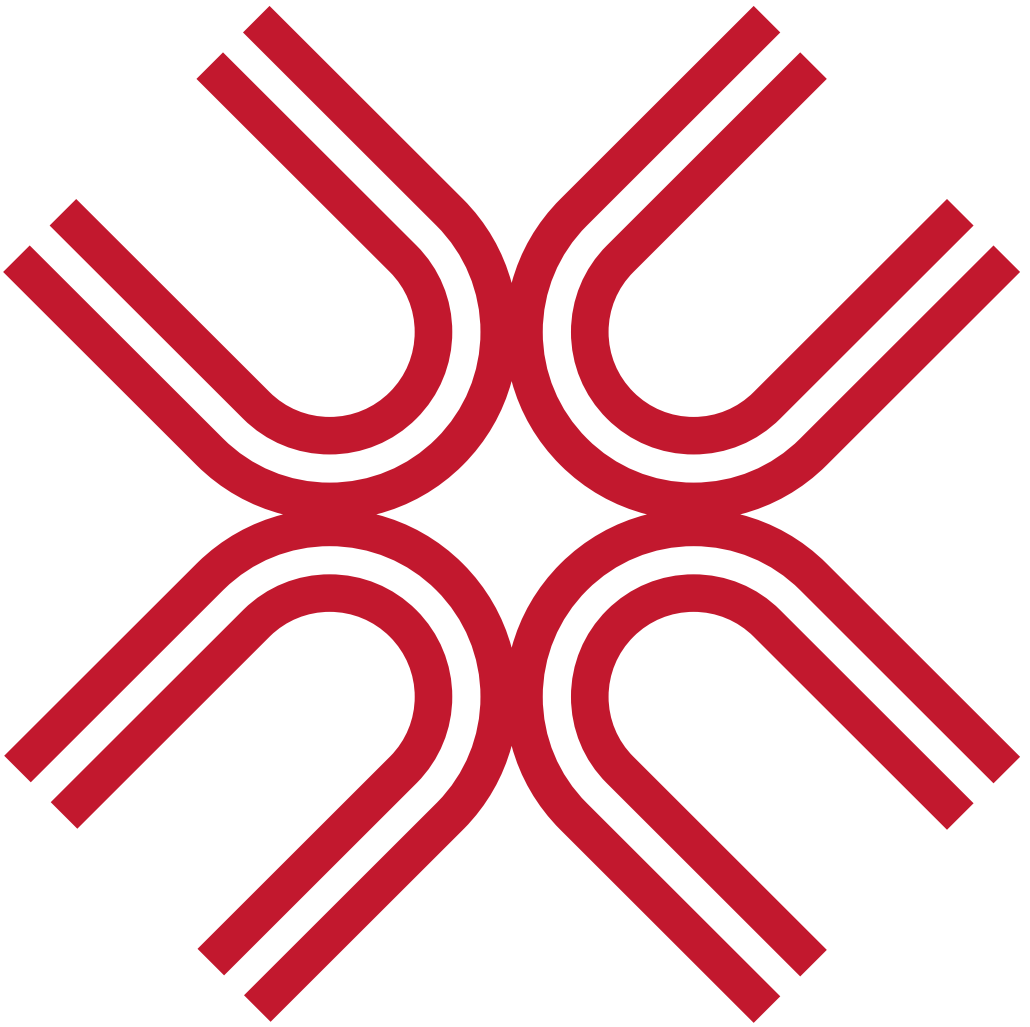


KOREA INTERNATIONAL DESIGN AWARD 2021

2021 제56회
대한민국디자인전람회

KOREA INTERNATIONAL DESIGN AWARD 2021

2021 제56회
대한민국디자인전람회

대한민국디자인전람회는 1966년에 처음 시작되어 올해로 56회째를 맞이하는
산업통상자원부가 주최하고 한국디자인진흥원 및 한국디자인단체총연합회가
공동으로 주관하는 국내 최고 권위의 디자인어워드입니다.

DK AWARD

CONT

GREETINGS

인사말

한국디자인진흥원장 006
한국디자인단체총연합회장 008
심사위원장 010

PHOTO REVIEW

포토리뷰

2차 심사 014
3차 심사 016
시상식 018

PRESTIGIOUS DESIGNERS

초대디자이너

은상 Silver Prize
산업통상자원부장관상 022
제품 디자인 024
시각/정보 디자인 036
디지털미디어/콘텐츠 디자인 075
패션/텍스타일 디자인 076
산업공예 디자인 079

RECOMMENDED DESIGNERS

추천디자이너

은상 Silver Prize
산업통상자원부장관상 090
제품 디자인 092
시각/정보 디자인 101
디지털미디어/콘텐츠 디자인 127
공간/환경 디자인 130
패션/텍스타일 디자인 131
서비스 디자인 136
산업공예 디자인 137

TENTS

AWARD WINNERS

수상작

대상 Grand Prize
대통령상 142

금상 Gold Prize
국무총리상 144

은상 Silver Prize
산업통상자원부장관상 148
중소벤처기업부장관상 164
국방부장관상 178

동상 Bronze Prize
특허청장상 180
대한상공회의소회장상 185
한국디자인진흥원장상 192
한국디자인단체총연합회장상 196

SPECIAL PRIZE

특선

제품 디자인 202
시각/정보 디자인 222
디지털미디어/콘텐츠 디자인 240
공간/환경 디자인 248
패션/텍스타일 디자인 249
서비스 디자인 253
산업공예 디자인 254

WINNER

입선

제품 디자인 258
시각/정보 디자인 288
디지털미디어/콘텐츠 디자인 316
공간/환경 디자인 323
패션/텍스타일 디자인 330
서비스 디자인 335
산업공예 디자인 343

JUDGING COMMITTEE

심사위원

2차 심사위원 348
1차 심사위원 354

INDEX

색인

초대디자이너 362
추천디자이너 365
일반 및 대학생 367

GREE

TINGS

인사말

윤상흠(한국디자인진흥원장) 006
YOON SANGHEUM (The President of the Korea Institute of Design Promotion)

이길형(한국디자인단체총연합회장) 008
RHEE KILHYUNG (The Chairperson of the Korean Federation of Design Associations(KFDA))

김선규(심사위원장) 010
KIM SUNKYU (The Chairperson of Jury)

DESIGN AWARDS

2021

안녕하십니까, 한국디자인진흥원장 윤상흠입니다.

1966년 대한민국상공미술전람회를 시작으로 금년 56회째를 맞이하는 대한민국디자인전람회는 그 역사에 걸맞게 대한민국 최고의 차세대 디자이너를 발굴하는 등용문 역할을 충실하게 수행해 오고 있으며, 지금도 다양한 시대적 요구에 부응하기 위해 끊임없이 노력하고 있습니다.

올해는 전람회의 위상을 더욱 높이기 위한 다양한 제도 개선이 있었습니다. 수상작의 창의적인 아이디어가 상품화 될 수 있도록 제조 기업과 연계한 피칭대회를 실시하였고, 우수한 디자인 아이디어의 발굴과 유망디자이너의 참가 독려를 위해 상금 규모를 역대 최고 수준으로 높였습니다. 그 결과 올해 전람회중 일반 및 대학생 부문은 최근 10년 이래 최대 출품률을 기록하여 총 2,059건이 접수되는 성과가 있었습니다. 또한 처음 시행된 국민심사 참여제도는 심사 투명성을 높이고 일반인의 디자인에 대한 관심을 불러 모았습니다.

앞으로도 한국디자인진흥원은 현장에 계신 기업과 디자이너 분들의 제언을 적극적으로 수렴하고, 학계와 협업하여 더욱 훌륭한 디자인 인재를 육성하고 발굴하는데 최선을 다하겠습니다. 나아가 디자인이 국가 소프트 파워의 핵심자산으로 자리 잡을 수 있도록 정책과 제도마련에도 각고의 노력을 다하겠습니다.

마지막으로 이번 전람회에 참여하신 모든 미래 디자이너의 도전과 열정에 박수를 보내며, 대한민국을 넘어 세계를 무대로 디자인 역량을 마음껏 펼치며 승승장구 하시기를 응원합니다. 감사합니다.



한국디자인진흥원장
The President of the Korea Institute of Design Promotion
윤 상 흠 YOON SANGHEUM

Greetings from the KIDP President

Starting as The Korean Commercial and Industrial Arts Exhibition in 1996, Korea International Design Award celebrates its 56th anniversary this year. The award has been acting as a gateway to finding Korea's best next-generation designers with its long history, and it is continuously working hard to meet the various demands of the times.

This year, there have been several changes in the policies to further enhance the standing of Korea International Design Award. For a case in point, a pitching contest was held in partnership with manufacturers to commercialize the creative ideas of the winners. The prize money was also raised to the highest level to discover excellent design ideas and encourage the participation of the promising designers. As a result, a total of 2,059 entries were submitted in the adult and university student sectors, which is the highest record in the past ten years. Furthermore, the Public Evaluation System was implemented for the first time to enhance the transparency in the evaluation and attract people's attention to design.

The Korea Institute of Design Promotion will actively listen to the advice from the businesses and designers and cooperate closely with the academic circles to foster and find competent design talents. Moreover, we will try our best to arrange the policies and systems to settle down the design as the key asset for the national soft power.

Lastly, please give a big hand to the challenges and passions of all future designers participating in the Korea International Design Award, and I hope for their tremendous success on the world stage beyond Korea.

Thank you.

DESIGN

2021

올해로 대한민국디자인전람회가 제56회를 맞이하게 된 것을 매우 기쁘게 생각합니다. 차세대 디자이너의 등용문으로, 디자인의 혁신을 선도하는 국내 유일의 민관 공동주관으로 시행하는 대한민국디자인전람회는 우리나라 디자인의 무한한 가능성을 확인하고 중요성 인식을 확산하게 되는 가치를 갖고 있습니다. 그러한 의미에서 올해에 입상의 영예를 차지하신 모든 분들께 진심으로 감사와 축하의 말씀을 전합니다.

본 공모전은 1966년부터 매년 시행되고 있는 국내 최고 권위의 디자인 어워드로, 미래를 선도할 새로운 디자인 컨셉과 혁신이 편견 없이 디자인 자체로만 평가될 수 있는 공정한 플랫폼으로 대한민국 디자인계의 미래를 밝게 하고 있습니다.

따라서 대한민국디자인전람회는 미래의 디자인 트렌드를 제시하고 디자인을 바탕으로 국가의 경쟁력을 높이는데 필요한 비전을 보여주는 공모전으로 가치와 의미를 유지할 것입니다.

지금 현대사회는 예측할 수 없는 빠른 변화와 동적인 위협요인이 내재 된 상태에 놓여있어 세계는 지구환경의 보존과 더불어 살아가는 사회기능의 정상적 회복을 위한 환경, 사회, 정책, 디자인 등 다양한 분야에서 지속 가능한 삶과 회복 탄력성에 대한 인식의 확장과 연구가 이루어지고 새로운 형태와 대상의 창조를 넘어 조화와 균형에 바탕 하여 올바르고 행복한 인간 생활과 문화창조와 사회적 문제를 해결하는 공유디자인이 주목받고 있습니다. 앞으로도 우리 디자인 분야는 산업과 경제 그리고 사회문화와 국가경영의 측면에서 서로 다른 전문분야가 소통과 교류를 통해 창조적인 디자인의 역량을 확산시키기 위해 노력해야 합니다.

우리의 미래를 이끌어 나아갈 주역이 되신 수상자 여러분들께 다시 한번 뜨 거운 축하와 격려의 박수를 보내드립니다. 그리고 훌륭한 디자인을 엄선해 주신 심사위원 여러분들과 성공적인 대회를 위하여 지원해주신 산업통상자원 부와 한국디자인진흥원 관계자분들께 경의와 감사의 마음을 전합니다.



한국디자인단체총연합회장
The Chairperson of the Korean Federation of Design Associations(KFDA)
이 길 형 RHEE KILHYUNG

I am truly glad that The Korea International Design Award is celebrating the 56th anniversary this year. The Korea International Design Award is the new opportunity for the next-generation designers and it is also the only event jointly organized by the private and public organizations. Korea International Design Award puts values in exploring the infinite potentials in Korean designs and spreading their importance. In that sense, I would like to appreciate and congratulate all prize winners of the year.

Since launched in 1966, Korea International Design Award became the the most prestigious design award held annually in Korea. Korea International Design Award also brightens up the future of the design field in Korea by serving as a fair platform where the new design concepts and innovations leading the future can be evaluated fairly without any prejudice.

In response, Korea International Design Award will keep its value and meaning as an event for suggesting the future design trends and showing the visions for enhancing the national competitiveness based on the designs.

The modern society is facing the unexpected rapid changes and dynamic risk factors. There are researches and expanding awareness on the sustainable life and resilience in various fields such as environment, society, policy, and design to recover the ordinary social functions for living together and preserving the global environment. Furthermore, the sharable design is spotlighted for creating the upright and happy human life and culture and soling the social issues based on the balance and harmony beyond the creation of new forms and objects. In the design field, the different specialized fields needs to communicate and interact with each other in the industrial, social and cultural, and national management aspects for spreading the creative design.

Again, I'd like to congratulate and give a round of applause for all prize winners who will be leading the future. I also express my respect and gratitude for evaluation committee members for selecting excellent designs and Ministry of Trade, Industry and Energy and Korea Institute of Design Promotion for supporting the Korea International Design Award.

2021 제56회 대한민국디자인전람회 개최와 수상자 여러분께 진심으로 축하의 말씀을 드립니다.
본 전람회는 1966년 대한민국상공미술전람회를 시작으로 올해로 56주년을 맞게 되었으며, 한국청소년디자인전람회가 우리나라 최고 권위의 디자인 공모전인 대한민국디자인전람회와 통합되어 명실상부한 대한민국 최고의 디자인전람회로 개최되었습니다. 금번 전람회는 전 세계적인 코로나 펜데믹 상황에서 시시각각 변화하고 우리 삶과 미래를 예측하는 창의적이고 우수한 디자인 컨셉 개발을 통하여, 이제는 대한민국을 넘어 전 세계적으로 국격 향상과 더불어 산업 경쟁력을 높이기 위한 초석으로 K-디자인의 능력과 저력을 보여주는 행사로 거듭 발전하고 있음을 확인할 수 있었습니다.

제56회 대한민국디자인전람회에는 제품디자인, 시각/정보 디자인, 디지털미디어/콘텐츠 디자인, 공간/환경 디자인, 패션/텍스타일 디자인, 서비스/경험디자인, 산업공예 디자인으로 구분된 7개 출품 부문에서 일반 및 대학생 부문 2,059점과 초·중·고 학생들을 대상으로 한 청소년 부문에서 2,193점이 출품되어 총 4천 점을 넘는 작품이 출품되었으며 초대·추천디자이너 부문에서도 220점이 넘는 작품이 출품되었습니다. 분과별 많은 출품작에서는 현재 당면하고 있는 코로나19의 지구환경과 사회문제로 대두된 다양한 문제들을 보다 안전하고 편리한 삶을 배려하기 위한 노력들을 확인할 수 있었으며 대다수의 참여 작품들이 전체적으로 높은 수준으로 우열을 가리기 힘든 심사 과정이었습니다. 온라인으로 진행된 1차 심사로부터 2차 실물심사, 3차 상격심사에 이르는 전 심사과정은 부문별 전문가의 참여와 엄격한 심사기준으로 매우 공정하게 진행되었으며 일반 및 대학생 부문에서 대통령상 1점과 국무총리상 2점을 포함한 총 39점이 최종 본상으로 선정되었으며 초대·추천 디자이너 부문 2점, 그리고 초·중·고 청소년 부문에서도 국무총리상 3점을 비롯한 총 39점이 본상의 영예에 선정되었습니다.

다시 한번 코로나 19의 어려운 여건에서도 열정과 도전으로 참여해 주신 출품자 모두에게 감사드리며 아울러 심사에 참여하여 주신 7개 분과 심사위원님들과 분과위원장님 그리고 공정한 심사가 원활히 진행될 수 있도록 수고해 주신 한국디자인진흥원 관계자 여러분의 노고에도 감사드립니다.

마지막으로 이제는 코로나19와 함께 살아가야 하는 위드코로나 시대에 접어들었습니다. 이 어렵고 복잡한 상황을 헤쳐 나가야 하는 당면 상황에서 지혜롭고 윤택한 삶의 미래를 제안하는 디자이너들이 그 중심에 있다는 자긍심과 책임감으로 큰 역할을 해주시길 기대하고 응원합니다.



심사위원장
The Chairperson of Jury
김 선 규 KIM SUNKYU

Congratulations on holding The 56th Korea International Design Award and all prize winners. Korea International Design Award was launched in 1966 and it celebrates the 56th anniversary this year. The most prestigious design award, Korea International Design Award, has been incorporated with Design Competition for Youth to hold the best design award in Korea.

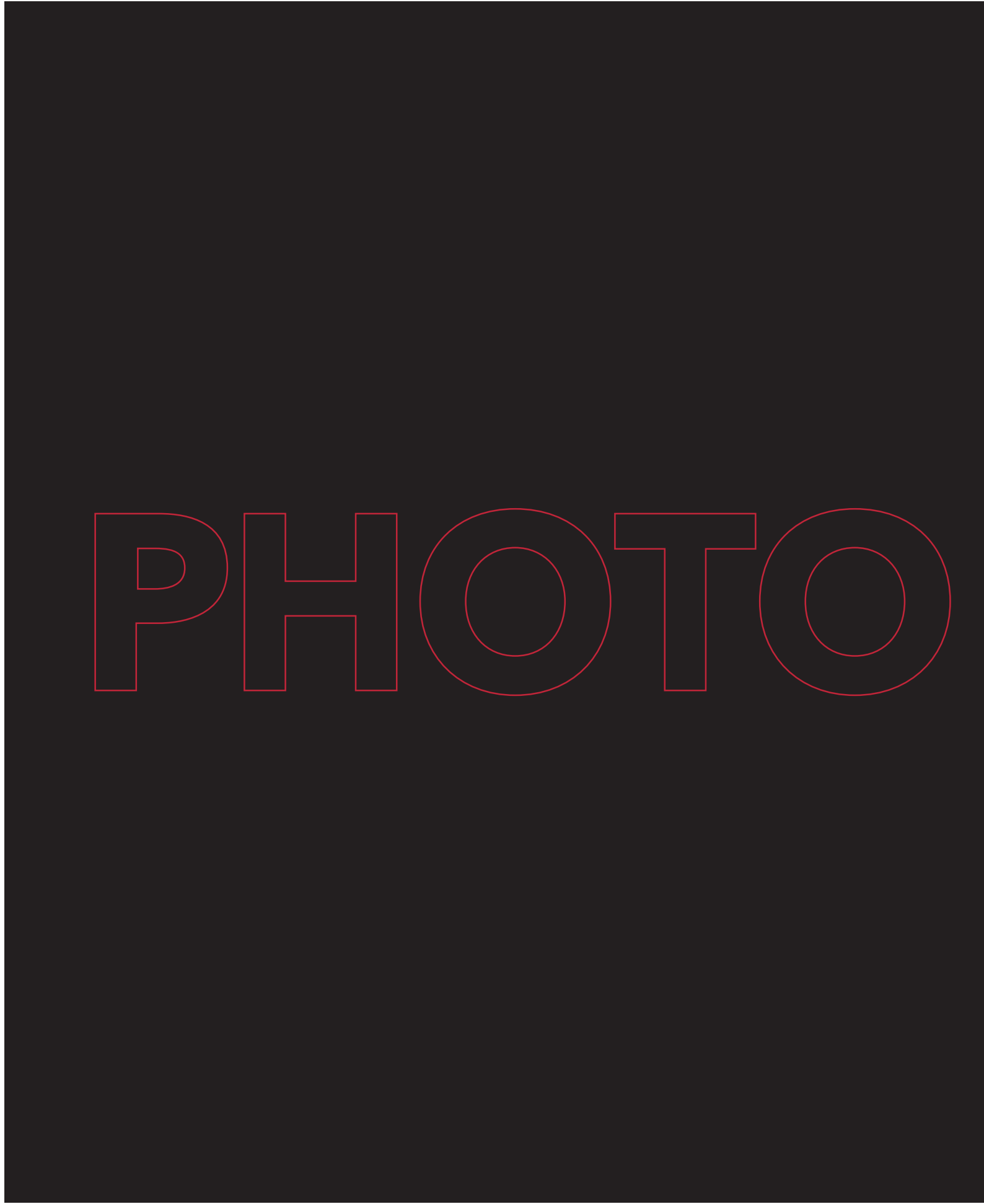
This year, The 56th Korea International Design Award covered the creative and outstanding design concepts predicting the life and future of the rapidly changing COVID-19 pandemics situation and this showed how the design award is developing into the event that demonstrates the great performance and potentials of K-design as the stepping stone for enhancing the national dignity and strengthening the industrial competitiveness beyond Korea.

The 56th Korea International Design Award was divided into 7 sections including Product Design, Visual Communication Design, Digital Media/Content Design, Space/Environmental Design, Fashion/Textile Design, Service Design, and Craft Design. This year, total of 2,059 entries were submitted in Adult Division and University Student Division. For youth section covering elementary, middle, and high school students, total of 2,193 entries were submitted. While over 4,000 entries were submitted, over 220 entries were submitted from Invitation and Recommendation Designer section.

The entries featured the efforts for the safer and more convenient life in response to the earth environment and social issues associated with the current COVID-19 situation. Most of the entries were in outstanding qualities and it was hard to tell which one was better than the other. The whole evaluation processes from the first online evaluation, second physical evaluation, and third evaluation have been evaluated fairy based on expert participation and thorough evaluation criteria. As a result, total of 39 winners were selected in Adult Division and Student Division including one President Prize winner and two Prime Minister Prize winners. In addition, two winners were selected in Invitation and Recommendation Designer and three Prime Minister Prize winners in Elementary/Middle/High School Student Division.

Again, I thank all participants for submitting their works with passion and spirit of challenge even in the tough COVID-19 situations. I also thank the evaluation committee members of 7 sectors, chairman of sector, and Korea Institute of Design Promotion for their contribution on the fair evaluation.

We are currently facing the era of living with COVID-19. I hope that the designers who are suggesting the wiser and better life would play a huge role in the center of this tough situation with their sense of pride and responsibility.



PHOTO

REVIEW

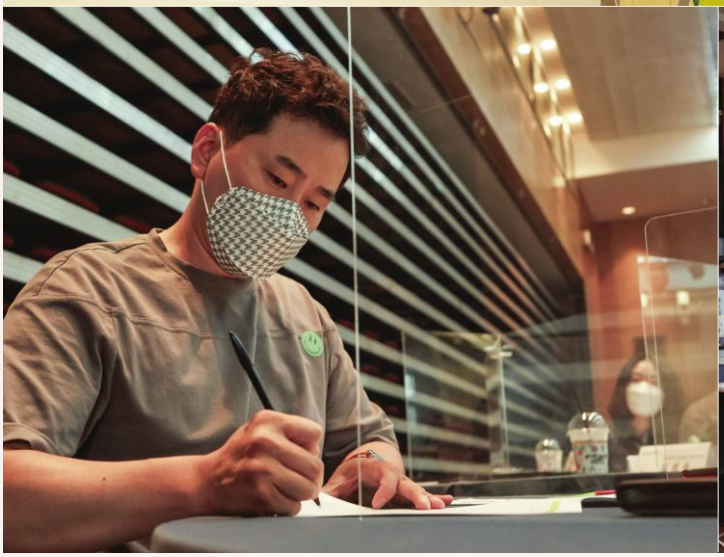
포토리뷰

2차 심사 014
3차 심사 016
시상식 018

포토리뷰
PHOTO REVIEW

2차 심사
2ND JUDGE













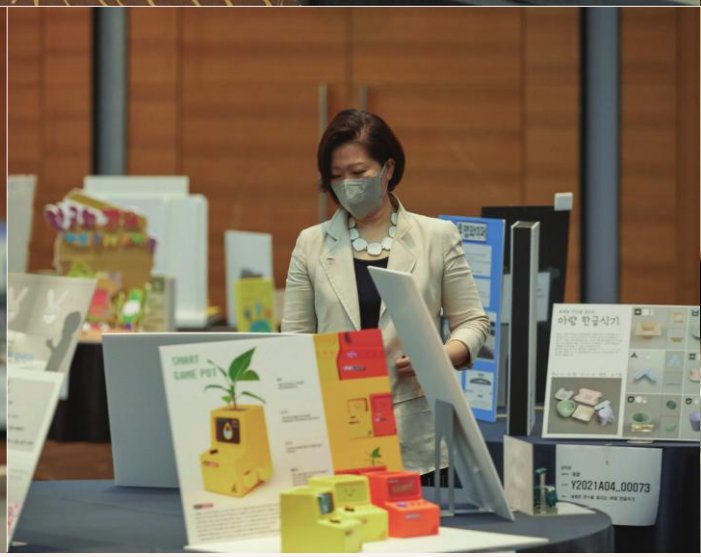


포토리뷰
PHOTO REVIEW

3차 심사
3ND JUDGE







소화기
Y2021A04_00107

아
감정이모티콘

Recycle Bus

포토리뷰
PHOTO REVIEW

시상식
AWARDS CEREMONY

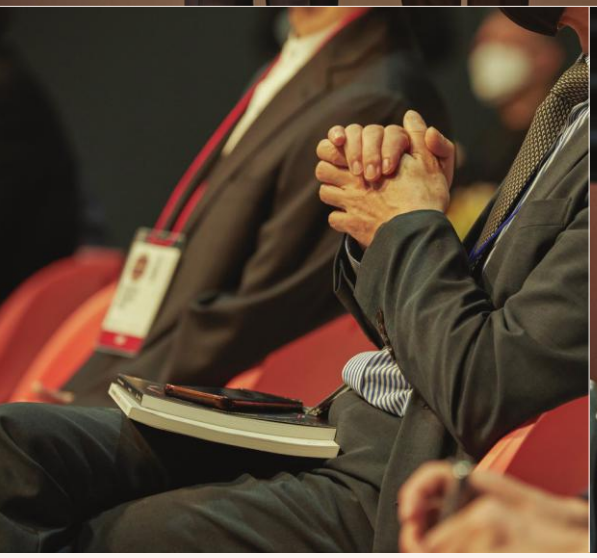






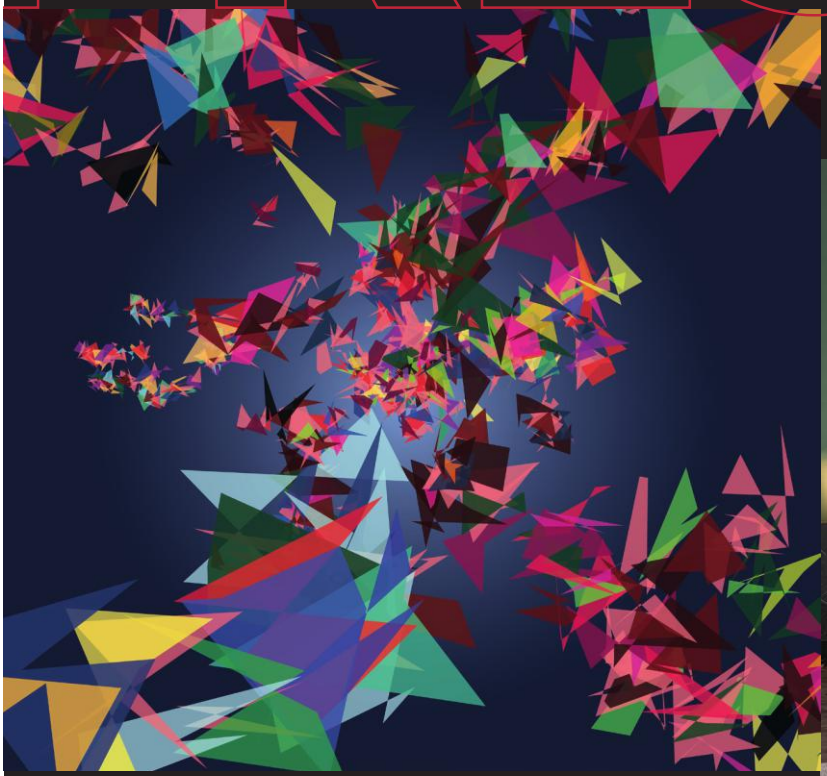

대한민국디자인전람회
부문 -







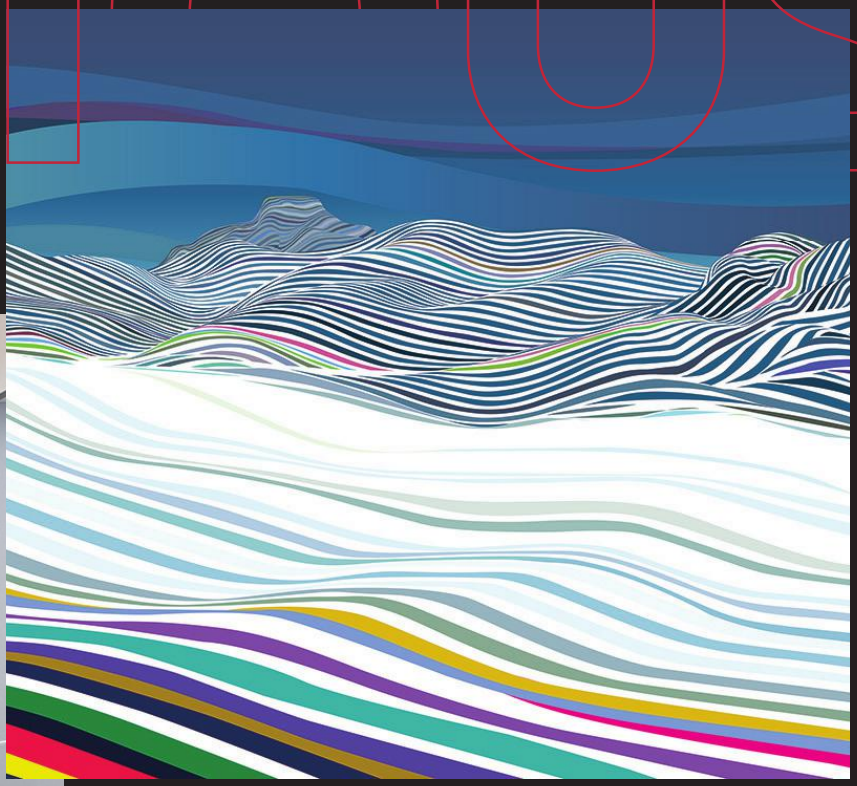
PRESTIG





DES

IGUS



IGNERS

초대 디자이너

은상 Silver Prize **산업통상자원부장관상** 022

제품 디자인 024
Product Design

시각/정보 디자인 036
Visual/Communication Design

디지털미디어/콘텐츠 디자인 075
Digital Media/Contents Design

패션/텍스타일 디자인 076
Fashion/Textile Design

산업공예 디자인 079
Craft Design

초대 디자이너

산업통상자원부장관상 | 은상 Silver Prize

한글 자음 풍경, 한글 모음 풍경

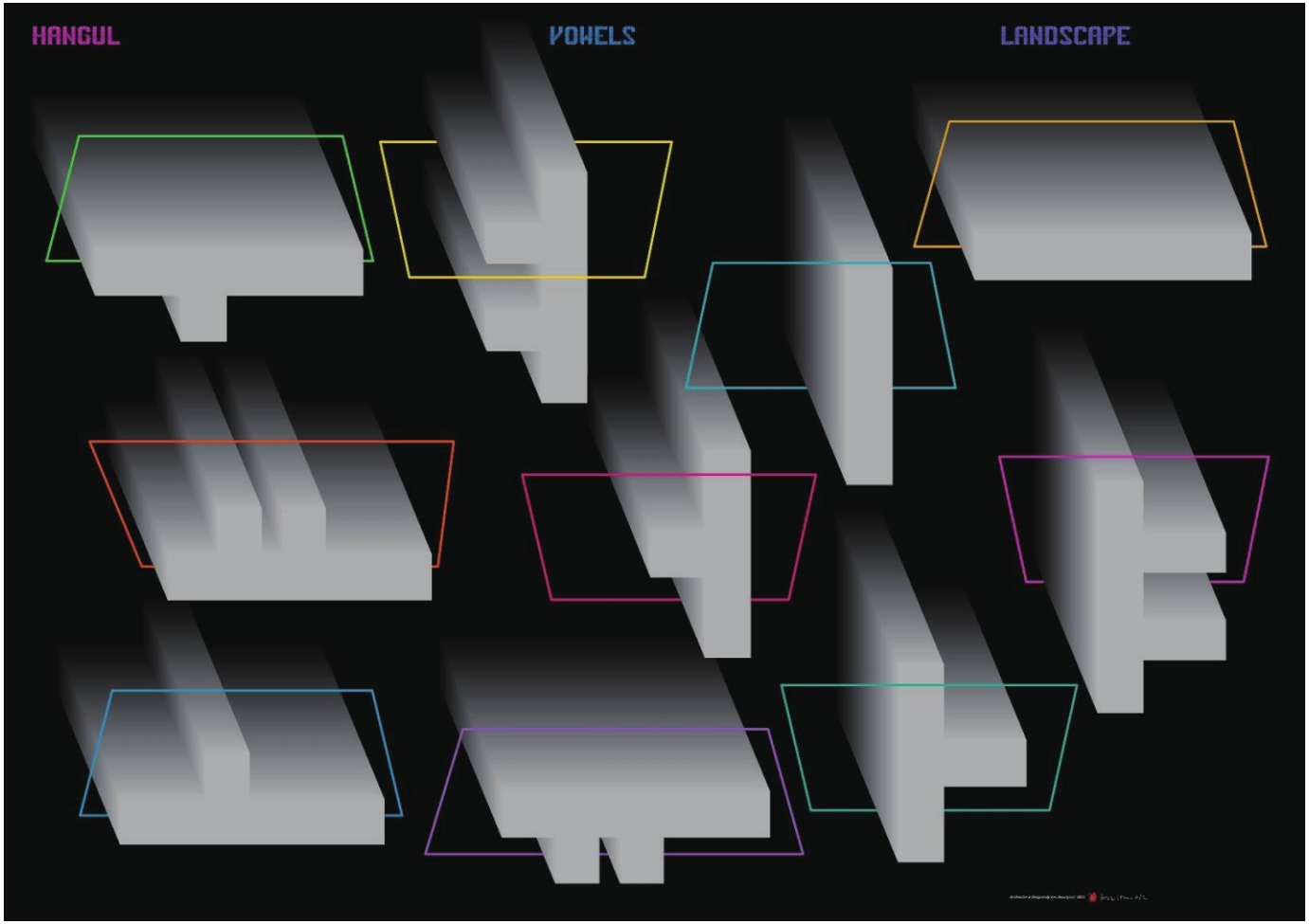


선병일 SUN BYOUNGIL

한글 자음 풍경과 한글 모음 풍경 시리즈 포스터이다. 한글 자음과 모음의 구조적 형태를 입체적으로 시각화한 포스터이다. 한글의 효율적인 메커니즘 속에서 한글 조합과 모듈을 통한 이미지 구현으로 리듬을 만들고 질서와 규칙을 드러내는 한글의 정체성과 일련의 시각 체계를 표현한 포스터이다.

Hangul consonant landscape, Hangul vowels landscape

Hangul consonant landscape, Hangul vowels landscape serious. This is a poster for the Hangeul consonant landscape and Hangeul vowel landscape series. This poster is a three-dimensional visualization of the structural shapes of Hangeul consonants and vowels. It is a poster that expresses the identity and series of visual systems of Hangeul, which creates rhythm and reveals order and rules by realizing images through Hangeul combinations and modules in the efficient mechanism of Hangeul.


HANGUL
VOWELS
LANDSCAPE

초대 디자이너

휠체어 사용자를 위한 런닝머신

조윤호 CHO YUNHO

전 세계적 팬데믹으로 인해 대외활동이 위축되면서 홈트레이닝이 활성화되고 있다. 휠체어 장애인의 경우 이러한 상황에서 운동부족으로 인한 근손실이 발생되며, 다른 부작용을 가져올 수 있다. 이에 휠체어 사용자의 유산소 운동이 가능한 기계식 런닝머신을 제안한다. 본 제품은 개인형 접이식 제품으로 사용자의 다양한 휠체어 사이즈에 대응할 수 있도록 롤러와 전륜의 바퀴 위치를 조절할 수 있으며, 롤러 내부의 저항 장치를 추가하여 등판 효과를 느낄 수 있도록 하였다.



Running machine for the wheelchair user

Home training is revitalized as external activities are shrinking due to the global pandemic. In the case of wheelchair-disabled persons, muscle loss due to lack of exercise occurs in such a situation, and other side effects may occur. Therefore, we propose a mechanical running machine capable of aerobic exercise for wheelchair users. This product is a personal folding product that can adjust the position of the rollers and front wheels to accommodate the user's various wheelchair sizes, and adds a resistance device inside the rollers so that you can feel the climbing effect.

엘지 시그니처 버텀 프리저

유선일 YU SEONIL

고객의 숨어있는 니즈를 찾아서 고객의 욕구를 충족시켜줄 수 있는 차별화 된 혁신고객가치가 반영된 디자인을 추구 하였다. 엘지 시그니처 버텀 프리저(인스타뷰) 냉장고는 고객입장에서 "와우" 할 수 있는, 감동이 있는 디자인적 가치 구현을 목표로 하였다. 본질에 충실하고 정제되며 궁극의 완성도를 확보하기 위하여 친환경 리얼 소재의 CMF를 적극적으로 적용하여 디자인 하였다. 손을 대지 않고 열 수 있는 Auto Smart Door 와 냉동실 보관 식품을 쉽게 꺼낼 수 있는 Auto Smart Lift up Drawer 디자인은 지금까지 경험해 보지 못한 직관적 사용성을 높인 디자인이다. 외관부터 내부까지 본질에 충실한 정제된 아름다움과 고급스러움이 더해진 엘지 시그니처 냉장고 만의 프리미엄 디자인을 표현했다.



LG SIGNATURE Bottom Freezer

Pursue a design that reflects the innovation and customer value that meet customers' needs by finding the hidden needs of customers. LG SIGNATURE Bottom-Freezer (InstaView) refrigerator aims to realize emotional design value that can "wow" customers. In order to be faithful to the essence and secure refined perfection, we actively applied eco-friendly material for CMF(color, material, and finish). Auto Smart Door, which you can open without touching it, and Auto Smart Lift-up Drawer, which allows you to easily retrieve food stored in the freezer compartment, enable you to experience the usability that has never been experienced before. From the exterior to the interior, the LG SIGNATURE refrigerator boasts of its premium design that has been added with refined beauty and luxuriousness faithful to the essence.

신발 건조 및 살균기

최정민 CHOI JUNGMIN

매일 신는 신발을 위생적으로 관리해주는 제품으로서 손으로 직접 신발을 만지지 않고 신발의 건조와 살균이 가능한 제품.



shoe dry & sterilizer

It is a product that hygienically manages the shoes you wear every day, and allows you to dry and sterilize your shoes without directly touching them with your hands.

태양광 충전 심장제세동기(AED) 보관함

이혁수 LEE HYUKSOO

본 디자인은 기존 심장제세동기(AED)의 배터리 관리의 문제점을 해결하고자 태양광 전원 공급이 가능하고 심장제세동기의 상태를 실시간 또는 주기적 점검이 가능하다. 이에 점검 방식과 관리시스템에 산업용 LTE 통신을 통해 모니터링 할 수 있도록 디자인한 제품이다.



Solar Charged AED Storage Case

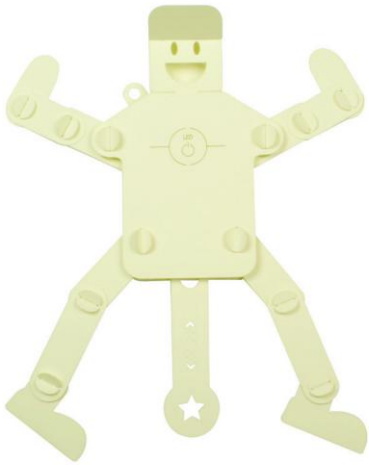
This design provides solar power supply to solve the problems of existing AED battery management, checks the state of AED in real time or periodically, and uses industrial LTE communication in the inspection and management system.

초대 디자이너

스마트 코딩 토이 키트

김강국 KIM KANGKOOK

스마트 코딩 키트는 복잡한 도구없이 간단한재료를 이용해 전자회로를 만드는 제품이며, 직접 만들어보는 과정을 통해 과학의 원리를 배우고 상상력과 창의력 향상에 도움을 주는 교육용 페이퍼 토이입니다.



smart coding toy kit

Smart Coding Kit is a product that makes electronic circuits using simple materials without professional tools, and is an educational paper toy that can learn the principles of science by making yourself and improve imagination and creativity.

경찰 간이무기고 출입고 관리 시스템

박성규 PARK SUNGGUE

시민의 치안을 담당하는 일선 경찰서, 파출소에서는 총기류의 출입고가 빈번하여 이를 관리하기가 쉽지 않다. 본 제품은 총기류에 RFID 태그를 부착하고 이를 관리기에 비접촉 인식하여 총기류의 사용자와 출고 시간, 반입시간등의 데이터를 기록 저장한다. 위험한 총기류의 보안과 관리 및 일선 경찰의 긴급 업무중 총기류 사용의 편의성을 제고하는 기기이다. 벽에 부착 설치하며, 사용자는 지문인식을 하여 사용자와 사용권한을 확인한다. 제품의 형태 디자인에서는 RFID 안테나 부분이 민감하여 다른 부품과의 간섭을 피하여 돌출되어야 하는 문제가 있었으며, 사이즈가 큰 부품의 사각형태를 그대로 살려 제품디자인에 활용하였다. 또한 직관적으로 사용자가 RFID 인식범위를 인지할 수 있도록 원형을 돌출시켜 조형하였다. 제조를 위한 디자인으로는 금형의 구조를 매우 단순화 하여 소량 생산시 부담이 되는 투자 비용을 최소화 하였다.



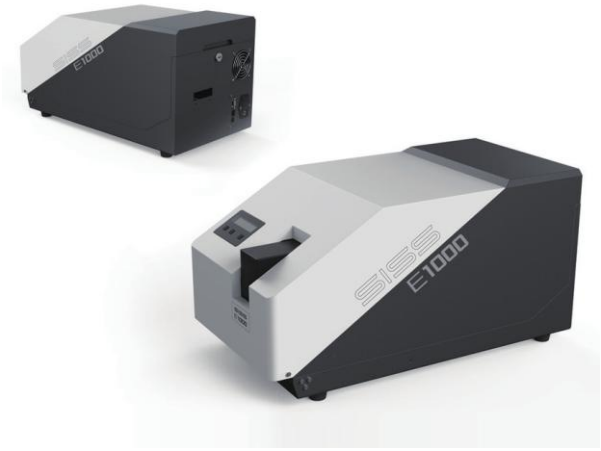
weapon register

It is not easy to manage this because guns frequently enter the police station in charge of security in the city. This product attaches an RFID tag to each gun, recognizes it as a contactless to the management device, and records and stores related data, including the person who used the gun, release and return time. It is a device that improves the security and management of dangerous guns and the convenience of using them during emergency work by the police. It is installed by attaching it to the wall and checks the necessary authority through fingerprint recognition of the user. As for the shape of the product, the RFID antenna part is sensitive, so there is a problem that it has to protrude to avoid interference with other parts, and the square shape of the large part is applied to the design as it is. In addition, intuitively, the corresponding part was protruded in a circle so that the user could recognize the RFID recognition range. It is designed to minimize investment costs even in small amounts of production by simplifying the structure of molds for manufacturing.

카드발급기 디자인

이석준 LEE SEOKJOON

슬림하고 실용적인 형태의 카드 발급기 디자인으로, 카드 프린터를 사용하는 사용자에게 차별화된 편의성을 제공하는 디자인 유도.



card issuing machine design

By applying a slim and practical form of card issuer design, it provides differentiated convenience to users using card printers.

식기건조대

조재승 CHO JAESEUNG

본 제품은 싱크대의 상부 수납장 또는 주방의 벽면에 선택적으로 설치하는 식기 건조대의 형태가 아닌 독립적 형태를 가지는 제품으로 다양한 구조의 주방 어느 곳에나 사용자가 원하는 방식으로 설치 가능하며 설치 작업이 쉽고 설치 후 안정적으로 고정되어 위치 변경이 용이한 식기 건조대로 디자인과 사용성이 강조된 제품이다.



dish drying rack

This product is not in the form of a dish drying rack that is selectively installed on the upper cabinet of the sink or on the wall of the kitchen. As a product with an independent form, it can be installed in any way the user wants in any kitchen of various structures. A dish drying machine that is easy to install and is stably fixed after installation, making it easy to change its position. A product that emphasizes design and usability.

초대 디자이너

토이봇

고정욱 GO JUNGWOOK

인공지능 완구형 로봇으로 스포티 이미지와 친근한 상호작용의 디자인.



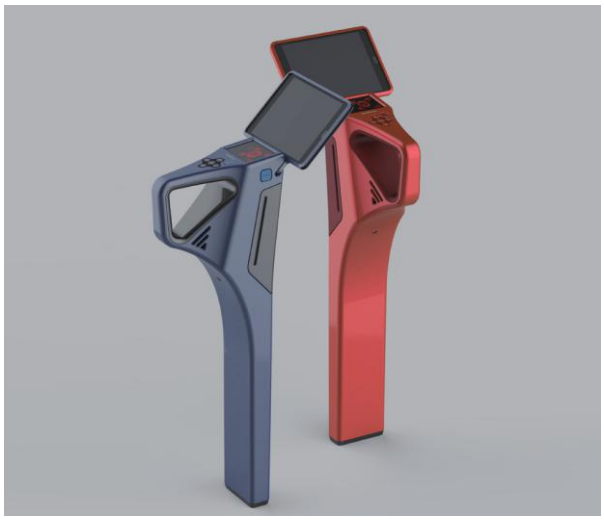
Toybot

AI Toy Robot_Sporty Feel & Friendly Interaction Design.

산업현장용 전자파분석기

박태영 PARK TAIYOUNG

- 산업현장용 전자파분석기
산업현장용 전자파 분석기로써 사용자의 제품 이동시 편리성 및 조작성을 중시한 산업용 제품디자인으로써 손잡이 부착 몸체와 조작버튼 판넬부 및 디스플레이 LCD화면 등으로 구성되어 있다.



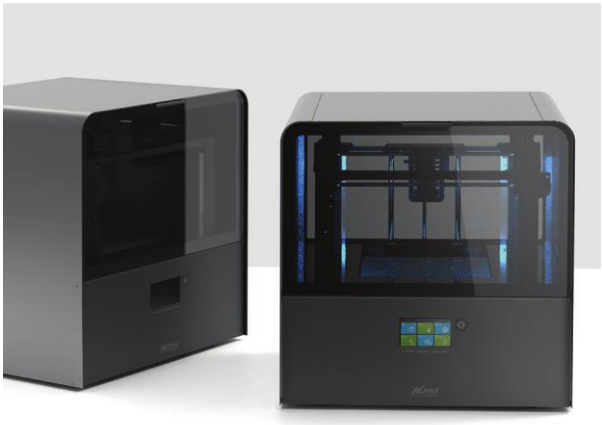
Industrial field EMI analyzer

- Industrial field EMI analyzer
Efficiently and economically it made to a system resolve EMI problem(easy operating and control) at industrial field. It is composed mainly of body handle, control buttons and LCD display etc.

3D 프린터

고영균 KOH YOUNGKYUN

절제된 재료의 사용과 간결하고 최소화된 가공을 통해 소량 생산이 가능한 금속 절곡, 밴딩 방식의 디자인을 의도하였으며 출력부의 전면 도어와 후면 패널에 투명 소재를 적용하여 사용 편의성과 더불어 개방감을 갖도록 하였다.



3D Printer

Based on the use of restrained materials and concise and minimized processing, a metal bending design that can produce small quantities is applied, and transparent materials are applied to the front door and rear panel of the output unit to enhance ease of use and openness.

사지세척 및 소독용 견인로봇 시스템

김동하 KIM DONGHA

정형외과의 수술현장에서는 수술환자의 환부 세척과 감염예방을 위해 수동식 소독처치 장치를 사용하고 있으나, 소독시간동안 수술환자의 해당 부위를 보조임상인력이 직접 들고 있어야 하는 실정이다. 이에 따라 급속히 발전하고 있는 의료기술에 발맞추어 기존 장치의 개선 요구가 높아지고 있으며, 견인 로봇장치는 효과적인 대안이 될 수 있다. 본 제품은 사지세척 및 소독용 견인로봇 시스템으로서 수술현장에서 안전하고, 편리하며, 신속하게 수술진행을 보조함으로써 현장에서 임상인력을 효율적으로 활용할 수 있다. 본 제품의 특징은 무선통신 기반의 3차원 제어를 시각적인 LCD 컨트롤러로 정교하게 조정할 수 있으며, 다축의 독립적 기기로서 수술대의 어느 곳이든 최적화된 포지션을 확보할 수 있다.



Traction Robot System

In orthopedic surgery sites, manual disinfection devices are used to clean the affected areas and prevent infection of the surgical patients. Accordingly, demand for improvement of existing devices is increasing in line with rapidly developing medical technologies, and traction robot devices can be an effective alternative. This product is a traction robot system for limb cleaning and disinfection, and it can efficiently utilize clinical manpower in the field by assisting the operation safely, conveniently, and quickly at the operation site. The feature of this product is that the wireless communication-based three-dimensional control can be precisely adjusted with a visual LCD controller, and as a multi-axis independent device, an optimized position can be secured anywhere on the operating table.

초대 디자이너

태블릿 거치대

최용혁 CHOI YONGHYUK

두 개의 서로 다른 높이와 위치를 제공하여 편안하고 다양한 태블릿 사용을 돕습니다.



Tablet Stand

The ideal combination of high functionality and ease of use, with two different positions, Tablet stand is a diligent helper for a more comfortable and versatile use of Tablet.

스타워즈 R2D2 시계

최양현 CHOI YANGHYUN

[소개]
1. R2D2 및 Death Star 이미지를 사용하는 벽시계/ 2. 시계장치를 제거 시, 벽장식으로 사용/ 3. '점, 선, 평면'을 이용한 간단한 조형 구성/ 4. 제품과 벽 사이에 30mm 간격 유지 : 그림자 형성으로 입체감 생성(제품 지지 볼트 사용)
[사양]
1. 치수: 735(H) X 402(W) X 2(T)/ 2. 중량: 2.2파운드 미만/ 3. 재료: 강철, 알루미늄, 스테인리스/ 4. 생산방법: 레이저 가공



STARWARS R2D2 WALL CLOCK

[Introduction]
1. A wall clock using the R2D2 & Death Star image/ 2. If remove the clock device, it can also be used as a wall decoration/ 3. Simple formative composition using 'dot, line, plane' which is the basic element of beauty/ 4. A shadow is formed by maintaining a 30mm gap between the product and the wall to show a three-dimensional effect.(Use Product Supporting Bolt)
[Specification]
1. Dimension: 735(H) X 402(W) X 2(T)/ 2. Weight: under 2.2lb/ 3. Material: Steel or Aluminum/ 4. Production Method: Laser Processing

스타워즈 Millennium Falcon 벽 시계

최양현 CHOI YANGHYUN

[소개]
1. Millennium Falcon 이미지를 사용하는 벽시계/ 2. 시계 장치를 제거 시, 벽장식으로 사용/ 3. 아름다움의 기본 요소인 '점, 선, 면'을 이용한 간단한 조형 구성/ 4. 제품과 벽 사이에 30mm 간격 유지 : 그림자 형성으로 입체감 생성(제품 지지 볼트 사용)
[사양]
1. 치수: 448(H) X 332(W) X 2(T)/ 2. 중량: 2.2lb 미만
3. 재료: 강철, 알루미늄/ 4. 생산 방법: 레이저 가공

STARWARS Millennium Falcon WALL CLOCK

[Introduction]
1. A wall clock using the Millennium Falcon image/ 2. If remove the clock device, it can also be used as a wall decoration/ 3. Simple formative composition using 'dot, line, plane' which is the basic element of beauty/ 4. A shadow is formed by maintaining a 30mm gap between the product and the wall to show a three-dimensional effect.(Use Product Supporting Bolt)
[Specification]
1. Dimension: 448(H) X 332(W) X 2(T)/ 2. Weight: under 2.2lb/ 3. Material: Steel or Aluminum/ 4. Production Method: Laser Processing



스타워즈 다스베이더 벽 시계

최양현 CHOI YANGHYUN

[소개]
1. 다스베이더 이미지를 사용한 벽시계/ 2. 시계 장치를 제거 시, 벽장식으로 사용/ 3. 아름다움의 기본 요소인 '점, 선, 면'을 이용한 간단한 조형 구성/ 4. 제품과 벽 사이에 30mm 간격 유지 : 그림자 형성으로 입체감 생성(제품 지지 볼트 사용)
[사양]
1. 치수: 582(H) X 457(W) X 2(T)/ 2. 중량: 2.2lb 미만/ 3. 재질: 강철, 알루미늄

STARWARS Darth Vader WALL CLOCK

[Introduction]
1. A wall clock using the Darth Vader image/ 2. If remove the clock device, it can also be used as a wall decoration/ 3. Simple formative composition using 'dot, line, plane' which is the basic element of beauty/ 4. A shadow is formed by maintaining a 30 mm gap between the product and the wall to show a three-dimensional effect.(Use Product Supporting Bolt)
[Specification]
1. Dimension: 582(H) X 457(W) X 2(T)/ 2. Weight: under 2.2lb/ 3. Material: Steel or Aluminum



초대 디자이너

스타워즈 X-wing 데코

최양현 CHOI YANGHYUN

[소개]
1. X-Wing 이미지를 이용한 벽시계/ 2. 시계 장치를 제거 시, 벽장식으로 사용/ 3. 아름다움의 기본 요소인 '점, 선, 면'을 이용한 간단한 조형 구성/ 4. 제품과 벽 사이에 30mm 간격 유지 : 그림자 형성으로 입체감 생성(제품 지지 볼트 사용)
[사양]
1. 치수: 512(H) X 457(W) X 2(T)/ 2. 중량: 2.2lb 미만/ 3. 재질: 강철, 알루미늄

STARWARS X-wing WALL Deco

[Introduction]
1. A wall clock using the X-Wing image/ 2. If remove the clock device, it can also be used as a wall decoration/ 3. Simple formative composition using 'dot, line, plane' which is the basic element of beauty/ 4. A shadow is formed by maintaining a 30 mm gap between the product and the wall to show a three-dimensional effect.(Use Product Supporting Bolt)
[Specification]
1. Dimension: 512(H) X 457(W) X 2(T)/ 2. Weight: under 2.2lb/ 3. Material: Steel or Aluminum



스타워즈 R2D2 데코

최양현 CHOI YANGHYUN

[소개]
1. R2D2 이미지를 사용한 벽시계/ 2. 시계 장치를 제거 시, 벽장식으로 사용/ 3. 아름다움의 기본 요소인 '점, 선, 면'을 이용한 간단한 조형 구성/ 4. 제품과 벽 사이에 30mm 간격 유지 : 그림자 형성으로 입체감 생성(제품 지지 볼트 사용)
[사양]
1. 치수: 543(H) X 349(W) X 2(T)/ 2. 중량: 2.2lb 미만/ 3. 재질: 강철, 알루미늄

STARWARS R2D2 WALL DECO

[Introduction]
1. A wall clock using the R2D2 image/ 2. If remove the clock device, it can also be used as a wall decoration/ 3. Simple formative composition using 'dot, line, plane' which is the basic element of beauty/ 4. A shadow is formed by maintaining a 30mm gap between the product and the wall to show a three-dimensional effect.(Use Product Supporting Bolt)
[Specification]
1. Dimension: 543(H) X 349(W) X 2(T)/ 2. Weight: under 2.2lb/ 3. Material: Steel or Aluminum



스타워즈 X-wing 벽시계

최양현 CHOI YANGHYUN

[소개]
1. X-Wing & Death Star 이미지를 사용한 벽시계/ 2. 시계 장치를 제거 시, 벽장식으로 사용/ 3. 아름다움의 기본 요소인 '점, 선, 면'을 이용한 간단한 조형 구성/ 4. 제품과 벽 사이에 30mm 간격 유지 : 그림자 형성으로 입체감 생성(제품 지지 볼트 사용)
[사양]
1. 치수: 637(H) X 457(W) X 2(T)/ 2. 중량: 2.2lb 미만/ 3. 재질: 강철, 알루미늄



STARWARS X-wing WALL Clock

[Introduction]
1. A wall clock using the X-Wing & Death Star image/ 2. If remove the clock device, it can also be used as a wall decoration/ 3. Simple formative composition using 'dot, line, plane' which is the basic element of beauty/ 4. A shadow is formed by maintaining a 30mm gap between the product and the wall to show a three-dimensional effect.(Use Product Supporting Bolt)
[Specification]
1. Dimension: 637(H) X 457(W) X 2(T)/ 2. Weight: under 2.2lb/ 3. Material: Steel or Aluminum

펜 홀더

곽태혁 KWAK TAEHYEUK

대량생산이 가능하도록 정형화된 곡선과 직선을 활용한 펜 홀더입니다. 사용상의 편의성 도모 및 수학적 기호를 연상할 수 있도록 표현하여 시각적 즐거움도 제공할 수 있도록 디자인 및 제작하였습니다.



Pen Holder

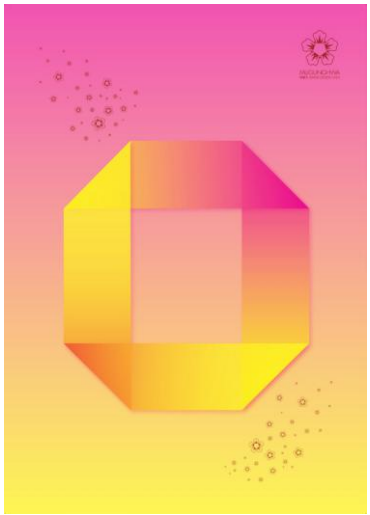
It is a pen holder with standardized curves and straight lines to enable mass production. It is designed and designed to improve ease of use and to provide visual pleasure by directing it to remind you of mathematical symbols.

초대 디자이너

무궁화이미지-20211006

김영희 KIM YOUNGHEE

나라꽃 무궁화를 디자인하여 패턴화하고, 이를 배경으로 우리나라 한글을 접목하여 구성한 이미지 포스터이다.



Mugunghwa Image-20211006

It is an image poster designed and patterned with Mugunghwa, the National flower of Korea, and combined with Korean Hangeul in the background.

오브제 블랙 서재

이용한 LEE YONGHAN

언택트 시대에 홈에서의 기능이 더욱 다양해지고 중요한 공간으로 변화되고 있습니다. [Layered Homes] 재택근무 환경까지 확장할 수 있는 홈오피스 서재로서, 나만의 엣지를 채우는 옴므 리빙 서재 공간을 연출합니다. 또한, 올 블랙의 깔끔한 인테리어로 모던하고 시크한 감성을 완성합니다.



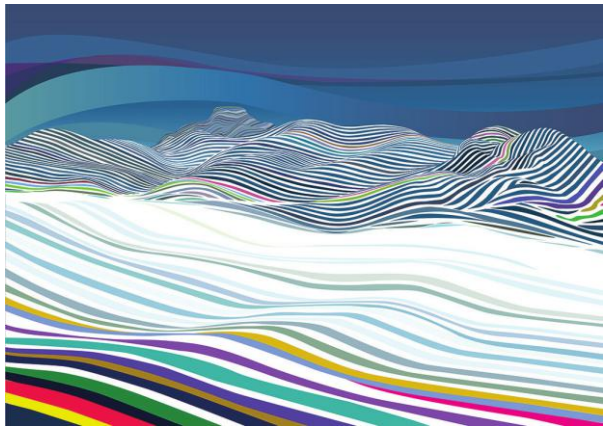
OBJECT BLACK LIBRARY

In the contactless era, your home's functions are becoming more diverse and important. It is a home office library that can expand to a teleworking environment, creating a Homme Living Library space that fills your own individuality Also, it completes modern and chic sensibility with all-black's neat interior design.

제주도

최성규 CHOI SUNGKYU

바다에서 바라본 제주도의 풍경을 색동의 스트라이프를 대입해 묘사하였다.



Jeju Island

Described the scenery of Jeju viewed from the sea with stripes.

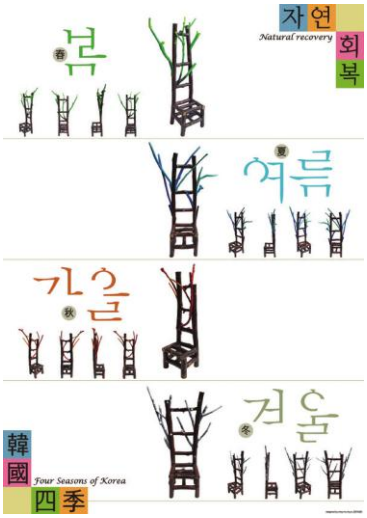
자연회복_한국의 사계

최호천 CHEY HOCHYUN

나뭇가지로 의자를 만들었다. 4개의 의자는 한국의 사계(봄, 여름, 가을, 겨울)를 나타낸다. 죽은 나뭇가지가 의자로 재탄생한 것은 훼손되어가는 자연을 회복해야 한다는 의미이다. 이 의자들의 나뭇가지 윗부분은 사계를 의미하는 green(봄), blue(여름), brown(가을), gray(겨울)로 표현하였다. 나머지 부분은 본래 나뭇가지가 가지고 있는 자연 그대로이다. 자연의 소중함은 누구나 알고 있지만, 자연을 보전하는 일에는 아무도 관심이 없는 듯 훼손되는 것은 주변에서도 흔히 볼 수 있는 일이다. 이러한 자연회복의 중요성을 계몽하는 프로젝트는 지속적으로 개발되어야 하겠다.

Natural recovery_Four Seasons in Korea

I made a chair out of branches. The four chairs represent the four seasons of Korea (spring, summer, fall, and winter). The regeneration of a dead branch into a chair means that nature must be restored to its detriment. The branches of these chairs are expressed in green_spring, blue_summer, brown_fall, and gray_winter. The rest is the nature of the branch. Everyone knows the importance of nature, but it is common around them to be damaged as if no one is interested in preserving nature. Projects that enlighten the importance of this nature recovery must be continuously developed.



Ecology Harmony

이미정 LEE MIJUNG

사람과 자연의 어울림을 사람의 형태에 다양한 자연의 컬러를 표현하였다.

Ecology Harmony

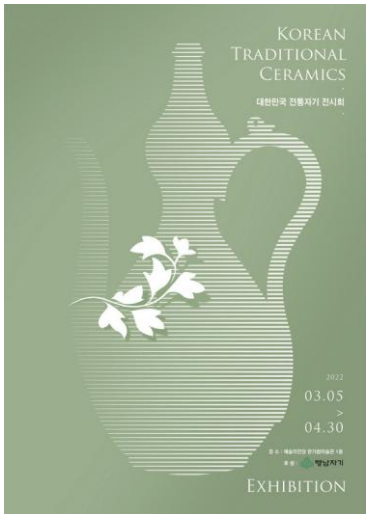
The harmony between humans and nature was expressed by adding various natural colors to the human form.



대한민국 전통자기 전시회

변춘섭 BYUN CHOONSEOP

대한민국 전통자기의 우수성을 감상하고 경험할 수 있는 전시를 위한 홍보 포스터.



Korean Traditional Ceramics Exhibition

A promotional poster for an exhibition where you can feel and experience the excellence of traditional Korean ceramics.

다학제발명경진대회

신재욱 SHIN JAEWOOK

다학제 발명경진대회는 빅데이터 리터러시 디자이너를 발굴 양성하기 위한 목적으로 개최됨. 창작물을 3D 프린팅으로 출력해 제품화하여 대회 참가자들의 창의적인 아이디어를 실현시키고자 함. 디자인, 경영 그리고 공학 간의 이해와 소통을 할 수 있는 특화된 인재를 양성하는데 목적이 있음.



Multidisciplinary Inventive Competition

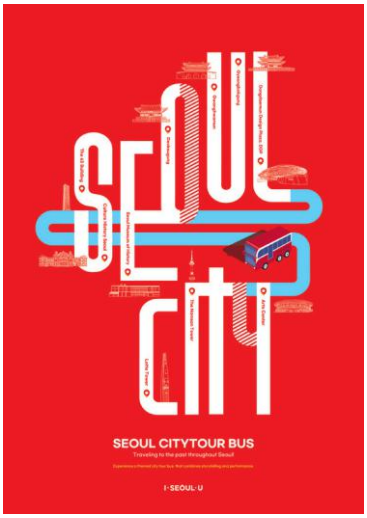
The multi-disciplinary invention competition was held to discover and train big data literacy designers. We want to make creative ideas of contestants come true by printing their creations in 3D printing and commercializing them.

초대 디자이너

서울도심 타이포그래피

박윤신 PARK YUNSHIN

서울 도심에서 타이포그래피를 디자인하고 제작했다. 서울의 랜드마크와 어우러져 서울의 명소를 알리고자 하였다.



Seoul City typography

It was designed and produced in typography in downtown Seoul. It was intended to inform the spot in Seoul that harmonizes with the landmark of Seoul.

고급스러운 인테리어 소품 같은 패키지디자인

박정훈 PARK JUNGHOON

고급스러운 소재인 대리석과 골드를 그래픽 테마로 적용하여 디자인으로 공간의 가치를 높여주는 인테리어 소품의 같은 생활용품 패키지디자인.(샴푸&바디워시)



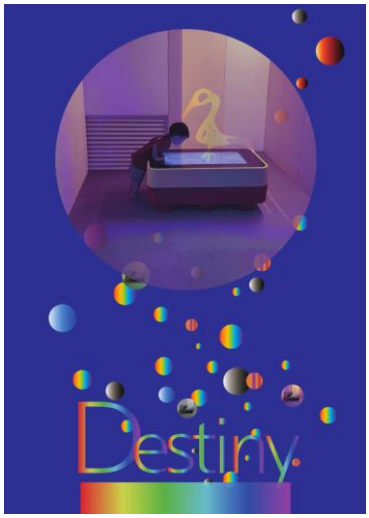
Packaging Design with Luxurious Interior Accessory Effect

A package design of household goods such as interior accessories that enhance the value of space through design by selecting and applying marble and gold, which are luxurious materials, as graphic themes. (Shampoo & Body Wash)

운명2021-01

김제중 KIM JEJOONG

우리가 흔히 행복해지기 위해 필요한 모든 것이라 말하는 것처럼 이것과 저것 등 모든 조건들을 갖춘다면 행복해질거라 생각합니다. "행복해지기 위한 모든 것을 갖는다" 이 문장 자체가 이미 행복의 파멸이 피할 수 없는 운명임을 드러냅니다.



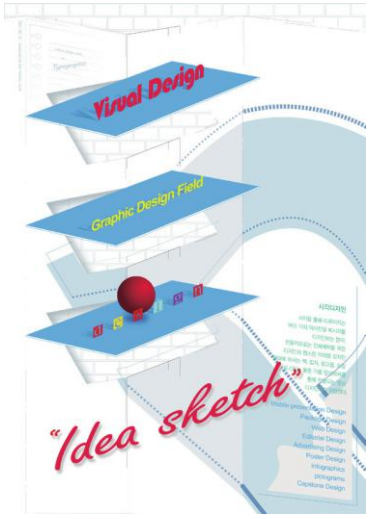
Destiny2021-01

We think that if we could gather this and that, all the conditions, something that we say, "Everything to be happy to have everything to be happy." That very sentence already reveals the doom, destruction of happiness.

시각디자인

서광적 SEO KWANGJEOK

시각디자인 이미지 포스터입니다.



visual design

Visual design image poster.

초대 디자이너

한국의 향기

황순선 HWANG SOONSUN

한국의 향기: 어수룩 호랑이들의 숨바꼭질



Scent of Korea

Scent of Korea: Tigers who have Silly Faces' Hide-and-Seek

2021 LOVE 06

한욱현 HAN WOOKHYUN

나는 들꽃, 누군가 지어준 이름으로 불리지만 나서서 화초가 되고 싶지 않습니다.
지나가는 바람을 친구 삼아 혼자 누리는 행복에 익숙해서요.



2021 LOVE 06

I'm a wild flower, called by a name someone gave me but I don't want to go out and become a flower. Because I'm used to the happiness of being alone with the passing wind as a friend.

지구온난화

고영진 KO YOUNGJIN

지구온난화. 인간의 활동과 대기중의 이산화탄소, 메탄 등 온실기체의 농도증가로 인한 기후변화의 심각성을 시각적으로 표현.



Global Warming

Global Warming. It visualizes the serious issue, global warming, which is because of growing CO2 and CH4 by a human.

자연과 함께

구윤희 KOO YOONHEE

코로나19로 인해 인간의 생존이 위협당하고 있다. 산업의 발전으로 인한 무분별한 자연파괴가 우리 스스로를 위협하는 방아쇠가 되었다. 매일 버려지는 마스크는 바다와 땅을 오염시키고 있다. 우리는 자연과 함께 살아가야할 생각과 행동을 실천해야 한다.



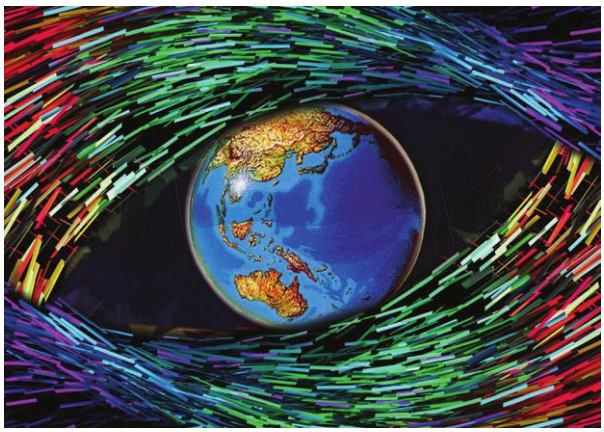
with nature

Human Life is threatened by COVID-19. Thoughtless destruction of nature caused by industrial development has become a trigger to threaten ourselves. Masks thrown away every day are polluting the sea and land. We must practice the thoughts and actions to live in harmony with nature.

혼돈 속의 세계

여훈구 LYEO HUNGOO

지금 인류는 바이러스의 공격, 지구환경의 재앙, 도덕가치의 파괴 등 혼돈 속의 세계에서 살고 있다. 이러한 상황에서 경각심을 일깨우고자 대중들에게 계몽적 차원의 포스터를 디자인 한 것이다.



A world in CHAOS

Humanity is now living in a world of chaos such as virus attack, global environmental disaster, and destruction of moral values. To awaken awareness in this situation, the poster was designed with an enlightening dimension to the public.

부 엉

임경호 LIM KYUNGHO

부의 상징인 부엉이를 매개로 우리나라가 코로나로 인한 경제적인 어려움을 떨쳐 버리고 활력을 가져오기를 바라는 기원의 일러스트레이션임.



Rich Owl

It is an illustration with the hope that Korea will regain vitality from economic difficulties caused by COIVD-19, through owls, a symbol of wealth.

관절건강

조규창 CHO KYUCHANG

나이가 들어감에 따라 우리 몸의 관절은 점점 약해져가고 온갖 통증을 수반한다. 관절의 통증은 일상 생활을 위축시키고 삶의 질을 현저히 떨어뜨린다. 관절을 건강하게 관리 한다는 것은 곧 인생의 행복을 의미하기에 건강한 관절이 주는 삶의 궁극적인 행복함을 음표로 상징화하여 표현하였다.



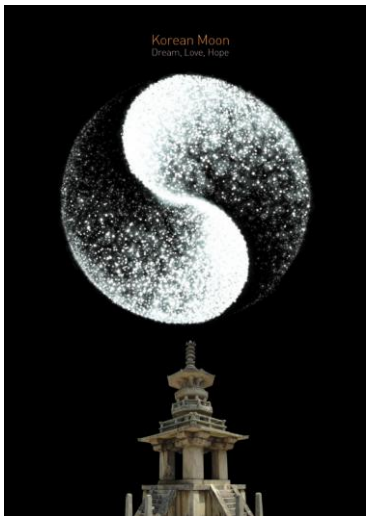
Joint Health

As we get older, the joints in our bodies weaken and involve all kinds of pain. Joint pain shrinks our daily activities and significantly reduces the quility of life. Since healthy management of joints means happiness in our life, I used “notes” symbolically to express the ultimate happiness of life given by joints.

한국의 달

안창호 AHN CHANGHO

국내외적 혼란과 무질서 그리고 어려운 현실에서 우리 민족의 꿈과 사랑 그리고 희망이 항상 존재하는 대한민국이 되길 바란다.



Korean Moon

I hope that Korea will always have dreams, love and hope for our people in domestic and international chaos, disorder, and difficult reality.

한국의 향기4

김병진 KIM BYOUNGJIN

한국의 미를 상징하는 이미지를 표현하기 위하여 현대적인 감각으로 그래픽적으로 재해석하여 표현한 작품입니다.



The scent of Korea

It is a work that is graphically reinterpreted with a modern sense to express the image that symbolizes the beauty of Korea.

콰가컬쳐레이블 브랜드 아이덴티티 디자인

김정두 KIM JEOUNGDOO

콰가컬쳐레이블은 공연 기획, 음반제작 업체의 브랜드입니다. 20세기를 17년 앞두고 멸종한 동물 콰가얼룩말(Quagga Zebra)에서 브랜드의 모티브를 얻었습니다. 콰가얼룩말은 머리부터 허리까지 얼룩말이며 허리부터 꼬리까지는 일반적인 말의 모습을 지녔습니다. 이는 우리나라에서 점점 설자리를 잃어가는 예술가들을 상징하기도 하며 한 몸에 예술가, 기획자, 생활인의 다른 모습이 공유하고 있음을 나타냅니다. 이와 같이 서로 다른 모습이 공존하며 합하여 더 좋은 것들을 창작할 수 있다는 변증법의 의미를 표현하였습니다. 콰가컬쳐레이블의 로고 색깔인 보라색은 예술가를 상징하는 빨간색과 기획자를 상징하는 파란색과 같이 서로 이질 적인 요소들이 만나서 나오는 새롭게 통섭된 색을 의미합니다.



Quagga culture label brand identity design

Quagga culture label is a brand of performance planning and record production companies. 17 years before the 20th century, Quagga Zebra, an extinct animal, gained the brand's motif. Quagga zebras are zebras from head to waist, and they have the appearance of ordinary horses from waist to tail. This symbolizes artists who are gradually losing their bases in Korea, and indicates that different aspects of artists, planners, and living people coexist in one body. In this way, I expressed the meaning of dialectic that different aspects can coexist and combine to create better things. Purple, the logo color of the Quagga Culture Label, means a new color that appears when heterogeneous elements meet, including red symbolizing the artist and blue symbolizing the planner.

어린이미술대회 포스터

이근형 LEE KEUNHYUNG

올해 처음으로 개최되는 어린이 미술대회를 알리기 위해 제작한 포스터.



Children's Art Competition Poster

Posters designed to announce the first children's art contest this year.

그린

김영식 KIM YOUNGSIK

그린피스 환경포스터로 플라스틱 억제를 통한 환경보호.



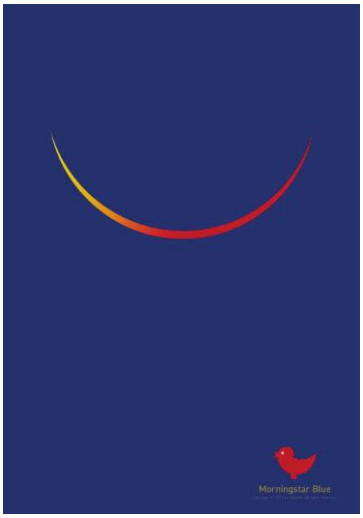
green

Environmental protection through plastic suppression with Greenpeace environmental poster.

블루

김덕순 KIM DEOKSUN

1960년대는 다양한 트렌드가 유행했던 시기였다. 팝아트, 키네틱아트, 옵아트 등 새로운 시도가 있었다. 선명한 색채와 구성은 이 당시의 많은 영감을 제공하였다. 또한 색상에 있어 또 다른 힘이 무르익어가던 시대였고 색채로 가득 찬 시대였다. 그리고 그 모든 색상 하나하나에 변화와 이름을 붙였다. 이것은 전 세계의 디자이너들이 공통으로 사용하는 색채의 언어가 되었다. Morningstar Blue는 변화와 희망을 상징한다.



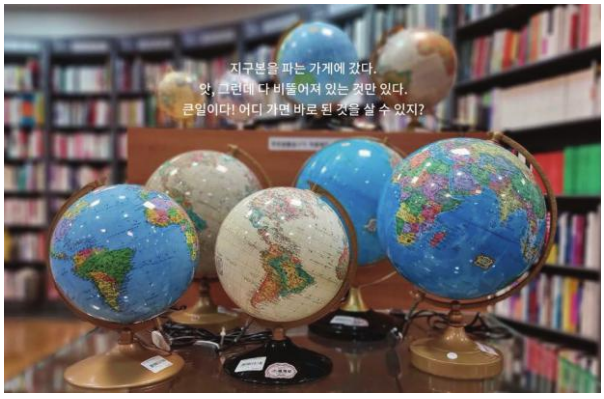
Morningstar Blue

The 1960s was a time when various trends were popular. There were new challenges such as Pop Art, Kinetic Art, and Opart. The vivid colors and composition provided a lot of inspiration for this time. It was also an era full of color. And every single one of those colors was changed and named. It became a language of color commonly used by designers all over the world. Morningstar blue symbolizes change and hope.

삐뚤어진(?) 지구본

김형석 KIM HYEONGSUK

지구가 23.5도 기울어져서 자전하므로 지구본도 동일한 각도로 제작돼 있는 상황을 풍자한 작품.



Crooked Glove

Since the Earth rotates at an inclination of 23 degrees, it is a satirical work of a globe made at the same angle.

아름다운 우리나라 한국

강성철 KANG SUNGCHUL

아름다운 우리나라 한국 도깨비는 어디에서 왔을까. 밤길 나그네에게 내기 씨름을 걸지만 한 번도 이긴 적이 없는 도깨비. 키가 너무 커서 얼굴을 볼 수 없는 도깨비. 친구를 부자로 만들어 주지만 늘 배신당하고 골탕먹는 도깨비. 술과 여자를 좋아하는 도깨비. 춤추고 노래부르는 것을 좋아하는 도깨비. 맛없는 메밀 음식을 받고 좋아하는 도깨비. 우리 민족의 고운 심성이 만들어낸 도깨비. 그는 도대체 누구일까. 가난하고 불행한 사람들에게 꿈과 희망을 주는 아름다운 존재-우리의 도깨비.



