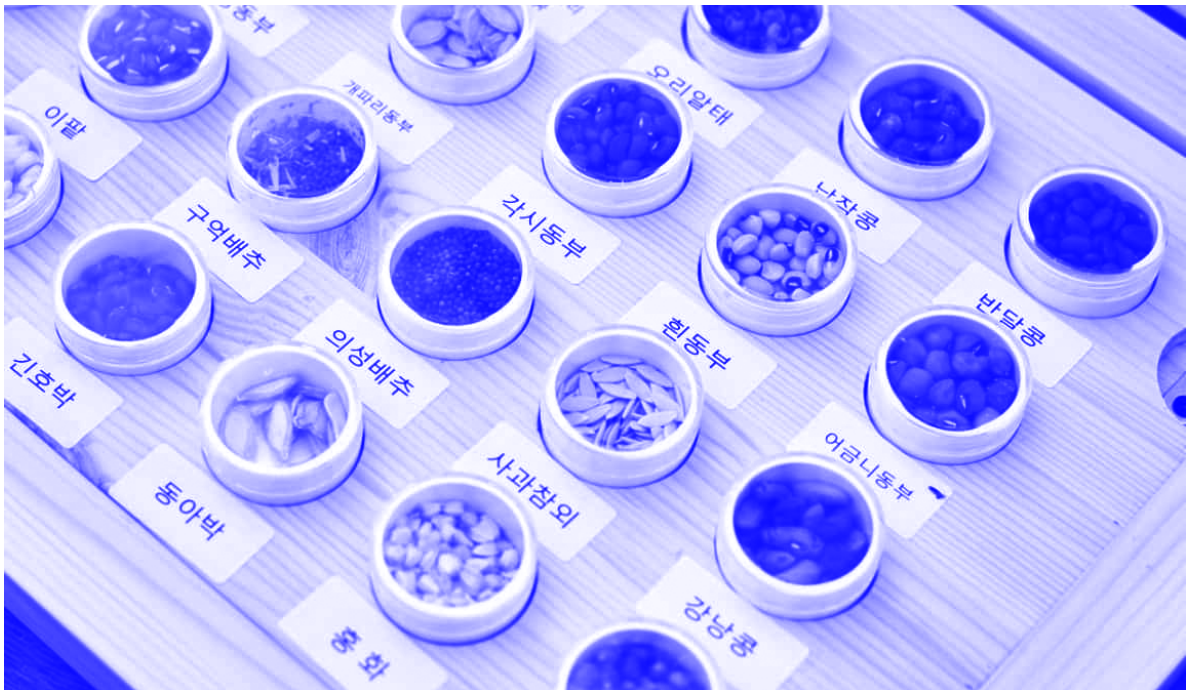
· 농가에서 함께하는 농사경험, 함께 나누는 일손 돕기
· 1년간 토종벼농사 함께 짓기

3.3. 주제가 있는 시장

· 이어가는 씨앗장(10회)
  매년 봄 농부들이 저마다 이어가는 씨앗을 나누고 교환하는 시장
· 토종장(9회)
  올해 기른 재래종 채소와 곡식을 맛보고 알리는 시장
· 햇밀장(7회)
  밀수학을 축하하며 밀농부와 밀직업자들이 함께 만드는 시장
· 커피장(5회)
  농부의 열매 커피, 작은 로스터리들이 함께 만드는 시장

[그림 5] 씨앗밥상 Seed to Table

[그림 6] 농가행



[그림 7] 이어가는 씨앗장

[그림 8] 토종장

[그림 9] 햇밀장

[그림 10] 커피장

[그림 11] 마르쉐 실천

4. 관계의 재생산

관계는 생산자와 소비자의 다른 행동 방식을 이끌어낸다. 마르쉐는 처음 문을 열 때부터 대화를 방해하는 것을 줄여가는 것을 시장 디자인에 가장 중요한 요소로 삼았다. 일회용기를 쓰지 않을 수 있게 '빌려 쓰는 그릇'을 운영하고, 공중공간에 설거지대를 설치했다. 용기를 반납하는 소비자에게 생산자는 감사를 표시하며 플라스틱 의존도를 줄여 왔다. 시장의 음식물쓰레기는 다시 농부의 밭으로 돌아간다. 손님들도 적극적으로 포장재를 모아 출점자들의 재사용을 돕는다. 이 과정에서 필요한 일손은 시민자원활동의 도움을 받는다. 이런 실험은 참여자들의 다른 행동을 가능하게 하며, 이런 행위들은 SNS를 통해 공유되고 독려되고 확산된다.

4.1. 소비자들의 연결과 참여

관계는 생산자와 소비자의 다른 행동방식을 이끌어낸다.

· 빌려 쓰는 그릇
· 다시 쓰는 종이봉투
· 장바구니와 용기준비
· 시민 자원활동
· 서포터즈 운영

[그림 12] 〈마이크로코스모스: 공생의 생태계〉 전시 전경

5. 미생물과 함께

산업화된 먹거리의 지속가능하지 않은 생산과 유통 구조는 다양성 훼손과 환경파괴를 불러오고 있다. 자연을 통제하는 대규모 단작, 스마트팜과 양액재배, 대량유통을 위해 미생물은 박멸의 대상이 되기도 한다. 소규모 공방에서 전승지식을 이어가며 만들어지는 다양한 먹거리는 설 자리를 잃어가고, 바이러스의 이동을 막기 위해 비대면 플랫폼에서의 거래가 선호되는 상황에, 농부시장 마르쉐는 시대의 흐름의 반대 방향으로 나아가고 있다.

2019년부터 동네 곳곳에서 열리는 작은시장인 '채소시장'에서 일상의 장보기를 돕고 다품종 소량생산을 지향하는 소규모 농부들의 삶의 지속성을 도모하고 있다. 그중의 한 시장은 지구농부시장이라는 별명을 가지고 자연농, 재생유기농업, 퍼머컬쳐 등 미생물과 협력해서 토양을 살려가는 농부의 이야기를 모아낸다. 2021년부터는 공장형 먹거리에 밀려나는 공방형 먹거리를 위한 '작은시장'을 열고 있다. 이곳에서 요리사(소규모 푸드아티잔)는 발효, 저장 등 전승지식을 이어가며 수작업으로 생산한 먹거리를 소비자들에게 직접 전달하고 있다. 손님은 용기를 가져와 음식을 담아가고, 필요한 설명을 충분히 전달받으며 제철의 재료를 이용한 맛있는 한 끼를 경험한다.

[그림 13] 〈마이크로코스모스: 공생의 생태계〉 전시 전경

5.1. 토양회복을 위한 지구농사

· 화학물질과 플라스틱에 의존하지 않고 토양회복과 생명다양성을 추구하는 농사
· 지구농부시장 / 지구농부포럼 / 지구농부필드트립 / 지구농부 토크 &전시

5.2. 다양하고 지속 가능한 먹거리

· 공방형 먹거리를 위한 작은시장 운영
· 소규모 생산시스템과 먹거리 다양성 추구
· 발효, 저장 등 자급적 삶기술 익히기

6. 마이크로코스모스

올해로 10주년을 맞는 농부시장 마르쉐는 여전히 자연과 인간의 삶을 함께 배려하는 먹거리를 통해 사람들을 만나게 한다. 그리고 이를 둘러싸고 있는 다양한 관계와 구조에 관심을 갖고 대화하려는 개인들의 마이크로코스모스로 존재한다. 지극히 불안정적이고 가변적인 이 작은 우주 안에서 이어가는 우리의 대화가 우리를 보다 유기적으로 연결하고 더 풍부한 다양성의 세계로 이끌어갈 것을 기대한다.

오가닉 시리즈
Organic Series

참여작가 김하늘, 김우진
큐레이터 시멘트(박용훈·양효정)

스택 앤 스택(Stack and Stack), 2021

폐마스크, 폐마스크 원단, 스툴, 의자

일회용 마스크는 플라스틱(PP) 소재의 멜트블로운 필터(Melt Blown Filter)와 부직포(Spun- boud)로 구성되어 있는 플라스틱 제품이다. 코로나 19 사태로 인하여 마스크의 수요와 그에 따른 폐기가 기하급수적으로 증가했다. 플라스틱 소재의 마스크는 인간의 생명을 지켜주지만, 결국 마모되고 풍화되면서 미세 플라스틱으로 변해 해양생물을 위협한다.

스택 앤 스택은 '쌓이고 쌓인다'라는 의미다. 하염없이 쌓여만 가는 마스크 원단, 불량 '폐마스크'를 쌓아 녹이고 굳혀서 만들었다. 의자 형태의 모듈을 제작해 플라스틱 소재의 마스크를 녹이고 식혀 다시 굳힌다. 이렇게 얇은 천이었던 마스크는 수천 장이 합쳐지고, 마침내 단단하고 질긴 플라스틱의 내구성을 갖게 된다. 코로나 19로 인한 환경문제가 만들어낸 이 스툴은 서로 교차하여 쌓을 수 있다.

마스크를 재활용한다는 호기심이 의자라는 오브제가 되는 결과에서 멈추지 않고, 환경오염의 심각성을 알리고 그 문제를 해결할 수 있는 가능성이 되기를 바란다.

번들 시리즈(Bundle Series), 2022

폐마스크 필터, 스툴, 의자, 벤치, 테이블

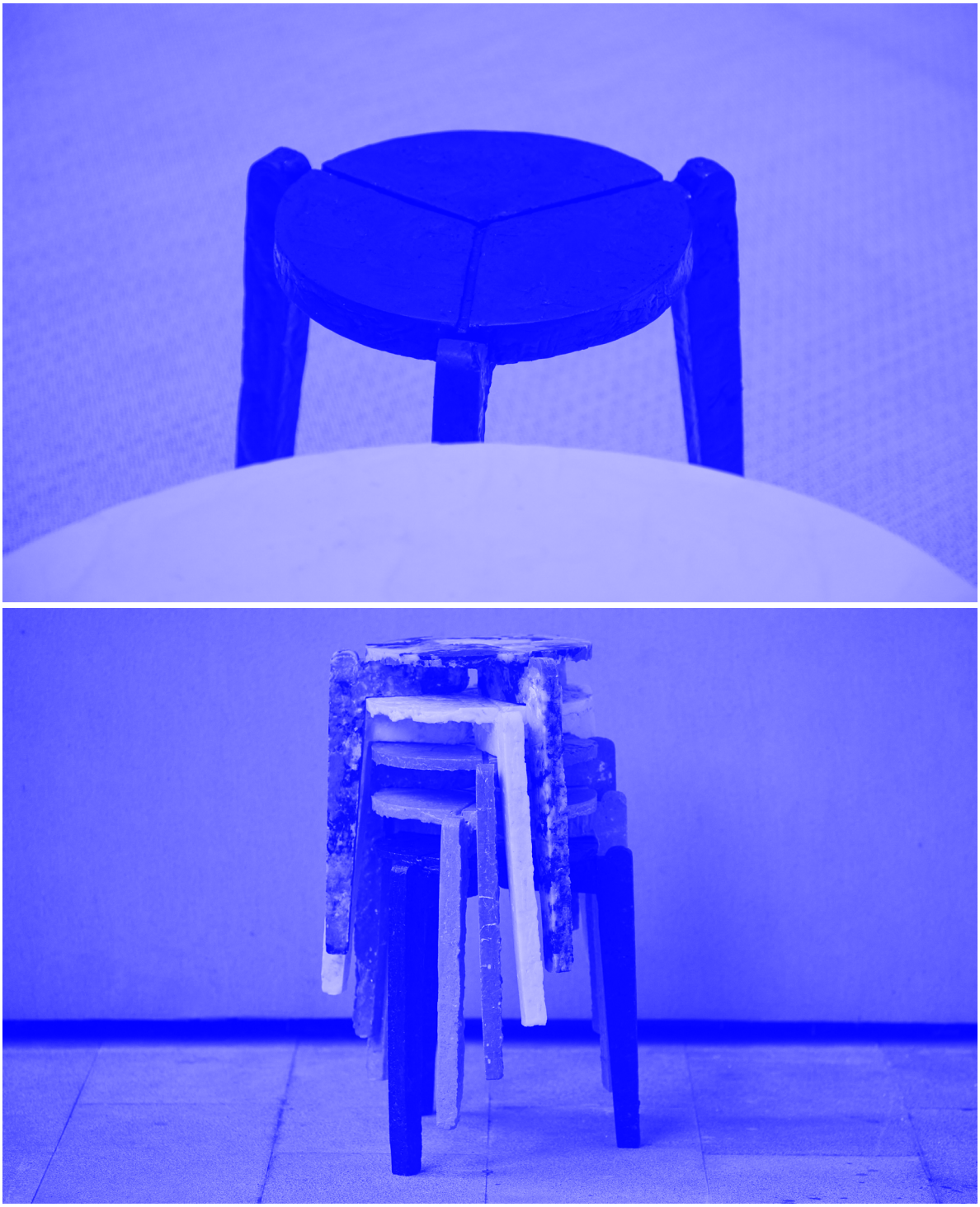
코로나 19 사태로 인해 국내 마스크 공장의 개체가 3배 가까이 증가하면서 하루에 생산되는 마스크의 양은 수요의 두 배가 넘는 9천 만개. 그로 인해 마스크 제조 공장의 폐업 사례가 속출하고 있다. 마스크를 제조하는 공정에서 버려지는 원단과 불량품은 그중 10%, 현재 수백 톤 단위로 쌓여만 가는 마스크 원단 폐기로 인한 문제가 커지고 있다.

공장에서 버려지는 원단은 부직포와 멜트블로운(MB) 필터로, 폴리프로필렌이라는 플라스틱 소재다. 부직포와 멜트블로운(MB) 필터 원단은 제조 설비의 제로 사이클, 자투리 혹은 설비 오류로 인해 끊어질 경우 그대로 폐기된다.

번들 시리즈는 원기둥 모양으로 돌돌 말아져 있는 '폐마스크 필터'를 활용한 작품인데, 시리즈의 형태는 원기둥 모양의 필터로부터 도출되었다. 이 작품은 원기둥 모양으로 적당히 말아낸 폐마스크 필터를 부분마다 녹여내며 만들었다.

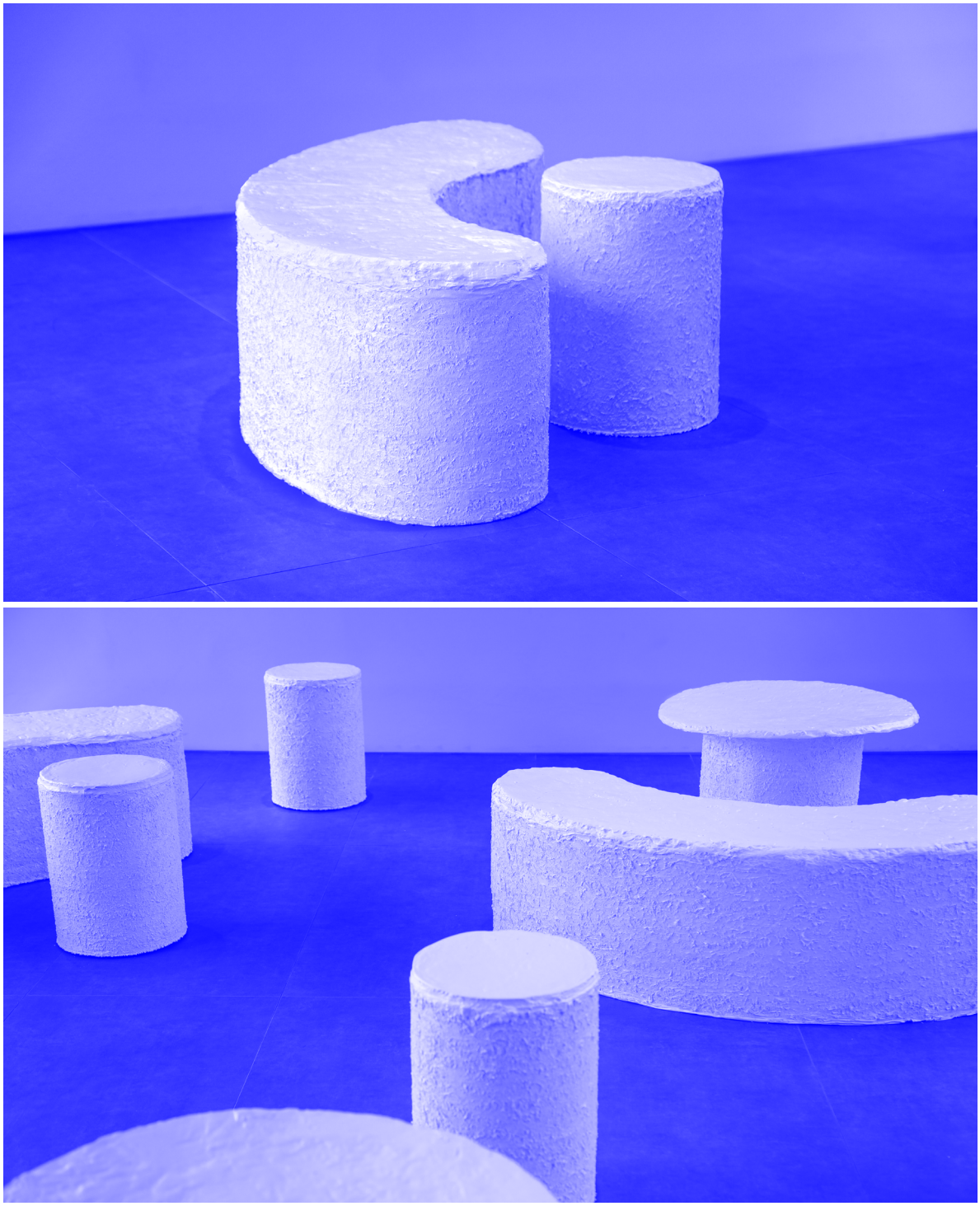
폐마스크를 완전히 액화시킨 뒤 원하는 모양을 잡아내는 스택 앤 스택과는 다르게, 폐마스크 필터의 부분 부분에만 의도적으로 고열을 가해 반복적인 텍스쳐를 얻어내는 것이 이 작품의 특징. 디자이너가 의도한 텍스쳐는 기능적으로도 심미적으로도 뛰어난 경도를 갖게 된다.

[그림 1] 폐마스크 가공 공정

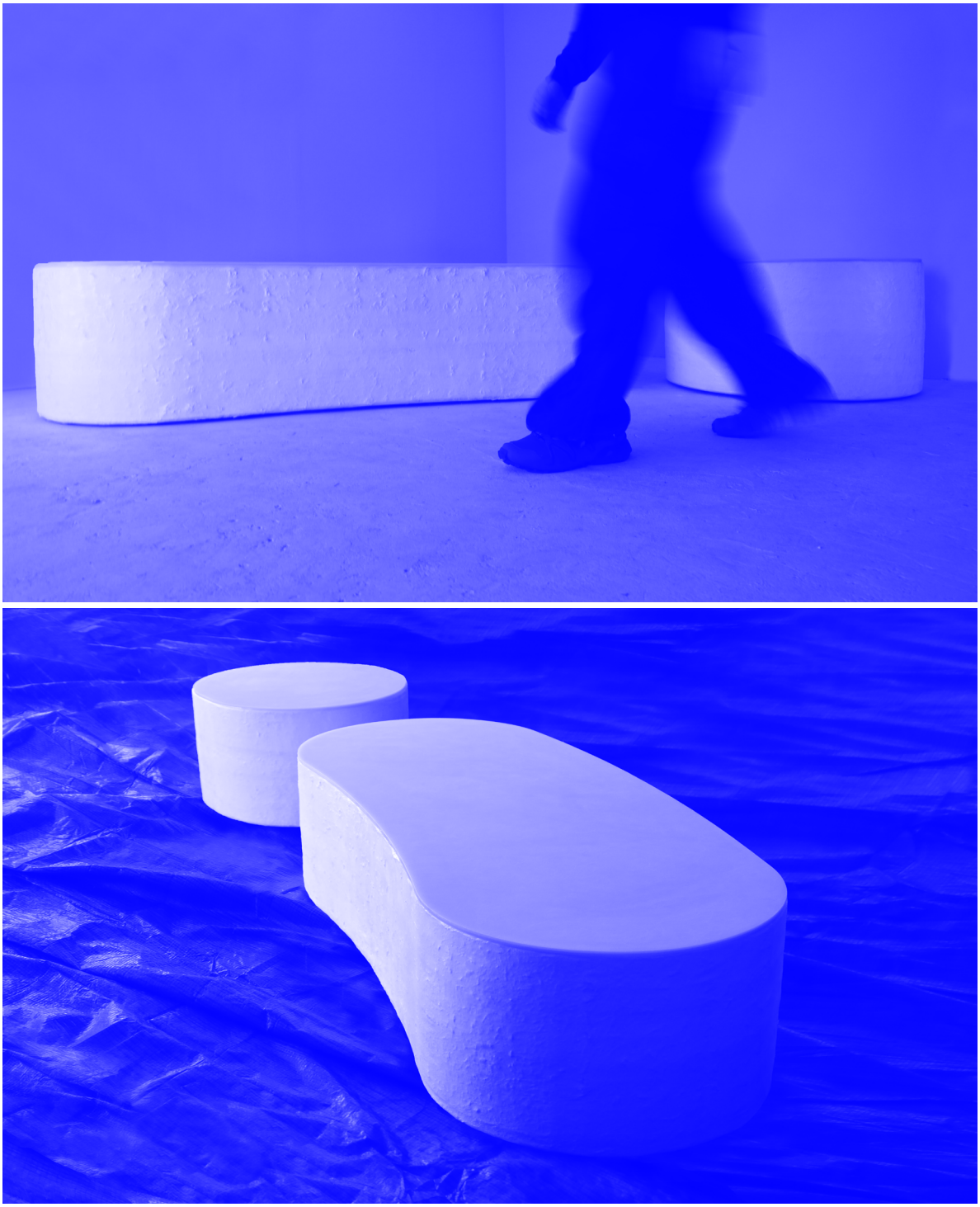


[그림 2] 스택 앤 스택(Stack and Stack)

[그림 3] 스택 앤 스택(Stack and Stack)



[그림 4] 번들 시리즈(Bundle Series)



[그림 5] 번들 시리즈(Bundle Series)

스퀘어 체어(Square Chair), 2022

폐마스크 판재, 물푸레 나무, 의자

무인양품을 위한 스퀘어 체어는 지속 가능한 소재에 관한 연구와 덜어내는 미학의 접점에서 탄생한 의자다. 폐마스크 판재를 등받이와 좌판으로, 무인양품의 물푸레 나무를 의자의 프레임으로 활용했다.

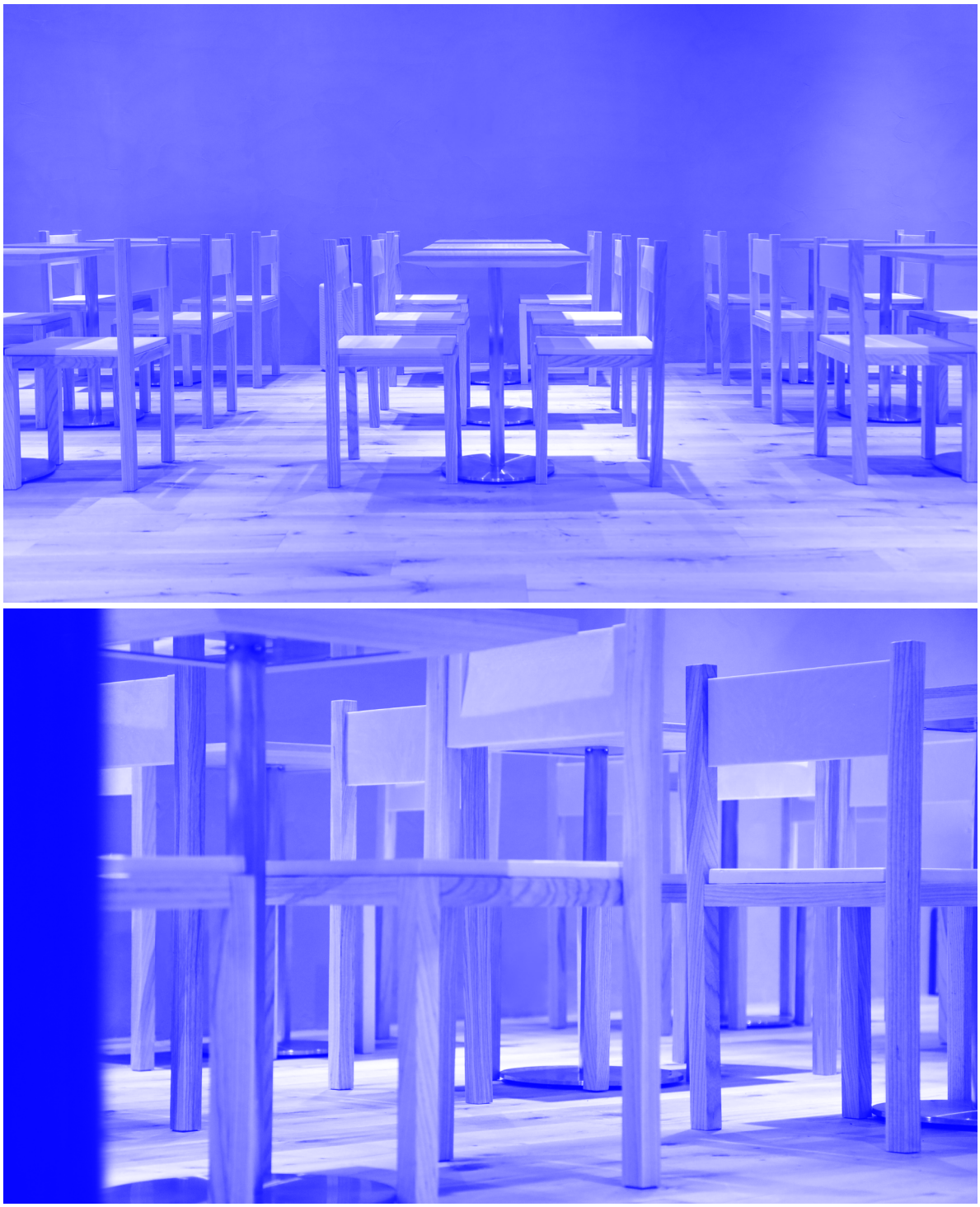
일반적인 다른 소재와도 적절한 화합을 이룰 수 있는 폐마스크 소재의 가능성을 확인할 수 있는 작품이다.

오가닉 시리즈(Organic Series), 2022

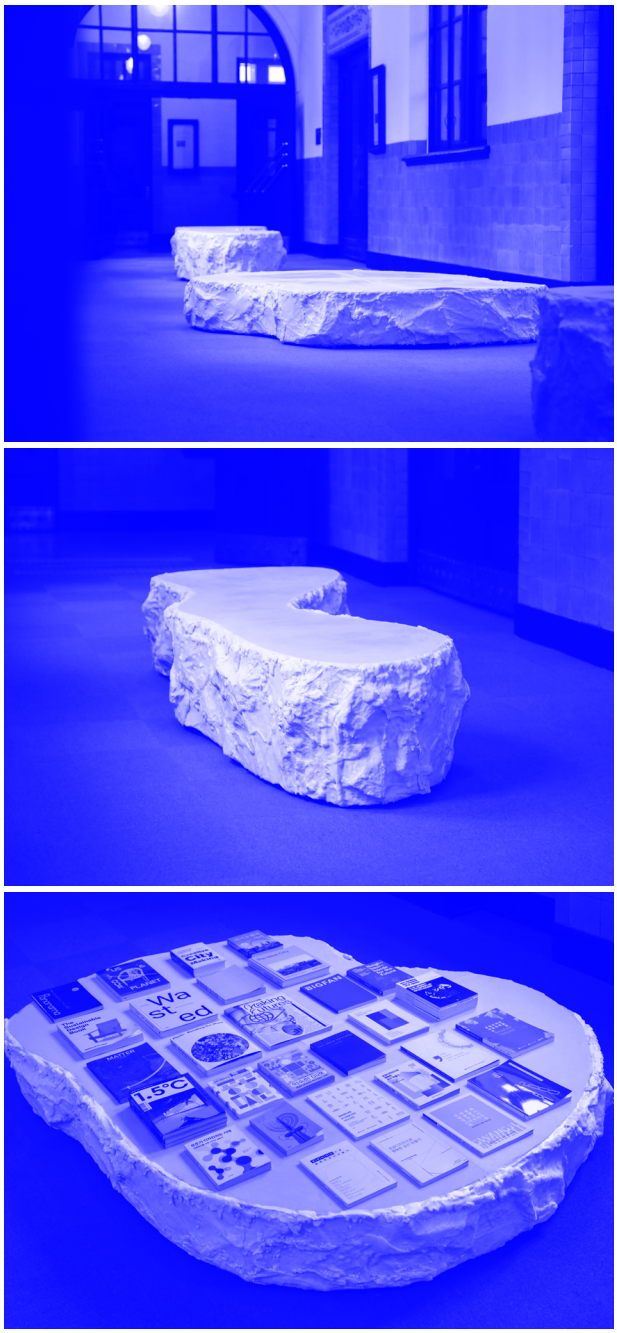
폐마스크 원단, 조명, 스툴, 벤치, 테이블

오가닉 시리즈는 폐마스크 원단을 고온 가공하여 돌과 같은 자연물의 질감을 얻어낸 뒤, 다양한 카테고리의 작품으로 재탄생을 시도한 작품이다.