Beautiful Korea

Beautiful Korea Where does Dhiokavi come from? Dhiokavi starts a wrestle with night travelers, but never wins. Dhiokavi whose face can be never seen because he is too tall. Dhiokavi makes his friends rich, but always gets betrayed and screwed over. Dhiokavi loves booze and girls. Dhiokavi loves dancing and singing. Dhiokavi gets pleased with tasteless buckwheat dishes. Dhiokavi created by our good-natured people. Who is he, really. Beautiful being that brings dream and hope to poor and miserable people – our Dhiokavi.

보이지 않을 뿐 존재하지 않는 것은 아니다.

박기홍 PARK KIHONG

투명 방음벽 충돌로 인한 새들의 죽음... 우리 눈에 보인다고 그들의 눈에도 보이는 것은 아닙니다.



It is invisible, but not non-existent.

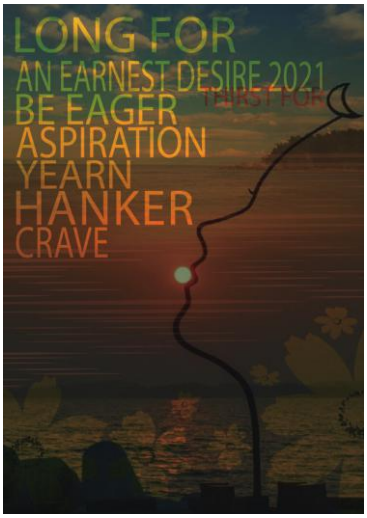
The death of birds due to the collision of transparent soundproof walls... Even if we see it, it's not visible to them.

초대 디자이너

갈망하다

정보민 JEONG BOMIN

2021년에 간절히 바라는 마음을 담은 포스터.



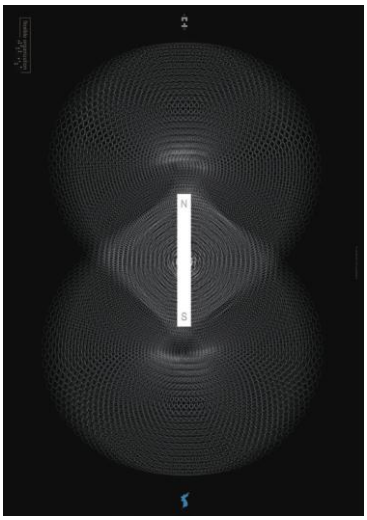
LONG FOR

Poster with a long-cherished desire for 2021.

상생의 힘

윤여종 YOON YEOJONG

이기주의와 배타적 사고를 버리고 지역과 경계를 넘어 하나 될 때 커지는 대한민국의 무한 가능성을 그래픽으로 표현.



Flexible Organization=Power

Graphically expresses the infinite possibility of Korea, which grows more and more when it becomes one across regions and boundaries, excluding selfishness and exclusive thinking.

스카이덴트 넘버32 슬림 칫솔 리뉴얼

이경수 LEE KYUNGSOO

스카이 블루와 코발트 블루 컬러로 스카이덴트 브랜드 아이덴티티를 구축하였다. 상단에 넓은 윈도우 창을 적용하여 제품 피오피 효과를 극대화 하였다. 브러시 일러스트 적용으로 슬림 칫솔을 강조하였다.



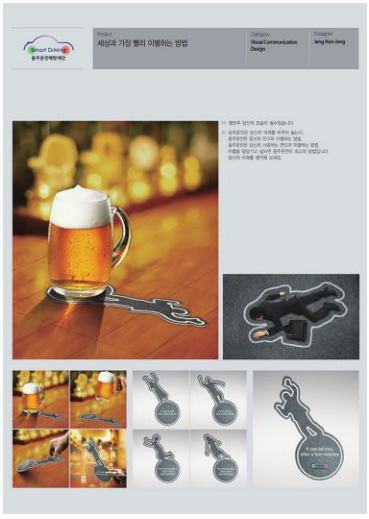
Skydent Number 32 Slim Toothbrush Renewal

Skydent brand identity was established in Sky Blue and Cobalt Blue. It maximizes product P.O.P. effect by applying a wide window at the top. I emphasized the cream toothbrush by applying brush illustration.

세상과 가장 빨리 이별하는 방법

장훈종 JANG HUNJONG

음주운전... 몇 분 후 당신의 모습이 될 수 있습니다. 음주운전은 당신의 미래를 바꾸어 놓는다. 음주운전은 당신의 친구, 사랑하는 연인과 이별하는 최고의 방법이다. 이별을 앞당기고 싶으면 음주운전이 최고의 방법. 미래를 생각한다면 음주시 운전은 스톱.



The most quickect way part from this world

Drunk driving... This can be you in a few minutes. Drunk driving changes your future. Drunk driving is the best way to say goodbye to your dear friends and lovers. If you want to advance the time of separation, drunk driving is recommended. If you dream of the future, stop drunk driving.

초대 디자이너

부적-십일월생부(11월)

김상락 KIM SANGRAK

우리의 전통생활문화와 사상적 이론의 시각적 표현을 통해 새로운 문화적 가치와 전통문화의 홍보를 위한 현대적 접근방법을 포스터로 표현하였다.



Talismans-November

By visually expressing our traditional living culture and ideological theory, a modern approach to promoting new cultural values and traditional culture was presented as posters.

강원도의 향

박승대 PARK SEUNGDAE

강원도의 이미지를 포스터화.



Scent of Gangwondo

Expressing Gangwon-do's unique image with posters.

자연! 디자인의 원초적 이미지

하용훈 HA YONGHUN

디자인의 의미와 이미지가 담겨져 있는 자연은, 무한한 창의적 발상을 제공한다. 이러한 자연을 다시 해석하여 이음과 연장, 묶음과 반복, 관계를 통해 자연을 들여다 본다. 해석된 모습은 또 다른 소통의 메시지가 되며, 이것은 우리가 자연 속에 있기 때문에 창의적 발상으로 계속된다.



Nature! Original image of design

Nature, which contains the meaning and image of design, provides infinite creative ideas. By reinterpreting this nature, we look into nature through connection and extension, grouping and repetition, and relationship. The interpreted appearance becomes another message of communication, which continues as a creative idea because we are in nature.

꽃과 문양의 이미지

이관식 LEE KWANSIK

아름다운 꽃과 패턴의 이미지를 조화시켜 시각화 함.

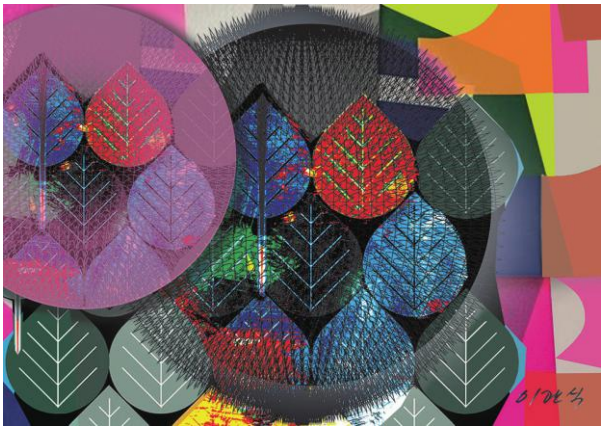


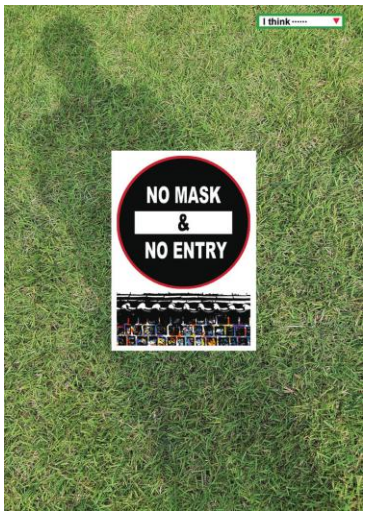
Image for follow pattern

It visualizes beautiful flowers and patterns in harmony.

I think .....

백금남 BAIK KUMNAM

코로나 19 예방을 위한 마스크 착용 계몽 포스터.



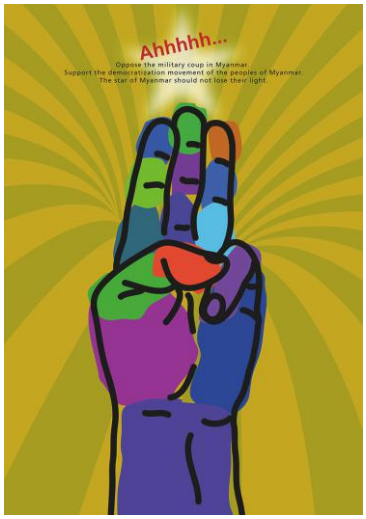
I think .....

Poster to wear a mask to prevent 'COVID-19'.

아!...미얀마

명계수 MYUNG KYESOO

미얀마 군부의 군사행동으로, 수많은 미얀마 국민이 희생되고 있다. 미얀마 국민들의 민주화 운동을 지지한다. 결코 미얀마의 별빛이 흐려져서는 안 된다.



Ah... Myanmar

Numerous Myanmar people are being sacrificed by the Myanmar military's coup. We support the Myanmar people's democratization movement. Myanmar's starlight should never be cloudy.

한국의 이미지

김진석 KIM JINSUK

한국의 고유 이미지를 이용한 시계 디자인.

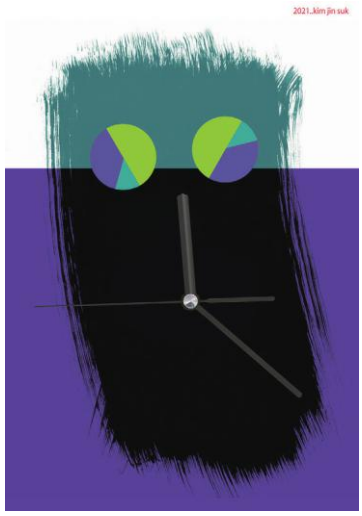


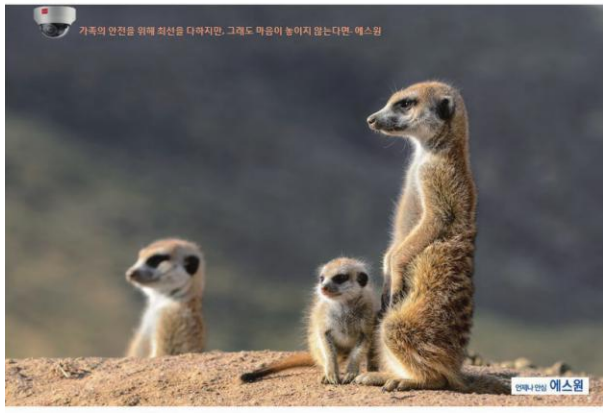
image of Korea

Watch design using Korea's unique image.

에스원 기업홍보광고

송인수 SONG INSOO

가족의 안전을 위해서 최선을 다하지만, 그래도 안심이 안 된다면-에스원.



S-1 Corporate PR

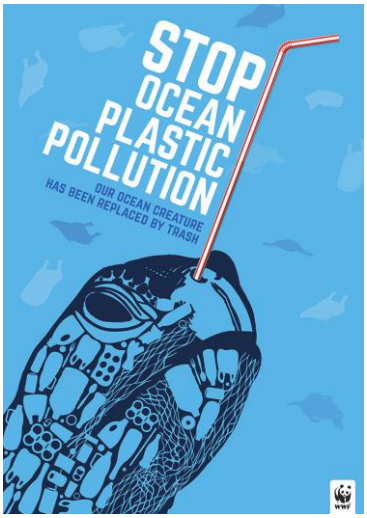
If you do your best for the safety of your family, but do not feel reassured by doing so – S1.

초대 디자이너

해양 플라스틱 오염을 막아라

박무건 PARK MOOGUN

CNN은 "플라스틱 빨대는 화석 연료로 만들어지고 거의 재활용도 되지 않는다"며 환경 오염의 주범으로 지목했다. 너무 작은데다, 만들어지는 데 사용되는 플라스틱의 종류가 6개나 되기 때문에 재활용이 어렵다는 설명이다. 이어 "매년 800만톤의 플라스틱 빨대가 해양에 버려진다"며 "2050년에는 바다에 물고기보다 더 많은 플라스틱이 존재하게 될 것"이라고 CNN은 전했다. 특히 CNN은 버려지는 플라스틱 빨대가 해양생물을 위협한다고 지적했다. 2015년 코스타리카 연안을 탐사하던 미국 한 대학의 연구팀은 콧속에 10㎝ 넘는 플라스틱 빨대가 박혀 고통스러워 하는 바다거북이를 발견하기도 했다. 연구팀이 빨대를 빼주는 과정은 영상으로 기록돼 큰 충격을 줬다. 이같은 위기의식은 미국 내 플라스틱 빨대 소비를 줄이기 위한 움직임으로 이어지고 있다. 빨대뿐만 아니라 다양한 플라스틱 쓰레기가 섬을 이루고, 해양 생물이 쓰레기로 대체되는 모습에 경각심을 고취시키고자 포스터를 제작했다.



Stop ocean plastic pollution

"Plastic straws are made of fossil fuels and are rarely recycled," CNN said, pointing out as the main culprit of environmental pollution. Straws are too small to be recycled because there are 6 types of plastic used to make them. CNN said, "8 million tons of plastic straws are dumped into the ocean every year, and by 2050, there will be more plastic in the sea than fish." In particular, CNN pointed out that discarded plastic straws threaten the lives of marine life. In 2015, a research team at a U.S. university exploring the coast of Costa Rica found a sea turtle suffering from a plastic straw over 10cm stuck in its nose. The process of removing straws from turtles by the research team was recorded as a video, shocking viewers. This sense of crisis is leading to actions to reduce plastic straw consumption in the United States. In addition to straws, various plastic waste forms an island, and these posters were produced to strengthen awareness of marine life being replaced by garbage.

공존과 동행_2

함부현 HAMM BOOHYUN

공존과 동행_2



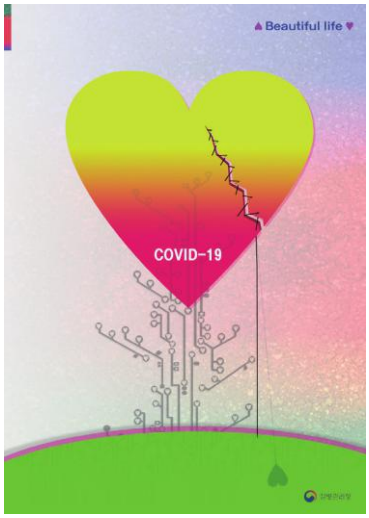
Coexist and Accompany_2

Coexist and Accompany_2

코로나 – 19

정동욱 JUNG DONGWOOK

코로나 19 예방접종을 함으로 건강한 사회를 만들어가자는 시각 메시지
“아름다운 삶”



Beautiful life

A visual message to build a healthy society by vaccinating against covid-19
“Beautiful life”

코비드 19

장호철 CHANG HOCHUL

전세계를 공포로 몰아놓고 있는 코비드19 에 대한 경각심을 알리고자 한다. 이미 코로나에 대한 많은 정보를 알기 때문에 전형적인 공익광고 컨셉이 아닌 이미지로만 메시지를 전하고자 한다. 때문에 카피도 생략해서 보는 이의 감정에 상상을 통한 소통을 하고자 디자인하였다.



covid-19

I want to raise awareness of COVID-19, which is terrorizing the world. Since we already know a lot of information about corona virus, I would like to convey the message only with images, not with a typical public advertisement concept. Therefore, it was designed to communicate with the viewer's feelings through imagination without copy.

초대 디자이너

녹음

손원준 SON WONJUN

문자의 형태를 활용한 일러스트레이션 작품.



Green Shadow

An illustration using the shape of a letter.

브랜드디자인

현영호 HYUN YOUNGHO

로고페이스 브랜드 디자인.



Brand design

Brand design of Logoface.

사바하

박재현 PARK JAEHYUN

사바하는 '원만한 성취' 또는 '이루어지기 바람'을 뜻하는 말로서 지금의 세계 문제들이 좋은 결과로 이루어지기를 바라는 마음을 표현하였다. 곡선과 곡선의 이어짐과 컬러의 조합을 통해서 조화와 균형, 밝음의 이미지를 나타내고자 했다.



SVAHA

Sabaha means "smooth achievement" or "hope to be achieved," expressing his hope that current world problems will be achieved with good results. The combination of curves and curves and colors was intended to represent images of harmony, balance, and brightness.

농악

조운한 CHO UNHAN

한국인들의 전통 음악놀이인 농악을 모티브로 한국적 이미지를 표현하였다.



Nongak

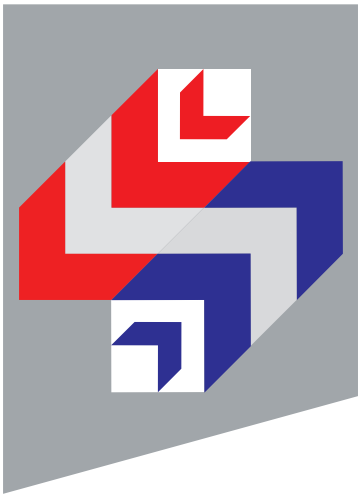
The motif of Nongak, a traditional musical play of Koreans, was used to express the Korean image.

초대 디자이너

폼 앤 컬러

정종인 JUNG JONGIN

형태와 컬러에 대한 그래픽 이미지를 구현함.



FORM & COLOR

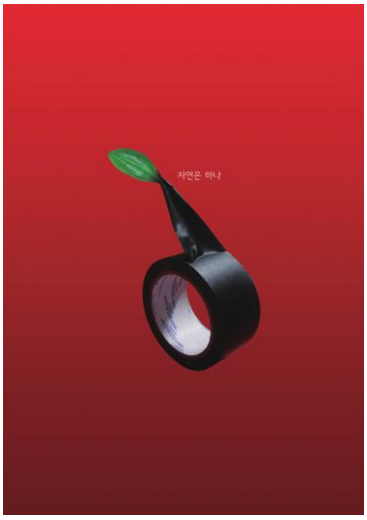
FORM & COLOR

Expressing graphic images of shape and color.

자연은 하나

김기순 KIM KISOON

자연과 인간이 하나로 서로 공존해야 한다는 의미.



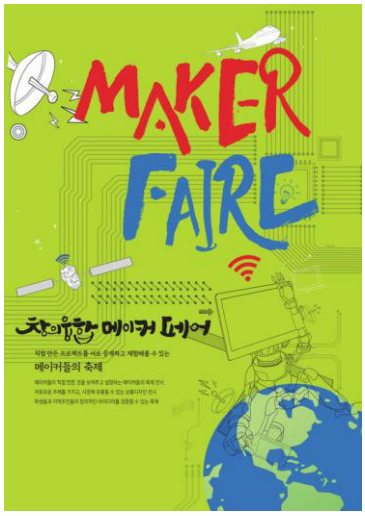
Nature is one

It means that nature and humans must coexist.

창의융합메이커페어

박현욱 PARK HYEONWOOK

메이커들이 직접 만든 것을 보여주고 설명하는 메이커들의 축제 전시로 자유로운 주제를 가지고, 시장에 유통될 수 있는 상품디자인 전시 및 학생들과 지역주민들의 창의적인 아이디어를 검증할 수 있는 메이커들의 축제 포스터.



Maker Faire Poster

It is a festival exhibition of makers that shows and explains what makers have made themselves. It is a festival poster of makers who can design and display products that can be distributed in the market within a free theme and verify the creative ideas of students and local residents.

한글이 아름답다

이경희 LEE KYUNGHEE

한글 자음으로 구성한 그래픽 이미지를 포스터로 표현하였다. 자음의 형태적 특성을 이미지의 중첩으로 조화롭게 구성하였다.



Beautiful Hangul

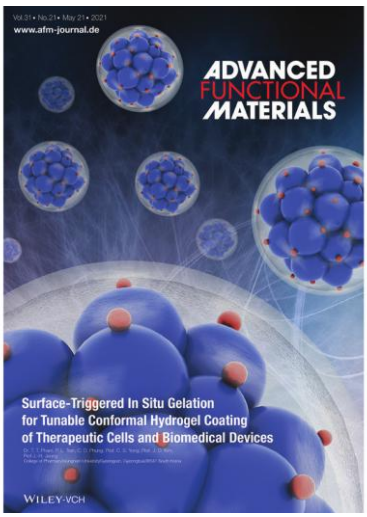
The graphic image composed of Korean consonants is expressed as a poster. The morphological properties of consonants are harmoniously constructed into overlapping images.

초대 디자이너

Advanced functional materials journal 표지디자인

권기제 KWON KIJE

Surface-Triggered In Situ Gelation for Tunable Conformal Hydrogel Coating of Therapeutic Cells and Biomedical Devices 연구의 콘셉트 이미지를 바탕으로 한 Advanced functional materials journal 표지디자인.



Cover design of Advanced functional materials journal

Advanced functional materials Journal cover design based on the concept image of Surface-Triggered In Situ Gelation for Tunable Conformal Hydrogel Coating of Therapeutic Cells and Biomedical Devices study.

바둑

엄선철 UM SUNCHUL

한번 둔 돌은 물릴 수 없다. 인생도 그렇다.



The game of go

Once placed stone cannot be canceled again. So is life.

즉흥미감 2021-1

장광집 CHANG KWANGCHIB

다양한 형상의 클립을 통해 묶여진 자료들을 조화와 질서를 기준으로 즉시적으로 연출 구성하였다. 일상속에서 흔히 접할 수있는 것(재료, 형상, 의미, 자료 등)을 통하여 새로운 미감 인식을 갖고자하는 노력의 일환이다.



Improvising Sense of Beauty 2021-1

Materials grouped through clips of various shapes were immediately directed and organized based on harmony and order. It is part of an effort to have a new sense of aesthetics through things commonly encountered in everyday life (materials, shapes, meanings, materials, etc.).

환경오염방지 포스터

김금재 KIM GEUMJAI

플라스틱은 가볍고 편리하기 때문에 우리의 일상생활과는 떼려야 뗄 수 없다. 하지만 이러한 플라스틱은 환경을 오염시켜 해양 생태계를 파괴하고 돌고 돌아 결국 우리에게 돌아오기 때문에 플라스틱 사용량을 줄이는 것은 우리의 영원한 숙제이다. 플라스틱으로 인한 환경오염과 생태계 파괴의 심각성을 알려서, 사용을 최소화할 수 있도록 노력하여야 할 것이다.



Stop Polution!

Plastic is light and convenient, so it is inseparable from our daily life. However, reducing the amount of plastic used is our eternal task because these plastics pollute the environment, destroying and turning marine ecosystems and eventually returning to us. Efforts should be made to minimize the use by notifying the seriousness of environmental pollution and ecosystem destruction caused by plastics.

초대 디자이너

에너지절약 캠페인 포스터

이미영 LEE MIYOUNG

선진국의 산업화와 함께 시작된 화석연료 사용량의 증가는 지구온난화의 주된 원인이 되고 있다. 뿐만 아니라 개발 도상 국가들의 화석연료 소비 또한 경제 성장과 더불어 급증하고 있어 이로 인한 지구 생태계의 오염과 파괴가 매우 심각한 수준에 이르고 있다. '풍력발전'은 지구온난화, 미세먼지의 주범인 화석연료 대신에 바람을 이용하는 친환경 에너지이다. 친환경 재생에너지인 '바람'은 자연으로부터 에너지원을 얻기 때문에 고갈될 걱정이 없고, 유해물질을 발생시키지 않아서 미래의 중요한 에너지원이 될 것이며, 인류의 든든한 미래 성장 동력으로 자리매김할 것이다.

Think Green!!

The increased use of fossil fuels, which began with industrialization in developed countries, is a major cause of global warming. In addition, fossil fuel consumption in developing countries is also increasing rapidly with economic growth, which leads to a very serious level of pollution and destruction of the global ecosystem. 'Wind power' is an eco-friendly energy that uses wind instead of fossil fuels, the main culprit of global warming and fine dust. 'Wind', an eco-friendly renewable energy, does not have to worry about being depleted because it obtains an energy source from nature, and it will become an important energy source in the future by not generating harmful substances, and will be positioned as a strong future growth engine for mankind.



광고 크리에이티비티

명광주 MYUNG KWANGJOO

광고를 크리에이티브하게 만드는 법을 시각적 은유 방법으로 표현하였다.

Ad. Creativity

It is a visual metaphor for how to make ad creative.



한국의 아름다움

최재원 CHOI JAEWON

한국의 아름다움에는 조각상, 풍속화, 민화 등에서 볼 수 있는 해학적인 아름다움이 있다. 조선 임금의 도서관이라고 할 수 있는 경복궁 안 집옥재를 지키고 있는 해태상에서 그런 모습을 볼 수 있었다.



KOREAN BEAUTY

The beauty of Korea has a humorous beauty that can be seen in statues, folk tales, and folk paintings. This can be seen in the statue of Haetae, which guards the Jibokjae in Gyeongbok-gung Palace, which can be said to be the library of the king of Joseon.

화기

황인철 HWANG INCHEOL

곡선의 아름다움를 극대화 하여 범용선반 작업으로 제작하였다.



(flower) vase

It was manufactured as a general-purpose working shelf by maximizing the beauty of the curve.

초대 디자이너

노브랜드 콜드브루

홍현기 HONG HYEONKI

노브랜드 콜드브루 커피



No Brand Cold Brew

No Brand Cold Brew Coffee

NS홈쇼핑 '미트어스' 뼈없는 갈비탕, 한우소머리곰탕 HMR 패키지디자인

이복영 LEE BOKYEONG

NS홈쇼핑의 HMR PB 브랜드인 '미트어스'에서 출시된 '뼈 없는 갈비탕, 소머리곰탕' 디자인은 제품의 조리 예를 전면에 임팩트 있게 강조하여 소비자에게 신선한 음식을 제공하는 기업의 신뢰를 한층 더 부여한다. 상단의 적색 인장 형태 '미트어스' BI 디자인은 맛과 건강을 책임지는 NS홈쇼핑 제품임을 인증하는 하나의 심벌로 포지셔닝.



Package Design of 'Boneless Galbitang' and 'korean Beef Head Gomguk' by 'MeetUs'

The design of 'Boneless Galbitang' and 'korean Beef Head Gomguk' realeased by 'MeetUs', the HMR PB brand of NS home Shopping gives more credibility to consumers that company provides fresh food by emphasizing the cooking examples on the front. Red colored BI design at the top positioned a symbol that it is an responsible for taste and healthy product of NS Home Shopping.

순한 컵케익 믹스 패키지디자인

김두한 KIM DUHAN

순한 컵케익 믹스는 우리 가족이 먹는 건강한 간식으로 스트라이프 패턴과 일러스트 그래픽을 활용하여 제품의 특성을 표현했습니다.



Mild Cupcake Mix

Mild Cupcake Mix is a healthy snack that our family eats, expressing the characteristics of the product using stripe patterns and illustration graphics.

Collaboration & Design

이원진 LEE WONJIN

Collaboration & Design를 조형적 관점에서 고찰하여 표현함.



Collaboration & Design

Research and expression of Collaboration & Design from a formative point of view.

초대 디자이너

건어포류 “황태백” 패키지디자인

임종웅 RIM JONGWUNG

건어포류 종류의 상품으로 황태백채, 황태백포, 명태백채 등 시리즈화 한 상품이다. “황태백”이라는 브랜드 개발은 태백산에서 자연 친화적으로 바람에 말려 건조한 제품임을 강조하기 위해 태백산 이미지인 붓텃치 아이콘과 더불어 황태+태백산의 합성어로 조합한 단일 브랜드이다. 디자인 컨셉은 이러한 자연의 의미를 담은 브랜드 이미지와 함께 구수한 황태포 맛을 느낄 수 있는 색감으로 디자인 하였다.



Dried fish jerky package design

It is a dried fish jerky product and consists of a series of lineups such as yellow pollack strips, yellow pollack slices, and pollack strip. The brand Hwangtaebaek expresses the image of Taebaeksan Mountain with a brush touch to emphasize that it was naturally dried by wind in Taebaeksan Mountain, and the name is a combination of Hwangtae+Taebaksan Mountain. The design concept applied a color that allows you to feel the taste of the product along with BI containing this natural appearance.

차합시다 브랜드 & 패키지디자인

육지훈 YUK JIHUN

현대인의 생활과 가까운 한국 전통차를 지향하는 브랜드의 지향을 표현하는 원고지 모티브의 B.I로 디자인 하였다. 동네 어귀의 찻집에서 바라본 풍경 일러스트의 2. 패키지디자인을 밝고 경쾌한 배경에 담아 친근하면서도 활력을 주는 전통차의 이미지를 전달할 수 있도록 디자인 하였다.



Chahapsida Brand & Package Design

It was designed as a B.I. of manuscript paper motif that expresses the brand's intention to pursue a traditional Korean tea close to the life of modern people. The package design of the landscape illustration seen from the tea house at the entrance of the neighborhood was designed to convey the image of a traditional tea that is friendly and energizing by putting it on a bright and cheerful background.

롯데 딸기잼 패키지디자인

윤찬종 YUN CHANJONG

국산 딸기의 신선도를 강조하고 깔끔한 패키지디자인.



Lotte Strawberry Jam Package Design

Emphasizing the freshness of Korean strawberries and a neat package design.

엑스붐 고

도일 DOIL

XBOOM GO 스피커는 MZ세대를 겨냥한 소형 스피커로 파스텔톤에 다양한 제품 컬러를 패키지에 적용함으로써 보다 FUN하고 유니크하게 디자인하였다. 특히 여러 개의 패키지를 매장에 전시하였을 때 컬러영역을 형성하여 보다 주목성이 있으며, 개성이 돋보이는 패키지디자인이다. 패키지디자인의 레이아웃은 제품의 방향과 그래픽 모티브를 사선을 디자인하여 역동성을 느낄수 있게 디자인 하였다.



XBOOM GO

The XBOOM GO speaker is a small speaker developed for the MZ generation and is designed to be more FUN and unique by applying various pastel tone colors to the product package. In particular, it is an attractive design that provides higher attention by forming a color area when multiple packages are displayed in stores. The layout of the package design allows you to feel dynamic by designing the product's direction and graphic motif diagonally.

초대 디자이너

제이앤디 스튜디오 명함 홀더

양재희 YANG JAEHEE

제이앤디 스튜디오 명함 홀더 디자인은 제품의 형태적인 특징을 지기구조에 적용하여 디자인 하였습니다.



JND studio business card holder

The JnD Studio business card holder is designed by reflect morphological characteristics.

하림펫푸드 더리얼 밀

유재형 YOO JAEHYOUNG

[영양학자와 함께 고민하여 만든 쉐프의 요리] 하림펫푸드 더리얼밀은 100% 휴먼그레이드 식재료로 영양학자의 맞춤설계와 쉐프요리로 급속냉동하여 맛과 영양소가 풍부한 반려견용 영양가득 한끼 식사 펫푸드입니다. 1. 영양학자와 쉐프가 설계하고 만든 신선하고 영양소가 풍부한 펫푸드입니다. 2. 합성보존료, 감미료, 착색료, 향미제 0%, 보존료 등을 첨가하지 않아 반려견 건강에 부정적 영향을 전혀 끼치지 않는 건강한 펫푸드입니다. <자연과 건강함> 하림펫푸드 디자인철학인 심플&센서블를 기반으로 우린 펫푸드가 아닌 식품을 디자인합니다. 더리얼 밀은 자연&건강함의 디자인컨셉으로 일관된 브랜드스토리 전개와 아이덴티티 구축 및 개발이 이루어졌습니다. 1. 100%휴먼그레이드 식재료의 명확한 표현으로 신선하고 건강한 펫푸드상품의 정보전달을 강화하였습니다. 2. 자연과 건강함을 칼라와 레이아웃에서 심도있게 표현하였습니다. <친환경포장재를 사용한 건강한 펫푸드> 무동판 연속식(Roll-To-Roll) 옵셋(Off Set)인쇄기술 적용과 무용제드라이, 친환경 코팅 및 접착제의 적용으로 화학적 유해 요소(VOC)로 부터 안정성을 높이고 리싸이클&탄소저감에 적극 실천하는 환경과 소비자, 반려견을 위한 친환경패키징 펫푸드입니다.

Harim Pet Food The Real meal

[A chef's dish made with a nutritionist.] Harim Pet Food's The Real Meal is a nutritious meal for dogs that is 100% human-grade ingredient and is quickly frozen with a dish customized by a nutritionist and cooked by a chef, maintained rich in taste and nutrients. 1. It is a fresh and nutrient-rich pet food designed and made by nutritionists and chefs together. 2. It is a healthy pet food that does not negatively affect dog health because it does not add synthetic preservatives, sweeteners, colorants, or fragrances. <Nature and health> Harim Pet Food designs based on its design philosophy, Simple & Sensible. The Real Meal set nature and health as a design concept, and established and developed a consistent brand story and identity. 1. Reinforce the information delivery function of a fresh and healthy pet food product by clearly expressing 100% human grade ingredients. 2. In-depth expression of nature and health through color and layout. <Healthy pet food using eco-friendly packaging materials> It was dried without a solvent by applying Roll-To-Roll Off Set printing technology, and is an eco-friendly packaging pet food completed for all the environment, consumers, and pets by using eco-friendly coatings and adhesives to increase stability from chemical hazards (VOCs) and recycling & carbon reduction.



글라이드 패키지디자인시스템

유재형 YOO JAEHYOUNG

Glyde란 신선한 자연식재료만으로 최고의 맛과 품질, 중간유통을 빼 정직하고 합리적인 가격으로 가정의 식탁까지 바로 전달하는 온라인 판매전용 플랫폼 브랜드입니다. 1. Nature's Sensation – 신선한 식재료만을 엄선하여 사용하고 식품첨가물과 보존제를 전혀 사용하지 않는 건강한 최고맛의 식품입니다. 2. True Price – 도매, 대리점과 같은 중간 유통과정을 뺀 정직하고 합리적인 가격으로 집까지 바로 배송합니다. 3. 핵심에 집중한 디자인 – "신선한 자연 식재료로 최고의 맛을 냅니다" 라는 글라이드 식품철학과 '핵심에 집중하자'라는 디자인철학 및 컨셉으로 최소한의 디자인 요소와 명료한 정보전달 강화, 소비자와 소통하는 패키지디자인 플랫폼 개발을 하였습니다. 4. 환경을 생각한 패키징 – 무동판 연속식(Roll-To-Roll) 옵셋(Off Set)인쇄기술 적용과 무용제 드라이, 친환경 코팅 및 접착제의 적용으로 화학적 유해 요소(VOC)로 부터 안정성을 높이고 리싸이클, 탄소저감에 적극 실천하는 환경과 소비자를 위한 친환경패키징입니다.

Glade package design system

Glyde is a brand exclusively for online sales platform that delivers the best taste from fresh natural ingredients and delivers it directly from the factory to the table without the intermediate distribution process. 1. Nature's Sensation: No artificial additives or preservatives are used, and it is tasted only with the freshness of nature. 2. Reasonable Price: We sell the best taste products at reasonable prices by shipping directly from the factory to your home without intermediate distribution processes such as wholesale and retail stores. 3. Design focused on the core Based on Glyde's food philosophy of "making the best taste with fresh natural ingredients" and the design philosophy and concept of "focus on the core," we developed a package design platform that clearly delivers information with minimal design elements and communicates with consumers. 4. Eco-friendly Packaging. It was dried without a solvent by applying Roll-To-Roll Off Set printing technology, and is an eco-friendly packaging pet food completed for all the environment, consumers, and pets by using eco-friendly coatings and adhesives to increase stability from chemical hazards (VOCs) and recycling & carbon reduction.



간사이 스시 레스토랑 토탈 이미지

임수연 LIM MICHELLE

미국 풀러턴 시티에 새로 오픈하는 일식집 간사이 레스토랑의 토탈 이미지 작업으로 간결하고 모던한 이미지로 제작함.

CI & PACKAGING FOR KANSAI

Produced with an image full of total image work of Kansai, a newly opened Japanese restaurant in Fullerton City, USA.



초대 디자이너

CU 볶음밥

이철희 LEE CHULHEE

편의점 영 타겟층을 고려한 세련된 디자인 탑뷰 씨즐이미지 연출로 제품 속성을 명확히 하고 식감있게 표현하였다. 하단에 면분할레이아웃을 적용해 제품 확장성을 고려하였다.



CU fried rice

Stylish design considering the young target audience of convenience stores By directing the top-view sizzle image, the product attributes were clearly expressed and textured. The scalability of the product was considered by applying a split layout at the bottom.

친환경 100% 국산 식재료 쌀가루, 밀가루, 옥수수가루 패키지디자인

강문수 KANG MUNSU

"바쁜 현대인들이 자주 외식하고 패스트 푸드를 먹으면서 집에서 만든 음식에 대한 애착이 커지고 있습니다." "조금 더 비싸더라도 시간과 노력을 절약 할 수있는 간단한 재료를 찾는 경향이 있습니다." 100 % 국산 원료 쌀가루, 밀가루, 옥수수 가루 등 친환경 농산물 패키지 표면 감성 그래픽으로 경쟁 우위 차별화.



Eco-friendly 100% domestic ingredients Rice Flour, Flour and Corn Flour Package Design

"As busy modern people frequently eat out and eat fast food, their attachment to home-cooked meals is growing." "There is a tendency to look for simple ingredients that save time and effort even if they cost a little more" 100% domestic ingredients Rice flour, wheat flour, corn flour, etc. Eco-friendly agricultural products package Surface emotional graphic to differentiate competitive advantage.

호박 핸드크림

김곡미 KIM GOKMI

경기도 양주의 맑은물 농원에서 농사지은 유기농 호박을 원료로 만든 호박 핸드크림은 식이섬유가 풍부하여 피부밀착감과 흡수율이 우수하다. 호박이미지를 원형 심벌로 만들고 백색 바탕에 오렌지색과 그린색 두가지 포인트 색상으로 네츄럴 느낌을 주었다. 비타민나무오일 성분이 함유되어 피부를 보호하는데 도움을 주는 호박 핸드크림은 농산물을 이용한 화장품으로 출시되어 가치를 높게 평가받고 있다. 해외수출을 목표로 튜브 전면의 표기사항을 영문으로 인쇄하고 후면에는 영문과 한글을 동시에 삽입하였다. 품질과 디자인측면에서 차별성을 보여주는 상품으로 인정받고 있으며 글로벌 시장에서 한국의 우수한 농산물을 이용한 화장품으로 평가받고 있다.



Pumpkin Hand Cream

Pumpkin hand cream made of organic pumpkins farmed at a clear water farm in Yangju, Gyeonggi-do, has excellent skin adhesion and absorption rate due to its richness of dietary fiber. The pumpkin image was made into a round symbol and a white background with two point colors, orange and green, giving it a natural look. Pumpkin hand cream, which contains vitamin tree oil and helps protect the skin, has been released as a cosmetic product using agricultural products and is highly valued. It is recognized as a product that shows differences in quality and design, and is evaluated as a cosmetic product that uses Korea's excellent agricultural products in the global market.

헤어크린 발모제

정광용 CHUNG GWANGYOUNG

헤어 발모제 라벨 및 지관통 패키지디자인, 단순하면서 깨끗함의 시각적 표현.



hair clean restorer

Hair growth solution Label and paper pipe package design, visually simple and clean.

초대 디자이너

한국의 이미지

한승문 HAN SEUNGMUN

한국의 이미지.



Image of Korea

Image of Korea.

대한민국 공식상징물인 애국가(한글)를 이용한 선양디자인 상품 – 머그잔

조성진 CHO SOUNGJIN

우리나라 공식 상징물인 애국가 가사(한글)를 이용한 선양디자인 시리즈 9번째이다. 한글가사를 빅 데이터 형식으로, 대한국민이라면 늘 관심을 갖고 생활 속에서 노래불리길 희망하면서 그래픽 적으로 전개해 보았다. 머그컵 4개에 애국가 가사 각 하나씩 4절까지이다.



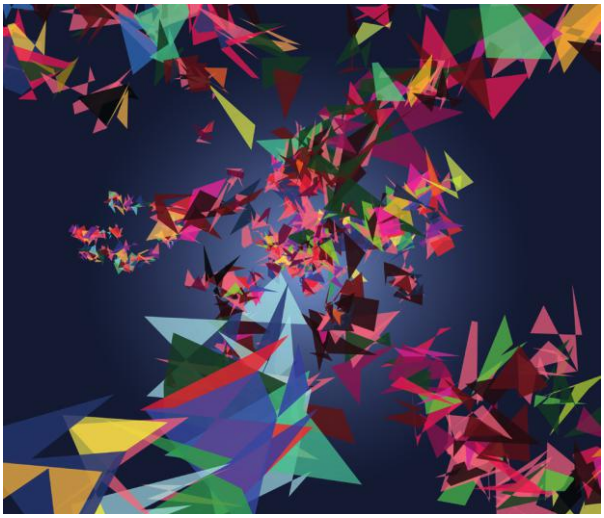
Mug design products using the national anthem(Hangul), a symbol of Korea

The 9th of the series design using official symbols of Korea used the Korean lyrics of the national anthem. The Korean lyrics were graphicized in the form of big data, hoping that all Koreans could always sing with interest in their daily lives. Each verse of the national anthem lyrics is included in each of the four mugs.

오픈 컴포지션_상상력의 자극

이은석 LEE EUNSEOK

사람들의 상상력을 자극해 호기심을 유발한다. '무슨 뜻일까?'



open composition_stimulation of imagination

It stimulates people's imagination and arouses curiosity. 'What does it mean?'

옥수수품은 괴산빵 브랜드 및 패키지디자인 개발

박성억 PARK SUNGEUK

괴산빵은 괴산군 찰옥수수, 유색벼(우리밀), 산양유를 이용한 융복합 제품개발 사업의 일환으로 탄생하였다. 괴산군은 친환경 및 유기농산물 생산의 중심지로 시장 내외부 환경분석, 지역식품브랜드 분석, 판매유형과 소비패턴 분석을 통해 괴산의 상징성과 정체성을 담아내고 지역을 대표할 수 있는 형태감 부여하였다. 또한 브랜드 마크는 산이 옥수수를 감사는 모양으로 괴산군의 로고마크의 산 모양과 수려한 자연환경과 특산품인 대학찰옥수수를 조화롭게 표현하였다. 괴산의 대표이미지와 옥수수의 이미지 강조하고 괴산의 청정 이미지와 건강한 맛 강조하여 기존 타 지역의 옥수수 형태의 즉석빵과 차별성 부여하여 제작하였다.



Brand and Package design for Goesan Bread

Goesan Bread was born as part of a convergence product development project using glutinous corn, domestic wheat, and goat oil in Goesan-gun. Goesan-gun is the center of eco-friendly and organic product production, capturing Goesan's symbolism and identity through market environmental analysis, local food brand analysis, and sales type and consumption pattern analysis, while applying a method that can represent the region. In addition, the brand mark expresses the shape of a mountain surrounding corn, creating a harmony between the shape of a mountain, the logo of Goesan-gun, and the beautiful natural environment and corn. By emphasizing the clean and healthy image of Goesan and the image of corn, it differentiated it from corn-shaped bread in other regions.

도시브랜드디자인

조은동 CHO EUNDONG

감동양주는 양주시 비전으로 공직자는 시민에게 감동을 주고, 시민은 감동행정에 참여하여 모두가 행복한 감동도시를 만들어나가자는 의미를 담고 있으며, 감동365는 "감동양주 시민이 원하는 확실한 변화" 실현을 위한 범시민 실천운동으로 화목한 가정과 시민 화합의 모습을 통해 역동적 감동으로 함께 앞으로 나아가는 이미지를 담고 있다.





City Brand Design

Gamdong Yangju is the city vision of Yangju-si, which contains the desire of public officials to impress citizens and citizens to participate in administration directly to create a city where everyone is happy. Gamdong365 is a campaign featuring the image of Yangju-si moving forward dynamically based on citizens harmonized with harmonious families as an action campaign to realize certain changes that Yangju citizens want.

모바일영토

정운성 CHUNG WOONSUNG

오프라인 4,000년/BC 2,000년 아브라함 온라인 21년/AD 1999년 마윈 모바일 14년/AD 2007년 스티브잡스 모바일 영토에 우리의 미래가 있다!



Mobile Territory

4,000 Years of History_Offline Land_Abraham's beginning 21 Years of History_Online Land_Mayun's beginning 14 Years of History_Unmeasurable Mobile Land_Steve Jobs's beginning There is our future in Mobile Territory!

지속가능한 커스텀메이드 니트웨어

권성하 KWON SUNGHA

환경오염, 기후변화에 따른 패션의 환경적, 사회적 책임이 증가됨에 따라 패션도 다양한 노력을 하고 있다. 지속가능성을 위한 패션디자인 방법으로 커스텀 메이드 니트웨어를 제안한다. 기본 디자인과 이미지를 선택하면 그 이미지를 자카드로 제작한다. 원사는 지속가능성에 맞는 인증된 천연섬유나 재활용 폴리에스터 소재를 사용한다.



Sustainable Custom-made Knitwear

Fashion is also making various efforts as environmental and social responsibility for fashion increases due to environmental pollution and climate change. It proposes custom-made knitwear as a fashion design method for sustainability. If you choose a basic design and image, the image is produced as a jaquard. Natural fiber that are certified for sustainability or recycled polyester materials will be used.

초대 디자이너

3D 2-웨이 스톨

김성달 KIM SEONGDAL

스톨의 표면에 앞뒤의 컬러와 조직이 상이한 니트 패널들을 연결함으로써 입체적인 2웨이 연출이 가능한 제품.



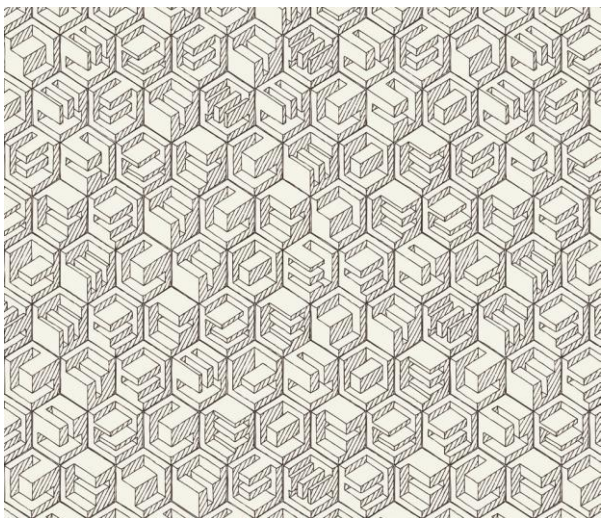
3D 2-Way Stole

A product that can create a 3D two-way look by connecting knitted panels with different colors and structures on the surface of the stole.

큐빅 한글 패턴디자인

정지욱 JEONG GWOOK

한글의 특정 자음 모음을 음각의 형태로 재해석한 패턴 디자인.



Cubic Hangul Pattern Design

A pattern design that reinterprets certain consonant vowels of Hangul in the form of sound angles.

2021 옛이야기 Ⅰ,Ⅱ,Ⅲ

이기상 LEE KISANG

공예문화상품브로치 제품 개발.



An old story- Ⅰ,Ⅱ,Ⅲ. 2021

Cultural Craftwork Product Develpment.

여름 2021-6

조문환 CHO MOONHWAN

여름에 피는꽃을 모티브한 텍스타일디자인.



summer 2021-6

Textile design with the motif of summer flowers.

열수축튜브목걸이

장미연 JANG MEEYEON

열 수축튜브의 탄성과 수축성을 알미늄에 적용하여 아름다운 곡선형태의 목걸이로 제작하였다. 가벼운 알루미늄과 수축튜브는 다양한 곡선으로의 응용과 가공이 용이하고, 고무밴드는 무게가 가벼워 목에 부담을 주지 않는 장점을 갖고 있다.



heat shrink tube necklace

The elasticity and contraction of heat shrinkage tubes are applied to aluminum to create a beautiful curved necklace. Light aluminum and contraction tubes are easy to apply and process with various curves, and rubber bands have the advantage of not putting a burden on the neck because they are light in weight.

백동 8각 드리퍼

김석영 KIM SEOKYOUNG

백동으로 제작된 커피드리퍼이다. 8각형의 형태는 커피추출을 위해 고안하였으며, 적동으로 전용 받침을 제작하여 추출과정을 보며 커피를 즐길 수 있다.



Cupronickel octagonal dripper

It is a coffee dripper made of nickel. The octagonal shape is designed for coffee extraction, and you can enjoy coffee while observing the extraction process by making a dedicated support with red copper.

합-21

정택우 JUNG TAEKWOO

합을 주제로 금속재료의 합과 질감의 합, 길이의 합으로 젓가락를 디자인 하였다.



unite-21

It is a chopstick designed to reflect a combination of metal materials, a combination of textures, and a combination of lengths under the theme of the combination.

초대 디자이너

오브제 나무시계

최철형 CHOI CHOLHEYONG

추상적인 풍경이나 회화 작품에 가까운 오브제 나무시계로 나뭇가지의 불규칙한 곡선과 원목 색상의 선명한 대비가 그려내는 회화적 이미지는 시간을 알려주는 기능적 역할에서 벗어나 하나의 오브제 작품으로 색다른 즐거움을 선사합니다. 흑단, 파덕, 단풍나무 원목의 색감과 질감을 그대로 느낄 수 있는 오브제 나무시계로 공간에 포인트를 줄 수 있는 나무 탁상시계입니다.



Object Wood Clock

It's an object wooden clock close to an abstract landscape or painting. Draw a sharp contrast between the irregular curves of the branches and the colors of the logs. Painting images move away from the functional role of informing time. It provides a unique pleasure with works of art. You can feel the color and texture of ebony, paddock, maple wood as it's an object. A wooden clock that can add points to space.

꽃비가 내리는 찻상

이부연 LEE BOOYUN

한국의 차문화는 고려시대 다완의 개발로 활발하게 발전되었으며 한국의 차문화는 찻잔과 찻주전자 뿐만 아니라 차도구를 놓을 수 있는 찻상을 사용했다. 한국의 전통문화를 계승하며 이를 진화한 형태로 현대화하여 한국의 찻상을 도자기로 제작했다. 한국문화를 해외에 소개하여 한국의 찻상문화를 세계인들도 함께 누리며 즐길 수 있길 바란다. 본 찻상이 대량생산되어 해외에 소개된다면 한국의 문화수출에 일조 할 수 있을 것으로 기대할 수 있다.



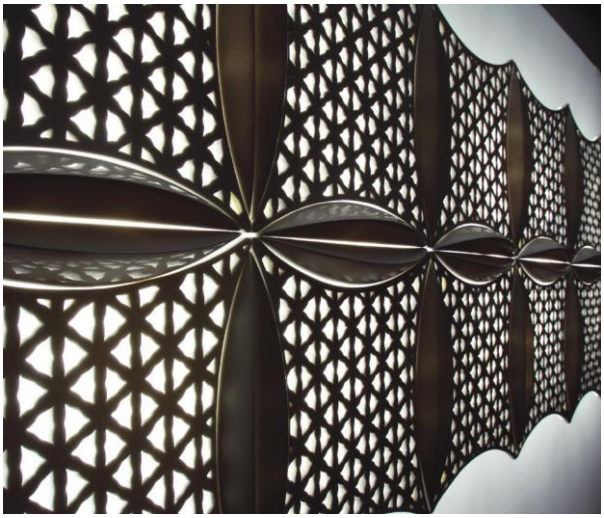
Tea table with floral rain

Korean tea culture started from Koryo dynasty which made 'Dawan' and progressed actively. Korean people used use tea table for tea ceremony not only using tea cups but also using tea pots. I made a Korean tea table trying to succeed Korean traditional culture and contemporize those to evolved shapes. I hope that we may introduce Korean culture to peoples of the world and foreigners may also enjoy Korean tea table culture with us. If this tea table may have a chance for mass production and export to foreign nations it will devote for Korea's development for exportation with our own culture.

도자 벽조명

강흥석 KANG HEUNGSEOK

실내 공간의 브래킷을 한국의 미적인 요소를 담아 새로운 도자 재료로 일차적인 기능성을 넘어 심미성과 한국적 정체성을 강조한 실내 도자 브래킷의 모델을 제시하고자 한다.



Ceramic Bracket

It was intended to present ceramic lighting that emphasized the Korean identity by creating soil with Korean aesthetic elements in the space.

브로치

황순영 HWANG SOONYOUNG

캐주얼한 봄 의상에 코디하기 위한 액세서리이며 개나리꽃 이미지를 형상화 함.



Brooch

It is an accessory to coordinate with casual spring fashion and uses the image of forsythia flowers.

초대 디자이너

백자 캔들

김현식 KIM HYUNSIK

새가 있는 백자 캔들.



White Porcelain Candle

White porcerain candles with birds.

접시 세트

류남희 RYU NAMHEE

슬립 캐스팅으로 형태를 완성 한 후 코발트 결정유로 장식한 평 접시세트 디자인.



dish set design

A flat plate set design decorated with cobalt crystal oil after completing the shape by slip casting.

쟁반

지정용 JI JEONGYONG

쟁반 본래의 기능을 바꾸지 않고 형태를 재해석하여 현대적으로 변화시킨 쟁반디자인.



Tray

It is a tray design that has been changed in a modern way through reinterpretation of the form without altering the original function of tray.

모란

안덕춘 AHN DUKCHOON

대나무 접시를 옻칠한 후 푸른색 옻으로 칠하였다. 음식용 두부로 교칠 기법을 이용하였으며, 자개로 모란꽃 문양을 표현하였다.



peony

In order to express the peony flower pattern with mother-of-pearl, the light plate shape with bamboo boards was lacquered, and the technique was applied using blue lacquer and tofu.

목기 SET

박병호 PARK BYUNGHO

정8각형의 기하형태의 면과 선의 대비를 짜맞춤기법을 활용하여 나무그릇으로 디자인하였다. 재료 : 물푸레나무, 호두나무



wooden bowl set

The contrast between the geometric face and the line of a regular octagon was designed as a wooden bowl using the framing technique. material : ash, walnut

사무용품

조원희 CHO WONHEE

사무환경에 필요한 연필꽂이를 목재, 레진, 금박을 사용하여 디자인하였다. 연필꽂이의 형태는 기본 도형인 구와 원기둥 모양으로 생산성을 고려하였고 목재에 붙여진 금박이 투명한 레진에 비춰 고급스러운 느낌이 들게 하였다.



Office Supplies

Pencil holders for office environments were designed using wood, resin, and gold foil. The shape of the pencil holder is a sphere and a cylinder, which are basic figures, considering productivity, and the gold leaf attached to the wood is reflected in the transparent resin to give a luxurious feeling.

필함-03

김완규 KIM WANKYU

우리는 일상생활 속에서 다양한 종류의 필기도구를 사용하고 있지만, 이 중 손에 익숙하고 편안한 것들은 단 몇 개에 불과하다는 것을 인지하게 됩니다. 본 디자인의 재료적 특징은 흑단나무와 먹감나무를 사용하여 목재 특유의 질감과 무늿결을 자연스럽게 살려보았습니다. 기능적 특징은 하나의 덩어리로 보이는 필함의 윗부분을 들어 올려 사용하는 구조입니다. 내부에는 탈부착이 가능한 별도의 필기도구 보관 판을 만들어 사용자의 필요에 따라 선택적으로 사용할 수 있도록 디자인 하였습니다.



Pencil case-03

Although we use various kinds of writing tools in our daily life, we realize that only a few of them are familiar and comfortable in our hands. As for the material characteristics of this design, ebony and black persimmon wood were used to naturally preserve the unique texture and pattern of wood. The functional feature is the structure in which the upper part of the pill box, which appears as a single mass, is lifted. Inside, a separate removable storage board for writing tools is designed so that it can be used selectively depends on user's needs.

뉴트로 스피커

이도영 LEE DOYOUNG

레트로 음악을 위한 신복고풍 블루투스 스피커.



newtro speaker

newtro style bluetooth speaker for retro music.

핸드백

김호성 KIM HOSOUNG

목재로 가공한 핸드백으로 cnc 가공 작업이다. 탄소저장고인 목재는 오래도록 사용할 수록 탄소를 그 안에 가두어 두는 효과를 가지고 있다. 이에 환경과 동물의 가죽을 대체할 목적으로 연구하고자 하였다. 현대의 패션 아이템인 핸드백은 가죽이나 섬유로 개발되어지고 사용되어졌다. 목재를 연구하고 사용하는 디자이너로서 탄소배출과 온난화 그리고, 미세플라스틱에 대한 무한 책임을 목재를 이용하여 해결하고자 디자인 하고자 하였다.



handbag

It is a handbag machined from wood and is a CNC machining operation. Wood, which is a carbon storage, has the effect of trapping carbon in it the longer it is used. Therefore, this study was conducted for the purpose of replacing the environment and animal skins. Handbags, a modern fashion item, were developed and used in leather or textiles. As a designer who researches and uses wood, I am concerned about carbon emissions, global warming, and microplastics. It was designed to solve unlimited liability using wood.

선물용 나무주걱

최기 CHOI KI

금강송으로 조각한 선물용 나무주걱.



gifts wooden spatula

a gift wooden spatula carved with Geumgangsong.

원초적 형상

이봉규 LEE BONGKYU

디자인 모티브를 사모와 쪽두리에서 조형 포인트를 두고 남녀의 상징성을 부여, 현대 사무공간에서 다용도로 사용할 수 있도록 데스크 서비스 디자인을 제안하고자 하였다.



Primitive Shape

It was intended to suggest a desk service design that could be used for multiple purposes in a modern office space by giving the design motif a modeling point in the samosa and jokduri, giving the symbolism of men and women.

RECOMM





DES

MENDED



추천 디자이너

은상 Silver Prize **산업통상자원부장관상** 90

제품 디자인 92
Product Design

시각/정보 디자인 101
Visual/Communication Design

디지털미디어/콘텐츠 디자인 127
Digital Media/Contents Design

공간/환경 디자인 130
Space /Environmental Design

패션/텍스타일 디자인 131
Fashion/Textile Design

서비스 디자인 136
Service Design

산업공예 디자인 137
Craft Design

IGNERS

추천 디자이너

산업통상자원부장관상 | 은상 Silver Prize

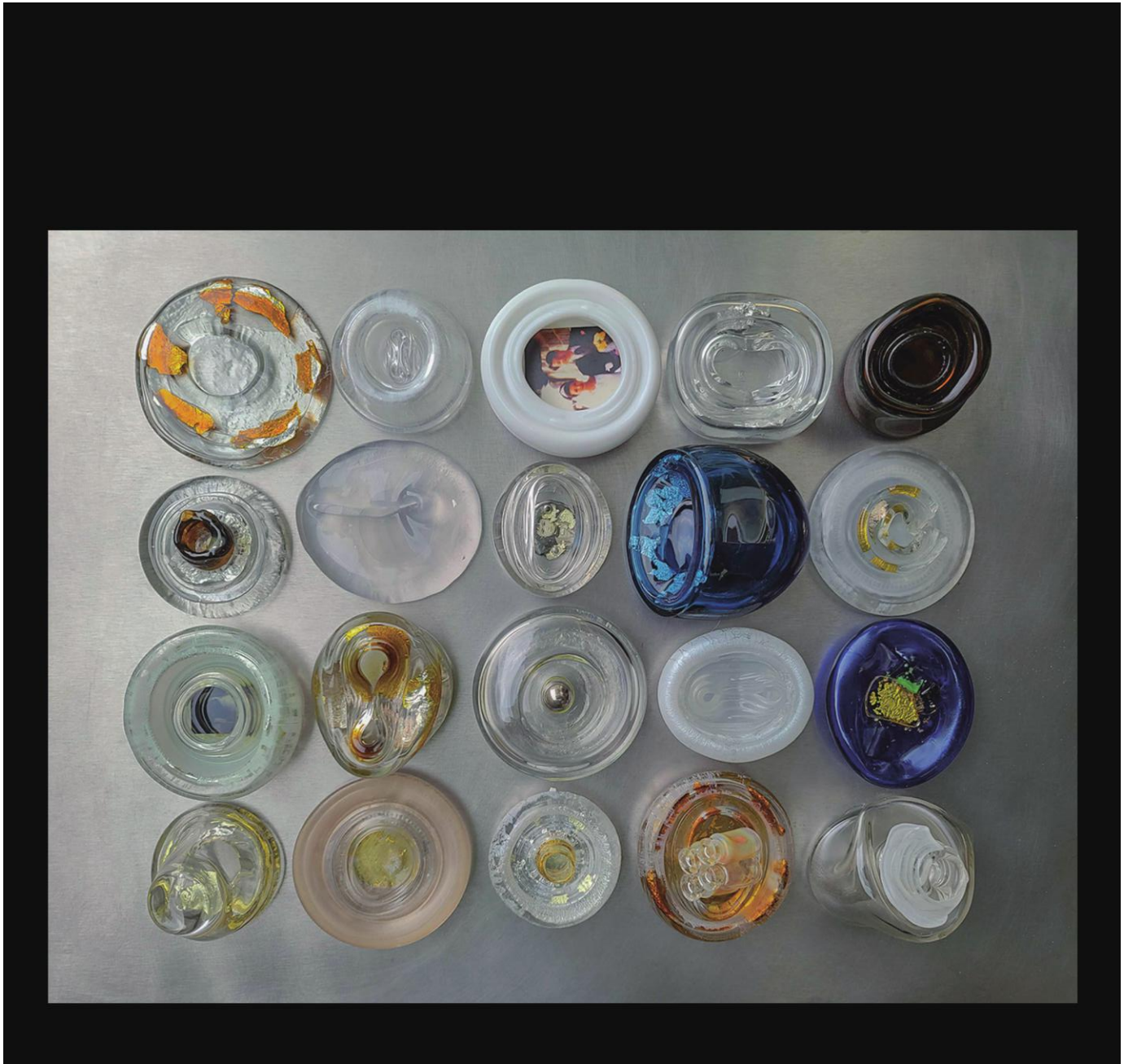
모으다

송신혜 SONG SHINHYE

이 제품은 다양한 재활용 화장품병을 이용하여 유리가마에서 소성해 제작했다. 가마 소성을 통해 자연스러우며 유리기법 중 퓨전 기법을 이용하였고 부분적으로는 재활용병 주입부분을 절단해 녹인 다음 접합 하기도 하였다. 단순한 오브제이지만 추억의 사진들을 부분적으로 접합시켜 작품으로 승화시켰다.

Re-collection

These are used cosmetic glass containers that deform their shapes and purposes cause by the technique called fusing in the glass furnace. The top part of the container is slice then bodies are meltdown first. Later, different bottle tops and bodies are fused. It is a simple object, although incorporating personal past photos becomes a valuable piece.



추천 디자이너

큐빅형 정수기 디자인

김병수 KIM BYUNGSOO

큐빅형 정수기 디자인.



cubic style water purifier design

cubic style water purifier design.

마더케이 전해수기

황인식 HWANG INSIK

살균소독을 통한 위생적인 육아 환경을 원하는 육아맘들에게 사용성/휴대성/안전성/편의성을 제공하는 스마트 유아용 전해수기이다. 살균소독에 대한 범위는 유아용품을 넘어 육아 환경에까지 요구되어지나 공간의 제약, 살균기 휴대 불가 등 물리적인 한계점이 있다. 전해수 기술은 화학제품을 넣지않고 수돗물만으로 99% 살균·탈취하는 친환경적인 기술이다. 마더케이 전해수기는 인체에 안전한 전해수를 통해 99% 살균력으로 빠르고 강력하게 살균, 탈취를 할 수 있다. 제품의 디자인은 간결하지만 시간이 지나도 변치 않는 가치를 담기 위해 부가적인 요소를 절제하고 이를 정제하여 본질만 남겨 다듬어 디자인하였으며, 편안함을 주는 소재로 마감하여 어느 공간에서나 조화롭게 함께 할 수 있는 인테리어적인 요소를 더하였다.



MOTHER-K Electrolyzed Water Generator

Smart baby electric water purifier that provides usability/portable/safety/convenience to mothers who want a hygienic childcare environment through sterilization. The scope of sterilization is required beyond baby products to the childcare environment, but there are physical limitations such as space constraints and inability to carry sterilizers. Electrolytic water technology is an eco-friendly technology that sterilizes and deodorizes 99% with tap water without adding chemicals. Mothercare electrolytic water can be sterilized and deodorized quickly with 99% sterilization power through safe electrolytic water.

마더케이 휴대형 전해수기

황인식 HWANG INSIK

살균소독을 통한 위생적인 육아환경을 원하는 육아맘들에게 사용성/휴대성/안전성/편의성을 제공하는 스마트 유아용 전해수기이다. 살균소독에 대한 범위는 유아용품을 넘어 육아 환경에까지 요구되어지나 공간의 제약, 살균기 휴대 불가 등 물리적인 한계점이 있다. 전해수 기술은 화학제품을 넣지않고 수돗물만으로 99% 살균·탈취하는 친환경적인 기술이다. 마더케이 전해수기는 인체에 안전한 전해수를 통해 99% 살균력으로 빠르고 강력하게 살균, 탈취를 할 수 있다. 제품의 디자인은 간결하지만 시간이 지나도 변치 않는 가치를 담기 위해 부가적인 요소를 절제하고 이를 정제하여 본질만 남겨 다듬어 디자인하였으며, 편안함을 주는 소재로 마감하여 어느 공간에서나 조화롭게 함께 할 수 있는 인테리어적인 요소를 더하였다.

MOTHER-K Portable Electrolyzed Water Generator

Smart baby electric water purifier that provides usability/portable/safety/convenience to mothers who want a hygienic childcare environment through sterilization. The scope of sterilization is required beyond baby products to the childcare environment, but there are physical limitations such as space constraints and inability to carry sterilizers. Electrolytic water technology is an eco-friendly technology that sterilizes and deodorizes 99% with tap water without adding chemicals. Mothercare electrolytic water can be sterilized and deodorized quickly with 99% sterilization power through safe electrolytic water.



스마트 인공지능 멸균시스템 개발

채성수 CHAE SUNGSOO

자율 이동 멸균기는 자율주행을 기반으로 실험실 환경의 공기 중 세균을 멸균하여 제품 하나로 넓은 면적의 공기 질 관리가 가능한 제품입니다. 지속관리 가능한 환경을 이 제품으로 디자인 개발하여 구현했습니다. 이로 인해 기존의 제약회사, 반도체 공장 등에서 오염 바이러스를 무인 관리할 수 있게 되었습니다. 현장 관리하는 작업자의 병균 노출위험 요소와 새벽 작업의 피로, 위급 시 응급대처의 사각지대라는 원천적인 문제를 사용자 환경개선과 UX 디자인으로 접근하여 디자인을 개선하였습니다.

AI Sterilization System

The autonomous mobile sterilizer sanitizes bacteria in the air in the laboratory atmosphere based on autonomous driving, enabling large air quality management with one product. We designed and implemented the product as sustainable as possible so that existing pharmaceutical companies and semiconductor factories can detect and dispose the contaminated virus by unmanned manner. The design was developed by approaching the user environment improvement and UX design to the fundamental problems of the risk of exposure to germs by field management workers, fatigue from early morning work, and blind spots of emergency handling in danger.



LG 벨벳2 프로

김영호 KIM YOUNGHO

- LG전자 프리미엄 스마트폰 디자인
- 디자인컨셉
-6.7인치 대화면 풀스크린 디자인
-3D 아크 디자인으로 그립감 강화
-물방울 이미지의 감각적 카메라 디자인
-사이드버튼을 터치센서버튼으로 구현한 홀리스 디자인





LG VELVET2 Pro

- LG Electronics' premium smartphone design.
- Design concept.
-6.7-inch screen full screen design.
-Grip improved with 3D arc design.
-Sensuous camera design that reminds of water drops.
-Seamless design with touch sensor button as the side button.

인공지능 AI 고데기

이해권 LEE HAEKWON

머리카락을 진단하여 자동으로 적합한 온도를 설정해주는 인공지능 Ai 고데기 코로나 바이러스 19의 영향으로 제조업 전체의 불황에 직면하고 있다. 이러한 상황 속에서도 미용기기의 수요는 계속해서 늘어나고 있다. 특히, 인공지능의 기술의 발달로 직접 머리카락을 진단하고 적합한 온도를 제공해주는 고데기는 기술적인 혁신이라고 할 수 있다. 따라서 인공지능 고데기는 전세계 시장에서 차별화되고 경쟁력이 충분히 있다고 판단된다. 머리카락을 진단키트가 내장되고 적합한 온도를 제공하는 인공지능 고데기의 디자인 특징은 아래와 같다. ❶ 고데기 사용시 손잡이의 손쉬운 그립감을 강조. ❷ 온오프 버튼과 카메라 버튼으로 편리한 사용자 UX/UI 디자인. ❸ 인간공학적인 손잡이와 사용이 편리한 받침대. ❹ 머리카락 진단기가 분리되지 않고 고데기 일체형으로 간편한 기능성을 강조. ❺ 머리카락을 진단할 수 있는 슬라이드 방식의 사용이 편리한 인간공학적인 머리카락 진단키트.



Electric straightener

Artificial intelligence(Ai) curling iron that diagnoses hair and automatically sets the appropriate temperature The entire manufacturing industry is facing a recession due to the impact of COVID-19. Despite these circumstances, the demand for beauty devices continues to increase. In particular, the curling iron that directly diagnoses hair and provides an appropriate temperature with the development of artificial intelligence technology can be said to be a technological innovation. Therefore, it is judged that the AI curling iron is differentiated and sufficiently competitive in the global market. The design features of the artificial intelligence curling iron, which has a built-in diagnostic kit for hair and provides a suitable temperature, are as follows. ❶ Emphasizes the easy grip of the handle when using curling iron. ❷ Convenient user UX/UI design with on/off button and camera button. ❸ Ergonomic handle and easy-to-use pedestal. ❹ The hair diagnostic device is not separated, and the simple functionality is emphasized as the ancient device is all-in-one. ❺ Easy-to-use ergonomic hair diagnosis kit with a slide method that can diagnose hair.

멀티살균기

백순현 BAEK SUNHYEON

멀티 살균기는 신체뿐 만 아니라 공간 및 공기 자체의 멸균이 가능한 생활 방역 위생 케어 제품이다. 본 제품은 개인 혹은 소규모 단체에서 어느 장소에서나 사용이 가능한 생활 방역 살균 제품으로 요즘 코로나19로 지역사회 및 전 세계적으로 살균에 대해 민감한 시기에 가장 필요로 하는 제품군이다. 조립이 가능한 모듈형 제품 패키지 구성으로 금형이 간결하기 때문에 구매 비용이 기존 제품 대비 70% 이상 저렴하다. 또한 개인이 직접 원하는 곳에 구비 및 이동이 용이하여 설치비에 대한 부담이 줄어주고 사용성을 극대화한 제품이다.



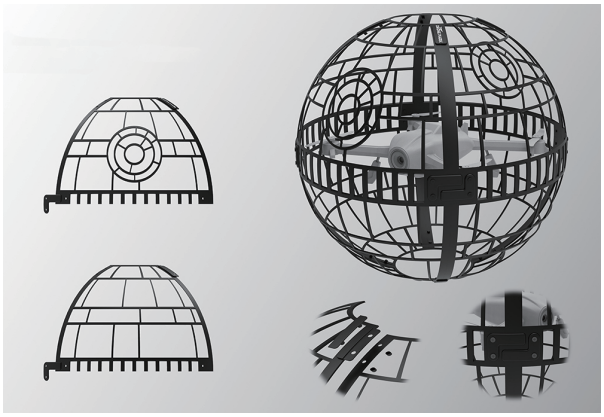
Multi-sterilizer

Multi-sterilizer is a household quarantine hygiene care product that can sterilize not only the body but also the space and air itself. This product is a household quarantine sterilization product that can be used anywhere in individuals or small groups. These days, with Covid-19, it is the most needed product line at a time when the community and the world are sensitive to sterilization. Existing product purchase costs because the mold is simple with a modular product package that can be assembled. It is 70% cheaper than it is, and it is easy to fit and move where individuals want, reducing the burden of installation costs. It is a product that maximizes usability.

드론축구용 드론케이지

이재호 LEE JAEHO

드론 축구는 전주를 중심으로 대한민국에서 처음 시도되는 새로운 경기다. 드론 축구를 위한 드론은 이를 보호하고 골대를 통과시 센서 작동 등이 포함된 보호용 케이지가 필수이며, 공기 역할적 측면을 고려한 디자인 고려하여 디자인 되었다.



Drones for drone soccer

Drone soccer is a new game that is being tried for the first time in Korea, mainly in Jeonju. A drone for the drone axis needs a protective cage that protects it and includes a sensor operation when passing through the goalpost, and was designed considering the role of air.

추천 디자이너

주방 특화 공기청정기

최헌정 CHOI HUNJUNG

주방 환경에 최적화된 공기청정기로, 사용 환경에 따라 흡입구의 높낮이 조절이 가능하다. 상단부 1단 팝업이 되었을 때는 일반 스탠드형 공기청정기로 활용할 수 있고, 2단 팝업이 되었을 때는 조리시 발생하는 유해가스 및 유증기를 직접적으로 빠르게 제거할 수 있다. 상단 트레이에는 제품 조작부가 있으며 식재료 계량 및 조리용 타이머 등 주방에 특화된 기능이 있다. 제품에는 바퀴가 장착되어있어 이동이 편리하며, 주방 외 공간에서의 활용도 또한 높여 제품 사용성을 극대화하였다.



Kitchen Air Purifier

This air purifier is dedicated to the kitchen environment with the ability to adjust the height of the inlet depending on the use environment. With the one-stage popup on top activated, it can be used as a regular standing type air purifier, and with the one-stage popup activated, it quickly eliminates harmful gases and vapors generated during cooking. The top tray comes with a product control module and kitchen-specific functions such as measurement of food ingredients and cooking timer. The product is also equipped with wheels for easy movement and is designed to maximize its usefulness both in and outside the kitchen.

기능성 에센스 용기 디자인

이재호 LEE JAEHO

4가지의 기능성 에센스 화장품을 담는 용기 디자인. 가장 낮은 수준의 개발 및 생산 비용을 감안하여 스포이드 방식을 적용하였음. 기존 스포이드의 조형을 재해석하여 나무 잎새의 모양을 형상화한 컨셉으로 감성적으로 디자인 하였음.



Functional essence container design

Container design for 4 functional essence cosmetics. The dropper method was applied in consideration of the lowest level of development and production costs. By reinterpreting the shape of the existing eyedropper, it was designed emotionally with a concept that embodies the shape of a tree leaf.

마더케이 베이직 젖병

황인식 HWANG INSIK

출산전문 브랜드 마더케이의 10년 노하우와 2년여간 엄마들의 26가지 테스트를 거쳐 탄생된 마더케이 젖병. 아기와 엄마 모두가 편안한 수유 라이프를 위해 서두르지 않고 만족할 때까지 연구했습니다. 아기가 잘 먹고 사용하기 편리한 기본에 충실한 젖병이 바로 좋은 젖병이라는 마더케이의 생각. - 유리와 플라스틱 젖병의 장점만 담은 안심 소재 PPSU소재는 의료기구에 사용되는 소재로 유리처럼 안전하면서도 플라스틱처럼 가벼워 젖병 소재에 가장 많이 사용됩니다. - 스마트 에어밸브 시스템 마더케이만의 에어밸브 시스템을 개발해 젖병 속 적정한 공기 압력을 유지합니다. 젖꼭지의 역류/샘/흡착을 방지하여 원활하고 안정적인 수유가 가능합니다. - 잘 쓰러지지 않는 하부 중심 설계 젖병의 하단부가 잘 쓰러지지 않도록 설계되어 있어 안정적인 수유가 가능합니다. 또한 타원형 디자인으로 떨어뜨려도 잘 굴러가지 않도록 설계되었습니다. - 그립감을 반영한 라운드 설계 인체공학적인 디자인 다양한 수유 그립감을 고려한 디자인으로 어떻게 쥐어도 편안하게 손에 안착되어 편한 자세로 수유가 가능합니다. - 수유 찌꺼기가 끼지 않는 라운드 설계 디자인 세척이 편리한 라운드 구조 설계로 모유나 분유가 굴곡에 끼어 남아 있지 않도록 위생적인 세척이 가능합니다.

MOTHER-K Basic Feeding Bottle

Mother K's 10-year know-how, a birth brand, and Mother K's baby bottle, which was born after 26 tests by mothers for two years, Both the baby and the mother studied until they were satisfied without rushing for a comfortable life. Mother K's idea that a baby bottle faithful to the basics that is easy for babies to eat and use is a good baby bottle. It's made of glass and plastic bottle. PPSU materials are used in medical devices and are safe like glass and light like plastic, so they are most commonly used for baby bottle materials. - Smart air valve system. Develop Mother K's own air valve system to maintain proper air pressure in the baby bottle. It prevents backflow/sam/adsorption of nipples, enabling smooth and stable feeding. - Lower center design that doesn't collapse easily. The lower part of the bottle is designed to prevent it from collapsing easily, allowing stable feeding. It is also designed to prevent it from rolling well even if it is dropped into an oval design. - Round design that reflects grip, Ergonomic design, Considering the various lactation grips, no matter how you hold it with the design, it can be comfortably seated in your hand and lactated in a comfortable position, Round design that doesn't contain any lactating residue. The easy-to-clean round structure allows hygienic cleaning so that breast milk or milk powder does not remain stuck in the bend.



면도기

이승헌 LEE SEUNGHEON

기존의 면도기 이미지에서 벗어나 일자형의 모던한 형태로 인테리어 한 공간에 위치해 하나의 소품으로서 역할을 다하도록 디자인된 고급 면도기 제품입니다.

shaver

It is a high-quality razor product designed to play a role as a single accessory in an interior space in a straight, modern shape, away from the image of an existing razor.



추천 디자이너

멀티무선살균 스타일러

유천희 YOO CHUNHEE

UVC 살균 기능과 고효율의 고속팬을 사용한 건조기능을 한 번의 동작버튼으로 동시에 사용하는 제품으로, 마스크, 핸드폰, 지갑 등 생활 속 살균이 필요한 제품들을 손쉽게 살균, 건조하기 위해 개발된 제품입니다.



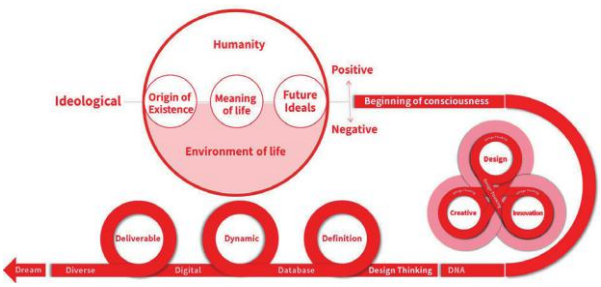
Multi cordless sterilization Styler

A product that can simultaneously use the UVC sterilization function and the drying function using a high-efficiency high-speed fan as a one-touch button. It is a product developed to easily sterilize and dry daily products that require sterilization, such as masks, mobile phones, and wallets.

사회혁신디자인개념 구조와 구성물

강필현 KANG PHILHYUN

사회 구성원들이 상호 의존하는 가치를 디자인하여 사용자들이 관계가치를 보호, 증진, 창출하는 과정에 참여하고, 그 결과가 사회의 진보로 연계되는 사회혁신디자인 개념을 구조화 하여, 제공되는 디자인 결과의 역량(인식), 제품, 서비스, 시스템, 기반, 사회운영체계로 연결되는 사회혁신 경험모델 원형을 제시하고자 하였다.



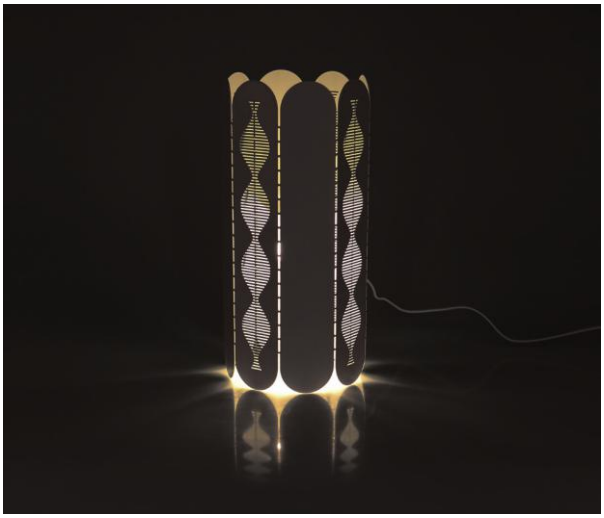
Equipment design concept and structure for social innovation

By designing values that members of society depend on, users participate in the process of protecting, promoting, and creating relational values, and the design results provided by structuring the social innovation design concept in which the results are linked to social progress are competencies (recognition), products, services, systems, infrastructure, and social operation systems were tried to present the prototype of the social innovation experience model.

유니 조명등

김윤희 KIM YUNHEE

실내 장식용 조명디자인이다. 제작의 용이성과 편리성을 고려하였다. 제품에 다양한 그래픽 요소 적용이 가능하다.



uniee lighting

It is a lighting design for interior decoration. The ease and convenience of production were considered. Various graphic elements can be applied to the product.

긴장

정석영 JUNG SUKYOUNG

소재의 특징을 반영하여 제품의 고급스러움을 강조하고 제작을 용이하게 하였다.



Tension

The luxuriousness of the product is emphasized with the material character reflected, and the easy workability is also considered.

리프트업·다운 테이블

이민지 LEE MINJI

트렌디한 우드 그레인 패턴으로 모던하고 세련된 내츄럴한 리빙 분위기를 만들어 준다. 리프트 다운·업 기능으로 티테이블 기능에서 노트북 사용이 가능한 책상 기능까지 현대인의 다양한 리빙 문화 생활의 파트너 가구로써 디자인과 사용성을 고려하였다.



lift up-dowm table

A trendy wood grain pattern creates a modern and sophisticated natural living atmosphere. The design and usability were considered as partner furniture for modern people's diverse living and cultural life, from tea table function to desk function that can use laptop with lift down/up function.

도심형전기트랙터디자인

김기태 KIM KITAE

도심지역(아파트, 일반주택가 등)에서 사용하는 전기트랙터 디자인을 제안하였다. 도심형 전기트랙터는 제품의 폭이 1.5m 이하이며, 매우 슬림한 구조로 되어있다. 기존 엔진룸에 밧데리를 탑재하여 소음이 발생되지 않고, 도심지역에서 다양한 직업을 수행할 수 있는 제품이다. 본넷외형은 기존의 제품을 공용으로 사용하였다. 캐빈의 디자인은 도심지역에 어울리는 형태로 디자인하였다. 본넷과 fender는 옐로우 컬러를 적용하여 산뜻하고 친근한 느낌을 표현하였다. 캐빈은 다크그레이 컬러를 적용하여 모던하고 깔끔한 느낌으로, 프레임과 도어벨트라인에는 메탈릭실버 컬러를 적용하여 세련되고 강한 느낌을 강조하였다. 제품의 폭이 슬림하여 다양한 작업을 할 수 있다.(ex. 도로청소, 재설작업, 조경작업, 전기보수작업, 소방차 등)



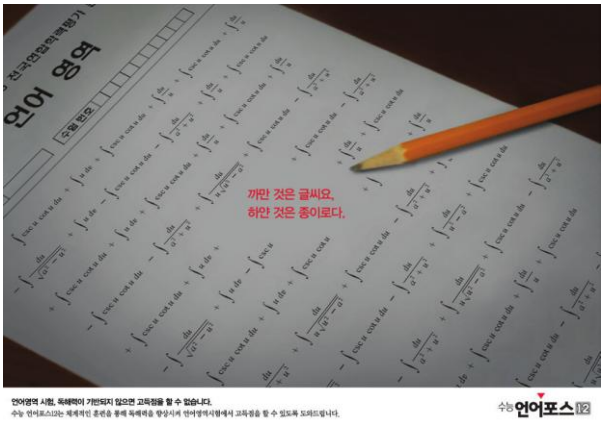
City-type electric tractor design

The design of electric tractors used in urban areas was proposed. The city-type electric tractor is less than 1.5 meters wide and has a very slim structure. It is a product that can carry out various jobs in urban areas without noise by installing batteries in existing engine rooms. Bonnet's exterior carry-over the existing product. The Cabin design was designed to suit urban areas. Bonnet and fender used yellow to express a fresh and friendly feeling. The cabin looks modern and neat with the dark gray color. Metallic silver colors were applied to the frame and door belt lines to emphasize the refined and strong feeling. The width of the product is slim, so you can do various things.

국어학습교재 포스터

이충상 LEE CHUNGSANG

국어학습교재 광고.



Korean Language Learning Textbook Poster

Advertising for Korean Language Learning Textbooks.

내로남불

박인창 PARK INCHANG

현재 사회가 정상적이지 않은 느낌을 점점 많이 받는다. 자신의 허물과 남의 허물을 재는 기준을 다르게 하며 염치없는 행동을 하고 있는 것이다. 이 현상은 심각하며 사회적 구성원들에게 분열을 조장하고 있다. 특히 정치적 이념의 차이를 가지고 내 편 네 편을 가르고 있다. 모두의 다름 속에서 서로를 인정하고 조화롭게 국익과 공공의 선함을 위해 교육으로 바로 고쳐야겠다.



Naeronambul

I feel that society is not normal today. They act shamelessly, differently from their own and other people's mistakes. This phenomenon is serious and encourages division among the members of society. In particular, there are differences in political ideology between the two sides. We should recognize each other's differences and change it to education for the sake of national interests and public good.

추천 디자이너

갤럭시북 프로 360

손공동 SON KONGDONG

360°회전, 초경량, 초슬림한 '갤럭시북 프로 360' 제품의 디자인과 기능을 직관적으로 느낄 수 있도록 제품의 형태와 컬러를 가벼움의 요소로 시각화 하였음.



Galaxy Book Pro 360

360° Rotation, Ultra Lightweight, Ultra Slim The shape and color of the product are visualized as elements of lightness so that the design and function of 'Galaxy Book Pro 360' can be intuitively felt.

잊혀지는 민속놀이 '쥐불놀이 편'

홍석준 HONG SUKJUN

잊혀지는 민속놀이 01
쥐불놀이 – 현대사회에 잊혀져가는 우리의 전통 민속놀이를 기억하고 경험할 수 있도록 기획한 첫 번째 시리즈 포스터로 쥐불놀이의 횃불을 모티브로 제작하였습니다.



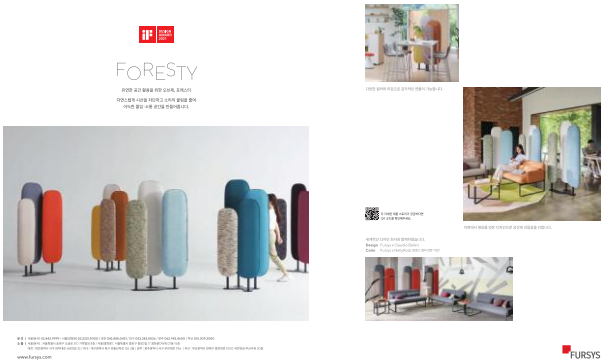
Forgetting folk games 'JWIBULLORI'

Forgetting folk games 01
Jwibullori – A traditional Korean game played on the eve of Daeboreum, First Full Moon Day; people burn dry grass on the ridges of rice paddies and fields, while others spin cans of flames attached to the end of a stick or sling in wide circles.

퍼시스 제품 광고

박종희 PARK JONGHEE

퍼시스 제품 광고.



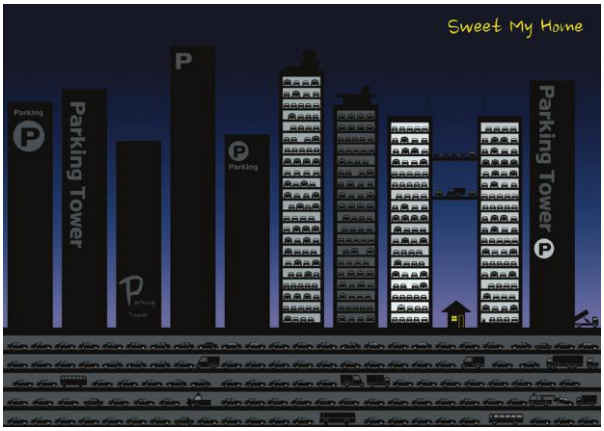
Fursys product advertising

Fursys product advertising.

스위트 마이 홈

손지훈 SON JIHOON

도시화 현상에 따른 개인 및 차량의 증가로 인해 생활공간의 부족과 주거지의 부족 현상을 표현하였다.



Sweet My Home

It expressed the lack of living space and residential space due to the increase in single-person households and vehicles due to urbanization.

이라샤이 그래픽아트 코스

안기영 AN KIYOUNG

긴키대학교(KINDAI university/Japan)의 예술학과 안기영 그래픽 아트 코스(kiyoung AN, Graphic Art course)의 PR디자인(poster, character, key visual...). 본 코스의 수업은 학생 자신이 관심있는 분야의 수업 테마를 선택 이수할 수 있다. 즉 스시(요리)처럼 자기 입맛에 맞는 메뉴를 고르듯 자기 적성에 맞는 디자인 테마 과제를 골라 수업을 이수할 수 있다는 의미의 비주얼 컨셉 디자인이다.



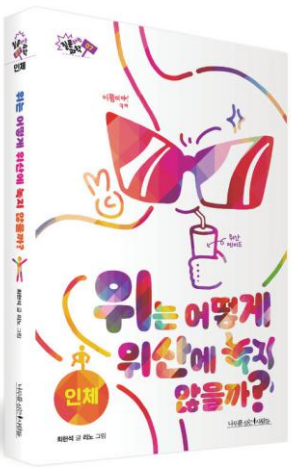
IRASSHAI Graphic Art course

PR Design(Poster, Character, Key visual.) of Ahn Ki-young Graphic Art Course operated by the Department of Arts at KINDAI University. The class of this course can selectively complete the class theme in the field of interest to the student. This format of theme-selective design classes is compared to sushi(cooking). It is a visual design that means that you can participate in the class by choosing a design theme that suits your taste.

위는 어떻게 위산에 녹지 않을까?

신병근 SHIN BYOUNGKEUN

질문하는 과학시리즈 7권 디자인을 담당했습니다. '위가 위산에 녹지 않는다'는 내용을 일러스트작업으로 익살스럽게 표현해서 표지 디자인을 했습니다.



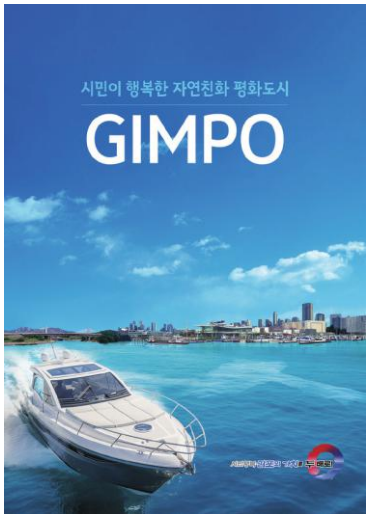
How does the stomach not dissolve in stomach acid?

I was in charge of designing the 7th volume of the Asking Science Series. I designed the cover by humorously expressing the content of 'the stomach does not dissolve in stomach acid' through illustration work.

김포시 시정 홍보포스터

김한중 KIM HANJOONG

김포시의 대표적인 랜드마크 아라마리나를 배경으로 이국적인 도시, 자연 친화적이면서 평화로운 이미지를 포스터를 통해 전달하고자 하였다.



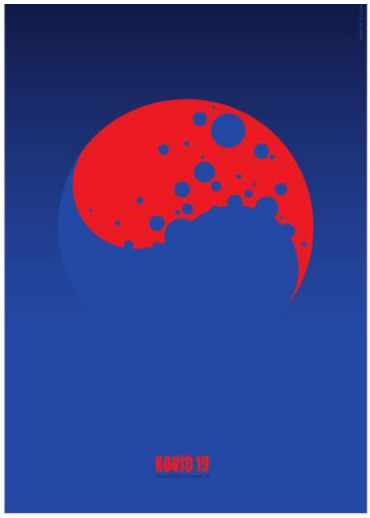
Gimpo City Public Relations Poster

With the background of Aramarina, one of the most representative landmarks of Gimpo City, the city was designed to convey an exotic city, nature-friendly and peaceful image through posters.

코비드-19

배성익 BAE SUNGIK

COVID-19와 KOVID-19의 동음이의어(同音異議語)에서 Idea를 착안한 '평화 통일 POSTER'이며, Idea Virus(평화 염원의 이념 바이러스)는 남한에서 시작되어 점차 북으로 평화적 통일 염원을 구하는 것을 '평화 Virus'가 들불처럼 북으로 번져 나가서 한반도 모두의 평화 통일을 촉구하자는 것을 Idea(이념적) 평화 Poster Visual화 한 작품임.



KOVID-19

The idea of "peaceful unification POSTER" in the homonyms of COVID-19 and KOVID-19 is that the Idea Virus began in South Korea and gradually spread to the North like wildfire to urge peaceful unification of all the Korean Peninsula.

숨

유성봉 YU SUNGBONG

코로나19로 말미암아 숨쉬기가 어려워진 상황을 형상화 함.



Breath

It expresses a situation where it's hard to breathe due to COVID-19.

도미노스 라이징

이주미 LEE JOOMI

코로나19 백신 접종 홍보 메시지를 주사기 도미노의 이미지로 형상화. 쓰러지는 특징인 도미노를 반대로 일어서게끔 만드는 주사기 도미노에 대입시켰습니다. 주사를 맞을수록 일어서게 만든다는 의미인 사람 모양의 눈금입니다. 주사를 맞는 사람이 누적될수록 서로를 일으켜주며 건강해지는 도미노 현상, 그것이 현재 우리 모두가 원하는 바람입니다.



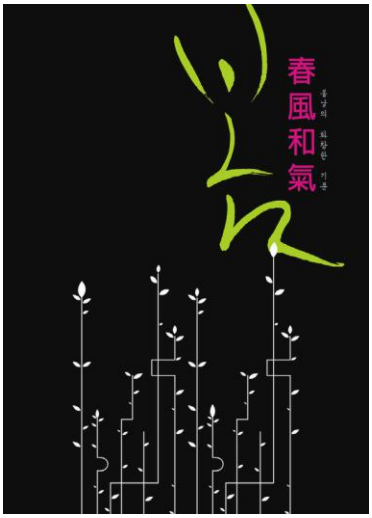
dominoes rising

COVID-19 vaccination promotional message in the image of a syringe domino.
Revers expression of dominoes, the characteristic of falling, A human-shaped scale that means that the more you get an injection, the more you stand up. The domino phenomenon that raises each other up and makes each other healthier as the number of people receiving injections accumulates, that is what we all want right.

春風和氣

정찬환 CHUNG CHANHWAN

춘풍화기(春風和氣) 봄날의 기운을 파릇파릇한 새싹의 희망처럼 돋아나는 이미지를 역동적으로 심플하게 표현하였으며, 봄이라는 생동감을 캘리그라피 글씨로 우리들의 마음에 봄처럼 감성을 더하였다.



balmy spring weather

It dynamically simplified the image of hopeful sprouts sprouting from the energy of spring days, and reinforced the sensibility by applying the vitality of spring as calligraphy.

'학교폭력을 찾아라'

이방원 LEE BANGWON

2021년 부산지방경찰청, 부산연제경찰서와 협업으로 사회적 문제로 대두되고 있는 학교폭력 예방을 위한 홍보 디자인으로 제작되었다. '학교폭력을 찾아라!'는 1990년대 '월리를 찾아라'라는 세계적인 베스트셀러에서 영감을 얻어 수많은 학생들 사이에서 신체·정신·재산·사이버 등 학교폭력 유형을 찾는 놀이형 콘텐츠다.



'Find School Violence'

It was designed as a campaign to prevent school violence, which has emerged as a social problem in collaboration with the Busan Metropolitan Police Agency and the Busan Yeonje Police Station in 2021. "Find School Violence!" is a play-type content inspired by a world-class bestseller called "Where's Wally?" in the 1990s to find various types of school violence, including physical, mental, property, and cyber, among numerous students.

추천 디자이너

물류회사 소개서

박수관 PARK SOOKWAN

국제 물류회사의 회사소개서 디자인을 쉬운 전달 방법으로 디자인.



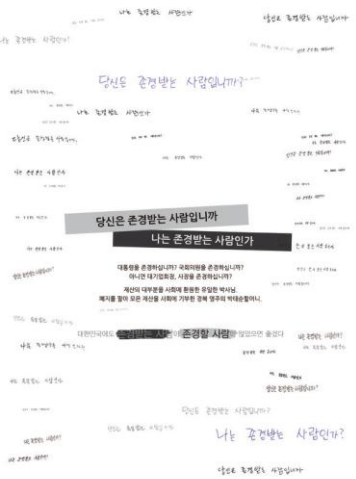
Logistics company introduction

Designing an international logistics company's company profile design as an easy delivery method.

존경받는

이진만 LEE JINMAN

대통령을 존경하십니까? 국회의원을 존경하십니까? 아니면 대기업 회장, 사장을 존경하십니까? 재산의 대부분을 사회에 환원한 유일한 박사님. 폐지를 팔아 모은 재산을 사회에 기부한 경북 영주의 박태순 할머니. 대한민국에도 존경받는 사람이, 존경할 사람이 많았으면 좋겠다.



respected

Do you respect the president? Do you have any respect for the members of Parliament? Or do you respect the president and the president of a large company? The only doctor who's ever given most of his fortune back to society. Park Tae-soon, a grandmother in Yeongju, North Gyeongsang Province, donated her wealth by selling waste paper to society. I hope there are many people in Korea who are respected.

고려 현종대왕 축제

김세웅 KIM SEWOONG

고려 현종대왕의 축제를 위해 고려시대의 의복과 시대상을 반영한, 간결한 그래픽 포스터를 제작하였다.



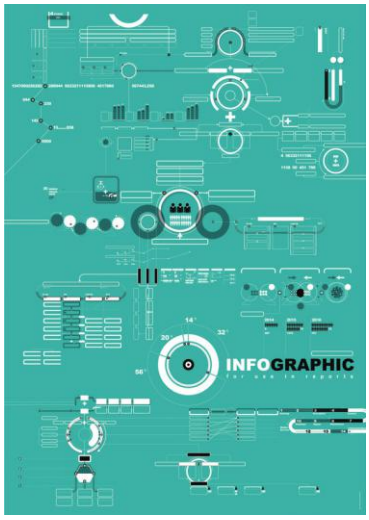
Goryeo King Hyeonjong the Great Festival Poster

For the festival of Goryeo King Hyeonjong the Great, a simple graphic poster was produced that reflects the clothes and conditions of the Goryeo Dynasty.

보고서를 위한 인포그래픽

이경규 LEE KYUNGGUE

보고서를 위한 인포그래픽.



Infographic for use in reports

Infographic for use in reports.

추천 디자이너

안전천사

최정환 CHOI JUNGHWAN

최근 코로나 상황이 백신을 접종해도 변종 코로나로 인해 침투 확진자가 속출하고 있어서 마스크 착용은 꼭 지켜져야 한다. 따라서 마스크야말로 우리가 생활 속에서 안전하고 자유롭게 행동할 수 있도록 지켜주는 수호천사의 역할을 한다는 것을 강조하였다.



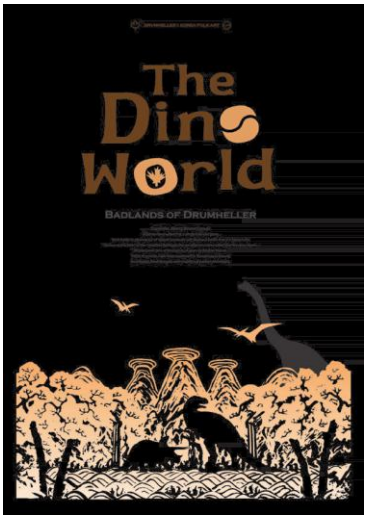
Safety Angel

In view of the recent corona situation, even if vaccinated, it is not reassuring due to the mutated corona. Therefore, wearing a mask must be observed. The idea was that masks serve as guardian angels to keep our behavior safe and free to act.

더 다이노 월드

정성호 JUNG SUNGHO

캐나다 서부 알버타주의 드럼헬러는 나무 한 그루 자라지 못하는 척박한 땅이지만 풍부한 자원과 공룡 화석으로 유명한 도시입니다. 캐네디언 배드랜드의 심장이라 불리우는 수만년의 대자연이 빚은 기암괴석이 서있는 '후두스'의 모습을 한국의 일월오봉도 그림과 전통문양기법으로 한국적인 아름다움을 표현하였습니다.



THE DINO WORLD

Drumheller, Alberta, Western Canada. A barren land where not a single tree can grow, Yet it holds an abundance of natural resources and dinosaur fossils that it is famous for. Known as the heart of the Canadian Badlands, the peculiar structures called the Hoodoos stand, Molded over tens of thousands of years by Mother Nature. These structures have been expressed in Koreanesque beauty, As a Korean Ilwolobongdo with traditional pattern techniques.

미래의 인재

김용모 KIM YONGMO

광주대학교는 인본지향 박애인의 양성으로 모든 인간을 평등한 존재로 인식하고 인간의 가치와 개성을 존중하며 인간에 대한 사랑을 최우선 가치로 삼는 인본형 인재, 미래지향 창의 인재상을 가치를 두고 변화하는 사회에서 창의적 사고력을 바탕으로 새롭고 의미있는 결과와 아이디어를 창출함으로써 적응해나가는 미래형 인재의 아이덴티티를 컬러와 패턴으로 이미지화하였다.



Future talent

Gwangju National University recognizes all human beings as equal through the training of human-oriented philanthropists. It imaged the future talent's identity in colors and patterns by creating new and meaningful results and ideas based on creative thinking in a changing society with human-centered human resources that respect human values and love for human beings as the top priority.

보비니즈, 오늘 미세 알림

고딘군 KO DINGUN

<최초의 이모티콘 미세먼지 알람> 영유아 케어 브랜드 보비니의 엄마와 아이 모두를 위한 미세먼지 알람 캠페인 [캠페인 배경] 미세먼지에 잠긴 대한민국 '영유아의 인지 능력 손실, 천식 유도', '영유아를 위한 보호 정책 및 대처 부족' [디자인 아이디어] 미세먼지 확인에 육아가 힘든 엄마들, 재난 문자의 시끄러운 소리와 미세먼지에 반감이 심한 아이들을 위해 1. 귀여운 보비니의 캐릭터, 이모티콘을 제작 및 배포 2. 엄마에게 편리하게 아이에게 친근하게 3. 캐릭터들이 오늘의 미세먼지 수치와 대처 방법을 매일 간단한 알람으로! 번거롭게 찾아보는 미세먼지 수치 대신 찾아오는 미세먼지 알람과 이모티콘을 접목하여 모두가 쉽고 편하게 즐길 수 있는 캠페인 진행. [결과] '보비니 캐릭터와 공감의 힘' 이모티콘 배포는 3시간 만에 35,000 참여 조기 종료 되었고 75,000개의 플러스 브랜드 중 이틀 연속 이슈 1위를 기록하였습니다. 총 10만 건의 미세 알람이 전송되었고 100,000명 이상의 캠페인 참여와 300%의 카카오톡, 인스타그램의 팔로워가 증가하게 되었습니다. 또한 캐릭터와 디지털 캠페인의 폭발적 반응으로 동화책, 교육 영상, 베이비 페어까지 다양한 온오프 컨텐츠까지 후속 제작되었습니다.



Bobiniz, AQmoji

<Problem> South Korea, consumed by micro-dust 'Lack of policies and solutions to protect children' [Design Idea] 'Micro-dust notifications from adorable characters' For mothers experiencing hardships in parenting due to midcro-dust. 1. Production of characters and notification emoji of childcare brand Bobini. 2. Child-friendly tones instead of frightening disaster alert tones! 3. Simple daily updates from adorable characters on micro-dust levels and solutions for children! [Result] A total of 100,000 micro-dust notifications sent. More than 200,000 campaign participants. No.1 trending brand out of 75,000 for two days in a row.

추천 디자이너

원더풀 삼척

신재균 SHIN JAEKYUN

강원도 최남단에 위치해 있는 삼척은 역사의 숨결과 화려한 풍광이 공존하는 곳이다. 독도를 수호하던 이사부장군, 올림픽 마라톤의 영웅 황영조, 한국의 나폴리라 불리우는 장호항, 삼척비치 페스티벌, 대게축제 등 백두대간을 따라 신비로운 동해로 이어지는 삼척의 이야기를 표현하였으며, 다양한 지역 상품으로 개발이 용이하도록 패턴화 하였다.



Wonderful Samcheok

Samcheok, located at the southernmost tip of Gangwon-do, is a place where the breath of history and splendid scenery coexist. General Isabu who protected Dokdo, Olympic marathon hero Hwang Yeong-jo, Jangho Port called Naples of Korea, Beach Festival, Snow crab festival It expresses the story of Samcheok, which leads to the East Sea along the Baekdu-daegan. It is patterned for easy development with various regional products.

전통문양의 재발견

김병완 KIM BYUNGWAN

한국의 전통문양은 우리 민족의 집단적 가치 감정이 통하는 개념, 상징화된 제2의 자연 또는 상징적 기호 표현이라 할 수 있다. 전통무늬는 단순히 장식의 목적으로 사용되어져 왔으나 현대화되는 과정에서 있어 다양성을 반영한 제품, 콘텐츠, 서비스화가 되어야 할 것이다. 이에 문양의 특징을 활용하여 한국적 전통의 미를 재해석해보고 표준화된 도안을 제작해 보았다.



Rediscovery of Traditional Patterns

The traditional pattern of Korea is a concept in which the collective value emotions of our people communicate, and can be said to be a symbolized second nature or symbol. Traditional patterns were used simply for decoration purposes, but have developed into products, contents, and services that reflect diversity through the modernization process. Accordingly, the beauty of the Korean tradition was reinterpreted using the characteristics of the pattern, and a standardized design was produced based on this.

환경포스터

전용석 CHUN YONGSEOK

대한민국의 몇 남지 않은 소중한 세계적인 화성습지의 소중함을 널리 알리고자 함.



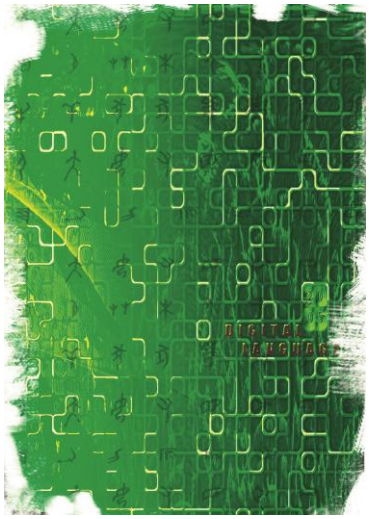
Environment Poster

We want to spread the importance of Hwaseong Wetland, which is precious in South Korea.

디지털 랭귀지

신재희 SHIN JAEHEE

소리를 이미지화 하였다. 디지털 환경에서의 언어 이미지를 시각화 하였음.



Digital language

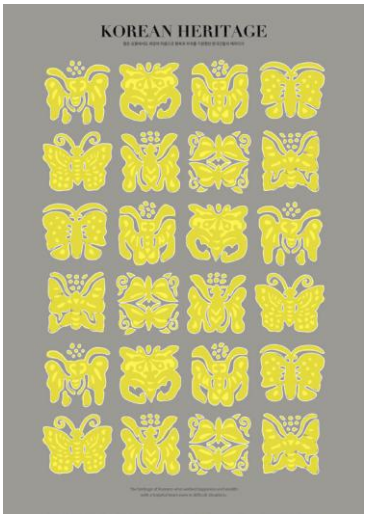
Express the sound with images. Visualized language images in digital environments.

추천 디자이너

코리안 헤리티지 II

김혜림 KIM HYELIM

힘든 상황에서도 희망의 마음으로 행복과 부귀를 기원했던 한국인들의 헤리티지.



KOREAN HERITAGE II

The heritage of Koreans who wished happiness and wealth with a hopeful heart even in difficult situations.

선택해주세요! 교보문고

김선주 KIM SUNJU

온라인, 디지털시대. 종이책으로 보는 즐거움을 잊지 마세요.



MAKE YOUR PICK!

Online, digital age. Don't forget the pleasure of reading it in paper books.

아산문화재단

박형준 PARK HYUNGJUN

아산문화재단의 각 음절 두음을 심볼의 기본형태로 사용하여, 컬러는 다양한 문화를 상징하는 적, 청, 황을 적용하였고, ㅁ은 녹색성장도시 아산을 상징하는 녹색을 도입 사방으로 퍼지는 문화의 빛을 나타내었다.





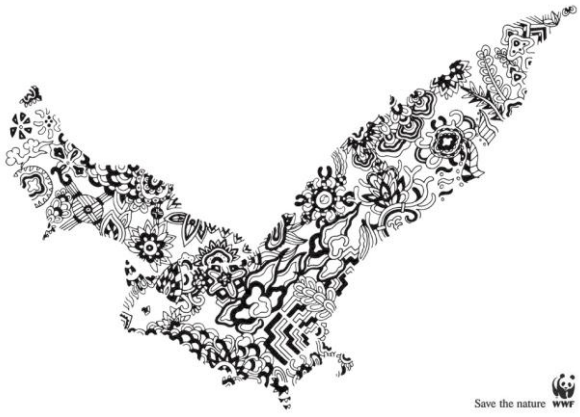
ASAN

Each syllable of the Asan Cultural Foundation was used as the basic form of symbols, red, blue, and yellow colors symbolizing various cultures were applied, and green represented the light of culture spreading in all directions from the green growth city of Asan.

자연을 보호하자

현은정 HYUN EUNJEONG

인간의 이기심으로 인해 우리는 코로나19 위기를 맞았다. 인간에 의해 사라져가는 수많은 자연을 보호하고 기억하고자 멸종 위기 동물인 붉은 박쥐의 모습을 한국 전통 문양을 이용해 표현하였다.



Save the nature

Due to human selfishness, we are facing a Covid-19 crisis. The red bat, an endangered animal, is expressed using traditional Korean patterns in order to protect and remember the numerous nature that is being lost by humans.

현대성우그룹 브로슈어 세트

최진호 CHOI JINHO

현대성우그룹 브로슈어의 디자인컨셉은 그룹의 무한한 '도전정신'을 운동성과 방향성을 가진 '인피니티 서클'로 표현했습니다. '서클'을 이용해 모든 사업 영역을 총괄하는 홀딩스는 가운데를 중심으로 운동하는 '허브'를, 캐스팅사업은 함께하는 '시너지'를, 배터리사업은 한계를 뛰어넘는 '에너지'를 표현하였습니다. 브로슈어의 패키지는 그룹의 모태가 된 캐스팅사업을 상징하는 알루미늄스틸로 제작하여 그룹의 영원함을 전달하고자 하였습니다. 브로슈어의 첫번째 부분은 기업가치에 초점을 맞추고 두 번째 부분은 사업에 대한 정보를 제공합니다. 그룹의 역사를 설명하는 부분은 트레싱지를 사용하여 과거와 현재 미래가 서로 상호작용을 하면서 발전해가는 그룹의 역동성을 체험하고, 각 사업영역 소개부분에는 날개 접지를 활용하여 사업의 확장성을 체험시키고자 하였습니다. 사업의 특징을 정확히 보여주는 현장감 있는 사진과 함께 '인피니티 서클'을 브로슈어 전체에 통일적으로 사용한 디자인 컨셉을 통해 그룹의 무한한 '도전정신'을 경험하게 합니다.



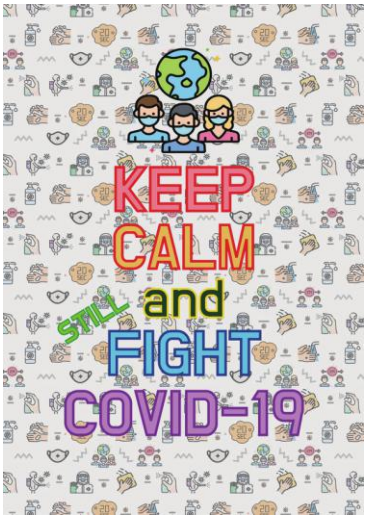
HYUNDAI SUNGWOO Group Brochure

The design concept of the modern voice actor group Brochure expresses the group's infinite "challenge spirit" as an "infinity circle" with mobility and direction. Holdings, which oversees all business areas using "circles," expressed "hub" that works out in the middle, "synergy" that the casting business works together, and "energy" that goes beyond the limits of the battery business. The brochure package was made of aluminum steel, which symbolizes the casting business that became the parent of the group, to convey the eternity of the group. The first part of the brochure focuses on corporate value and the second part provides information about the business. The part that explains the group's history was to experience the dynamics of the group that develops as the past and the present interact with each other, and to provide an experience of business scalability by using wing ground in each business area introduction. You can experience the group's infinite spirit of challenge through the design concept that consistently uses Infinity Circle throughout the brochure along with realistic photos that accurately show the characteristics of the business.

평정심을 유지하고 코로나를 극복합시다

남윤태 NAM YUNTAE

평정심을 유지하고 코로나를 극복합시다.



KEEP CALM AND STILL FIGHT THE COVID-19

KEEP CALM AND STILL FIGHT THE COVID-19.

1st 월계유튜브페스타

원종욱 WON JONGWOOK

온라인 미디어 플랫폼을 활용한 월계유트브페스타는 월계동 지역 주민과 광운캠퍼스 구성원을 위한 언택트 문화 페스티벌이다. 월계유트브페스타는 월계동과 광운대학교를 중심으로 한 지역의 특색 있는 이야기, 일상생활, 재미있는 콘텐츠나 음식 등 다양한 주제를 미디어콘텐츠로 제작하여 월계동 지역을 알리는 것에 목적이 있다. 이에 월계유트브페스타를 홍보하기 위해 미디어콘텐츠를 제작하는 모습과 필요한 요소들을 일러스트 그래픽으로 표현하였다. 또한 표현된 일러스트 그래픽은 홍보를 위한 포스터, 현수막, 홈페이지, 수상자 포토존 등 다양한 부분에서 활용할 수 있도록 디자인 하였다.



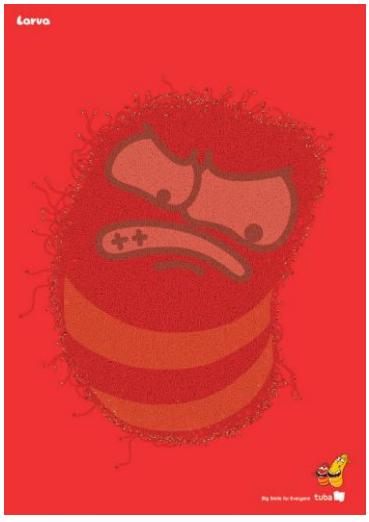
1st WOLGYE YOUTUBE FESTA

WOLGYE YouTube Festa, which utilizes online media platforms, is an untact cultural festival for residents of Wolgye-Dong and members of Kwangwoon Campus. WOLGYE YouTube Festa aims to promote the Wolgye-Dong area by producing media contents on various topics such as unique stories, daily lives, and interesting contents or foods in the region centered on Wolgye-dong and Gwangwoon University. In response, the media content was produced to promote WOLGYE YouTube Festa and the necessary elements were expressed in illustration graphics. In addition, the illustration graphics were designed to be used in various areas such as posters, banners, homepage, and winner photo zone for promotion.

(주)투바앤 기업홍보포스터

신정철 SHIN JEONGCHUL

애니메이션 전문기업 (주)투바앤의 대표 콘텐츠 라바 Red를 개인작업 기법으로 표현하였다. 수많은 선들이 복잡하게 모여서 단순한 형태를 만들고, 각자의 선 끝에 다양한 라바 Red의 캐릭터성을 부여하였다. (주)투바앤은 대표작 넷플릭스 오리지널 시리즈 <라바 아일랜드> 뿐만 아니라 최강공룡합체 <다이노코어>, 스톱모션 애니메이션 <카페윙클>, 독특한 히어로들의 활약상을 다룬 블랙코미디 <로터리파크>, 사막추격 에피소드 <오스카의 오아시스> 등이 있으며 현재 애니메이션을 기반으로 다양한 영역의 사업을 전개하고 있다.



tubaN Corporate Promotion Poster

Larva Red, the representative content of tubaN Co., Ltd., an animation company, was expressed as a personal work technique. Numerous lines gathered complexly to create a simple form, and various characteristics of Lava Red were given to the ends of each line. In addition to the representative Netflix original series “Larva Island”, tubaN Co., Ltd. is currently carrying out businesses in various areas based on animation, as well as the strongest dinosaur combination “Dino Core”, the stop-motion animation “Café Wingcle”, a black comedy “Rotary Park”, and a desert chase episode “Oasis of Oscar”.

추천 디자이너

하이엔드

김효민 KIM HYOMIN

상위 1%를 타깃한 광고 디자인으로 고난도를 연상 이미지로 표현.



HIGH-END

Expressed the difficulty as an associated image with advertising designs targeting the top 1%.

플라스틱을 줄이세요

이주원 LEE JOOWON

MZ세대가 사회에 대한 관심을 갖게 되면서 더욱 활발해진 플라스틱 줄이기 운동에 동참하고자 제작한 '탈(脫)플라스틱' 포스터



SAY NO TO PLASTIC

As interest in society of the MZ generation increases, the "Plastic Free" poster produced to participate in the more active plastic reduction campaign.

쏘피 안심숙면팬티

한상현 HAN SANGHYUN

여성용품 브랜드 쏘피의 '안심숙면팬티'는 입는 팬티형 생리대로써, 밤새 안심하며 사용할 수 있는 제품으로 쏘피 비주얼 아이덴티티에서 폭신함을 포인트하여 편안한 숙면이미지를 표현한 패키지디자인.



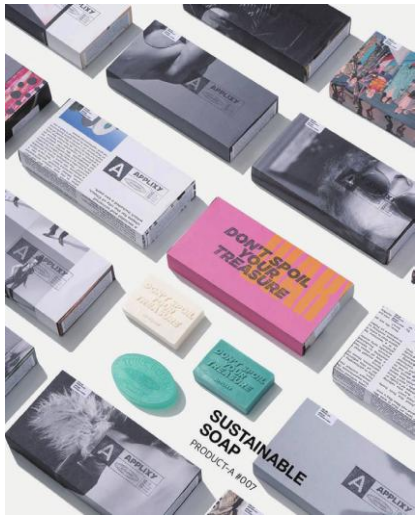
SOFY Comfort Sleep Panties

Women's goods brand SOFY's "Safe Sleep Underwear" is an underwear-type sanitary pad that can be used with confidence all night long, and expresses a comfortable sleep image by adding softness to the package applied with SOFY's visual identity as a point.

어플릭시X일공팔랩 서스테이너블솝

윤미경 YUN MIKYOUNG

이례적인 팬데믹 시대를 살아가며 어느 때 보다 환경친화적인 움직임이 계속되고 있습니다. 저마다의 방식으로 지구 환경을 보호하는 일이 익숙해졌고, 리사이클, 업사이클, 제로 웨이스트 라이프를 향한 관심이 나날이 높아지는 중입니다. 서스테이너블 패션 플랫폼 어플릭시(@applixy)와 비누연구소 일공팔랩(@108lab_offical)의 콜라보레이션 프로젝트 <어플릭시X일공팔랩 서스테이너블 솝>은 '지속 가능한', '화학 성분 최소화', '플라스틱 없는 고체 비누'라는 명확한 컨셉 아래 제작되었습니다. <어플릭시X일공팔랩 서스테이너블 솝>은 더는 읽지 않는 잡지를 잘라 만든 서스테이너블 패키지에 담겨있습니다. 세상에 단 하나뿐인 패키지, 저마다 다른 모양을 가지며, 어떤 패키지에는 큼지막한 타이포가, 어떤 패키지에는 근사한 패션 화보가 장식되어있습니다. 여러분의 손에 쥐어진 비누는 어떤 패키지에 담겨 있나요? 환경을 생각하면서도 참으로 스타일리시한 <어플릭시X일공팔랩 서스테이너블 솝>을 만나보세요!



APPLIXY X 108LAB sustainable soap

Currently living in an unusual pandemic era, environmentally friendly movements continue. We are used to protecting the global environment in our own way, and interest in recycling, up-cycling, and zero-waist life is increasing every day. The collaboration project "Applixy X 108lab Sustainable Soap" between the Sustainable Fashion Platform Applixy and the Soap Research Institute 108 lab is made with clear concepts of "sustainable," "minimum chemical ingredients," and "plastic-free solid soap." This soap is in a suspicious package made by cutting magazines that no longer read. Each has a different shape as the only package in the world. Some packages include large typos, and some packages include nice fashion pictorials. What package is your soap in? While thinking about the environment, meet a really stylish soap!

추천 디자이너

VELVET 2pro

이창석 LEE CHANGSUK

VELVET 2pro 패키지디자인은 화이트의 고급감을 심플하고 감성적으로 디자인 하였다. 디자인전략으로는 전면은 심플하게 모델명인 VELVET 2pro를 그라데이션으로 표현 하였으며, 후면에 제품특징을 쉽게 알아볼 수 있도록 표현하였으며 소비자가 보다 편리하게 개봉할 수 있도록 디자인하였다.



VELVET 2pro

VELVET 2pro package was designed to express luxury of White color in a simple and emotional way. As a design strategy, front side has simple design with Gradation logo of VELVET 2pro. On the back side, features of VELVET 2pro are expressed in a way which customers can understand easily. Also, it designed to make it easier for consumers to open.

피오니 핀셋

조창희 CHO CHANGHEE

피오니는 속눈썹 연장 미용 제품으로 브랜드 컨셉을 모란과 공작을 모티브로 팝업 패키지로 차별화된 디자인 적용. 풍성하고 볼륨감 있는 속눈썹 연장 브랜드로 수출용 프리미엄 브랜드 시장에 진출.



PEONY tweezers

Peony is a eyelash extension beauty product that differentiates the brand concept with a pop-up package with peonies and peacock motifs. Entered the premium brand market for export with a rich and voluminous eyelash extension brand.

지니벨르 포트와인

김성용 KIM SUNGYONG

연천의 유기농 포도를 사용한 강화주정 포트와인.



GenieBelle Port Wine

Fortified spirit port wine using organic grapes from Yeoncheon.

감기약 패키지디자인

신익수 SHIN IKSOO

감기약 패키지디자인으로 주 성분인 한약과 양약의 복합처방을 강조하면서 글씨 주위를 은박으로 처리하였다. 전면 하단에 회사의 디자인 아이덴티티인 물결 형상을 상징화하여 적용하였다. 제목에 적합한 '풍'자를 한자로 강조하여 기존 제품 패키지의 아이덴티티를 유지하였다.



Medicine for a cold Package

It is a package design for cold medicine, and emphasizing a combination of Western medicines, prescription writing as silver line around. It symbolizes the company's design identity, the wave, at the bottom of the front.

추천 디자이너

오! 버디패치

박현경 PARK HYUNKYUNG

자외선 차단 골프패치 브랜드네임 및 BI, 패키지디자인을 진행. 행운의 샷 버디(Birdie), 친한 친구, 동료(Buddy) 의 두 가지 의미를 내포하면서, 친한 동료와 함께 즐기는 행운의 샷을 위한 자외선 차단 패치 오! 버디패치로 굿샷을 위한 준비물임을 강조. 상쾌한 샷을 날리는 기분좋은 칼라 라임칼라와 고급스러운 골드칼라를 매치하여 행운과 굿샷을 위해서 꼭 챙겨야 하는 준비물임을 강조.



Oh! Buddy Patch

Conducting the brand name, BI, and package design for UV protection golf patch. There are two meanings behind lucky shot birdie, best friend, and best friend. Sunscreen patch for a lucky shot. Oh! With a birdie patch, it's a preparation for a good shot. Emphasize that it is a must-have item for luck and good shot by matching a pleasant lime collar with a luxurious gold collar to a refreshing shot.

발휘 발효홍삼 휘영

송소원 SONG SOWON

건강한 아름다움, 갱년기 여성을 위한 발효홍삼 제품으로 여성을 상징할 수 있는 핑크 계열의 컬러를 사용, 발효홍삼의 진한 이미지를 대변할 수 있는 핑크브라운 컬러를 사용하여 두 가지 컬러로 타겟의 이미지를 전달하였습니다. 제품의 주 성분인 홍삼과 회화나무 열매를 일러스트 펜화로 적용하여 제품의 속성을 간결하게 표현하였습니다. 상단부분에 꽃잎 패턴을 적용하여 전체적으로 여성을 아름답고 우아한 꽃에 비유하여 시각적인 이미지를 완성하였습니다.



The Power Of Fermented Red Ginseng

Fermented red ginseng products for the healthy beauty of menopausal women were targeted using two colors: pink, which symbolizes femininity, and pink brown, which expresses the dark image of fermented red ginseng. The properties of the product were concisely expressed by applying an illustration expressing red ginseng and sophora fruit, which are the main ingredients of the product. At the top, the petal pattern was applied as a whole to complete a visual image comparing the beauty of women to elegant flowers.

순아라 포켓(스프레이 살균소독제)

용진경 YONG JINKYUNG

패키지와 로고타입의 색상은 천연유래 성분인 제품의 자극적이지 않고 자연친화적인 순한 성질을 파스텔톤의 그라데이션으로 표현하였다. 보통 리트머스의 PH12~13범위의 강알카리의 색상은 푸른계열이 지배적이고 짙은 색에서 옅은색의 색상의 전환은 제품이 물에서 서서히 해리되는 상황을 표현한 것이다.



Soonara Pocket(Spray Sanitizer)

The color of the package and logotype expresses the gentle nature of the product, which is made of a natural ingredient, with a gradation of pastel tones. In general, the color of strong alkali in the pH 12–13 range of litmus is dominated by blue, and the changing dark color into light expresses the situation in which the product is gradually dissociated in the water.

냉동빵 패키지디자인

박나현 PARK NAHYEON

언택트 시대에 맞춘 간편하게 집에서 즐기는 냉동빵 패키지디자인.



frozen bread dough package

Easy bread to enjoy at home package design.

추천 디자이너

하이트

송동원 SONG DONGWON

'Hite'는 국내 최초의 맥주 회사라는 역사성과 전통성을 강조하기 위해 블랙레터 서체를 사용하여 2014년 리뉴얼 하였다. 한글을 활용한 브랜드디자인의 다양한 가능성을 찾고자 영어 필사체의 블랙레터 서체 아이덴티티를 모티브로 한글 브랜드를 개발해 보았다.



hite

'Hite' was renewed in 2014 using a black letter typeface to emphasize the history and tradition of being the first beer company in Korea. In order to find the various possibilities of brand design using Korean, we developed a Korean brand with the motif of the black letter typeface identity of English handwriting.

누비전

김근수 KIM KEUNSU

특색없고 상징성 떨어지는 지역상품권인 누비전 지류화폐 리디자인을 진행하였다. 전국 최초로 지역화폐에 지역 독립운동가를 새김으로서 3.1운동이 활발하게 일어난 창원지역의 역사와 갖은 고초와 순고한 희생을 겪으신 독립운동가 분들의 애국혼을 담았다. 누비전을 통해 지역소상공인의 매출증대와 지역소비를 통한 지역경제 활성화를 기대함과 동시에 창원시민들에게 창원지역 독립운동가를 널리 알릴 수 있는 홍보매체가 되도록 하였다.



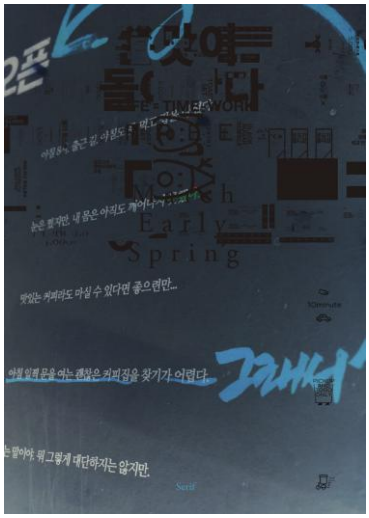
Nuvision

We redesigned a local gift certificate called 'nuvision' paper currency. Since the existing design lacked the symbolism and characteristics of the region, the new design featured local independence activists, shedding light on the history of Changwon, where the 3.1 Independence Movement took place, and capturing the patriotism of independence activists who suffered noble sacrifices. We expect to boost the local economy by increasing sales and consumption of small business owners through the "nuvision" local currency, and hope to become a public relations medium to promote independence activists in Changwon.

세리프 미디어월 – 브랜딩

조필호 CHO PILLHO

세리프 미디어월에 적용되었던 이미지들을 이용한 포스터 작업이며, 동시에 세리프의 브랜딩 히스토리 작업이다. 가장 기억에 남는 "쓴맛이 돌아왔다", "멍멍멍", "March Early Spring" 등의 헤드카피를 오히려 바디카피 보다 작게 배치하여 여러 이벤트를 함께 보여주고자 하였다.



Serif media wall – Branding

It is a poster work using images applied to the Serif media wall, and at the same time a Serif branding history work. The most memorable head copies such as "The bitter taste is back", "March Early Spring" were placed smaller than the body copies to show various events together.

대한민국 육군 제5병사단 이미지 재정립 브랜드 개발

현은령 HYUN EUNRYUNG

대한민국 육군 제5병사단은 일명 '열쇠부대'라는 별칭을 사용하고 있는 부대로서, 1948년에 창설된 매우 전통이 있는 사단이다. 현재 사용되고 있는 사단 마크 '총구' 이미지는 차용한 것으로 1948년대에 제작되어 현재까지 큰 변화 없이 유지되고 있다. 하지만 기존 마크는 본래의 의미와는 다르게 '휠체어', '사과' 등의 이미지로 인식되어 그에 따른 별명이 혼재되어 있는 상황이다. 본 디자인은 전통성, 상징성, 지각성의 측면에서 대한민국 육군 제5병사단의 기존 마크를 보완함으로서, 내외적으로 왜곡된 이미지 정화작업에 기여하기 위해 제작되었다.



The development of the 5th Infantry Division of the Republic of Korea Army's military brand

The 5th Infantry Division of the Republic of Korea is a division of the Korean Army, which is known as the Key Unit, and is a very traditional division founded in 1948. The current image of the division's mark "gun" was borrowed and produced in the 1948s and has remained unchanged to date. However, unlike its original meaning, the existing mark is recognized as an image such as "wheelchair" and "apple," and its nickname is mixed accordingly. This design is designed to contribute to image purification work that is distorted internally and externally, complementing the existing mark of the 5th Infantry Division of the Republic of Korea in terms of traditionality, symbolism and perception.

추천 디자이너

강원VR·AR제작거점센터 CI

정한샘 JEOUNG HANSAEM

강원VR·AR제작거점센터 CI 디자인으로 영문이니셜 GVAR을 모티브로 VR·AR과 미래지향적인 3D스크린이미지로 형상화하여 강원VR·AR제작거점센터만의 유니크함과 모던함을 살려 함축적으로 표현.



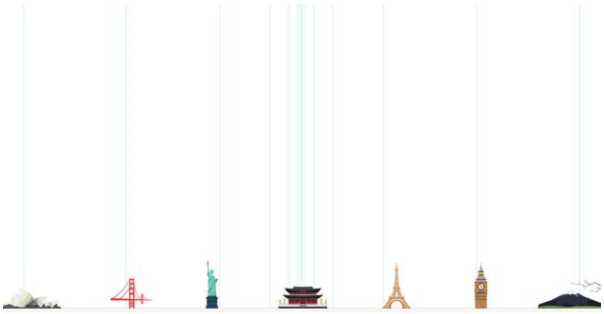
GangwonVR·AR Prodution Center CI

With the design of the Gangwon VR and AR Production Center CI, the English-language Initial GVAR is modeled on VR and AR as future-oriented 3D screen images, which implicitly expresses the unique and modernity of the Gangwon VR and AR Production Center.

팬데믹 이후

손성은 SOHN SUNGEUN

각 국가의 랜드마크로 국가를 표현하고 팬데믹으로 인해 멀어진 거리감을 표현한 시사 일러스트 컨텐츠입니다. 가로 선은 공간적 거리감으로 표현되었고, 세로 선은 시간적 거리감으로 표현되었습니다.



After Pandemic

It is a current affairs illustration content that expresses the country with landmarks of each country and the distance that has been distant due to the pandemic. Horizontal lines are expressed as spatial distancing, and vertical lines are expressed as temporal distancing.

타겟

장재욱 CHANG JAEWUK

본 작품은 디지털 페인팅 기법을 활용하여 제작한 포스터 일러스트레이션으로서, 개인이 다양한 사회적 상황에서 직면하는 극복할 수 없는 불합리함을 타겟이라는 주제로 표현하였다.



Target

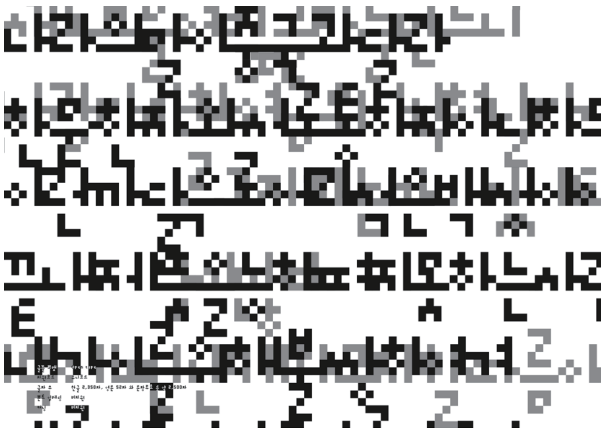
This work is a poster illustration produced using digital painting techniques, and it expresses the insurmountable irrationality that individuals face in various social situations under the theme of target.

추천 디자이너

한글서체 아트워크

오성수 OH SUNGSU

한글의 시대성을 표현한 아트워크 입니다. 훈민정음 언해본을 현대어로 바꾸어 현대의 디스플레이를 통한 한글표현의 최소단위인 픽셀의 형태로 표현 되었습니다.



Korean typeface artwork

It is an artwork that expresses the character of the times of Hangeul. Hunminjeongeum Eonhaeon has been changed to modern language. And expressed in the smallest unit pixel of the display.

무지와 콘

임효영 LEEM HYOYEONG

우리는 무엇으로 삶을 지탱하고 있는 것일까? 추억의 순간과 남겨짐에 관한 이야기.



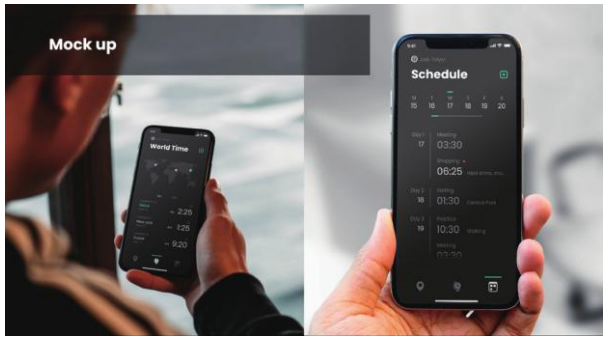
Muzi & Con

What are we supporting our life with? This is a story about moments of memory and being left behind.

로케이터 여행 도우미

나재휘 NA JAEHWI

여행이나 출장에는 많은 사전 정보와 일정 관리가 필요합니다. 또한 다양한 국가와 지역에 따라 다양한 단위가 여행과 업무에 어려움을 겪게 하고 있으며, 이러한 문제를 해결하기 위한 서비스도 여러 애플리케이션에서 각기 따로 제공되고 있습니다. 이 앱을 통해 여행 및 사업 분야 정보를 통합적으로 검색할 수 있으며, 국가별, 지역별 연속적인 여행을 시간순으로 정리하여 편리하게 관리할 수 있습니다. 또한 다양한 지역의 여행 및 출장 데이터를 기록하고 다시 볼 수 있는 기능을 제공하여 개인 활동 기록 매체로도 사용할 수 있습니다.



Locator Trip Assistant

Travel or business trips require a lot of advance information and schedule management. In addition, the units that vary according to various countries and regions are one of the difficulties in travel and work, and the services to solve these problems are also provided by several different applications. Through this app, you can search for information on travel and business areas in an integrated way, and it allows you to conveniently manage continuous travel in countries and regions by arranging them in chronological order. In addition, by providing a function to record and re-view data on travel and business trips in various regions, it can also serve as a personal activity recording media.

미디어 글라스 캐노피

김정훈 KIM JUNGHOON

캐노피의 지붕 부분을 미디어 글라스로 이용하여 날씨 등, 각종 기본정보를 제공하는 공공시설물입니다.



Media Glass Canopy

This is a public facility that provides basic information such as weather by using the roof of the canopy as a media glass.

Moments of Silence

원하연 WON HAYOUN

전세계의 51만 명이 넘게 사망한 현재, 글로벌 팬데믹 코로나로 인해서 세계의 사람들은 추모의 행사없이 장례와 최소한의 인간적인 예우없이 죽음을 맞이한다. 코로나의 대유행으로 한사람 한사람의 죽음에 대한 관습도 절차도 모두 생략된다. Moments of Silence의 디지털 프로젝션은 중국, 미국, 러시아, 영국, 이탈리아, 스페인, 독일, 터키, 프랑스, 일본, 및 서울 등의 도시를 상징하는 우주에서 지구를 바라보는 흑백의 화면으로 시작된다. 색상이 없고 거의 생물학적인 상태를 보여주는 이 맵은 하늘에서 코로나의 바이러스로 손상된 세계의 이미지를 어둡게 상징한다. 이 가혹한 풍경은 점차 추상의 광장과 꽃으로 바뀌어 전 세계의 모든 도시와 마을에서 희생된 가족이나 이웃의 희생자를 기억하고 생각할 수 있는 공간으로 변모한다. Gallery associate Euan Rugg은 아래와 같이 이야기한다. "형태적으로 바라본 본 작업은, 각각의 유닛은 개인의 삶을 의미하고 그 프레임으로 넘어서 확장되는 추상적이고 무한한 평면이 존재한다."



Moments of Silence

With more than 510,000 people around the world dead, people around the world die without minimal courtesy or memorial funerals for the deceased due to the global pandemic corona. Due to the influence of COVID-19, both customs and procedures for death are omitted. Moments of Silence's digital project begins with a black-and-white screen looking at the Earth from space symbolizing cities such as China, the United States, Russia, Britain, Italy, Spain, Germany, Turkey, France, Japan, and Seoul. This map, which shows a colorless and almost biological state, darkens the image of a world damaged by the coronavirus in the sky. This harsh landscape gradually turns into abstract squares and flowers, transforming into a space where you can remember and think of victims of families and neighbors who have been sacrificed in all cities and villages around the world. Gallery associate Euan Rugg talks as follows, "Each unit of a work viewed in form means an individual's life, and exists in an abstract and infinite plane that extends beyond the frame."

Glory

박문희 PARK MOONHEE

현대사회는 융합이 요구되어지며 따라서 위빙과 니팅의 기법을 혼합하였다. 기법의 사용은 직조의 플레인 조직에서 동선을 사용하였고 니트에서는 다양한 조직을 활용해 자유로운 선을 표현하였다. 디자인 과정에서 다양한 색상과 광택있는 재료를 활용하여 빛나는 아름다운 목장식을 만들려고 노력했다.



Glory

Modern society is shown the mixed phenomena of crossing temporally and spatially between different technique weaving and Knitting. Using the technique, diversely elements are mixed with exceeding the traditional plain weaving, thereby being created new design. Knitwear is getting larger in its diversification and high quality in stitch. In design process, made the effort the ornament for blight beauty using various color and shinny materials.

변주

안소윤 AN SOYUN

다양한 패션 악세서리와 텍스타일 직물로 표현 가능한 우븐 패브릭입니다. 블랙과 화이트라는 색상의 대비를 통해 직물의 패턴이 선명하게 표현되어지고 다양한 선율과 리듬감을 느끼게 해 독창적이면서 현대적인 느낌을 주는 텍스타일 직물을 만들고자 합니다.



Variation

It is a Woven fabric that can be expressed with various fashion accessories and textured fabrics. The contrast of black and white expresses the fabric pattern clearly. We are going to create a textual fabric that gives a unique and modern feel by making you feel various melodies and rhythms.

추천 디자이너

SH_Bloom-210630

김소현 KIM SOHYUN



SH_Bloom-210630

글리치 펠트 퍼즐과 가방

이준승 LEE JOONSUNG

디지털 세상의 생활개념은 개인에 따라 빠르게 변화하며 독특한 사고방식을 창조해 낸다. 사람들은 일반적인 용도에서 또 다른 재미를 추구하고 그것은 새로운 용도의 변용을 낳는다. 이 제품은 디지털오류로 생성되는 글리치 그래픽을 활용하여 제작한 펠트 퍼즐 세트와 펠트가방이다. 펠트 소재로 만들어진 가방은 매우 가볍기 때문에 새롭게 발견하는 재미를 넣고 다닐 수 있다.



Glitch Felt Puzzle & Bag

The concept of life in the digital world changes rapidly depending on the individual and creates a unique way of thinking. People seek another fun out of their normal use, which results in a new use of transformation. This product is a felt puzzle set and felt bag made using glitch graphics generated by digital errors. The felt bag is very light, so you can carry the fun of discovering new things.

레오파드 리본 백

김주희 KIM JOOHEE

송치 가죽에 레오파트 모티프로 프린트한 미니 백. 끈 조절을 통해 숄더, 크로스 등의 연출이 가능. 끈을 통해 리본의 형태를 자유롭게 조절할 수 있으며, 끈을 분리하면 파우치, 클러치로 사용 가능.



LEOPARD RIBBON BAG

A mini bag printed with leopard motifs on calf leather. You can adjust the strap and use it as a shoulder or cross. You can freely adjust the shape of the ribbon through the strap, and if you separate the strap, it can also be used as a pouch or a clutch.

산들바람

조예령 CHO YERYUNG

친환경 타이벡 소재 위에 안료를 사용하여 드로잉한 후 열처리하여 독특한 텍스처를 만들어 내었다. 가볍고 내구성이 강하며 예술성을 더해 어디서나 편안하게 들고 다닐 수 있는 가방을 제작하였다.



A light wind

A unique texture was implemented by drawing using a pigment on an eco-friendly Tyvek material and then heat-treating it. It is a light, durable, and artistic bag that is good to carry anywhere comfortably.

식물원

왕경희 WANG KYUNGHEE

식물원은 식물의 연구 및 식물에 관한 지식을 보급하기 위해, 온갖 종류의 식물을 모아 기르면서 사람들이 관찰할 수 있게 꾸며 놓은 곳을 말한다. 식물원이 처음 등장한 것은 16세기 중엽 이탈리아로 1545년 파도바에서 식물원(植物園: Orto Botanico)이 설립된 것을 기원으로 한다. 식물원은 관람자가 식물을 보고, 지식을 얻는 것 뿐만 아니라 쾌적한 환경을 통해 사색과 산책을 할 수 있는 여건과 여유를 준다. 이렇게 식물원에서 볼 수 있는 아름다운 꽃과 나무, 나비와 새 등의 이미지를 활용하여 우리 생활에 쉼, 휴식과 같은 편안함을 주고자 디자인하였다. 소재는 실크를 이용하였으며 제작방법은 친환경적인 디지털텍스타일프린팅(DTP: Digital Textile Printing) 기법을 사용하였다.



botanical garden

The Botanical Garden is a place where people can observe and gather all kinds of plants to spread the knowledge of plant research and plants. The first appearance of the botanical garden was in Italy in the mid-16th century, with the origin of the establishment of the botanical garden in Padoba in 1545. Botanical gardens provide the conditions and leisure for visitors to see plants, gain knowledge, and take a thought and walk through a pleasant environment In this way, we designed to give comfort such as rest and rest to our lives by utilizing beautiful flowers, trees, butterflies and birds that can be seen in botanical gardens. The material was made of silk and the method of making it was made by using the digital textile printing technique which is eco-friendly.

플라워 드림

정보리 JEONG BORI

내면의 강한 열정과 의지를 꽃의 화려함과 비비드한 컬러로 표현하였다.



Flower Dream

The inner passion and will are expressed in the flower's splendor and vivid color.

Inner Space Brooch

이형규 LEE HYUNGKYU

2개의 직사각형 은판과 5개의 은판을 말아서 은 튜브를 만들고 두 판 사이에 은 튜브가 위 아래로 만난다. 평면재료들이 입체로 바꾸어진다. 판과 판 사이에 공간이 만들어지고 그 사이 원 튜브 속에 또 다른 공간이 만들어진다. 판과 판사이 공간은 내면의 가치를 더 존중하여 18K 골드로 도금하였다. 완성된 브로치는 작품을 이해하는 누군가의 가슴에 놓여진다.



Inner Space Brooch

Two rectangular silver plates and five silver plates are rolled to form a silver tube, and the plate and the silver tube meet up and down. The planar material is converted into a three-dimensional material. A space is created between the plate and the plate, and another space is created in the circular tube in the meantime. The space between the plate and the plate was plated with 18K gold because of its inner value. The completed brooch is placed in the heart of someone who loves the concept of the work.

상모

박양화 PARK YANGHWA

풍물놀이의 율동성과 흥겨움으로 운동감과 재미를 주었으며 회전형 몸체는 좋은 기운을 방사하여 널리 퍼지라는 의미이고 태극의 붉은색과 파란색을 칠보로 장식하여 한국적인 아름다움을 표현한 작품.



Sangmo

The voluptuousness and excitement of Pungmul Nori gave a sense of movement and fun. The rotating body radiates good energy and spreads widely. The red and blue colors of the taegeuk are decorated with chalk to express Korean beauty.

추천 디자이너

방역복 및 보호구착용을 위한 서비스 설계 가이드

최승연 CHOI SEUNGYEON

팬데믹 대응을 위한 공간 살균 시 작업자의 안전 및 제품의 올바른 사용을 위해 방역복 및 보호구 착용을 위한 서비스 설계 가이드.



Service design guide for wearing protective clothing and protective gear

Service design guide for wearing protective clothing and protective gear for worker safety and correct use of products during space sterilization to respond to a pandemic.

뷰티 애플리케이션 가상 메이크업 사용자 경험 연구

우지혜 WOO JIHYE

이 프로젝트는 뷰티 애플리케이션에서 가상 메이크업 서비스에 대한 사용자 경험 분석을 위해 주 소비자층인 20-30대 여성의 경험 선호 요인을 측정하고 사용성과 사용자의 니즈를 분석한 사용자 경험 디자인 연구입니다.



BEAUTY APP VIRTUAL MAKEUP UX DESIGN

This project is a user experience design study that measures experience preference factors for women in their 20s and 30s, the main consumer base, and analyzes usability and user needs for user experience analysis in beauty applications.

씨앗 – 봄

신정혜 SHIN JUNGHEI

코로나 시대를 살아가는 현재. 사람들이 겪는 고통과 미래에 대한 희망을 표현하고자 하였다. 인간의 본능을 추상적인 형태로 그리고 다양한 감정을 나타내기 위해 볼륨과 색감을 더했다.



seed – spring

The present living in the COVID-19 era. I tried to express the pain people suffer and hope for the future. In order to express human instinct in abstract form and express various emotions, volume and color were added.

타원 쟁반

곽우섭 KWAK WOOSEUP

느티나무를 사용하여 타원형의 날렵한 형태로 3단 타원 쟁반을 디자인 하였으며, CNC M/C를 이용하여 작업하고, 다리는 육각기둥 형태로 흑단을 사용하여 받쳤으며 두텁고 둥실하게 다루어 세련미가 덜한 듯 하면서도 정감이 베어나게 디자인 함.



ellipse tray

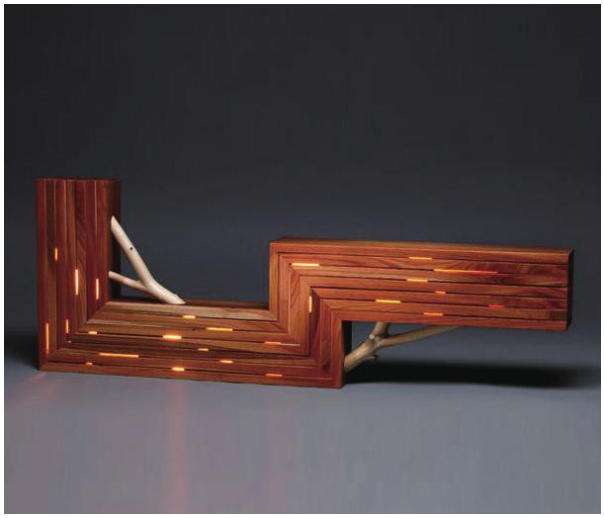
CNC M/C which is up-to-date digital technology. It aims to make possibility of mass production and discrimination on design for wooden crafts which is based on highly skilled technical manpower and creativities, and expects to develop and merchandise global wooden cultural products.

추천 디자이너

동양의 빛-2021

정건용 JEOUNG GENYOUNG

잔잔한 빛의 연출과 함께 이어짐의 조형적인 이미지를 강조하였다.



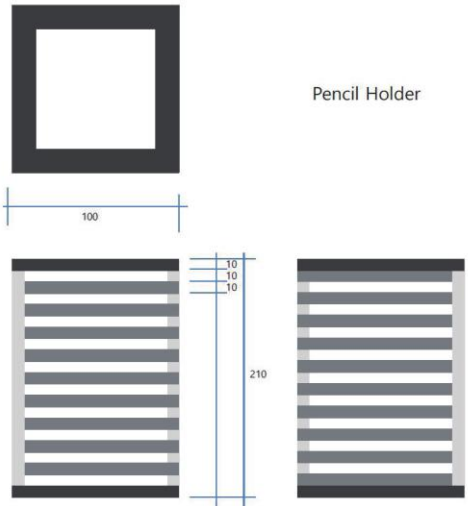
Oriental Light-2021

The formative image of connection is emphasized along with the production of calm light.

연필꽂이

김상열 KIM SANGYEOL

사무공간에서 활용하는 다용도 사무용품 용기.



Pencil Holder

Container for multi-purpose office supplies used in office space.

connection

송현주 SONG HYUNJOO

철보다 강하고 알루미늄보다 가벼운 탄소섬유를 이용하여, 사람들이 서로의 생각과 감정을 잘 이해하고 소통하여 밀접하게 연결되는 것을 반지에 표현하였다.



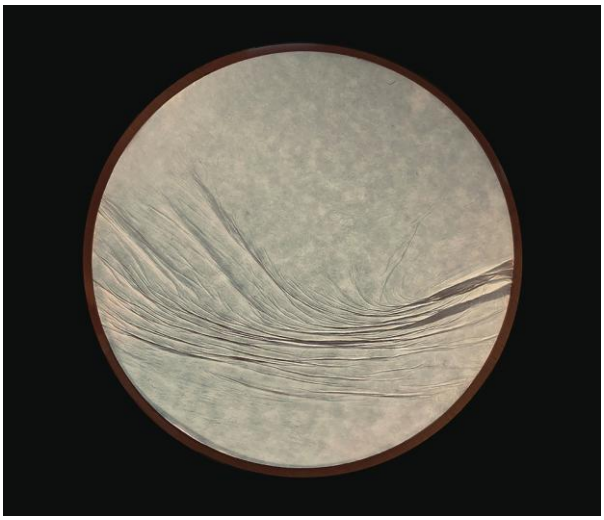
connection

The close connection through mutual understanding of thought and feeling and deep communication among people is refleted in the ring by cabon fiber which is stronger than steel and lighter than aluminum.

결

천영록 CHEON YOUNGROK

우리네 삶 자체가 문화이듯 가장 한국적인 것 가장 토속적인 재료야 말로 자연을 변화시켜온 물질적 정신적 과정의 산물이라 생각한다. 그것이 바로 우리 고유의 종이인 한지가 아닐까? 질기면서도 부드럽고, 투박하면서도 우아하며 그 질감에서 느껴지는 정겨움은 우리를 닮았다.



TEXTURE

Our own life is culture as it is, I think that the most korean thing is a product from processing history and changing era. That is our traditional paper 'Hanji'. Strong and soft, rough and elegant are very similar to us.

AWARD







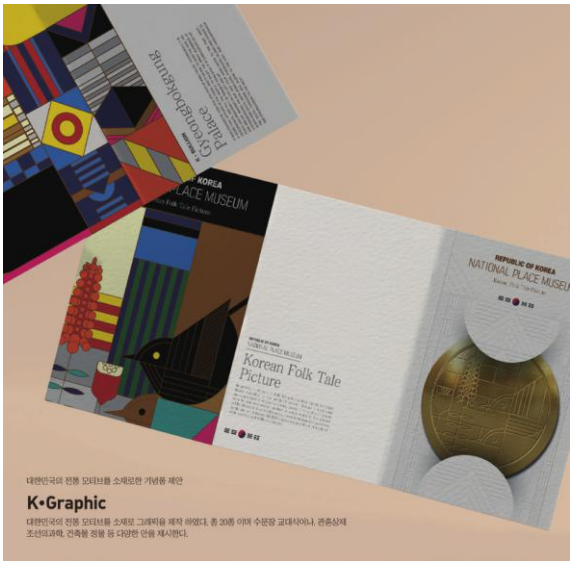
수상작

대상 Grand Prize	대통령상	142
금상 Gold Prize	국무총리상	144
은상 Silver Prize	산업통상자원부장관상	148
	중소벤처기업부장관상	164
	국방부장관상	178
동상 Bronze Prize	특허청장상	180
	대한상공회의소회장상	185
	한국디자인진흥원장상	192
	한국디자인단체총연합회장상	196



INNERS

국립고궁박물관을 소재로한 그래픽 및 불리온 디자인



민슬기 MIN SEULGI

Graphic and BULLION design based on the National Palace Museum

서울의 랜드마크인 경복궁과 그 안의 국립고궁박물관은 많은 국내외 관광객이 찾는 유명한 관광지다. 경복궁 자체가 한국의 큰 상징이고 박물관 내 많은 유물들 또한 한국을 대표하는 상징들로 가득 차 있다. 이를 모티브로 다양한 그래픽 안을 제작하였다. 그래픽 소재는 경복궁의 수문장과 같은 문화적 행동양식을 기반으로 이와 연결된 문화적 유물, 화첩이나 경복궁 자체의 양식 등 총 20가지를 선정하여 제작하였다. 또한 기념품으로 흔히 볼 수 없는 불리온을 제작하여 국립고궁박물관만의 특색있고 가치있는 기념품을 제안하고자 하였다. 불리온은 해외 각국에서 수집의 목적으로 제작되고 있으며 온라인으로도 판매가 활발하다. 다양한 불리온 제작을 통해 대한민국을 홍보할 수 있는 특별한 소재로 적극 활용할 때이다.

Gyeongbokgung Palace, a landmark in Seoul, and the National Palace Museum in it are famous tourist attractions visited by many domestic and foreign tourists. Gyeongbokgung Palace itself is a big symbol of Korea, and many artifacts in the museum are also filled with symbols representing Korea. This motif was used to create various graphic designs. A total of 20 graphic materials were selected and produced based on cultural behaviors such as the gatekeeping of Gyeongbokgung Palace, including cultural relics connected to them, and the style of the album or Gyeongbokgung Palace itself.


BULLION REPUBLIC OF KOREA
NATIONAL PLACE MUSEUM
국립고궁박물관을 소재로한
그래픽 및 불리온 디자인
aphic and Bullion design based on the National Palace Museum
REPUBLIC OF KOREA
NATIONAL PLACE MUSEUM
Gyeongbokgung Palace Guard
REPUBLIC OF KOREA
NATIONAL PLACE MUSEUM
Gyeongbokgung Palace Guard
REPUBLIC OF KOREA
NATIONAL PLACE MUSEUM
Korean Folk Tale

새벽배송 택배기사를 위한 서비스 디자인



김아정 KIM AJUNG

SERVICE DESIGN for Dawn-delivery

새벽배송의 1인당 배송 물량은 해마다 증가하고 있으며, 택배기사들은 하루 평균 130~150가구를 배송하며, 한 가구 당 약 2분 안에 배송을 완료해야 합니다. 택배기사는 배송과정에서 과도한 육체적, 정신적 피로를 느끼며, 어둠 속을 급히 뛰어다니다 넘어지는 밤길사고도 허다합니다. 따라서 '새벽배송'의 어두운 환경에 최적화된 UX에 집중하여, 두 손이 자유롭지 못한 배송 중, 어둠 속에서도 빠르게 의미를 전달하는 것을 목표로 진행했습니다. 직관적인 신호등 색깔을 UI 전반에 차용하여, 배송의 난이도나 팀원이 주고받는 응답의 긴박함 등을 전달했습니다. 또한 어둠 속에서 잘 보이지 않던 기존 송장을 야광지에 인쇄하여 송장 내용을 신속하게 확인할 수 있게 개선했습니다.

Dawn delivery couriers deliver an average of 130 to 150 households a day, and each must complete the delivery in about two minutes. The courier feels excessive physical and mental fatigue during the delivery process. Also, Falling down in the dark is also frequent. In order to solve the inefficiency and safety problems of Dawn-delivery, I focused on UX optimized for the dark environment of Dawn-delivery. And I aimed to convey the meaning quickly in the dark during delivery when both hands were not free. Intuitive traffic light colors were borrowed throughout the service, visualizing the weight of the box or conveying the urgency of the team member's responses.


P1
공릉동 진로마트
B 12
로켓배송!