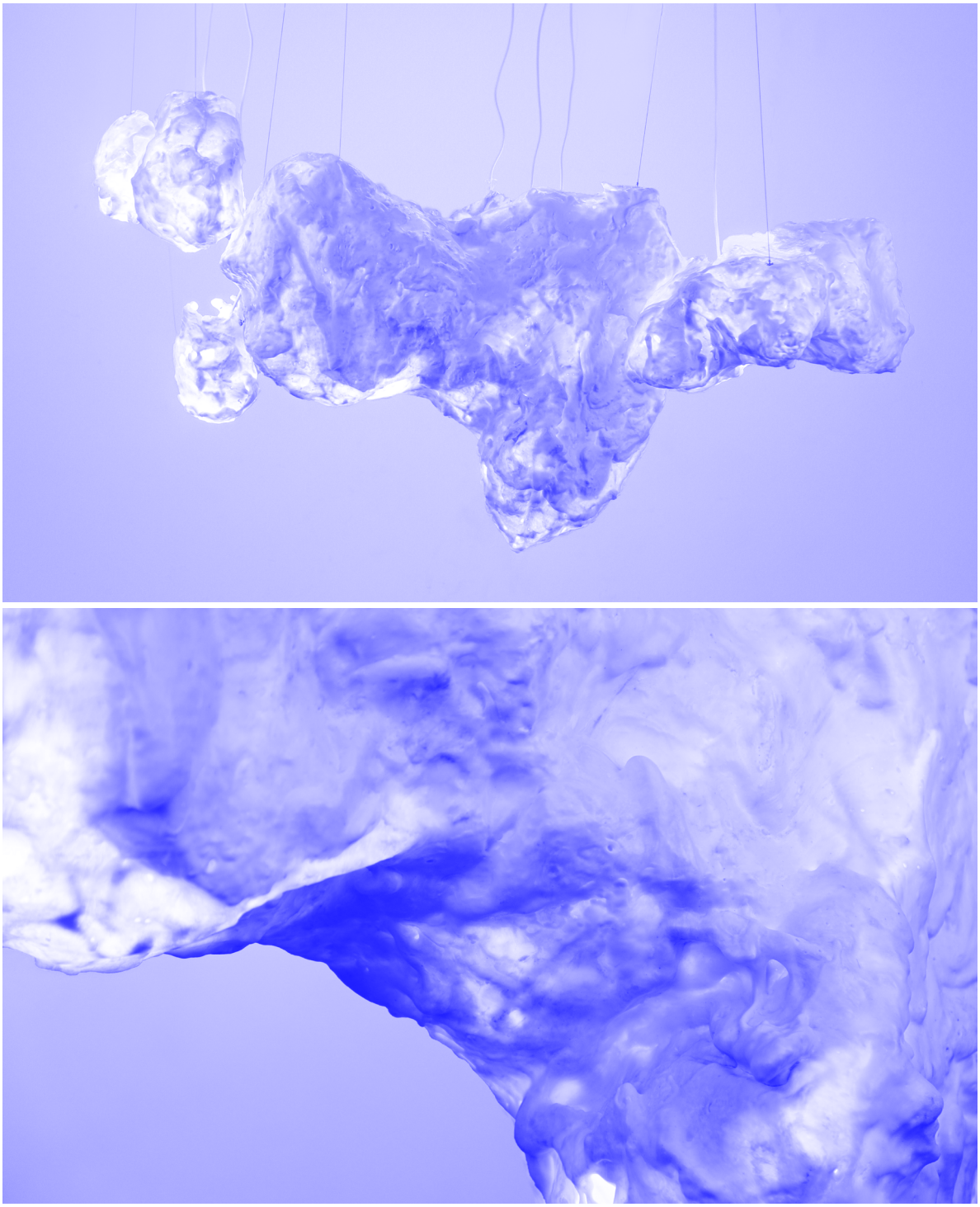
스택 앤 스택과 비슷하게 폐마스크 소재를 흘러내릴 정도로 액화시켜 작업하지만, 원하는 모양의 거푸집을 통해서 제작하는 것이 아닌, 원하는 모양의 원형을 통해서 제작한다는 점에서 기존 시리즈와 차이가 있다.



[그림 6] 스퀘어 체어(Square Chair)



[그림 7] 오가닉 시리즈(Organic Series)



[그림 8] 오가닉 시리즈(Organic Series)

두루두루 시장
Market for All

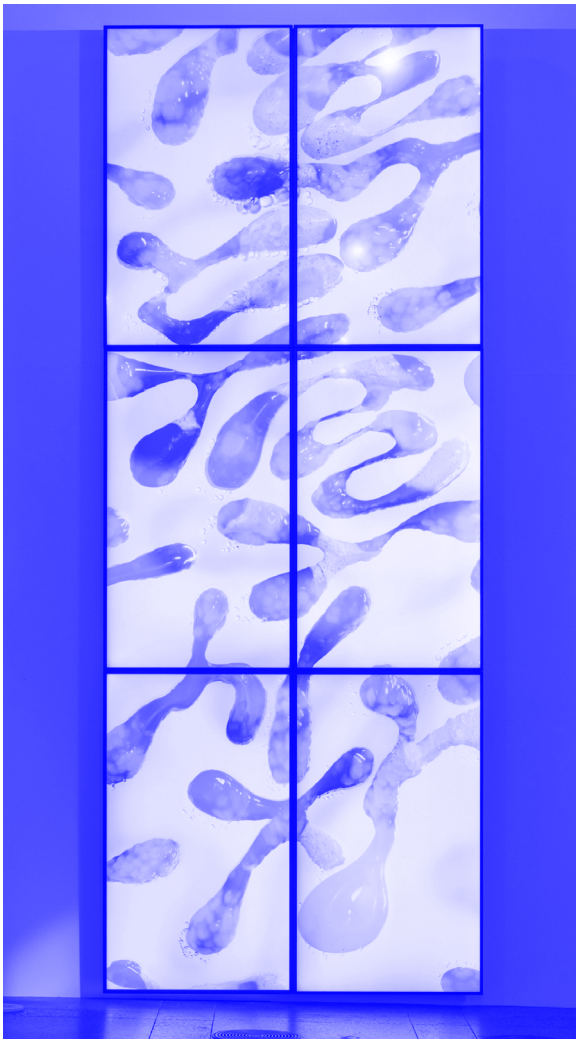
참여기업 쏘왓, 아트봇, 알맹상점, 위켄드랩, 커피큐브, 페이퍼팝, 프루티바스켓, 그레이프랩, 민들레마음, 밀키프로젝트, 아르크마인드, 틴, 허그어웨일, 히즈빈스, 널담, 로우로우, 베어베터, 신이어마켈, 져스트프로젝트, 지구샵, 포포포매거진, 매거진 MSV, 메이크디, 서스테이너블랩, 소이프, 보틀팩토리, 플라스틱베이커리서울, 한아조

참여작가 김현진, 입자필드

큐레이터 석재원 협력 코디네이터 이영주, 최홍주, 한지인

[그림 1] 〈두루두루 시장〉 전시 전경

재화나 용역을 생산, 유통, 판매하는 일에 친환경, 공정 무역, 지속가능성의 가치를 담는 기업이 늘어나고 있다. 전통 시장을 모티프로 한 〈두루두루 시장〉은 지속 가능한 생산과 판매로 변화를 만들어 가는 28개 기업을 전시장으로 초대해 '살아 숨 쉬는 시장'을 연출했다. 관람객은 이곳에서 생산자를 만나 직접 소통하며 주체적 소비로 기업 활동에 동참하는 일이 어떻게 우리 일상을 바꾸는지 경험했다.



[그림 2] 〈오가닉타입〉, 김현진, 입자필드

[그림 3] 〈두루두루 시장〉 전시 전경

[그림 4] 〈두루두루 시장〉 전시 전경

쏘왓

슬로우 패션을 지향하며 지속 가능한 지구를 위한 패션 가치관이 당연해지는 날을 꿈꾸는 쏘왓의 디자인에는 지속 가능함을 담아, 화려함보다 더 중요한 가치가 담겨있다. 첫째, 입는 사람에게 무해함과 동시에 더불어 살아가는 지구의 환경을 오염시키지 않는 옳은 가치가 담긴 패션을 추구하며 한 철 입고 버리는 질 나쁜 패스트패션을 지양한다. 둘째, 오래 입어도 튼튼한 질 좋은 패션을 추구한다. 원가를 줄이기 위해 환경을 오염시키는 값싼 소재는 사용하지 않는다. 원자재부터 배송까지 플라스틱 사용을 줄이고 탄소 배출을 최소화하는 선택을 한다. 쏘왓은 이처럼 다품종 대량생산의 기존 관행에 대항하며 단 한 스타일을 만들더라도 버려지지 않도록 최선을 다하는 브랜드가 되도록 노력한다.

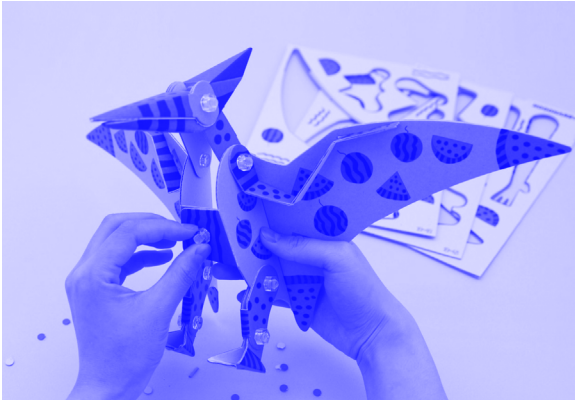
sowhaat.com

아트봇

한두 번 갖고 놀다 버려지는 장난감으로 인한 플라스틱 폐기물을 줄이기 위한 노력의 결과인 아트봇은 골판지와 볼트, 너트로 만들어진 조립 장난감이다. 골판지에 사용되는 친환경 종이 얼스팩(Earth Pack)은 사탕수수 잔여물 바가스(Bagasse)로 만든 비목재 종이로 매립 시 미생물에 의해 3개월 내에 생분해되며 인체에도 안전하다. 플라스틱 볼트, 너트 역시 안전하게 재활용·재사용이 가능한 폴리카보네이트 소재를 사용했다. 아트봇은 볼트, 너트로 관절을 조립 후 동작을 자유자재로 바꿀 수 있으며, 너트를 회전하여 볼트와 결합하는 방식은 성장기 아이들의 소근육 운동능력 발달에도 효과적이다.

artbotstore.com

[그림 5] 쏘왓



[그림 6] 아트봇

알맹상점

알맹상점은 2018년 '쓰레기 대란'이 터졌을 때 쓰지 않은 장바구니를 모아 시장에서 대여하고 '용기 내' 알맹이만 사려고 노력하던 알맹이만 찾는 자(알짜)들의 모임에서 시작되었다. 알짜들은 망원시장의 카페엠에서 6개월 동안 무인 세제 리필숍을 열고 마르쉐@혜화에서 리필 팝업숍을 운영했다. 알맹상점은 한국형 제로웨이스트 샵의 긍정적 기준을 제시하며 전국의 다양한 제로웨이스트 숍들과 연대한다. 서울 망원점은 국내에서 가장 다양한 제로웨이스트 제품과 리필 벌크 제품을 갖추고 있다. 서울역점은 일회용품 없는 비건 카페와 제로웨이스트 매장을 운영한다.

almang.net

위켄드랩

Material for Tomorrow, 위켄드 랩(WKND Lab)은 '지속 가능한 디자인'을 실천하는 디자인 스튜디오이다. 디자인과 인간, 인간과 자연, 또 디자인과 자연의 관계에 대한 철학을 전하기 위해 소재 중심의 내러티브가 담긴 디자인을 추구한다. 주로 동식물성 폐기물 중 충분히 쓸모가 있음에도 버려지는 것 전반에서 쓰임을 찾아 오브젝트로 재탄생시키는 작업을 하고 있다. 위켄드랩은 단순히 소재를 개발하고 디자인하는 것을 넘어, 친환경 삶을 논의하는 장이 되고자 한다.

wknd-lab.com

[그림 7] 알맹상점

[그림 8] 위켄드랩

커피큐브

100% 커피박 클레이 제품과 플랫폼서비스를 제공한다. 제품 직접 생산 및 커피박 배출자와 제품 생산자를 연결하여 100% 커피 쓰레기 재활용을 지향한다. 클레이는 커피박(찌꺼기)를 재활용하여, 100% 천연으로 만들어진 친환경 점토이다. 식품으로만 혼합해 만들었기 때문에 인체에 무해하며, 먹을 수 있을 정도로 깨끗하다.