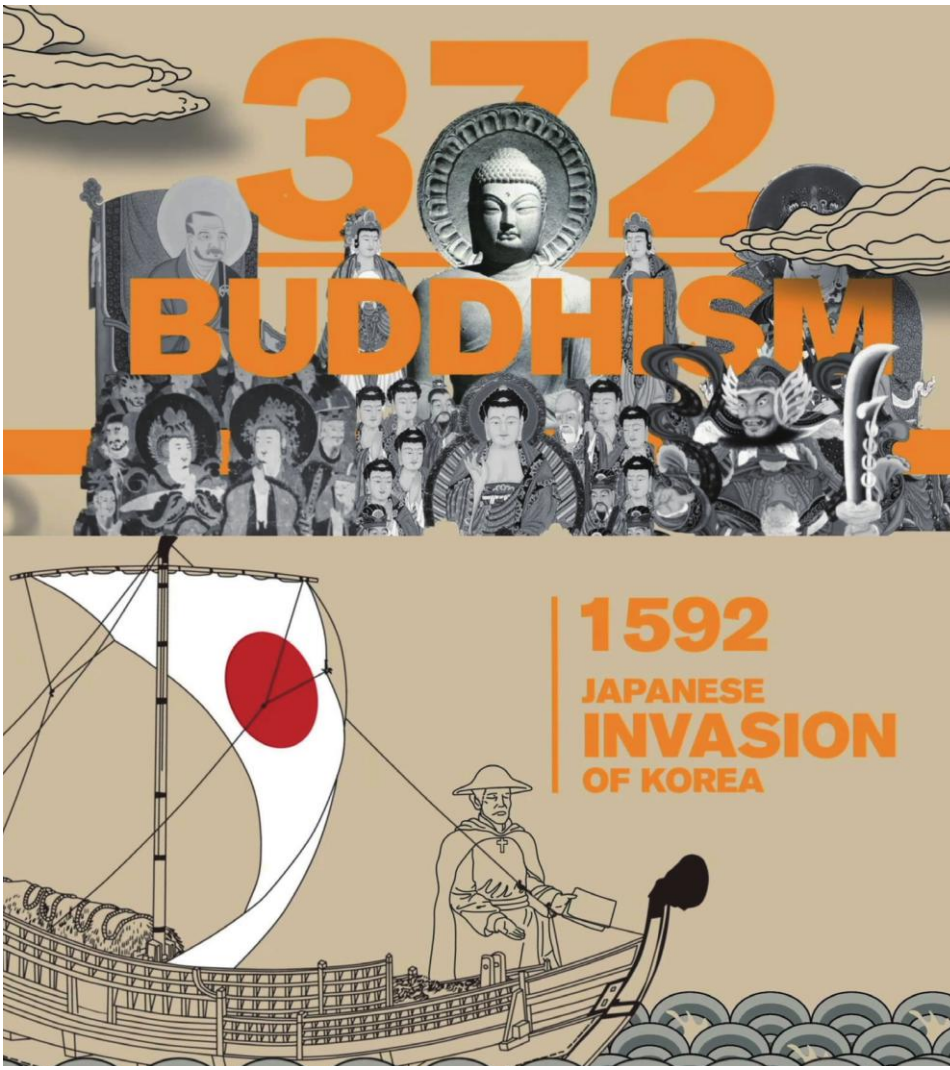
한국의 종교들

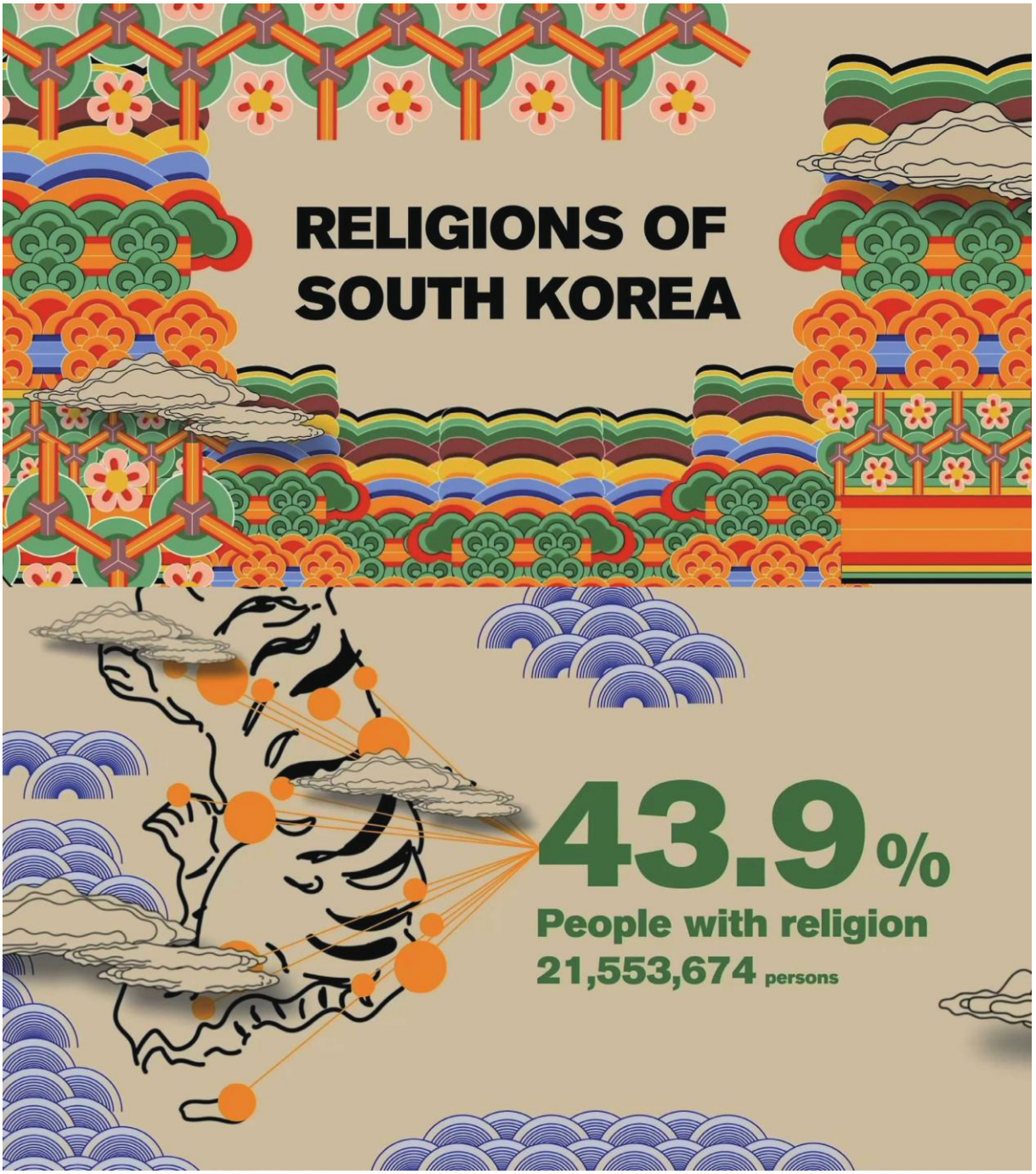
황지민 HWANG JIMIN

문화체육관광부의 「2018년 한국의 종교현황, 2019.01.14」를 바탕으로 외국인들에게 한국의 종교를 소개하는 모션그래픽을 만들었다. 3대 종교인 불교, 천주교, 개신교를 중심으로 각 종교의 전래 방식과 현재 모습을 소개했다. 여기서 주로 다룰 3대 종교는 다른 나라에서도 마찬가지로 주요한 종교이기 때문에, 한국에서만의 특이성을 부각시켰다. 그래서 한국의 전통적인 이미지와 실제 종교화를 이용해 작업했다. 또한 너무 고루해지지 않도록 산세리프 타입페이스를 사용해 현대적인 뉘앙스를 더했다.

Religions of South Korea

Based on the Ministry of Culture, Sports and Tourism's "2018 Korea's Religious Status, 2019.01.14", I produced motion graphics to introduce Korean religions to foreigners. It explained the background, tales, and present appearance of each religion in Korea. And to highlight the uniqueness of Korea, I worked using traditional Korean images and actual religious paintings. In addition, the San-serif typeface was used to add modern nuance.




RELIGIONS OF
SOUTH KOREA
43.9%
People with religion
21,553,674 persons

캠핑용 이동식 인덕션

이명훈 LEE MYEONGHOON
박민혜 PARK MINHYE
전성원 JUN SUNGWON
최헌정 CHOI HUNJUNG

코로나19 확산으로 야외에서 즐기는 캠핑이 인기를 얻고 있다. 캠핑장을 찾는 사람이 많아지면서 캠핑장에서 사용되는 가스버너나 숯불 화구로 인한 화재와 연료가 연소되면서 생기는 유해 가스 때문에 질식 사고가 증가하고 있는 상황이다. 캠핑장에서 안전하게 음식을 조리하고 이동과 보관이 용이한 이동식 인덕션 화구를 제안하였다. 풀더 손잡이가 적용된 캐리어 형태로 이동이 편리하며 배터리가 내장되어 있어 어디서든 사용이 가능한 구조이다. 하단에는 냉장고를 적용하여 온도가 높은 야외에서도 식자재를 신선하게 보관할 수 있도록 하였으며 슬라이드 형태로 확장되는 화구를 적용하여 조리 시간을 효율적으로 활용할 수 있도록 하였다.

Camping Induction

Camping is gaining popularity due to the spread of covid-19. Fire and gas suffocation problems are increasing as more people visit camping sites. We are proposed a portable camping induction range to cook food safely at a camping site. The camping induction is convenient to carry in the form of a carrier with pull the handle. It is able to use anywhere because it has a built-in battery. The refrigerator is applied to keep the ingredients fresh. Two inductions were applied to efficiently use the cooking time.






PORTABLE
INDUCTION
WINIA
PORTABLE
INDUCTION
WINIA

이동형 판매대

최연승 CHOI YEONSEUNG

팝업스토어를 위한 이동형 판매대입니다. 기존 팝업스토어가 사용하는 판매대는 부피가 커 이동과 보관이 어렵다는 것에서 착안하였습니다. 이동 시에는 메인 바디에 부품을 실어 나릅니다. 필요에 따라 선반이나 행거를 원하는 칸에 설치할 수 있으며 전체 크기를 확장하거나 축소하는 것이 가능합니다. 바퀴는 이동이라는 기능적 측면 외에 팝업스토어의 정체성을 흥미 있게 연출하여 고객의 흥미를 높여줄 수 있습니다. 부피를 최소한으로 줄일 수 있으므로 보관에 대한 부담이 적고 일회성으로 사용되어 폐기되는 것이 아니라 지속 사용 가능하여 경제적이며 설치/철거 시 발생하는 쓰레기를 최소화할 수 있어 장기적으로 환경에 도움을 줄 수 있습니다.







Mobile Vendor

Conventional pop-up store commonly used have difficulty moving from places to places and the sheer volume makes it hard to store it. The idea arose from the problem. It carries the components tucked into the main body when going mobile. The shelves and hangers can be installed designated locations which can be modified as the user's need, and it is possible to expand and shrink the size as well. Being able to minimize the volume can be an advantage to an overwhelming size of conventional popup stores, and provides reusable, economical asset that can be installed/deinstalled without creating much waste in the process, and i believe this will be beneficial to the environment in a long run.

산업통상자원부장관상 | 은상 Silver Prize

쿨링 필터 시스템



변건우 BYUN GEONU

외부에서 활동하며 독성물질과 외부환경의 요인으로 인해 일어나는 사고 및 위험 요소를 방지하고자 한다. 활동하는 중 외부의 독성물질을 필터링 해주는 것과 마스크 쿨링 시스템으로 사용자의 체온을 조절 할 수 있도록 하였다. 많은 활동량을 고려하여 포지션을 목으로 하였으며 타인의 도움이 없이 혼자서도 착용할 수 있는 것에 중점을 두었으며 제습기와 냉풍기의 원리를 사용하여 필터링과 내부 온도 조절을 하도록 하였다. 사용하는 상황에 따라 필요한 부가 부착물을 부착하여 다양한 상황에서 사용 할 수 있다.



CAF

It aims to prevent accidents and risks caused by toxic substances and factors in the external environment. Filter external toxic substances during activities and control the user's body temperature with a mask cooling system. In consideration of the large amount of activity, the goal was to focus on being able to wear it alone without the help of others, and filtering and internal temperature control were made using the principles of dehumidifiers and cold air fans. Additional attachments necessary according to the situation of use may be attached and used in various situations.

보안테이블

양준모 YANG JOONMO

많은 사람들이 다양한 이유로 카페를 방문합니다. 하지만 화장실, 전화 통화 등 다양한 이유로 자리를 비우게 되면 값비싼 소지품의 도난을 우려하게 됩니다. 이러한 문제를 해결할 수 있는 디자인을 제시해 봅니다. 테이블 상판의 일부분은 손잡이의 역할을 할 수 있도록 표면처리하였고, 베어링의 레일 구조와 상판의 잠금장치로 인해 가방 및 소지품을 안전하게 보관할 수 있도록 하였습니다. 잠금장치는 QR코드를 활용하여 사용자가 손쉽게 잠금장치를 사용할 수 있도록 해 편리함을 높이도록 디자인하였습니다.

Security Table

A lot of people visit coffee shops for various reasons. Once seated, there are moments when you become concerened about your belongings from being stolen, such as emptying your seat for a phone call or using restroom. To alleviate such concerns, I suggest a newly designed table. Top of the table was surface treated so it could act as a handle, while rail structure of bearing and the lock instituted at the top of the table ensures safety of your belongings. Moreover, the lock is managed using QR codes, allowing for fast and convinient usage.







대한민국 한글 홍보 캐릭터 디자인 프로젝트



주영윤 JOO YOUNGYOON

최근 K-POP, K-DRAMA 등 K-콘텐츠의 세계화로 '한글'의 관심도가 높아지면서 한글을 배우려는 외국인들이 늘어나고 있다. 이에 외국인과 외국인 관광객들에게 '한글'과 '한국의 문화'를 알리고자 한국 문화와 접목시킨 한글 홍보 캐릭터 'Hangeul Family'를 개발하였다. 'Hangeul Family'는 14개의 한글 자음과 한국 문화를 결합하여 외국인 및 관광객에게 한글의 생김새, 발음, 영문 표기법 등을 친근하게 알리고 쉽게 배울 수 있도록 하였으며 한글의 형태 및 특징, 그리고 한국 문화 이미지가 잘 인지되도록 디자인하였다.

Korea Hangeul Promotion Character Design Project

Recently, as the globalization of K-contents such as K-POP and K-DRAMA has been increasing interest in "Hangeul," a growing number of foreigners are trying to learn Hangeul. In order to promote "Hangeul" and "Korean culture" to foreigners, the Korean promotional character "Hangeul Family", the Korean promotional character was designed, which was combined with Korean culture. "Hangeul Family" combines 14 Korean consonants and Korean culture to inform foreigners of the appearance, pronunciation, and English notation in a friendly manner, and designed to help them recognize the shape, characteristics, and Korean culture image.


3 March
1 January

나전, 한글 타이포그래피 디자인 프로젝트 : 나전, 한글을 담아내다.



이예솔 LEE YESOL / 이동구 LEE DONGGU

나전칠기의 아름다움을 세계에 알리는 계기가 되고 현대적으로 재해석한 나전칠기로 인해 이제는 옛 것이라는 인식을 탈피하고자 한다. 세계인이 인정하는 우리의 우수한 한글을 오색찬란한 나전으로 담아내어 한글의 조형미를 오래 간직하도록 한다. 우리의 나전칠기와 한글의 아름다움을 현대적으로 재해석하고 실제 나전을 이용해 새로운 타이포그라피로 재탄생시켰다. 총 열두 달의 순우리말 이름을 재해석하여 새롭게 디자인하였고 실제 나전 기법인 '끊음질'을 이용해 타이포그라피를 완성시켰다. 또 '한글'이라는 글자를 재해석하여 새롭게 디자인하였고 이 또한 실제 나전 기법인 '끊음질'을 이용해 타이포그라피를 완성시켰다. 완성된 열두 달의 순우리말 타이포그라피는 마치 실제 나전칠기를 보는 것 같은 아름다움과 감동을 주기 위해 달력 안에 민화처럼 표현하였다. 또한 순우리말 월(月)의 이름과 숨은 뜻을 이해할 수 있다. '한글'이라는 글자로 표현된 나전 타이포그라피는 포스터 안에서 한글의 아름다움과 나전의 아름다움을 담아내는 기능을 하도록 디자인했고, 주시경 선생님께서 이름 붙이신 '한글'을 알리는 역할을 한다.

Mother-of-pearl, Korean typography design project

The 12-month-old pure Korean name was reinterpreted and redesigned, and typography was completed using the actual mother-of-pearl technique. In addition, the word "Hangeul" was reinterpreted and redesigned, and typography was completed using the mother-of-pearl technique "cut." The 12-month pure Korean typography is like a folk painting in a calendar to give the impression and beauty of mother-of-pearl lacquerware. You can also understand the name and hidden meaning of the moon in pure Korean. The mother-of-pearl typography, which is expressed in the letter "Hangul," is designed to convey the beauty of Hangul and the beauty of mother-of-pearl in posters, which Joo Si-kyung named.



산업통상자원부장관상 | 은상 Silver Prize

제주 자연을 그대로 담은 프리미엄 전통주 패키지



송세영 SONG SEYOUNG
조민지 CHO MINJI

제주 프리미엄 전통주 브랜드, 제주 명주를 디자인하였습니다. 제주 전통주를 정형화된 제주의 풍경으로 나타내는 것이 아니라 추상적으로 표현해 디자인하였습니다. 그래서 그래픽은 제주의 바다를 라인 일러스트로 추상적으로 표현하였고, 로고도 단순히 한자로만 표시한 것이 아니라 중간 획에 라인을 이용하여 그래픽과 통일감을 맞추려 하였습니다. 또한 프리미엄 전통주를 나타내기 위해 일러스트와 로고에 금박과 블랙의 색바레이션을 넣어 프리미엄의 느낌을 주었습니다. 이렇게 디자인한 것을 전통주 2종 세트와 전통주 개별 패키지, 그리고 제주 명주를 즐길 수 있는 병과 주전자 잔 패키지 등에 표현하였습니다.

Premium traditional liquor package that contains Jeju nature as it is

I designed Jeju Myeongju, a premium traditional liquor brand in Jeju. Jeju traditional liquor was designed in an abstract way, rather than representing the landscape of Jeju. Therefore, the graphic abstractly depicts the sea of Jeju with line illustrations. In addition, the logo was not only displayed in Chinese characters, but also tried to match the graphic and the sense of unity by using the line in the middle stroke. In order to represent premium traditional liquor, the company tried to give a premium impression by adding gold, white and black color variations to its illustrations and logos.



문경 지역 활성화를 위한 천연 약초 비누 브랜드 한올 패키지 디자인

홍영기 HONG YOUNGGI
오다빈 OH DABIN



최근 다양한 피부 고민을 가진 현대인들의 스트레스와 고민이 꾸준히 늘어나고 있다. 또한 코로나19의 확산으로 위생 개념이 더욱 철저해진 소비자들을 위해 비누와 같은 위생용품의 중요성을 알리고자 한다. 비누 자체뿐만 아니라 산이 많아 다양한 약초가 자라는 우리나라 문경 지역의 활성화를 위한 디자인을 입힌 패키지를 만들어 비누에 대한 관심을 끌고 소비를 불러일으키며 동시에 우리나라 지역 활성화라는 두 가지 목적을 달성하고자 한다. 브랜드에 더욱 일관성있는 아이덴티티를 만들기 위해 '우아할 한', '올발 올'이라는 한자를 합성하여 '우아하고 섬세하게 만든 한국의 천연 약초 비누'라는 뜻의 브랜드 네이밍을 만들었다.

Design of 'Hanol' package, a natural herbal soap brand, to revitalize Mungyeong area

Recently, the stress and worries of modern people with various skin concerns are steadily increasing. In addition, we would like to inform consumers of the importance of hygiene products such as soap for consumers whose concept of hygiene has become more thorough due to the spread of COVID-19. In addition to soap itself, it aims to achieve two goals of revitalizing Korea's Mungyeong region by creating a package designed to revitalize Korea's Mungyeong region, where various herbs grow due to its high acidity, attracting attention to soap and generating consumption. In order to create a more consistent identity for the brand, the Chinese characters "elegant" and "all feet" were combined to create a brand name meaning "elegant and delicate Korean natural herbal soap."


©HANALL

서울5궁에서의 기록



김수연 KIM SUYEON

Record of Seoul Five-Grand-Palaces

내국인 뿐만 아니라 외국인에게도 대한민국 관광지로 꼽히는 경복궁. 그러나 서울 5궁에 대한 인지도는 낮다. 게다가 단순 관람으로 끝나는 관광 형태가 늘 우리에게 아쉬움을 선사해왔다. 그래서 '경복궁 수정전(집현전) 앞에서 훈민정음 따라쓰기'와 같이 서울5궁에서 다양한 행사를 열어 사람들에게 재밌는 경험을 주는 동시에, 그 과정에서 수령한 기념품과 QR코드로 그들이 기록한 추억을 언제든지 되돌아 볼 수 있게 기획했다. 디자인의 요소인 점, 선, 면으로 서울5궁과 전통민화를 재해석한 병풍식 달력에 전통컬러인 오방색을 넣어 전통미를 한층 더 살렸다. 또한, 앞면에는 개인용 추억 QR코드로 접근성을 높이고 뒷면에는 설명 QR코드로 서울5궁의 역사를 심층적으로 볼 수 있도록 활용도를 높였다.

I prepared a project to inform the history of Five-Grand-Palaces of Seoul effectively and to help tourist receive souvenirs in a memorable way. I planned a calender, an everyday item, as a folding screen and added Korean traditional colors of spectrum(the five colors) to enhance the traditional beauty of Korea. Also, the nacre style, a Korean traditional furniture design, was added to the calandar by reinterpreting the Five-Grand-Palaces of Seoul and traditional folk paintings in the aspect of elements of design. QR codes are added to each illustration to allow tourist to look back on the very moment at any time via LAN, and to see the history of the Five-Grand-Palaces of Seoul in depth.


4월
3월
2월
1월
8월
7월
6월
5월
12월
11월
10월
9월

중소벤처기업부장관상 | 은상 Silver Prize

언덕위에서 낮잠







이민철 LEE MINCHUL
이성수 LEE SEONGSOO

기후변화와 환경오염에 대응하기 위한 친환경 건축은 다양하게 시도되고 있다. 흰 개미굴에서 영감을 받은 E-den은 인위적인 온도 조절 없이 자연스러운 공기의 순환을 통해 일정한 온도를 유지하도록 설계된다. 또한 내외부의 인공적인 마감을 지양하여 건축폐기물을 최소화한다. 건축물은 주위 환경 속에 녹아들어 건물 위를 언덕처럼 걸어 다닐 수 있으며 건물 전체는 마치 공원의 일부분처럼 이용 가능하다. 건축물은 Unit으로 서로 연결이 가능하며 다양한 형태로 구성이 가능하다. E-den은 스마트 팜과 지속 가능한 성장을 위한 R&D 연구 공간으로 활용되며 건축물의 중앙 공간은 강연과 전시공간으로 이용 가능하다. E-den은 지속가능한 발전을 위한 기능을 담당하고 친환경적으로 건축되었으며 자연의 일부가 되어 우리 곁에 다가온다.

E-den

E-den is designed by the inspiration of termite burrows to maintain a constant temperature through natural air circulation without artificial temperature control. It also avoids artificial finishes inside and outside to minimize construction waste. The building is completely adopted into the nature and environment so that people can walk on it like a hill, and the whole building can be used as if it were a park. E-den will be used as a smart farm and R&D research space for sustainable growth, and the central space of the building will be used as a lecture and exhibition space. E-den is built eco-friendly, seeks for sustainable development, and comes close to us as a part of nature.

중소벤처기업부장관상 | 은상 Silver Prize

뽑아 먹는 약 봉투, 풀필



장준영 JANG JUNYOUNG
장준석 JANG JUNSEOK

Pull Pill

Pull Pill은 우리가 약국에서 약을 지어먹을 때 처방받게 되는 알약 봉지와, 해당 봉지가 줄줄이 연결되어 있는 약봉지들을 담게 되는 약봉투의 디자인을 개선해서, 아침, 점심, 저녁의 시간들을 서로 혼용하지 않고 올바른 복약을 할 수 있게 도와줍니다. 약국에서 지은 약을 받아갈 때 사용되는 봉투에, 봉투를 벽에 걸게 해주는 손잡이를 만들고, 하단에 절개를 내어 그 틈으로 약을 한 포씩 뽑아 먹을 수 있게 합니다. 해당 디자인으로 인하여, 시간대에 알맞은 약을 먹기 위해 어지러운 약 봉투 속을 뒤지고, 힘겹게 알맞은 약을 찾아서 복약하는 사용자의 복약 환경과 사용 경험을 완전히 개선합니다.

Pull Pill improves the design of a pill bag that is prescribed when we make and take medicine at a pharmacy, and a medicine bag that contains a series of medicine bags, helping us take the right medicine without mixing breakfast, lunch, and dinner times. In an envelope used to receive medicine built at a pharmacy, a handle is made to hang the envelope on the wall, and an incision is made at the bottom so that you can take a bag of medicine through the gap. Due to the design, the user's medication environment and usage experience are completely improved by searching in a dizzy medicine bag to take the right medicine at the right time and finding and taking the right medicine.


Pill Pill
이름: 이순자
식전 30분 하나씩 물와 드세요
아침 - 식후 30분
MORNING

중소벤처기업부장관상 | 은상 Silver Prize

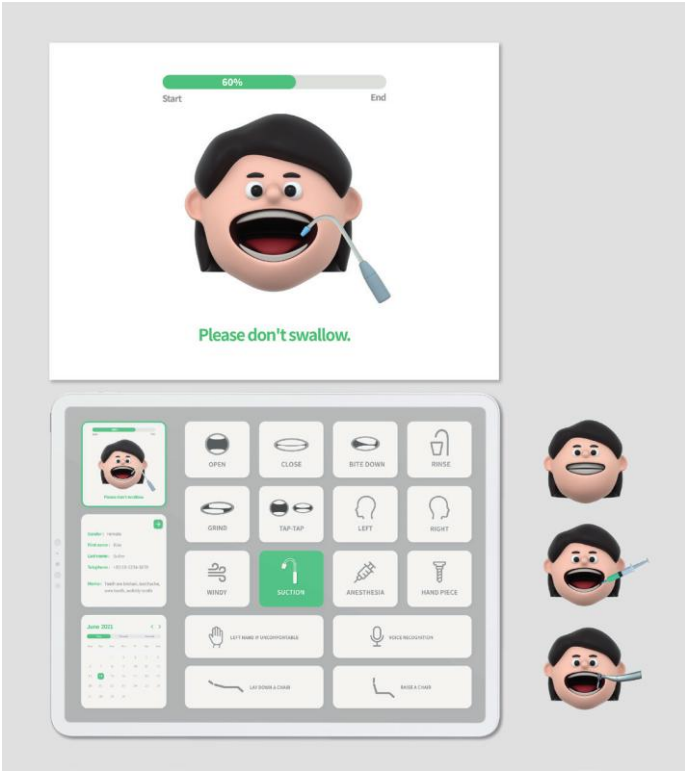
청각장애인을 위한 치과진료시스템

이유림 LEE YULIM
최수정 CHOI SUJUNG
김성민 KIM SEONGMIN
손영민 SON YEONGMIN
임혜정 LIM HYEJEONG

청각장애인은 대화를 통한 입 운동이 이루어지지 않아 구강 내에 타액과 음식 찌꺼기가 오래 남아 있을 수 있어 치석과 잇몸병에 취약하다. 하지만 전국 청각장애인이 치과 진료를 받는 비율은 20.4%에 불과하다. 청각장애인은 치과 진료 시 수화와 필담만을 통한 의사소통에 매우 불편함을 느끼고 있다. 또한, 환자를 보호하는 페이스커버는 그들의 유일한 의사소통수단인 눈을 가려 치과 진료에 어려움을 주고 있다. 의사가 진료 시 치과 진료시스템을 사용하여 청각장애인 환자에게 행동지시사항을 VR을 통해 시각적으로 전달해 원활한 의사소통이 가능하게 한다. 의사와 청각장애인의 원활한 의사소통으로 청각장애인은 두려움 없이 치과를 방문하여 진료받을 수 있다.

Dental treatment system

Only 20.4% of them are receiving dental treatment. These hearing-impaired people are certainly feeling uncomfortable with communicating only in writing and sign language during dental treatment. Also, the facial covering protecting the patient's face blinds their eyes, which are their only viable communication channel. This makes dental treatment difficult for them. By using the dental treatment system during treatment, the doctor can visually deliver instructions for the patient's actions through VR, enabling smooth communication. With the smoothly enabled communication between the hearing-impaired patient and the doctor, patients can visit the dental clinic without fear.




RINSE
RIGHT
HAND PIECE
BITE DOWN
LEFT
CLOSE
SUCTION

중소벤처기업부장관상 | 은상 Silver Prize

국악나래

한예진 HAN YEJIN
심수현 SIM SOOHYUN
전가영 JEON GAYOUNG
최정윤 CHOI JEONGYUN
이채원 LEE CHAEWON

'국악나래'는 우리의 전통문화인 국악기를 쉽고 재미있게 즐길 수 있도록 기획한 인터랙티브 작품입니다. 전통문화에 대한 낮은 관심도의 사회적 현황을 반영하여 현대적 기술을 응용해 전통문화 중 국악기를 주제로 한 인터랙티브 콘텐츠 '국악나래'를 제안하게 되었습니다.
'국악나래'에서는 3D 모델링과 일러스트와 같은 시청각 자료로 국악기를 경험하고 직접 소리를 조합해보며 감상이 가능합니다. 국악기의 정의와 분류 방법을 시작으로 각 악기의 소리를 들어보고 개요, 구조, 연주법 등을 알아갈 수 있습니다. 국악만들기에서는 여러 국악기들의 음원을 들어보고 선택하여 자신만의 국악을 만들어 볼 수 있습니다. 이 작품을 통해 전통문화를 들여다볼 기회를 제공하여 국악에 대한 접근성을 향상시켜 국악기와의 친밀도를 높이고자 합니다.

GugakNarae

'GugakNarae' is an interactive work designed to make it easy and fun to enjoy Korean traditional culture, Gugak. Reflecting the low social status of interest in traditional culture, we proposed the interactive content 'Gugak Narae' with the theme of Korean traditional music instruments among traditional cultures by applying modern technology. In 'GugakNarae' you can experience Korean traditional musical instruments with audio-visual materials such as 3D modeling and illustration, combine sounds, and appreciate them. Starting with the definition and classification of Korean traditional musical instruments, you can listen to the sound of each instrument and learn the overview, structure, and how to play. In Gugak making, you can make your own Korean traditional music by listening to and choosing the music of various Korean traditional musical instruments. We planned this project for more people to get closer to Gugak and to promote our culture.






우리의 소리를 널리 퍼트리다
국악나래


국악나래
국악기란
국악기 소개
국악만들기
국악만들기리스트
북
징
징
소고
장구


국악나래
국악기란
국악기 소개
국악만들기
국악만들기리스트
가야금
아쟁
해금
거문고

더 팜 센터

정소미 JEONG SOMI

시시각각 변화하는 사회 속에서 어떻게 지속 가능한 먹거리를 생산하고 소비할 것인지에 대한 관심은 여느 때보다 뜨겁다. 본 프로젝트는 이러한 관심 속에서 주목받고 있는 스마트팜과 6차 산업, 수직농장을 공간적으로 결합하여 제안하고자 한다. 생산이 주가 되는 수직적 코어 공간을 형성한 후, 판매, 휴게, 체험의 프로그램을 가진 각 공간들을 결합하고 이를 한 곳에서 체험하고 소비할 수 있도록 동선을 이어준다. 이렇게 이어진 공간은 차세대 농업형 복합 문화 공간으로 우리에게 새로운 경험을 안겨줄 것이다.

THE FARM CENTER

Interest in how to produce and consume sustainable food in an ever-changing society is more heated than ever. The project aims to propose a spatial combination of smart farms, sixth industries and vertical farms, which are drawing attention amid this interest. After forming a vertical core space where production is the main focus, each space with programs of sales, rest, and experience is combined and connected so that it can be experienced and consumed in one place. This connected space will bring us new experiences as the next generation agricultural complex cultural space.



중소벤처기업부장관상 | 은상 Silver Prize

도시의 脈을 짚다







성지혜 SEONG JIHYE
김기슬 KIM GISEUL
오상정 OH SANGJUNG
이유진 LEE YUJIN

VEIN은 자율주행 자동차 단계 중 5단계인 완전자동화 단계를 가정하는 공간 스트리밍 서비스 모빌리티이다. 사용자는 어플을 이용하여 BASE/MARKET/STAYING/EVENT 4가지 카테고리의 모듈을 커스터마이징한 맞춤형 공간을 제공받을 수 있다. 다양한 공간이 필요한 큰 이벤트들도 모빌리티가 갈 수 있는 곳이라면 손쉽게 구현이 가능하다. 우리는 또한 도시의 버려진 땅들을 이용하여 모빌리티를 순환시키는 스테이션을 설계하였다. VEIN OF CITY는 메인 스테이션으로, 하이퍼 루프를 이용하여 VEIN을 메인으로 운반하는 서브 스테이션과 연결되어 VEIN을 정비, 조립, 운반하는 모빌리티 순환의 중심이다. 모빌리티 코어가 위치한 중앙의 플라자, 미디어 라운지, 아뜨리움 공간 등이 구성되어 있으며, 스테이션의 기능과 더불어 모빌리티 트랙과 유저 트랙에서 VEIN을 이용해 사용자가 다양한 엔터테인먼트를 즐길 수 있는 미디어 광장의 성격 또한 지닌다.

Vein of City

VEIN is a spatial streaming service mobility that assumes a fully automated stage, which is five of the autonomous vehicle stages. Users can use the application to receive customized spaces customized for modules in four categories: BASE/MARKET/STAYING/EVENT. Big events that require a variety of spaces can also be easily implemented where mobility can go. We also design stations that circulate mobility using abandoned land in cities. VEIN OF CITY is the main station, the center of the mobility cycle of maintaining, assembling, and transporting VEIN by connecting it with a substation that carries VEIN to the main using a hyperloop. It consists of a plaza in the center where the mobility core is located, a media lounge, and an atrium space, and has the function of a station, as well as a media plaza where users can enjoy various entertainments using VEIN on mobility and user tracks.

무한

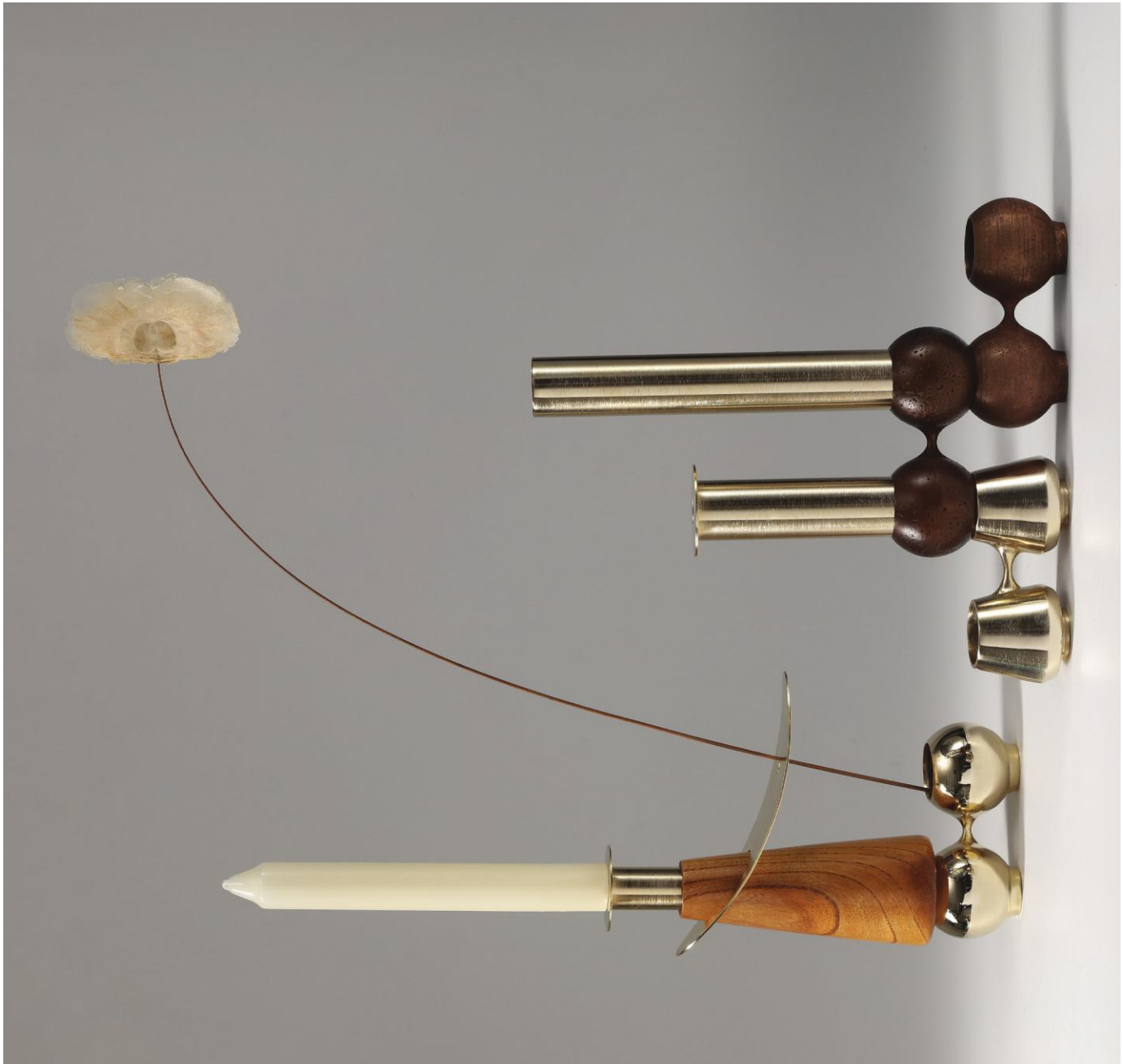
고유미 KO YUMI

무한한 조합의 가능성을 가진 형태를 제작하고자 했다. 원하는 개수만큼, 원하는 방향으로 쌓아 촛대 혹은 화병으로 사용할 수 있다. 공간에 맞게 배치할 수 있다는 장점이 있으며 모듈을 쌓는 과정에서 재미와 안정감을 느낄 수 있다. 3D 프린트 출력물에 금속을 녹인 물을 부어 제작되었다. 모듈의 표면은 다양한 방식으로 마무리가 되었으며, 일부는 착색을 통해 금속만이 가질 수 있는 독특한 색감을 입혔다. 차가운 금속이 가진 따뜻한 색, 유기적이고 둥그스름한 형태, 쌓는 과정에서의 기분 좋은 고민, 완성된 조형으로부터 사용자가 편안함을 느끼길 바란다.

infinite

It was intended to produce a form with the possibility of an infinite combination. You can stack as many as you want in the desired direction and use it as a candlestick or vase. It has the advantage of being able to place it according to the space, and you can feel fun and stability in the process of stacking modules. It was manufactured by pouring water dissolved in metal into the 3D print output. The surface of the module was finished in various ways, and some of them were colored in a unique color that only metal could have. I hope that the user will feel comfortable from the warm color of cold metal, organic and round form, pleasant worries in the process of stacking, and completed sculpture.





바닥 틈 청소툴

이상훈 LEE SANGHOON

위생과 청결이 무엇보다 중요한 시대, 바닥 틈 청소툴은 일반 가정이나 산업 현장에서 무게와 부피로 인해 이동이 어렵거나 기존 청소기툴이 들어가지 않아 청소할 수 없었던 대형 가전/가구 제품(냉장고, 세탁기, 와인셀러, 침대, 소파, 장농 등)의 하단에 쌓여있는 오염물을 효과적으로 제거하기 위해 개발되었습니다. 기존 유/무선 진공 청소기 [다이슨/ 엘지/ 삼성] 등에 연결하여 간편하게 사용 가능합니다.

BOTTOM CREVICE CLEANING TOOL

In an era where hygiene and cleanliness is more important than anything else, Floor clearance cleaning tools have been developed to effectively remove contaminants piled up at the bottom of large appliances/furniture products(refrigerator, washing machine, wine cellar, bed, sofa, closet, etc.) that could not be cleaned due to weight and volume in general households or industrial sites or because existing vacuum cleaners did not fit. It can be easily used by connecting to existing wired/wireless vacuum cleaners [Dyson/ LG/ Samsung] etc.





특허청장상 | 동상 Bronze Prize

헬멧 UV 살균기





정해찬 JEONG HAECHAN

최근 킥보드의 법 개정에 따라 공유 킥보드를 탑승할 때도 헬멧을 반드시 착용해야 한다. 허나 '라스트 마일'을 담당하는 공유킥보드의 특성상 헬멧을 들고 다닐 사용자는 많지 않고, 킥보드 업체에서 헬멧을 제공한다고 해도 타인과 헬멧을 공유하는 것은 위생 문제를 야기한다. 그래서 헬멧 UV 살균기를 제안한다. 헬멧 UV 살균기는 킥보드와 결합하여 사용되는 UV 살균기이다. 킥보드의 프레임에 단단하게 고정되어 있는 소독기를 통해서 탑승 전후로 헬멧을 소독할 수 있다. UV-C 살균을 통해서 빠르게 헬멧을 살균하여 공유 킥보드 사용자가 갖고 있을 위생에 대한 걱정을 확실하게 덜어준다.

Helmet UV CLEANER

Under the recent revision of the Kickboard Act, you must wear a helmet when you ride a kickboard. However, due to the nature of the shared kickboard in charge of the last mile, there are not many users to carry helmets, and sharing helmets with others causes hygiene problems even if kickboard companies provide helmets. A sterilizer combined with a kickboard used as a Helmet UV sterilizer. The helmet can be disinfected before and after boarding through a sterilizer that is tightly fastened to the frame of the kickboard. It sterilizes helmets quickly through UV-C sterilization to ensure that users of shared kickboards have no worries about hygiene.

베이스

양동욱 YANG DONGWOOK

생활 속 필수요소인 가전제품은 항상 집안에 자리 잡고 있습니다. 개성의 시대에 사는 사람들은 집안이라는 공간에 큰 가치를 부여하기 때문에 기능에만 충실한 마치 '로봇'같은 것을 원하지 않습니다. 자체만으로도 아름다운 외형을 가지고, 집안을 개성 있게 꾸며줄 수 있는 것을 원합니다. 'VASE'는 이러한 관점에서 디자인된 스팀청소기입니다.
스팀청소기는 청소에 필요한 제품이지만, 사용하지 않을 때에는 보이지 않게 감추고 싶은 제품입니다. 그리고 물을 채워 사용하는 제품이지만 그에 맞는 형태적 특성이 있지 않습니다. 또한, 핸디형과 스탠드형의 간편하고 자연스러운 모드체인지가 필요합니다. 이 프로젝트는 스팀청소기를 화병(Vase)을 모티프로 디자인하였습니다. 집안의 오브제이며, 화병의 형태는 물을 채울 때 편의성을 줍니다. 또한 사용자는 손잡이의 방향만 바꿔 스무스한 모드체인지를 합니다. VASE는 식물과 함께 집안에 배치된다면, 더 아름답게 존재할 것입니다. 거실 혹은 아파트 베란다 같은 간이 정원도 좋습니다. VASE 스팀청소기는 사용성과 심미성을 가진 제품입니다.

VASE

Home appliances which are essential in our daily lives are always inside our homes. People who live in the era of 'individuality' tend to add new value to their own houses and dislike products that are only function-oriented. They prefer products thats are just beautiful for how it looks, and ones that can make the house look attractive. 'VASE' is a steam vacuum designed by this point of view. Steam vacuums are a product necessary for cleaning, but it is a product that you want to hide when you're not using them. Also, although it is a product that is filled with water, it does not have the right characteristics. Plus, a convenient and natural mode change must be needed between the handy type and stand type. This project designed a steam vacuum by the motif 'vase'. This is an object for the house, and the shape of the vase gives convenience when filling water. In addition, users can change the direction of the handle for a smooth mode change. VASE will look more attractive if places in the house with plants. A simple garden such as a living room or apartment porch is also good.



특허청장상 | 동상 Bronze Prize

휴림

박해설 PARK HAESEOL
박윤호 PARK YOONHO
한규일 HAN GYUIL

'휴림'은 기존의 수목장방식을 재해석하여 장례를 치르는 유족뿐만 아니라 나무의 성장을 고려하여 디자인되었습니다. 환경적 측면에서 보았을 때, 영원히 베이지 않는 나무 한 그루를 심는다는 의미를 지니며, 유족들 또한 기존 납골당의 안식처와 같이 물품을 넣어둘 수 있는 디자인으로 고인을 추억할 수 있습니다. 씨앗에서 모티브를 얻어 디자인된 유골함의 패턴은 나무의 뿌리가 자라면서 유골함을 자연스럽게 감쌀 수 있게 디자인되었습니다. 제품의 소재 또한 자연으로 돌아갈 수 있는 유리, 세라믹, PLA로 자연을 위해서 선택되었습니다.

Hurim

'Hurim' was designed to consider the growth of trees and the bereaved families who reinterpret the existing tree burial method. From an environmental perspective, it means planting a tree that will never be cut down, and bereaved families can also remember the deceased with a design that can store goods like the resting place of the traditional charnel house. The pattern of the urns, designed with motifs from seeds, is designed to naturally wrap the urns as the roots of the trees grow. The product's material is also select for nature as glass, ceramic, and PLA that can return to nature.



특허청장상 | 동상 Bronze Prize

메모리심



나윤정 NA YOONJEONG

해외 관광객들은 한국 여행 중에 통신 서비스를 이용하기 위해 데이터 유심 카드를 필수적으로 구매합니다. 기존의 유심 카드는 매우 작은 크기의 유심칩을 제외한 나머지 부분이 쓸모없이 버려집니다. Memorisim은 관광객들이 한국을 기념하고, 한국에 대한 기억을 보관할 수 있도록 유심 카드의 여백에 한국의 문화재를 조립 키트를 넣어 기념품으로 사용할 수 있도록 디자인하였습니다. 또한, 사용한 유심칩도 조립 키트에 삽입하여 보관할 수 있어 한국에서의 추억도 함께 보관할 수 있습니다.

MEMORISIM

Overseas tourists must purchase a data SIM card to connect with Korea network service during their trip. SIM cards are discarded uselessly except for very small SIM chip. Memorisim is designed Korean cultural properties to be used as souvenirs by putting an assembly kit in the margin of the SIM card so that tourists can commemorate Korea and store memories of Korea. In addition, the used SIM chip can be inserted into the assembly kit and stored, so you can also preserve memories of Korea.

대한상공회의소회장상 | 동상 Bronze Prize

필(감각스피커)

김정훈 KIM JEONGHUN

현재 청각장애인은 문화적 공감대의 사각지대에 놓여있다. 음악의 문화 규모는 점점 커지고 있는데 비해 듣지 못한다는 청각장애인들의 선입견으로, 문화향유권은 철저히 무시되고 있는 현황에 있다. 음악의 높낮이와 강약 등을 파형으로 변환하여 곡선및 면 운동으로 청각장애인들은 'feeel'을 통해서 시각 및 촉각으로 음악을 청취한다. 면의 진동과 파형의 변화에 따른 운동을 손끝에서 느끼며 음악을 이해할 수 있다. 진동, 촉감을 감응하는 부분이 발달한 청각장애인들의 뇌는 'feeel'의 면 운동이 촉각 및 시각적으로 다가와 소리를 유추하고 추상적으로 생각하는 과정에서 음악을 인지하고 받아들인다. 가만히 앉아 청취하거나 가지고 다니면서 음악을 들을 수 있는 일종의 청각장애인용 감각 스피커이다.



feeel

Currently, deaf people are in a blind spot of cultural consensus. Music plays a role in self-development and building consensus among members of society. The cultural scale of music is growing, but the preconceived notion of deaf people is that they cannot hear it, and the right to enjoy culture is completely ignored. By converting music into cotton sports, deaf people feel it at the fingertips through 'feeel' and understand and listen to music with sight and touch.



대한상공회의소회장상 | 동상 Bronze Prize

365일. 명언과 만나는 나의 하루하루



진수정 CHIN SOOJUNG

용기. 우정. 도전. 성취. 삶. 가슴을 울리는 365가지의 명언을 엄선하여 하루 하루 365일의 기록으로 담았습니다. 명언 밑에는 명언을 따라 써보거나, 자신의 생각을 한 줄 일기로 표현할 수 있도록 하였습니다. 낱장씩 떨어지는 무선제본으로 만들었기 때문에 포스터처럼 책상이나 다이어리 등에 붙일 수 있고, 떼어내지 않고 책처럼 넘겨볼 수 있습니다. 어린이 스스로 채우고 구성하여 완성해 나가는 일력입니다. 어린이들이 앞으로 이루어 낼 값진 경험을 응원합니다.

365 days. My daily dose of Inspiration! Words of Wisdom

365 days. My daily dose of Inspiration! Words of Wisdom: Courage, Friendship, Challenge, Accomplishment and Life. Carefully selected 365 quotes that will touch your heart! Quotes that will be a part of your records 365 days of the year. In the space under each quote, you can transcribe it or write down your thought. Made by perfect binding that can be torn out one page at a time for your convenience. Your favorite quote can be used as a post it on your table or pocket planner/calendar. Of course, it can be read like a book if you prefer. It is a daily calendar that children can fill in, compose, and complete on their own. We encourage children to create valuable experiences as they grow with these words of wisdom!

대한상공회의소회장상 | 동상 Bronze Prize

아낌없이 주는 침대

박소영 PARK SOYOUNG

5살의 어린 조카가 있다. 조카를 위해 사용되었던 아기 침대가 몇 년 후엔 아무 쓸모가 없어진 것을 보았다. 아기가 안전하게 잠을 잘 수 있던 침대가 몇 년 지나지 않아 빨래걸이가 되었고, 부피만 차지하는 짐 덩어리가 되었다. 아기 침대는 아기를 위한 필수품이지만, 부피를 많이 차지하고 가격이 비싸면서 몇 년 사용되지 않는 가구이다. 아기 침대를 오래 사용할 수 있는 방안을 찾아 디자인해보았다. 아기 침대는 아이가 3살이 될 때까지 사용할 수 있다고 한다. 해당 가구는 3년을 아기 침대로 쓰고, 그 이후엔 분리해서 유아용 의자, 책상, 그리고 방석으로 사용된다. 아기 침대에서 아무런 낭비 없이 모두 사용되며, 오래 쓸 수 있다. 3년이면 쓸모가 없어진 침대를 아낌없이 재사용하는 지속가능한 디자인이다.





The Giving Bed

At my aunt's house, I see a crib left in the corner with no purpose. A crib takes up a lot of space and lasts only a few years. I tried to design a crib that can be used longer with purpose. A crib is used until a child is 3 years old. When the crib is no longer used, it can be separated into two chairs, table, and a sitting mat. It is a sustainable crib can be used longer with no waste.

대한상공회의소회장상 | 동상 Bronze Prize

공유오피스 이동식 데스크



구민주 GU MINJU

코로나19 이후 재택근무를 시행하는 회사들이 점점 늘어났지만 업무 환경이 갖춰져 있지 않아 독서실처럼 공유오피스를 사용하는 사람들이 증가함. 또한 새로운 사무환경 트렌드로 자율좌석제가 증가하고 있으며 실제로 업무효율이 증가한다는 실험결과가 있었음. 이에 자율좌석제를 사용하는 공유오피스에서 업무효율을 높여주는 이동식 파티션 데스크를 디자인 함.

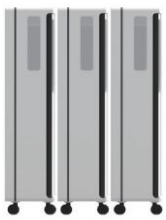




Folding desk in share office

More and more companies have been working from home since covid-19, but more people use shared offices like reading rooms due to lack of working environment. In addition, experiments have shown that the autonomous seating system is increasing due to the new office environment trend and that work efficiency is actually increasing. Therefore, we design a portable partition desk that increases efficiency in shared offices that use autonomous seating.





대한상공회의소회장상 | 동상 Bronze Prize

컨베이



이흥렬 LEE HEUNGRYEL
유태진 RYU TAEJIN
박찬우 PARK CHANWOO

현재 배송구조에서 택배기사의 과다한 업무량으로 과로사, 인력 부족, 파업 등 다양한 문제가 발생하고 있습니다. 앞으로도 택배 배송에 대한 수요는 증가하지만 그 수요를 뒷받침 하지 못하고 있는 현실입니다. 그래서 저희는 새로운 택배 배송시스템 Convay를 제안합니다. Convay는 한국형 주거공간에 맞춘 라스트마일 택배 배송 시스템입니다. 택배기사의 타임라인을 나누고 노동강도와 할애 시간으로 분석하였습니다. 택배기사는 짧은 시간 동안 많은 배송을 해야 한다는 상황에 놓여있고, 아파트 각 세대에 택배를 배달하는 시간이 가장 할애된다는 결론이 나왔습니다. Convay는 아파트 주차장에 위치하며, 택배기사는 Convay Hub에 택배를 스캔하고, Hub가 지정해 주는 박스에 택배를 넣고 다른 장소로 이동합니다. 택배 수령자가 스마트폰을 통해 Convay를 호출하면, Convay는 승강기를 이용하여 각 세대로 이동하고, 수령자는 스마트폰의 생체 인식을 통해 잠금 해제 후에 택배를 받습니다. Convay와 택배기사는 업무를 분담하여 택배기사의 노동환경을 완화하고, 택배의 분실을 방지합니다. Convay는 앞으로도 지속될 비대면 사회 속에서 진화된 배송시스템을 제공하고, 우리 사회에서 없어서는 안 될 택배 노동자의 쾌적한 근로환경을 만들어 줍니다.

Convay

Currently, the delivery structure is causing overwork, lack of manpower, and strike problems due to the excessive workload of the courier. The demand for delivery is increasing in the future, but it is not supporting the demand. Convay is a last mile delivery system tailored to Korean residential spaces. Convay is located in the apartment parking lot, and the courier scans the parcel on the Convay Hub, puts it in the box designated by Hub, and moves to another location. When the recipient calls Convay through the smartphone, Convay uses an elevator to move to each house, and the recipient receives the package after unlocking it through the biometric recognition of the smartphone.

MOMOMO



김시원 KIM SIWON

MOMOMO는 모듈러 파트를 끼움으로써 사용자 경험을 확장할 수 있는, 새로운 1인용 모빌리티 디자인입니다. 모듈을 끼우지 않으면, 이것은 기본적으로 전동 스케이트보드입니다. 내부 서스펜션을 기반으로 사용자의 기울기나 움직임에 의해 앞으로 나아가고 방향을 조절할 수 있습니다. 사용자가 핸들을 본체에 끼우는 순간, 그때부터 MOMOMO는 전동 킥보드로 확장됩니다. 또한, 안장을 거치하여 다른 형태의 1인용 모빌리티로도 확장이 가능합니다. MOMOMO는 1인용 모빌리티의 경험을 확장한다는 점에서 기존의 모빌리티와 차별점을 가집니다. 모빌리티 시장에서 키(key)가 되어가는 전기 배터리와 AI를 기반으로, 새로운 사용자 경험을 제안하고 확장할 수 있다는 점에서 무궁무진한 가능성과 잠재력을 내포합니다.

MOMOMO

MOMOMO is a new single-person mobility that can extend the user experience by inserting modular parts. Without the module plugged in, this is basically an electric skateboard. Based on the internal suspension, the user's tilt or You can move forward and control your direction by moving. The moment the user puts the handle on the body, from then on, MOMOMO Extends to an electric kickboard. In addition, it can be extended to other types of single-person mobility by mounting the saddle. MOMOMO differs from existing mobility in that it expands the experience of single-person mobility. Based on electric batteries and AI, which are becoming the key in the mobility market, this propose new user experience so that it has endless possibilities and potential In terms of being expandable.



대한상공회의소회장상 | 동상 Bronze Prize

국민 건강 캠페인 그래픽 디자인



배영은 BAE YOUNGEUN
김보휘 KIM BOHWI

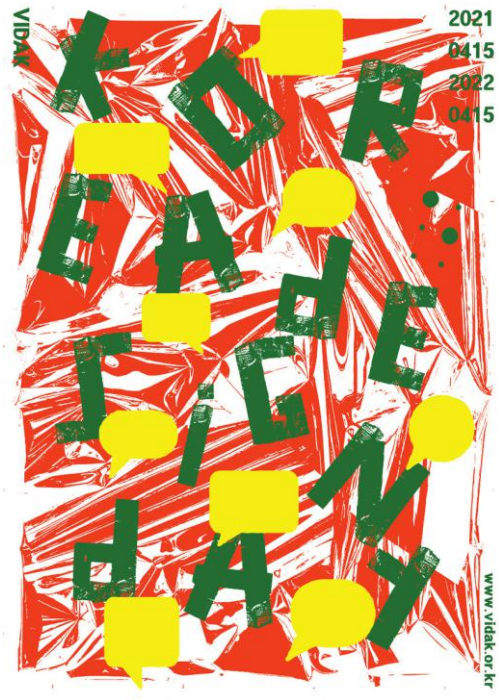
통계청에서 발표한 2019 사망순위 1-10위를 기반으로 1위부터 10위까지의 질병들을 총 13권의 책으로 엮어 그 기관의 위치와 기능 종류와 증상, 치료방법, 예방법, 질환에 좋은 음식등의 항목을 담아 다양한 연령의 국민들에게 건강의 지표를 보여줄 수 있는 캠페인을 진행하기로 하였다. 고령화 시대로 점점 기울어져 있는 요즘 사회에서 사람들에게 어떻게 질병에 대해 대처해야 하는가에 대한 인식을 심어주기 위해 간략하지만 중요한 핵심만 집어 책으로 엮었다. 대중이 다소 두려워할 수 있는 주제를 밝은 느낌으로 풀어 컬러풀하고 친근한 컨셉으로 디자인하였으며, 내용과 관련되어 있는 일러스트 삽화를 선으로 그려내어 곳곳에 삽입하였다.

National Health Campaign Graphic Design

Based on the 2019 Death Rankings 1-10 released by the National Statistical Office, 13 books will be compiled to show the health indicators of people of all ages, including the location and function of organs, symptoms, treatment, prevention, and food. In today's aging society, where people are increasingly inclined to age, we have compiled simple but important books to help them understand how to deal with diseases. The theme, which the public is afraid of, is designed with colorful and friendly concepts, and illustrations related to the content are drawn with lines and inserted into various places.

디자인 데이 아트포스터







선승완 SUN SEUNGWHAN

우리나라의 대표적인 시각디자인협회인 VIDAK의 코리아디자인데이 기념 포스터이다. 차별화된 이미지를 통한 오리지널리티와 심미성으로 소통을 강조하여 커뮤니케이션 디자인의 가치를 표현하였다. 이 포스터는 생각, 아이디어, 흥미라는 키워드를 사물, 재료, 질감에 적용한 시리즈 아트 포스터이다.

Design Day art Poster

This is a commemorative poster for Korea Design Day of VIDAK, a representative visual design association in Korea. The value of communication design is expressed by emphasizing communication with originality and aesthetics through differentiated images. This poster is a series art poster that applies the keywords of thoughts, ideas, and interests to objects, materials, and textures.

한국디자인진흥원장상 | 동상 Bronze Prize

600년전 메시지를 오늘의 우리에게 – 모던민화 동물시리즈



백주현 BEAK JUHYEUN
이세하 LEE SEHA
조은혜 JO EUNHYE
이은지 LEE EUNJI

한국 민화 속 동물들에는 옛 우리 선조들의 염원이 담긴 메시지가 있습니다. 우리는 그 민화 속 동물 패턴을 모티브로 디자인을 재해석하여, 오늘의 우리에게도 소망의 메시지를 전하고자 합니다. 한국 민화 속 동물들이 상징하는 메시지를 담아, 원고 이미지와 그림을 토대로 회화의 단순화와 패턴을 추출하여 제작하게 된 스카프입니다. 범의 용맹함을, 닭의 성공을 기원하며, 기쁜 소식을 전하는 까치처럼, 꿩의 사랑과 행복 주는 염원을 담아 탄생하였습니다.

Deliver a message from 600 years ago to us – pattern of animal's Scarf – ReMODERN MINWHA

Animals in Korean Minhwa(folk painting) each represents wishes and desires of our ancestors. Using the Minhwa(folk painting) animals as motives, we wish to re-interpret the traditional design and deliver message of hope to the current generation. To emphasize the message symbolized by animals in Korean Minhwa(folk painting), we simplified the drawings and extracted the patterns and put them into a lovely scarf. With this scarf, we wish you the courage of the tiger, success as the rooster represents, love and happiness as the pheasant symbolizes, in one big package like good news as delivered by the magpie.



신사임당의 민화를 바탕으로 한 한국의 전통 간식 브랜드 패키지 디자인, '사임당 한과'



강다현 KANG DAHYUN / 정성미 JUNG SUNGMI

한과는 건강한 재료로 만들어졌고 맛있다는 장점이 있지만 사람들은 한과를 일반 과자보다는 쉽게 소비하지 않고 있다. 우리는 기존 제품들에서 소포장 방식이 거의 없고 대부분 봉지 형태로 되어있어 양이 많고 부담스럽게 다가온다는 것에 문제점을 느꼈고, 비교적 가벼운 종이 재질의 소포장 방식을 생각해 디자인했다. 전통적인 요소가 느껴지도록 민화를 그래픽 컨셉으로 잡았고 색상을 독특하게 사용하기도 해 신선한 느낌이 들도록 만들었다. 브랜드 네이밍은 우리에게 친숙한 인물인 신사임당에서 따왔으며 전체적으로 단정하면서도 깔끔한 느낌이 들도록 제작했다.

A package design of traditional Korean snack brand based on Sin Saimdang's folk paintings

Korean sweets are made of healthy ingredients and have the advantage of being delicious, but people do not consume them more easily than regular snacks. We felt the problem that the existing products had few small packaging methods, and most of them were in the form of bags, so the amount was large and burdensome, and we designed them by considering a relatively light paper-based small packaging method. It has a graphic concept of folk painting so that traditional elements can be felt, and it also uses colors in a unique way, making it feel fresh. The brand name was derived from Sin Saimdang, a familiar figure to us, and was made to make it seem neat and neat overall.

한국디자인진흥원장상 | 동상 Bronze Prize

친환경 유기농 재료의 자연 향을 담은 차 티백 패키지 디자인



김지수 KIM JISOO / 박소현 PARK SOHYUN

환경오염의 급증으로 기후 이상 변화까지 나타나고 있는 요즘, 환경을 보존할 수 방법 중 하나인 친환경 농법에 대한 관심이 높아지고 있다. 친환경 농법은 환경오염을 줄이기 위해 농약과 화학 비료를 최소화하여 농작물을 키우는 방식이며 우리는 그렇게 재배된 유기농 재료로 만들어진 차 티백 패키지 디자인을 제안한다. 깊은 자연의 향을 느낄 수 있는 유기농 차를 소비자들에게 판매함으로써 유기농의 가치를 알리고 그렇게 재배한 작물의 소비를 촉진하여 환경을 보존하는데 한 걸음 더 다가가고자 한다.

Tea bag package design with natural aroma of eco-friendly organic materials

Nowadays, climate abnormalities are emerging due to the surge in environmental pollution, and interest in eco-friendly farming, one of the ways to preserve the environment, is increasing. Eco-friendly farming is a way to grow crops with minimal pesticides and chemical fertilizers to reduce environmental pollution, and we propose a tea bag package design made of organic materials grown like that. By selling organic tea to consumers, which gives them a deep sense of nature, we can promote the value of organic food. We want to take a step closer to preserving the environment by promoting the consumption of such cultivated crops.

담화



정순자 JANG SUNJA

전체적으로 꽃을 담아 이야기를 나누다라는 의미의 소반으로 손님을 대접하는 기쁨과 설레임을 꽃으로 표현하였다. 전통소반을 기반으로 상판은 상감기법, 받침(프레임)은 팔각형으로 촉을 내서 조립하였다. 각각의 색깔의 꽃을 표현하고자 팔각형의 형태의 모양에서 월넛, 레드오크, 하드메이플, 파덕을 사용하여 상감기법으로 꽃술을 표현하였고, 프레임에 상감기법을 사용하여 꽃다발의 끈을 표현하여 제작하였다.

To Put Flowers

Overall, the flowers to talk with meaning to your delight to serve as the official opening ceremony featuring gayageum solos and excitement I felt with flowers. Inlaying technique and frame is based on the official opening ceremony featuring gayageum solos and traditional top tips in the Octagon and assembly. Each color of flowers to express, the octagon shape of the form of Walnut, Red Oak, hard maple, psyduck inlaid with using the Craftsmen inlay in the frame, and expressed by string representation of the flowers with production.



한국디자인단체총연합회장상 | 동상 Bronze Prize

고궁치즈



김보민 KIM BOMIN
이지수 LEE JISU

고궁치즈는 서양 음식 중 하나인 치즈를 한국화하여 새롭게 디자인한 브랜드이다. 한국적인 이미지를 나타내고자 '고궁'이라는 단어를 브랜드 네이밍으로 사용하였으며, 고궁에 담긴 단청무늬에서 모티브를 얻어 심볼 마크에 나타내었다. 여기에 모노톤을 사용하여 깔끔하고 모던한 느낌에 현대적인 이미지를 담아내어 표현하였다. 그리고 따듯한 색감인 노란색과 세련된 남색을 포인트 컬러로 두어 친근하면서도 고급스러운 이미지를 표현했다. 고궁치즈는 한국에서 가장 수요가 많은 모차렐라, 체다치즈, 그라나파다노치즈 세 가지를 구성으로, 치즈 종류에 따라 각기 다른 일러스트를 활용하여 개별 패키지와 세트 패키지를 개발하였다. 이를 통해 한국의 치즈와 전통을 세계적으로 알리며 국내 치즈시장 규모도 함께 성장하는 것을 기대하고자 한다.

KoKung Cheese

Gogung Cheese is a brand newly designed by Koreanizing cheese, one of the Western foods. In order to display a Korean image, the word "old palace" was used as a brand name, and a motif was obtained from the dancheong pattern in the old palace and displayed on the symbol mark. Here, the monotone was used to express a modern image in a neat and modern feeling. In addition, warm colors such as yellow and sophisticated navy blue were used as point colors to express a friendly and luxurious image. Gogung Cheese consists of three types of mozzarella, cheddar cheese, and granapadano cheese, which are the most in demand in Korea, and individual packages and set packages were developed using different illustrations depending on the type of cheese. Through this, we hope to promote Korean cheese and tradition around the world and to grow the size of the domestic cheese market.

시그널



우민성 WOO MINSEOUNG

시그널은 신세대 10대의 새로운 공부법, 그리고 가족간 건강한 소통을 돕는 타임랩스 촬영 및 편집, 공유 플랫폼입니다. 스스로 자신이 공부하는 모습을 촬영하고, 그것을 편집하여 공유하는 "스터디 타임랩스" 공부법을 이용하는 10대 학습들과, 이와 달리 보수적인 공부법을 경험했던 부모님들 간의 갈등을 해결하기 위해, 귀여운 이모티콘, 리워드 제공 등의 게이미피케이션 효과로 자녀가 부모에게 자신의 영상을 공유하는 것을 부담스럽지 않게 유도하고, 지속적인 학습의 동기부여를 발생시킵니다. 또한 "시그널" 앱 서비스는 가족간의 모습을 각각 외계인과 우주인으로 풀어내어, 앱 상에서 유쾌한 스토리텔링을 자아내도록 합니다.

Signal

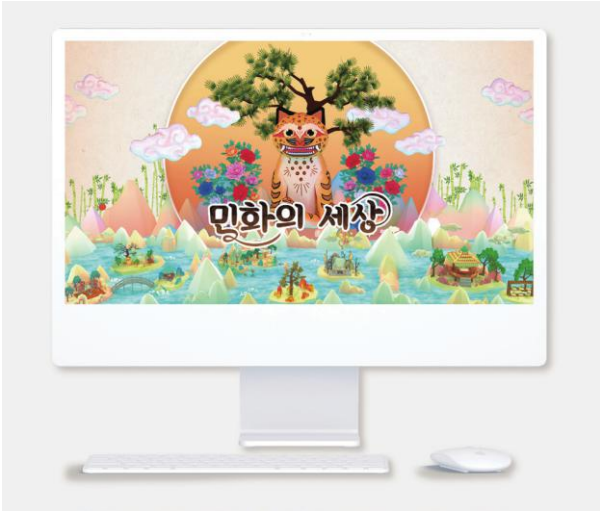
These days, it is said that a new method of study is in vogue for teenagers to recording themselves as they study. They see this "Study VLOG" as a new "consciousness" to study hard. In fact, they improve their learning efficiency through these methods of study. However, for their parents who used traditional study method, they are worried that this study method might bad with their children's study. "Signal" encourages children and parents to actively share S-Vlog and communicate witty with each other. In this process, parents trust in their children's study methods, and children are encouraged to communicate their feelings to their parents.

한국디자인단체총연합회장상 | 동상 Bronze Prize

민화의 세상

김한솔 KIM HANSOL
김수현 KIM SUHYUN
최정원 CHOI JEONGWON

민화의 세상은 한국의 대표적인 민화들을 소개하고, 민화 상징들을 이용해 사용자가 자신만의 민화를 만들 수 있는 인터랙티브 콘텐츠이다. 민화는 선조의 삶과 염원, 미의식이 담긴 중요한 한국의 회화 장르이지만 사람들이 접근하기 쉬운 전통 문화는 아니었다. 그렇기에 민화에 대한 진입장벽을 낮추고 정보를 쉽게 알려주기 위해 민화의 요소를 3D 그래픽으로 재해석하였으며, 어려운 정보를 쉽게 정리해 사용자가 재미있게 정보를 습득할 수 있는 인터랙션 콘텐츠를 기획하였다. 각 6가지 민화 세상 속에서 그림 조각을 찾아보면서 민화의 정보를 습득할 수 있으며, 세상의 조각을 다 모으면 3D 그래픽으로 제작된 민화의 상징들을 이용해 나만의 민화 세상을 만들어 볼 수 있다.



The world of Minhwa

The world of Minhwa' is an interactive content that introduces Korea's representative folk paintings and allows users to create their own folk paintings by using folk painting symbols. Minhwa is an important Korean folk painting genre that contains the life, aspirations, and aesthetic of ancestors. But it was a traditional culture that was not easily accessible to people. Therefore, in order to lower entry barriers of Minhwa and easily inform information, we reinterpreted elements of Minhwa in 3D graphics, and designed interaction contents that organized difficult informations to more easy way that allows users to have fun during getting information.

SPECIAL







특선

제품 디자인 202
Product Design

시각/정보 디자인 222
Visual/Communication Design

디지털미디어/콘텐츠 디자인 240
Digital Media/Contents Design

공간/환경 디자인 248
Space /Environmental Design

패션/텍스타일 디자인 249
Fashion/Textile Design

서비스 디자인 253
Service Design

산업공예 디자인 254
Craft Design

PRIZE

Private green

한규형 HAN GYUHYUNG

Private green은 창문형 스마트 가드닝 가전입니다. 팬데믹 이후 실내 활동이 늘어나며 소비자들은 홈 가드닝에 관심이 많아졌습니다. 하지만 많은 실내 활동으로 주거 공간의 활용이 늘어나 이전보다 약 1.5배 더 많은 공간을 필요하게 되었습니다. 또한 2020년 전체 가구 중 1인 가구는 39.2%를 차지하고 있습니다. 이외에도 좁은 주거 환경에서 거주하는 가구가 많습니다. Private green은 주거 공간을 최대한 활용할 수 있도록 창문 새시를 활용하여 소비자에게 새로운 홈 가드닝 경험을 제공합니다. 성장 촉진 LED가 설치되어 있지만 창문에 설치되어 햇빛을 받을 수 있습니다. 계절에 대비하여 자체 온도 조절 시스템을 갖고 있고 단열을 위한 이중 유리 구조로 디자인 되었습니다. 내부는 모듈 시스템으로 사용자가 원하는 식물에 따라 화분 모듈을 탈착하여 공간 배열이 가능합니다. Public이었던 공원을 Private으로 가져온 Private green을 통해 사용자의 라이프 스타일은 긍정적인 변화를 시작합니다.



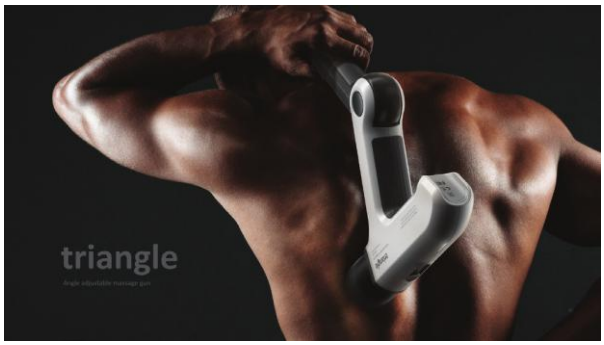
Private green

Private green is a window smart gardening appliance. After epidemic, people spend most of time in the house. They became interested in home gardening. However, due to many indoor activities we need about 1.5 times more space than before and there are many households living in small space. To efficiently utilize space, Private green uses the window sash to provide consumers with a new home gardening experience. It has its own temperature control system and the double glass. It is module system that can be arranged by detaching and attaching the pot module according to the plants that the user wants. With Private green bringing public parks to Private, lifestyle begins to change positively.

Triangle

한규형 HAN GYUHYUNG

Triangle은 각도 조절이 가능한 손잡이가 추가된 1인 가구를 위한 마사지 건입니다. 이 디자인을 통해 거리, 각도로 인해 닿지 않거나 불편했던 몸의 부위에 마사지건을 이용할 수 있습니다. 전염병의 창궐로 인해 체육관의 이용이 어려워지자 사람들은 집에서 운동하기 시작했습니다. 홈트레이닝 시장의 성장과 함께 마사지건에 대한 수요도 폭발적으로 증가하고 있습니다. 하지만 전체 가구의 30.1% 차지하는 1인 가구에게는 마사지 건은 사용하기 불편한 제품입니다. 권총의 형태를 하고 있는 기존의 마사지 건은 타인을 마사지하기에 적합하도록 디자인 되어 있습니다. Triangle은 각도조절이 가능한 손잡이를 추가하여 사용 범위를 확장시킨 마사지 건 입니다. 메인 핸들은 서브 핸들보다 앞쪽에 위치하여 서브 핸들의 길이를 확보하고 손잡이와 마사지 볼의 간격을 좁혀 사용성을 높혔습니다. 이 디자인을 통해 광배근, 승모근, 햄스트링, 등과 같은 스스로 마사지건을 이용하기 어려웠던 부위에 마사지를 할 수 있습니다.



Triangle

Triangle is a massage gun for single-person households with an angle-adjustable handle. This design allows you to use a massage gun for body parts that were uncomfortable because of distance and angle. As the pandemic made it difficult to use the gym, people began training at home. As a result, the home training market has grown, and the demand for massage guns is also increasing rapidly. However, for single-person households, which account for 30.1% of all households, massage guns are inconvenient to use. This is because the existing massage gun in the form of a pistol is an optimized design for massaging others. Triangle is a massage gun that extends the range of use by adding an angle-adjustable handle. Through this design, you can massage the areas where it was difficult to use the massage gun on your own, such as the luteus muscle, mitral muscle, hamstring, etc.

도아

김정훈 KIM JEONGHUN

"신체 절단, 기형, 지체장애 등으로 인해 도어락의 작은 버튼을 사용할 수 없는 신체적, 정신적 약자들을 위한 방향 입력형 도어락입니다." 우리 주변엔 다양한 환경에서 살아가는 신체적/정신적 약자들이 있습니다. 그들의 문화권은 생각보다 넓고 깊게 도태되어 있으며 보안과 같은 당연한 인권 조차 지켜지지 않고 있는 경우가 다수입니다. '특수교육, 한국 장애인실태조사'의 통계에서 쉽게 볼 수 있듯 매해 등록되는 장애인의 수는 증가하고 있습니다. 그에 비해 신체적, 정신적 장애인의 특수성을 반영한 제품, 서비스는 미비한 상황입니다. 사용자는 자신이 설정할 비밀번호를 입력한 후 사용할 수 있습니다. 금고의 비밀번호를 맞추듯 순서에 따른 각 방향을 입력해야 올바른 비밀번호를 입력하는 방식입니다. 간단하지만 강력합니다. 처음부터 끝까지 유심히, 자세히 순서 와 방향을 외워야 비밀번호를 알 수 있습니다. 신체적 약자 뿐만 아니라 신체적 장애를 가진 사람도 사용할 수 있는 유니버셜의 개념을 담은 doa는 다양한 감각을 동원, 사용자가 누구든지 사용하기 쉽고 제품에 다가가는 거리감을 좁혀주어 간단하지만 삶의 건강한 영향을 끼칩니다.

doa

It is a directional door lock for the physically and mentally disadvantaged who cannot use small buttons on the door lock due to body amputation, deformity, and physical disability. There are physically and mentally weak people living in various environments around us. Their culture is wider and deeper than expected, and of course, security. In many cases, even human rights are not observed. As can be easily seen in the statistics of "Special Education, Survey on the Status of Persons with Disabilities in Korea", it is registered every year. The number of people with disabilities is increasing. On the other hand, for the physically and mentally disabled, Products and services reflecting specificity are insufficient. The user can use it after entering a password to set. The password of the safe. As if you are correct, you have to enter each direction in order to enter the correct password. It's simple but powerful. From the beginning to the end, you have to memorize the order and direction in detail. You can know the password. It's used not only for the physically weak but also for people with physical disabilities. Doa, which contains the concept of universal, uses a variety of senses. It's easy for users to use and the distance to approach the product. It narrows down and has a simple but healthy impact on life.



트윈

박성채 PARK SUNGCHAE / 최현준 CHOI HYEONJUN / 김경오 KIM KYEONGOH

TWIN은 식기세척기와 음식물 처리기가 결합된 제품입니다. 제품의 전반적인 컨셉은 식사를 마친 후 설거지를 하고 음식물을 따로 처리해야 하는 과정을 최소화시키는 제품입니다. 상단에 위치한 식기세척기와 하단에 위치한 음식물 처리기를 통해서 식사 후 설거지, 음식물 처리 등의 복잡한 과정을 최소화할 수 있습니다. 현재 가전제품의 트렌드로 비슷한 기능을 하는 제품들이 하나의 제품으로 결합되어 디자인의 심미성을 높이며 기능적인 측면에도 사용성을 높일 수 있습니다. TWIN 또한 주방에서 사용하는 2개의 제품을 하나로 결합하여 사용자에게 편리성과 심미성을 동시에 추구하는 제품 디자인입니다.