coffeecube.co.kr

페이퍼팝

페이퍼팝은 한두 해 쓰고 버려지는 가구 폐기물을 줄이기 위한 대안으로 분리배출이 용이한, 재활용될 수 있는 종이로 침대, 책상, 책장, 데스크 파티션, 의자 등 다양한 일상의 물건을 만든다. 제품 개발 단계부터 사용 이후의 순환을 위해 재활용될 수 있는 소재를 선택하며, 모든 제품은 누구나 쉽게 분리배출 할 수 있도록 직관적인 디자인과 조립 방식을 적용한다. 또한 온라인 시장의 확대로 늘어나는 배송 포장지를 줄일 수 있는 최소한의 패키지를 고민한다. 종이 상자, 종이 띠로 비닐 사용을 최소화하며, 재활용이 어려운 소재는 덜어내고 최적의 방법을 찾아 끊임없이 개선한다.

paperpopkr.cafe24.com

[그림 9] 커피큐브

[그림 10] 페이퍼팝

프루티바스켓

프루티바스켓은 사람, 동물, 환경의 조화로운 삶을 위한 펫케어 브랜드이다. 지속 가능한 반려동물 욕실문화를 만들기 위해 로컬 농산물을 활용한 식물성 펫케어 용품을 제공한다. 환경보호를 위한 4R(Reuse, Reduce, Remove, Recycle) 가치를 실천하며 윤리적 소비를 위한 펫 클린 뷰티를 지향하고 있다. 특히, 샴푸바 제품 수익금의 25%는 비글 실험견 구조를 돕는 비글구조네트워크라는 단체로 기부되며, 앞으로도 동물 문제뿐만 아니라 환경문제까지 다양한 사회문제를 돕기 위한 후원을 지속해 갈 예정이다.

fruitybasket.co.kr

그레이프랩

그레이프랩은 환경과 사회문제를 디자이너의 관점에서 바라보고 다양한 실험을 통해 그 해결책을 제시하는 디자인 스튜디오이다. 버려진 자원을 디자인 제품으로 재탄생 시키며, 재활용된 소재를 사용하는 것뿐 아니라 제품 제작 과정 중 발생하는 자투리 소재들은 카드, 태그, 밴드, 쇼핑백으로 만들어 그레이프랩이 지향하는 제로 웨이스트 문화를 만든다. 시민이 참여하는 워크숍을 통해 업사이클링 문화를 확산하며, 더 많은 사람이 환경 문제에 관심을 가질 수 있도록 돕는다. 우리 사회의 소외된 사람들이 일할 수 있는 기회를 만들기 위해 장애인이 자신만의 재능을 발휘할 수 있도록 협업 공간을 제공한다. 이를 통해 수익을 만들어낼 수 있는 상생의 구조를 만든다.

grapelab.co/kr

[그림 11] 프루티바스켓

[그림 12] 그레이프랩

민들레마음

민들레마음은 2018년 여름, 어린이병원 대학생 봉사를 계기로 출발한 예비 사회적 기업이다. 중증희귀난치질환 환아와 가족의 삶의 질 개선을 목표로 다양한 후원과 프로그램을 진행한다. 민들레마음의 디자인 상품은 환아와 함께하는 '상상나라 그림교실'에서 만들어지며, 판매 수익금 일부를 환아와 가족의 삶 개선을 위해 후원한다. 또한 코로나 19 탓에 쉽게 밖에 다니지 못하는 환아를 위해 병동에서 쉽게 즐길 수 있는 민들레키트를 제공하고 있다.

smartstore.naver.com/mindle_maum

밀키프로젝트

밀키프로젝트는 쓰임이 다한 물건에서 숨은 가치를 찾아내고, 디자인과 아이디어를 더해, 새롭게 가치 있는 물건과 콘텐츠를 개발하여 공유하는 활동을 하고 있다. 특히, 우유팩의 다양한 특징과 매력에 주목하고 그것을 활용하여 새로운 형태의 업사이클링 패션잡화를 개발하고 있으며, 다양한 형태의 문화콘텐츠와 교육프로그램 개발에도 힘을 쏟고 있다. 밀키프로젝트는 지역사회의 이해와 공존이 보편화된, 사회적 약자를 충분히 배려하는 사회(Inclusive Society)를 지향한다. 사회적 약자의 경제적 자립을 지원하기 위해, 장애인, 사회부적응자, 성소수자, 외국인, 한부모가정 등 마이너리티 그룹과의 협업과 채용을 우선하고 있다.

www.milkyproject.com

[그림 13] 민들레마음

[그림 14] 밀키프로젝트

아르크마인드

아르크마인드는 존재의 의미를 잃어버린 것에 예술을 더하는 아트 스튜디오이다. 일상에서 향유하는 예술을 모토로 한국 간판 문화에서 다량으로 발생하는 자투리 아크릴과 분쇄한 복합소재 플라스틱 장난감의 업사이클링 방법을 연구한다. 정형과 비정형의 아크릴 조각과 파쇄 플라스틱은 아르크마인드만의 기법을 통해 회화 작품과 더불어 업사이클링 라이프스타일 제품으로 돌아온다.

www.arcmindstudio.com

틴

틴은 낯선 시도를 지향하는 라이프스타일 브랜드로 제로 플라스틱 패키지, 자연유래 성분을 사용한 샴푸바와 비누로 자연과 사람 모두에게 이로운 제품을 만드는 일을 한다. 우리가 욕실에서 흔히 사용하는 액상 샴푸는 정제수가 전체 용량의 95% 이상을 차지한다. 머리를 감고 몸을 씻는 데 필요한 성분은 5% 남짓이다. 틴의 제품은 정제수를 제거하여 부피와 무게를 줄이고, 배송 단계에서 불필요한 자원의 소모를 막아 이산화탄소 배출 절감에 기여한다. 또한 액상 샴푸와 바디워시, 세안 제품에 필요한 플라스틱 용기를 사용하지 않아 썩지 않는 쓰레기를 만들지 않으며, 종이 소재의 친환경 택배 부자재를 사용하여 제로 플라스틱을 실천하고 있다.

tinn.kr

[그림 15] 아르크마인드

[그림 16] 틴

허그어웨일

‘고래를 품어주다’라는 뜻을 지닌 친환경 리빙 브랜드 허그어웨일은 쉽게 소비하고 버리는 것이 일상이 된 지금, 플라스틱과 일회용품을 줄이고 건강한 지구의 생태계를 되찾는 방법을 고민한다. ‘플라스틱 오션’이라는 다큐를 통해 조카들에게 물려줄 아름다운 자연이 얼마 남지 않았다는 강한 경각심으로 출발했다. 우리의 무분별한 소비로 고래는 뱃속 가득 플라스틱 조각을 품고 생명을 잃어가고 있다. 생태계의 순환을 돕는 고래가 없는 세상에는 우리를 포함한 그 어떤 생명체도 존재할 수 없다. 지구는 하나로 연결되어 있고, 우리가 살 수 있는 유일한 삶의 터전이다. 허그어웨일은 오래 쓰고, 수명을 다하면 자연으로 돌아가는 친환경 제품을 발굴해 소개한다.

hugawhale.modoo.at

히즈빈스

히즈빈스는 (주)향기내는사람들의 커피전문 브랜드로, 장애인 커피 전문가를 양성하며 직접 연구하고 볶은 스페셜티 등급의 원두로 단맛 중심의 최고급 커피 맛을 유지하기 위해 꾸준히 노력한다. 그뿐만 아니라 카페, 컨설팅, 커피 스쿨, 커피차 등의 사업을 통해 장애인 의무 고용에 어려움을 겪는 기업에게 안정적 고용을 위한 장애인 인력 추천, 모집 대행, 직무 개발 컨설팅을 진행하고 있다. 히즈빈스 컨설팅 모델이 세계정신 재활대회 우수 사례로 뽑히며 장애인 고용 문제를 개선할 대안으로 세계적 주목을 받고 있다. 대한민국 300만, 전 세계 10억 명의 장애인이 본인만의 강점과 전문성을 갖고 행복하게 일하는 그날까지 한 사람, 한 사람을 사랑하는 마음으로 소통한다.

hisbeans.com

[그림 17] 허그어웨일

[그림 18] 히즈빈스

널담

널담은 ‘더 나은 성분’을 고민하고 ‘더 나은 식품’을 제안하는 브랜드이다. 동물, 환경 그리고 우리 모두가 지속 가능한 세상을 만들기 위해 비건, 베지테리언 식품과 원료를 만들고 제안한다. 다양한 등급의 베지테리언·비건 및 저당 유제품이나 디저트를 제작하지만, 오로지 비건만을 추구하기보다는 동물성 원료를 사용하지 않는 것에 초점을 두고 맛있고 즐거운 식품으로 비건과 논비건의 경계를 허무는 것을 목표로 삼고 있다. 넛트류나 식물성 소재를 사용한 빵, 쿠키, 마카롱과 같은 제과·제빵 제품부터 대체 우유, 스파클링 음료, 마시멜로우, 시리얼과 같은 간식까지 유당불내증 환자, 다이어터, 채식주의자가 걱정 없이 즐길 수 있는 제품을 개발하고 있다.

nuldam.com

로우로우

쓰레기와 잘 싸운다. 쌩쌩한 트립웨어를 만들고 끝까지 책임진다.

worldwideworld.kr

[그림 19] 널담

[그림 20] 로우로우

베어베터

발달장애는 자폐성 장애와 지적장애를 함께 부르는 말이다. 이느 사회 규칙에 적응하기도 쉽지 않고 의사소통에도 어려움을 겪는 취업이 어려운 장애 중 하나이다. 그러나 남에게 자신을 잘 표현하기는 어렵지만 맡은 일은 잘 수행하고, 또 규칙에 집착하지만 같은 이유로 루틴이 잘 잡히면 융통성 없이 업무를 해내기도 한다. 이들이 일을 할 수 있도록 하려면 장애로 인한 특징이 장점으로 발휘될 수 있는 환경을 만들어 주어야 한다. 발달장애인들이 직장생활을 오래 유지하려면, 이들의 장애특성에 대해서는 수용적이면서도 업무 수행이나 직장생활 유지에 필요한 일상적 질서를 잘 이끌어 주는 동료가 꼭 필요하다. 베어베터는 비장애직원이 이들을 이해하고 함께 일하는 법을 배우며 최고의 발달장애인 업무 관리자로 성장하도록 지원하고 있다.

bearbetter.net

신이어마켈

신이어마켈은 2030이 기획하고, 7080이 제작하고 포장하는, 세대가 함께 만들어가는 브랜드, 새로운 세대를 이어주는 브랜드이다. 생계유지를 위해 폐지수거 일을 하는 어르신들을 정규직으로 고용하여 이들이 만든 제품을 제공함으로써 다양한 세대가 교류하는 일터를 목표로 한다. 신이어마켈에서는 어르신들이 다양한 창작활동을 통해 만든 경험이 실제 청년들에게 전해질 수 있게끔 하는 데 주안점을 두고 있다.

smartstore.naver.com/newyearmarket

[그림 21] 베어베터

[그림 22] 신이어마켈

져스트프로젝트

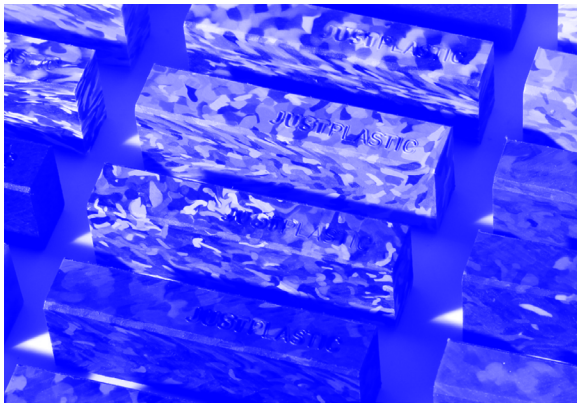
져스트프로젝트는 쓰레기를 수집하고 진지하게 소재로 연구하여 일상에 필요한 물건을 만든다. 져스트프로젝트에게 쓰레기는 단지 창작 활동의 도구이자 영감의 소재일 뿐이다. 쓰레기를 뒤덮고 있는 다양한 편견과 시선을 걷어내고, 쓰레기라는 소재 자체를 직관적이면서 유쾌하게 공감할 수 있도록 하는 여러 제품과 콘텐츠를 대중에 소개한다. 져스트프로젝트가 소재로 삼는 쓰레기는 쓰레기통에 버려지는 것을 말한다. 과자봉지를 이용하여 동전 지갑을 만들고, 빨대를 이용하여 연필통을 만들며, 생분해성 비닐소재로 분해되는 비닐봉투를 만들고, 버려진 헌 셔츠를 새롭게 직조하여 러그를 만든다. 머터리얼 랩을 운영하며 다양한 쓰레기 소재를 연구하고 새로운 상품을 개발하고 있다.

just-project.com

지구샵

지구샵은 '우리가 지구를 지키는 방법'이라는 비전으로 제품, 교육, 후원 등 다양한 분야에서 지구를 위한 방안을 고민하며 실천한다. 제품의 생산, 유통, 사용, 폐기, 순환을 포함한 제품의 생애주기를 고려하여 제품을 기획하며, 천연소재의 제품, 생분해성 소재 및 재활용 플라스틱 제품 등 플라스틱을 대체할 수 있는 다양한 제품을 소개한다. 낭비를 줄이기 위해 깨끗한 포장재를 재사용하고, 고객에게 제품을 전달하는 최종 단계에서도 최소한의 자원으로 꼼꼼하고 안전하게 배송한다. 지구에 쌓여가는 쓰레기를 줄이기 위해 노력하고, 원활한 자원 순환을 위해 오프라인 매장에서 리필스테이션과 순환스테이션을 운영하고 있다.

smartstore.naver.com/peaceontable



[그림 23] 져스트프로젝트

[그림 24] 지구샵

포포포 매거진

‘내 안의 잠재력’이라는 키워드로 당신의 서사를 발굴하는 콘텐츠 플랫폼. 포포포는 한 권의 책을 테마로 현재를 살아가는 여성의 이야기를 전한다. 1호의 테마로 『오즈의 마법사』를 선택한 것은 엄마라는 이름으로 시작된 삶의 여정을 빼닮았기 때문이다. 빨간 구두를 신고 노란 블록을 따라가면 찾을 수 있다는 에메랄드 시티, 도로시와 친구들이 그토록 찾아 헤맨 오즈는 사실 허상에 불과했지만, 서로의 부족함을 채우며 함께한 그 시간이 이들을 성장하게 만들었다는 사실을 우리는 잘 알고 있다. 포포포가 저마다의 결함을 스스럼없이 꺼내 서로 연대하며, 부재중인 심장도, 뇌도, 용기도 극복해 나갈 수 있는 시작점이 되길. 엄마이기 전에 역사를 가진 한 사람으로 새로운 걸음을 내딛는 전환점이 되었으면 한다.

www.popopomagazine.com

매거진 MSV

사회적 가치를 위한 매거진 MSV(Magazine for Social Value)는 보편적이지 않은 사용성을 지닌 사람들에게서 영감을 발견하고 이를 통해 디자이너, 개발자, 정책 입안자가 차별 없는 제품과 공간 그리고 서비스를 만들 수 있도록 인사이트를 제공한다. 매거진 MSV가 전달하고자 하는 목표는 이동에 제약을 경험하는 장애인, 70세 이상 어르신, 놀이터에서 신체활동을 하는 데 어려움을 겪는 아이들 등 사회에서 약자로 분류되는 사용자를 고려한 제품과 공간 그리고 서비스를 개발하는 것이 그 외 다수에게도 보편적 혜택을 줄 수 있다는 믿음을 확산함으로써 포용력을 지닌 사회로 나아갈 수 있도록 안내하는 것이다.

missionit.co

[그림 25] 포포포 매거진

[그림 26] 매거진 MSV

메이크디

메이크디는 윤리적이고 지속 가능한 패션을 추구하는 가방 브랜드로 식물성 소재와 명확한 쓰임을 가진 꿈을 모티브로 한 가방을 제공한다. 형태, 메시지, 소재를 자연스럽고 윤리적으로 결합하는 방법을 연구하는 메이크디는 바쁜 도시 속에 살면서 꿈을 잊어버린 채, 살고 있는 디지털 노마드족을 위해, 모듈화된 디자인으로 현실에서 꿈으로, 일상에서 일탈로 언제든지 연결될 수 있는 다양한 제품과 서비스를 제공하는 라이프스타일 브랜드다. 꿈을 잡는 모습을 디자인으로 풀어낸 'Hold Your Dream' 클러치 상품으로 시작한, 2013년 론칭한 메이크디는 꿈을 잡는 손잡이 형태를 모티브로 하는 디자인과 특별한 가치를 가진 소재의 쓰임을 고려한 가방을 선보이고 있다.

make8d.com

서스테이너블랩

서스테이너블랩의 지속 가능한 여행과 일상의 실천을 돕는 브랜드 '이든'은 단순히 친환경을 넘어 디자인을 갖춘 새로운 제로웨이스트 제품이다. '이든'은 석유계 플라스틱 0%를 목표로 지속가능 소재를 연구하고, 제품 하나당 사라져가는 열대 우림에 나무 한 그루를 심고 지역에 일거리 하나를 만든다. '이든' 프로젝트의 목표는 제품을 구매하는 것만으로도 기후 위기와 빈곤 해소를 위한 실천이 되어, 우리 모두의 여행과 일상이 소셜 프로젝트 그 자체가 되도록 하는 것이다.

www.idden.co

[그림 27] 메이크디

[그림 28] 서스테이너블랩

소이프

소이프(SOYF, Stand on Your Feet)는 '너의 발로 스스로 일어서라'라는 뜻으로 취약계층 청소년들의 자립을 돕기 위해 설립된 디자인 기업이다. 홀로서기를 앞둔 보육시설 청소년의 디자인, 이야기가 담긴 제품과 서비스를 제공하며, 보육시설 청소년을 위한 디자인 아카데미와 시설퇴소 청년을 위한 허들링 커뮤니티를 운영한다.

www.soyf.co.kr

보틀팩토리

보틀팩토리는 일상의 환경문제를 해결하기 위해 질문을 던지고 실험하고 가능성을 검증한다. 다회용 컵을 빌려주는 앱 서비스 '보틀 클럽'을 개발해 운영하고, 한 달에 한 번씩 일회용품 없는 장터 '채우장'을 개최한다. 이외에도 워크숍, 다큐멘터리 상영 등 여러 행사를 통해 보다 나은 삶을 위한 방법을 알린다. 일회용품 문제를 해결하기 위해 분리수거를 더 열심히 하거나 재활용 공장을 더 짓는 것이 아니라, 발생 자체를 줄이는 방향을 찾는다.

bottlefactory.co.kr

[그림 29] 소이프

[그림 30] 보틀팩토리

플라스틱베이커리서울

‘플라스틱 베이커리’는 이름 그대로 플라스틱을 재료로 베이킹한다. 버려진 플라스틱 뚜껑을 파쇄해 만든 일상 속 다양한 오브제를 제공한다. 제작 과정은 간단하다. 가장 먼저 환경단체나 지자체 재활용 센터가 제공한 플라스틱 병뚜껑을 동일한 색깔에 따라 분류한다. 이후 병뚜껑들을 분쇄기에 넣어 작은 조각들로 만들고, 빵 모양의 틀 안에 넣어 오븐으로 녹인다. 이때 오븐을 가동하는 온도와 시간이 가장 중요하다. 마지막으로 압축기 고압 바람을 이용해 최종 모양을 만들어낸다. 제작에 쓰이는 도구들이 실제 베이킹 도구와 같아 실제 빵을 굽는 것 같은 느낌을 준다. 트레이 모양에 따라 와플, 까눌레 등 다양한 플라스틱 빵이 탄생한다. 수제로 만들어지기 때문에 같은 종류 빵이라도 각기 다른 모양과 색을 띤다.

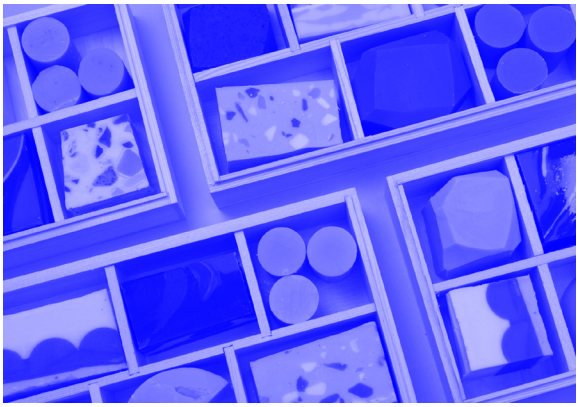
plastic-bakery.com

한아조

한아조는 2014년 설립되어 ‘PAUSE YOUR LIFE’라는 모토 아래 꾸준히 연구하고 도전하고 있는 욕실용품 브랜드이다. 모든 제품이 특별한 욕실용품이 되기를 바라며, 휴식에 관한 이야기와 디자인을 담고자 연구한다.

hanahzo.com

[그림 31] 플라스틱베이커리서울



[그림 32] 한아조

지구를 위한 더 나은 선택지
Paper for the Earth and Green Life

참여작가 이성용, 이장섭, 김기창·홍슬기, 김미리내, 김은지

기획 두성종이 디자인연구소 담당 두성종이 홍보팀

이 전시에서는 국내 최대 규모의 수입지 유통 회사이자 지난 40년 동안 세계 주요 제지사들의 다양한 종이를 국내에 소개해 온 (주)두성종이와 함께 지속 가능한 성장과 친환경 경영을 위한 구체적인 방법들을 공유했다. '과거(retrospecve)', '현재(view)', '미래(vision)'로 나눈 이 전시에서는 '친환경'이라는 단어조차 생소하던 1990년대부터 친환경 용지를 발굴해 국내에 소개해 온 이야기, 환경 오염을 줄이고 자원의 선순환 고리를 만드는 친환경 종이의 특징, 종이 유통 과정에서 발생하는 자투리를 재사용하기 위한 아이디어, 종이 제작물을 더 쉽게 재활용할 수 있도록 돕는 제작 방식, 재사용/재활용을 넘어 종이라는 소재가 가진 확장 가능성 등 친환경 종이가 어떻게 지구를 위한 더 나은 선택지가 될 수 있는지를 다양한 사례로 연출했다. [표 1]

종이는 그 자체로 친환경적인 소재이다. 지속적으로 생산 가능한 원료로 만들어지고, 재활용 비율이 높으며, 생분해되기 때문이다. 종이는 이산화탄소를 흡수하는 나무와 농업 부산물 등으로 만들어지는 탄소 중립 물질이며, 많은 제지사들이 나무를 사용한 만큼 심어 숲을 가꾸고 있다. 제지업계는 오래전부터 버려지는 자원을 재활용하고, 새로운 소재를 도입하고, 물 사용을 줄이거나 그린 에너지를 활용하며 환경에 부담을 덜 주기 위해 노력해왔다. 친환경 종이를 사용하는 것 자체가 환경을 배려하는 작은 실천이 될 수 있는 이유이다. 제지 과정에서 버려지는 자투리를 재사용하거나 폐지를 수거해 재활용한 재생지, 목재를 덜 사용해 숲의 훼손을 줄여주는 비목재 펄프로 만든 종이, 탄소 발자국을 줄이고 그린 에너지를 사용한 종이 등 친환경 종이를 소개함으로써 환경오염 요인을 줄이고, 쓰레기를 재활용하면서 자원의 선순환을 돕는 데 노력해온 두성종이의 지구를 위한 더 나은 선택의 이야기를 시작한다.