TWIN

TWIN is a combination of dishwasher and food processor. The overall concept of the product is to minimize the process of washing dishes and handling food separately after finishing the meal. The dishwasher located at the top and the food processor located at the bottom minimize complicated processes such as washing dishes after meals and handling food. Current trends in home appliances combine similar functional products into a single product to enhance aesthetic design and usability. TWIN is also a product design that combines two products used in the kitchen and pursues convenience and aesthetics at the same time.



암모나이트

이창중 LEE CHANGJUNG

암페어와 암모나이트가 합쳐진 이름을 뜻하는 A-monite는 이동식 전기차 고속 충전기 입니다. 고정식 전기차 충전기로 인한 내연 기관 자동차 이용자들과의 주차 갈등과 기존 휴대용 전기차 충전기의 완속충전 밖에 되지 않는 점, 전기차 충전기 케이블 정리가 힘든 점을 보완한 제품입니다. 건물이나 주차장에 설치된 거치대에서 공용으로 꺼내 쓸 수 있게 하였으며, RFID인식으로 충전기를 작동할 수 있게 하였습니다. 바퀴가 있고 내장된 핸들을 꺼낼 수 있어 끌고다니기 쉬우며, 내부에는 릴케이블이 들어있어 충전단자 케이블 정리를 쉽게하고 밖으로 돌출된 케이블이 없어 깔끔한 디자인이 가능하고 적당한 길이만 꺼내 사용 할 수 있습니다. 또한, 기존 휴대용 충전기와 다르게 고속충전이 가능하여 시간을 절약할 수 있습니다.

A-monite

This product for parking conflicts with internal combustion engine car users due to fixed electric car chargers, the fact that existing portable electric vehicle chargers are only fully charged, and the difficulty in organizing cables for electric car chargers. It is available for public use from the stand installed in the building or parking lot, it is easy to drag around because it has wheels and a built-in handle can be taken out. Inside, reel cables make it easy to organize charging terminal cables and there is no cable protruding outwards, enabling a neat design and only the right length can be taken out. Also, unlike conventional portable chargers, fast charging is possible, saving time



웨이터 전자레인지

이기림 LEE KEEREEM

전자레인지에 음식이 담긴 그릇을 넣을때 항상 사용자는 허리를 숙여서 내부를 들여다보고, 전자레인지 내부의 원형유리판의 가운데 그릇을 놓는다. 또한 음식이 조리되고 있는 과정을 점검하기 위해서 정면에 있는 유리로 내부를 보기 위해서도 허리를 숙여야 하는 액션이 발생한다. waiter 전자레인지는 원형유리판이 전자레인지의 문에 위치하고 있다. 따라서 문을 열고 허리를 숙이지 않아도 음식을 원형유리판 중앙에 쉽게 놓을 수 있고 데워진 뜨거운 음식도 편하게 꺼낼 수 있다. 허리를 숙여서 전자레인지 내부를 확인 해야 했던 기존의 전자레인지와 다르게 내부를 확인할 수 있는 유리가 사용자의 시선쪽으로 크게 디자인 되어 있기 때문에 허리를 숙이지 않고 전자레인지 내부에서 조리되고 있는 음식을 편하게 확인할 수 있다. 웨이터가 손에 올리고 있는 음식을 건네주는 모습이 전자레인지와 오버랩 되는 이미지라서 네이밍을 waiter로 지었다.

waiter microwave oven

When putting a bowl of food in the microwave oven, the user leans down to look inside and places the bowl in the center of the circular glass plate inside the microwave oven. There is also an act of bending down to see the process of food being cooked. A round glass plate is located on the door of the microwave oven. You can easily put food in the center of a round glass plate without opening the door and bending down, and you can take out heated food comfortably. Unlike conventional microwave ovens, which had to be bent down to check the inside of the microwave oven, it is easy to check cooked food in the microwave without bending over. It was named waiter because the image of the waiter handing over the food in his hand overlaps with the microwave oven.



XYZ – 인아웃 투웨이 전기자전거

김지은 KIM JIEUN



최근 도시화 및 환경 오염이 심각해지며 전 세계는 보다 친환경적인 퍼스널 전기 모빌리티 시장에 주목한다. 그러나 이러한 제품들은 부피가 커서 보관이 어렵고 배터리를 수시로 충전해줘야 하는 번거로움이 있다. 이러한 문제점을 보완하여 폴딩이 가능해 작은부피로 보관하며 번거로운 충전방식에 재미를 주는 제품을 제안한다. XYZ는 실내에서 거치대로 고정하여 운동하며 배터리를 충전한다(Y모드). 그 후 충전된 배터리로 실외에서 주행하는 방식이다(X모드). 또한 폴딩이 다양한 방식으로 가능해 사용하지 않을 때에 보다 작은 부피로 보관 및 이동이 가능하다(Z모드).

XYZ – In Out Two Way Electricity Bike

Recently, urbanization and environmental pollution have become serious, The world is paying attention to the eco-friendly personal electric mobility market. However, these products are difficult to store due to its volume and has the hassle of having to charge the battery frequently. To solve this problem, we propose a product that can be folded and stored in small volumes and gives fun to cumbersome charging methods. XYZ works out indoors by fixing it with a cradle and charging the battery (Y mode). It then drives outdoors with a rechargeable battery (X mode). Folding is also possible in a variety of ways, allowing storage and movement in smaller volumes than when not in use(Z mode).

레인지 팝

이혁진 LEE HYUKJIN / 전성원 JUN SUNGWON / 조남덕 JO NAMDOC /
김혁재 KIM HYUKJAE / 박현재 PARK HYUNJAE



전자레인지 사용시에 전면과 우측에서 주로 발생하는 전자파 걱정을 덜기 위해 상단 팝업 오픈 방식을 적용하여 전자파 노출과 걱정을 최소화하고 동시에 주방공간의 새로운 조형과 사용성을 제공하는 신개념 전자레인지 "RANGE-POP" 요리를 넣은 트레이가 내려가서 닫히는 사이에 거리를 둘 수 있어 자연스럽게 전자파와 멀어질 수 있으며, 요리가 끝난 후 자동 팝업 되어 요리를 손쉽게 꺼낼 수 있습니다. 상단에 있는 전자저울과 착탈식 칼라 트레이는 요리과정에 편리함을 제공하며, 전면 대화면 LED 디스플레이는 요리시간, 시계, 전자저울 정보를 확인하는데 있어 탁월한 시인성을 제공합니다.

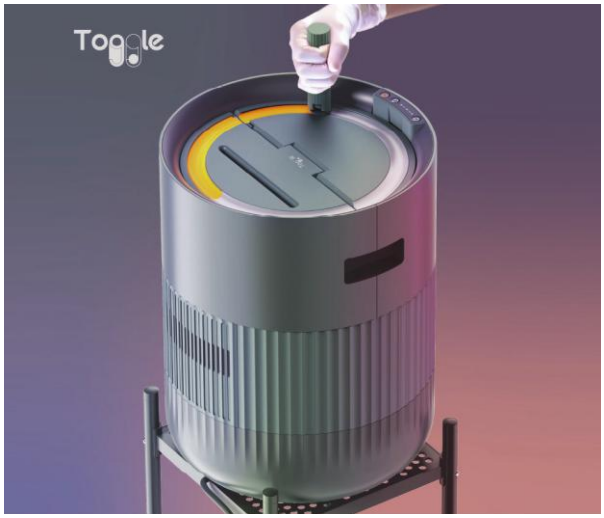
RANGE POP

A new concept microwave oven "RANGE-POP" that minimizes exposure to electromagnetic waves and worries by applying a pop-up open method at the top to reduce concerns about electromagnetic waves mainly generated from the front and right sides when using a microwave oven. You can keep a distance between dishes going down and closing, so you can naturally get away from electromagnetic waves, and it automatically pops up after cooking is finished, so you can take out the dishes easily. The electronic scale and removable color tray at the top provide convenience for the cooking process. The front screen LED display provides a variety of information with high visibility.

토글

박병규 PARK BYEONGKYU

Toggle(토글)은 쾌적한 지속가능성을 지향하는 음식물 처리기다. COVID19로 인해 쾌적한 주거 환경에 대한 욕구는 증가했다. 반면 벌레가 꼬이는 음식물 봉투, 수거일 전까지 방치되는 폐지 쓰레기는 집안의 골칫거리이다. 또한 대중들은 배달 서비스 이용이 늘고 음식물 쓰레기와 일회용품 발생량이 증가하면서 쓰레기 변화를 크게 체감하고 있다. 나아가 탄소 배출 등 환경 영향도 우려되고 있다. Toggle(토글)은 폐지류와 음식물 쓰레기를 한 번에 처리할 수 있다. 그와 함께 음식물이 퇴비화되지 못하고 일반 쓰레기로 버려지는 기존 제품의 문제점을 개선했다. 음식물 퇴비화 과정에서 톱밥을 사용하는 것에서 착안된 방식으로, 종이백, 컵홀더, 택배박스, 기름 묻은 종이 등을 활용함으로써 두 가지 골칫거리를 한 번에 해결하면서도 친환경적인 배출을 도모한다.



Toggle

Toggle is a food waste decomposer that aims at pleasant sustainability. due to pandemic, needs for a pleasant residential environment has increased. However, food waste with flies and neglected paper waste until collection date are a nuisance to home. Also, the public is feeling a change because the generation of food waste and disposable products has increased. Toggle can dispose of paper and food waste at once. It also improved the problem of existing products that food isn't composted and just thrown away as general waste. This method was devised from the use of sawdust in the process of composting. By utilizing paper, Toggle solves two problems, and promoting eco-friendly emissions.

aria

이시경 LEE SIGYEONG

공간 효율을 위한 공기청정기 – 아리아는 공간 효율을 위해 다양한 방식으로 거치할 수 있는 공기청정기이다. 세워서 사용하거나 천장에 매달아 사용할 수 있다. 바닥에 놓을 공간이 부족할 때 커튼 봉이나 조명 설치대에 매달 수 있다. 전체적인 조형은 인테리어에 조화로울 수 있도록 조명갓에서 영감을 얻었다. 컨트롤러는 탈부착이 가능해 매달아 사용할 때도 용이하게 조작할 수 있다. 컨트롤러로 전원, 모드, 스피드와 예약 시간을 제어할 수 있다. 컨트롤러는 제품 상단부에 자석으로 연결되어 있어, 탈부착이 가능하다. 매달아 놓거나 멀리 있어도 제품을 조작할 수 있다.



aria

Air purifier for space efficiency – Aira is an air purifier that can be mounted in various ways for space efficiency. It can be used upright, or it can be hung from a ceiling such as a window. The controller is detachable, so it can be easily operated even when suspended. The controller can control power, mode, speed, and reservation time. The controller is connected to the upper part of the product with a magnet, so it can be attached or detached. The product can be manipulated even if it is hung or far away. When there is not enough space to put it on the floor, it can be hung on a curtain rod or a track light fixture. The form of the product was inspired by the lampshade.

쉐어냉장고

노자영 NOE JAYOUNG / 박사언 PARK SAUN

1인 가구가 급증하며, '공유주택' 또한 새로운 라이프스타일로 자리잡고있다. 그러나 현재 공유주택의 냉장고는 칸을 모호하게 나눠 위생과 오염에 취약하다. '쉐어냉장고'는 지문인식으로만 개인칸을 열 수 있어, 개인의 프라이버시와 위생을 지킨다. 개인칸은 2L 물병이 들어가는 메인칸과, 달걀, 요거트 등 작은 물건을 넣는 서브칸으로 구성되어 편리하게 식재료를 보관할 수 있다. 또한, 식재료는 소분해 입주민끼리 공유하는 '공유칸'이 있다. 공유 음식은 밖에서도 잘 보이는 전시매대 형태로 되어있다. '공유칸' 옆의 '포장서랍'에서는 음식을 비닐백에 담아 밀봉 혹은 진공포장하며 적절한 유통기한을 프린트한다. 어플로는 음식 구매시의 사진과 구매한 장소, 날짜, 공유한 사람 등의 더 자세한 정보를 얻을 수 있다.

sharing refridgerator

As the number of single-person households is rapidly increasing, 'shared housing' appeared as a new lifestyle. However, refrigerators in their kitchens are vulnerable to sanitation and contamination. The 'Sharing-refrigerator' can protect personal privacy and hygiene by opening 'individual sections' only with fingerprint recognition. You can share food in 'sharing-section' and residents can read the QR code on each zipper bag to check the details. This QR code can be printed with the 'packing section'. You can seal or vacuum pack the food and enter the photos of food, place of purchase, and date you bought and app can help you to print the appropriate expiration date for each food.



와르르

심소정 SHIM SOJEONG / 박성우 PARK SUNGWOO / 김혜림 KIM HYERIM /
이호정 LEE HOJUNG

식품 배송의 빈도수는 높아지고, 주기는 점점 짧아지고 있습니다. 한 달에 한 번 차를 끌고 대형마트에 가는 모습은 점차 보기 어려워지고, 대신 소량의 식품들이 매일 아침 집으로 배달되고 있죠. 일상적 식품구매가 증가하는 만큼 정리라는 반복노동 역시 증가할 수밖에 없습니다. 배달은 기사님이 다 해주는 거지만 진짜 고통은 아침마다 뜯고, 정리하고, 냉장고에 채워 넣는 것 아닌가요? 내일 먹을 한 끼 정도는 매일 주문하는 '매일장(每日場)' 시대. 정리의 기준도 바뀌어야 합니다. 지금까지 일반적인 냉장고는 많은 양의 식품을, 오래오래 보관하는 것에 집중해왔습니다. 하지만 당일 혹은 익일소비가 일상화되고, 한 번에 주문하는 양도 하루 이틀에 걸쳐 소비할 수 있을 만큼 작아진다면 어떨까요? 냉장고가 그 본질에 조금 더 집중할 수 있도록, 새로운 역할을 담당하는 스토리지가 필요합니다. 와르르(warr)는 '정리 없는 신선생활'을 지향하는 현관형 내츄럴 스토리지입니다. 신선식품을 들고 주방까지 가기가 귀찮다면, 현관에서 바로바로 식품을 보관하세요. 끝도 없이 쌓여있는 반찬통 사이로 음식들을 밀어 넣는데 지쳤다면, 편하게 툭- 던져넣는 것으로 정리를 대신해보세요. 매일 아침 현관에서 시원한 커피를 들고 나갈 수도, 지금 당장 요리할 재료들만 쏙쏙 골라 담아 주방으로 가져올 수도 있습니다.

WARR

The frequency of food delivery is increasing and the cycle is getting shorter. It's getting harder to see people drive a car to a supermarket once a month, and instead, a small amount of food is delivered home every morning. As daily food purchases increase, repetitive labor to organize purchased products is also bound to increase. The delivery man delivers it, but it's really hard to open, organize, and fill the refrigerator with the delivered goods every morning, right? The era of everyday markets where you order every day in advance for a meal to eat tomorrow. The criteria for organizing should also be changed. Refrigerators have been focusing on storing large amounts of food for a long time. But what if day-to-day consumption becomes a routine and the amount ordered at once becomes small enough to be consumed over a day or two? We need a storage that could take a totally different role. Wa,rr is a natural storage behind your front door, aiming 'war against arrangement'. If you're not willing to move your groceries to kitchen, just leave them at your front door. If you're tired of cramming foods into your fridge, toss them comfortably to it. Set new rules for new lifestyle, and explore new way of living.



프레시 큐브

박민혜 PARK MINHYE / 이명훈 LEE MYEONGHOON / 최헌정 CHOI HEONJEONG / 전성원 JEON SEONGWON

프레시 큐브(FRESH CUBE)는 과일을 신선하게 보관하고 이를 세척, 건조까지 진행하여 취식하는 곳까지 자유롭게 이동 가능한 신개념 식재료 세척보관기이다. 과일 전용 관리기인 프레시 큐브는 습기와 해충 등의 외부 요인에 취약한 실온 보관의 단점과 과일에 맞지 않는 저온 및 낮은 습도의 환경을 지닌 냉장 보관의 단점을 보완할 수 있는 단독 전자제품의 형태로 제작되었다. 프레시 큐브는 어디든 이동 가능한 투명 포켓에 과일을 담아 깨끗하고 쾌적하게 관리되는 모습을 사용자가 실시간으로 모니터링 할 수 있으며, 상단 원터치 컨트롤판넬로 과일 보관 및 세척과 관련된 핵심 요소를 빠르게 컨트롤 할 수 있다. 이후 과일을 취식하기 직전에는 하단의 과일 세척기를 사용하여 표면에 묻은 화학 첨가물이나 먼지 등을 깨끗이 씻어내고, 물기를 건조한 뒤 포켓 그대로 원하는 장소로 옮길 수 있다. 프레시 큐브는 위생과 안전이 중요시되는 21세기에 새로우면서도 심미적인 관리 방식을 제안한다.



FRESH CUBE

FRESH CUBE is a new food ingredient washing storage device that can store, dry and carry a fruits more freshly. It is made as a single appliance that can compensate for a shortcomings of room temperature storage(weak to moisture and pests) and refrigerator(low temperature and low humidity). It also allows users to monitor clean and pleasant management and controls key elements related to fruit storage and cleaning. Then, the fruit washer at the bottom can be used to cleanse chemical additives or dust on the surface, dry it with wind, and move it to anywhere. FRESH CUBE proposes a new and aesthetic approach to management in the 21st century, where hygiene and safety are important.

스토크

구동재 KOO DONGJAE / 구자영 KOO JAYOUNG

코비드19 유행 이후, 사람들은 실내요리의 단조로움을 매일 반복합니다. 스토크는 외출하지 않고도 야외의 조리과정을 집에서 할 수 있는 가전제품입니다. 스토크는 사용자에게 새로운 즐거움을 선사하기 위해 다른 종류의 조리 방법을 선택했습니다. 상부 그릴과 하부 오븐으로 구성되어 있어 두 곳에서 동시에 조리할 수 있습니다. 집 안 어디에 있든, 어떤 메뉴가 있든 상관 없이, 스토크는 가족들이 함께 요리하고 먹는데 참여할 수 있는 시간을 만들 것입니다.



STOKE

After the COVID-19 pandemic, people repeat the monotony of indoor cooking every day. Stoke is a home appliance that allows you to cook outdoors without going out. Stoke chose a different kind of cooking method to give the user new enjoyment. It consists of an upper grill and a lower oven, so you can cook in two places at the same time. Regardless of where you are in the house or what menu you have, Stoke will make time for families to cook and eat together.

플랜온

문지원 MOON JIWON / 공다은 KONG DAEUN / 구이진 KU UIJIN

플랜온은 날씨와 요일에 따른 평균적인 매출 빅데이터를 통해 신선한 야채를 재배할 수 있는 순환시스템의 소형 인도어팜이다. 전 세계적으로 선진국들은 인구의 증가, 이상 기후, 농업인구 감소 등으로 식량 수급에 대한 불안정을 겪고 있다. 또한 안전한 먹거리에 대한 수요도 점차 증가하는 추세이다. 야채 및 샐러드 판매 요식업계 매장에 설치하여 사용함으로써 당일 판매되는 양만큼 준비하여 언제나 신선한 최상의 야채를 안전하게 제공 할 수 있다. 이로써 버려지는 야채와 싱싱한 야채 수급의 문제점을 보완하며 매장에서 일주일 양의 야채를 직접 재배하여 지속가능한 작물 재배를 지향하고 환경오염 요소 최소화 및 안전한 먹을거리 배급이 가능하다. Ui 시스템을 통해 관리자에게 남은 야채의 양과 날씨와 요일에 따른 매출 빅데이터를 제공해 신선한 야채를 재배할 수 있도록 하고, 소비자에게는 오늘의 야채, 오늘의 샐러드 정보를 제공한다. 또한 제품의 일부분을 투명한 유리로 설정하여 소비자에게 신선한 야채 재배 과정을 직접 보여주도록 의도했다. 제품의 좌측 아래에 작은 냉장고를 설치하여 야채 이외의 샐러드에 들어갈 부재료들을 보관할 수 있도록 하였고 야채 수확 후 바로 세척 할 수 있도록 싱크대도 냉장고 위에 설치했다. A타입과 B타입으로 나누어 매장의 크기에 따라 사이즈를 선택할 수 있도록 하였다.

Flen on

Flen on is an Indoor farm in a circulation system that can grow fresh vegetables through big data on sales depending on the weather and day of the week. Developed countries around the world are experiencing instability in food supply and demand due to population growth, abnormal climate, and a decrease in the agricultural population. Vegetables and salads are available in restaurants, and fresh vegetables can always be provided with the amount sold on the day. It aims to grow sustainable crops, minimizes environmental pollution elements, and distributes safe food. It provides information to users and consumers through the Ui system. It also shows the vegetable cultivation process directly by setting parts of the product as transparent glass. A small refrigerator was installed in the lower left corner of the product to store ingredients for salads other than vegetables, and a sink was also installed on the refrigerator so that they could be washed immediately after harvesting vegetables. It was divided into Type A and Type B so that you can choose the size according to the size of the store.



멀티베이터

서정호 SEO JEONGHO

기존의 경운기와 같이 다양한 기능을 하나의 모듈에 장착하여 사용하는 방식을 택함. 전기 기반의 경운기이며, 내연기관의 복잡한 구조가 전기구동 방식으로 인해 단순해지면서 얻는 구조적 장점을 최대한 살림.

MULTIVATOR

The method of fitting various functions into one module, such as a conventional cultivator, is chosen. It is an electricity-based cultivator and maximizes the structural advantages of the complex structure of the internal combustion engine as it is simplified due to the electric operation method.



세이프 이베큐에이션

한송이 HAN SONGYI

이 제품은 지진 발생 시 대피 과정에서 사용하는 보호 도구이다. 지진이 발생하면 가장 먼저 신체를 보호하기 위해서 책상 밑에 들어가고 이후 지진이 잦아들면 대피를 하게 되는데 이때 책상에서 나오면서 바로 사용이 가능한 보호 장비가 필요하다. 이에 회사나 학교 또는 가정에서 책상 밑에 부착해두고 지진이 발생하면 언제든지 간편하게 사용할 수 있는 safe evac을 디자인 하였다. 지진이 발생하면 책상 밑에 부착된 제품을 떼어내어 볼록한 면이 바깥을 향하게 쥐고 안쪽으로 꺾으면 즉각적으로 공기가 주입된다. 이후 에어튜브의 오목한 부분에 머리를 대고 대피하면 되는데 특히 safe evac의 에어튜브는 top view에서 봤을 때 6각형 모양으로 손이나 어깨 등 노출되는 신체부위를 최소화 한 것이 장점이다.



Safe evac

This product is a protective tool used during evacuation in the event of an earthquake. When an earthquake occurs, we go under the desk first to protect the body, and when the earthquake subsides, it is necessary to have a protective equipment that can be used immediately after getting out of the desk. When an earthquake occurs, take off the product under the desk. Air is immediately injected when you lift it towards the convex side facing outside and turn inwards. Afterwards, you can put your head under the concave part of the air tube and evacuate. In particular, Safe evac's air tube has a hexagonal shape from the top view, minimizing exposure to body parts such as hands and shoulders.

알약 칫솔

윤덕민 YUN DUKMIN

플라스틱 쓰레기가 많아지고 있습니다. 이 문제를 해결하려면 여러 방면에서 우리가 노력해야지만 환경오염을 줄일 수가 있다고 생각하는데 그중에서도 저는 우리 일상생활 속 우리가 익숙해져 버린 일상에서부터 바꿔가야 한다고 생각했고 많은 생활방식 중 하나인 양치질에 집중하기로 했습니다. 칫솔을 선택한 이유는 우리에게 엄청 익숙해져서 분리수거는 물론 칫솔과 관련된 문제점에 대해 심각성을 인지하지 못한다는 점이 있었고 실제로 칫솔은 3개월에 한 번 원칙적으로 교체해줘야 하고 이 이유로 플라스틱 쓰레기의 대량배출의 많은 원인 중 하나가 칫솔이라고 합니다. 어떻게 하면 칫솔을 원칙적으로 3개월에 한 번씩 바꿔 주면서 환경오염을 예방할 수 있을까 생각하다가 우리가 평소 챙겨 먹는 비타민이 생각났고 이 방법을 합쳐보자 하여 이 디자인을 만들게 되었습니다. 비타민을 필요할 때마다 꺼내서 먹듯이 칫솔의 전체가 아닌 칫솔모만 교체 주기 때마다 바꿔주면 플라스틱을 줄이는 데에 큰 효과를 보이겠다고 생각했고 교체하는 칫솔모의 소재를 옥수수 염분으로 만든 플라스틱 또는 대나무로 만든 칫솔모와 같은 친환경 소재로 만든다면 더욱더 우리가 걱정하는 플라스틱 쓰레기 배출에 긍정적인 영향력을 보여줄 수 있겠다 생각하게 되었습니다. 또한 새로운 교체 방식이 아닌 평소 우리가 비타민을 먹는 행동처럼 익숙한 교체방식이기에 사람들이 더욱더 익숙함에 속아 위기의식이 사라지더라도 자연스레 환경보호를 동참하는 행동으로 할 수 있다는 효과를 예상하고 있습니다.



a pill toothbrush

Plastic waste is increasing. To solve this problem, we have to try in many ways to reduce environmental pollution, but I thought we should change the familiar parts of our daily lives that we don't recognize, so I decided to focus on brushing our teeth, one of the many lifestyles. The reason why we chose a toothbrush is that we are not aware of the seriousness of related problems as well as recycling because it is just part of our daily lives. One of them is a toothbrush because of the principle of changing the toothbrush once every 3 months, I thought it would be very effective to reduce plastic if we changed the only toothbrush cap every time we need like we took vitamins also If we made it from eco-friendly materials such as cornstarch or bamboo toothbrush cap, we could show a more positive impact on plastic waste that we are worried about. In addition, it is not a new replacement method, but a familiar replacement method like our usual vitamin-eating behavior, so we expect that people will naturally join the environmental protection even if the sense of crisis disappears.

퍼피-사이드 업

고우정 KO WOOJUNG / 김은지 KIM EUNZY

반려동물을 단순히 집에서 키우는 동물로 보지 않고 가족의 일원으로 생각하는 가정이 늘면서 사람과 동일한 인격체로 대우하는 것을 뜻하는 '펫 휴머니제이션'이라는 단어가 등장했습니다. 이러한 인식이 대두되며 반려동물을 가족처럼 생각하는 '펫펨족' 역시 증가하고 있습니다. 그에 따라 반려동물과 함께 여행을 가고 싶어하는 펫펨족의 수요는 늘어나고 있으나, 이를 망설이게 하는 많은 어려움이 존재합니다. 이를 해결하기 위해 저희는 활동력이 많아 여행에 동반하기 좋은 강아지를 위한 강아지 캐리어인 puppy-side up을 제작하였습니다. puppy-side up은 위아래 양옆 모든 형태로 변형이 된다는 뜻을 담았으며 공간의 확장과 상황에 따른 변형이 가능하며, 안정감이 있고 이동이 용이하다는 점이 가장 큰 특징입니다. 이동할 때에는 자동차 카시트, 캐리어, 백팩, 홀드올의 4가지 형태로 사용가능하며 여행지에 도착시 등고선 구조를 활용해 강아지의 휴식 공간으로도 활용할 수 있습니다.



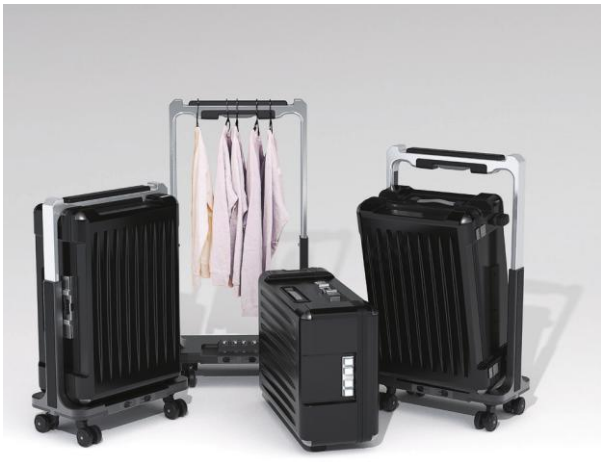
puppy-side up

Treating pets as the same person as humans is called "pet humanization" as more and more families think of them as members of the family rather than simply seeing them as domestic animals. As this perception grows, the Pet Fam Group, which thinks of pets as family, is also increasing. The demand for people who want to travel with their pets is increasing, but there are many difficulties that make them hesitate. To solve this problem, we made puppy-side up, a carrier for dogs. Puppy-side up means that it will be transformed into all forms on both sides, and its biggest characteristic is that it can be transformed according to the expansion and situation of the space, and it is stable and easy to move. When moving, it can be used in four forms: car seat, carrier, backpack, and hold all. When arriving at the destination, it can also be used as a dog's resting area by utilizing contour structure.

클라셋

오준서 OH JUNSEO

여행을 하다 보면 옷을 거는 행거나 옷장이 없는 숙소에서 지낼 때가 있습니다. 사업적인 목적으로 해외를 가는 사람이나 비행기 승무원들은 그들의 옷을 여행 용 가방에 보관하게 되는데 이로 인해서 그들의 정장이나 유니폼이 구겨진 채로 보관됩니다. 일을 하면서 의복이 중요한 그들에게 옷의 구겨짐은 상대방에게 부정적인 이미지로 나타날 수 있습니다. Claset은 이러한 문제점을 해결하고자 디자인 되었습니다. Claset의 아래의 버튼을 가운데로 모으고 여행 가방의 보관 파트를 제거할 수 있습니다. 손잡이 부분 또한 기존에 사용 할 때의 길이보다 더 늘릴 수 있습니다. 보관 파트가 제거된 프레임을 사용하여서 옷을 걸어서 보관 할 수 있습니다. 다림질 되어 있는 옷을 구겨지지 않게 유지하게 되고 그들의 일에 있어서 긍정적인 이미지를 상대방에게 보여줄 수 있습니다.



Claset

We sometimes face the place where we can't hang the clothes at the inn during our trip. Business purposes and flight attendants store their clothes in suitcases in this environment. This phenomenon causes them to keep their clothes wrinkled. This phenomenon is negative in their businesses, where clothes are important. You can delete the storage area by operating the key under Claset. You can also hang clothes on the frame and store them by removing the suitcase. Claset can be used to hang clothes on the frame by removing the suitcase. They can keep your ironed clothes as they are to express their positive image for business.

제로 : 논 터치 렌즈

오준식 OH JUNSIK

콘택트 렌즈를 통해 눈이 감염되는 문제는 꾸준히 발생된 문제이며, 현재 전 세계적으로 유행 중인 코로나 바이러스 감염증(COVID-19) 또한 눈과 접촉될 경우 큰 문제점으로 이어질 수 있습니다. 또한 콘택트 렌즈를 사용하는 사람들은 렌즈를 착용할 때마다 손 세척을 해야하고 렌즈용 집게를 세척해야 한다는 불편함을 느끼고 있으며 야외에서 렌즈를 착용할 경우 세척할 수 있는 상황이 아니라면 매우 난감할 수 있습니다. 위 제품은 이러한 문제점을 해결하는 논 터치 일회용 콘택트 렌즈입니다. 제로를 사용하는 사용자는 콘택트 렌즈를 더욱 위생적으로, 더욱 간편하게 착용할 수 있다는 이점을 가질 수 있습니다. 손과 렌즈용 집게를 사용하지 않기 때문에 렌즈를 착용할 때 간편하며 더욱 위생적이기 때문에 편리함과 위생을 동시에 가질 수 있습니다. 별도의 장치 없이 콘택트 렌즈 케이스를 활용하여 문제점을 해결했다는 점이 특징이며 편의성 또한 강조하여 경쟁력을 갖춘 제품입니다.



ZERO : Non touch lenses

The problem of eye infection through contact lenses is a constant problem, and corona virus infections (COVID-19), which are currently prevalent worldwide, can also lead to major problems if they come into contact with the eyes. In addition, people who use contact lenses are experiencing the inconvenience of washing their hands and washing lens tweezers whenever they wear lenses, so wearing lenses outdoors makes it very difficult if they cannot be cleaned. This product is a non-touch disposable contact lens that solves these problems. Users who use ZERO have the advantage of being able to wear contact lenses more hygienically and easily. they don't use hands and lens tweezers, they can have both convenience and hygiene because they are more hygienic when wearing lenses. It is a competitive product that solves problems and emphasizes convenience by using contact lens cases without separate devices.

크런치

윤소현 YOON SOHYUN

CRUNCH는 농업 체험에 유용하면서 동시에 자연과 환경을 배려하는 '친환경 어린이 농업 체험 키트'입니다. 대부분의 농업 체험 프로그램은 자연 친화적 교육을 주장하면서, 아이러니하게도 일회용 플라스틱 컵과 숟가락 등을 사용하는 아쉬운 모습을 보입니다. CRUNCH는 아이들이 자연과 가까워질 수록 환경이 오염되는 농업 체험의 문제를 해결하고자 농업부산물로 만든 체험키트입니다. CRUNCH는 농업 부산물을 소각하지 않고 압축 가공하여 만든 친환경·재활용 키트로, 체험이 끝나면 다 쓴 도구를 비스켓 처럼 부숴서 작물에 비료로 줄 수 있어 지속 가능한 체험을 유도합니다. 이처럼 CRUNCH를 통해 환경오염을 줄일 수 있고 농업 체험에서의 일회용품 사용을 줄일 수 있습니다. 그리고 아이들은 농업 부산물을 재활용해 만든 CRUNCH를 통해 친환경적이고 책임감 있는 소비를 배울 수 있습니다. 또한 CRUNCH는 아이들에게 친근하게 다가갈 수 있도록 비스킷을 모티브로 디자인하였습니다. 비스킷과 유사한 질감과 형태를 가진 점과 체험 종료 후 부숴서 비료로 활용하는 점까지, 농업 체험에 대한 아이들의 관심과 흥미를 기대할 수 있습니다.



CRUNCH

CRUNCH is a Eco-friendly Farming kit which children can learn to be considerate of the environment while experiencing farming. Most farming experience programs claim to support eco-friendly education, all the while using disposable plastic shovels and spoons. CRUNCH is an experience kit that solves this ironic problem and is made of agricultural by-products. Once the experience is over, the farming tool made of agricultural by-products can be ground up and used as fertilizer, promoting a sustainable recycling experience. CRUNCH can reduce the use of disposable products in agricultural experiences. And children can learn how to spend responsibly through CRUNCH.

현대인의 문방사우

박수지 PARK SUJI

서예의 필수 도구인 문방사우를 현대인들을 위해 디자인했습니다. 오래된 역사를 가진 만년필이 현대에 와서도 많이 쓰이고 있는 반면에 우리 선조의 선비정신이 깃든 문방사우는 준비과정이 복잡하고 편의성이 떨어지는 이유로 한정적인 범위에서 사용되고 있습니다. 일본에서 서도(서예)를 의무교육화하고 있고 현대에서는 악필 교정, 심신안정 등 서양인도 관심을 가질 정도로 서예의 중요성이 대두되고 있습니다. 각박한 생활 속에서 현대인들이 잠시라도 글쓰기의 즐거움을 느끼고 음미할 수 있다면 문방사우의 정신문화는 교육적·사회적 의미와 가치가 크다고 생각해 디자인하게 됐습니다. 전통문화를 현대문화에 접목하기 위해 문방사우를 책상 위에 올려놓고 일상에서 언제든 사용할 수 있도록 편의성을 높이는 데 집중했습니다. 옛날부터 탁자에 펼쳐서 사용해야만 했던 문방사우가 현대인들에게는 공간을 많이 차지하고 정리하기 힘든 부분이 있습니다. 전통의 멋을 살리면서 현대의 사용성도 얻기 위해 이전처럼 횡단으로 펼쳐서 사용하는 문방사우가 아닌 종단으로 쌓아서 사용할 수 있도록 했습니다. 종단배열은 공간을 차지하지 않을뿐더러 한 손으로 모든 도구를 들어 이동할 수 있습니다. 또한, 작은 사이즈로 휴대성이 좋고 마그네틱 붓을 쉽게 붓걸이에 붙였다 뗐다 할 수 있습니다. 때문에 기존의 붓 보관 방법을 현대적으로 따르면서 글씨를 쓰는 중간에 바닥에 내려놨다가 실수로 책상에 먹물을 묻힐 염려가 없습니다.

Moonbangsau for modern

Moonbangsau is a newly designed traditional calligraphy tool for modern people. While fountain pen with an old history is still widely used in modern times, Munbangnu, which has the spirit of our ancestors, is used only in a limited range due to its complicated preparation process and lack of convenience. Calligraphy is compulsory in Japan, and the importance of calligraphy is increasing in modern education to the extent that Westerners are also interested in the effects of handwriting correction and mental and physical stability. If you can feel the joy of writing even for a moment in your hard daily life, it is designed because the educational and social meaning and value of the spiritual culture of Munbangsau are great. In order to incorporate traditional culture into modern culture, we focused on improving convenience so that we can put stationery on our desks and use it at any time in our daily lives. Since it was a literary cow that had to be spread out on the table from a long time ago, it was difficult to occupy and organize a lot of space. In order to strengthen the beauty of tradition and secure practicality, I thought of a design that could be stacked vertically instead of horizontally spreading it. The vertical stacking method does not take up space, but can also move all tools with one hand. Also, it is small in size and portable, and you can easily attach and remove magnetic brushes. Therefore, while modernizing the existing brush storage method, there is less risk of accidentally inking while writing.



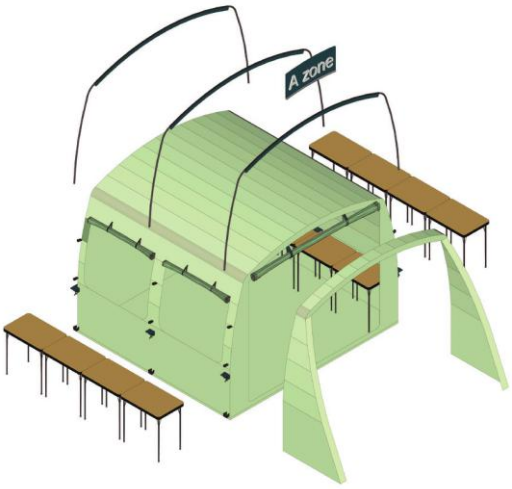
스쿨 쉘터

신혜조 SHIN HYEJO

학교 시설의 잉여 자원을 활용한 재난 시나리오 프로젝트 스쿨 쉘터는 학교 내 잉여 자원을 활용한 이재민 대피소의 텐트 모듈 디자인과 공간 구성 계획을 포함한 통합적 재난 시나리오 디자인 솔루션입니다. 최근 한국에 발생한 여러 자연 재난과 사회 재난 대피소의 열악한 환경을 향상시키고 이재민의 심리적 피해를 해결하고자 진행되었습니다. 기존 대피소에서 고려되지 않았던 학교 내의 잉여 자원(학교 책상과 의자, 교실, 체육관)을 텐트와 접목시켜 활용성을 극대화할 수 있는 텐트 디자인을 제시합니다. 더 나아가, 중앙의 구호 및 배급 공간을 둘러싼 주거 공간 배치 계획, 가족의 유형에 따른 세대별 배치 계획 등 효율적인 공간 운영 계획을 통해 효과적으로 재난에 대응할 수 있는 통합적 디자인 솔루션입니다.

Schelter(School Shelter)

Disaster Scenario Project utilizing surplus resources of school facilities Schelter(School Shelter) is a disaster scenario project that studies the tent modules and space composition of refugee shelters utilizing surplus resources in schools. The aim is to improve the neglected state of shelters and effectively restore the psychological damage of the refugees. The proposed tent design maximizes efficiency and feasibility by integrating surplus facilities in the school(desks, chairs, classrooms and gyms) with tents. Furthermore, it is an integrated design solution that can effectively respond to disasters through efficient space operation plans, including residential space layout plans surrounding relief supplies and distribution spaces and household layout plans according to family types.



회전하는 스쿱 스트레처

손지윤 SON JIYOON / 윤정환 YUN JEONGHWAN / 안영서 AHN YOUNGSEO

본 제품은 척추 손상 환자를 위한 회전형 보조 들것입니다. 소방 교육에 참여하며 접했던 scoop stretcher를 사용해본 경험을 바탕으로 환자와 구급 대원 모두가 안전하게 사용 가능하며 보다 신속, 용이하게 환자를 이동할 수 있는 제품으로 발전시키고자 하였습니다. 기존 scoop stretcher는 머리와 다리 쪽 잠금장치 모두를 해제하여 분리된 두 개의 판재를 각각 하나씩 환자의 몸 밑으로 밀어 넣어야 합니다. 최소 2인이 동시에 하나의 판재를 움직여야 하므로 기존의 제품은 scoop 단계에서 많은 시간이 소요됩니다. 구급 대원 인원이 적을 경우에는 더 많은 시간이 걸리게 되며, 환자를 신속하게 이동시키는데 어려움을 줍니다. 이 점을 개선하여 본 제품은 한 번의 잠금 해제 후 최소 1인이 곧바로 scoop 동작을 할 수 있도록 머리 판재와 중간 판재 사이에 회전축을 추가하였습니다. 이러한 회전축은 사용 과정을 줄여줄 뿐만 아니라, 회전축을 중심으로 몸통을 지지하는 판재를 환자의 몸 아래로 쉽게 끼워 넣을 수 있으며, 'scoop' 방식을 효과적으로 사용하여 척추 손상 환자의 척추 움직임을 최소화하는데 도움을 줍니다. 제품 사용 시 환자의 몸과 가장 먼저 닿는 블레이드 중앙 부분은 한국인의 인체 형상과 치수를 고려하여 여러 개의 프로토타입 실험을 통해 개발하였습니다. 이러한 형태는 기존의 제품보다 환부의 움직임을 적게 유발하면서 보다 적은 힘으로 환자의 몸 아래에 끼워 넣도록 도와줍니다. 손잡이 또한 국내에서 구급 대원이 사용하는 방식을 고려하여 2인과 3인이 사용하는 경우 모두에 적합하도록 하였으며, 들기 자세에서 손목 꺾임이 적은 형상으로 개발하였습니다.



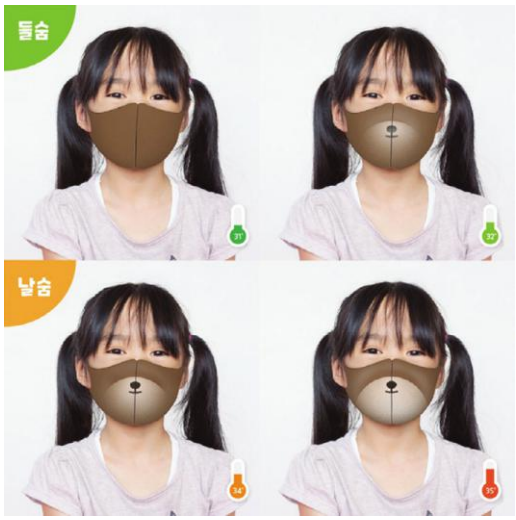
Rotate Scoop Stretcher

This product is a rotary auxiliary stretcher for patients with spinal cord injury. Based on the experience of using Scoop Stretcher, which I experienced while participating in firefighting education, it has developed into a product that can be used safely by both patients and paramedics and move patients more quickly and easily. The existing scoop stretchers had to release both head and leg locks and push two separate plates under the patient's body one by one. Therefore, since at least two people had to move one plate at the same time, existing products used to take a lot of time during the scoop stage. If there are fewer paramedics, it will take more time and it will be more difficult to move the patient quickly. By improving this point, this product has added a rotation shaft between the headboard and the intermediate plate so that at least one person can immediately scoop after one unlocking. Unlike the conventional scoop method using two locks, this product is designed by "scoop" method in which plates supporting the torso are inserted under the patient's body using one locking device and two rotating shafts under the head blade. The patient can be transferred to the main stretcher while minimizing movements of injured spine accordingly. In addition, it can be used by everyone and is the most used by analyzing the height and body pressure of Koreans.

시크릿 조이 마스크

김선준 KIM SEONJUN / 김민승 KIM MINSEUNG

코로나 19가 확산이 되면서 마스크가 필수가 되었고 코로나 뿐만 아니라 미세먼지나 황사가 심한 날에도 마스크는 사용되기 때문에 이제는 마스크와는 일상생활에서 필수품이 되었다. 그러나 성인들은 마스크가 불편해도 잘 참지만 어린 아이들 같은 경우는 조금만 답답해도 불편해하며 참기 힘들어 한다. 그래서 아이들이 불편함을 잊고, 조금 불편하더라도 마스크를 착용하고 싶어하는 마스크 디자인을 하였다. 숨을 뱉어낼때는 따뜻함에 외관이 변하고 숨을 들이마실때는 온도가 식어 다시 외관이 변하며 아이들이 좋아하는 동물의 하관을 마스크에 접목시켜 1차적으로는 보는 아이들에게 호흡 시 외관이 변화하는 점에서 흥미를 이끌고 재미를 주며, 2차적으로는 바뀐 외관이 동물의 하관이라는 점에서 추가적인 흥미를 제공한다. 일반 바이러스나 먼지의 차단만인 목적인 마스크가 아닌 아이들의 흥미를 이끄는, 마스크의 역할도 하고 장난감 역할을 하는 마스크를 디자인해 보았다. 마스크를 착용하고 놀때 장난감을 착용하여 논다는 느낌을 주어 불편하게 보임을 최소화 하였고 아이들로 하여금 착용하고 싶게끔 만든다.



Secret Joy Mask

With the spread of COVID-19, masks have become essential. However, in the case of small children, it is uncomfortable and unbearable even if it is a little stuffy. So, we designed a mask that allows children to forget the inconvenience and want to wear a mask even if it is a little uncomfortable. The appearance changes when breathing, and children's favorite animals are grafted onto the mask to provide additional interest. We designed a mask that acts as a mask and acts as a toy that attracts children's interest, not just for blocking general viruses or dust. While wearing a mask and playing, it feels like playing with a toy, minimizing the appearance of discomfort and making children want to wear it.

피더 앵클

신희상 SHIN HEESANG

현대인들의 바쁜 일상생활과 내원 치료를 병행하기에는 현실적 어려움이 존재. 움직이지 않는다면 근육 위축과 약화 혹은 관절 유착이 생겨 위험하기 때문에 환자 스스로가 적절한 재활 운동을 해야 함. 그래서 갑갑한 붕대와 깁스로 고정하는 것이 아닌 최소한의 부분만을 지지해주는 신발형 아이템을 고안 함. 근육 테이핑을 모티브로하여 환부 주위를 지지해주며 실내에서 환자 스스로 운동을 유도한 디자인.



Feather ankle

There are practical difficulties in balancing the busy daily life of modern people and inpatient treatment. If the patient does not move, it is dangerous to cause muscle atrophy, weakness, or joint adhesion, so the patient must perform appropriate rehabilitation exercises. So, instead of fixing it with cramped bandages and casts, we devised a shoe-type item that supports only the minimum part. A design that supports the area around the affected area with the motif of muscle taping and induces the patient's own exercise indoors.

2in1 모기포충기

박수연 PARK SUYEON

코로나 19의 장기화가 지속되면서 실내에만 있기 갑갑해 하는 사람이 늘고 일명 '코로나 블루'라는 신조어 까지 생기면서 많은 사람들이 힘들어 하고 있다. 이러한 답답함을 해소하고자 언택트 취미를 갖는 사람들이 생겨서 캠핑을 취미로 갖는 사람이 늘어났는데 여름마다 극성인 모기를 잡는것은 캠핑에서 아주 중요한 요소가 되었고, 여름 캠핑의 필수품인 모기 포충기와 전기파리채를 둘다 필요로 하지만 두개를 챙기면 짐이 늘어나는 문제를 발견하였다. 평소 전기파리채에 있는 전기망을 공유하는식의 모기 포충기를 생각하였고, 전기망을 공유하여 눈앞에 모기가 보일 때 바로 죽일 수 있도록 하고, 캠핑의 컨셉에 맞게 어디든 걸고 들고 다니기 쉽게 손잡이와 자연지형에서도 쉽게 세울 수 있도록 다리를 만들어 디자인하였다.



2in1 mosquito lamp

As the prolonged COVID-19 continues, more and more people are frustrated to stay indoors, and even the so-called "COVID-19 Blue" has been coined, causing many people to struggle. To relieve this frustration, more and more people camped in contactless hobbies, catching mosquitoes in summer became a very important part of camping, and both mosquito insecticide devices and electric fly swabs were essential for summer camping, but there was a problem of increasing luggage. I thought of mosquito insecticide devices that usually share the electric network in the electric fly swatter, and it is equipped with legs so that mosquitoes can be killed immediately when they are visible, and easy to carry anywhere for camping.

링고캐리어

서정은 SEO JUNGEUN

일반적인 캐리어 가방은 수납력에 중점을 둔 제품들이 주를 이루고 있습니다. '링고캐리어'는 기존의 캐리어 제품보다 이동 시 편의성을 향상시키고 특히 여행중 이동이 아주 용이한 형태로 디자인 된 제품입니다. 또한, 기존 캐리어 제품들은 가방의 하단에 4개의 바퀴를 사용하기 때문에 계단, 문턱, 도로 경계턱, 불안정한 노면(비포장도로) 등에 취약하다는 단점이 있습니다. 특히 어느 한쪽에 회전축에 가방의 무게가 가중될 경우 바퀴가 부러지는 현상이 발생하게 됩니다. 이에 대한 내구성과 이동 편의성에 대한 과제를 해결하고자 기획하게 된 제품이 바로 링고 캐리어 입니다. 링고 캐리어는 어떤 지대, 장애물에도 용이하게 이동하는 자동차, 자전거 등의 이동수단의 바퀴에서 모티브를 얻어 디자인 되었습니다. 원형 형태를 띈 캐리어 모형에 외면을 둘러싼 두개의 축(휠)을 형성하여 어떤 지형에서도 원활한 이동이 가능하며 장애물에 제품이 손상될 가능성이 매우 적습니다. 특히 계단, 바닥, 문턱 등에 파손될 위험이나 스크래치로부터 위험이 적습니다. 링고캐리어는 어떤 장소나 지형에도 구애받지 않고 이동이 가능한 여행용 캐리어입니다.



RINGO CARRIER

Other carrier bags are just for storing things. Ringo Carrier is designed to be more convenient for transportation than current carriers, especially when traveling. Also, existing carriers have four wheels below, which makes them uncomfortable to move on stairs, thresholds, road boundaries or unpaved roads. Especially, when the weight of the bag increases on either side, the wheel breaks. Ringo Carriers are designed with motifs from wheels of vehicles, such as cars and bicycles, which can easily travel in any terrain or obstacle. Two axes surrounding the exterior of the circular carrier allow smooth movement in any terrain and there is less risk of product damage due to obstacles. In particular, there is less risk of damage to stairs, floors, thresholds, etc. or from scratches. Ringo carrier is a travel carrier that can be moved regardless of location or terrain.

소아천식 환자를 위한 네블라이저

설동현 SEOL DONGHYUN

우리나라의 천식 진료 환자 약 61만 명 중 10세 미만의 환자가 약 42.9%를 차지하여 가장 많은 비율을 나타냈다. 하지만 현재 소아천식 환자들에게 없어서는 안 될 네블라이저는 아이들에게는 친숙하지 않고 투박한 디자인과 야외에서 사용하기엔 거부감이 드는 경우가 대다수이다. 기존 네블라이저와 차별화를 두어 아이들에게 친숙한 동물 캐릭터 형태의 디자인과 슬림한 형태로 아이들 손에 쉽게 잡히며, 천식에 꼭 필요한 네블라이저를 자주 잊어버리는 아이들 특성을 고려해 상시 가방에 걸 수 있는 열쇠고리 형태로 언제 어디서나 사용이 가능하도록 네블라이저를 디자인 하였다.



Nebulizer for children with asthma

Among about 610,000 asthma patients in Korea, patients under the age of 10 accounted for 42.9%, representing the largest proportion. However, the nebulizer, which is indispensable for children with asthma, is unfamiliar to children and has a crude design and is used outdoors. In most cases, it is reluctant to do it. I differentiate it from the existing nebulizer, considering the characteristics of children who often forget the nebulizer, which is essential for asthma. The nebulizer is designed so that it can be used anytime, anywhere in the form of a key ring that can be hung on a bag at all times.

600년전 메시지를 오늘의 우리에게 – 패션민화 와팬시리즈

백주현 BEAK JUHYUN / 이세하 LEE SEHA / 조은혜 CHO EUNHYE / 이은지 LEE EUNJI

대중의 꿈과 소망을 담은 행복한 그림 민화. 그중 꽃과 나무, 새와 동물들을 화려한 색감으로 그려낸 화조도는 다양한 길상吉祥(아름답고 착한징조)적 의미를 담는다. 바람을 가르며 날아오는 새는 우리에게 기쁜 소식을 물어다 줄 것 같은 설렘을 준다. 붉게 물들어 탐스럽게 피어오르는 모란은 부귀를 상징하며, 고양이는 인간과 가장 가까운 동물 중 하나로 축수祝壽(오래 살기를 빎)의 의미를 갖는다. 민화 속 친구들을 오늘의 우리에게 초대한다. 수가 놓아지는 실의 결들이 마치 새가 막 날아들고, 꽃이 피어오르며, 고양이가 우리에게 몸을 부비는 것 같은 생동감을 살려준다. 검은 매듭끈은 오늘의 초대에 그들을 더욱 돋보이게 한다. 그림을 걸어 놓음으로 집안에서 자연과 자유를 경험하고 꿈과 소망을 갖은 선조들의 메시지를 오늘의 우리에게 전한다. 보여지고 입기만하는 패션을 넘어, 소망의 메시지를 품고 행복과 자유를 경험하는 패션으로 600년 전 그들을 소환한다.



Deliver a message from 600 years ago to us – Patch of Goyangi/Jebi/Molan – ReMODERN MINWHA

The happy Minhwa(folk painting) contains the dreams and wishes of the public. The Hwajodo of flowers and birds describe flowers, trees, birds and animals in fantastic colors. They contain the meanings of beauty and goodness. A bird flying to us through the winds stirs the hearts of us, as we think the bird could bring us good news. The rising red bud of peony symbolizes wealth and cat is very close to humans. It indicates longevity. The paintings transfer the messages of our ancestors who had dreams and wishes to us. Beyond the fashion that is seen and worn, summon them 600 years ago with a message of hope and experience happiness and freedom.

트렌디 지팡이

편진석 PYEON JINSEOK

기존에 지팡이들은 트렌디한 노인들이 들기에는 지팡이를 짚기에는 나이나 몸 상태가 괜찮음에도 지팡이가 필요한 순간이 있습니다. 그 때 트렌디한 노인들을 위해 지팡이를 보다 심플하고 모던하게 디자인해 필요한 순간에 우산과 같이 버튼 하나로 접혀있던 지팡이가 펴짐으로써 순간순간에 사용할 수 있고, 지팡이에 사용자에 대해 조사를 하면서 나이가 많으신 노인분들도 사용하지만 나이가 비교적 젊은 노인들은 지팡이를 사용하기에는 나이가 많이 들어보이고 몸 상태가 안좋다고 느껴질까봐 지팡이가 필요한 순간에 지팡이를 사용하지 못하는 경우가 있습니다. 지팡이를 매번 사용할 수도 있지만 지팡이가 필요한 순간에 사용될 수 있는 지팡이를 디자인해보았습니다.



TRENDY CANE

Traditionally cane is old enough for trendy elderly people to hold it, but there are times when they need a cane even though they are in good physical condition. For trendy elderly people, the cane is designed simpler and more modern, so you can use it at the moment when you need an umbrella. While investigating cane users, older people use it, but young people are too old to use it at the moment they need it. I designed a cane that can be used every time, but can be used when needed.

Hook

조희수 JO HUISU

동묘시장은 모든 사물이 '가장 편한 방식'으로 사용되는 곳이다. 이 프로젝트는 동묘시장에서 사람들의 행위를 관찰하고 사물의 새로운 사용성을 발견하며 시작되었다. 그 중에서 '고리'는 상인들이 물건을 원하는 곳에 위치시키는 가장 편한 방법으로서 사용되는 점을 발견할 수 있었다. 사람들은 항상 광원을 기준으로 행동한다. 우리는 전등의 위치에 맞춰서 책을 읽고, 밥을 먹고, 모여 앉는다. 이는 때때로 우리에게 행동반경의 제약으로 작용한다. 도구로서 사용되어야 할 빛이 오히려 우리의 행동반경을 제한하는 아이러니를 해결하기 위해 동묘시장의 '고리'를 통해 새로운 빛의 개념을 제안한다. 'Hook'은 사용자가 광원에 행위를 맞추는 것이 아닌 사용자의 행위반경에 따라 광원의 위치를 옮길 수 있는 팬던트조명이다. Hook의 광원은 천장의 한 장소에 고정되어있지 않다. 사용자는 그저 손으로 집어 원하는 위치에 툭 하고 거는 간편한 행위로 상황에 따라 행위의 반경을 자유롭게 옮길 수 있다. 모든 파츠는 모듈로 구성되어있다. 공간의 크기에따라 사용자는 각 모듈을 더욱 길고 짧은 모듈로 커스텀하여 개인화가 가능하다. 프로토타입의 모든 부품은 실물로 제작되었으며 시보리공법, 파이프밴딩, 선반가공을 통해 저렴하게 생산 할 수 있다.



Hook

Dongmyo Market is a place where all objects are used in the "most comfortable way." This project began by observing people's behavior in Dongmyo Market and discovering new usability of things. Among them, it was found that the 'ring' is used as the most convenient way for merchants to place things where they want them. People always act on the basis of light sources. We read books, eat, and sit together according to the position of the lights. This sometimes acts as a constraint on the radius of action for us. We propose a new concept of light through the hook of Dongmyo Market to solve the irony of light that should be used as a tool rather limits our radius of action. "Hook" is a pendant light that allows the user to move the location of the light source according to the user's radius of action, rather than adjusting the action to the light source. Hook's light source is not fixed in one place on the ceiling. Users can freely move the radius of the action depending on the situation through simple actions hanging at the desired location. All parts are composed of modules. Depending on the size of the space, the user can customize each module into a longer and shorter module and personalize it. All parts of the prototype are made in real life and can be produced inexpensively through bending methods, pipe bending, and shelf processing.

새틀_다운

정하은 JUNG HAEUN / 박민정 PARK MINJUNG

코로나19로 재택근무가 보편화되면서 일과 육아의 균형을 맞추는 일은 더욱 쉽지 않아졌다. 더군다나 유치원에 갈 수 없는 성장기 아이들은 부모의 지속적인 돌봄이 필요하다. 이러한 상황에서 재택근무를 하는 부모와 아이를 위한 공간 활용 데스크 체어 'SETTLE_DOWN'은 부모가 의자에 앉아 업무를 보면서도 아이를 확인하며 교감할 수 있는 새로운 방식을 제안한다. 부모가 앉는 자리와 아이가 앉는 자리가 구분되어 있으면서도 하나로 이어져 있기 때문에 아이와 마주 보면서 자유롭게 사용이 가능하며, 의자 높이에 차이를 주어 부모와 아이가 눈을 맞추며 교감할 수 있도록 했다. 또한 아이의 안전을 위해 의자에 다리를 넣어 신체를 어느 정도 고정할 수 있도록 했으며, 아이가 자란 후에는 수납공간으로 이용할 수 있다. 재택근무로 육아와 일 모두를 집에서 해결해야 하는 사용자들은 settle down을 통해 자신의 일에 집중할 수 있는 공간과 사랑하는 아이를 가까이에서 케어할 수 있는 공간 모두를 가질 수 있다.



SETTLE_DOWN

With the generalization of telework due to covid-19, it has become more difficult to balance work and childcare. Moreover, growing-up children who cannot go to kindergarten need continuous care from their parents. In this situation, we propose a space utilization desk chair SETTLE_DOWN for parents and children working from home. The seats where parents sit and where children sit are divided into one, so they can be used freely while facing the child, and parents and children can communicate with each other eyes. Users who need to work from home both childcare and work can have both the space to focus on their work and the space to take care of their loved ones up close through SETTLE_DOWN.

효좌

조화림 JO HWARIM / 이유진 LEE YOOJIN / 변우석 BYEON WOOSEOK /
강서준 KANG SEOJUN

단 거리를 이동하는 노약자 분들을 위한 스탠딩 의자. 평균수명이 늘어남에 따라 고령화 사회는 심각해지고 이로 인해 법안들이 변경되고 있으며 지하철 무료승차를 허용하는 연령대를 65세에서 70세로 높인다는 대안이 나왔습니다. 지하철에 자리가 없을 경우 문 앞에 좌석팔걸이에 기대어 가는 모습을 흔히 볼 수 있습니다. 하지만 기대서 이동하는 승객들로 인해 맨 끝 좌석에 착석한 승객들은 다른 승객과 닿아 불쾌함을 느끼고 노약자석의 좌석도 객실당 12석 뿐입니다. 지하철을 이용하는 노약자분들 중 무릎 관절염으로 인해 짧은 거리는 서서 가시는 경우가 많습니다. 孝座(효좌)는 객실당 12석뿐인 노약좌석을 최대 28석까지 착석가능한 효과를 볼 수 있습니다. 그리고 다양한 승객들의 키를 고려해 최적의 각도 110° 로 누구나 편안한 착좌감을 느낄 수 있도록 디자인 했습니다. 우리나라 특성상 지하철 호선마다 구조적인 차이를 결합봉으로 모든 호선에 설치 할 수 있도록 했습니다. 노약자분들이 짐을 손에 들고 승차하시거나 바닥에 놓는 불편함점을 제품 측면에 내장 후크로 물건을 걸어 둘 수 있도록 디자인 했습니다. 孝座(효좌)는 문 앞에 입석해 이동하는 노약자, 승객들의 안정성과 편의성, 착석한 승객의 불쾌함을 최소화 한 "스탠딩의자"를 디자인 하였습니다.

hyoja

Standing chairs for the elderly and the weak who travel short distances. As the average life expectancy increases, the aging society is getting serious, and an alternative is to increase the age group that allows free subway rides. If there is no seat on the subway, it is common to see people leaning against the armrest next to the door. Passengers sitting on the far end of the seat are offended by the passengers moving on leaning, and there are only 12 seats per room for the elderly and vulnerable. Among the elderly and the weak who use the subway, they often stand a short distance due to knee arthritis. Hyoja can increase the number of old and weak seats, which are only 12 per room, up to 28. And considering the height of various passengers, it is designed so that anyone can sit comfortably at an optimal angle of 110°. The structural difference between subway lines in Korea was solved with a combined rod so that all lines could be installed without any problems. The inconvenience of the elderly riding or placing their luggage on the floor was also resolved by applying a built-in hook that allows them to hang objects on the side of the product. Hyoja has created a "standing chair" that enhances the stability and convenience of elderly and vulnerable passengers as they stand at the door and minimize the discomfort of seated passengers.



합:슴

이시경 LEE SIGYEONG

1인 가구를 위한 방석 스툴 합은 여러 개의 방석을 보관할 수 있는 스툴로, 혼자 사용하다가 사람들이 놀러오면 방석을 나누어 함께 앉을 수 있다. 방석을 빼도 스툴에 앉을 수 있도록 맨 위의 방석을 받치는 구조의 프레임으로 디자인했고, 방석 패브릭과 철 프레임을 톤온톤 컬러로 맞추었다.



hab:슴

Sitting cushion stool Hap is a stool that holds several sitting cushions for a single-person household. Usually, you can pile up cushions, but you can share them when people come to play. The steel frame supports the top cushion, so you can sit on the stool even if you remove the bottom cushion.

호라이즌

정시우 JEONG SIWOO

구급차를 이용한 임무 수행 중 가장 힘든 작업이 뭐냐는 질문에 많은 이들이 치료 행위 중 몸 흔들림이라고 답해 가장 많은 비율을 차지하고 있다. 흔들림을 잡아주고 메인 침대에 바이탈 체크기가 있어 의사에게 환자의 바이탈이 전송이 된다면 많은 시간들과 노동을 줄이게 될 것이다. 간이 침대와 메인 침대의 독립성을 없애고 탈 부착이 가능하게 하여 이동 과정을 최소화한다. 기존의 구급차와 연동이 될수 있도록 디자인 하여 효율성과 호환성을 높인다.



Horizon

When asked what is the most difficult task of performing an ambulance mission, many people answered that they are shaking among the treatment activities, accounting for the largest percentage. If you catch the shaking and have a vital checker on the main bed, the patient's vitals will be transmitted to the doctor, you will reduce the time and labor. The independence of the main bed and bed is removed and attaching/detaching is made possible and the movement process is minimized. In order to be connected with the existing ambulance it designs and the effectiveness and compatibility are enhanced.

K-SOFA

이동환 LEE DONGHWAN

한국 사람들은 소파 앞에 기대앉곤 합니다. 양반다리 등의 좌식문화가 익숙하지 않은 외국인들은 이를 신기하게 생각하기도 합니다. 한국인만의 독특한 소파 사용법을 하나의 콘셉트로 정하고 이를 유익하게 활용하는 방법을 고민했습니다. 소파 앞에 기대앉는 행위는 인체공학적인 불편을 초래하기도 합니다. 특히 장시간 마룻바닥에 앉아 있으면 엉덩이가 배기기도 합니다. K-SOFA는 이러한 문제점을 해결한, 자석 탈부착 장치의 접이식 구조의 2WAY 소파로서 사용자가 소파 앞에 기대앉는 상황에도 푹신한 착용감을 느낄 수 있습니다.



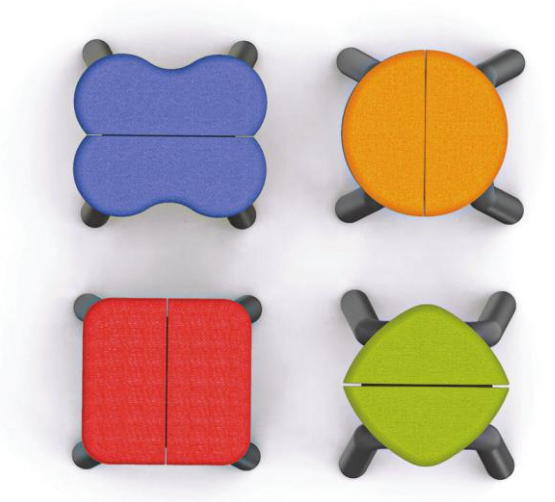
K-SOFA(KOREAN SOFA)

Koreans often sit leaning in front of the sofa. Foreigners unfamiliar with sedentary culture such as yangban-dari may find it strange. I decided on the concept of how Koreans use the sofa uniquely. And I thought about how to use it to its advantage. Leaning on the sofa can also cause ergonomic discomfort. Especially if you sit on the hard floor for a long time, your buttocks can be exhausted. K-SOFA has solved these problems. K-SOFA is a 2WAY sofa with a folding structure with a magnetic attachment and detachment device, so you can feel the soft fit even when you recline in front of the sofa.

블록스툴

강한성 KANG HANSEONG

실내 활동이 급증한 현시대의 밀레니얼z세대는 자신의 개성을 표출하기 위한 다양한 방법을 재택한다 취미, 학업, 운동 등 다양한 분야에서 자신만의 아이덴티티를 보여준다. 가구 또한 자신의 개성을 찾아 자신과 어울리는 가구를 골라 구입한다. 블록스툴(block stool)은 개개인만의 자세에 맞추어 커스텀하는 새로운 경험을 제시한다. 개인의 앉는 습관과 좋아하는 자세에 맞추어 탈착 가능하하며 그 조합은 다양하다.



block stool

The modern Millennium Z generation, which has seen a surge in indoor activities, has taken various ways to express its individuality. She shows her identity in various fields such as hobbies, schoolwork, and sports.Furniture also finds its own personality and chooses furniture that suits it. Block stool presents a new experience that customizes for each posture. It can be loaded and unloaded according to the individual's sitting posture and preference, and the combination can be varied.

이멀전시

장은석 JANG EUNSEOK

이멀전시는 축구 경기 중 발생하는 위급 상황 시, 부상당한 선수를 보다 신속하고 안전하게 옮기기 위해 들 것을 지탱하는 X자형 구조물과 자율 주행 모빌리티가 결합된 형태를 지닐 뿐만 아니라 체력 회복 등 선수에게 필요한 각종 음료, 식품, 물품과 더 나아가 비상 상황 시 사용할 수 있는 응급 의료 키트를 탑재할 수 있는 공간이 마련되어 있습니다.



Emergenxy

Emergenxy combines a stretcher-bearing X-shaped structure and self-driving mobility to move injured players more quickly and safely in the event of football matches, as well as there are containers for medical kits for players and beverage, food, supplements for recovery.

아이들을 위한 음악 홈스쿨링 브랜드 사운드브리즈

신효은 SHIN HYOEUN

사운드 브리즈는 자연 악기를 이용한 음악 홈스쿨링 브랜드입니다. 한국의 저학년 아이들의 음악 교육은 주로 대중적인 악기인 피아노, 기타, 바이올린 등과 같은 인기있는 악기들로 학습이 이루어집니다. 사운드 브리즈는 이런 주류악기들 외에도 다양하고 재미있는 악기들이 존재한다는 것을 알리고, 아이들에게 다양한 음악의 가능성을 보여주기 위해 기획되었습니다. 사운드 브리즈는 소리와 산들바람의 합성어로 '다채로운 흐름, 음악계에 부는 새로운 바람' 이라는 뜻을 가지고 있습니다. 로고 또한 사운드의 'un'을 연결하여 '흐른다'는 느낌을 주고자 하였습니다. 알파벳 'e'는 웃는 느낌으로 디자인하고 전체적인 그래픽 이미지를 아이들을 위한 브랜드임을 강조하였습니다. 사운드 브리즈 키트는 동화책 1,2권, 악기 사운드 칩, 애니메이션, 마을 지도 등으로 구성되어 있습니다. 우선 글씨가 적혀 있지 않은 애니메이션을 틀어주면서 아이들의 관심이 높입니다. 그 후에는 어른이 아이들과 함께 동화책을 읽으면서 각 페이지에 등장하는 악기들의 사운드칩을 누르고 소리를 듣습니다. 이런 과정을 통해 아이들은 낯선 악기에 관심을 가질 수 있고, 자신들의 음악세계를 더 넓힐 수 있습니다. 저는 사운드브리즈의 세계관을 구성하는것에 집중하였습니다. 아이들이 자신들과 비슷한 또래인 코이에게 몰입되어 같이 음악모험을 떠나게끔 하였고, 비주류 주류 나눌 것 없이 모든 음악은 평등하다라는 메세지를 강조하였습니다.



Children music home education Branding Sound Breeze

Sound Breeze is a music homeschooling brand for children. Korean music education mainly consists of popular instruments such as piano, guitar, etc. Sound Breeze is designed to inform children that there are interesting instruments and to show them the potential of various music. Sound Breeze is designed to inform children that there are various and interesting instruments in addition to these mainstream instruments and to show children the possibilities of various music. Sound Breeze is a compound word of sound and breeze, meaning "a variety of flows, a new wind blowing on music." The logo also wanted to make it feel "flowing" by connecting the "un" of the sound. The alphabet "e" is designed with a smile and emphasized that the overall graphic image is a brand for children. The composition of the Sound Breeze Kit includes fairy tale books 1-2, musical instrument sound chips, animation, and village maps. First of all, it improves children's interest by playing textless animations. After that, adults read fairy tales with their children, press the sound chips of the instruments on each page, and listen to the sound. Through this process, children can be interested in unfamiliar instruments and expand their music world. I focused on shaping the worldview of Sound Breeze. He emphasized the message that children are immersed in characters of their age similar to them and leave the music adventure together, that the music class is not shared, and that all music is equal.

친환경으로 가는 길, 레스 웨이스트

강승희 KANG SEUNGHEE / 송세영 SONG SEYOUNG

불필요한 쓰레기를 줄여나가는 레스 웨이스트 캠페인을 알리기 위한 캠페인 디자인이다. 레스 웨이스트란 내가 할 수 있는 일부터 시작해 바꿔나가는 것, 제로 웨이스트의 한 단계 낮은 버전으로 감당 가능한 범위 안에서 실천하는 캠페인이다. 상점이나 식당에 갔을 때 비닐봉지, 일회용 용기, 플라스틱 빨대 등을 거절하는 것은 큰 노력 없이도 일상에서 쉽게 실천할 수 있다. 이런 버려지는 쓰레기를 이용해 쓰레기로 인한 피해 동물, 식물, 업사이클링 제품을 만들어 디자인하고, 버리지 않고 매년 쓸 수 있는 만력과 생분해 핸드폰 케이스와 텀블러 등을 이용해 레스 웨이스트에 맞는 어플리케이션으로 구성하였다.



Less Waste

It is a campaign design to promote a Less Waste campaign that reduces unnecessary waste. Less waist is a campaign that starts with what I can do, changes it, and practices it within the range of being a lower version of zero waist. Rejecting plastic bags, disposable containers, and plastic straws when you go to a store or restaurant can be easily practiced in your daily life without much effort. Using these discarded garbage, upcycling products on the theme of animals and plants affected by garbage are designed to make biodegradable cell phone cases and tumblers that can be used every year without throwing them away, and it consists of applications suitable for Less Waste.

경기도어린이박물관 방문객을 위한 굿즈 그래픽 디자인 개발

민슬기 MIN SEULGI

우리나라 최초로 어린이를 위해 지어진 체험식 박물관인 경기도어린이박물관은 어린이들의 꿈과 호기심, 그리고 상상력을 키울 수 있는 다양한 전시물과 직접 체험을 통해 상호작용하며 스스로 배우고 알아가는 즐거움을 느낄 수 있도록 고안된 교육 공간이다. 체험전시 공간뿐만 아니라 자연체험, 주말 가족체험, 공연 등 어린이가 자연 및 예술과 자연스럽게 교감을 통해 잠재력을 발견하고 자기 주도적 학습을 할 수 있는 프로그램들이 제공되고 있다. 이를 모티브로 동·식물의 메타포와 알파벳을 결합한 다양한 그래픽 안을 개발하여 경기도어린이박물관의 굿즈로 제안하였다. 어린이들이 흥미를 느낄만한 동·식물 24가지를 소재로 선정하여 각 알파벳에 그래픽으로 적용하였으며, 박물관의 굿즈로서의 가치는 물론 어린이들이 흥미를 느낄 수 있는 시각적 메타포를 이용하여 알파벳 교육에도 활용 가능하다는 교육적 의의를 지닌다.



Development of Graphic Design for Goods for Visitors to Gyeonggi-do Children's Museum

In addition to exhibitions, the Gyeonggi Children's Museum offers programs that allow children to discover their potential and self-directed learning through natural and artistic communication, including natural experiences, family experiences and performances. Based on this motif, various graphics combining the metaphors and alphabets of animals and plants are developed and proposed as goods for the Gyeonggi Children's Museum. Twenty-four animals and plants that children would be interested in were selected and applied graphically to each alphabet, and they can be used for alphabet education using the value of museum goods as well as visual metaphors that children would be interested in.

슬로패션 그래픽 디자인 프로젝트

홍영기 HONG YOUNGGI / 유민지 YU MINJI

패션 산업은 의류 폐기물로 인해 환경오염 주범으로 지목되고 있다. 패스트패션 산업이 환경에 악영향을 끼치자 친환경 의류를 소비, 생산하는 일에 대한 관심이 커지고 있다. 이렇게 지속 가능한 소비, 가치 있는 소비를 실천해야 할 필요가 있다고 생각하여 천천히 느리게 바꿔 입는 슬로패션 프로젝트를 진행하고자 한다. 슬로패션을 알리고 참여하기 위해 '종이 재사용 캠페인'을 만들었다. 일상생활에서 자주 사용하는 카드지갑, 종이 홀더, 쇼핑백을 종이로 만들었으며, 쇼핑백은 다 쓰고 엽서로 재사용 할 수 있도록 제작했다. 자연과 관련된 패턴을 개발해 그래픽 이미지로 표현했고, 어플리케이션에 자연적인 펜화를 넣어 환경에 관심이 가도록 했다. 또한 슬로패션의 의미, 종류, 캠페인 등을 이미지와 타이포로 정리해 짧은 시간 내에 슬로패션을 알리고 흥미를 끌 수 있도록 하였다.



Slow Fashion Graphic Design Project

The fashion industry has been blamed for environmental pollution due to clothing waste. As the fast fashion industry adversely affects the environment, interest in consuming and producing eco-friendly clothing is growing. Feeling the need to practice sustainable and valuable consumption, he carried out a slow fashion project that changed slowly. To promote and participate in slow fashion, we created a "paper reuse campaign." Card wallets, paper holders, and shopping bags, which are often used in daily life, are made of paper and made for reuse. In addition, the meaning, type, and campaign of slow fashion were organized into images and typos to promote slow fashion and attract interest.

오늘 하루 운동 그래픽 프로젝트

조민지 JO MINJI

오하운(오늘 하루 운동)이란? 코로나 19시대에 부상한 트렌드중 하나로 '오늘 하루 운동'의 줄임말이다. 규칙적인 자기관리와 운동의 일상화를 통한 행복감과 자존감을 성취하려는 MZ세대의 성향이 반영되어져 있다. 이러한 MZ세대들의 특징을 고려하여 오늘 하루 운동 그래픽 프로젝트를 진행하였다. 총 41가지의 운동을 상체 하체로 나누어 2편의 책을 구성하였고 단순히 운동 순서 및 방법뿐만 아니라, 다양한 그래픽 표현을 이용하여 흥미를 더하였다. 또한 운동 순서 중간중간에 식이요법에 관련된 정보나 레시피 정보나 독자가 함께 참여할 수 있는 아트북적 요소를 주어 더욱 흥미를 더하였다. 이렇게 구성된 책과 함께 더불어 어플리케이션으로 오늘 하루 운동을 도와주는 페이퍼 아트, 웰빙푸드를 소개해 주는 아코디언북, 웰빙푸드 정보가 담긴 냅킨, 오늘 하루 운동 컵 홀더, 오늘 하루 비타민 패키지, 오늘 하루 운동 책상 달력을 제작 하였다. 또한 오늘 하루 운동 책 커버를 별도로 제작하여 책 커버를 펼쳤을때 1권 2권 각각 2022년 전체달력과 1달 운동 계획표로 사용할 수 있도록 제작하였다.



Your daily sporty life

What is Oh Haun? One of the trends that emerged during the covid-19 period is the abbreviation of 'Today's Exercise'. It reflects the tendency of the MZ generation to achieve happiness and self-esteem through regular self-management and the dailyization of exercise. Considering the characteristics of these MZ generations, we carried out a motion graphic project today. A total of 41 exercises were divided into upper body parts and two books were composed, adding interest not only in the order and method of motion, but also in various graphic expressions. Also, in the middle of the exercise sequence. Along with this composed book, we produced paper art that helps you exercise today, an accordion book that introduces well-being food, a napkin containing well-being food information, a vitamin package for today, and a desk calendar for today. In addition, today's exercise book cover was produced separately so that the first and second volumes could be used as annual calendars and monthly exercise schedules for 2022.