Vision
(미래를) 찾아가는, 만들어가는

Wall

새롭게 추구하는 지향점,
뉴 비전

View
(현재를) 바라보는, 둘러보는

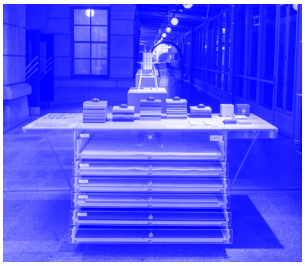
Table

쓰임, 쓰임새, 쓸모 있는,
유용한 정보

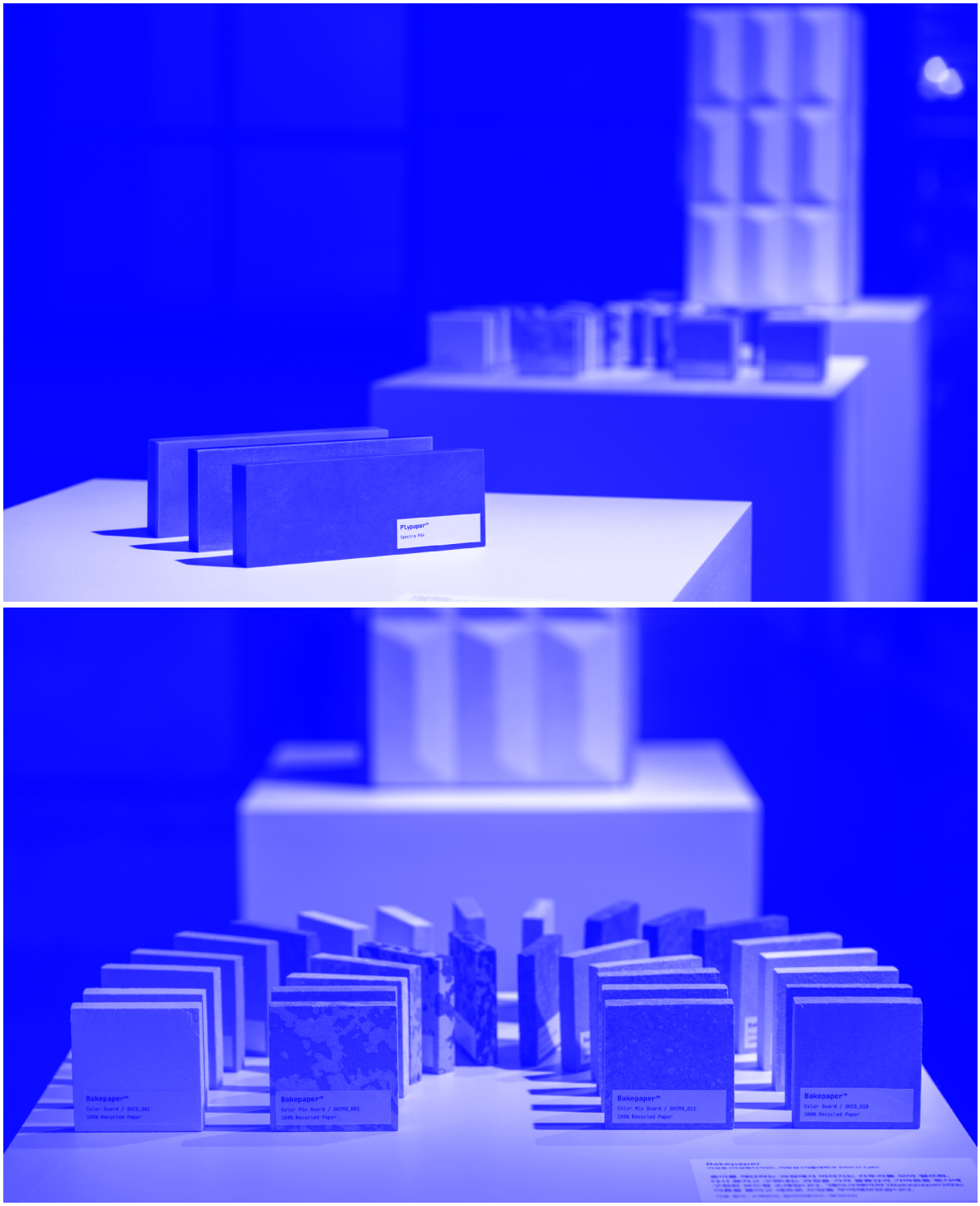
Retrospective
(과거를) 돌아보는, 회고하는

Floor

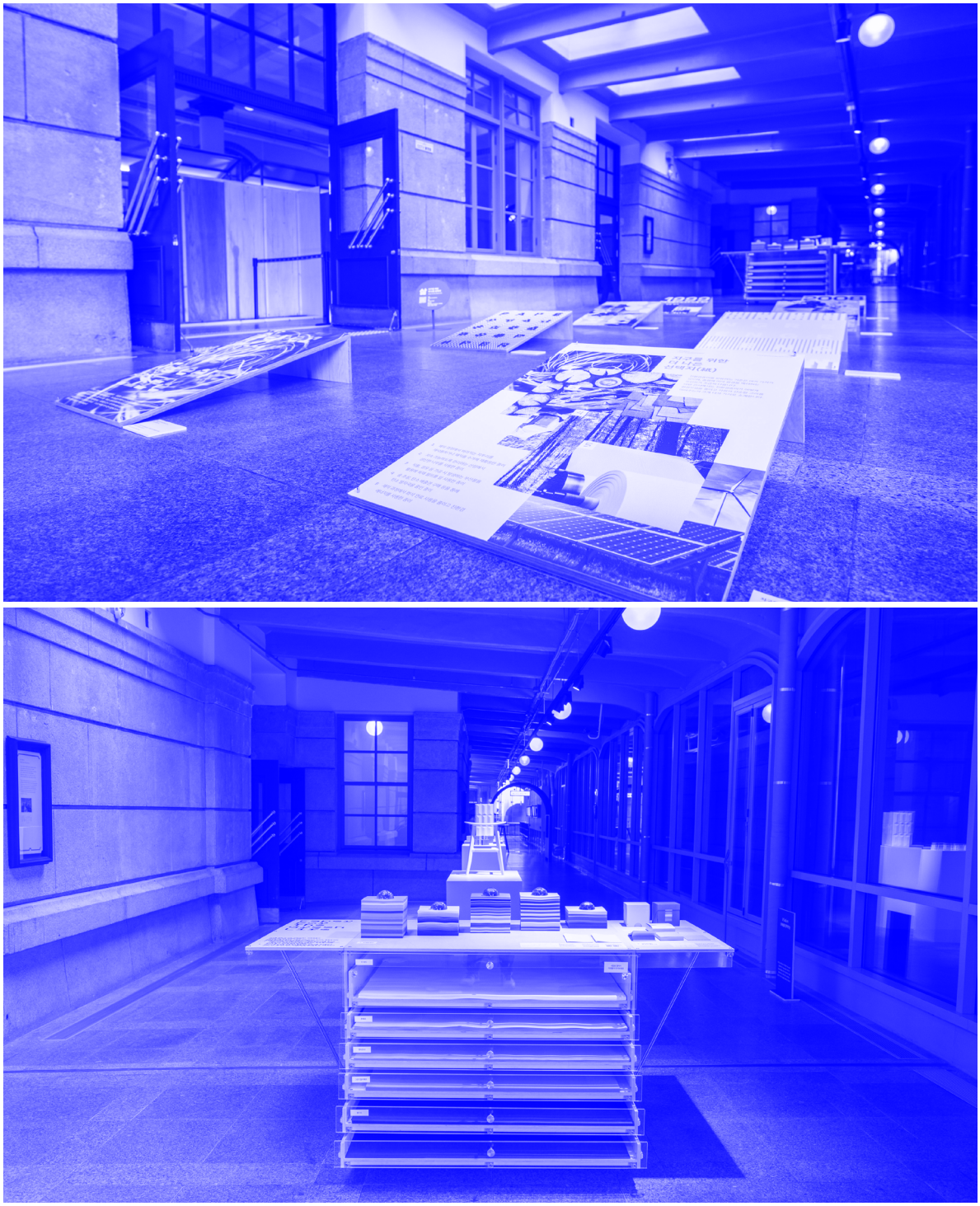
과거 수집, 기록
두성종이 보존 자료

CONCEPT	SOURCE	VISUAL	
↗ Vision (미래를) 찾아가는, 만들어가는	· 신소재로서의 종이 소개 · 친환경 페이퍼 몰드	Wall	
→ View (현재를) 바라보는, 둘러보는	· 다양한 친환경 종이 소개 · 자투리 상품 소개 · 친환경 소재와 제작 정보 공유	Table	
↘ Retrospective (과거를) 돌아보는, 회고하는	· 환경 보존 용지 소개 · 1995년 〈환경보존용지전시회 (Ecology Paper Fair)〉 개최 · 환경을 생각하는 종이 '시로-에콜로지페이퍼' 출시 · '크린에코칼라' 출시 · 2008년 국내 최초로 FSC CoC, PEFC, CoC 인증 동시획득	Floor	

[표 1] 〈지구를 위한 더 나은 선택지〉 전시 구성



[그림 1] 〈지구를 위한 더 나은 선택지〉 전시 전경



[그림 2] 〈지구를 위한 더 나은 선택지〉 전시 전경

Project 100: 종이의 여정
Project 100: Journey of Paper

참여작가 이성용, 이장섭

기획 현대백화점(박이랑·엄윤경·김민송)

현대백화점은 2022년부터 독립 자원순환 시스템을 구축하여 운영하고 있다. 업계 최초 시도인 독립 자원순환 시스템을 표방한 'Project 100'은 현대백화점에서 발생하는 연간 약 8,700톤의 폐지를 수집해 다양한 실험과 테스트를 거쳐 폐지 함유율 100%의 재생지(Paper 100)를 만드는 것으로부터 시작했다. 폐기물을 스스로 회수·수집해 원료화하고 이를 활용해 필요한 물건을 만드는 행위로, 자원 절약과 탄소 배출 감소를 위해 기업 내 시스템을 변화, 발전시키는 것이 그 목표이다. 2021년 현대백화점 자체 조사 결과 점포에서 발생하는 폐자원의 90% 이상이 폐지였다. 이런 이유로 재생 자원 첫 대상으로 자연스럽게 폐지가 선정되었다. 2020년 12월 첫 시작 후 1년 5개월의 시간을 들여 사내 자원순환 고리를 정립했고 자원순환 시스템 정립의 과정과 방식에서 객관성을 확보하고 환경 영향 평가를 정확히 예측하고 실천하기 위해 서울대학교 디스코랩 등 여러 전문가를 초빙했다. 현대백화점은 기존 쇼핑백 사용을 중단하고, 'Paper 100'을 적용한 친환경 쇼핑백을 도입했으며, 이를 통해 연간 나무 약 1만 3,200그루(약 2,000여 톤)를 보호하고 약 3,298톤의 이산화탄소 배출 저감 효과를 만들었다. 'Project 100'이라는 이름에는 재생 소재를 100% 활용했다는 점뿐만 아니라 자원 순환에 관한 현대백화점의 의지를 담았다. 자세한 성과는 다음 표와 같다. [표 1]

전시는 그동안의 노력과 결과, 그리고 앞으로 남은 과제들을 나누는 자리로 마련되었다. 자원순환 시스템으로 탄생한 현대백화점의 'Project 100'의 재생지 생산, 운영 방식은 다음과 같다. [표 2] 이 전시에 사용된 용지는 현대백화점 재생지 'PAPER 100, Type A'이다.

친환경 성과 기존 용지 대비 환경 영향 비교 / 1년 기준			
목재 사용량 (Ton)	2,2000 0	**약 2,000 ton** 나무 13,200 그루에 해당하는 양	↓100%
Co2 배출량 (Ton CO2eq)	4,495 1,197	**약 3,298 ton CO2eq** 661대의 차량이 1년간 발생시키는 양	↓73%
에너지 사용량 (Kcal)	3,530,301,610 1,911,406,157	**약 1,618,895,452 kcal** 7,670대의 냉장고를 1년간 사용하는 양	↓46%
물 사용량 (Liter)	44,668,000 24,681,000	**약 19,987,000 L** 3,800대 세탁기 1년간 사용하는 양	↓45%
고형폐기물 발생 (Kcal)	294,000 92,000	**약 202,000 kg** 101,800명의 사람이 하루에 버리는 쓰레기 양	↓69%

[표 1] 친환경 성과표

현대백화점 재생지 PAPER 100		
제지 타입	**Type A**	**Type B**
개발기간	**약 8개월** 폐지 배합 비율별 인장강도, 인쇄 적합성 및 생산성 테스트 완료 (국내 제지사 4社)	
구성요소	**폐지 100% 함유한 재생펄프** 재생지 평가 조건 : 폐지 함유율 40% 이상 / 현재 우리나라는 천연펄프 전량 수입, 재생펄프 대부분 수입 중	
생산주기	월 1회, 회당 50톤 생산	
자체 발생 폐지함유율	**현대백화점 폐지 54%, 장섬유 폐지 46% 함유**	**현대백화점 폐지 100% 함유**
평량	175g/㎡	110g/㎡
인장강도	가로 9.5kgf / 세로 4.5kgf	테스트 중 (필요시 생산)
용도	쇼핑백 등	포장지, 노트 등

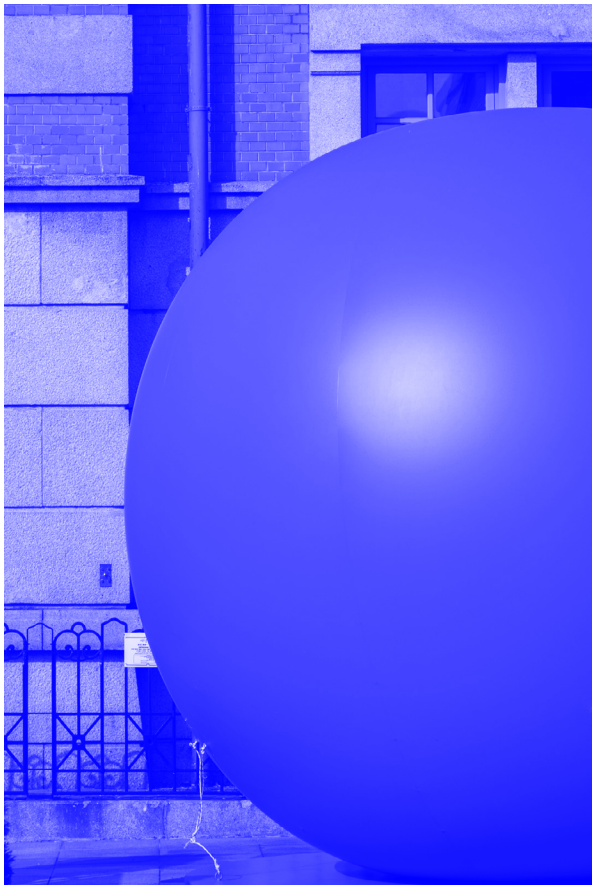
[표 2] 개발 재생지 사양

[그림 1] 〈Project 100: 종이의 여정〉 전시 전경

[그림 2] 〈Project 100: 종이의 여정〉 전시 전경

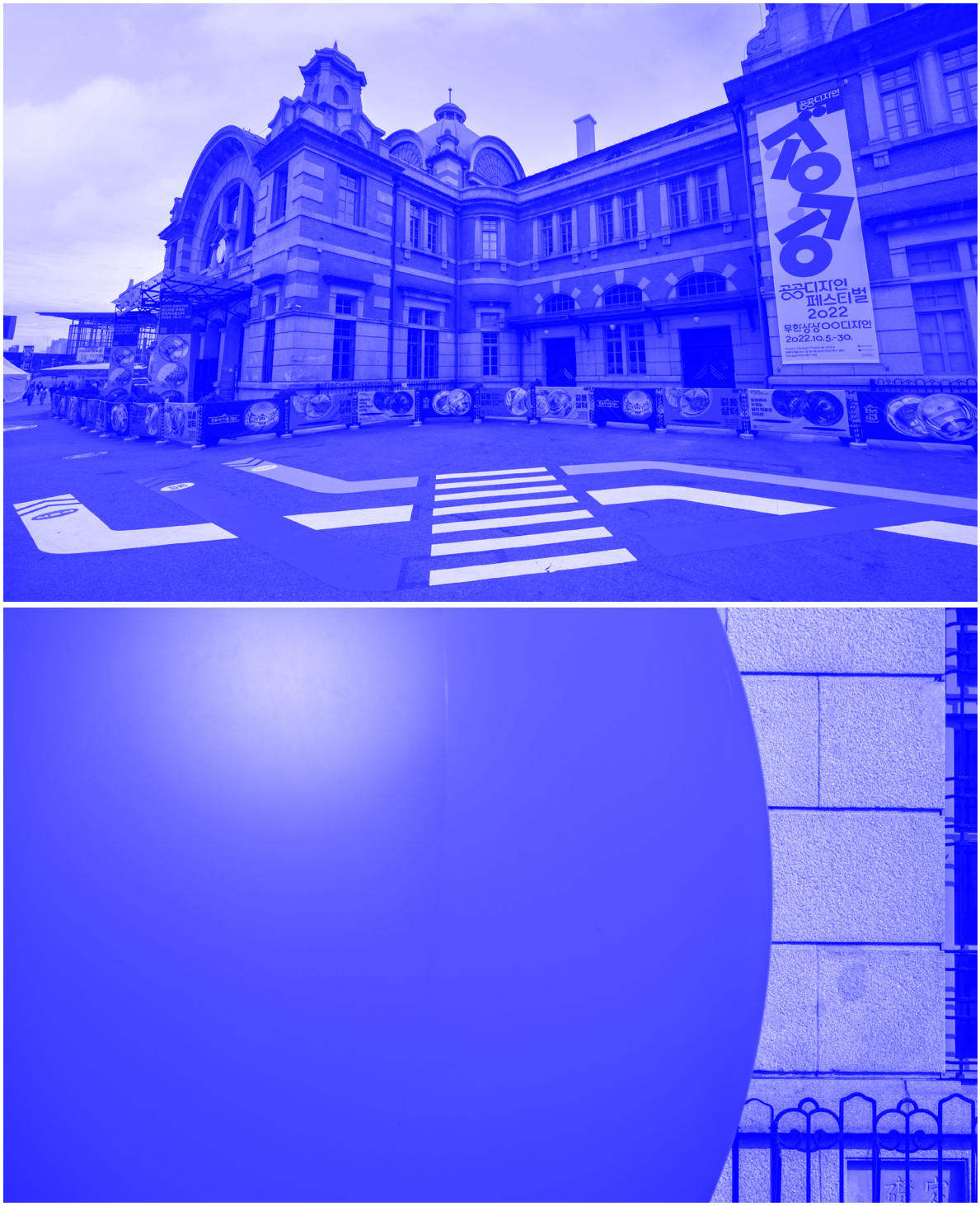
익숙하고 낯선
Familiar and Unfamiliar

디자이너 시멘트(박용훈·양효정)