십장생 기념품 그래픽 디자인 : 장생불사를 표상한 10가지 물상

정예지 JEONG YEAJI / 김유진 KIM YUJIN

한국 전통 스타일은 올드하다는 이미지를 깨기 위해 십장생의 이미지를 현대적인 감각으로 재해석하여 표현하였다. 십장생도는 장생 불사를 표상한 10가지 물상으로 해, 산, 물, 돌, 소나무, 달 또는 구름, 불로초, 거북, 학, 사슴을 말한다. 십장생도에 대한 관심을 끌기 위해 물상을 결합한 것을 활용하여 다양한 머천다이징인 달력, 다이어리, 엽서, 우표, 연필, 메모지, 핀버튼, 책갈피, 안경닦이 등의 일상생활에서 사용되는 품목을 활용하여 접근성을 높여 우리나라 십장생이 가지고 있는 아름다움과 쓰임을 높이려고 하였다.



Ten Longevity Symbols Graphic Design: 10 object of Long Life

In order to break the image of old, the traditional Korean style reinterpreted the image of Ten Longevity Symbols with a modern sense. Ten object statues represent the longevity of a Buddhist monk, consisting of mountains, water, stones, pine trees, moon or clouds, elixir plants, turtles, cranes, and deer. In order to attract attention to the Ten Longevity Symbols, various merchandising calendars, diaries, postcards, stamps, pencils, notepapers, pin buttons, bookmarks, glasses, etc. were used to increase accessibility and use of Korean Ten Longevity Symbols.

한글 부리 글꼴 보기집

이애리 LEE AERI / 김준영 KIM JUNYOUNG

디지털 한글 부리(명조계열) 글꼴을 시대적으로 분석하고 유의미한 여섯 가지 글꼴을 분석하여 책으로 엮었다. 글꼴은 디지털 화면 기술과 인쇄 기술의 발전에 따라 변화되는 글꼴의 특징을 잘 드러내는 'SM세명조, SM신신명조, SM태명조, Sandoll명조Neo1, 나눔명조, 본명조'로 선정 하였다. 한글에 관해 본격적인 연구가 시작된 것은 1900년 이후다. 이후 한국은 여러 전쟁을 겪으면서 문법 체계가 안정화된 것은 1988년이며, 디자이너 무리에서 글꼴에 관한 용어를 정리한 것은 1990년 무렵이다. 다시 말해 한글이 체계화된 것은 30년 정도 밖에는 되지 않았다. 그렇기 때문에 한글에 관한 연구는 다른 문자에 비하여 아직 부족하고, 연구를 위한 자료도 흩어져 있다. 이 책은 글자를 공부하면서 알고 싶었던 기초적인 한글의 원리부터 현재 자주 사용되는 디지털 글꼴이 가지고 있는 형태적 특성을 담았다. 글꼴의 기본적 정보부터 형태적 특징, 공간 분배, 글자의 균형, 중심점, 문장 이루기까지 여섯 가지 글꼴을 비교한다. 이를 통해 글자를 공부하는 사람으로 하여금 입문서가 되길 바란다.

Hangul Buri Type Specimen

Digital Hangul Buri Type(Serif) fonts were analyzed chronologically, and six meaningful fonts were analyzed to create a book. Fonts were selected as 'SM semyeongjo, SM ShinShinmyeongjo, SM Taemyeongjo, Sandoll Myeongjo Neo 1, Nanum Myeongjo, Noto Sans KR', which show the characteristics of fonts that change with the development of digital screen technology and printing technology. It was after 1900 that full-scale research on Hangeul began. Since then, Korea has stabilized its grammar system through various wars in 1988, and it was around 1990 that a group of designers organized terms related to fonts. In other words, it has only been about 30 years since Hangeul was systematized. Therefore, research on Hangeul is still remarkably insufficient compared to other characters, and data for research are scattered. This book contains the basic principles of Hangul that I wanted to know while studying letters, as well as the morphological characteristics of digital fonts that are currently frequently used. Through this, I hope that those who study letters will be introductory books.



2050 잡화점

정우진 JUNG WOOJIN

2050 잡화점은 이전에는 필수품이 아니었지만 현재는 필수품이 되어버린 마스크처럼 30년 후 미래에는 환경의 변화로 인해 지금은 존재하지 않는 물건이 우리 주변에 생겨날지도 모른다는 발상으로 시작된 프로젝트입니다. 데이비드 월러스 웰스의 저서 <2050 거주 불능 지구>에 착안하여 많은 전문가들이 지구 환경의 분기점으로 제시한 2050년을 상상하며 미래를 살아가는 데에 필요한 12개의 필수품들을 가상으로 판매하는 형식으로 웹 전시를 기획하였습니다. 2050 잡화점에서 판매하는 물품은 각각 토양, 해양, 대기 세 파트로 나누어 각 파트의 환경 문제를 대표하는 물건들로 구성했으며 레터링 포스터를 통해 물건들에 담긴 이야기를 관람자들에게 흥미롭게 전달하고자 하였습니다. 물건들이 만들어져 우리 주변을 자리하게 된 가상의 미래는 토양, 해양, 대기 세 부로 나눠 만들어진 2050년의 신문을 통해 자세히 확인할 수 있으며 이를 통해 환경 오염이 더 이상 우리의 후손, 북극곰의 문제가 아닌 당장 30년 후에 우리에게 다가올 미래임을 전달하고자 하였습니다. 가상의 물건과 신문 관람을 마친 관람자는 12개의 물건 중 판매를 원하지 않는 물건을 선택하여 판매중지 신청서에 환경을 위한 다짐을 적어 제출할 수 있고 이것을 통해 2050 잡화점 전시 관람은 마무리됩니다.

2050 General store

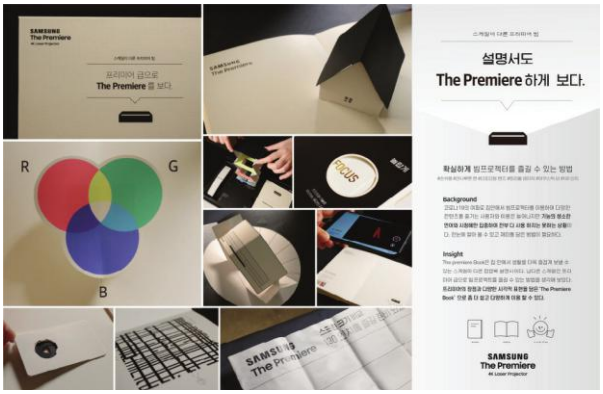
2050 General store is a project started with the idea that things doesn't exist now may emerge around us in the future like masks. Based on David Wallace Wells' book, "2050 Uninhabitable Earth," We designed the web exhibition in the form of virtual sales of the 12 necessities needed to live in the future, imagining 2050. The items sold at the 2050 general store were divided into three parts: soil, ocean, and atmosphere, consisting of items representing environmental problems in each part, and through lettering posters, we wanted to tell the stories of the items to viewers interestingly. The 12 items sold at the store is divided into three parts: soil, marine, and air. And we convey 2050 stories to viewers interestingly through lettering posters and newspapers. Through this, we tried to convey that environmental pollution is no longer a problem for our descendants, polar bears, but a future that will come to us in 30 years. After looking around that, visitors submit their commitments for the environment on the sales suspension application. Through this, the 2050 general store exhibition is over.



보다 The premiere

서정은 SEO JEOUNGEUN

SAMSUNG The Premiere 안에는 다양한 기능들이 있습니다. 하지만 우리는 이 기능들에 대하여 생소하고 이해하기 어렵습니다. 그래서 'The premiere'는 더 확실하게 즐길 수 있도록 어디서도 볼 수 없었던 설명서 "보다 the premiere"를 준비했습니다. SAMSUNG The Preimiere는 "홈시네마, 밝기, 단초단점렌즈, 트리플레이저, 편리, 입체적, 강력함, 크기"를 이야기 합니다. 완벽하게 제작 된 The Premiere Pop Up은 독자들에게 제품의 더 많은 기회를 제공합니다. 코로나 19의 여파로 게임, 영화, 드라마, 줌 수업 등 집안에서 생활이 늘어났습니다. 큰 화면과 분위가를 위하여 빔 프로젝터를 구매하고, 이를 이용하여 다양한 컨텐츠를 즐기는 사용자와 이용은 늘어나지만 기능의 생소한 용어와 시청에만 집중하여 제 기능을 전부 다 사용 하지는 못하는 상황입니다. 한눈에 알아 볼 수 있고 이해를 도와줄 수 있는 재미있는 방법이 필요합니다. 제품 이름인 프리미어처럼 설명서도 수작업으로 작업한 팝업북으로 고급스런 이미지를 보여줍니다. 리모컨, 설명서라도 프리미어하게 즐기고 대우를 받는 느낌을 제공합니다.



More than The Preimere

There are various functions in SAMSUNG The Premiere. However, we are unfamiliar and difficult to understand these functions.So, Samsung The Premiere has prepared a manual "More ThanThe Premiere" to make sure you enjoy it more. The fully crafted 'More Than The Premiere' Pop Up Book gives readers more opportunities for the product. In the aftermath of COVID-19, life in the house has increased, including games, movies, dramas, and zoom classes. The number of users and users who purchase beam projectors for a large screen and atmosphere and enjoy various contents increases, but there are many situations where not only unfamiliar terms of functions but also simple viewing functions are used and all of their functions are not used. So, we need a fun way to recognize this at a glance and help us understand it. This Book that contains the advantages of the Premier and various visual expressions. Like the product name 'The Premier', the manual is a pop-up book that has been hand-crafted Premier.

흉망성쇠(凶亡盛衰)

노동민 NOH DONGMIN

COVID-19으로 인하여 배달음식이용이 급증한 나머지 일회용품이 환경에 큰 타격을 주고있다. 이러한 상황을 환기 시키기 위하여 일회용품을 주제로 공익광고를 디자인하게 되었다. 흥망성쇠(興亡盛衰)가 망하고 다시 흥하는 순환의 이치라면 이것을 언어유희를 사용하여 흉망성쇠(凶亡盛衰)라고 하여 악순환의 고리를 꼬집어 환경에 관한 우리의 생각을 경고하는 것을 은유적으로 표현했다.



unlucky, fail, flourish, decline

With COVID-19, the availability of delivery food has soared, and disposable products are taking a heavy toll on the environment. In order to evoke this situation, public advertisements were designed under the theme of disposable products. If rising and falling is the reason for the cycle of falling and rising again, it is metaphorically expressed as using language play to warn our thoughts about the environment by pinching the vicious circle.

위풍댕댕 프로젝트

김나은 KIM NAEUN / 한혜원 HAN HYEWON

대부분의 사람들이 장애인 보조견이라 하면 시각장애인 안내견을 떠올립니다. 하지만 그 외에도 청각장애인 보조견, 지체장애인 보조견, 치료도우미견 등이 존재합니다. 여전히 장애인 보조견에 대한 인식은 부족하고 그로 인한 출입 거부는 빈번하게 일어나고 있습니다. 장애인 보조견에 대한 인식을 제고하고 긍정적인 인식을 높일 필요가 있다고 생각하여 위풍댕댕 프로젝트를 기획하게 되었습니다. 위풍댕댕은 '위풍당당'과 강아지를 재미있게 일컫는 '댕댕'을 결합하여 보조견이 위풍당당하게 다니길 희망한다는 뜻을 담았습니다. 그리고 슬로건 '어디든 당당하개'를 통하여 장애인 보조견의 출입은 배려가 아닌 법적 권리이며 어디든 당당하게 갈 수 있다는 메세지를 주려고 하였습니다. 다양한 보조견의 종류를 보여주기 위해 다양한 캐릭터를 사용하였고 친근하고 당당한 모습으로 설정해 긍정적인 인식을 주려고 하였습니다. 위풍댕댕의 메세지를 시각적으로 보여주고자 현재 인식 부족으로 인해 접근이 어려운 일상적 공간을 배경으로 보조견들이 거리를 활보하는 모습을 포스터에 담아내었습니다. 리플렛을 제작하여 프로젝트에 대해 알리고 보조견에 대한 정보를 제공하였습니다. 장애인 보조견에 대한 관심을 높이기 위해 위풍댕댕의 캐릭터를 활용한 달력, 머그컵, 메모지, 점자 출입문 스티커, 그립톡 등의 일상생활에서 흔히 볼 수 있는 제품을 활용하여 위풍댕댕 프로젝트를 알리려고 하였습니다. 또한 티켓 키오스크를 활용하여 장애인 보조견이 처한 상황을 알리고 사람들이 직접 참여할 수 있는 캠페인을 기획하여 장애인 보조견에 대한 인식을 높이려고 하였습니다.

Wipung Daeng Daeng Project

Most people think of guide dogs when they think of assistance dogs. However, there are other assistance dogs such as hearing dogs and service dogs. There is still a lack of awareness of assistance dogs and the resulting denial of access occurs frequently. We thought it was necessary to raise awareness of assistance dogs, so we planned a 'Wipung Daeng Daeng' project. The 'Wipung Daeng Daeng' project is a project that uses friendly and confident characters to give positive perception and informs that the access of assistance dogs is a legal right, not a consideration, through the slogan "An assistant dog can go anywhere." Various characters were used to show various types of guide dogs, and we tried to give a positive perception by setting them as friendly and confident. In order to visually show the message, the poster shows assistive dogs walking on the street against the backdrop of everyday spaces that are currently difficult to access due to lack of awareness. We made leaflets to inform the project and provided information on guide dogs. In order to increase interest in assistive dogs for the disabled, we tried to promote this project by utilizing products that are common in everyday life such as calendars, mugs, memos, braille door stickers, and grip talk using characters. In addition, we tried to raise awareness of guide dogs for the disabled by using ticket kiosks to inform them of the situation facing them and planning campaigns where people can participate in person.



아름다운 한국 전통정원

조서영 CHO SEOYOUNG / 김지호 KIM JIHO

아름다운 한국 전통정원은 전국 곳곳에 숨겨진 우리 정원의 대중성을 높이기 위한 프로젝트이다. 한국의 정원은 예로부터 자연을 가까이하여 쉼터로서의 성격을 분명히 하며 생활 환경에 활력을 불어넣었다. 자연을 있는 그대로 사용하면서도 인공물과의 조화가 적절하여 매우 아름답다는 평가를 받는다. 특히 각 정원에는 그 당시의 정원가나 한국 문인들의 사상이 깃들어 있어 그 가치가 크다고 할 수 있다. 하지만 세계의 여러 정원 중 유독 한국 정원에 대한 인식과 대중성은 열악한 상황이다. 때문에 우리는 한국의 전통 정원의 다양한 모습과 가치를 더 많은 이들에게 알리기 위하여 이번 프로젝트를 진행하게 되었다. 정원은 궁궐, 별서(한국정원의 대표적 종류), 주택정원 총 3개의 카테고리로 나누어 세부조사를 진행하고 이미지적 특징을 잡아내어 각각의 특징을 살린 메인 그래픽과 패턴을 개발하였다. 이후 다양한 어플리케이션을 제작하여, 전통이지만 누구나 부담없이 우리의 정원에 흥미를 가지고 소장할 수 있도록 디자인하여 접근성을 높였다.

Beautiful Korean Traditional Garden

Beautiful Korean Traditional Garden is a project to increase the popularity of our gardens hidden throughout the country. Korean gardens have long been considered beautiful because of the harmony between nature and artificial objects. Each garden contains the thoughts of gardeners and Korean writers, and its value is very high. However, among the many gardens in the world, the perception and popularity of Korean gardens are very poor. So we decided to carry out a project to promote the diversity and value of traditional gardens. Divided into 3 parts: a palace, an annex, and a residential garden, and graphics and patterns have been developed to take advantage of each characteristic. And Various types of applications are interested in tradition and are designed for anyone to own, increasing accessibility.



12가지 신화 속 우리동물

최서희 CHOI SEOHEE

우리는 우리 신화에 대해 얼마나 알고 있을까? 대부분 단군신화에 나오는 곰과 호랑이를 이야기하는 것이 전부이다. 우리는 우리 고유의 신화를 연상하기 보다는, 서양신화에 익숙해져있다. 그러나 우리에게도 여러가지 이야기를 지닌 재미있는 신화들이 있다는 것을 알릴 필요가 있다. K-culture의 한 부분으로 서양 신화만큼 긴 역사와 다양한 문화를 소개하고자 전통적인 요소를 기하학 형태를 활용하여 현대적인 그래픽으로 디자인하였다. 신화 속 동물 캐릭터를 그래픽 모티브로 하여 소비자와 커뮤니케이션 할 수 있는 다양한 어플리케이션이 들어있는 가이드북, 동물 그래픽을 레이어로 구성한 레이어카드, 소비자가 원하는대로 오리고 붙힐 수 있는 가위북, 그래픽 패턴으로만 구성된 포장지북 등 여러가지 기능의 디자인이 담겨있는 어플리케이션으로 신화에 등장하는 12가지 이야기들을 알리고자 하였다.



Twelve Myths of Our Animal

How much do we know about our myths? Most bears and tigers in Dangun mythology. It's about talking. We are more familiar with Western myths than with Korean myths. However, we also need to know that there are interesting myths with various stories. As part of K-culture, traditional elements are designed in modern graphics using geometric forms to introduce the long history and diverse cultures of Western mythology.The 12 mythical stories are presented through various applications such as guidebooks with mythical animal characters as graphic motifs, layered cards with animal graphics, scissors books that can be cut and pasted according to consumers' wishes, and wrapping paper books.

한국을 빛내는 건축물 56선 그래픽 디자인 프로젝트

양윤 YANGYUN / 박유진 PARK YUJIN

한국관광공사는 '한국의 아름다운 건축물' 56곳을 지정하였다. 우리는 건축물의 그래픽 디자인을 중심으로 가이드북을 제작했다. 가이드북은 우리 역사와 함께 한 과거의 건축물에서부터, 오늘날 현대의 트렌드와 미를 독창적으로 살려내 빛을 내고 있는 건축물까지 모두 56개를 담았다. 내용은 유니크한 현대건축물 I (미술관, 박물관 등), 유니크한 현대건축물 II (복합문화시설, 숙박시설 등), 한옥의 미를 간직한 현대건축물, 전통 건축물, 근대건축물 5가지 테마로 분류해 소개했다. 건축물마다 다른 특징과 환경들을 고려해 각기 다른 표현기법으로 디자인하여 시각적인 재미와 정보를 함께 전달하였다. 건축물을 소재로 한 관광객 유치 목적인 만큼 펼쳐 보는 인포그래픽을 제작하였는데 앞면은 건축물의 짧은 설명과 대중교통으로 가는 방법들을 제시했으며 뒷면은 건축물들을 드로잉으로 나타낸 이미지를 넣었다. 그 외의 어플리케이션으로는 퍼즐처럼 끼워 맞추는 달력, 캐리어 스티커, 우표, 건물 특징을 살린 패턴 엽서, 메모지, 벳지, 머그컵, 투명 포토카드, 네임택, 등 제작하였다. 코로나 19 회복 이후 특색 있는 건축물 관람에 관심을 가지는 SIT(특수목적 관광객) 유치에 도움이 되고자 했다.



56 graphic design projects of buildings that have made Korea shine

The Korea Tourism Organization has designated 56 'Beautiful Buildings in Korea'. We produced a guidebook focusing on the graphic design of buildings. The guidebook contains a total of 56 buildings, from buildings of the past that have accompanied our history, to buildings that creatively revive modern trends and beauty today. Each building was designed with different expression techniques in consideration of the different characteristics and environments to deliver visual fun and information. Other applications include puzzle calendars, carrier stickers, postage stamps, patterned postcards utilizing building features, memo papers, badges, mug cups, transparent photo cards, and name tags. As the purpose of attracting tourists based on the building was to produce an infographic that unfolds, the front presented a short description of the building and methods of public transportation, and the back contains images showing the buildings in drawing. Other applications included calendars that fit like puzzles, carrier stickers, stamps, pattern postcards that utilize building characteristics, notepapers, badges, mugs, transparent photo cards, name tags, etc. After the recovery of COVID-19, it was intended to help attract SIT (special purpose tourists) who are interested in viewing distinctive buildings.

서울 100년 읽고 쓰기 디자인 프로젝트

박정원 PARK JEONGWON / 신민경 SHIN MINKYEONG

서울은 우리나라의 과거, 현재, 그리고 미래까지 600년의 역사를 지켜오며 발전해왔다. 현재에도 많은 사람들이 오고 감에도 불구하고 서울은 그 가치를 저평가 당하거나 소중함을 잃어버린 경향이 있다. 우리는 이 '서울 100년 읽고 쓰기 프로젝트'를 통해 과거의 기억, 현재의 일상, 미래의 가능성을 더 많은 사람들에게 알리고자, 서울의 100년을 읽고, 쓰고, 기억할 수 있도록 가이드북, 달력, 엽서, 다이어리 등에 담아보았다. 이 디자인 프로젝트를 통해 많은 사람들이 서울에 관심을 갖고 서울이 단순히 한 나라의 수도가 아니라 문화 그 자체로서 발전하기를 기대한다.



Seoul 100 Years Reading and Writing Design Project

Seoul has developed over 600 years of history, including the past, present, and future of our country. Despite the fact that many people still come and go, Seoul tends to be undervalued or lost its value. We wanted to inform more people of past memories, current daily lives, and future possibilities through this "Seoul 100-year reading and writing project." We put it in guidebooks, calendars, postcards, and diaries to read, write, and remember 100 years of Seoul. Through this design project, many people will be interested in Seoul, and it is hoped that Seoul will develop into a culture itself, not just the capital of a country.

태양계 행성 재해석 디자인 프로젝트

이세영 LEE SEYOUNG / 진선희 JIN SEONHEE

4차산업혁명시대에 앞으로 더 나날이 발전해 나갈 미래개발 기술에 더불어 앞으로 우주에 관련된 기술들이 나날이 발전해 나갈 것이라고 생각한다. 하지만 일반인들에 대한 우주 관심도는 나날이 낮아지고 우주에 대한 관심도를 높이기 위해 소비자들이 선호하고 다가갈수 있는 디자인으로 태양계의 행성을 재해석하여 디자인한다. 태양계의 주 행성들을 재해석한 디자인으로 리플렛 제작 후, 디자인 토대로 캘린더 및 각종 어플리케이션을 제작한다. 종이 재질 선별 과정에서 여러가지 오차가 발생함에 따라 여러 차례의 시험 출력을 거쳐 최적의 결과물을 창출해낸다. 태양계에 관심이 많거나, 이에 대해 잘 알지 못하는 사람들과 어린이들의 선행 학습에 도움이 될 어플리케이션을 활용하여 교육용으로 사용이 가능하다.



Solar System Planetary Reinterpretation Design Project

In the 4th industrial revolution era, in addition to future development technologies that will be developed day by day, I think that technologies related to space will develop day by day. However, the public's interest in space is decreasing day by day, and in order to increase their interest in space, consumers prefer and approach the design by reinterpreting the planets of the solar system. After making leaflets with a reinterpretation of the major planets of the solar system, calendars and various applications are made based on the design. As various errors occur in the paper material selection process, optimal results are generated through several test outputs. In addition to those who are highly interested in the solar system or are not familiar with it, it can be used educationally for children through applications that can help them learn in advance.

순천만국제정원박람회를 위한 생태 캠페인 디자인

김선지 KIM SEONJI

유네스코 생물권 보전지역인 순천만 습지는, 우리나라에서 유일하게 생태계보호지역로 지정되어 있으며 2023 국제정원박람회를 준비하고 있다. 이러한 사실을 알리기 위해 순천만 습지에 서식하는 조류, 갯벌동물, 염생식물을 연구 및 조사하여 분류해 생태 캠페인 디자인 개발항목을 제작하는 것에 중점을 두었다. 생물 이미지를 크게 해치지 않는선에서 단순화하여 이를 다양한 색감으로 표현함으로써 순천만 습지에서 서식하는 천연기념물이나 멸종위기생물들을 캘린더, 학습용 퍼즐, 엽서 등 다양한 머천다이징을 개발해 사람들에게 쉽게 인식시키고자 하였다. 이러한 부분을 감각적으로 살려 더 나아가, 세계에 한국의 습지의 위대함을 알리고 순천만 습지에서 서식하는 생물들을 보호해야한다는 시민의식을 확산시켜 2023 국제정원박람회 관광객 수 증가에도 기여하고자 한다.

Ecological Campaign Design for Suncheon Bay International Garden Expo

Suncheon Bay Wetland, a UNESCO biosphere reserve, is the only ecological reserve in Korea. To inform this fact, the focus was on producing ecological campaign design development items by researching and investigating birds, mudflats, and salt plants living in Suncheon Bay wetlands. By simplifying the biological image without significantly harming it, the government wanted to develop various merchandise such as calendars, learning puzzles, and postcards to make it easier for people to recognize natural monuments and endangered creatures living in Suncheon Bay wetlands. Furthermore, it will promote the greatness of wetlands in Korea to the world by utilizing these parts sensibly.



1919 독립유공자 후원 캠페인

양성환 YANG SEONGHWAN / 이연정 LEE YEONJEONG

1919 독립운동가 후원 캠페인 – 독립운동가 후손 후원 캠페인을 위한 그래픽 디자인. 우리나라 독립을 위해 헌신한 독립운동가. 그들이 있기에 현재의 우리가 있었다. 현재 그들의 후손들은 사회적, 경제적으로 매우 힘든 상황에 처해있지만 그 실상을 일반인들이 직접적으로 느끼기 어렵다. 그래서 독립운동가 그래픽 디자인을 이용하여, 굿즈 형태의 제품을 제작함으로써 일반인들에게 독립운동가에 대해 친근하게 다가갈수 있는 계기를 만들고 그들의 노고를 기억할수있도록 했다. 또, 제품을 판매하고 얻는 수익은 독립운동가 후손들에게 기부가 되는 방식으로 자신의 소비가 누군가에게 도움이 되는 '가치소비'를 이끌어 내 사회에도 긍정적인 효과를 가져올 수 있다. 최초로 민중들이 일어나 독립운동한 해인 1919년을 기념하여 '1919 독립운동가 후원 캠페인'으로 타이틀을 정했고, 구성은 독립운동가 인물 리플렛, 교육용 리플렛, 후손 후원 리플렛, 달력, 메모장, 책갈피, 엽서, 연필 로 실생활에 쓰이는 제품들로 구성하였다.

1919 Independence Activist Sponsorship Campaign

Graphic design for the Independence Movement Sponsored Campaign. An independence activist dedicated to our country's independence. Because they were there, we were now. Their descendants are now in a very difficult situation socially and economically, but the reality is difficult for the general public to feel directly. Using independence activist graphic designs, the production of goods provided an opportunity for the general public to approach independence activists friendly and remember their hard work. In addition, profits from selling products can have a positive effect on society by drawing "value consumption" in which one's consumption helps someone in a way that is donated to descenda. In commemoration of 1919, when the people first participated in the Korean Independence Movement, the title was "1919 Independence activist sponsorship campaign," and it consisted of real-life products including independence activist person leaflets, educational leaflets, descendants sponsored leaflets, calendars, notepads, bookmarks, postcards and pencils.



풀리는 그날까지 : 코로나 19 예방접종 및 방역수칙 독려 포스터와 캠페인

서현 SEO HYUN

코로나19가 여전히 성행하는 요즘, 방역수칙 준수와 예방접종을 독려하기 위한 포스터를 제작하였습니다. 보안 장치인 자물쇠에 빗대어 마스크를 표현하였고, 반면 백신은 코로나19에 의한 보안이 필요없도록 할 열쇠이자 해결책임을 표현합니다. 마스크 쓰기 독려를 위한 캠페인 디자인도 진행했는데, 투명한 포장지에 열쇠 구멍 모양과 '마스크, 최고의 보안' 문구를 검게 프린팅하고, 포장지 내 마스크가 자물쇠모양과 유사해 보이도록 마분지를 이용해 고정해 놓습니다. 마스크 포장지 안에는 열쇠 구멍 모양의 씰 스티커를 동봉하여 마스크에 스티커를 붙임으로써 캠페인에 동참할 수 있도록 하였습니다.



Until the day unravels : Covid-19 Posters and campaign

These days, when COVID-19 is still prevalent, I have created posters to encourage to follow quarantine rules and vaccinate. I expressed the mask by comparing it to the lock, which is a security device. Vaccines, on the other hand, are the key and solution to prevent the need for security by COVID-19. I also designed a campaign to encourage people to wear masks. Black keyhole shapes and 'Mask, Best Lock' phrases are printed on transparent wrappers. Fix the mask inside by using cardboard to make it look similar to the lock. Inside the mask wrapper, a seal sticker shaped like a keyhole is also enclosed so that you can participate in the campaign by freely attaching it to the mask where you want.

멸종동물을 위한 업사이클링 오브제와 그래픽 디자인

전윤재 JEON YUNJAE / 김정현 KIM JEONGHYUN

우리 주변에서 자주 볼 수 있는 쓰레기를 이용하여 멸종위기에 처한 동물들을 오브제로 제작하였으며 또한 오브제를 통해 그래픽 디자인으로 다시 한 번 제작하였다. 우리는 이 두 번의 과정을 마치 새 제품이 쓰레기가 되고 그 쓰레기를 다시한번 업사이클링되는 과정으로 묘사하였다. 내용은 멸종위기 동물들이 쓰레기로 인한 겪는 피해와 멸종위기 이유, 그들의 이야기를 넣었다. 또한 업사이클링의 현황과 목적들을 넣어 보는 이로 하여금 정보를 제공해주고 그 정보를 바탕으로 우리의 작은 실천이 환경을 살릴 수 있다는 메세지를 전달하고자 했다. 어플리케이션 재료는 재활용 종이로 제작하였으며 일회용 종이컵이 소비가 많은 지금 머그컵 또는 텀블러를 이용하자는 메세지를 전달하고자 머그컵을 제작하였다. 시대가 급격히 변화함에 따라 우리의 직장과 집안에서의 쓰레기가 많이 발생한다. 우리는 그것을 인지하고 쓰레기로 인한 피해와 그것을 업사이클링을 통한 오브제를 만들어 보는 이로하여금 환경을 생각하게하며 작은 실천을 통해 우리의 지구를 지킬수 있다라는 내용을 담고 있다. 어플리케이션-캘린더, 가이드북, 머그컵, 드로잉북, 리플렛, 포스터.



Upcycling Object and Graphic Design for Endangered Animals

Using trash that is often found around us, endangered animals were made as objects, and they were also made with graphic designs through objects. The content contains the damage that endangered animals suffer from trash, the reasons for the endangered species, and their stories. In addition, we tried to provide information to those who put in the current status and purpose of upcycling and deliver a message that our small practices can save the environment based on that information. Application materials were made of recycled paper, and mugs were made to deliver a message to use mugs or tumblers now that disposable paper cups are consumed a lot. As times change rapidly, a lot of trash is generated at our workplace and at home. It contains the content that those who recognize it and create damage from garbage and objects through upcycling can think of the environment and protect our planet through small practices. Application: Calendar, Guidebook, Mug, Drawing Book, Leaflet, Poster.

유네스코 등재를 위한 우리나라 5대 궁궐 그래픽 디자인 프로젝트

박주원 PARK JUWON / 금다인 KUM DAIN

우리나라 5대 궁궐은 역사와 아름다움이 있음에도 불구하고 다른 나라들과 비교했을 경우, 우리나라의 건축물이 다 같이 묶여 유네스코에 등재된 것을 쉽게 찾아볼 수 없다. 이러한 5대 궁궐의 역사와 아름다움에 대한 점을 우리나라 국민들뿐만 아니라 전 세계적으로 알릴 필요가 있다고 생각하여 5대 궁궐을 순서대로 분류한 후, 각 궁궐의 자연물들을 위주로 자연과 궁궐의 조화를 잘 살린 그래픽으로 5대 궁궐이 유네스코 등재에 도움이 될 수 있는 프로젝트를 진행하고자 한다. 총 5개의 궁궐별 정문과 주요 전각들 위주로 5점씩 선정하여 총 25점을 연구 및 조사하고 분석하였다.이를 토대로 각 궁궐의 특징을 잘 살릴 수 있도록 구도를 설정하였고, 각 궁마다 관련 패턴을 개발해 그래픽 이미지로 표현함으로 써 보다 가볍고 어렵지 않게 외국인들도 쉽게 우리나라 궁궐을 접할 수 있도록 하였다. 또한 우리나라의 각 궁궐별로 카테고리를 나누어 역사 이야기와 자연 이야기를 설정하여 보여주고 있어 궁궐에 대한 기본적인 관람 정보뿐만 아니라 짧은 시간 내에 색다른 지식을 쌓을 수 있다. 이렇게 외국인들에게 5대 궁궐의 역사와 아름다움을 쉽게 알릴 수 있다면 5대 궁궐에 대한 흥미를 유발할 수 있고 자연스럽게 유네스코 등재 또한 어렵지 않을 것이라고 생각한다.



Korea's top five palace graphic design projects for UNESCO registration

Korea's 5 palaces have history and beauty, but compared to other countries, it is not easy to find that all Korean buildings are UNESCO-registered. Thinking that it is necessary to promote the history and beauty of these five palaces not only to the Korean people but also to the world, we will classify the 5 palaces in order and carry out a project to help the five palaces register as UNESCO with graphics that harmonize nature and palaces. A total of five palaces were selected, focusing on the main gates and major halls, and a total of 25 were studied, investigated, and analyzed. Based on this, the structure was set up to make good use of the characteristics of each palace, and each palace developed related patterns and expressed them with graphic images, making it easier for foreigners to access Korean palaces. In addition, historical and natural stories are set up by dividing categories for each palace in Korea, so you can accumulate not only basic viewing information on the palace but also different knowledge in a short period of time. If foreigners can learn about the history and beauty of Korea's five palaces, they will be interested in Korea's five palaces and it will not be difficult to register them as UNESCO.

대한민국 멸종 위기 식물 그래픽 디자인

이지연 LEE JIYEON

현재 우리나라에서 존재하는 동.식물 중 제일 높은 비율로 멸종 위기에 놓인 건 바로 식물이다. 식물 전체 비율 중 총 68%의 비율로 많은 식물들이 멸종 위기에 놓여있다. 대부분의 이유는 무작위로 채취하고 건물이 지어지는 등의 이유로 사람 영향으로 멸종 위기에 놓였지만 사람들은 그 것을 잘 모른다. 지식 자체에도 없고 접할 기회도 없어서 '대한민국 멸종 위기 식물'이라는 주제로 도감책을 만들어 어떤 식물이 멸종 위기에 놓여있는지에 대해 알기 쉽고 파악할 수 있도록 만들었다. 또한, 각 식물에서 볼 수 있는 특징을 단순하게 표현하여 패턴을 연구함으로써 이런 그래픽으로도 나올 수 있구나라는 것을 알리고자 하였다.



Korea endangered plants graphic design

Plants are at risk of extinction with the highest ratio among animals and plants that exist in Korea. Many plants are at risk of extinction, accounting for 68% of the total plant proportion. Most of the reasons are random harvesting and construction of buildings, etc., which puts them on the brink of extinction due to human influence, but people are unaware of that,did not have the knowledge per se and had no opportunity to access it, so I made an illustrated book under the theme of 'Korea's endangered plants' to make it easier to understand and understand which plants are at risk of extinction. I wanted to let you know that this kind of graphic can also be expressed by studying the pattern.

‘문래동 창작촌’ 브랜딩 프로젝트

하정화 HA JUNGHWA

문래동 창작촌은 철강산업과 예술이 조화를 이룬 곳입니다. 철공소와 공방, 상점이 모여 있는 이 마을은 독특한 분위기를 주고 있어 최근 이 특색있는 거리에 찾아오는 관광객이 늘고 있습니다. 하지만 출사지로 유명해지면서 일하시는 분들의 초상권이 침해되고 있으며, 골목이 복잡해서 원하는 곳을 찾아 가기 어렵다는 등 문제점들이 나타났습니다. 이러한 문제점을 개선하면서 이전에 없던 문래동 창작촌의 브랜드를 만들어 사람들에게 이 마을은 ‘철공소와 예술, 그리고 사람이 상생하며 활기를 띄는 거리’ 라는 인식을 심어주어 다른 마을과는 차별화된 매력을 어필 할 수 있도록 했습니다. 문래동 창작촌에서 활동하는 다양한 예술가와 철공소들은 모두 ‘창작’을 하는 분들입니다. 이들이 만들어내는 창작물들은 아주 다양하기 때문에 이를 포용할 수 있는 방향으로 브랜드 아이덴디티를 잡았습니다. 철공소에서 흔히 보는 철 파이프의 단면을 그래픽 모티브로 삼았고, 심플한 도형으로 이루어진 그래픽으로 창작촌의 활기를 다양하게 나타내 보았습니다.

‘Mullae-dong Creation Village’ Branding Project

Mullae-dong Creation Village is a place where the steel industry and art are harmonized. Recently, the number of tourists coming to this attractive street has increased, but I thought branding was necessary. I tried to appeal to the differentiated charm of “Mullae-dong Creation Village” a street where ironworks, art, and people coexist and become active. Various artists and ironworks here are all ‘creators’. I chose the brand identity in a way that I can embrace the diversity of their creations. The cross-sectional shape of iron pipes commonly seen in ironworks is used as a graphic motif, and the color that fits the concept of the village shows the vitality of the Mullae creative village.



프리미엄 어묵브랜드 ‘어화당’

임하영 LIM HAYOUNG

어화당은 프리미엄 어묵 브랜드입니다. ‘어화’는 임금에게 잔치 때 올리는 꽃이라는 명칭에서 따온 것으로 임금에게 잔치 때 올릴 만큼 고급지고 맛있는 어묵을 만드는 브랜드를 나타냅니다. 주로 기성세대에게 초점이 맞춰진 기존 어묵 브랜드의 촌스러운 이미지를 탈피하고자, 간결하고 세련된 그래픽으로 디자인하여 기성세대와 신세대 모두 즐겨 찾을 수 있는 고급 어묵 패키지를 디자인하였습니다

Premium Fish Cake Brand ‘Eohwadang’

Fishhwadang is a premium fish cake brand. “Fish Flower” is derived from the name “flower” that is given to the king at the feast, and represents a brand that makes fish cakes that are luxurious and delicious enough to be given to the king at the feast. In order to break away from the rustic image of the existing fish cake brand mainly focused on older generations, we designed a high-end fish cake package that can be enjoyed by both older and new generations by designing it concisely and sophisticated graphics.



오도독

박수연 PARK SUYEON

오도독이 성장기 어린이들에게 견과류 섭취의 즐거움을 선물해드립니다! 한창 성장기인 초등학교 저학년을 타겟으로 설정하였다. 견과류에 관심을 갖도록 각 견과류마다 캐릭터를 제작하여 아이들이 관심을 가지도록 하였다. 오도독의 네이밍은 견과류를 씹을때 소리가 나는 크런키한 소리를 생생하게 형상화 하였다. 로고의 색상은 견과류의 상징적인 색이자 아이들에게 부담없이 다가갈 수 있는 옐로우 계열을 사용하였다. 견과류 중 일상생활에서 가장 많이 접할 수 있는 아몬드, 호두, 캐슈넛을 대상으로 제작하였으며, 각 200g씩 통에 나눠져 있어 보관에도 용이하고, 해당 견과류의 영양성분을 표시하여 성장에 도움을 받을 수 있음을 강조하였다.

O do dok

Ododok brings the pleasure of eating nuts to growing children! It targeted lower grades in elementary school, which is in the middle of growing up. To be interested in nuts, a character was created for each nut so that children could be interested. Ododok's naming vividly embodies the crunky sound of chewing nuts. The color of the logo is the symbolic color of nuts and uses a yellow family that can be reached to children without burden. It is made of almonds, walnuts, and cashew nuts, which are most common in everyday life among nuts. It is divided into 200 grams each, making it easy to store and displaying the nutrients of the nuts to help them grow.



진로 랜드마크 패키지

안혜민 AHN HYEMIN

한국의 대표 주류인 소주는 현재 한류 열풍으로 인해 해외시장 진출이 활발한 추세입니다. 특히 하이트 진로는 주류기업 중 가장 오랜 역사를 갖고 있는 하이트 맥주와 진로가 단일 회사로 통합되면서 성장한 대한민국 최대 주류기업으로, 90년이 지난 역사상 장수한 소주이자 진로 그룹의 모태가 된 제품인 '진로' 소주가 가장 한국을 대표하는 소주로 생각되어 새롭게 디자인했습니다. 따라서 한류 열풍이라는 점을 이용해 한국 문화에 관심이 많은 외국인 고객을 타깃층으로 하여 한국의 대표 건축물을 주제로 한 섬세한 일러스트를 통해 한국의 전통 미(美)와 랜드마크를 널리 알릴 수 있도록 디자인하였습니다.

jinro land mark package

Soju, Korea's leading liquor, is currently actively entering overseas markets due to the Korean Wave. In particular, Hite Jinro is Korea's largest liquor company with the longest history among liquor companies. I redesigned 'Jinro Soju', the most popular product in the group's history because it is considered the most representative soju of Korea. The new design is for promoting Korean traditional beauty and landmarks through detailed illustrations on Korea's representative architecture, targeting foreign customers who are interested in Korean culture.



자세히 보아야 예쁘다 오래보아야 사랑스럽다, 나태주 시인 50주년 기념 패키지

김정원 KIM JEONGWON / 배유림 BAE YOURIM

나태주 시인의 등단 50주년을 기념하며 패키지를 디자인하였다. 먼저 나태주 시인을 대표하는 시집을 시작으로 만년필 세트, 연필세트, 북퍼퓸, 디퓨저, 다이어리, 무드등 등 다양한 어플리케이션을 함께 구성하여 제작하였다. 나태주 시인의 기념 패키지인 것을 쉽게 알 수 있도록 나태주 시인의 모자로 로고를 디자인 하여 상징성을 부여하였고, 짧게 시 문구도 함께 넣어 디자인 하였다.



The package design for the 50th anniversary of poet Na Tae-ju

The package was designed to commemorate the 50th anniversary of poet Na Tae-ju's debut. First, starting with a collection of poems representing poet Na Tae-ju, various applications such as fountain pen set, pencil set, book perfume, diffuser, diary, mood, etc. were composed and produced together. The logo was designed with the poet Na Tae-ju's hat so that it could be easily recognized that it was a commemorative package for poet Na Tae-ju, and the logo was given symbolism, and a short poem was also included in the design.

나는 잡상이로다.

김다은 KIM DAEUN / 김민지 KIM MINJI

옛날 우리 조상들은 지붕 위에 토우 인형을 배치하여 재앙과 악귀를 막아주는 주술적인 역할로 사용을 했습니다. 이것이 바로 잡상이라고 불리는 장식 기와입니다. 저희는 이 잡상들을 모티브로 선정하여 약 2년 동안 지속되고 있는 코로나 사태속에서 지친 생활 속에서 희망을 되찾자는 마음으로 코로나에 지친 사람들의 앞날의 안녕을 기원하는 굿즈들을 제작해보았습니다.



I'm a Japsang.

Our ancestors used to place the doll made of soil on the roof to play a magical role in preventing disaster and evil spirits. This is an ornamental tile called a Japsang. We selected these Japsangs as motifs and produced goods to pray for the well-being of the people who are tired of Covid-19, hoping to regain hope in the midst of the two-year-old Covid crisis.

코로나감염증-19 자가격리자를 위한 SAFE DIY KIT ‘OUR’

김시은 KIM SIEUN / 왕아영 WANG AHYEONG

코로나 감염증으로 격리 생활에 필요한 위생키트와 2주 동안 지루하지 않게 보낼 수 있는 DIY를 결합해 'OUR'키트를 기획제작하였다. 'OUR'는 코로나19를 함께 이겨내는 '우리'를 뜻한다. 메인 컬러로 Light Blue를 적용하여 희망을 상징하였으며, 로고 또한 서로 격려하며 안아주는 모습과 웃는 얼굴을 모티브로 제작하였다. 위생 키트 구성은 1. 손소독제, 2. 마스크와 마스크 파우치, 3. 살균소독제, 4. 손비누가 제공되며 코로나 블루 예방을 위해 격리자의 마음과 건강 상태를 체크할 수 있는 다이어리와 펜을 함께 구성하였다. DIY 키트는 핸드폰 거치대를 격리자가 직접 뜯어서 조립할 수 있게 제작하였으며 QR코드를 통해 영상을 보며 손쉽게 만들 수 있다. 종이접기는 설명서와 다양한 패턴으로 디자인된 색종이를 함께 담아 여러 가지 모양으로 즐길 수 있게 제작하였다.



SAFE DIY KIT ‘OUR’ for COVID-19 Self-Quarantine

The “OUR” kit was produced by combining the hygiene kit needed for quarantine with the corona infection and DIY, which can be spent for two weeks without being bored. The word “OUR” means “us” to overcome covid-19. The logo was inspired by encouraging and hugging each other and a smiling face, and the main color, Light Blue, symbolized hope. Sanitary kit composition consists of hand sanitizer, mask and mask pouch, disinfectant, hand soap, and a diary and pen that can check mind and health conditions to prevent ‘corona blue’ DIY is designed to be self-assembled and assembled using a QR code. It contains origami instructions and colored paper designed in various patterns.

소소소

곽민주 GWAK MINJU

전통을 주제로 제작한 차 브랜드이다. 疏(소통할 소)는 임금에게 올리던 글이라는 뜻을 지니고 있고, '소소소'는 바람이 아주 부드럽게 부는 모양을 뜻한다. '소소소'는 임금에게 올리던 글처럼 정성스럽게 제품을 만들어 소비자에게 정성을 담아 선물하겠다는 의미를 담고 있다. 소소소와 함께 따뜻한 여유 한 잔을 선물하자.



SOSOSO

It is a tea brand made with the theme of tradition. 疏 has the meaning of writing to the king, and 'Sososo' means the shape of the wind blowing very gently. 'Sososo' contains the meaning of making a product with sincerity and presenting it to consumers with sincerity, just like the one written to the king. Let's present a cup of warm leisure with Sososo.

모나미 패키지디자인

김희서 KIM HUISEO

모나미는 한국의 대표 문구류 브랜드로, 심볼 마크는 모나미의 영문 이니셜인 M, N, M을 볼펜으로 낙서한 형태로 표현되었습니다. 본 작업은 모나미의 제품 중 볼펜과 잉크의 패키지이며, 색상에 따라 각 3가지 종류로 이루어져 있습니다. 그래픽 모티프는 모나미 볼펜이 한국 최초의 볼펜이라는 의미를 담고자 01, 02, 03이라는 숫자에 세 가지 고유 색상을 접목하여 핸드드로잉 기법으로 표현하였습니다. 또한 모든 패키지는 잉크 본연의 색상으로 표현하였습니다. 전체 패키지 세트는 삼각형과 사각형의 기하학적 형태를 통한 정형적 구조를 완성하고 있으며, 동일한 로고와 그래픽 모티프 그리고 색상의 사용으로 조화를 이루게 디자인 되었습니다.

MONAMI PACKAGE DESIGN

Monami is Korea's leading stationery brand. The symbol is expressed in the form of sbaby bedbling M, N, and M, the English initials of Monami, with a ballpoint pen. This work is a package of ballpoint pens and inks among Monami's products. The graphic motif is expressed by hand-drawing techniques by grafting the numbers 01, 02, and 03 with three unique colors to convey the meaning that the Monami ballpoint pen is Korea's first ballpoint pen. In addition, all packages are expressed in the original color of the ink. The entire package set completes the structure of the triangle and square geometry, and is designed in harmony with the use of the same logo, graphic motif, and color.



꽃차 브랜드, 꽃다숨

노주현 RO JOOHYUN

꽃다숨은 '꽃차로 한숨 돌리다' 라는 의미를 가진 꽃차브랜드이다. 기대 수명이 늘어나면서 음료도 웰빙으로 마시고자 하는 소비 트렌드에 따라 현대인들의 꽃차에 대한 관심도가 꾸준히 증가하고 있다. 이에, 한국 정서에 걸맞은 도자기 찻잔과 꽃차의 결합을 통해 소비자의 감성을 자극하여 브랜드에 호기심과 애착을 느낄 수 있도록 브랜딩하였다. '자연의 향을 우리다' 라는 컨셉에 맞게 실제 꽃에서 느껴지는 자연적인 이미지를 최대한 살리며 디자인하였고, 감성적인 느낌이 묻어나도록 작업하였다. 심볼은 꽃차의 주재료인 '꽃'과 타 브랜드와의 차별점인 자사 브랜드만의 강점 '도자기찻잔'의 형상을 결합하여 중의적으로 나타내었고, 찻잔의 받침은 선 굵기의 변화를 주어 꽃잎을 형상화하도록 작업하였다. 메인 컬러는 은은하지만 가볍지 않은 퍼플계열로 사용하였다. 개별 패키지에서는 패키지 지기구조에서도 꽃차브랜드임이 느껴질 수 있도록 윗부분을 꽃모양으로 접히게 하고 컬러 그라데이션을 주었다. 그 외에 꽃차 선물포장패키지, 포스터, 리플렛, 쇼핑백, 티코스터 등의 부가상품을 통해 브랜드가 가지는 무한한 활용가치를 전달하고자 하였다. 꽃다숨 브랜드를 통해 바쁜 일상 속에서 꽃차 한 잔과 함께 건강한 여유와 행복을 갖길 바란다.

Kkotdasum, the flower tea brand

Kkotdasum is a flower tea brand with the meaning of 'taking a breather with flower tea'. The brand was created to stimulate consumers' sensibility through the combination of porcelain teacup and flower tea, suitable for Korean sentiment, they can feel curiosity and attachment to the brand. In line with the concept of 'Brew scent of nature', the design was designed by maximizing the natural image felt from actual flowers, and the work was done to convey the emotional feeling. Symbols were expressed in a double way by combining the shape of "flower," the main material of flower tea, and its own strength, "pottery tea cup," which is different from other brands, and the support of the tea cup was made to shape petals by changing the line thickness. The main color was used as a purple color that was subtle but not light. In individual packages, the top was folded into a flower shape and color gradation was given so that it could feel that it was a flower tea brand even in the package structure. In addition, we tried to deliver the infinite value of the brand's use through additional products such as flower tea gift packaging packages, posters, leaflets, shopping bags, and tea coasters. We hope that you can enjoy a healthy leisure and happiness with a cup of flower tea during your busy daily life through the Kkotdasum brand.



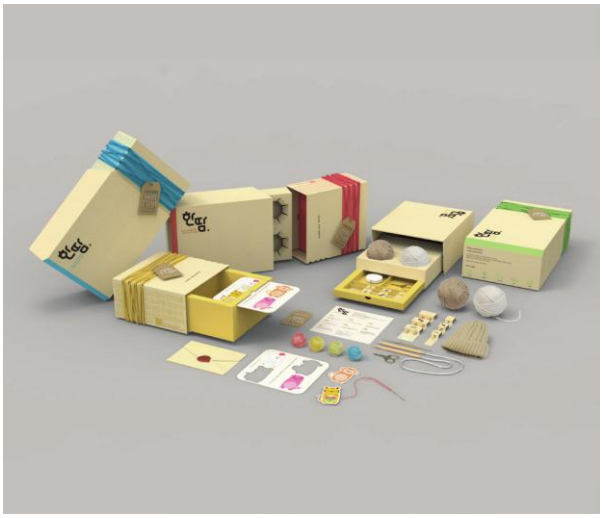
소아암 어린이들을 위한 사랑의 모자 뜨기 키트

김수빈 KIM SUBIN / 고윤형 GO YUNHYEONG

'한땀'은 소아암 어린이들을 위한 모자뜨기 캠페인 브랜드입니다. 우리나라의 꿈이자 미래인 아이들이 하루 빨리 건강해지길 바라는 마음으로 모자를 뜨고 편지와 함께 선물상자에 넣어서 전달해주는 방식의 후원 패키지입니다. 아이들의 건강을 위한 마음으로 한땀 한땀 뜨개질로 모자를 떠서 마음을 담아서 준다는 의미로 '한땀'이라고 브랜드 네이밍을 선택하였습니다. '한땀'은 미닫이로 개봉하는 방식으로 개봉시 털실을 담고 있는 상자와 뜨개질 키트가 앞으로 나오고 반대편 상자엔 소아암 아이들에게 전달해줄 선물상자가 나오게 됩니다. 선물상자의 커버는 아이들이 할 수 있는 십이지 동물 십자수판으로 제작되었고 아이들에게 자신의 띠에 맞는 동물에 십자수를 하여 실의 의미인 무병장수하길 바라는 마음을 전달하고자 하였습니다. 메인 컬러는 옅은 베이지로 따뜻한 느낌을, 포인트 컬러는 레드, 옐로우, 그린, 블루 원색계열을 사용하여 순수하고 자연스러움을 표현합니다. 측면에는 패턴을 추가하여 손뜨개느낌을 표현하였습니다. 또한 패키지에 홈을 주고 그 사이 바늘을 꽂을 수 있는 공간을 제작하였고 파여진 홈에 실을 감아 고정되게 제작하여 실의 의미(무병장수)를 전달하고자 하였습니다. 소아암 어린이들을 위한 '한땀' 패키지는 아이들에게 따스한 온기와 꿈과 희망을 전달해 줄 것입니다.

Hat-raising kit for children with childhood cancer

This is a hat-knitting campaign brand for children with childhood cancer. It is a sponsorship package in which children, Korea's dream and future, open their hats in hopes of becoming healthy as soon as possible and deliver them in gift boxes with letters. I chose the brand name with the meaning of knitting a hat with the heart for children's health. The package is pushed and opened, with a box containing wool and a knitting kit coming forward, and a gift box for children with childhood cancer on the other side. The cover of the gift box was made as an animal crossword that children could do, and I wanted to express the heart of a healthy and long-lived person, meaning thread, by crossing the animal that fits the year they were born. The main color is light beige to express a warm feeling, and the point color is pure and natural using primary colors such as red, yellow, green, and blue. A pattern was added to the side. In addition, a groove was applied to the package to create a space where needles can be inserted in the meantime, and the meaning of the thread was strengthened by winding the thread around the dug groove to make it fixed. Packages for children with childhood cancer will deliver warm warmth, dreams and hopes to children.



잊지마 패키지

김민경 KIM MINKYUNG / 박지나 PARK JINA

바쁜 일상 속 기억에 도움이 되는 건망증 팬시상품 개발 및 브랜드 패키지디자인입니다. 스마트폰과 각종 자동화에 둘러싸여 생각하지 않고도 해결되는 일들이 많은 요즘, 2030의 젊은 세대에게 디지털치매인 '영츠하이머' 가 증가하고 있습니다. 바쁜 이들의 일상 속에서 기억을 하지 못한다는 것은 매우 치명적인 결과를 낳습니다. 이들의 놓친 기억들을 붙잡아 소중하고 중요한 것들을 지킬 수 있는 패키지를 제작하였습니다. 패키지의 그래픽 컨셉은 삼각형Triangle 을 모티브로 하여 'Try angle 노력의 각도'를 설정하여 세가지 방법으로 균형잡힌 일상의 각도를 유지한다는 브랜드 아이덴티티를 가집니다. 심리학자인 데일 카네기의 세가지 법칙에 따라 '인상', '반복', '연상'의 방법으로 사용자의 기억에 도움을 줍니다. 세가지 법칙을 기억하기 수월한 미니멀적인 요소로 활용해 사용자의 기억을 도와주는 컨셉입니다. 패키지 사용법은 우선 건망증 자가진단 리스트로 건망증의 원인을 분석하고, 연상/인상의 방법이 적용된 포스터와 물건카드로 물건의 위치를 기록하며 파악하고, 반복의 방법이 적용된 휴대용 키링과 연필로 반복적인 기록을 실천하게 합니다.

Don't forget package

It is a brand package design and development of forgetful fancy products that help you remember your busy daily life. Nowadays, digital dementia, "Youngtsheimer," is increasing for the younger generation in their 20s and 30s, as there are many things that can be solved without thinking about being surrounded by smartphones and various automation. The inability to remember in the daily lives of busy people has very fatal consequences. I made a package that can hold onto their missing memories and keep precious and important things. The graphic concept of the package was set up "Triangle" with Triangle motif and expressed the meaning of maintaining a balanced angle of daily life in three ways. According to psychologist Dale Carnegie's three laws, it helps users' memories in ways of "impression," "repeat," and "allegation." It is a concept that helps users remember by using the three laws as minimal elements that are easy to remember. The package usage first analyzes the cause of forgetfulness with a self-diagnosis list of forgetfulness, records the location of objects with posters and object cards applied with association/impression methods, and executes repetitive records with portable keyrings and pencils applied with repetition methods.



자연 악기 브랜드 글로솔리

신효은 SHIN HYOEUN

글로솔리는 상업음악의 도구인 악기들이 아닌 자연을 닮은 악기들을 소개하는 악기 브랜드입니다. 악기의 판매에만 초점을 맞추는 기존의 악기브랜드와 다르게 글로솔리는 악기가 가진 본연의 소리와 그로 인한 사람들의 경험을 중요시 여깁니다. 타악기 현악기 관악기 등으로 분류하는 학문적인 악기 분류가 아니라 물 바람 숲을 카테고리로 자연악기 분류법을 만들고 사람들이 낯선 악기들에 친근하게 접근할 수 있도록 하였습니다. 현재의 악기시장은 '악기'를 상업성의 도구로 보고, 돈을 버는 '수단'으로 여긴다는 문제점에서부터 출발하였습니다. 글로솔리는 음악이 상업적인 도구로서의 활용을 넘어 비전문가 일반인들의 일상에도 적용 될 수 있도록 기획한 악기 브랜드입니다. '사람은 자연의 소리를 본따 악기를 만들었다.' 악기의 원형은 자연의 소리라는 말이 있습니다. 자연과 사람 음악은 밀접해있다는 생각을 가지고 자연과 관련된 악기브랜드를 만들면 사람들에게 친근하게 다가갈 수 있다고 생각하였습니다. 글로솔리의 뜻은 '빛나는 태양'의 합성어로 글로솔리는 물, 바람, 숲 모든 악기들의 상위체계에 위치한다는 상징적인 의미를 가집니다. 행드럼부터 허디거디까지 12개의 악기들과 글로솔리의 자연아이콘까지 총 16개의 기본 모듈이 존재하고 그 안에서 디자인이 이루어집니다. 그 외에 악기를 생활에 적용하는 방법, 라이프 스타일을 보여주는 디자인은 직관적인 일러스트로 디자인되었습니다.

Lifestyle Natural musical Instrument Brand

Glosoli is an instrument brand that introduces instruments that resemble nature, not instruments that are tools of commercial music. Unlike conventional musical instrument brands that focus only on the sale of musical instruments, Glosoli values the original sound of musical instruments and people's experiences. Instead of classifying them into percussion instruments, string instruments, and wind instruments, a natural instrument classification system including water, wind, and forest was created so that people could access unfamiliar instruments in a friendly manner. The problem with the current musical instrument market is that it sees "instruments" as a commercial tool and sees them as a "medium" that makes money. Glosoli is a brand of musical instruments designed to apply music to the daily lives of non-experts beyond its use as a commercial tool. 'People made musical instruments after the sounds of nature.' There is a saying that musical instruments are originally the sound of nature. I thought that nature and human music were close and that I could approach people friendly by creating an instrument brand related to nature. Glosoli's meaning is a compound word of the "shining sun," and Glosoli has a symbolic meaning that it is located in the upper system of all instruments in water, wind, and forest. There are 12 instruments and 16 basic modules, and design is made in them. In addition, the design that shows how to apply musical instruments to life and lifestyle is designed as an intuitive illustration.



미완성 이야기

김도균 KIM DOGYUN

<미완성 이야기> 프로젝트는 1992년 전쟁 성 노예 경험을 증언하기 위해 등장한 김복동의 행동주의와 '위안부'를 대신해 피해자의 권리를 위해 남은 생애를 보냈다. 한인 여성의 한국어 내레이션은 '위안부'의 고통과 고통에 대한 한국인의 감정을 표현한다. 이 "미완성 이야기" 프로젝트에서 나는 "위안부"의 삶과 역사에 대한 시각적 서사를 제공하기 위해 역사적 문서, 사진, 비디오를 정리했습니다. 타임 라인은 위안부 역사를 시각적으로 포착합니다. 콜라주의 이미지와 이미지와 비디오의 포토 몽타주와는 대조적으로 한국 노래 "예맥아라리"가 프로젝트에서 시작되고 피아노 연주가 "위안부" 삶의 역사를 뒷받침합니다. 새로운 장면이 시작될 때마다 사진, 콜라주, 동영상의 움직이는 이미지가 빨간색 원안에 표시되어 '위안부'의 역사를 포착하고 여성의 권리 문제를 알립니다.



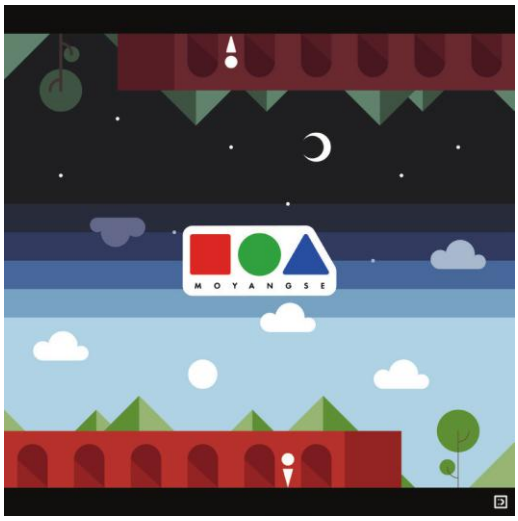
unfinished story

The Unfinished Story project features the activism of Kim Bok Dong who came forward in 1992 to testify about her experience as a wartime sex slave and who spent the remainder of her life fighting for victims' rights on behalf of the "Comfort Women." The narration, given by a Korean-American in her Korean tongue, expresses Koreans' feelings about the pain and suffering of the "Comfort Women". In this "Unfinished Story" project, I arranged historical documents, photographs, and videos to provide a visual narrative of the lives and history of the "Comfort Women."

모양세 – 기초 튜토리얼 컨텐츠

김태권 KIM TAEGWON

모양세는 기초를 쉽게 보여주고자 노력하는 모션그래픽 튜토리얼 컨텐츠 채널입니다. 현재 컨텐츠의 높은 접근성으로 무엇이든 배우기 쉬워진 요즘, 배움에서 가장 중요한 기초는 대충 설명되거나 너무 당연하게 잊혀지고 있습니다. 다양한 분야의 컨텐츠 제작에 관한 기초를 가장 쉽게 설명할 방법을 고민하며, 모션그래픽 튜토리얼 컨텐츠를 제작해 어떤 컨텐츠보다 쉽게 기초를 이해할 수 있도록 돕고자 합니다. 컨텐츠 소비자가 모양세의 컨텐츠로 기초를 더 쉽게 이해하고, 다져진 기초로 더 나은 결과물을 만들어 낼 수 있기를 바랍니다.



Moyangse – Basic Tutorial Content

Moyangse is a motion graphic tutorial content channel that tries to easily show the basics. Nowadays, with the high accessibility of content, anything is easier to learn, and the most important foundations of learning are roughly explained or forgotten too naturally. We consider the easiest way to explain the basics of content production in various fields, and we want to create motion graphic tutorial contents to help people understand the basics more easily than any other content. We hope that consumers of content will be able to understand the basics more easily with the content of Moyangse and produce better results on a well-established basis.

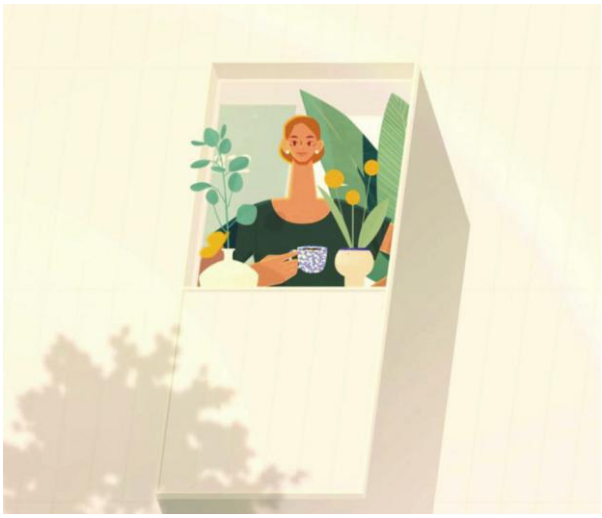
드림 하우스

김재인 KIM JAEIN

꿈을 꾸게 하는 집 DREAM HAUS. 일러스트레이터, 개발자, 크리에이터, 셰프, 만화가 등 다재다능한 청년들 대상의 지원 프로그램으로, 청년들의 꿈이 실질적 프로젝트를 통해 자생력을 가지도록 주거, 커뮤니티 공간 및 프로그램 체계를 지원합니다. 꿈의 여정을 위한 사회공헌 실현, 같은 꿈을 지닌 사람들이 살며 소통하는 DREAM HAUS. 다양한 분야의 예비 창업자에게 활짝 열려 있는 DREAM HAUS의 '문'의 의미를 담은 로고 D를 활용한 모션그래픽 광고 영상을 제작했습니다. 풍부한 컬러, 텍스쳐의 사용으로 다채로운 경험을 연출하려고 하였습니다.

DREAM HAUS

Dream HAUS, the house that makes you dream. It is a support program for talented young people such as illustrators, developers, creators, chefs, and cartoonists. It supports housing, community space, and program systems so that young people's dreams can be self-sustaining through practical projects. Realizing social contribution for the journey of dreams, DREAM HAUS where people with the same dream live and communicate. It has the meaning of DREAM HAUS "door" that is widely open to prospective entrepreneurs in various fields. I made a motion graphic advertisement video using logo D. I tried to create various experiences using rich colors and textures.



아워넛

전혁재 JUN HEOKJAE

아워넛(Our Nut)은 아이들에게 더는 무시해선 안되는 환경문제에 대한 교육을 어떻게 하면 쉽고 효과적으로 교육시킬수 있을지에 대해 고민한 결과 입니다. 어원으로 '우리'를 뜻하는 Our과 '견과류'를 뜻하는 Nut을 이어 이름 붙였습니다. 동화 지도에서 각 장르마다 다른 동화가 존재하며, 동화 하나에도 다른 분기점을 지닌 3개의 엔딩과 게임들로 구성되어 아이들에게 능동적인 창의력을 자라게 함과 동시에, 환경에 대한 경각심 또한 놀이를 하듯 자연스럽게 각인시키는 것을 목표로 합니다. 추가적으로 동화의 분기별 엔딩과, 게임들로 얻을 수 있는 도전과제로 견과류를 모티브로 한 안내 캐릭터들을 구입할 수 있습니다. 각 개성이 뚜렷한 안내 캐릭터들은 더욱 다채로운 동화 진행을 위해 각 게임에 투입되어 동화 진행을 도와줍니다. 각 캐릭터마다의 안내방식이 다르기에 한 동화를 읽어도 다양한 상황이 발생하여 아이들에게 반복적인 환경 교육을 유도할 수 있습니다.

Our Nut

'Our Nut' is the result of considering the idea of how to educate children easily and effectively about environmental problems which should no longer be ignored. In the tale map, there are different fairy tales for each genre and each fairy tale contains games and three ending which have different turning points. It aims to develop active creativity in children, while also naturally imprinting their awareness of environmental issues when they are playing. Additionally, you can buy guiding characters inspired by nuts by the challenges that can be gained from games and the completion of quarterly endings. Guide characters with distinct individuality are put into each game to help proceed with the fairy tale for a more colorful fairy tale. Since each character has a different guide method, reading one fairy tale can cause various situations to induce repetitive environmental education for children.



밀리지

강승현 KANG SEUNGHYUN

나의 이름은 밀리지! 너희들이 원하는 것을 지워주는 색다른 일을 하는 세신사로 알고 있겠지만 나의 정체는 지우개다. 그것도 이태리에서 공부를 하고온 유학파라고! 그래서 타월도 이태리산만 쓰지 흣. 밀리지는 지우고 싶은 것들을 대신해서 지워주는 일을 하고 있습니다. 쌓인 일을 지워주고, 잡생각을 지워주고, 스트레스를 지워주는 등 다양한 순간들을 공감해주는 친구 같은 캐릭터 입니다. 지워야 하는 일들이 너무 많아서 인지 갑자기 화가 나기도 하고 가끔 숨기도 합니다. 캐릭터 배경 '지우다'에서 출발한 캐릭터로, 지우고 싶은 것들을 대신해서 지워주는 역할의 의미를 담았습니다. 지우개 + 세신사에서 모티브를 활용하여 직업이 세신사인 지우개의 형태를 완성하였습니다. 한국의 목욕 문화에서 항상 연상되는 것이 이태리 타월입니다. 그렇기 때문에 캐릭터 직업의 특징을 표현하는 수단으로 사용하게 되었습니다. 지우개 모양의 캐릭터가 수건을 머리에 두르고 이태리 타월을 항상 장착하는 모습으로 완성하였습니다. 밀리지는 계속 발전중~ 밀리지 캐릭터는 재미로 시작했지만, 도전하고 싶은 생각에 이모티콘 등록과 상품화를 위해 계속 진행 중에 있습니다! 설문조사를 통해 90명이 참가하여 이름과 동작도 같이 만들게된 캐릭터입니다. 현재 밀리지의 주요 감정 표현은 이모티콘에 활용될 수 있도록 제작되었습니다. 많은 사랑 부탁드립니다~

MILIJI

My name is Miliji! My identity, doing something different that erases what you want, is an eraser. He's an elite who studied in Italy! That's why I only use Italian towels! Miliji is doing the job of erasing the things she wants to erase instead. It is a friend-like character who sympathizes with various moments, including accumulated work, unnecessary thoughts, and relieving stress. There are so many things to erase that he suddenly gets angry and sometimes hides. The background of the character. It is a character that started from "Eraser" and added meaning that it plays a role in erasing things that you want to erase instead. The eraser and bath manager used the motif to design it in the form of an eraser whose job is a bath manager. The representative item of Korean bath culture is Italian towels. That's why I used it as a means of expressing the character's professional characteristics. An eraser-shaped character wrapped a towel around his head and always carried an Italian towel. Miliji continues to grow. Although the Miliji character started out as fun, we are registering emoticons and commercializing them because we want to continue to challenge them. Through the survey, 90 people participated and made the character's name and movement together. Currently, the main emotions that Miliji can express are designed to be used for emoticons. Let me ask of your attention.



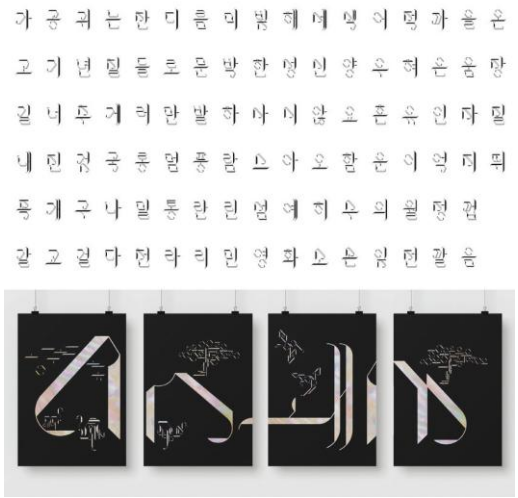
자개박이체

유다은 YOO DAEUN

나전칠기는 옻칠한 기물 위에 자개를 붙여 만든 전통 공예품입니다. 나전 공예는 삼국시대부터 시작되어 1000년의 역사가 있는 우리나라 전통 수공예입니다. 하지만 나전칠기은 생활 문화 서구화로 인해 우리에게서 멀어지고 있습니다. 자개박이체는 그런 나전칠기에서 엿보이는 화려함과 향토적인 분위기를 담은 서체입니다. 기억 속 어딘가에서 본 것 같은 나전칠기의 느낌이 글자 그대로 드러나며 사람의 손을 통해 만들어지는 전통문화의 소중함을 일깨워 주고 잊혀가는 우리 문화를 전승하고자 기획했습니다. 나전칠기의 기법에는 자개를 얇고 길게 만들어 그 조각을 끊어내는 끊음질과 실톱으로 문양을 잘라내는 줄음질이 있는데 각각 두 가지 기법에서 드러나는 직선적, 곡선적 느낌을 녹여내며 제작했습니다. 끊음질에서 보이는 규칙적인 패턴을 기하학적인 느낌으로 적용하면서 직선적으로 사용된 요소들을 곡선으로 마무리하여 경직되어 보일 수 있는 인상을 부드럽게 풀어내었습니다. 또한 자모 구성요소들 간의 각도를 통일하여 정갈하며 정교한 인상을 담았으며, 섬세하게 구성된 공간들은 화려하면서도 견고한 인상을 담습니다.

Jagae

Najeon lacquerware is a traditional craft made by attaching shells to lacquerware. The Najeon craft is a traditional Korean handicraft with a history of 1,000 years. However, Najeon lacquerwar has been alienated from us due to the westernization of living culture. Jagae is a typeface containing the splendor and local mood of the Najeon lacquerware. It was designed to remind people of the importance of traditional culture made through human hands and to convey Korean culture that is almost forgotten. There are two techniques for for Najeon lacquerware, and Jagae is made by reflecting the linear and curved feeling of each of the two techniques. While applying the regular pattern seen in the cutting to a geometric feel, the elements used in a straight line were finished with a curve to smoothly unravel the impression that could look rigid. In addition, the angles between the components are unified to express neatly and elaborately, and the delicately constructed spaces are colorful and solid.



피토니

우민성 WU MINSUNG

피토니는 일상에 지친 현대인들을 위해, 자신의 위치, 시간 등을 고려하여 매일 새로운 산책지를 제안하는 지도 및 워킹 네비게이션 앱 서비스입니다. 산책을 하기 전 자신의 위치를 기반으로 날씨, 교통상황, 질병 정보 등 사용자가 확인해야할 정보를 확인한 후, 3D 네비게이션을 통하여 산책 경로를 전달받습니다. 해당 산책중에는 나무의 피톤치드를 형상화한 "피토니" 포인트를 얻을 수 있고, 해당 포인트를 모아서 레벨을 올리거나, 미션을 수행하여 뱃지를 받을 수 있습니다. 산책을 완료하게 되면 그날의 산책기록이 새겨진 "산책 카드"를 완성하게 되고, 이러한 정보는 히스토리 화면에서 확인하여 자신이 어느 만큼 산책을 즐겼는지 알아볼 수 있습니다. 이와 같이 피토니를 통해 매일 매일 자신의 삶에 리프레쉬를 할 수 있는 새로운 산책지를 제안받을 수 있고, 매일 열심히 산책을 하고자 하는 동기를 부여합니다. 또한 자신이 걷는 산책지에 대한 정보를 남과 공유하거나, 피드백을 남겨 타인과 간접적으로 산책에 대해서 소통하는 즐거움을 느끼게 합니다. 이러한 "피토니" 앱 서비스의 기능은, 산책의 산뜻한 느낌을 전달할 수 있는 보타니컬한 컬러와 귀여운 3D 아이콘, 맵을 통해 마치 게임을 하는 듯한 느낌을 주면서 완성됩니다.

Phytony

Phytoni is a map and walking navigation app service that suggests new walking spots every day for modern people who are tired of daily life, considering their location, time, etc. Before taking a walk, check the information that users need to check, such as weather, traffic conditions, and disease information, based on their location, and receive the walking route through 3D navigation. During the walk, you can get "Pytoni" points in the shape of phytoncide of the tree, collect the points, raise the level, or perform missions to receive badges. When you complete the walk, you will complete a "walk card" with the day's walking history on it, and you can check this information on the history screen to see how much you enjoyed the walk. In this way, you can be offered a new walking course that allows you to refresh your life every day through phytoni, and it motivates you to take a walk hard every day. In addition, you can share information about your walking course with others or leave feedback to make you feel the pleasure of indirectly communicating with others. These "Phytoni" app services provide a game-like experience through botanic colors, cute 3D icons, and maps that can convey the fresh feeling of walking.



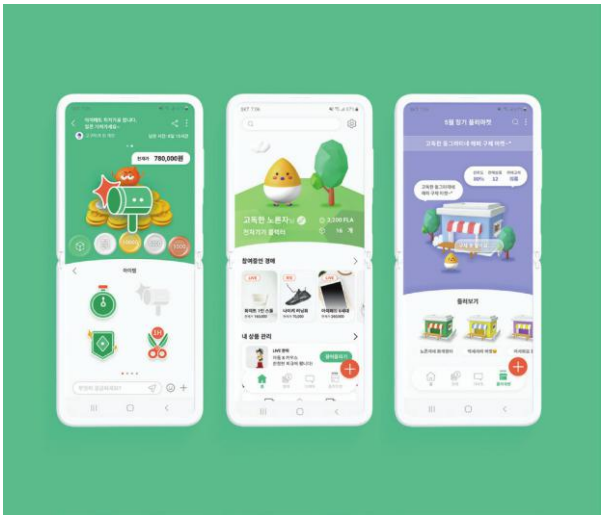
세컨플리

이윤하 LEE YOONHA / 박기령 PARK GIRYEONG / 이재영 LEE JAEYOUNG

세컨플리 서비스는 단순히 가성비 있는 알뜰 소비 이상의 가치 실현과 소비과정 전반에 대한 높은 만족을 추구하는 mz세대를 위한 라이브 중고경매 앱입니다. 기존의 경매에 대한 진입장벽을 낮춤으로써, 젊은 세대가 자신의 소소한 물건들을 직접 사고 팔며 일상 속에서 경제 관념을 익히고 중고거래를 통한 레스웨이스트를 실천할 수 있습니다. 앱 내에서 판매자는 라이브커머스와 채팅 두 가지 방식을 사용한 경매를 진행할 수 있으며, 구매자는 경매에 참여하여 실시간으로 원하는 물건에 입찰하여 경매에 참여할 수 있습니다. 경매 참여시 아이템을 사용하여 경매 상황을 반전시키는 등 구매의 모든 과정이 즐거운 경험이 될 수 있도록 돕습니다. 거래가 이뤄지지 않은 물건들은 앱 내의 플리마켓 서비스를 통해 더 저렴한 가격으로 다시 팔 수 있는 기회가 주어지고, 그때에도 거래되지 않은 물건들은 기부로 이어질 수 있습니다.