[그림 1] 〈익숙하고 낯선〉 전시 전경

[그림 2] 〈익숙하고 낯선〉 전시 전경

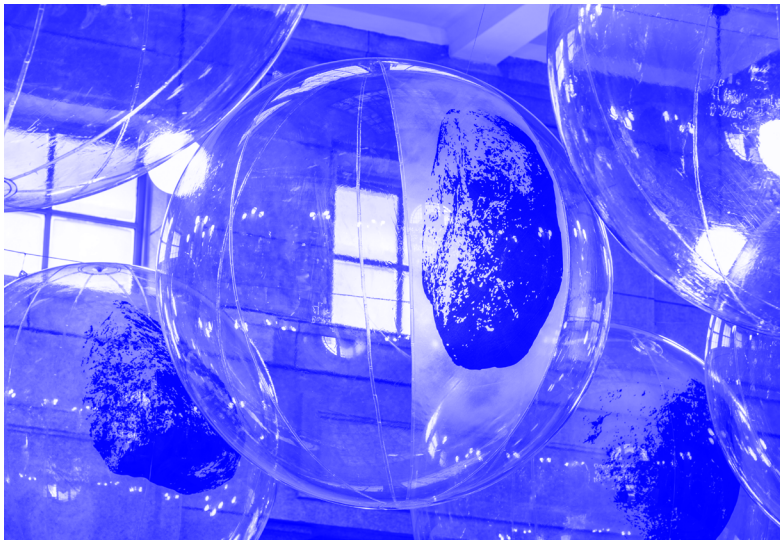


[그림 3] 〈익숙하고 낯선〉 전시 전경

서로서로 놀이터
Playground Together

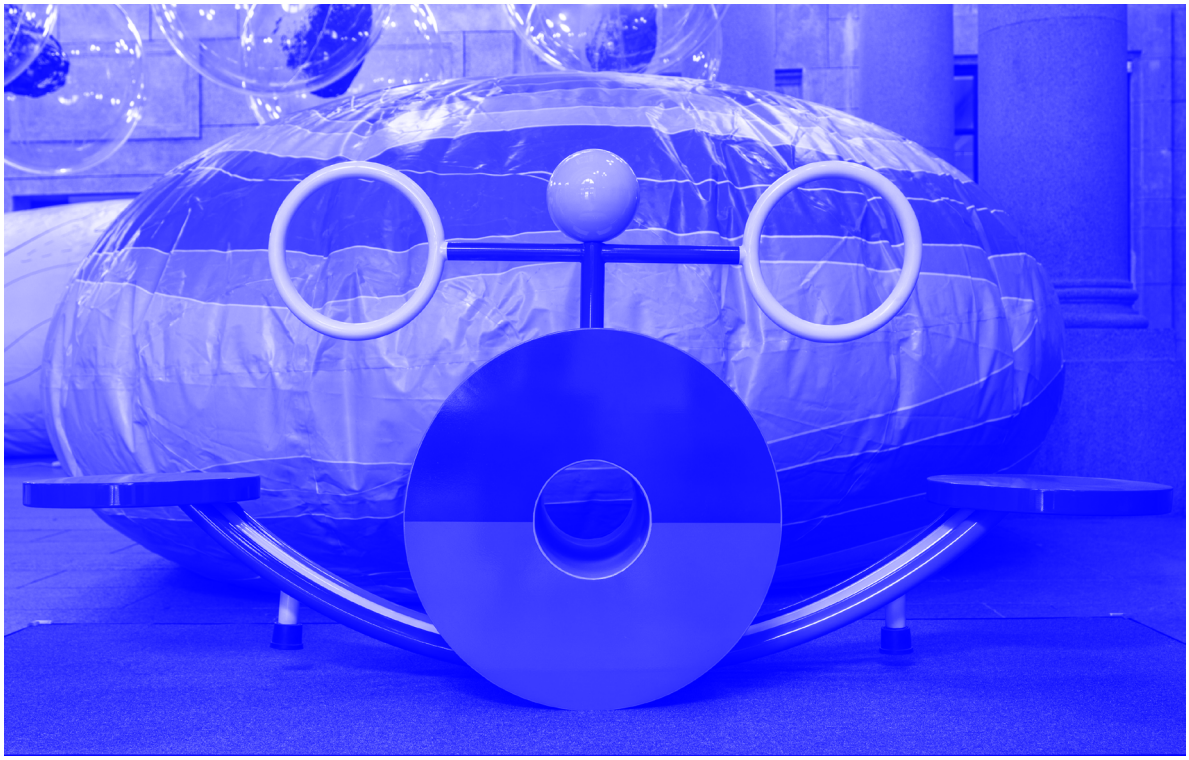
참여작가 맛깔손·박럭키(MHTL), 빠키, 이석우(SWNA), 이원석(솔리드스테이츠)

큐레이터 석재원 협력 코디네이터 이영주, 최홍주

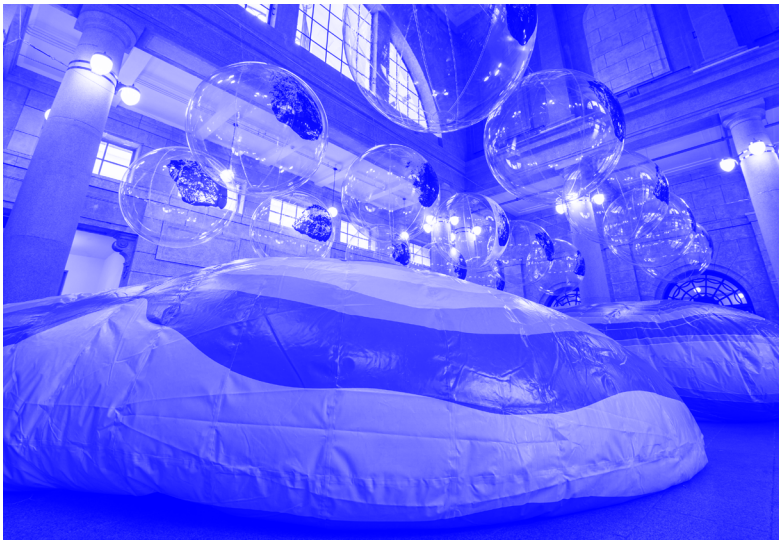


[그림 1] 〈버블스톤〉, 이석우

[그림 2] 〈서로서로문〉, 맛깔손·박럭키



[그림 3] 〈동글동글동글〉, 빠키

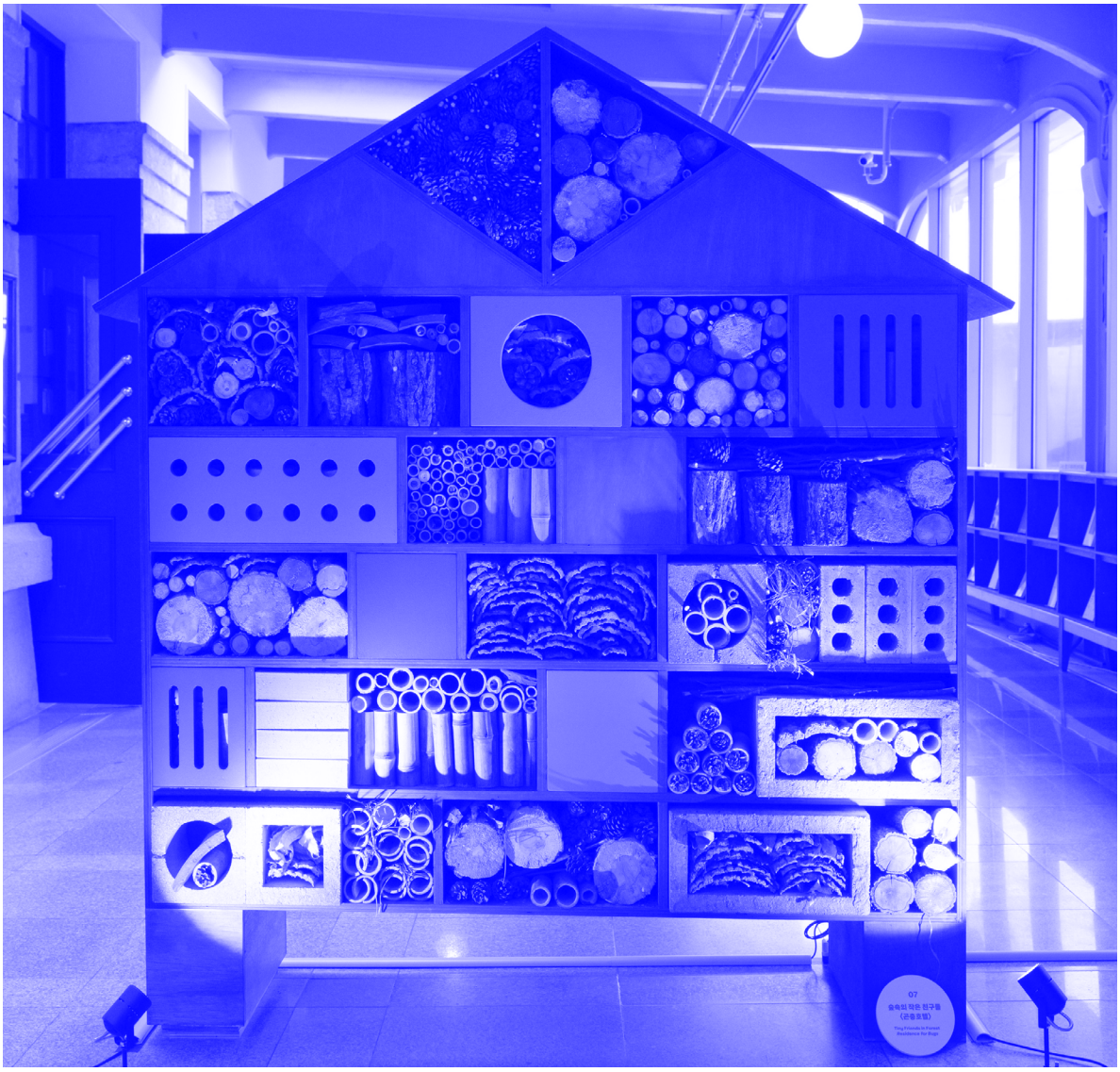


[그림 4] 〈공기언덕〉, 이원석

작은 생명을 위한 디자인
Design for Small Life

참여작가 마틸데 뵐호우버(Matilde Boelhouwer), 숲속의 작은 친구들

큐레이터 김한솔 협력 코디네이터 조혜연



[그림 1] 〈곤충 호텔〉, 숲속의 작은 친구들

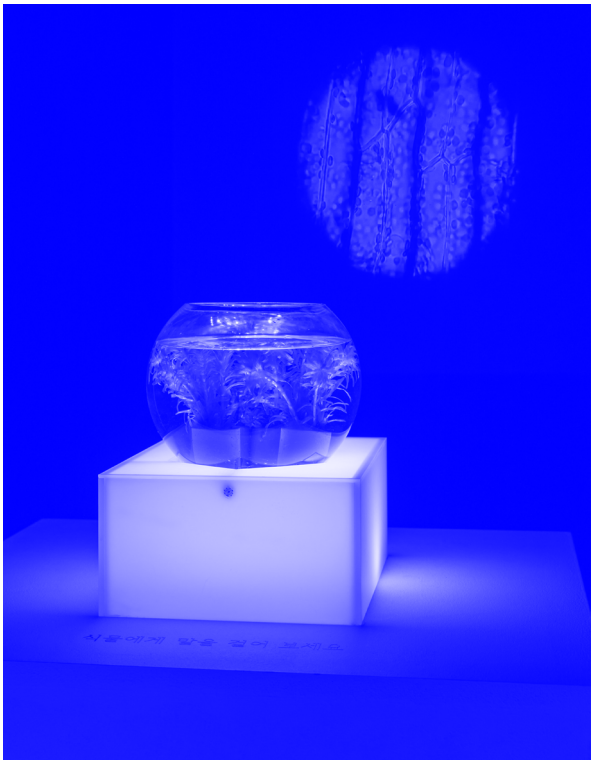
[그림 2] 〈곤충학: 윙윙거림을 되살리는 음식〉, 마틸데 뵐호우버

공공의 정원
Public Garden

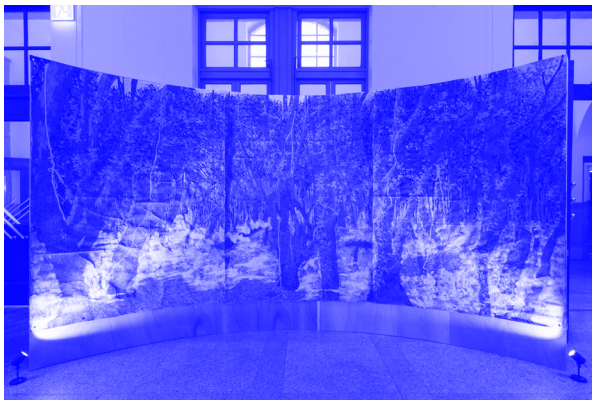
참여작가 김지수, 박소희, 백두리, 선민정, 이소요, 탐신 나이젤(Tamsin Nagel)

큐레이터 김예니 협력 코디네이터 박한별

[그림 1] 〈관계〉, 박소희



[그림 2] 〈식물과의 대화〉, 김지수



[그림 3] 〈기호의 숲-한수기길〉, 선민정

[그림 5] 〈마중〉, 백두리

[그림 4] 〈프레쉬니스 개런티드〉, 탐신 나이젤

[그림 6] 〈관상용 선인장 디자인〉, 이소요

기후 위기 대응 매뉴얼
Design Laboratory: Climate Crisis Response Manual

워크숍 리더 제임스채, 박고은(@gowaseo), 조예진

워크숍 참여자 강채민, 공동환, 김규린, 김민서, 김현태, 민유진, 박다빈, 박보근, 박혜나, 배장민, 신동엽, 신민, 윤선빈, 윤우진, 이다경, 이다정, 이서이, 이수정, 이은지, 이재룡, 이지수, 이지원, 이혜림, 장은아, 정혜교, 정혜인, 조예린, 조재희, 허승우