Seconflea

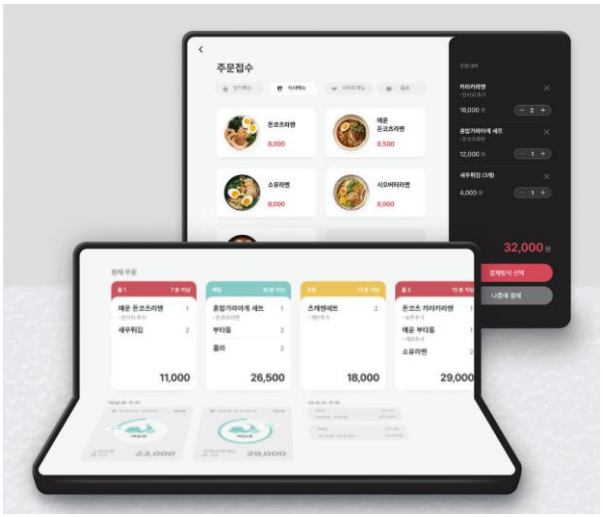
Seconflea is a secondhanded auction service for the MZ generation that requires more value than just cost-effective and high satisfaction with the entire consumption process. Using an easy and fun auction method, the younger generation can trade their small items directly, acquire economic ideas, and practice eco-friendly consumption in their daily lives. Within the app, sellers can auction using live commerce and chatting methods, and buyers can participate in the auction by bidding for the items in real time. Goods that are not traded are given the opportunity to resell them at a lower price through the flea market service in the app, and those that are not traded can lead to donations.



부디

송예슬 SONG YESEUL / 이은지 LEE ENNJI / 이채원 LEE CHAEWON

BOODY는 홀로 장사하는 사장님의 업무환경을 개선하기 위한 애플리케이션입니다. 코로나19 이후, 지출 절감을 위해 종업원을 감축한 1인 요식업자는 요리, 홀서빙, 배달 등 많은 업무를 혼자 감당하게 되었습니다. 실제 관찰 결과, 이들은 작은 업무 하나에도 매장 홀과 주방을 오가며 비효율적인 동선으로 인한 피로감을 느끼고 있었습니다. 하지만, 현재 업무의 육체적인 강도를 줄여주는 서비스는 전무합니다. BOODY는 폴드와 워치를 활용한 4가지 모드로 위 문제를 해결하고자 합니다. 주문 받을 때는 폴드를 펼쳐 POS기 모드로, 요리할 때는 살짝 접어 주문서를 확인할 수 있는 주방 모드로 전환합니다. 오픈과 마감 시에는 폴드를 완전히 접어 컨트롤 모드로 이용합니다. 마지막으로, 언제 어디서나 빠르게 일을 처리할 수 있도록 워치에서 간편 모드를 제공합니다. 필요한 것만 딱 보여줘서 일처리를 간편하게 하고, 어디서든 할 일을 할 수 있어서 움직임이 간단해, 1인 요식업자에게 최적화된 업무 환경으로 개선해줍니다.



BOODY

BOODY is an application to improve the restaurant manager's work environment. After Covid-19, they reduces employees to reduce costs, so take many tasks alone. However, there are no services for them. BOODY would solve the above problems with 4 mods via the Galaxy Fold & Watch. Fold switches to the 'POS mode' that can take orders by unfolding Fold, and the 'Kitchen mode' that you can check the bills by slightly folded Fold. When opening/closing resturant, the fold used as a 'Control mode' by folding Fold. Watch offers a 'Quick mode' for simple working anytime, anywhere. Because it shows only the necessary information, it is easy to work, and you can work anywhere with simple movements, creating a work environment optimized for single-person restaurants.

view

이진원 LEE JINWON

view는 홈스쿨링 / 온라인 재택교육의 새로운 방법입니다. 현재 친구와 함께 이야기 나누거나 생각을 주고 받기 어렵다는 점과 선생님과의 소통이 불편하다는 점을 통해, 사회성이라고 하는 중요한 교육의 목적을 겸비할 수 있는 온라인 교육 플랫폼을 구축했습니다. view는 케이스를 여는 순간 등교가 시작됩니다. 안경을 착용해, 들어와있는 친구들과 인사를 나누고 함께 이야기를 나눕니다. 물론, 수업시간에 모둠활동이나 토론활동도 쉽게 이루어집니다. 뿐만 아니라, 취미활동과 놀이활동까지 모두 함께 어울려 할 수 있는 공간이 구축됩니다. 안경을 쓰는 모든 공간에서, 새로운 학교가 펼쳐집니다. view는 학교의 개념을 넘어 인종, 종교, 장애 등이 학교의 문턱이 되지 않기를 소망합니다.



view

View is a new way of home schooling. Through the pain-point of talking with friends and teachers, we have established an online education platform that combines the important educational purpose of sociality. The moment the view opens the case, the school starts. Wearing glasses, I say hello to my friends and talk with them. Of course, group activities and discussion activities take place easily in class. There will be a space where you can mix both hobbies and play activities. In every space wearing glasses, a new school opens up. View hopes that race, religion, disability. will not become a school threshold beyond the reasons of school.

AngelAI-대형복합매장에서의 길안내와 방역을 위한 로봇 제안

조윤선 JO YUNSEON / 정지연 JEONG JIYEON / 임수혜 LIM SUHYE /
JORDAN HUDSON

Walkway와 shinyway는 백화점같이 큰 실내 공간에서 쓰일 수 있도록 인터랙션을 고려한 길 안내 로봇과 청소로봇입니다. 두 로봇 모두 스마트폰과 쉽게 연결되는 NFC 연동 기술을 사용할 수 있고 터치와 보이스 인터랙션을 통해 조작가능합니다. Walkway는 넓은 실내 공간에서 목적지까지 사용자에게 길을 안내해주는 로봇입니다. 사용하고 있던 스마트폰 지도 앱과 로봇이 연결되어 원하는 목적지까지 간편하면서 빠른 이동이 가능하고 눈이 잘 보이지 않는 저시력 사용자도 로봇을 사용할 수 있도록 로봇 하단부에 있는 구멍에 지팡이를 꽂으면 앞에 있는 장애물과 길의 진행속도를 진동 인터랙션으로 알 수 있게 디자인했습니다. 사용자는 로봇의 스크린에서 AR비전을 통해 실시간으로 이동하는 방향을 시각적으로 느낄 수 있습니다. shinyway는 청소로봇으로 더러운 곳을 청소하고 밀집된 구역을 방역하는 로봇입니다. 청소, 방역, 응급상황 알림 이 세 가지 기능을 가지고 있으며 스마트폰 애플리케이션과 연동되어 실시간으로 확인과 조종을 할 수 있습니다. 원하는 구역을 설정해 청소시간을 예약하고 청소할 수 있고 사람이 밀집된 구역이 생기면 즉시 알림이 가 로봇의 양쪽 측면에 달린 분사구로 방역할 수 있습니다. 또한, 응급상황이 생기면 로봇과 애플리케이션 모두 동시에 알림이 뜨고 119 신고 기능과 비상벨을 울려 사람들을 대피시킬 수 있습니다.



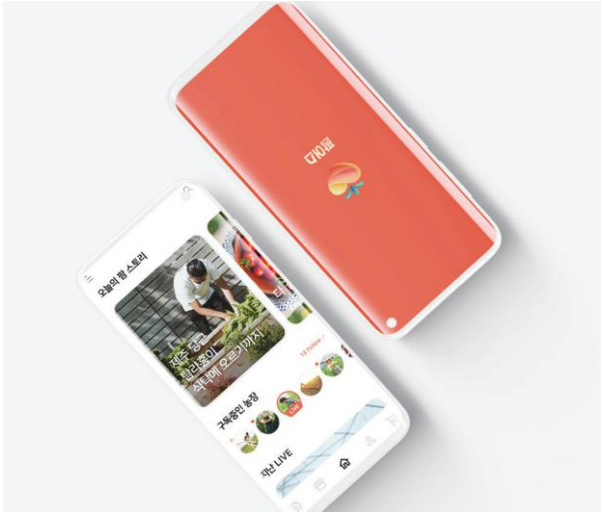
AngelAI-Robots for department store

'Walkway' and 'Shinyway' are concept ideas for road guidance and cleaning robots that designed to used in large indoor spaces likes department store. Both robots can use NFC interworking technology that is easily connected to smartphones and can be operated through touch and voice interaction. 'Walkway' is a robot that guides users from the spacious interior space to the destination. The smartphone map APP and robot are connected to the desired destination. 'Shinyway' is a robot that cleans dirty places and prevents dense areas. It have three functions cleaning, quarantine, and emergency notification, all functions can be checked and controlled in real time in conjunction with smartphone. By setting the desired area, cleaning time can be booked and cleaned, notifications immediately occur when crowded areas occur, and quarantine can be carried out with sprays on both sides of the robot. In addition, in the event of an emergency, both robots and applications can be notified at the same time, and 119 reporting functions and emergency bells can ring to evacuate people.

팜어스

윤사라 YOON SARAH / 유정현 YU JUNGHYUN

팜어스는 국산 종자 품종의 빠른 대중화를 위해 국산 품종 농산물을 재배하는 국내 농가들의 홍보 및 판매를 돕는 어플리케이션입니다. 우리나라는 최근 10년간 평균 136억원을 매년 외국에 종자사용료로 내고 있습니다. 농업관계자들은 로열티를 줄이기 위해 국산 품종을 늘리는 노력을 하고 있지만 정작 큰 성과가 보이지 않아 빠른 국산 종자 품종 대중화를 위해 적극적인 홍보가 필요한 상황입니다. 이에 따라 문제 해결 방안으로 국산 개발 종자 농산물 판매 어플리케이션을 제작하였습니다.



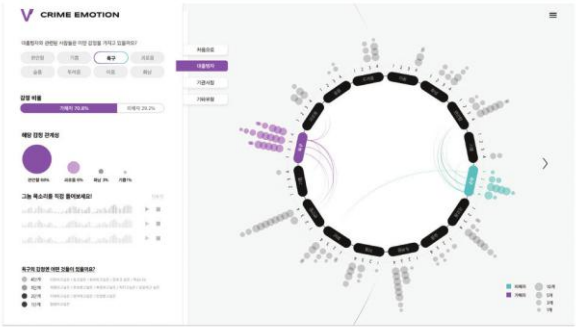
farmus

Farmus is an application that helps promote farms that grow domestic agricultural products. Korea has been paying other countries an average of 13.6 billion won for growing foreign agricultural seeds for past 10 years. Agricultural officials are trying to increase the number of domestic varieties to reduce royalties, but they have not shown much results yet, so quick and active publicity is urgently needed to popularize domestic seed varieties. Accordingly, as one of the solutions to the problem, we produced an application for selling domestic seed agricultural products.

브이-파일

이혜원 LEE HYEWON / 김서희 KIM SEOHYEE / 이아영 LEE AHYOUNG /
정유정 JUNG YUJEONG

V-file은 보이스피싱 범죄가 유튜브 sns등을 통해 가볍게 다루어지고 있는 오늘날, 이에 대한 심각성을 일깨워주기 위한 정보 서비스 웹페이지 입니다. 범죄조직내에 있던 범죄자들이 조직내에 기밀 문서를 유출하여 사회에 공유하는 컨셉을 바탕으로 페이지들을 구성하였습니다. 서비스는 크게 4가지 목록으로 나뉘어져 있습니다. 감정분석과 소셜분석이 가능한 'TOP SECTET', 보이스피싱관련 캠페인 파악과 피해자 특징을 분석할 수 있는 'ARCHAIVE', 보이스피싱을 체험할 수 있는 'CALLING', 마지막으로 보이스피싱 범죄 조직도와 V-file프로젝트 진행팀을 소개하는 'V2' 서비스를 통해 사용자로 하여금 보이스피싱을 인지하도록 유도합니다.



V-FILE

V-file is a declaration that voice phishing crimes are being lightly handled through YouTube SNS, etc. The pages were constructed based on the concept that criminals within a criminal organization leak confidential documents within the organization and share it with society. The service is divided into four main categories. It encourages users to recognize voice phishing through "TOPSECTET" that enables emotional and social analysis, "ARCHAIVE" that can identify and analyze voice phishing-related campaigns, "CALLING" that can experience voice phishing, and finally, "V2" services that introduce voice phishing crime organizations and V-file project teams.

소비기한 인식개선 캠페인 'fresee'

강은수 KANG EUNSU / 박혜민 PARK HYEMIN

'세상이 신선해지는 시간' 소비기한 덕분에 식품이 신선하고 식품쓰레기가 줄어 세상이 신선해진다는 의미를 담고 있습니다. 앞으로 우리는 환경에 대해 많은 관심이 필요한 가운데, 우리와 가장 가까운 식생활에 보관폐기 음식물의 환경오염을 해결해보고자 'fresee(프레씨)' 어플리케이션을 기획하게 되었습니다. 소비기한이란 소비자가 먹어도 건강상에 이상이 없을 것으로 판단되는 식품의 최종시한입니다. 하지만 소비기한을 날짜로 표기하기엔 한계가 있는데 이를 해결하는 메인 컨셉은 스마트패키징을 통해 유통기한과 함께 날짜가 아닌 시각적으로 색상이 바뀌는 소비기한을 알리고자 합니다. 식품의 상태를 알려주는 스마트센서가 식품 하단에 부착되어 라벨에 있는 QR코드를 인식해 식품의 신선도를 [제일 신선함 - 신선함 - 서둘러 먹어야함]를 어플을 통해 바로 확인할 수 있습니다. 영상을 통해 어플을 사용하는 방법과 기대효과를 볼 수 있습니다. 냉장고 속의 재료를 휴대폰으로 쉽게 파악이 가능하고 식품의 신선도를 알 수 있어 합리적이고 안전한 식생활이 가능합니다. 이로 인해 음식물쓰레기의 양을 줄여 환경보호까지 이어집니다.



Expiration date awareness campaign 'fresee'

'Time to freshness the world' This means that food is fresh thanks to the expiration date and the world becomes fresher with less food waste. In the future, we need a lot of attention to the environment, and we are planning a freeze application to solve the environmental pollution of waste food stored in the closest diet to us. The consumption deadline is the final deadline for foods that consumers believe will have no health problems even if they eat them. The main concept has a limitation in expressing the expiry date as a date, and as a solution, we want to inform the expiry date by linking the existing smart packaging to use it. The final expected effect is the ingredients in the refrigerator can be easily grasped with a mobile phone and the freshness of the food can be known, enabling a reasonable and safe diet. This leads to environmental protection by reducing the amount of food waste.

태글 : 개인정보안심 AR 택배 배송 시스템

이다인 LEE DAIN

코로나 19 이후로 택배 물동량이 급격히 늘어 '택배 전성시대'가 된 요즘, 무심코 버린 택배 운송장으로 개인 정보가 유출되는 경우가 빈번해졌다. 이러한 문제 해결을 위해 택배 운송장을 암호화한 'QR 운송장'이 대안책으로 제시되고 있는데, 아직까지는 한국에서 널리 보급되어 있지는 않은 실정이다. 만약 가까운 미래에 QR 운송장이 널리 상용화된다면, AR 기술을 접목한 어플리케이션 '태글' 시스템을 통해 개인정보가 유출될 걱정없이, 그리고 간편하게 택배 배송과 수령이 이뤄질 수 있을 것으로 기대된다. '태글'은 택배 기사와 택배 수신자가 모두 편리하게 사용할 수 있는 서비스로, AR을 통해 배송 정보를 확인할 수 있으며, 택배가 도착지까지 정확하게 배송될 수 있는 기능을 제공한다. 뿐만 아니라, 배송 기록 확인과 쇼핑몰과의 연동, 수령 희망 장소 선택 등 택배 배송과 관련된 모든 것들을 한번에 관리할 수 있다는 특장점이 있다.



Taggle : AR Delivery system for privacy protection

These days, when the volume of parcels has increased sharply since COVID-19, accidents in which personal information is inadvertently leaked to the courier carrier have become frequent. To solve this problem, a "QR waybill" encoding a courier waybill is suggested as an alternative, but it has not yet been widely distributed in Korea. "Taggle" is a system that prevents leakage of personal information by applying AR technology. It can be conveniently used by both courier and courier recipients, and provides a function that allows delivery information to be checked through AR and accurately delivered to the destination. In addition, it has the advantage of being able to manage everything related to courier delivery at once, including checking delivery records, linking them with shopping malls, and selecting the desired location to receive them.

글벗도서관

강선영 KANG SUNYOUNG / 조영재 JO YOUNGJAE / 최연경 CHOI YEONGYEONG



미래의 도서관은 우리 곁에 어떤 모습으로 자리 잡을 것인가? 활자를 처음 읽고 말하는 즐거움에 부모님 손을 잡고 아장아장 따라갔던 동네 작은 도서관에서부터 넓은 세상을 경험하겠다고 나선 여행길에서도, 또 앞으로 펼쳐질 인생에서도 도서관은 선생님이자 친구이자 나의 세상이었다. 우리는 도서관에 들어온 관람객에게 플라뇌르의 역할을 제안한다. 플라뇌르(Flâneur)는 아무런 목적 없이 한가롭게 거리를 거니는 사람이라는 뜻을 가진 프랑스어이다. 스스로 도시의 산책자가 되어 흩어지는 생각을 내버려 두기도, 새로운 이야기에 귀 기울이기도 하며 책 속의 새로운 세계를 발견하는 재미를 느끼길 바란다. 일상 속 휴식이 필요한 사람들이 모이는 공원으로 대지를 선정하였다. 방문객들은 자유로이 도서관을 산책하는 마음으로 자연으로 둘러싸인 공간에서 독서하고 생각하며 삶의 의미를 찾는다. 습관처럼 방문하며 지역민들의 네트워크를 지속해서 연결하는 허브로 도서관의 의미를 확장한다. 바쁜 현대인들에게 독서란 시간을 내야 할 부담스러운 여가활동으로 여겨진다. 산책로의 연장으로 진행되는 동선은 내외부를 긴밀하게 연결하고 있다. 자연스러운 유입으로 어느 자리에서도 쉽게 뻗어 책을 읽기 시작할 수 있다. 무한한 우주로 뻗어져 있는 책의 모습처럼 무경계의 도서관의 모습을 보여준다. 걷다 보면 어느새 책과 친해진 본인의 모습을 발견할 것이다.

Flâneur

What will the library look like next to us in the future? On the journey to experience a wide world from the small library in the neighborhood, where I followed my parents in the joy of reading and speaking the type for the first time, and in the future life, the library was a teacher, friend, and my world. We propose the role of "Flâneur" to visitors entering the library. Flâneur is a French word meaning a person who walks leisurely without any purpose. The site was selected as a park where people who needed rest in their daily lives gathered. Visitors freely take a walk through the library to read, think, and find the meaning of life in a space surrounded by nature. The site was selected as a park where people in need of rest in their daily lives gather. Visitors read, think, and find the meaning of life in a space surrounded by nature with the mind of taking a walk in the library freely. It expands the meaning of the library as a hub that visits like a habit and continuously connects the network of local residents. For busy modern people, reading is considered a burdensome leisure activity to take time to do. The route leading to the extension of the promenade closely connects the inside and the outside. Naturally, you can easily start reading anywhere. It shows the appearance of a borderless library like a book that expands into an infinite universe. As you walk, you will get close to books.

엠에스피

홍창주 HONG CHANGJU



환경미화원은 직업 특성상 근골격계에 부담이 많이 가는 일을 하게 된다. 가로 청소 시 하루에 총 2시간 이상의 빗자루질과 반복적으로 들어 올리는 쓰레받기 그리고 허리 숙임 등 손목, 팔꿈치, 허리 등에 많은 부담이 가해지고 있다. 이런한 환경미화원의 고충을 개인용 이동 편의에 특화된 직립 수거 방식과 확장형 디자인을 통해 해소해 줄 환경미화원을 위한 다목적 캐리어를 제안한다.

M.S.P(moving sweeper dust pan)

Street cleaners are tasked with a heavy burden on the musculoskeletal system due to occupational characteristics. When cleaning across the street, a total of more than two hours of broomming, repeatedly lifting dustpan, and bending back are putting a lot of pressure on wrists, elbows and waist. So propose a multi-purpose carrier for street cleaners that will solve these hardships through upright collection methods and expandable designs specialized for personal mobility.

코유미

윤수근 YOON SUGEUN

도시 쇠퇴지역은 인구 유입을 기대하기 어려우며, 거주민들은 대부분은 높은 연령대와 저소득층으로 구성되어 있음. 그리고 지리적 환경으로 인해 많은 계단이 설치되어 있어 거주민들의 삶의 질을 저하시킴. Coyoume는 계단에 리프트 기능을 구비하여 거주민들의 이용성, 안전성, 편리성을 도모함으로써 신체적 사고 발생을 예방하고 삶의 질 향상. 기존 설치된 계단 손잡이에 결합이 가능하여 적은 예산, 부피 및 시공으로 거주민들과 갈등을 최소화하면서 삶의 질을 향상이 가능.



Coyoume

Urban declining areas are hard to expect an influx of people, and most of the residents are of high age and low income. And many stairs are installed due to the geographical environment, which degrades the quality of life for residents. Coyoume is equipped with lift functions on the stairs to prevent physical accidents and improve the quality of life by promoting the usability, safety and convenience of residents. Can be combined with existing installed stair handles to improve quality of life while minimizing conflicts with residents with small budget, volume, and construction.

뉴런 : Flexible Infinity

천세정 CHEON SEJEONG / 김혜원 KIM HYEWON / 김준영 KIM JUNYOUNG /
이재헌 LEE JAEHEON

뉴런은 비대면 리모트 워크를 위한 자율주행 자동차 기반 워킹 플랫폼입니다. COVID-19을 기점으로 한 뉴노멀 시대에서, 본사로 출근하는 형태가 아니라 근무자 거주지 근처 거점 오피스로 근무하여 분산근무하는 형태가 주목을 받고 있습니다. 그러나 기존의 거점 오피스 근무 형태는 그룹 단위의 커뮤니케이션이나 성과관리, 업무 관리에 있어서 여전히 불편점을 지닙니다. 나아가 비대면으로 일을 하다가 대면으로 모여서 업무를 수행하는 상황에서는 협업을 위한 별도의 공간을 탐색하거나 마련해야한다는 점에서 시간적, 경제적인 비용 문제가 발생하였습니다. 뉴런은 자율주행 모빌리티를 개인, 그리고 협업을 위한 워크 스페이스로 재해석하여 이러한 문제점들을 해소합니다. 뉴런의 시스템은 크게 모빌리티, 거점오피스, 와이드스크린, 그리고 와이드 스크린 및 센터페시아를 통해 제공되는 독자적 OS 시스템으로 구성됩니다. 모빌리티는 사용자 개개인을 위한 독립적인 업무공간으로써 디자인되었습니다. 사용자들은 자신의 업무공간, 즉 모빌리티를 타고 집 주변 거점 오피스로 이동하여 업무를 수행하다가 프로젝트/팀 단위의 협업이 필요할 때 지정된 장소로 모여 협업을 시작할 수 있습니다. 모빌리티 전면부의 스크린은 사용자의 업무 효율성을 위한 환경을 제공할 뿐만 아니라, 영역의 경계를 설정하는 파티션의 역할을 합니다. 각자의 거점 오피스에 떨어져있던 팀원들은 협업을 위한 별도의 공간으로 모이는게 아니라, 모빌리티들이 "모이는" 행위 만으로 협업에 필요한 "영역" 을 만들어낼 수 있습니다.



NewRun : Flexible Infinity

Newrun is self-driving car-based working platforms for non-face-to-face remote work. In the New Normal era, starting with COVID-19, the form of distributed work near or at the base office, not at the headquarters, is drawing attention. However, the existing base office work type is still inconvenient for group-level communication, performance management, and work management. Furthermore, in the situation of working non-face-to-face and gathering face-to-face to perform work, there was a time and economic cost problem in that a separate space for collaboration had to be explored or prepared. Newrun solves these problems by reinterpreting autonomous mobility as an individual and a workspace for collaboration. Newrun systems largely consist of mobility, base offices, wide screens, and independent OS systems provided through wide screens and center fascia. Mobility is designed as an independent workspace for individual users. Users can travel to their workspace, that is, the base office around their homes, to perform their work, and gather at designated locations to start collaboration when a project or team collaboration is needed. The screen on the front of mobility not only provides an environment for the user's work efficiency, but also serves as a partition that sets the boundaries of the area.Team members who were away from their base offices do not gather as a separate space for collaboration, but can create the "area" necessary for collaboration only by "gathering" mobility.

통영, 鄕樂의 울림

안영현 AHN YOUNGHYUN / 김영서 KIM YOUNGSEO / 한지혜 HAN JIHYE

일찍이 문화예술이 발달한 통영은 유네스코 음악창의도시로 선정되며 폐교를 활용한 예술촌 사업을 이어가고 있다. 이에 탄생한 연명예술촌은 어촌체험을 겸비한 펜션, 통영의 민속작품과 12공방을 널리 알리기 위한 창작공간으로 이루어져 있다. 하지만, 주민공간, 어촌체험 활성화를 원하는 주민과 예술촌을 보존하길 원하는 작가의 대립으로 활성화되지 못하고 있다. 우리는 음악창의 도시 통영의 인적 자원 윤이상의 작곡기법과 음악을 활용한 연명만의 예술촌을 제안한다. 그의 음악 속 화합을 이루는 풍부한 음향처럼 연명의 자연, 예술, 주민의 화합을 통해 연명예술촌을 새로운 소통의 장으로 울려 퍼지도록 한다. 또한 기릴 예(譽), 소통할 소(疏), 행할 행(行), 들을 청(聽)과 같은 행태를 담아낸 공간명을 설정하여 하나의 촌으로 구성한다.



Tongyeong, the sound of 鄕樂

Tongyeong, where cultural arts once developed, was selected as a UNESCO music creative city and continues to operate an art village utilizing the closed school. The Yeonmyeong Art Village is composed of a pension that combines the experience of a fishing village and folk works of Tongyeong, and a creative space that widely informs 12 Workshop and defenses. However, it has not been activated due to the conflict between the residents who want to revitalize the resident space, fishing village experience and the artist who wants to preserve the art village. Than We suggest Yeonmyeong Art Village that utilizes the composition technique and music of Isang Yun, the music creative city.

펜스활용형 다목적 공공쉼터

이세라 LEE SERA / 안승찬 AHN SEONGCHAN

가로수, 전봇대 등을 이용한 각종 불법 현수막과 공간 및 보행자를 고려하지 않은 현수막 게시대로 인해 도시경관이 훼손되고 국민들 간의 사회적 갈등이 고조되고 있다. 또한 도심 공간 내 부족한 휴게시설로 인해 노약자, 부상자, 임산부 등 다양한 신체적 약자들을 위한 보다 세심한 공공서비스 공간도 절실한 상황이다. 이에 개인 광고물을 도시미관을 해치지 않고 합법적, 일률적으로 게시할 수 있으며, 신체적 약자들을 고려한 간이 쉼터 및 기타 공공서비스 기능을 제공하는 공공시설물을 개발하였다. 기존 보행자용 펜스를 활용하거나 신규 펜스 설치 시 고려하여 제작 용이한 불법과 불편을 해소하는 공공시설물을 제안한다. 차도 면은 현수막 게시대의 기능을 하며, 보도 면은 휴게기능, 재난대비 기능, 충전 기능 등의 다양한 공공서비스를 제공한다. 이를 통해 현수막으로 인한 도시미관 훼손 방지 및 시민들 간의 갈등을 해소하고 동시에 신체적 약자를 위한 다양한 공공서비스를 제공함으로써 모두가 살기 좋은 도심환경 개선에 기여할 수 있을 것으로 생각된다.



Multi-purpose public shelter using fence

Various illegal banners have damaged the urban landscape and heightened social conflict. In addition, there is a need for more detailed public service spaces for the physically weak. Therefore, we developed a public facility that allows advertisements to be posted legally without harming the aesthetics of the city, and provides public service functions. The road side functions as a banner post, and the sidewalk side provides various public services such as a rest function, a disaster preparedness function, and a charging function. Through this, it is thought that it will be possible to contribute to the improvement of the urban environment where everyone can live.

환각

변영빈 BYUN YOUNGBIN

코로나로 지치고 힘든 삶을 위로 받기 위해 점점 지쳐가는 시대 속에서 우리들이 소중하게 간직하면서 위로를 할 수 있는 패션용품인 가방, 구두, 지갑을 통하여 현대적인 제품과 전통적인 텍스타일 방법을 접목시켜 디자인 하여 보았습다. 면사를 사용한 염색 방법인 이캇트기법과 은은한 재봉사를 사용하여 전통적인 직조방법을 통하여 불규칙한 저채도의 컬러인 이캇트 패턴 속에 은은한 재봉사에 번쩍거림에 매료되어 사람들이 마치 환각에 빠진 것처럼 고급스럽게 가죽과 부자재 장식을 사용하여 디자인을 표현해 보았습니다.



Hallucinations

In a time of increasing exhaustion, to console the weary and difficult life of COVID-19, A fashion item that we can cherish and be comforted with. I designed it by combining modern products with traditional textile design methods through bags, shoes, and wallets. The traditional dyeing method, Ikat, using cotton yarn and Through traditional weaving methods, using subtly shiny sewing yarn. Ikat pattern, a color of irregular low chromatic color, subtly shiny sewing yarn. As if people were fascinated and hallucinated, I expressed the design using luxurious leather and subsidiary materials.

우리는 언제나 나로부터

김시연 KIM SIYEON

전염병을 넘어 우울까지 전염되어가고 있는 이 사회에서 지금의 우리에게 꼭 필요한 것은 더 인간적이고 더 감성적인 것을 찾는 것이다. 이러한 갈망을 '손'이라는 모티브를 통해 해소하고자 한다. 우리는 손을 통해 보이지 않는 감정을 시각적으로 전달 수 있다. 손이 가지고 있는 의미와 상징에 대해 분석해보고 손의 모양과 움직임이 언어가 되는 수화를 텍스타일 패턴으로 재해석했다. 바다, 별, 하늘 등의 단어들을 수화로 표현하고 그 형태를 분해하고 재결합하는 방식으로 디자인했으며, 안정감을 주는 자연의 색감인 earth tone을 사용했다. 손으로 무언가를 감싸는 행위는 체온을 나눔과 동시에 위로를 주며, 타인과의 교감도 가능하게 한다. '감싸다'라는 단어에서 영감을 받아 인테리어 제품들과 손수건을 제작했다. 대량 생산이 가능한 DTP 방식을 사용했다. 작은 변화만으로 공간의 분위기를 전환시킬 수 있는 커튼, 전등갓, 휴지케이스, 컵 홀더, 컵 받침, 리본 등의 생활용품과 에코백, 손수건을 제안한다. 손수건은 면 소재에 50*50cm 사이즈로 제작했다. 합리적인 가격으로 접근성이 높고 세탁이 편리하며 여러 가지 방식으로 활용이 가능하다는 장점이 있다. 보자기 포장 방식으로 내용물을 감싸 선물에 마음을 담아 전할 수 있으며, 목이나 가방 손잡이 등을 감싸는 패션 아이템으로도 다양하게 활용할 수 있다. 소통을 의미하는 '손' 패턴이 들어간 인테리어 텍스타일 제품과 손수건 컬렉션을 제안함으로써 사회적인 고립으로 무기력한 일상을 보내고 있는 사람들에게 공감과 위로를 건네본다.



WE are always from ME

In this society, where depression is spreading beyond infectious diseases, what we need now is to find something more human and more emotional. I would like to solve this longing through the motif of "hand". We can visually convey invisible emotions through our hands. It analyzed the meaning and symbols of the hand and reinterpreted sign language in which the shape and movement of the hand become a language in a textile pattern. It was designed by expressing words such as the sea, stars, and sky in sign language, disassembling and recombining their forms, and used earth-tone, a natural color that gives a sense of stability. The act of wrapping something with your hand gives comfort at the same time as sharing body temperature, and enables communication with others. Inspired by the word "cover," interior products and handkerchiefs were produced, and the DTP method, which can be mass-produced, was used. We propose household items such as curtains, lamps, tissue cases, cup holders, cup holders, and ribbons that can change the atmosphere of space with only small changes, as well as eco-bags and handkerchiefs. Handkerchiefs were made in a size of 50×50 cm using cotton material. This has the advantage of being accessible, convenient to wash, and available in various ways at a reasonable price. The contents can be wrapped in a packaging method and presented, and if tied to a neck or bag handle, it can be used in various ways as a fashion item. By proposing an interior textile product with a "hand" pattern that means communication and a collection of handkerchiefs, we try to sympathize and comfort those who are spending a lethargic daily life in social isolation.

울림

박지선 PARK JISUN

작은 연못에서 물결의 파장이 이루어지는 모습을 자연식물소재인 등나무(Rattan)을 엮어 직조패턴으로 표현하고 있으며 규칙적인 무한확장과 시작과 끝이 반복되는 자연의 섭리를 형상화한 작품.



An Echo

The wavelength in a small pond is expressed as a weaving pattern by woven rattan, a natural plant material, and symbolizes the regular infinite expansion and the providence of nature that repeats the beginning and end in this world.

보또 | 시각장애인용 성교육키트

박사언 PARK SAUN / 박소진 PARK SOJIN / 박승민 PARK SEONGMIN /
윤다정 YUN DAJEONG

장애인들은 일반인보다 성범죄에 더 크게 노출되어 있습니다. 하지만 현재는 시각을 활용한 교육이 대부분이며 특히 시각장애인을 위한 성교육은 부족합니다. 보또는 성교육이 가장 효과적인 3-4세 시각장애 아동을 위한 성교육 키트입니다. 아이들이 집중할 수 있는 시간인 15분 동안 목욕을 통해 자연스럽게 자신의 몸을 만져보고 부모님과 대화하며 몸의 소중함에 대해 이해합니다. 부모는 프롬프터의 내용을 참고하면서 아이와 이야기를 나눕니다. 1강에서는 신체 부위의 이름과 기능에 대해 배웁니다. 아이의 신체에 비누를 롤링하여 아이가 신체 부위를 촉각으로 느껴 더 잘 기억할 수 있게 합니다. 2강에서는 5가지의 인간관계(낯선 사람, 친구, 형제, 부모, 자기 자신)에 따른 스킨십 허용 범위를 아이와 함께 이야기합니다. 먼저 신체지도를 손으로 따라 만진 후 신체구조에 대해 배우고 해당 지도의 부분과 자신의 몸에 촉각 비누를 붙이며 신체에 대해 재미있게 학습합니다. 강의가 끝난 후, 녹은 입욕제 속의 리워드 칩을 프롬프터에 꽂아 복습 노래를 부르게 됩니다. 복습노래는 강의 중 아이가 어려워하거나 부모가 반복적으로 말한 신체부위를 프롬프터가 인식하여 가사에 적용합니다. 보또와 함께 아이에게 즐거운 성교육을 진행해보세요!

Botto | Sex education Bath kit

People with disabilities are more exposed to sex crimes than the general public. However, most of the education is based on vision, and sex education, especially for the visually impaired, is insufficient. It is a sex education kit for children with visual impairment aged 3 to 4 years, where walking or sex education is the most effective. For 15 minutes, which is a time for children to concentrate, they naturally touch their bodies through baths, talk to their parents, and understand the importance of their bodies. Parents talk to their children by referring to the contents of the prompter. In the first chapter, we learn about the name and function of body parts. Roll soap on the child's body so that the child can feel the part of the body with touch and remember better. In the second chapter, we talk about the allowable range of physical contact according to five human relationships with the child. First, follow the body map by hand, learn about the body structure, attach tactile soap to the part of the map, and learn about the body with fun. After the lecture, insert the reward chip in the molten bath bomb into the prompter and sing and review. During the lecture, the prompter recognizes the body part that the child has difficulty with or the parents have repeatedly said and applies it to the lyrics. Have a fun sex education for your child!



Polling: 스마트 투표 시스템

김민영 KIM MINYOUNG / 유채원 YU CHAEWON / 정윤경 JEONG YUNKYUNG /
정미령 JEONG MIRYEONG

폴링은 기존 선거의 다양한 문제점을 개선한 투표 시스템이다. 불필요한 선거 관리 비용을 절감하고, 개표의 신속성과 정확성을 제고하여 직접 민주주의를 구현할 수 있다. 첫 번째로, 우리는 기존 투표에서 전자 투표로 넘어가는 과도기에 사용할 수 있는 시스템을 고민했다. 하이브리드 투표 시스템은 아날로그와 디지털 방식을 혼합한 방식이다. 이 방식은 전자 투표 도입 전인 국가에서 사회적 반대를 최소화 할 수 있을 것으로 기대된다. 두 번째로, 보관성과 이동성을 고려했다. 3개의 키오스크와 1개의 투표용지 보관함은 사람이 직접 옮길 수 있을 만큼 컴팩트해서 설치 장소의 제한을 받지 않는다. 설치되는 장소들은 어플리케이션에서 확인이 가능하다. 세 번째로, 전자 투표에 대한 신뢰성을 고려했다. 키오스크 내에서 3단계의 본인인증 과정이 있다. 또 데이터와 종이로 이중으로 투표 결과를 저장한다. 부정 투표 의혹 시 검표를 할 수 있다. 네 번째로, 폴링 어플리케이션에서는 후보자 정보를 확인할 수 있다. 후보자의 공약, 정책 관심 분야, 세금 납부 여부 등 종이가 아닌 화면으로 볼 수 있어 선거운동 비용도 절감할 수 있다. 폴링으로 투표가 일상화되면 선거 뿐만 아니라 다양한 정책에서도 국민들이 의견을 낼 수 있다. 직접 민주주의를 구현하여 정치 참여율이 높아질 것으로 기대한다.

Polling: smart voting system

Polling is a voting system that improves various problems in existing elections. Direct democracy can be implemented by reducing unnecessary election management costs and improving the speed and accuracy of counting. First, we considered a system that could be used in the transition from existing voting to electronic voting. The hybrid voting system is a mixture of analog and digital methods. This method is expected to minimize social opposition in countries before the introduction of electronic voting. Second, storage and mobility were considered. Three kiosks and one ballot storage box are compact enough for humans to move themselves, so there is no restriction on the installation location. Places to be installed can be checked in the application. Third, the reliability of electronic voting was considered. There are three levels of identity authentication process within the kiosk. It also stores voting results double with data and paper. In case of alleged fraudulent voting, a check can be made. Fourth, candidate information may be checked in the polling application. It can be viewed on a screen other than paper, such as candidates' pledges, areas of interest in policies, and whether taxes are paid, which can also reduce campaign costs. If voting becomes commonplace through polling, people can express their opinions not only in elections but also in various policies. It is expected that the political participation rate will increase by implementing direct democracy.



12각 색실누비 커피웨어

신지영 SHIN JIYOUNG

12각 색실누비 커피웨어는 한국 누비의 패턴과 색실누비를 모티브로 제작한 커피웨어입니다. 전체적인 색상은 백색으로 하고, 누비 패턴의 색상을 다채롭게 구성하여, 현대적이면서도 한국적인 정서를 느낄 수 있게 하였습니다. 3D모델링·3D프린팅 하여 몰드를 제작하고, 슬립캐스팅 기법으로 제작하였으며, 바닥면에는 제품에 대한 정보가 들어있는 QR코드를 로고와 함께 전사지로 부착하여, 접근을 용이하게 하였습니다.



12 angle Saegsil-nubi coffeware

12-cornered Saegsil-nubi Coffeeware was designed according to nubi patterns and Color quilting of Korea. Based on the overall white tone, diverse colors of nubi patterns were used to give a modern and Korean feeling. The mold was manufactured by 3D modeling and 3D printing, and slip casting technique was used for the formation. On the bottom surface, transfer paper was attached with a logo and a QR code containing information on the product to facilitate easy access.

<기와, 일상에서 만나다>

유지민 YOO JIMIN

한국 건축의 아름다움 중 하나는 곡선을 따라 흘러내리는 처마의 부드러움과 이와 대조적으로 정갈하게 쌓여있는 기와의 조화로움이다. 음과 양의 조화를 이루고 있는 한국의 '기와'와 전통문양이 새겨져 있는 '와당'의 아름다움을 현대적인 테이블과 테이블웨어로 재해석했다. 테이블, 화병, 와인홀더, 접시 등을 기와 고유의 흑색, 모래색 색상과 고유의 곡선을 활용한 디자인으로 완성했고 와당의 전통문양을 패턴화하여 한국스러움을 나타내는 아이덴티티로 적용했다. 가죽, 유리, 도자, 나무 등 다양한 소재가 조화를 이루는 테이블과 테이블웨어가 시대가 변해도 고고히 자리를 지키고 있는 한옥처럼 어떤 공간에서도 아름다운 한국의 미를 나타낼 수 있기를 바란다.



<Giwa, meet in daily life>

One of the beauty of Korean architecture is the softness of the eaves flowing down the curve and, in contrast, the harmony of neatly stacked rooftiles. I reinterpreted it with modern tableware and tableware, inspired by the beauty of Korea's "giwa" in harmony between yin and yang and the "wadang" with traditional patterns. These designs were completed using the rooftiles' unique black&sand colors, curves, and the traditional pattern of "wadang" is added as a point. I hope that tables and tableware, which harmonize various materials such as leather, glass, ceramics, and wood, can represent the beauty of Korea in any space, such as 'Hanok', which is still in place in korean modern society.

진경산수(眞景山水)

김윤미 KIM YUNMI

산수의 아름다움을 모티브로 잡은 진경산수(眞景山水) 트레이는 천연 옻칠로 자연의 온기와 미감을 함께 담아냈다. 한 폭의 산수화를 연상시키듯 산과 구름, 나무와 달 등 자연의 형태와 채색을 현대적으로 재해석해 표현하였다. 대나무 짜임 기법을 통해 전통의 아름다운 조형미를 더하였으며, 실용공예로써 전통의 풍경을 생활공간 안으로 이어주고자 했다. 진경산수(眞景山水) 트레이를 통해 고유의 옻칠 전통의 가치를 되살리고, 이를 바탕으로 예술적·기술적·대중적으로 개선해 옻칠 문화 및 예술적 가치를 높이고자 했다.

Korean scenery

Jinkyeong Sansu Tray, which is based on the beauty of nature, expresses the warmth and beauty of nature with natural lacquer. The shape and colors of nature, such as mountains, clouds, trees, and the moon reminiscent of a landscape painting, are reinterpreted and expressed in a modern way. Through bamboo weaving techniques, the beautiful formative beauty of tradition was strengthened, and the traditional landscape was connected to everyday life through practical crafts. Through the Jingyeong Sansu tray, we tried to revive the value of lacquer unique to our tradition, and based on this, we tried to expand the artistic value of lacquer culture by improving it artistic, technical, and popularly.



WINNER







입선

제품 디자인 258
Product Design

시각/정보 디자인 288
Visual/Communication Design

디지털미디어/콘텐츠 디자인 316
Digital Media/Contents Design

공간/환경 디자인 323
Space /Environmental Design

패션/텍스타일 디자인 330
Fashion/Textile Design

서비스 디자인 335
Service Design

산업공예 디자인 343
Craft Design

샤프란

이원재 LEE WEONJAE / 유경인 YOO GYEONGIN

우리는 향기를 기억한다. 정확히 설명할 순 없지만 우린 계절의 향기를 느낄 수 있고 추억 속 향기를 기억해 낼 수 있다. 밖보다는 안이 당연하고 익숙한 지금. 마스크가 필수가 되어버린 지금. 우리는 많은 것들을 잃어버렸고 많은 향들을 잃어버리며 잊어버리고 있다. Saffron은 재택근무와 마스크가 의무화가 된 비대면 사회에서 잃어버렸던 향기를 되찾게 해준다. 그것은 가을의 낙엽 향기가 될 수도 있고 연인과 함께 떠났던 겨울 바다여행에서 맡았던 해초 향과 바다 내음일 수도 있다. Saffron은 사용자가 기억하고 싶고 되찾고 싶은 향기들을 직접 조합하고 다른 사람들과 공유할 수 있는 주거용 디퓨저 공기청정기이다.

Saffron

We remember the scent. I can't explain exactly, but we can feel the scent of the seasons and remember the scents in our memories. Now familiar from the inside. Now that a mask is essential. We have lost a lot and forgot a lot of scents. Saffron regains the scent lost in a non-face-to-face society where working from home and masks are mandatory. Saffron is a residential diffuser air purifier that allows users to directly combine and share the scents they want to remember and regain with others.



페모키트

한미애 HAN MIAE

여성들의 활발한 사회활동으로 결혼이 늦춰지고 있는 추세로 고령의 산모들이 증가하고 있다. 고령 산모들은 세포 분화 과정이 정상적으로 이루어지지 못해 조산, 유산 등 태아의 건강과 생명을 위협하는 경우가 다수 발생한다. 항상 태아 곁을 지키며 태아의 건강을 케어하는 페모키트는 벨트와 무선 초음파 센서, 전용 팔찌, 충전기로 구성되어 있다. 또한 벨트 홈에 센서를 끼워 넣는 방식으로 홈의 위치는 총 3군데로 태아의 심장 위치 포지셔닝을 기반으로 보다 쉽게 태아의 심장을 찾을 수 있게 하였고, 센서로 측정된 정보들은 팔찌로 전달되어 심박수와 긴급알림을 확인 할 수 있다. 페모키트는 10개월간 산모의 몸 안에서 숨쉬고 자라나는 태아의 모습이 직접적으로 보이지 않아 태아건강에 대한 걱정 요소들을 해결해 주어 태아와 산모가 보다 건강해지는 생활을 하도록 도움을 준다.

FEMO_KIT

Although the number of elderly mothers is increasing due to women's active social activities, there are many cases that threaten the health of the fetus, such as premature births. It consists of a FemoKit belt that always stands by the fetus and cares for the health of the fetus, a wireless ultrasonic sensor, a dedicated bracelet, and a charger. In addition, sensors are inserted into the belt, and a total of three grooves are designed to make it easier to locate the fetus's heart based on the fetus's heart position, and information measured by the sensor is transmitted to the bracelet to check the heart rate and emergency notification. FemoKit solves concerns about fetal health because the appearance of the fetus growing in the mother's body for 10 months is not directly visible, and helps the fetus and mother live a healthy life.



1인가구를 위한 프리미엄 미니 조명 공기청정기(shiny air)

김정훈 KIM JUNGHOON / 최헌정 CHOI HEONJEONG / 최영준 CHOI YOUNGJUN /
전성원 JEON SEONGWON / 김한나 KIM HANNAH

1인 가구가 급격히 증가하고 있는 추세와 더불어 홈퍼니싱 home(집)+furnishing(공간가꾸기)의 인기가 증가하고 있다. 최근 코로나 사태로 인해 수요가 한층 더 가파르게 급증했다. 이는 코로나19로 실행된 재택근무와 온라인 개학에다 집을 취미생활이나 운동이 가능한 공간으로 꾸미는 수요가 홈퍼니싱 시장의 증가 요인으로 손꼽힌다. 이에 따라 1인가구의 핵심 니즈 3가지(홈퍼니싱, 공간절약, 프리미엄 소형 제품)과 더불어 심미성을 더해 좁은 공간을 확보할 수 있는 프리미엄 미니 조명 공기청정기 shiny air를 제안한다. 1. shiny air는 조명과 공기청정기의 컨버전스를 통해 1인 가구의 주요이슈인 공간절약을 해결 할 수 있다. 2. 조명 Lamp shade 형상을 소비자가 원하는 형상으로 교체할 수 있어 집과 공간에 어울리는 형상으로 연출이 가능하다. 스탠드 타입과 플로어 타입으로 변형이 가능하여 거실, 침실, 식탁 등 어느 공간에도 어울릴 수 있도록 디자인하였다. 3. 필터는 초미세먼지 집진필터를 적용하였고, lamp shade 형상이 공기의 방향성을 잡아줌으로써 한 공간을 빛과 더불어 에어테라피 해주는 컨셉이다.



Premium mini lighting air purifier for Single-Life (shiny air)

As the number of single-person households has increased recently, household furniture (home + furnishing) is gaining popularity. This is attributed to the increase in the home furnishing market by telecommuting, starting online schools, and decorating homes as a space for hobbies and exercise. As a result, we propose Shiny air, a premium mini-light air purifier that can secure narrow space by adding aesthetic features along with three key needs of single-person households (home furnishing, space saving, and premium small products). 1. Shiny air can solve space savings, which is a major issue for single-person house. 2. The shape of the lighting lamp shade can be replaced with the shape desired by the consumer, so that it can be created in a shape suitable for the house and space. It can be transformed into a stand type and a floor type, so it is designed to suit any space such as a living room, bedroom, and table. 3. The filter is applied with an ultrafine dust collection filter, and the lamp shade shape sets the direction of the air, providing air therapy along with light.

가구스타일 모듈형 에어시스템

조나은 CHO NAEUN / 최헌정 CHOI HEONJEONG / 전성원 JEON SEONGWON /
정안철 JEONG AHNCHUL

일반 가정에서는 쾌적한 실내 공기를 위해 에어컨, 공기청정기 등 제품을 각각 따로 사용한다. 여러 에어케어 관련 제품을 다르게 사용함에 따라 보관이나 관리 측면에서 불편하고 비용 측면에서도 비합리적이다. 이런 문제점을 해결하기 위해 하나의 모듈 방식으로 통합하여 에어케어 관련 제품들을 한 곳에 보관 및 이동이 가능한 가구 스타일 에어 솔루션 제품을 제안한다. 서랍 방식의 제품으로 제습기나 공기청정기 유닛을 분리하여 별도의 공간에서 독립적으로 사용 가능하며 유닛이 분리되고 남은 베이스 공간은 책장이나 소품을 보관할 수 있는 가구의 용도로 활용 가능하다.



Modular air system

Regular households use a variety of indoor air-conditioning products, including air conditioner and air purifier, which is neither convenient for storage or maintenance and nor cost-effective. In a bid to resolve this issue, we propose a furniture-style, integrated air solution product that combines air-conditioning products into a single module that makes it easier to keep and move. It is a drawer-type product. After the dehumidifier or air purifier unit is divided, it can be used in additional space independently. The base space created by dividing the unit can be used as shelves or furniture to store props.

입선

지속가능한 친환경 냉장고

주병훈 JOO BYEONGHUN / 이현후 LEE HYEONHOO / 신현주 SHIN HYEONJOO /
전세용 JEON SEYONG / 유명동 YOU MYEONGDONG

MZ세대의 가치중심 성향은 팬데믹 상황 속에서 윤리적으로 생산된, 친환경 식자재에대한 관심으로 발전되었다. 이를통해 직접 식자재를 재배하는가 하면 음식 폐기물을 친환경적으로 처리, '생태계 친화적 삶'을 지향하는 사람이 늘고 있다. 'From Soil to Soil'은 이런 상황을 반영하고 시스템화한 '지속가능한 친환경 냉장고'이다. '생태계'는 흙에서 태어나 흙으로 돌아가는 자연의 순환을 말하며 본 제품의 핵심 가치로 구현된다. 'Fresh zone'의 식자재를 소비하고, 잔여물은 'Recycle zone'의 미생물 흙으로 생분해된다. 그리고 이를 밑거름 삼아 'Plant zone'에 새로이 재배된 식자재는 다시 'Fresh zone'에 보관된다. 이같은 하나의 싸이클은 지속되고 반복되며 '생태계'를 완성한다. 'From Soil To soil'은 각 요소가 긴밀하게 연계된 유기적 구조를 갖고 있다. 최하단에 위치한 냉장고 컴프레서는 상단으로 냉기를 전달하는 역할을 하고 발생되는 열은 미생물 흙에 전달되어 생분해를 위한 최적의 환경을 만든다. 그리고 이를 통해 퇴비화된 흙은 'Plant Pod'에 흡수되어 식물의 자양분으로 활용된다. 아울러 외관의 소재 또한 라탄, 우드, 재활용 플라스틱 등으로 구성함으로써 친환경 가치를 더욱 향상시켰다.



From Soil to Soil

MZ Generation's value-oriented propensity has been evolved by covid-pandemic into interest about the ethically produced, eco-friendly food materials. Therefore, an increasing number of people are trying to grow their own food materials and dispose of food waste in an eco-friendly manner. 'From Soil to Soil' is a sustainable eco-friendly refrigerator that reflects this situation and systemizes current 'Eco move'. 'Eco-system' refers to the circulation of nature that is born in soil and returns to soil, and it is realized as the core value of this product. And it has an organic structure in which each functional element is closely linked. From Soil To Soil has an organic structure in which each element is closely linked. The refrigerator compressor located at the bottom serves to transfer cold air to the top, and the generated heat is transferred to the microbial soil to create an optimized environment for biodegradation. And through this, composted soil is absorbed into the 'Plant Pod' and becomes a nutrient for plants. In addition, the eco-friendly value was further improved by applying the exterior material to rattan, wood, recycled plastic, etc.

프레맘탈

조현 JO HYUN / 강동석 KANG DONGSEAK / 이수빈 LEE SUBIN

프레맘탈은 태아의 태동 소리를 산모에게 전달, 산모의 목소리를 배속의 태아에게 전달하면서 서로가 서로를 위할 수 있는 제품으로 태아와 산모를 이어주는 '태교'를 통해 이들의 취향, 자신이 배속의 아이를 잘 키워 낼 수 있을 것이라는 목표 즉, 한 생명의 보호자로서의 역할을 수행하는 과정 속에서 자신이 이 아이를 잘 지켜낼 수 있다는 목표 가치를 채워 주는 오브제입니다. 재질과 색상은 부드러우면서 따뜻함 색감을 가진 코랄 핑크를 사용하였으며, 모달 소재 뱀부 라는 친환경적인 소재를 활용하여 산모와 태아에게 이로운 재질을 사용하였습니다. 또한 오브제에 중성적인 음성이 나와 산모가 말을 하지 않아도 동화를 읽어 준다거나, 태명을 불러준다는 끌림적 요소를 주고자 하였으며 제품과 앱을 연동하여 산모와 태아의 심박수 측정 태동 녹음 및 노래 선택, 임산부와 태아에게 필요한 원격 히팅과 LED 조절, 초음파와 AR 구현을 통하여 태아가 잘 있는지 확인할수 있으며 iot 적 기술을 적용하여 미래 라이프 스타일 환경에서도 지속 가능한 미래 지향적 제품을 디자인하였습니다. 마지막으로 산모에게 본 제품을 전달하는 과정에서 제품을 품어 줄 수 있는 패키지의 형태로는 단단한 조개 속 아름다운 진주를 오랜 시간 품어내는 조개의 모습을 위대한 모성애와 빗대어 포장하고자 디자인하였습니다.



PREMOMTAL

Premomtal is a product that delivers the sound of the fetus to the mother and delivers the mother's voice to the fetus in the stomach, and is an object that fulfills their taste and goal of protecting the fetus in the process of playing a role as a guardian of life. Coral pink, which is soft and warm in material and color, was used, and an eco-friendly material called modal material and bamboo was used to benefit both mothers and fetuses. In addition, the objet was designed to provide an attractive element of reading fairy tales or calling fetuses without mothers talking, linking products and apps to record and sing heart rates of mothers and fetuses, remote heating and LED control needed for pregnant women and fetuses, ultrasound and AR implementation, and IoT technology is applied to sustainable future-oriented products. Finally, in the process of delivering this product to the mother, the form of a package that can embrace the product was designed by comparing the appearance of a clam that embraces beautiful pearls in hard shells for a long time to great motherhood.

캐치 팬

정수진 JUNG SOOJIN

'CATCH FAN' 은 캠핑이나 야외용으로 들고 다닐 수 있는 휴대용 전기 모기채입니다. 한국 전통의 부채모양에서 가져온 부채꼴 형식의 디자인으로 휴대성이 좋고 사용하지 않을 시 사용자의 손을 안전하게 보호합니다. 저고리 묶음 형식의 끈을 풀어 팬을 펼치면 언제 어디서든 날벌래의 방해로부터 벗어날 수 있습니다.



CATCH FAN

'CATCH FAN' is a portable electric mosquito net for camping or outdoor use. The fan-shaped design brought from the traditional Korean fan shape is portable and protects the user's hands when not in use. If you untie the string in the form of a jeogori and spread the CATCH FAN, you can get out of the wild bug anytime, anywhere.

노래하는 장난감 상자

박혜수 PARK HYESU

아이들이 장난감을 가지고 노는건 좋아하지만 가지고 논 장난감들을 정리하는 것에는 흥미가 없다. 항상 아이들이 어지럽힌 장난감들을 치우는 것은 부모님의 몫이 되어버린다. 이러한 문제점을 해결하고자 생각한 본 디자인은 장난감 정리상자에 블루투스 연결 후 음악이 흘러나와 소리가 남으로써 아이들이 정리 자체에도 흥미를 느낄 수 있도록 하였다. 그리고 장난감 상자의 뚜껑 부분은 아이들이 편하게 앉을 수 있게끔 하여 스툴로도 사용이 가능하다. 이로써 소리나는 장난감 상자와 스툴 두가지 기능을 동시에 사용할 수 있는 제품이다. 제품의 형태와 컬러 같은 경우도 아이들의 눈높이에 맞추어 디자인 하였다.



Singing Toy Box

It is like kids play with toys, but not interested in organizing a fun playing with toys. It is always to clean up the toys children after her parents' share has become. Thought to resolve these problems the Design Methods sound and music was flowing a toy in a box of Bluetooth connection is children interested in organizing itself as a person can be so. And a toy box lid of the children so he can sit comfortably with stool used as is possible. This sound a toy box and products that can be used in the stool, two functions at the same time. In some cases, such as shape and color of the product they design the level of the children.

프루츠

고승범 KO SEUNGBUM

코로나 사태를 계기로 급격히 늘어난 에듀테크에 대한 수요는 코로나가 종식되더라도 지속될 전망입니다. 하지만, 모니터만을 통한 교육으론 새로운 경험과 다양한 학습이 제한적입니다. 또한, 학생들과 학부모, 비대면 수업을 진행하는 선생님들은 여러 가지 어려움을 가지고 있습니다. 수많은 학생들이 온라인 학습환경 속에서 집중력 저하와 소통 부족의 문제를 느끼고 있고, 초등학생 대부분은 원격수업을 위해 부모님의 도움을 받고 있습니다. Fruits는 일상화된 비대면 학습환경에서 한정적인 아이들의 학습 경험을 창의적이고 주도적인 학습 경험으로 바꿔줍니다. 탈착가능한 기기로 다양한 응용을 통한 학습활동이 가능하며, 쉬운 인터페이스와 사용방법으로 스스로 온라인 학습환경을 세팅하기 어려운 아이들이 쉽게 수업에 접속하도록 도와줍니다. 아이들은 Fruits 와 함께하는 학습준비를 통해 자립성을 기르고 온라인 수업을 통해 탐구심을 가지며 온라인 소통을 통해 사회성을 길러 나갑니다. Fruits를 통해 아이들의 경험에 결실을 맺혀 주세요.



Fruits

Demand for EduTech, which has increased sharply in the wake of the COVID-19 incident, is expected to continue even after the end of COVID-19. However, education through monitors alone has limited new experiences and various learning. Also, students, parents, and teachers who conduct non-face-to-face classes have various difficulties. Numerous students feel problems with poor concentration and lack of communication in the online learning environment, and most elementary school students are getting help from their parents for remote classes. Fruits aims to transform limited children's learning experiences into creative and leading learning experiences in a daily contactless learning environment. A variety of applied learning activities are possible with detachable devices, and easy interfaces and methods of use make it easy for children who have difficulty setting up their own online learning environment to access classes. Children can develop independence through learning preparations with Fruit, explore through online classes, and develop social skills through online communication. Give fruits to your children's experiences through Fruit!

SNAP : 스마트워치형 액션캠

황덕기 HWANG DOEKKI

2030대를 중심으로 인증샷이나 유튜브와 같은 영상매체를 바탕으로 한 컨텐츠가 발달하면서 일상을 보다 생생하게 남기기 위한 V-LOG와 같은 영상촬영이 하나의 새로운 문화로 현대인들에게 정착되고 있다. 일상의 한순간을 촬영하는 것에 매료된 사람들은 보다 간편하고 현장감있는 촬영을 위해 휴대성이 간편하고 다양한 환경에서 촬영이 가능한 액션캠에 많은 투자를 하기도 한다. 스마트 워치형 액션캠 SNAP은 이런 문화에 맞추어 일상적으로 항상 착용할 수 있는 스마트 워치에 액션캠 기능을 결합시켜 뛰어난 휴대성과 함께 스냅사진(SNAP)과 같이 간편하게 사용자의 일상을 생생한 사진과 영상으로 기록할 수 있도록 한다.



SNAP : SMART WATCH ACTION CAMERA

With the development of content based on video media such as authentication shots and YouTube, centering on people in their 20s and 30s, video shooting such as V-LOG to leave everyday life more vivid is being established as a new culture for modern people. People who are fascinated by shooting moments of everyday life invest a lot in action cams that are portable and can shoot in various environments for simpler and more realistic shooting. Smart watch-type action cam SNAP combines an action cam function with a smart watch that can be worn all the time, allowing users to easily record their daily life with vivid photos and videos, such as snapshots (SNAP), with excewith excellent portability.

위보

최재성 CHOI JAESEONG / 박수민 PARK SUMIN / 이수빈 LEE SUBIN

WIBO(위보)는 Everything With Bot이라는 뜻을 지니고 있다. 실내외를 막론하고 로봇의 케어가 필요한 사람들에게 맞춤형 서비스를 제공해 준다. UKI(유키), HOKI(호키)는 노인을, FOKI(포키)는 아이를, RANI(라니)는 1인 가구 직장인을 위해 디자인되었다. UKI(유키)와 HOKI(호키)는 각각 실내/외에서 활동하는 반려로봇으로 호키는 실내에서 노인의 건강과 심리를 분석하고 상호작용하는 인공지능 스피커, UKI(유키)는 거동이 불편한 노인들을 위해 보행을 보조해 주거나 짐을 넣을 수 있도록 하는 보관함 그리고 음성지원을 통한 길 찾기 등 노인의 안전한 삶과 활동을 목표로 서비스를 제공한다. FOKI는 아이와 함께 이동하며 주변 상황을 빠르게 파악해 각 옆면과 윗면의 감정 표현/터치 인터페이스와 유연한 팔 구조로 아이들의 외부 생활 속 불안한 안전, 아이의 외로움을 줄여주고 규칙적인 생활 습관을 도와주고 문제 시 보호자에게 빠른 연락 및 영상 보고가 가능하다. 또한 어린아이의 물건 분실, 무거운 짐을 함께 나눠 움직일 수 있도록 각 약품, 간식, 짐 등 제품에 따라 보관 가능한 보드로 디자인되어, 아이에게 발생하는 외부 생활 속 여러 문제를 복합적으로 케어한다. RANI는 외부 활동량이 많은 직장인의 취미생활을 보조한다. 같이 조깅을 할 땐 사용자의 니즈에 맞춰 코스를 추천해 주며, 앞서나가 길을 안내하고 실시간으로 사용자의 바이탈을 체크해 위급상황을 대비한다. 벤치에 앉아 잠시 쉬고 있을 땐 매장에 심부름을 보내 시원한 음료를 구매 해오게 할 수 있다. 퇴근길에는 RANI의 트렁크를 이용해 장을 본 후 짐을 싣고 RANI를 타고 집으로 돌아갈 수 있다.



WIBO

WIBO stands for Everything With Bot. It provides customized services to people who need robot care, both indoors and outdoors. UKI and HOKI are designed for the elderly, FOKI for children, and RANI for single-person households. UKI and HOKI are companion robots that operate indoors and outdoors, respectively, and HOKI provide services aimed at safe life and activities for the elderly, such as artificial intelligence speakers that analyze and interact with the elderly's health and psychology indoors, UKI to assist walking or load. FOKI moves with the child and quickly identifies the surrounding situation, reducing children's anxiety, loneliness, and regular lifestyle habits with emotional expression/touch interfaces and flexible arm structures on each side and top. In addition, it is designed as a body that can be stored according to products such as drugs, snacks, and luggage so that children can share their lost items and heavy luggage together, and it takes care of various problems in external life that occur to children. RANI supports the hobbies of office workers with a lot of outside activities. When jogging together, recommend a course according to the needs of the user, guide the way ahead, and check the user's vital in real time to prepare for an emergency. When you are resting on the bench for a while, you can send an errand to the store to drink a cool drink. On the way home from work, you can use RANI's trunk to shop, load your luggage, and return home by RANI.

홀로프레임

박병규 PARK BYEONGKYU

홀로프레임(HoloFrame)은 교육/기업용 증강현실 HMD(Head Mounted Display)이다. 고글과 글래스를 분리할 수 있는 것이 특징이다. 안경 형태의 의존형 AR디바이스와 고글 형태의 단독형 프로세서로 이루어져 있으며, 교육 내용이나 환경에 따라 결합 또는 분리하여 운용할 수 있다. 기존 AR기기의 문제점을 개선했다. 안경에 가까운 형태를 가지면서, 그 상태 만으로도 교사/리더의 자료화면이나 컨텐츠를 확인할 수 있어 장시간 학습하는 학생/사용자에게 보다 웨어러블한 경험을 제공한다. 교사 혹은 리더가 고글 형태의 프로세서를 착용하는 것으로 AR 컨텐츠를 주도하고 공유할 수 있다. 가령 학생 혹은 팔로워가 주도적으로 AR환경에 개입하고자 할 경우, 글래스를 프레임에 맞추어 장착 후 고글로 착용하여 개입이 가능하다. AR글래스에는 LiDAR센서와 카메라, 시선 추적 카메라, 배터리, 스피커, 블루투스가 탑재되어 있으며, 고글 프레임에는 배터리, CPU, GPU를 비롯하여 관련된 인공지능이 포함된 전용 칩셋(SoC)이 탑재된다.



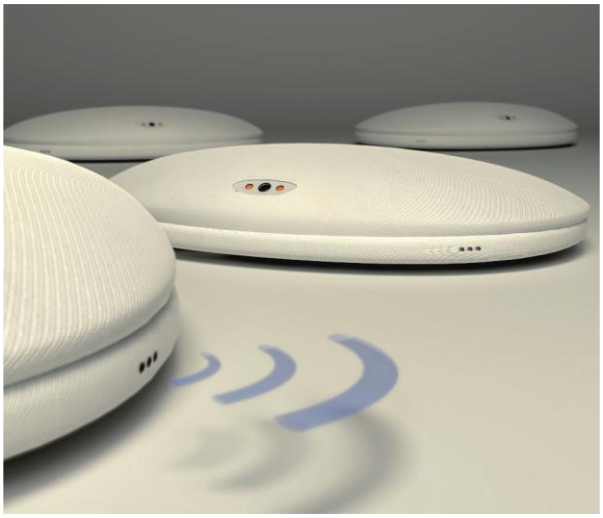
HoloFrame

HoloFrame is an AR Head Mounted Display(HMD) for education and business. It has a function to detach glasses from the goggle. It consists of a AR device(the form of glasses) and a processor(the form of the goggle). and It can be used in combination or separation depending on the circumstances. The problems of existing AR devices have been improved. It has a shape close to glasses and allows you to check the teacher's data screen or content just by its condition, providing a more convenient wearable experience for students or users who study for a long time. Teachers can lead and share AR content by wearing goggles-type processors. If a student or follower wants to take the initiative in intervening in the AR environment, they can intervene through goggles after mounting the glass they are wearing to the frame. The AR glass is equipped with LiDAR sensors, cameras, gaze tracking cameras, batteries, speakers, and Bluetooth, while the goggles frame is equipped with a dedicated chipset(SoC) that includes related artificial intelligence, including batteries, CPUs, and GPUs.

수면호흡완화 스마트베개

윤태균 YUN TAEKYUN / 엄태은 UHM TAEEUN / 이동보 LEE DONGBO /
박동오 PARK DONGOH

기존 코골이 베개는 사용자에 따라서 형태 변형이 불가능하다. 스마트 베개(O'NEIROI)는 사용자의 수면 중 호흡, 심박을 센서로 수집하여 어플리케이션을 통해 분석한다. 사용자의 수면 중 호흡 이상 징후가 발견되면 세개의 에어 펌프가 실시간으로 베개의 높이와 좌우 각도를 부드럽게 조절하여 호흡을 원활하게 만들어주며, 사용자의 수면 정보를 분석하여 추후에 생길 수 있는 질병에 대한 예방을 도와주고, 수면 위급상황 시 가족에게 자동으로 연락하는 수면 Healthcare 제품이다. 또한, 사용자의 신체가 맞닿는 쿠션과 전자기기가 들어가는 구동부를 마그네틱으로 분리하여 안전성, 위생성, 편의성을 높였다.



Smart Pillow

Current pillows for relieving snoring are not customized to user's health conditions. (O'NEIROI) collects data of user's breathing pattern and heart rate during sleep using sensors and analyzes them through application. When a respiratory abnormality is detected during user's sleep, three air pumps smoothly adjust the height and angles of the pillow in real time. Oneiroi helps user to breathe more comfortably, and prevents future diseases by analyzing the user's sleep information. It is a sleep healthcare product that improves quality of sleep that even includes function of automatically contacting family members in case of a sleep emergency.

디노

노희진 NOH HEEJIN

췌장의 인슐린 분비 장애로 발병하는 제 1형 당뇨는 주로 15세 이하 소아 청소년기에 발생하며 '소아당뇨'라 불리며 전체 당뇨 인구의 10%에 이른다. 소아 당뇨는 환아에게 잦은 혈당 측정과 인슐린 치료는 필수적이나 주로 6~8세의 어린나이에 발생하는 탓에 질환에 대한 인지력을 갖추고 자발적인 관리를 하는데 큰 어려움이 따른다. 'DINO'는 아이가 주사기를 사용할 경우 사람들의 시선에 불편함을 느낀다는 문제점의 개선과 주사기를 사용하기 전에 케이스에서 자체적으로 알람기능이 있어 아이가 주사를 제때 맞을 수 있도록 디자인 하였다. 또한 아이들이 좋아하는 동물의 형상을 생각해 공룡을 모티브로 직관적이고 심플한 디자인이다.



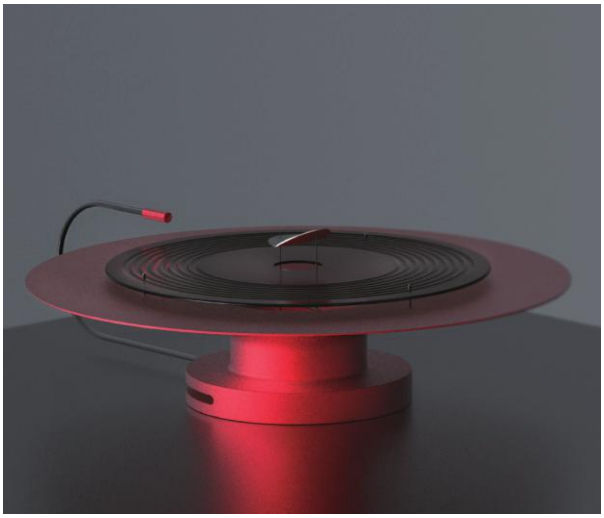
DINO

Diabetes in children requires frequent blood glucose measurement and insulin treatment, but it mainly occurs at a young age of 6-8 years, so it is difficult to develop awareness of the disease and voluntarily manage it. Improvement of the problem of feeling uncomfortable in the eyes of people in the case of a syringe and the case itself has an alarm function before using the syringe, so that the child can get the injection at the right time. Also, considering the shape of an animal that children like, the motif is a dinosaur. It is an intuitive and simple design.

소리를 밝히다

문채연 MUN CHAEYEON

스피커의 진동에 맞추어 흔들리는 레이저 스피커다. 소리 고유의 특성인 진동은 사실 Hz(진동수의 단위) 각각 다른 형태를 가지는데 이를 직접 눈으로 보기는 쉽지 않다. 소리라는 매체는 무형이지만 'light the beat'를 이용함으로써 사용자는 음악을 촉각과 시각적으로 즐길 수 있다. 스피커에서 나오는 음악의 진동을 레이저에 전달되어 진동을 받은 레이저는 스피커의 반사경에 빛을 쏜다. 레이저의 빛은 반사경을 통해 바닥에 반사된다. 음악의 HZ가 달라질 때마다 다양한 형태를 직접 눈으로 볼 수 있는데 이는 사용자에게 나만의 '비트 존'을 형성해 준다. 음악과 시각적 요소가 합쳐진다면 음악에 대한 이해와 즐거움이 배가 될 것이다. 'light the beat'를 사용함으로써 사용자들은 개성 있고 시각적으로 음악을 즐길 수 있다.



Light the Beat

It is a laser speaker that shakes according to the vibration of a speaker. The sound characteristic vibration, has a different shape for each Hz (unit of frequency). However, it is not easy to see this with one's own eyes. The combination of music and visual elements will double the understanding and enjoyment of music. The medium of sound is intangible, but by using 'light the beat', users can enjoy the music tactually and visually. Laser shooting at the reflector. Reflected light forms my own beat zone.

재활용 플라스틱 분쇄기

남궁광욱 NAMKUNG KWANGWOOK / 최두원 CHOI DOOWON /
오현준 OH HYEONJUN / 김원경 KIM WONKYEONG

R.P.C(Recycled Plastics Crusher)는 기존의 플라스틱 쓰레기를 부시고 갈고 녹이며 부피를 최소화합니다. 이러한 과정은 개인 및 단체가 쓰레기를 배출하는 주기를 길게 변화시킬 수 있습니다. 매일마다, 매주마다 배출되어 무분별하게 관리되던 폐기물 또한 길어진 주기와 몇 배 이상으로 작아진 부피로 관리가 용이하게 될 것입니다. 더불어, 폐기물 관리 응집 및 소각 과정에서 나오는 높은 탄소 배출량을 최소화하는데 도움을 줄 수 있습니다. 이를 통해 우리는 탄소중립에 가까워 질 수 있는 목표를 달성할 수 있습니다. R.P.C(Recycled Plastics Crusher)는 개인 및 단체가 미치는 영향이 전 세계의 사회적 영향으로 미치는 구조로 설계되었습니다. 사용자는 긍정적인 경험과 결과를 통해 우리가 살고있는 사회와 환경을 지속가능한 요소로 여기며 깨닫게 될 것입니다.



Recycled Plastic Crusher

R.P.C crushes and melts conventional plastic waste to minimize volume. These processes can lengthen the cycle times that individuals and organizations dispose of their waste. Waste, which was discharged every day and every week, and managed indiscriminately, will also become easier to manage with a longer cycle and reduced volume several times. In addition, waste management can help minimize high carbon emissions from coagulation and incineration processes. This will help us achieve our goal of moving closer to carbon neutrality. Users will come to realize that the society and environment in which we live is a sustainable factor through positive experiences and results.

에티크

양동욱 YANG DONGWOOK / 고혜림 KO HYERIM / 고운비 KO UNBI /
임채은 LIM CHAEEUN

뉴노멀 이후 집 안의 공간에서도 특히 욕실은 새로운 라이프스타일을 끌어오기 시작한 공간입니다. 하지만 습기나 타인의 흔적이 강하게 남는 이 공간은 아직까지 내 라이프스타일을 반영하기에는 제약이 많습니다. 욕실엔 생각보다 많은 물건이 존재합니다. 휴대폰을 보거나, 타블렛을 보며 샤워를 하고, 책을 읽으며, 와인을 마시고 뷰티용품으로 자신을 케어합니다. 하지만, 이 많은 물건들은 항상 습기와 균으로부터 노출이 되어있습니다. 심지어 수건도 눅눅해지기 마련입니다. Attiq는 제습을 통해 사용자가 욕실에 들어오기 전 공간을 쾌적하게 만들며, 내부에 수납된 다양한 물건(전자기기, 책, 뷰티용품, 칫솔, 뷰티용품 등)을 내부 제습기능을 통해 습기와 균으로부터 보호해줍니다. 이제 당신의 물건을 보다 욕실에서도 쾌적하고 안전하게 보관하세요.



Attiq

Among the spaces in the house, the bathroom is a space where it reflects a lot of lifestyles. However, it is used by many people, so it is filled with moisture and traces of the former. Because of these problems, the bathroom is a place where it is difficult to reflect the whole lifestyle. We suggest an Attiq that can escape the moisture and trace. Attiq has a 'Bathroom Care System' that clears the traces of others in the bathroom. it removes the moisture from the bathroom and it protects the objects(Cell phone, tablet, beauty products, books, towels and so on). it helps users to perform various activities in the bathroom regardless of moisture.

토르소

양동욱 YANG DONGWOOK

스피커는 소리의 성능뿐만 아니라 인테리어적 요소로서의 아름다움이 갖춰져야 하는 제품입니다. 수많은 시간이 흘러도 우리는 고대의 인체 조각상을 바라보며 결코 변치 않는 아름다움을 느낍니다. 토르소 스피커는 완벽한 아름다움의 상징인 르네상스 시대의 조각상을 스피커의 조형요소로 해석한 프로젝트입니다. 조형요소 추출과정에서 조각상의 '유연하게 흐르는 그림자'와 '비대칭적이지만 안정감을 주는 비례'라는 두 가지 조형적 에센스를 발견하였습니다. 이 조형적 아름다움을 스피커에 담아 사용자에게 소리뿐만 아니라 시각적으로도 풍부한 아름다움을 전하려 하였습니다. 토르소 스피커는 마치 사람의 어깨에 터치를 하는듯한 어포던스를 통해 볼륨 조절이 가능합니다. 또한, 조각상처럼 사방에서 바라봐도 아름답기 때문에, 사용자의 시선과 위치에 따라 제품을 어느 방향으로든 배치하여도 상관 없습니다. 머릿속 미드레인지는 목소리를 비유하고, 흉부의 우퍼는 가슴의 울림소리를 비유합니다. 토르소 스피커를 나만의 스타일로 꾸며 소중한 공간을 소리뿐만 아니라 시각적으로도 풍부한 아름다움으로 채우세요.



TORSO

Speakers are products that must be beautiful as interior elements as well as sound performance. Even after a long time, we still feel the same beauty while looking at the Renaissance statue. 'TORSO Speaker' is a project that interprets the Renaissance sculptures, which are symbols of perfect beauty, as elements of the speaker shaping. Touch the shoulder of the TORSO to activate the product. Also, adjust the volume by patting up TORSO shoulders. It's beautiful from all directions like a statue, so you can position it in the direction that you like the most depending on the user's gaze and position. Fill your precious space with unique beauty and sound.

웰

우민성 WOO MINSEONG / 정현경 JEONG HYEONKYUNG / 김종승 KIM JONGSEUNG

"We'll"은 가족력 질환에 노출된 가족을 위해, 약탕기를 현대적으로 재해석 하고 그 안에 가족의 가치를 담아낸 솔루션이다. 사용자 가족은 약탕기 디바이스를 통해 가족력 질환 예방 및 치료를 위한 약재를 우리고 마실 수 있는데, 이 과정에서 약탕기의 지문 인식 센서를 통해 가족 구성원 중 누가 언제 마셨는지와 같은 정보가 수집된다. 이렇게 수집된 정보를 바탕으로 약탕기와 연동된 스마트폰 앱 상에서, 가족 구성원들의 약재 음용 량과 횟수와 같은 정보가 시각적으로 가족들에게 공유되며, 약탕기 외에도 체혈기, 스마트 워치등 다양한 건강 iOT 기기들을 해당 앱에 연동시켜, 가족 구성원들 각각의 수면, 혈당, 혈압 등 건강 정보를 서로간에 인지하게 한다. 이러한 정보를 보고 사용자는 각 가족 구성원에게 댓글, 좋아요 표시 등 SNS적인 기능을 이용하여 피드백을 줄 수 있는데, 이를 통해 가족 간에 서로 건강에 대해서 소통 할 수 있을 뿐만 아니라, 가족력 질환에 대해 서로 조심할 수 있게 하는 장치가 된다. 또한 앱 서비스에서는 가족 구성원들의 가족력 질환, 생활 패턴등을 수집하여 사용자에게 약재를 추천해 주기도 하며, 앱 상에서 바로 구입 및 결제 할 수 있다. 이렇게, "We'll"은 가족간 건강의 중심지가 되자는 의미에서 "우물" 에서 조형언어를 차용하여 디자인 되었으며, 약탕기 디바이스의 동그란 액정을 통해 지문 인식 외에도 남아있는 약재의 양, 필터 상태, 예약 상태 등을 알 수 있다.