큐레이터 김한솔 협력 코디네이터 조혜연

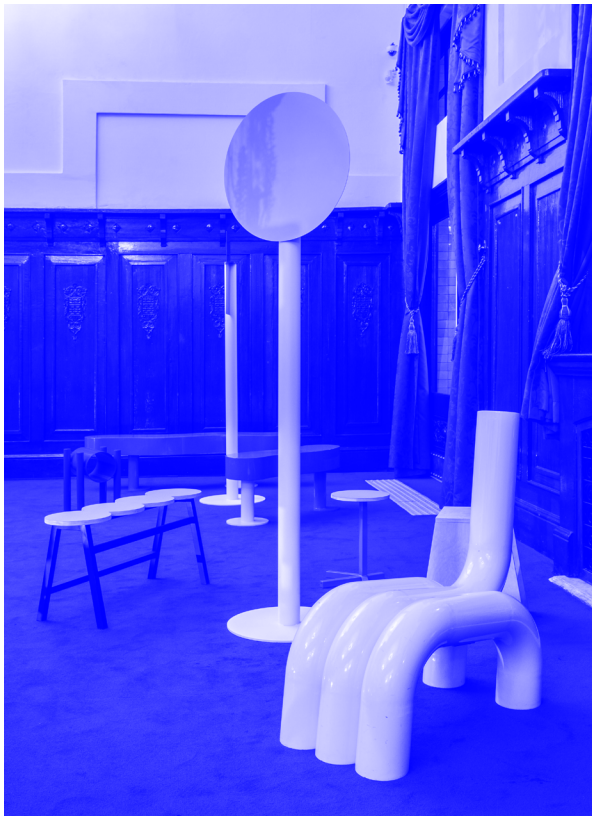
[그림 1] 〈기후 위기 대응 매뉴얼〉 전시 전경

[그림 2] 〈기후 위기 대응 매뉴얼〉 전시 전경

보편의 소외
Public Alienation

참여작가 구보건축·홍지학, 길종상가, 스튜디오 페시, 아워레이보, 이경수·신주화, 제로랩, 포스트 스탠다즈, 황다영

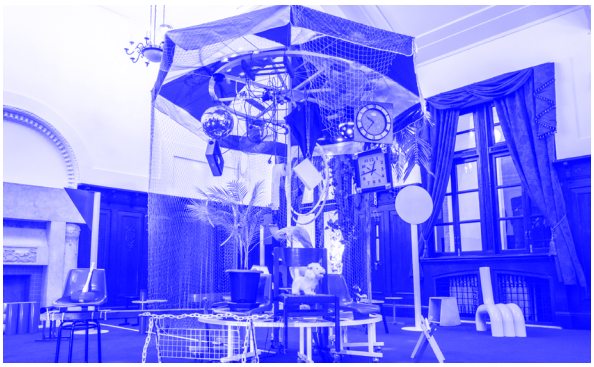
큐레이터 일상의실천(권준호·김경철·김어진)



[그림 1] 〈만남의 정류장〉, 제로랩

[그림 2] 〈당기세요!〉, 아워레이보

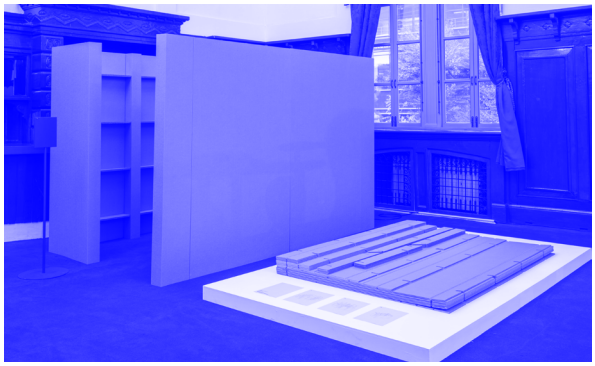
[그림 3] 〈모두의 민원〉, 이경수·신주화



[그림 4] 〈움직이는 정류장〉, 길종상가

[그림 5] 〈도시 속 무리〉, 황다영

[그림 6] 〈다함께 오르기〉, 포스트 스탠다즈



[그림 7] 〈CCC(Cardboard Cube Chamber)〉, 스튜디오 페시

[그림 8] 〈분류하지 않는 표식〉, 구보건축·홍지학

우리 이웃
Our Neighbor

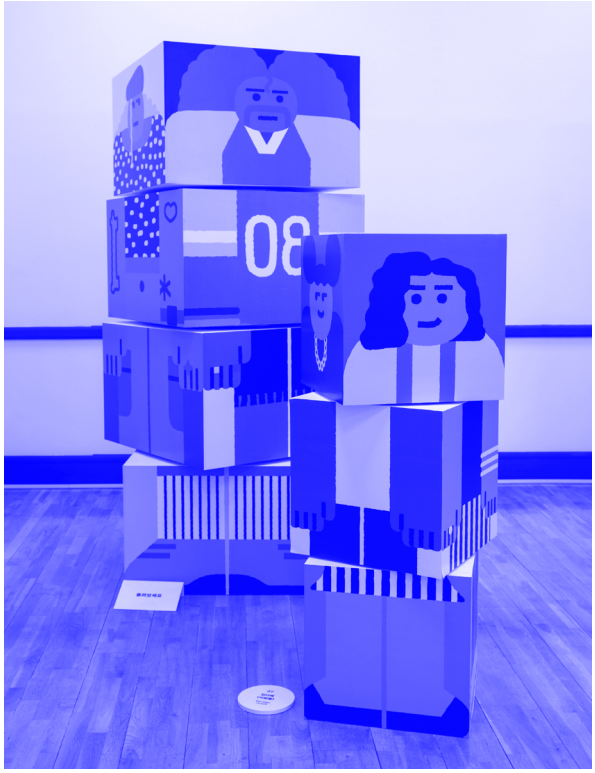
참여작가 김다예, 김승연, 백지원, 윤미원, 이송은, 최진영, 최화신

큐레이터 김예니 협력 코디네이터 박한별

[그림 1] 〈퍼페츄얼 오브젝트: 바퀴〉, 윤미원

[그림 2] 〈층고 높은 집〉, 최화신

[그림 3] 〈책가방을 메고 가는 아이들〉, 백지원



[그림 4] 〈사람들〉, 김다예

[그림 5] 〈한 사람씩의 방〉, 이송은

[그림 6] 〈가족사진: 대안가족 가, 나, 다〉, 김승연

[그림 7] 〈물 주위를 흐르는 사람들〉, 최진영

어반 보이드
Urban Voids

참여작가 김진솔, 유원선

큐레이터 김한솔 협력 코디네이터 조혜연

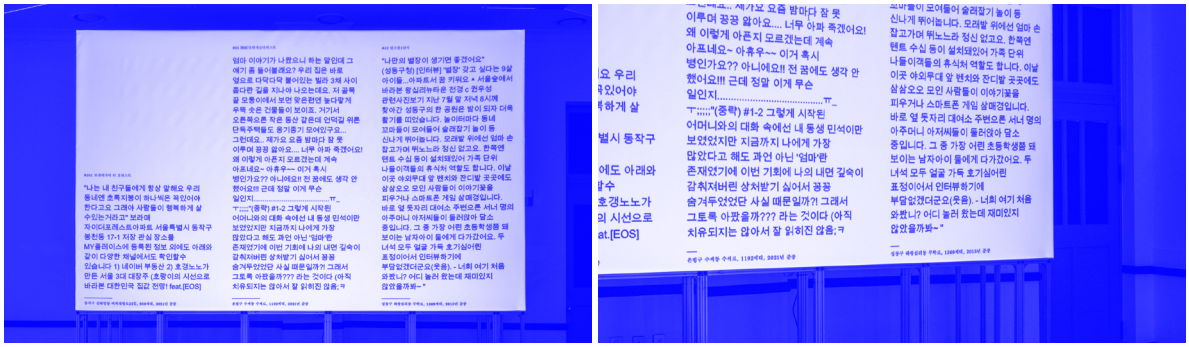
[그림 1] 〈어반 보이드〉, 김진솔

[그림 2] 〈어반 보이드〉, 유원선

가가호호
Each and Every House

참여작가 강이룬, 박고은(@gooeeunn), 임근영·전재봉(SS2 아키텍츠), 이광호, 정현·팀 초타원형

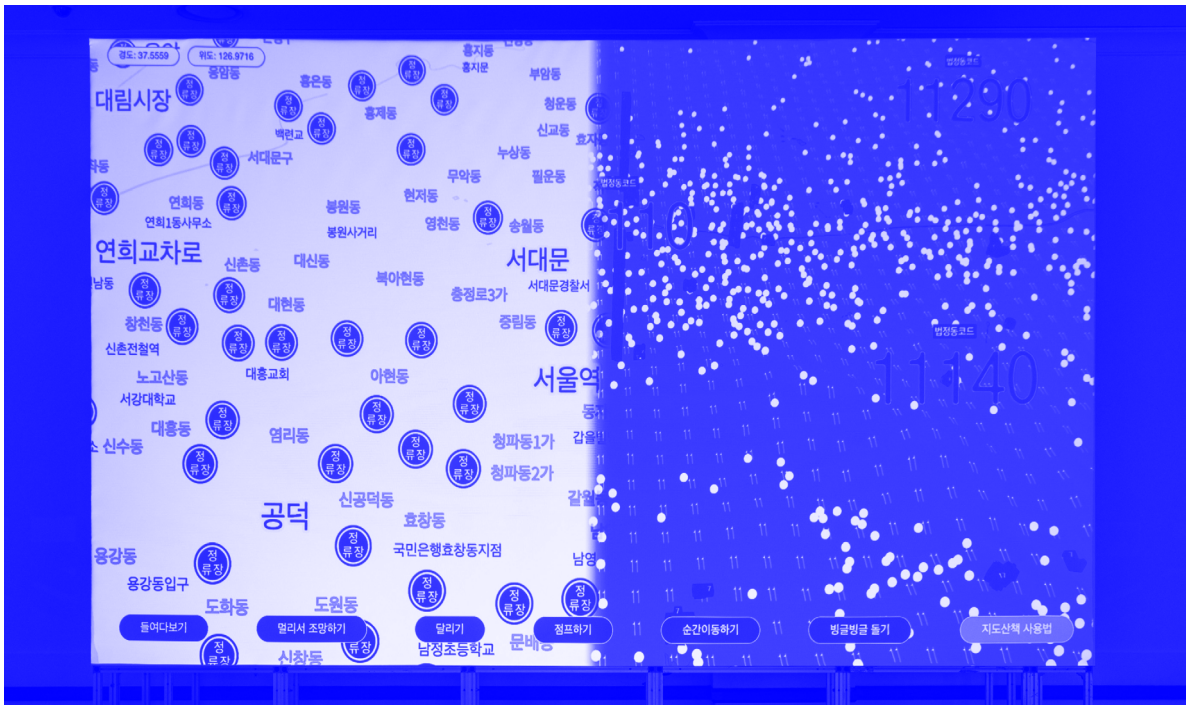
큐레이터 석재원 협력 코디네이터 이영주, 최홍주



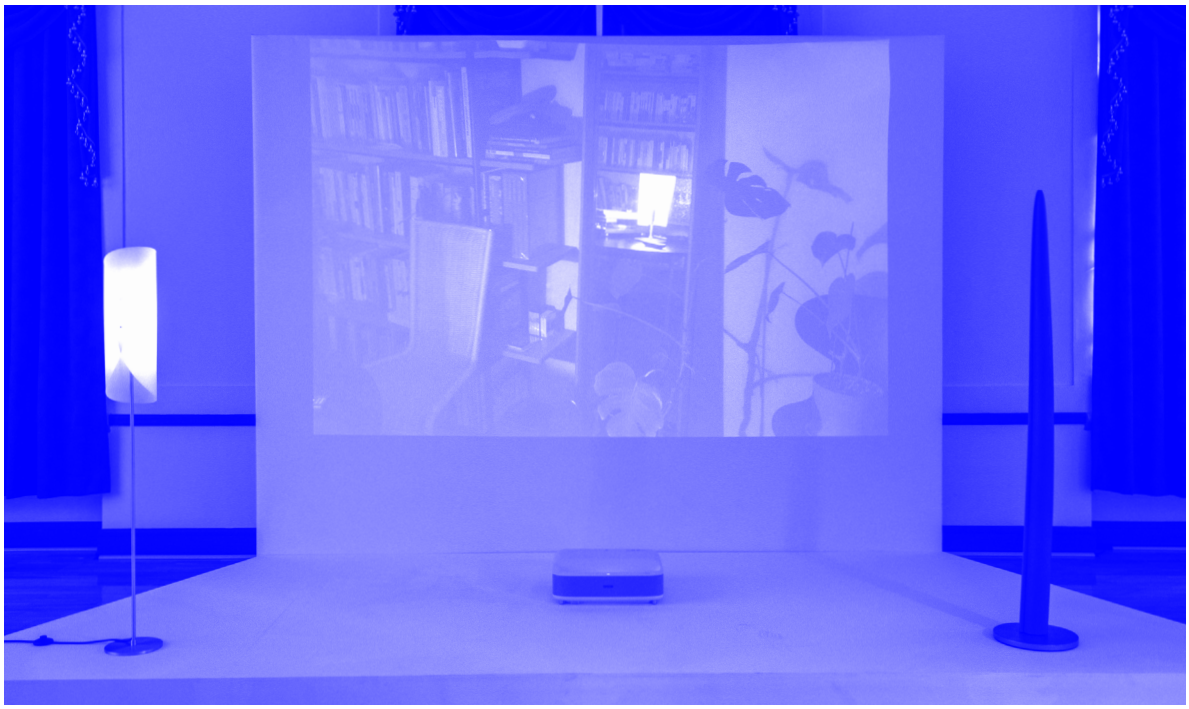
[그림 1] 〈서울시 공동주택 현황〉, 강이룬

[그림 2] 〈서비스입니다.〉, 임근영·전재봉

[그림 3] 〈K의 공간〉, 이광호



[그림 4] 〈지도 산책〉, 박고은



[그림 5] 〈어제/오늘/내일의 집〉, 정현·팀 초타원형