We'll

"We'll" is a family health solution that helps prevent and manage persistent family history diseases. "We'll" is composed of two types: a brewing machine that reinterprets the brewing machine in a modern style, and an app service that works with the brewing machine. Through machine, you can brew and drink medicinal materials for preventing family history diseases, and in this process, information such as who has drank and how much of the family member is obtained through the device's fingerprint recognition sensor. The information is visualized on the app service and displayed to family members, through which family members can recognize and communicate about family history diseases. In addition, the app service collects family history diseases and lifestyle patterns of family members and recommends herbal medicines to users, and can be purchased directly within the app. In this way, "We'll" was designed with a motif from "well" to express the meaning of being the center of family health. In addition to the fingerprint recognition function, the round liquid crystal of the Brewing machine informs the amount of remaining medicinal herbs, filter status, and reservation status.

알엠브이.

최천룡 CHOI CHEONRYONG / 김상근 KIM SANGKEUN / 이경준 LEE KYUNGJUN

2021년의 턴테이블을 생각하면 빈티지 비주얼의 플래시백이 떠오르며 이는 현대 음악 감상과 연관시킬 수 있는 것이 아닙니다. 자, RMV를 만나보세요. 레트로와 현대적인 분위기, 즉 이니셜을 혼합하도록 설계된 턴테이블입니다! RMV는 과거 턴테이블과 현대 기술을 결합하여 과거와 현재를 자연스럽게 조화롭게 결합합니다. 턴테이블만의 아날로그 감성과 디지털 감성을 동시에 느낄 수 있는 디자인입니다. 블루투스를 통해 휴대폰, 헤드셋 및 스피커를 사용하여 음악을 들을 수 있습니다. RMV는 형태 면에서 기존 턴테이블보다 무겁지 않으며 각 CMF 세부 사항은 거의 모든 인테리어 설정에 적합하도록 신중하게 선택되었습니다. 그 미학은 최소한의 디자인으로 공간성과 형태학적 정교함을 추구합니다. 제품의 컬러는 남녀노소 가리지 않는 블랙과 화이트를 선택했습니다. 또한 기본적이고 가장 조화로운 인테리어 디자인을 위해 블랙과 화이트 색상을 선택하였습니다. 버튼 역시 화이트에 오렌지, 블랙에 레드를 더해 자칫 평범해 보일 수 있는 제품을 강조했습니다. 또한 더 많은 기능을 사용하고 턴테이블에 대해 더 알고 싶어 하는 사용자를 위해 뒤로 버튼을 포함했습니다. 뒷면에 있는 버튼을 이용하면 더 많은 기능으로 턴테이블을 즐길 수 있습니다. 제품에 빠르고, 편리하고, 친숙하게 접근할 수 있도록 턴테이블의 직설적인 버튼으로 디자인하였습니다. 이것은 또한 일반적으로 턴테이블이나 기기를 처음 접하는 사람들도 쉽게 사용할 수 있도록 하며, RMV의 UI/UX는 오디오 애호가와 비오디오 애호가를 위해 동등하게 만들어졌습니다. LP 회전을 보는 것은 전통적인 턴테이블에서 가장 즐거운 것 중 하나이며 RMV는 디자인에서도 그 촉각 기능을 유지합니다. 기존 턴테이블의 톤암 무브먼트 방식에 디지털을 접목하여 기존의 아날로그보다 조금 더 디지털적인 느낌을 주어 아날로그와 디지털의 느낌이 조화를 이룹니다. 많은 분들이 턴테이블이 공간을 많이 차지하여 불편함을 느끼는 점을 보안하기 위하여 RMV는 나사와 볼트, 스티커를 사용하여 벽에 부착할 수 있도록 설계되었습니다.



RMV.

When you think turntables in 2021, you get a flashback of vintage visuals and it is not something you might associate with modern music listening. Well, meet RMV – a turntable designed to blend the retro and modern vibe, hence the initials! By combining the past turntable and modern technology, RMV brings the past and the present together in a naturally harmonious manner. This design allows people to feel both analog and digital sensibilities unique to turntable. It lets you enjoy listening to music using with mobile phones, headsets, and speakers via Bluetooth. RMV is not heavier than traditional turntable in form and each CMF detail has been carefully picked to make sure it suits pretty much every interior setup. Its aesthetic pursues spatiality and morphological sophistication with minimal design. We selected the color of the product, black and white, which are not widely divided between men and women of all ages. In addition, we selected black and white colors to make it basic and most harmonious for interior design. For the buttons, we also added orange for white and red for black to highlight the product that may look a bit plain. Additionally, we included a back button for users who want to use more functions and get to know more about the turntable. You can enjoy the turntable with more functions using the button on the back To help you approach the product quickly, conveniently, and familiarly, it has a direct UI on the buttons of the turntable. This also makes it easy to use for people who might be new to turntables or the appliance in general. RMV's UI/UX is made for audiophiles and non-audiophiles equally. Watching the LP spin is one of the most enjoyable things about a traditional turntable and RMV retains that tactile feature in its design too. It incorporates digital into the existing turntable's tonearm movement method, giving a little more digital feel than conventional analog, allowing analog and digital feel to harmonize. Since many people feel uncomfortable about having turntables because it takes up a lot of space, RMV was designed to be attached to the wall using screws and bolts, and stickers if that was more convenient for the larger audience.

달팽이 알람

유현수 YOU HYEONSOO / 최지원 CHOI JIWON / 이승원 LEE SEUNGWON



달팽이는 시각을 담당하는 총 4개의 더듬이가 퇴화되었지만, 촉각을 통하여 사물을 인지하는 것에 영감을 받아 제작된 시각 장애인들을 위한 알람 시계이다. 점자가 적힌 줄을 잡아당겨 원하는 시간대로 맞출 수 있다. 줄을 잡아당겨 원하는 시간을 맞추면 점점 시간에 맞게 줄어든다. 줄이 원래대로 돌아올 때 알람이 울리게 된다. 알람을 끄려면 위에 버튼을 누르면 알람이 꺼진다. 또한 줄을 정리할 때도 버튼을 누르면 줄이 당겨진다.

SNAIL ALARM

This is an alarm clock for visually impaired people inspired by snails who can perceive things through touch despite the degeneration of the four antennae responsible for snail vision. When a user pulls on a string with Braille on it, the alarm is set at the desired time. When the user pulls the string and sets the alarm at the desired time, the line gradually decreases over time. It is the way the alarm goes off when the line returns to its original state. The alarm ends when the user presses the button located at the top. Also, when organizing a string, the user presses the button and the string is pulled.

코로나 안심 포크

박정선 PARK JUNGSUN



<아이디어 제품개요> 바닥에 닿지 않아 코로나19 등 세균으로부터 안심하고 사용할 수 있도록 설계된 단순하지만 혁신적인 식도구 아이디어 제품. <아이디어 개발동기> 코로나19 등 세균에 민감한 펜데믹 시대에 꼭 필요하면서도 위생에 직결된 식도구의 문제점을 생각해 보게 되었고 일상생활에서 누구나 겪는 불편함 이기에 개선이 필요하다고 생각하게 되었습니다. 특히 수저받침이 없을때 세균에 노출된 바닥에 그냥 내려 놓기가 꺼려질 때가 많았고 사용한 수저를 잠시 올려 놓을때도 마찬가지로 세균에 노출될 뿐만아니라 바닥에 음식물이 묻어 위생상 보기에도 좋지 않아 세균으로부터 안전하고 위생적이며 편리하게 사용할 수 있는 디자인을 만들어 보았습니다. <기대효과> 코로나19로 펜데믹 시대에 대비한 식도구 위생에 관한 문제점 해결로 건강한 식생활 문화정착과 새로운 라이프 스타일로 가치 창조 및 생활의 편익을 증진시키고 혁신적인 아이디어 제품으로 해외 시장 진출을 기대 친환경 소재의 제품에도 적용 <특징> 입체 설계로 바닥에 닿지 않아 수저받침대가 필요 없는 세균안심 디자인, 닿는 부분을 최소화하여 건조가 빠른 위생적인 디자인. 이음새가 전혀 없어 세척하기 쉬운 심플한 디자인, 손잡이 부분의 안정적인 넓이로 안전하고 편리한 디자인, 어린아이들이나 연세가 많으시고 손이 불편하신 분들이 사용시 음식물이 잘 흘러내리지 않도록 곡선으로 설계된 기능성 디자인, 미소를 닮은 형태로 재미있고 위로가 되는 감성 디자인, 국내외 기존 포크 형태의 틀에서 완전 벗어난 차별화된 혁신적인 디자인, 버려지는 재료를 최소화한 합리적인 단가로 경쟁력 갖춘 디자인

Corona Relief Fork

It's an idea product. A simple but innovative food tool idea product designed to be used safely from bacteria such as COVID-19 because it does not touch the floor. Motivation to develop ideas, Due to the influence of COVID-19, I thought about the problems of the esophagus that are essential in the era of bacterial-sensitive pandemic but directly related to hygiene, and I thought that improvement was necessary because it was an inconvenience that everyone experiences in everyday life. In particular, when there was no spoon holder, I was reluctant to put it down on the floor exposed to bacteria, and when I put the used spoon on the floor for a while, I made a design that can be used safely, hygienically and conveniently. By solving the problem of hygiene in preparation for the pandemic era with COVID-19, establishing a healthy dietary culture, creating values with a new lifestyle, and promoting the benefits of life, and entering overseas markets with innovative idea products, It's applied to products made of eco-friendly materials. Characteristics A three-dimensional design that does not touch the floor and does not require a spoon stand, It's a hygienic design that's easy to dry by minimizing the area you touch. There's no joint at all. It's a simple design that's easy to clean. Safe and convenient design with a stable area of the handle. A functional design designed in a curve so that food does not flow down easily even if it is used by young children or people who are old and have uncomfortable hands. A fun and comforting emotional design that resembles a smiley face. A differentiated and innovative design that completely deviates from the existing fork-type framework in Korea and abroad. A competitive design with reasonable unit price that minimizes discarded materials.

대담한 카드

정현빈 CHUNG HYUNBIN

1. 개요 – 대한민국의 17개 시도를 전 세계인이 사랑하는 플레잉카드(트럼프카드)에 담은 아이디어 한국관광 기념품입니다. 즐거운 카드놀이를 통해 한국의 여행지를 쉽게 설명할 수 있을 뿐만 아니라, 여행을 떠날 수 없는 아쉬움을 달래줄 수 있습니다. 플레잉카드(트럼프카드)는 총 14종류의 카드가 존재합니다. 대한민국의 17개 시도를 정부에서 발표한 행정구역 분류순서에 따라 나열한 뒤 14종류로 압축해 플레잉카드(트럼프카드)에 배치시켰습니다. ▲A서울 ▲2부산 ▲3대구 ▲4인천 ▲5광주 ▲6대전 ▲7울산 ▲8세종 ▲9경기 ▲10강원 ▲J충청 ▲Q전라 ▲K경상 ▲JOKER제주
2. 지역별 이미지 [장소성] – 각각의 카드에는 해당 지역의 관광자원(랜드마크) 일러스트를 집어 넣었습니다. 카드 크기의 한계로 모든 관광자원(랜드마크)을 넣지 못했지만, 여행지의 모든 것을 홍보하는데 초점을 둔 것이 아닌 여행지 느낌을 전달하는데 초점을 뒀으며, 대표성/상징성/심미성 등 여러 요인을 고려해 랜드마크를 선별했습니다. 지역별 간단한 설명이 적힌 리플렛을 함께 제공합니다. 같은 여행지를 방문한다 하더라도, 저마다 여행지에서 느끼는 분위기나 감정, 추억 등은 모두 다릅니다. 카드를 즐겁게 이용하시는 분들이 카드를 통해 한국관광의 동기를 부여받고, 직접 대한민국 방방곡곡을 여행하며 여행지에 대한 아름다운 기억을 차곡차곡 채워 나갔으면 좋겠습니다.

Playing card of South Korea

1. Summary – This is an korean souvenir playing card with the most loved korean 17 cities around the world. By playing this card, you can enjoy a variety of Korean attractive traveling places without visiting there. There are 14 kinds of cards with 17 korean cities. ▲A Seoul ▲2 Busan ▲3 Daegu ▲4 Incheon ▲5 Gwangju ▲6 Daejeon ▲7 Ulsan ▲8 Sejong ▲9 Gyeonggi ▲10 Gangwon ▲Jchungcheong ▲Q Jeolla ▲K Gyungsang ▲JOKER Jeju
2. The illustration on the card – There are illustrations of attractive traveling places on each card. We couldn't put every sightseeing place in those cards because of the limited size. So we've tried to let you know the mood of the place rather than promoting the cities. And also we put the leaflet together to explain each city. It would be pleasing for us if you have beautiful memories with this playing card.



에코

김현석 KIM HYEONSEOK

화재로 인한 많은 인명피해 중 가장 큰 원인은 화재 시 발생하는 연기다. 화재 시 발생하는 연기는 건물이 불타며 생기는 독성 기체로서 대기 중의 산소를 부족하게 만들어 질식을 유발해 피해를 주지만 연기로 인해 시야가 차단되어 제때 탈출하지 못하거나 남은 생존자를 미처 발견하지 못하는 경우 이로인해 더 많은 인명피해가 발생한다. 연기가 자욱한 경우 소리를 질러 자신의 위치를 알리거나 파악하기도 하는 등 시야가 차단된 곳에서 청각을 사용하는 방법에서 영감을 얻어 디자인 한 산소 마스크이며 유독가스가 가득한 공간에서 가스로 인한 질식 걱정없이 마스크 안에 내장된 호루라기로 자신의 위치를 알리며 구조요청을 할 수 있다.

ECHO

The biggest cause of fire casualties is smoke from a fire. Smoke from a fire is a toxic gas caused by the burning of buildings, which causes suffocation by making oxygen in the atmosphere scarce, but more lives are lost if smoke blocks the view in time or finds no survivors left. It is an oxygen mask inspired by how to use hearing in a blind spot, such as shouting or identifying one's location in a smokey place, and you can ask for help by announcing one's location with a whistle built into the mask without worrying about gas suffocation in a toxic gas-filled space.



포켓 스플린트

구본훈 KOO BONHUN / 안지훈 AHN JIHOON / 백정규 BAEK JEONGKYU /
원동규 WON DONGKYU / 박경훈 PARK KYEONGHUN



등산객의 수는 해마다 점점 더 증가하고 있다. 또한 등산은 코로나19의 여파로 인해 달라진 일상 중 하나이기도 하다. 조사에 따르면 등산객이 증가하는 만큼 그에 따른 안전사고 발생률 또한 증가하고 있다. 그중에서도 실족, 추락사고가 가장 많았고, 사고는 중, 장년층에게 가장 많이 발생했다. 이러한 문제인식을 바탕으로 골절이나 인대손상이 발생했을 때 효과적으로 대처할 수 있는 제품이 필요하다. 산악사고 중 많이 다치는 부위로는 43%로 발목이 1위를 차지했다. 골절이나 염좌가 발생했을 때 초기치료는 부목으로 고정하고, 안정을 취한 뒤 냉찜질을 해주며 압박을 해주는 것이 중요하다. 부상이 발생했을 때 더 큰 사고로 이어지는 것을 방지해 주고, 휴대가 간편하여 누구나 손쉽게 가지고 다니며 비상시에 사용할 수 있도록 디자인된 제품인 'Pocket Splint'를 제안한다.

Pocket Splint

The number of hikers is increasing year by year. Mountaineering is also one of the daily routines that have changed in the aftermath of COVID-19. According to the survey, as the number of hikers increases, the incidence of safety accidents is also increasing.
The ankle was the most injured part in mountain accidents with 43%. When a fracture or sprain occurs, it is important to fix it with a splint and apply cold compresses after resting and applying pressure for the initial treatment. We propose the 'Pocket Splint', a product designed to prevent an injury from leading to a bigger accident, and to be easily carried by anyone and used in an emergency because it is easy to carry.

타이오

김병관 KIM BYEONGGWAN



T.I.O(Time In Object)는 일반적인 아날로그 시계 형태에서 기본이 되는 '선' 을 기본으로 하여 오브제 형태로 재해석해낸 작품입니다. hourglass(모래시계)는 '시간이 담긴 유리잔'이라는 뜻으로 재해석 하여 시간을 직관적으로 보여 주는 것이 아닌 다양한 방법으로 시간을 느낄 수 있게 하는 것이 제품의 특징입니다. 블랙 프레임으로 모래시계의 형태를 보다 미니멀하게 표현해냈으며 분을 의미하는 곡선 형태의 침은 외각 형태를 본떠 감각적인 느낌을 더하고자 하였습니다. 현재 일반적인 가정의 아날로그 시계는 오직 시간 확인을 위한 제품이라기보다는 인테리어적 요소가 더욱이 강해지는 추세입니다. 이에 따라 소비자의 관점에서 감성을 한 층 더 자극할 수 있는 표현 방식을 사용하여 디자인하였습니다. 이로써 시계와 오브제의 융합을 통하여 시계가 가진 '시간을 확인하는 기능'을 일부 축소하고 형태의 아름다움과 색다른 오브제 형태로 접근하고자 합니다.

T.I.O

T.I.O(Time in Object) is a work reinterpreted in the form of an object based on 'line', which is the basis of the general analog watch form. Hourglass (an hourglass) means 'glass with time', which is a feature of the product that allows you to feel the time in various ways rather than showing the time intuitively. The black frame expressed the shape of the hourglass in a more minimal way, and the curved needle, which means minutes, wanted to add a sense of sensation to the shape of the outer angle. Currently, analog watches in general households are more likely to have interior elements than products only for time verification. Accordingly, it was designed using a more emotional expression method from a consumer's point of view. As a result, the 'function of checking time' of the clock through the fusion of the clock and the object has been partially reduced and implemented as a different object from the beauty of the form.

머슬먼트

홍지민 HONG JIMIN / 유자은 YOO JAEUN / 방성은 BANG SEONGEUN /
김지영 KIM JIYOUNG

건강한 삶을 위해 중요하다고 생각하는 운동. 코로나로 인하여 헬스 및 PT등의 근력 운동을 하기가 어려워졌습니다. 집에서도 올바른 자세로 쉽게 운동을 할 수 없을까?라는 단순한 질문에서 MUSCLEMENT가 시작 됐습니다. 머슬먼트는 키우고 싶은 근육 부위에 따라 다양한 형태로 보드와 손잡이를 부착하여 사용할 수 있습니다. 대칭으로 이루어진 M자 모양의 불빛 띠는 사용자가 균형있는 힘을 주고 있는지 라이팅을 통해 정보를 전달해줍니다. 옆면에는 손잡이를 보관할 수 있는 칸이 있어 정리가 용이하고, 낮은 높이로 소파나 수납장 밑에 보관에 용이하도록 디자인했습니다. 균형 잡힌 운동을 위해서 시청각 정보가 즉각적으로 전달되어야 한다고 생각했고, 이를 어플과 연동하여 사용하는 제품으로 풀어냈습니다. 제품 중앙부에 핸드폰을 놓고 운동을 하면 어플로 트레이닝 기록, 목표량 달성 등을 전송해 한 눈에 볼 수 있습니다. 어플의 메인 페이지에서는 다양한 종류의 영상이 소요시간과 자극 부위, 난이도 등 간단한 운동 정보가 있어 기호에 맞게 선택 및 시청이 가능합니다. 이외에 운동 목표치를 설정할 수 있으며 주간, 월간별 트레이닝 기록을 확인 할 수 있습니다. 또, 개인 정보를 입력하면 적합한 양의 운동 체크리스트를 전달하여 한 손에 들어오는 편리한 트레이너가 코칭하는 역할을 해줍니다.



Musclement

Exercise that I think is important for a healthy life. Due to COVID-19, it has become difficult to do muscle exercises such as fitness and PT. Can't you exercise in the right posture at home? MUSCLEMENT started with this simple question. Musclements can be used by attaching boards and handles in various forms depending on the muscle area you want to grow. The symmetrical M-shaped light band delivers information through lighting to see if the user is applying a balanced force. The side has a compartment for storing handles, making it easy to organize and easy to store under the sofa or cabinet at a low height. I thought audiovisual information should be delivered immediately for a balanced exercise, and I solved it with a product that was used in conjunction with the application. If you put your cell phone in the center of the product and exercise, you can see it at a glance by sending application training records and achieving the target amount. On the main page of the application, various types of videos have simple exercise information such as time required, stimulation area, and difficulty level, so you can select and watch according to your preference. In addition, you can set an exercise target and check weekly and monthly training records. In addition, entering personal information delivers an appropriate amount of exercise checklist and serves as a coach by a convenient trainer who comes in one hand.

프리기

민준영 MIN JUNYOUNG / 허수민 HUR SOOMIN

FRIGGE는 사람들이 주방에서 요리할 때 발생하는 안전사고를 방지하는 주방용품 세트이다. 코로나 팬데믹의 여파로, 사람들의 식문화에 많은 변화가 생겼다. 거리 두기, 영업시간 제한과 같은 정책으로 인해 외식의 횟수가 줄었고 요리를 하지 않았던 사람들도 가정에서 요리하게 되었다. 통계청의 2020년 2분기의 가전제품 구매 증가 자료는 많은 사람이 집에서 요리하기 시작했다는 것을 뒷받침하고 있다. 이로 인해 요리에 익숙하지 않은 사람들도 쉽게 요리를 시작할 수 있는 도구가 필요해졌고 부엌에서 빈번히 발생하는 안전사고에 대한 예방이 더욱 필요해졌다. 주방 안전사고는 자주 일어나면서 동시에 위험성 또한 높다. 그중에서도 뜨거운 조리도구나 화기에 노출되어 입는 화상과 날카로운 것에 베이는 자상은 부엌에서 흔히 발생하는 안전사고이다. 고로 안전하고 편안한 요리 경험을 위해서는 이러한 문제점을 해결해야 한다. FRIGGE는 이처럼 빈번히 발생하는 주방 안전사고인 화상과 자상을 예방하여 안전한 요리 문화를 제공하기 위해 제안되었다. FRIGGE의 냄비와 팬은 인덕션에 고정하여 사용할 수 있다. 냄비나 팬이 인덕션과 결합하여 조리 시 떨어지지 않게 하였으며 결합부가 밑으로 갈수록 넓어지도록 하여 쉽게 조립될 수 있도록 하였다. 냄비와 팬의 바깥면은 단열 재질로 코팅이 되어있어 열에 대한 노출을 줄여 화상을 방지하였다. 세트에 포함된 주방용 칼의 경우 대각선 무늬로 파여있는 보조 블록이 날카로운 칼날을 감싸고 있어 깊은 자상을 예방한다. 도마에는 일정한 간격의 눈금이 있어 음식을 자를 때 손과 칼날 사이의 간격을 유의해 사용할 수 있도록 하였다.



FRIGGE

FRIGGE is a set of kitchenware that prevents safety accidents that occur when people cook in the kitchen. Due to the influence of the Corona Pandemic, many changes have occurred in people's eating culture. Policies such as social distancing and business hours have reduced the number of times of eating out, and those who have not cooked have increased their frequency of cooking at home. Statistics Korea's data on increased purchases of home appliances in the second quarter of 2020 prove that many people have begun cooking at home. This has led to the need for tools to easily start cooking even for people unfamiliar with cooking, and further prevention of frequent safety accidents in the kitchen. Kitchen safety accidents occur frequently and are also at high risk. Among them, burns worn by exposure to hot cooking tools or firearms and cuts from sharp things are common safety accidents in kitchens. Therefore, this problem must be solved for a safe and comfortable cooking experience. FRIGGE was proposed to provide a safe cooking culture by preventing burns and wounds, which are frequent kitchen safety accidents. The pot and fan of the FRIGGE may be fixed to the induction and used. The pot or pan was combined with the induction to prevent it from falling off during cooking, and the coupling portion was widened as it went down so that it could be easily assembled. The outer surfaces of the pot and the pan are coated with an insulating material to reduce exposure to heat to prevent burns. In the case of kitchen knives included in the set, auxiliary blocks dug in diagonal patterns surround sharp blades to prevent deep cuts. There are scales at regular intervals on the cutting board, so when cutting food, it can be used with caution between the hand and the blade.

웨일

백민석 BAEK MINSOEK

[whale]은 소아천식환자를 위한 호흡훈련기구입니다. 천식은 기관지가 붓고 가라앉기를 반복하며 유연성을 약화시키며 이것이 심해지면 일반상태에서도 호흡을 힙겹게 만듭니다. 때문에 기관지를 주기적으로 훈련시켜 유연하게 만들어주는 것으로 상당수준 회복이 가능합니다. 특히, 소아천식 환자는 약품을 사용한 치료가 제한되기에 훈련기구를 통한 치료가 더욱 용이하게 적용됩니다. 고래를 모티브로 디자인된 [whale] 은 몸체의 형태와 배면의 패턴, 부드러운 컬러감, 충전을 위해 제공되는 트레이까지 모두 아이를 즐겁게 만들어주기 위해 개발되었습니다. 유선형 몸체와 마우스피스의 각도는 소아기의 아이의 아래턱이 덜 발달된 점을 고려하여 턱의 부담을 줄여줄 수 있도록 디자인되었으며, 아래로 떨어지는 각도는 호흡훈련 중 아이의 시야에 더욱 즐거운 요소들이 들어올 수 있도록 설계되었습니다. 어린이에게 훈련보다 놀이로써 인식되기위해 제공되는 페어링 파츠는 각 각 기차와 배, 비행기로부터 모티브를 가져왔습니다. 세 가지 게임은 천식에 취약한 호흡근을 중심으로 회복할 수 있도록 세분화하였으며, 스마트폰 게임과 연동하여 사용할 수 있습니다.

whale

[whale] is a breathing training device for pediatric asthma patients. You can recover from asthma, where bronchial tubes become swollen and subside repeatedly and reduce flexibility, by training the bronchial tubes periodically to make them flexible. In particular, treatment with training equipment is more easily applied to pediatric asthma patients because treatment with drugs is restricted. Designed with the motif of whales, [whale] was developed to entertain children, including the shape and pattern of the body, soft color, and tray provided for charging. The angle of the streamlined body and mouthpiece is designed to reduce the burden on the chin, considering that the child's lower jaw is less developed, and the angle of falling down is designed to allow more pleasant elements to enter the child's field of view during breathing training. The pairing parts provided to make children aware of play rather than training were motivated by trains, ships, and airplanes, respectively. The three games are subdivided to recover around breathing muscles that are vulnerable to asthma, and can be used in conjunction with smartphone games.



퓨리파이

홍수민 HONG SUMIN

흡연인구에 비해 턱 없이 모자란 흡연구역은 흡연자들과 비흡연자 모두에게 고통을 주고 있다. 턱 없이 모자란 흡연구역은 흡연자로 하여금 흡연 구역 외 실외흡연을 유도하며, 흡연구역 외 실외흡연의 피해는 비흡연자가 받게 된다. 무분별한 실외흡연은 비흡연자들에게 간접흡연에 노출시킨다. 흡연자와 비흡연자 모두 만족하지 못하는 현 흡연 문화는 개선이 꼭 필요한 시점이다. 퓨리파이는 가로등에 설치되는 흡연제연기로 효율적으로 야외 흡연공간을 만들어 주는 옥외용 흡연 제연기이다. 설치된 공간에서 다각도로 흡연연기를 정화 시킨다. 충분한 흡연시설 확충으로 흡연공간 외 무분별한 야외흡연을 감소시킨다. 비흡연자들 간접흡연의 경험을 낮추어 비흡연자와 함께 공생하는 사회를 만든다.

PURIFY

Compared to the smoking population, smoking areas are severely lacking. That is a pain for both smokers and non-smokers. Due to the lack of smoking areas, smokers smoke on streets that are not smoking areas. It affects non-smokers as secondhand smoke. The current smoking culture, which is not satisfied by both smokers and non-smokers, is in need of improvement. PURIFY is a smoking eliminator installed on street lamps and is an outdoor smoking eliminator that effectively creates an outdoor smoking space. PURIFY purifies smoking smoke with multiple angles in the installed space. Induce smoking in designated smoking areas by expanding the smoking area by installing PURIFY.



세요고 : 전자 장구

김성훈 KIM SEONGHUN / 박영진 PARK YOUNGJIN

허리가 얇은 북이라는 '세요고'는 보통 '장구'라는 이름으로 우리에게 잘 알려진 한국의 전통 악기이다. 이 장구를 전자 제어 유닛, 베이스를 담당하는 우퍼와 스피커를 적용한 전자 장구를 고안하였다. 실제 장구의 음고 조절 기능과 '덩, 기덕, 쿵 더러러' 와 같은 장단의 신호를 받아들이는 수신부와, 통제하는 전자 제어부를 통해 모두 구현할 수있다. 장구로서의 기능 외에 중앙 부분 스피커 유닛이 단독으로 울림통과 결합 하여 블루투스 스피커로의 역할도 수행할 수 있다. 외부 제어 패널을 통해 베이스와 볼륨을 조절할 수 있으며 재생, 정지 등의 기능이 위치한다. 블루투스 헤드폰이나 스피커 등의 기기를 통해 소음을 발생 하지 않고도 언제, 어디서나 장구 연주를 즐길 수 있다.



SEYOGO : The electronic Jang-Gu

The Seyogo, thin-waisted drum, is a traditional Korean musical instrument well known to us under the name of Jang-gu. Combining this with modern technology, Jang-gu has renovated with the electronic equipment with woofer and speaker Jang-gu's Technics can be implemented through electronic control units. It can also act as a Bluetooth speaker by acting as a Sound box. You can control and enjoy playing Jang-gu without making noise through devices such as Bluetooth headphones, speakers.

수저세트

김진수 KIM JINSOO / 김준영 KIM JUNYOUNG / 이송준 LEE SONGJUN /
마병욱 MA BYEONGWWOK

고령화 및 손 장애자 인구와 용품이 지속적으로 증가하고 있으며 이와 더불어 재활 패러다임 전화에 따른 장애인의 사회참여 욕구 다변화로 말미암아 국내 보조기구 수요가 확대되고 있다. 이에 고령화 및 손 장애인 개개인의 몸 상태와 특성에 따라 적합하게 구성이 된 제품이 필요하다. 그런데 고령화로 인해 신체적 문제와 손 장애 유형이 워낙 다양하고 개개인의 요구가 다르기 때문에 신체에 적합한 생활용품을 제공하는 것이 쉽지 않다. 그래서 고령화 및 손 장애자가 생활용품을 이용하는 일상공간, 목적별 공간, 사용자 주변 공간요소에서의 사용자의 니즈를 반영하여 사용자의 특성 및 인체의 효율성, 안전성, 편의성을 고려하여 사용자 중심에 더욱 편하게 즐길 수 있는 디자인적 부분을 고려하고 강화된 유니버설디자인 생활소품 SET(숟가락(포크), 젓가락) 디자인을 제안한다.



spoon and chopsticks set

The aging and handicapped population and goods continue to grow, and demand for domestic aids is expanding due to the diversification of disabled people's desire to participate in society following rehabilitation paradigm calls. Due to aging, it is not easy to provide household goods suitable for the body because physical problems and hand disorders are so diverse and individual needs are different. Therefore, reflecting the user's needs in daily space, purpose-specific space, and user-peripheral space elements where the elderly and handicapped use household goods, the design of universal design props SET (fork), chopsticks is proposed.

닉스 고슬립

김두만 KIM DUMAN / 심희성 SHIM HEESUNG / 김채련 KIM CHAELYEON /
안아름 AHN AHREUM / 신현민 SHIN HYUNMIN

NYX는 숙면을 통해 전 세계인의 컨디션을 향상해 더 행복한 내일을 만드는 것을 목적으로 'go sleep'을 개발하였습니다. Sleep Air 분사를 통해서 사용자에게 직접적인 수면 유도 효과를 제공하여 잠 못 이루는 사용자를 신속하면서 내성이 없고 부작용이 적은 안전한 수면 가전제품입니다. 기체 농도, 빛, 바람세기 등 다양한 기능을 커스터마이징 해 개인별 까다로운 수면 조건을 충족시켜 줄 수 있습니다. 입면부터 기상 때까지 수면 전체를 하나의 제품으로 관리할 수 있으며 착용하거나 접촉할 필요가 없어 수면에 방해가 되지 않습니다. 수면에 영향을 미치는 온도, 습도, 조도, 소음을 실시간으로 측정할 수 있으며 측정된 값들을 연구된 수면 환경과 비교하여 점수로 표현하며 사용자에게 올바른 수면 환경에 대해 조언해줍니다. 또한 전용 어플리케이션을 이용해 이산화탄소농도나 ASMR, 무드등 색상 및 밝기 등 다양한 추가기능을 손쉽게 조작할 수 있습니다.



NYX GOSLEEP

NYX developed 'go sleep' with the aim of improving the condition of people around the world through deep sleep and creating a happier tomorrow. It is a safe sleep appliance that provides a direct sleep-inducing effect to users through Sleep Air injection, so it is fast, resistant, and has fewer side effects. By customizing various functions such as gas concentration, light, and wind strength, it can satisfy difficult sleeping conditions for each individual. You can manage your entire sleep time as a single product from when you start sleeping to when you wake up, and you don't have to wear it separately or come into contact with your body, so it doesn't interfere with your sleep. The temperature, humidity, illuminance, and noise affecting sleep can be measured in real time, and it is scored by comparing them with the studied sleep environment, and based on this, it coaches users about the right sleep environment. In addition, you can use a variety of additional functions such as color and brightness such as carbon dioxide concentration, ASMR, and mood using a dedicated application.

클리딩

임세현 LIM SEHYEUN / 윤종호 YOON JONGHO

퍼스널 모빌리티 시장은 급격히 증가하였고 다양한 공유 업체들의 등장을 통해 일상으로 자리 잡아 확대 되어가고 있다. 이와 함께 교통사고 발생 빈도의 급증이 문제점으로 발생하였고, 심각한 부상을 최소화 할 수 있는 보호장비 착용률 또한 매우 저조한 실태이다. 안전모 착용 필수 법규가 개정되고 단속을 강화하였지만 짧은 사용 시간에 비해 긴 시간 휴대해야 하는 번거로움과 활동의 제약, 보관 성의 문제 등으로 사용자들의 착용을 끌어내지 못하고 있다. 이로 인해 공유 킥보드 업체의 이용률이 절반 이상 저하되었고 일부 업체에서 안전모를 함께 대여할 방안을 실시하였지만, 도난, 파손 등의 외부적 문제와 코로나 19의 영향으로 위생과 청결에 대한 부정적인 인식으로 온전한 해결책의 역할을 하지 못하고 있다. 이러한 문제점들을 해결하고자 전동 킥보드에 UV-C 를 활용한 '소독 거치대'와 결합 가능한 '헬멧' 세트 디자인을 통해 상시 청결을 유지하고 보관 성을 높여 파손과 도난 등의 문제점을 해결하였다. 이를 통해 안심하고 보호 장비를 착용할 수 있도록 하여 안전하고 위생적인 이동 환경을 제공하고 바람직한 1인 전동차 문화를 형성하여 뉴노멀 시대의 새로운 이동수단으로서 자리 잡을 수 있기를 기대한다. 헬멧과 거치대 모두 곡선의 라인이 감싸고 있는 형태로 부드러운 통일성을 강조하였다. 전동 킥보드 안쪽에 위치하여 보호 장비 착용 시의 행동 절차를 최소화하고 쉽게 탈부착이 가능한 형태와 각도로 설계하였다. UV-C가 인체에 위협적으로 작용할 수 있는 요소들을 최대한 배제함에 중점을 두고 디자인하였다.



Cleading

The personal mobility market has increased dramatically, and at the same time, the frequency of traffic accidents has increased dramatically. Along with this, the rapid increase in the frequency of traffic accidents has occurred as a problem, and the rate of wearing protective equipment that can minimize serious injuries is also very low. Although the mandatory laws and regulations on wearing safety helmets have been revised and tightened, users' wearing is not active due to the hassle of carrying them for a long time compared to the short usage time, restrictions on activities, and storage problems. As a result, the utilization rate of shared kickboard companies has decreased by more than half, and some companies have implemented measures to rent safety helmets together, but due to external problems such as theft and damage and negative perceptions of hygiene and cleanliness due to COVID-19. To solve these problems, problems such as damage and theft have been solved by maintaining cleanliness at all times and increasing storage by designing a helmet set that can be combined with a "disinfection cradle" using UV-C on an electric kickboard. Through this, it is hoped that it will provide a safe and hygienic moving environment by allowing people to wear protective equipment with confidence, and form a desirable one-person train culture to establish itself as a new means of transportation in the new normal era. Both the helmet and the cradle emphasized smooth unity in the form of a curved line surrounding them. Located inside the electric kickboard, it is designed in a form and angle that can be easily detached and minimized the behavioral procedure when wearing protective equipment. It was designed with an emphasis on excluding as much elements as possible that UV-C can act as a threat to the human body.

반려견 발바닥 화상 방지 리드줄 '댕유'

권효진 KWON HYOJIN / 권민규 KWON MINGUE

강아지에게 가장 중요한 산책은 여름철에 주인도 모르는 사이 독이 될 수 있다. 여름철 아스팔트는 최대 60도까지 오르며 해가 지고 그늘이 져도 빨리 식지 않아 주인들이 모르는 사이 강아지들은 발바닥 화상 위험에 노출된다. 강아지들에게 발바닥은 땀 배출, 체온조절 등 등 가장 중요한 일을 하기 때문에 화상은 치명적이다. 이러한 문제점을 산책할 때 늘 가지고 다니는 자동 리드줄에 모듈형 적외선 온도계를 결합하여 발바닥 화상을 예방할 수 있게 하고자 하였다. 제품의 이름인 '댕유'는 댕댕이+Thank you 의 합성어이다. 산책을 할 때 모듈형 적외선 온도계를 강아지의 목줄이나 하네스에 부착하여 바닥의 온도를 자동 또는 본체 상단의 버튼을 눌러 수동으로 측정해 주고, 그 정보를 블루투스로 연동되어 있는 자동 리드줄의 디스플레이에서 즉각적으로 확인할 수 있다. 모듈형이라 보관에 용이하고, 여름철뿐만 아니라 사계절 사용 가능하다. 또한, 화상 위험이 있는 지면온도 40도 이상부터는 본체에서 진동과 소리로 주인에게 알려주며 위험을 인식하고 대처할 수 있게 도와준다.



Auto leash to prevent dog paw burns 'Deng U'

Walking is important for dogs, and on hot asphalt in summer, dogs are exposed to the risk of plantar burns. As a solution, a modular infrared thermometer is combined with an automatic leash used for walking. If you attach this to your dog's leash or harness while walking, it automatically measures the floor temperature or manually by pressing the button on the top of the body, and the information can be checked on the display of the automatic leash linked via Bluetooth. When the temperature is above 40 degrees, the main body vibrates and sounds to notify the owner, and the danger can be recognized and prevented.

턱관절 물리치료 기기

소지연 SO JIYEON

매년 턱관절 장애환자들의 수가 증가하고 있다. 하지만 관련 기기들은 병원에만 치료가 가능하다. 이러한 이유로 턱관절 장애 환자들을 위해 집에서 편하게 관리할 수 있는 물리치료 기기를 제시한다. 근육을 많이 사용하는 부위는 기기를 통해 일상 생활 속 턱관절 근육의 긴장을 풀어주고 관리한다. 유기적으로 사이즈를 조절할 수 있어 다양한 사용자가 치료 받을 수 있는 제품이다.



Jaw Therapy device

The number of patients with jaw joint disorder is increasing every year. However, related devices can only be treated in hospitals. For this reason, we present a physical therapy device that can be managed comfortably at home for patients with jaw joint disorder. The area where muscles are used a lot is used to relax and manage jaw joint muscles in everyday life through a device. It is a product that can be organically sized so that various users can be treated.

스마트 라벨 패키지

이영준 LEE YEONGJUN / 하은별 HA EUNBYEOL / 이서영 LEE SEOYOUNG /
조동하 CHO DONGHA / 박준혁 PARK JUNHYEOK

<Situation> WHO에 따르면 매년 2억명의 아이들이 상한 유제품으로 인한 식중독으로 설사 및 복통을 겪고 있고 그중 9만 6000명이 식중독으로 사망하기도 한다. 왜 아이들은 유제품으로 인해 식중독에 걸릴까?
<Problem> 1. 아이들은 우유가 상하더라도 이를 인지하지 못한채 우유를 마신다.
2. 유통기한 표기가 너무 작아 확인하기가 어렵다.
<IDEA> 변온잉크를 이용하여 유통기한인 10일이 지나면 Milk라고 적혀있는 라벨이 ill로 바뀌게 한다. 그럼 상한 우유인 것을 쉽게 알 수 있다.



Smart Label Package

<Situation> According to the WHO, every year, millions of children suffer from diarrhea and stomachaches caused by food poisoning. Among them, 96,000 children die.
<Problem> Children drink spoiled milk without noticing it. It's is hard to verify the expiration date because it is difficult to read the label.
<Solution> By applying variable temperature ink that changes color, people can watch "milk" turn into "ill" as the expiration date approaches.

소방대원 보호막

백정규 BAEK JEONGKYU / 김가현 KIM KAHYEON / 구본훈 KOO BONHUN /
안지훈 AHN JIHOON / 원동규 WON DONGKYU

이 구명조끼 제품은 물에 빠진 사람을 위한 제품이 아니라 구조를 하는 구조대원의 안전을 위한 제품입니다. 물속에서 암초등에 부딪혀 부상을 입는것에 대비하여 몸과 머리 부분에 에어백이 내장되어 있어 충격이 가해질 때에 에어백이 작동되게 합니다. 필요에 따라 수동으로 에어백을 작동시킬수 있으며, 위급상황을 대비하여 IOT와 위치추적을 통한 SOS기능 또한 탑제하고 있습니다. 구조를 할 때에 구조대원의 손이 자유롭게 하기 위해 조끼에 손전등과 로프걸이 등을 장착하여 디자인 하였습니다. 무채색 계열에 눈에 잘 띄는 소방대원의 형광 주황색 컬러를 사용하였으며, 에어백 기능을 탑제하고 있는 등쪽 부분은 척추를 보호하고 파손과 부식의 우려를 막기위해 고강성 플라스틱 소재를 사용하여 디자인 하였습니다.



FireFighter Shield

This lifeguard product is not for drowning people, it's for the safety rescuer. In preparation for injury by hitting a reef in the water, airbags are embedded in the body and head, allowing the airbags to operate when impact is applied. The airbag operates manually as needed, and in the case of emergency it provides with iot system and sos location tracking system. We placed flashlights and rope hangers on the rescuer product so that rescuers hands can be free. Based on achromatic prominent, firefighter's fluorescent orage is partly used. The part function of an airbag, is designed using a high rigidity plastic material to protect the spine and prevent the risk of damage.

아르마 부츠

신희상 SHIN HEESANG

소방대원들의 발은 부족한 신발 탓에 세척이 제대로 이루어지지 않아 늘 위생적이지 못하다는 점을 문제점 잡아 해결하고자한 신발 디자인. 아르마딜로의 형태를 모티브 삼아 특유의 단단해 보이는 이미지로 시각적인 안전감을 주는 디자인을 함. 발목에서 보이는 랜턴으로는 장애물을 피하며, 뒷꿈치에서 흐르는 불빛은 뒤에 따라오는 동료 대원들에게 자신의 위치를 알려주는 신호를 보내는 용도로 사용을 유도함. 외부 신발과 내부 신발로 이루어진 제품으로 내부 신발의 경우 세탁을 해도 빠르게 건조 가능한 재질로 하였으며, 소방대원들이 빠르게 착용을 할 수 있도록 유도한 신발 디자인을 함.

Arma boots

A shoe design that aims to solve the problem that the feet of firefighters are not always hygienic because they are not washed properly due to insufficient shoes. Using the shape of an armadillo as a motif, it is designed to give a visual sense of safety with a uniquely solid image. The lantern visible from the ankle avoids obstacles, and the light flowing from the heel induces its use as a signal to inform fellow crew members following its location. This product consists of an outer shoe and an inner shoe. The inner shoe is made of a material that can be dried quickly even after washing, and the shoe design is designed so that firefighters can wear it quickly.



음주, 스타일을 더하다

CHI JIN / ANQI / LI TINGTING / LIANG YUEHUI

이 컨셉트는 다양한 주구세트다. 장난감 모형판 해체 부품에서 영감을 받아 술을 마실 때 필요한 도구를 함께 연결하거나 필요에 따라 해체할 수 있다. 모임, 피크닉, 선물 휴대, 소장용으로도 활용 가능하며 다양한 장소에 적응할 수 있다. 소재는 짧은 시간 친환경 소재, PET, PP 도금 등이 가능하며 장기 선물 저장은 금속 재질로 할 수 있다. 동일 회사 제품으로 교체할 수 있으며, 취향에 따라 다양한 스타일로 교체할 수 있어 환경친화적인 환경 스트레스 해소 방안이다. 와인, 맥주, 소주 등 3개 계열로 나뉜다. 와인의 스타일은 어떤 장면에서든 와인의 매력을 한껏 살렸다. 컵의 용량이 다른 것은 사람들이 술을 마실 때 개별적으로 선택하는 것을 보여준다. 술과 음식을 결들인 식기도 함께 갖춰져 있어 술 마시는 과정을 풍성하고 재미있게 할 수 있다. 맥주 스타일 시리즈의 백미는 분주기가 맥주의 거품을 줄이거나 작은 술잔 밑에 꽂아 새로운 술잔 모양을 만들어준다는 점이다. 고도주 스타일 라인은 신축적이고 탈착 가능한 기능으로 따뜻한 술과 차가운 술의 역할을 동시에 한다.

Drinking, add style

This concept is a set of various alcohol tools. Inspired by toy model dismantling parts, you can connect the tools you need to drink together or dismantle them as needed. It can also be used for meetings, picnics, carrying gifts, and keeping, and can adapt to various places. The material may be an eco-friendly material, PET, PP plating, or the like for a short time, and may be made of a metal material. It can be replaced with products from the same company, and it can be replaced in various styles depending on your taste, which is an environmentally friendly way to relieve stress. It is divided into three categories: wine, beer, and soju. The wine style reinforced the charm of wine in any kind. The difference in the amount of cups means that people can choose individually when drinking. Tableware with alcohol and food is also available, making the drinking process rich and fun. The beer style series features a new glass shape by reducing the foam of beer or inserting it under a small glass. The line for high-quality alcohol provides both warm and cold alcohol as a removable function.



마스크 링크

최희지 CHOI HEEJI / 구예슬 KOO YESEUL / 홍여진 HONG YEOJIN /
김수현 KIM SUHYUN / 진수경 JIN SOOKYUNG

코로나19로 인해 마스크 사용량이 급증하였다. 마스크 사용량이 증가하면서 쓰레기 배출량도 급증하였고, 무분별하게 버려지는 마스크는 동물들의 신체에 끈이 묶이는 등의 환경문제가 심각하게 나타나고 있다. 원래는 끈을 잘라서 버리는 것이 맞으나 주변에 가위가 없는 경우에는 자르기가 쉽지 않다. Mask link를 통해 이러한 문제점을 해결할 수 있다. Mask link는 마스크와 줄을 연결시키는 제품으로 손 쉽게 어디서든 끈을 제거할 수 있다. 제품을 열어 끈을 넣은 뒤, 마스크의 홈에 제품을 고정할 수 있다. Mask link를 통해 마스크 끈을 재사용 할 수 있고, 어디서든 쉽게 분리를 할 수 있어 환경문제에 도움을 줄 수 있다.

MASK LINK

Due to covid-19, mask usage has increased dramatically. As the use of masks increased, garbage emissions surged, and environmental problems such as indiscriminate throwing away masks are seriously appearing, such as tying strings to animals' bodies. Originally, it is right to cut the string and throw it away, but it is not easy to cut if there are no scissors around. Masklink can solve these problems. Masklink is a product that connects a mask and a string, which can be easily removed anywhere. After opening the product and putting the string in, the product can be fixed to the groove of the mask. Masklinks can reuse mask straps and help with environmental problems by easily detaching them.



무드 콘 파냐

이채영 LEE CHAEYOUNG

최근 안경은 옷이나 액세서리처럼 자신의 개성을 표현하고 인상을 바꾸는 가장 효과적인 아이템으로 떠오르고 있습니다. 그러나 시력 교정용으로 안경을 상시 착용하는 사람의 경우 렌즈를 다시 맞춰야 한다는 부담감 때문에 여러 디자인의 안경을 자유롭게 착용하지 못하는 아쉬움이 있습니다. 안경 브랜드 mood con panna는 이러한 아쉬움을 해소하고 상황에 따라 변화하는 자신의 페르소나를 주체적으로 만들어 나가도록 도와줍니다. 사람들은 자신의 기분에 따라, 그날의 입맛에 따라, 카페에 가서 자신만의 커피를 주문해 마십니다. 이 제품은 그러한 커피의 특징을 테마로 하여, 쉽고 대중적으로 커스터마이징 할 수 있는 서비스를 제공합니다. 하나의 안경 프레임에 커피의 맛과 이름으로부터 연상되는 분위기를 녹여낸 파츠를 부착해, 커피가 재료 조합에 따라 다양해지듯 하나의 안경으로 각기 다른 폭넓은 분위기를 표현할 수 있습니다.

mood con panna

People who wear glasses for vision correction are sad that they can't wear glasses of various designs to suit their tastes, due to the pressure to buy new lenses again. mood con panna relieves this disappointment and helps you create your own persona that changes depending on the situation. People go to cafes and order their own coffee according to their moods and tastes of each day. This product provides a simple customization service for anyone as if ordering coffee. This product can attach multiple parts to glasses, which can create a wide atmosphere with one pair of glasses. This part is inspired by various kinds of coffee names. As if coffee can vary according to ingredients combination.



터닝 4

이영건 LEE YOUNGGUN

'터닝 4'는 4계절 변형 신발입니다. 어퍼가 분리 가능하며 계절에 따라 다른 어퍼로 교체할 수 있습니다. 각 어퍼는 봄/가을, 여름, 겨울에 따라 다른 디자인으로 구성되어 있으며 봄/가을에는 운동화, 여름에는 샌들, 겨울에는 부츠의 형태인 어퍼로 바꿀 수 있습니다. 계절 별 신발을 따로 구비할 필요가 없어 신발장 공간 활용이 용이하고 탈부착 가능한 어퍼는 관리하기에 쉽습니다. 또한 해마다 증가하는 의류 쓰레기 또한 상당 부분 감소시킬 것이며 손상 부분만 교체할 시에 경제적 부담을 줄여줍니다.



Turning 4

The 'Turning 4' is a four-season shoe. The upper part is detachable and can be replaced with different parts depending on the season. Each upper consists of different designs for spring/fall, summer, and winter, and can be changed to an upper which is the form of sneakers in spring/fall, sandals in summer, and boots in winter. Because there is no need to have shoes for each season, it is easy to save the shoe closet space and manage detachable upper parts. It will also significantly reduce the annual increase in clothing waste and reduce the financial burden by replacing only the damaged parts.

브로드 가드

이규형 LEE KYUHYUNG / 신희은 SHIN HEEEUN / 손채현 SON CHAEHYEON / 백다연 BAEK DAYEON

최근 전동킥보드를 이용하는 사용자들이 늘어나면서 헬멧 미착용으로 인한 사고도 늘어나고 있다. broad guard는 전동킥보드를 안전하게 타기 위해 사용하는 헬멧이다. 전동 킥보드 사용시엔 반드시 헬멧을 착용해야 한다. 하지만 전동킥보드 대여 시 헬멧이 포함되어 있지 않아 헬멧을 착용하기 어렵다. 그러한 단점을 보완해 broad guard는 앞, 위, 뒤를 보호하는 3점식을 사용하고, 전동킥보드와 함께 대여할 수 있는 제품이다. 각 업체에 맞는 색상과 폴딩 방식을 사용해 부피가 줄어듦으로써 보관에 용이하다. 또한 broad guard는 손 쉬운 사용과 크기 조절로 인해 모든 사용자에게 맞는 헬멧으로 안전하게 사용할 수 있다.



Broad Guard

Recently, as more and more users use electric kickboards, accidents caused by not wearing helmets are also increasing. A broadguard is a helmet used to ride an electric kickboard. However, it is difficult to wear a helmet because it is not included when renting an electric kickboard. To compensate for such shortcomings, the broadguard uses a three-point format that protects the front, top, and back, and can be rented with an electric kickboard. It is easy to store by reducing volume by using colors and folding methods suitable for each company. Broadguard can also be used safely as a helmet suitable for all users due to its easy use and size adjustment.

에버

최지영 CHOI JIYOUNG / 한예지 HAN YEJI

Ever는 움직이며 일하는 노마드 워커를 위한 워크 스테이션이다. 최근 업무 방식의 표준이 달라지고 있다. 노마드 워커는 새로운 장소에서 일하면서도 익숙한 작업 세팅을 원하고, 계속 변화하면서도 자신만의 고유한 아이덴티티는 지키고 싶다고 말한다. 이동하면서 일하는 방식이 이미 일상에 자리 잡았음에도 기존 시장에는 이들을 위한 제품을 찾아보기 어렵다. 업무를 위한 기기는 분리되어 있고 환경 세팅보다는 기기 보호에 중점을 두고 있다. '책상을 동기화하고 휴대한다.'라는 아이디어에서 출발한 Ever는 비즈니스 백을 닮은 커버와 작업에 최적화된 수납공간, 스웨이드 파트로 이루어져 있다. 사용자는 디지털 패드를 사용하다가 포켓에 수납된 메모지와 펜을 꺼내어 아날로그 환경으로 손쉽게 전환할 수 있다. Ever의 커버는 스트랩과 컬러 블록을 통해 같은 구조 안에서 다채로운 무드로 변형 가능하며 사용자는 스트랩에 뱃지, 태그 등을 부착하여 커스텀할 수 있다. 또한 100% 재활용 폴리에스터로 만든 발수 빈티지 캔버스와 마이크로 스웨이드를 사용하여 지속가능하다. 사용자는 Ever를 통해 어디에서나 내 취향에 딱 맞는 데스크 셋업을 경험할 수 있다.



Ever

'Ever' is a workstation for nomad workers. These days, many standard work rules have changed. Nomad workers want to work in new places, seek familiar work sets, and keep their originality. But It is challenging to find products for them in the current market. Devices for work are separated and focus on device protection rather than environmental setting. Starting with the idea of "synchronizing and carrying desks," Ever consists of covers that resemble business bags, storage spaces optimized for work, and suede parts. While using a digital pad, a user may easily switch to an analog environment by taking out a memo paper and pen stored in a pocket. Ever's cover can be transformed into a variety of vibes within the same structure through straps and color blocks, and users can customize it by attaching badges and tags to the straps. It can also be used continuously using water-repellent vintage canvas and microswade made of 100% recycled polyester. Users can experience desk setup that suits their taste anywhere through Ever.

벤딩 슈즈

신희상 SHIN HEESANG

휠체어에 의존하는 환자의 경우 겨울에 외출할 때 보호자의 도움 없이는 제대로 운동화를 착용하는 것에 어려움을 느낌. 보호자 또한 일반 신발의 경우에 뒷꿈치가 걸려 착용 시켜주는 것에 어려움을 느낌. 이러한 문제점을 해결하고자 신발의 가운데 부분이 갈라져 착용하기 쉽게 벌어지는 형태의 디자인을 함. 또한 이로 인해서 생기는 신발의 고정을 도와주는 혀와 아일렛, 그리고 신발끈이 용도의 의미를 잃게 되기 때문에 어퍼의 간소화를 이루어 낸 디자인 제품. 벌어진 신발을 고정하는 것을 고무 밴드로 하며, 추후에 쉽게 벗겨지지 않게 하는 것을 목적으로 함.



Bending shoes

Patients who depend on a wheelchair may find it difficult to properly wear sneakers when going out in winter without the help of a guardian. Parents also feel that it is difficult to wear regular shoes with their heels caught. In order to solve this problem, the middle part of the shoe is split and designed in a shape that is easy to wear. In addition, the tongue, eyelets, and shoelaces that help fix the shoes caused by this will lose their meaning, so the design of the upper has been simplified. A rubber band is used to secure open shoes, and the purpose is to prevent them from coming off easily in the future.

라이트 케어

박현재 PARK HYUNJAE

"라이트 케어"는 헤어밴드 스타일의 뷰티케어 디자인으로, LED와 갈바닉 이온을 활용해 탈모, 두피와 목 주름을 개선하는 제품이다. 제품은 머리나 목에 고정하기 위한 피팅 밴드와, LED가 내장된 무빙밴드로 구성된다. 머리에 가볍게 쓰고 무빙밴드를 자유롭게 조절하면, 부분 탈모나 고민이 있는 부위를 집중적으로 케어할 수 있다. 한편, 목에 오일을 바르고 제품을 목에 가볍게 걸치면, 피부결 개선과 주름 예방에 도움을 줄 수 있다. 피팅밴드는 패브릭 소재로, 유연하게 움직여 피부에 부드럽게 밀착되는 것은 물론, 소재 특성상 다양한 컬러 요구에 쉽게 대응할 수 있을 것이다. 뷰티케어 시장도 빠르게 성숙기에 진입하고 있다. 보다 가볍고 실용적인 디자인으로 일상에 자연스럽게 스며들 수 있는, 그래서 진정으로 꾸준하게 도움을 줄 수 있는 뷰티케어 디자인을 제안한다.

LIGHT CARE

LIGHT CARE is beauty care device for both hair and neck with its light design. Applying hairband-like shape, LIGHT CARE is suitable for caring hair loss and neck skin. The product consists of two parts. One is fitting band that fitting device to your head or neck. The other is moving band with LED and moving hinge. Thanks to its flexible hinge, you can move the band easily and place where you concerned. And for the neck, you can wear it, just like necklace. The fitting band is made of fabric material and is flexible and adheres smoothly to the skin. Due to the nature of the material, it will be easy to produce in various colors. The beauty care market is also rapidly maturing. It proposes a beauty care design that is made daily with a lighter and more practical design and provides steady help.



롤링에어헬멧

이시창 LEE SICHANG

본 롤링 에어 헬멧 제품은 자전거, 킥보드 등 야외 스포츠 활동에서 사용하는 보호구이다. 요즘 급증하고 있는 전동 킥보드 같은 퍼스널 모빌리티 사용 시 발생하고 있는 각종 사고의 원인은 보호구 미착용 문제이다. 사용자들이 헬멧을 사용하지 않는 이유는 무겁고, 덥고, 보관이 힘들기 때문이다. 이런 사용자의 불편함을 해결함과 동시에 심각한 사회적 문제를 해결할 수 있는 안전 제품이다. 본 제품은 에어 튜브와 딱딱한 외피가 결합한 제품으로, 딱딱한 외피의 안전성과 평소 사용하지 않을 시 부피를 줄여 보관할 수 있는 에어 튜브의 휴대성의 장점을 합친 보호구이다. 에어 튜브를 사용하는 헬멧이기에 가볍고 착용성이 뛰어나며 에어의 주입에 따라 부피의 변화가 있어 보관을 편리하게 하여 상기에 언급했던 사용자들이 불편한 단점들을 개선한 제품이다. 펌프 부분은 탈부착이 가능하여 보관 시는 헬멧에서 떼어낼 수 있고, 필요시 부착해 사용할 수 있다. 롤링 에어 헬멧이라는 제품의 이름은 에어 튜브를 사용하면서 공기처럼 가볍고 비사용시 작게 말아서 휴대할 수 있는 헬멧 제품이라는 의미이다.

Rolling Air Helmet

This rolling air helmet product is used in outdoor sports activities such as bicycles and kickboards. The cause of various accidents that occur when using personal mobility such as electric kickboards, which are rapidly increasing these days, is the problem of not wearing protective gear. The reason why users don't use helmets is because they are heavy, hot, and difficult to store. It is a safety product that can solve serious social problems while solving inconveniences of users. This product is a combination of air tube and hard outer skin, and it combines the safety of hard outer skin and the portability of air tube, which can be stored by reducing volume. Since it is a helmet using an air tube, it is lightweight, excellent in wearability, and changes in volume depending on the injection level of air, making it convenient to store, thereby improving the inconvenient disadvantages of users mentioned above. The pump portion is detachable, so it can be removed from the helmet when stored, and can be attached again and used if necessary. The meaning of the product called Rolling Air Helmet is that it is a helmet product that is light like air while using an air tube and can be rolled up and carried when not in use.



패시온

고종현 KO JONGHYUN

패스트패션을 선호하며, 시즌마다 신상을 구매해 자신의 옷장속 옷과 Mix & Match 해 입기를 즐기는 MZ세대를 위한, 내 옷장에 찾아온 쇼핑 채널, 당신만의 퍼스널 디지털 클로젯 패시온. 최근 자주 입는 10세트 정도의 옷을 기준으로 코디하며 상품 추천도 받는, 쉽고 빠른 원격 쇼핑 서비스. 구독을 통해 좋아하는 숍과 물리적으로 연결되는 연결커머스서비스 패시온.



fash-on

fash-on brings fashion and retail experience into your room and closet. If you think of the Mirror brought Gym into your living room, we are the Mirror of fashion commerce. Based on recent most wearing 10sets of clothes in your closet, channeling with your favorite shops through subscribing our personal shopping service.

나무

김혜원 KIM HYEWON

고양이 용품을 수납 진열할 수 있는 캣타워 나무입니다. 반려동물은 이제 단순키우는 동물이 아닌 가족이 되었고, 펫팸족들은 반려동물에게 더 좋은것을 제공하고자 하는 욕구를 가지고 있습니다. 이에 나무를 모티브로 파티션의 공간을 분리해주는 역할도 하며 고양이에게 필요한 수직공간 제공, 다양한 기능성 수납이 가능한 가구를 디자인 하였습니다. 보이고픈 수납과 숨기고픈 수납을 구분하여 귀엽고 아기자기한 장난감들은 내어놓고 부피가 크고 보기에 좋지 않은 사료나 모래등의 용품들은 숨겨지도록 하였습니다. 이 가구가 반려동물과 함께 생활하며 얻는 힐링을 더해주었으면 좋겠습니다.



NAMU

It's a cat tower 'NAMU' where you can store and display cat items. Pets are now family members, not just pets, and pet families have a desire to provide better things to their pets. Therefore, with the motif of wood, I designed furniture that can separating the space by of the partition, store various and providing the vertical space needed for cats. By distinguishing between the storage you want to show and the storage you want to hide, cute toys are shown and items such as bulky and unsightly feed and sand are hidden. I want this furniture to help you more healing from living with your pet life.

스누즈(자기공진방식 무선충전 침대 협탁)

조수빈 CHO SUBIN

SNOOZE는 다중 전자 기기의 충전 문제를 해결하기 위해, 자기 공진 방식의 무선 충전 기술을 이용해 제품 반경 50cm 이내로 AIR 충전을 가능하게하는 침대 협탁 디자인입니다. SNOOZE는 제품 상단부의 자기 공진 방식의 코일이 내장되어 있고, 이는 제품 기반 50cm 안에 있는 스마트폰과 같은 무선 호환 모바일 장치, 악세사리 또는 다른 호환 장치들을 Air 충전 할 수 있습니다. SNOOZE는 Air충전시 모호한 충전의 영역을 보완하기 위해 조명을 통해 직관적으로 충전 영역을 인식할 수 있도록 디자인하였습니다. 전자 기기가 충전 영역 내로 들어 오면 자동으로 조명이 켜지고 충전이 시작됩니다. SNOOZE는 총 6대의 전자 기기를 동시에 충전 할 수 있으며, 제품 상단의 충전 상태를 알려주는 LED와 스마트폰 알림을 통해 충전이 연결된 각 기기의 충전 정도를 알 수 있습니다. 자주 사용하지 않는 전자 기기는 폴딩형 구조로 이루어진 서랍 내부에 보관할 수 있고, 서랍에 넣어 두어도 충전이 계속됩니다. 또한 사용자의 침대 높낮이에 맞추어 언제든지 제품 높낮이를 변경할 수 있도록 다리가 레일 구조로 이루어져 있습니다. 제품 하단에는 오픈형 수납 공간을 두어 책이나 열쇠 고리 등 다른 일상적인 용품을 놓을 수 있습니다. SNOOZE를 사용하면 원하는 사용자가 원하는 충전 구역을 설정하고 전자 기기 충전 선들에서 자유로워질 수 있습니다.

SNOOZE

SNOOZE is a bed-tank design that enables AIR charging within a 50cm radius of the product using magnetic resonance wireless charging technology to solve the charging problem of multiple electronic devices. SNOOZE has built-in magnetic resonance coils at the top of the product, which can air-charge wireless compatible mobile devices, accessories or other compatible devices such as smartphones within 50cm of the product base. SNOOZE is designed to intuitively recognize charging areas through lighting to compensate for ambiguous charging areas during air charging. When the electronic device enters the charging area, the light is automatically turned on and charging starts. SNOOZE can charge a total of six electronic devices at the same time, and the LED and smartphone notification indicating the state of charge at the top of the product show the degree of charge of each device connected to charging. Electronic devices that are not frequently used can be stored inside the folding drawer, and charging continues even when placed in the drawer. In addition, the legs are rail-structured so that the product's height can be changed at any time according to the user's bed height. An open storage space is installed at the bottom of the product, so you can put other daily items such as books and key rings. SNOOZE allows users to set the desired charging zone and be free from electronic device charging lines.



사파

신호연 SHIN HOYEON / 이시욱 LEE SIWOOK

쓰레기통과 사이드테이블이 결합되어 공간을 더욱 효율적으로 사용하게 해주는 사이드테이블입니다. 전체적인 제품의 구성은 위에서부터 스토리지 박스, 트레이, 쓰레기통으로 총 3가지의 제품으로 구성되어 있습니다. 이 제품들이 하나로 결합이 되었을 때 비로소 하나의 사이드테이블이 됩니다. 코로나로 인해서 개인의 공간의 중요성은 급속도로 증가하게 되었습니다. 그리하여 2021년은 집에서 모든 것을 해결해야 하는 시대가 되었으며, 우리는 이러한 상황 속에서 공간을 잘 활용해야만 합니다. 그래서 저희는 제품들을 합쳐서 그만큼의 면적을 아끼게 만들었고, 기능적으로 무리가 없게 하였습니다. 전체적인 디자인은 사이드테이블 위에 올린 제품이 주목을 받을 수 있도록 유기적인 세라믹의 라인을 모티브로 하여 군더더기 없이 디자인을 하였습니다. 이렇게 하여 유저는 시각적으로 공간을 더욱 심플하게 볼 수 있으며 더욱 쾌적한 환경에서 제품을 사용할 수 있게 됩니다. 제품의 전체적인 사이즈는 300X450X300이고 소재는 ABS Plastic입니다. 그리고 컬러는 전통적인 옹기에서 영감을 받은 Ceramic Black 추출하여 제품에 접목시켰습니다.

SAPA

It is a side table that combines trash cans and side tables to make space more efficient. The overall composition of the product consists of a total of three products, from the top to storage boxes, trays, and trash cans. When these products are combined into one, they become one side table. Due to COVID-19, the importance of personal space has increased rapidly. Thus, 2021 has become an era of solving everything at home, and we have to make good use of space in this situation. So we combined the products to save that much area and make it functionally easy. The overall design is designed without unnecessities, with the motif of organic ceramic lines so that the product on the side table can attract attention. In this way, users can see the space more simply visually and use the product in a more pleasant environment. The overall size of the product is 300X450X300 and the material is ABS plastic. And the color was extracted from Ceramic Black inspired by traditional pottery and applied to the product.



모듈러

황유진 HWANG YUJIN / 변정연 BYEON JUNGYEON / 이화정 LEE HWAJEONG

작은 집에서 모든 것을 즐기고 싶은 홈 루덴스족을 위한 홈시어터 모듈가구, '모듈러'입니다. 비대면, 비접촉 시대에 도래한 지금, 멀리 밖에 나가지 않고 나만의 공간에서 휴식을 취하는 1인 가구의 '홈 루덴스 족'이 늘어나고 있습니다. 사람들은 영화관 대신 스트리밍 서비스를 통해 영화와 영상 시청을 즐기며, 집에서의 활동 시간을 늘어나고 있지만, 그에 비해 1인 가구의 집은 점점 줄어들고 있습니다. 그래서 1인 가구의 작은 집에서 보관의 편리를 주며, 영상 미디어를 보다 실감나게 즐길 수 있는 모듈형 홈시어터 제품을 제안합니다. 설치를 위해 못을 박지 않고, 사용하지 않을 때에는 조명으로 사용 가능한 세로형 스크린은 사용자에게 설치와 보관 그리고 인테리어 요소를 줍니다. 리클라이너 형식의 의자에 우퍼를 설치하여 진동과 소리를 통한 실감나는 영상시청이 가능하며, 의자를 접어 선반으로 사용할 수 있습니다. 빔 프로젝터는 컴팩트한 디자인으로 원하는 위치에 옮겨 사용할 수 있고, 의자 위에 올려 무선 충전을 할 수 있습니다. 모듈러를 열어 당신의 영화관을 열어보세요.



Moduler

'Moduler' is a home theater modular furniture for the Home Ludens who want to enjoy everything in a small house. People enjoy watching movies and videos through streaming services instead of movie theaters, and their time at home is increasing, but in contrast, the number of single-person households is gradually decreasing. Therefore, we propose a modular home theater product that provides convenience for storage in a small single-person household and allows you to enjoy video media more realistically. Vertical screens that can be used as lighting when not nailed for installation and used give users installation, storage, and interior elements. By installing a woofer on the recliner chair, you can watch realistic videos through vibration and sound, and you can fold the chair and use it as a shelf. The beam projector has a compact design that can be moved to the desired location and wirelessly charged by placing it on a chair. Open the modular and experience your movie theater.

카라에서

황이삭 HWANG ESAK

바이러스로 실내활동이 많아진 요즘 홈카페문화가 생기면서 좁은 아파트 테라스에서도 편안하게 사용할 수 있는 쇼파를 디자인하였습니다. 카라꽃의 말려있는 형태를 쇼파의 테이블과 등받이가 접고 펴지는 형태로 접목하여 용도에 따라 형태변형이 가능한 소파입니다. 이를 통해 한가지 제품만으로 시각적인 다양성을 경험할 수 있습니다. 기존 쇼파와 달리 부가적인 제품이 필요 없이 다양한 포지션에서 휴대폰을 충전하거나 책을 보관하는 등 이 쇼파 하나로 다양한 활동을 할 수 있습니다.



IN KARA

With the rise of home cafe culture these days when indoor activities are increasing due to the virus, we designed a sofa that can be used comfortably even on a narrow apartment terrace. It is a sofa that can be transformed according to the use by grafting the curled form of kara flowers into the folding and unfolding shape of the sofa table and backrest. This allows you to experience visual diversity with just one product. Unlike conventional sofas, you can perform various activities with one sofa, such as charging your phone or storing books in various positions without the need for additional products.

아리

유서경 YOO JACQUIE

한국의 항아리에서 영감을 받은 가구 아리는 하나의 가구가 테이블과 의자 2개로 다양하게 사용되어 질 수 있습니다. 다양한 스케일과 소재에 따라서 색다른 느낌과 분위기를 만들어낼 수 있습니다. 전통 한옥의 담벼락 앞에 다양한 사이즈의 항아리들이 놓여져 있는 모습을 보고, 아리 또한 다양한 스케일의 적용을 통해서 새로운 리듬감을 연출하고자 했습니다. 항아리라는 것은, 우리나라의 전통적인 아이콘이며, 우리 조상들의 크래프트맨쉽이 잘 나타나는 오브제입니다. 항아리 안에 담겨진 내용물은 다양하지만, 음식의 숙성과 단단함을 만들어내는 과정이 독 안에서 일어납니다. 이것은 마치, 한국인이 어려운 상황을 직면하였을 때 더 뭉치고, 더 단단해지며 극복해나가려는 정서와 많이 닮았다고 생각합니다. 이러한 점을 디자인에 녹여내려고 하였으며, 동시에 실용성을 잃지 않으려고 노력했습니다. 아리는 높이 700/1000/1300mm 의 세 종류의 사이즈로 제작이 될 예정이며, 장소나 분위기에 따라서 합판, 라탄, 금속, 비니어, 방수 소재나 심지어 탄소 섬유 및 3D 프린팅으로도 만들어질 수 있습니다

ARI

Inspired by Korean Traditional fermentation food storage "Hang-Ari", Ari can be used in various ways. Ari will show that one furniture can be table and 2 chairs and giving new atmosphere and feeling thru different size and materials. Hang-Ari is our traditional icon and objet showing our ancestors' craftmanship. There can be various foods inside of Hang-Ari, progress of food aging and hardness happens inside of Hang-Ari. I think that this does look alike that Korean people try to gather together and stronger when we face the difficult situation. I tried to put these kinds of points to reflect to the design and not to lose practicality at the same time. Ari will be made in three types of sizes, 700/1000/1300mm high, and can be made of plywood, rattan, metal, vinyl, waterproof materials, or even carbon fiber and 3D printing, depending on the location or atmosphere.



체어 엠

임준빈 IM JOONBIN

영문자 M을 모티프로 하여 다리가 3개인 의자 디자인 입니다. 우리는 태어나 제일 먼저 엄마라고 합니다. 성장하면, 어머니라 부르고 결국 우리는 그 분을 기억 속에 남게 됩니다. M은 이처럼 Mom-Mother-Memory 라는 인생에서 영원히 간직할 존재입니다. 그래서 Chair M은 어머니 품 처럼 아늑하고 편안함을 추구합니다. 디자인 특징으로는 일반적으로 3개의 다리로 된 의자들 중 스테킹(적층) 구조로 된 것을 볼 수가 없었으나 [chair M]은 적층하여 공간의 용도에 따라 의자를 배치 또는 수납이 되도록 하였습니다. 플라스틱 의자이기 때문에 다양한 칼라로 제작될 수 있어 호텔-수영장-야외등 공간의 성격에 따라 자유롭게 연출이 가능합니다.

Cchair M

It's a chair design with 3 legs based on the English letter M. We call her "Mom" first when we are born, and when we grow up, we call her "Mom," and eventually we leave her in memory. Like this, 'M' is something that will be kept forever in the life of Mom-Mother-Memory. So [Chair M] seeks coziness and comfort like a mother's arms. Design features typically do not show a stacking structure among the three-legged chairs, but [chair M] has been stacked so that chairs can be placed or stored according to space use. Since it is a plastic chair, it can be made in various colors, so you can freely create it depending on the nature of the hotel, swimming pool, outdoor space.



웨일 체어

신우철 SHIN WOOCHEOL

whale chair는 자연에서 모티브를 가져와 일상 공간에 생기를 더할 수 있도록 디자인하였습니다. 고래의 형상에서 착안한 등받이와 좌판은 그 특징인 유려한 곡선이 시각적으로 편안함을 주며 사용적 측면에서도 앉는 사람을 포근하게 감싸줍니다. 소재적으로는 나무와 금속의 조화가 따뜻한 느낌을 풍기면서도 차분하고 세련된 분위기를 만들어 냅니다. 또한 은은한 검은빛을 띄는 먹 마감을 통해 디자인에 무게감과 세련미를 더하고자 하였습니다. 다리의 형태는 비교적 등받이와 좌판의 강한 모티브적 컨셉을 고려하여 디자인의 강약을 조절하고자 사람의 무게를 지지하는 선에서 합리적이고 직관적으로 구성하였습니다.



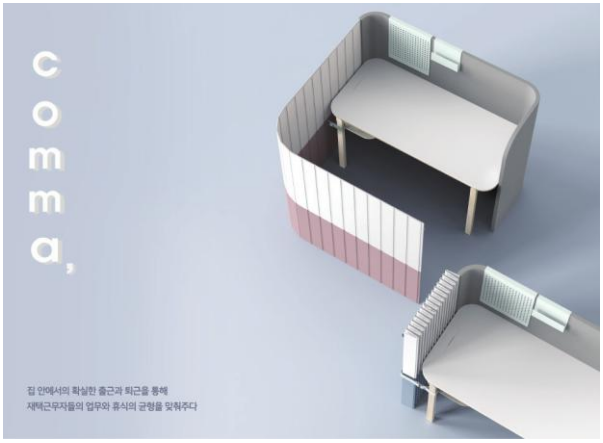
whale chair

The whale chair is designed to add vitality to daily spaces by bringing motifs from nature. The backrest and seat plate, inspired by the shape of a whale, are visually comfortable with their characteristic smooth curves and comfortably surround the seated person in terms of use. In addition, the combination of wood and metal creates a warm feeling while creating a calm and sophisticated atmosphere. The backrest and seat are made by bending a beach plywood with good grain. In addition, I tried to add weight and more elegance to the design through the sumi ink finish. The shape of the legs is designed in a simple and rational structure to harmonize with the conceptual feeling of the chair.

comma, – 재택근무자를 위한 데스크

오지원 OH JIWON / 김은라 KIM EUNRA

코로나 19로 인해 재택근무가 뉴노멀이 된 지금, 근무자들은 환경의 변화로 인해 혼란을 겪고 있습니다. 재택근무로 기존에 직장에서 느끼던 퇴근의 해방감을 느끼지 못하며, 주거공간과 업무공간의 모호한 분리로 인해 업무의 효율이 떨어지고 있습니다. 이러한 문제점을 해결해주는 컴마는 집안에서의 확실한 출근과 퇴근을 제공합니다. 업무 후에는 파티션을 닫아 업무공간을 가림으로써 주거공간과의 공간 분리를 시켜주며, 유연한 형태의 파티션은 화상회의나 미팅을 하게 될 시 주거공간을 가려줍니다. 재택근무의 쉼표와 마침표가 되어주는 컴마는 사용자에게 완벽한 재택근무 환경을 제공합니다.



comma, – Desk for telecommuters

Now that telecommuting has become New Normal due to covid-19, workers are confused by changes in the environment. As it turns into telework, it does not feel the freedom of leaving work, and the efficiency of work is decreasing due to the ambiguous separation of residential and working spaces in telework. Comma, which solves these problems, offers a solid commute to and from home in telecommuting. After work, the partition is closed to hide the work space to separate the living space. The flexible form of partitions protects your privacy by hiding your residential space when you have a video conference or meeting.

스퀘어 모듈

노보현 NOH BOHYUN

'스퀘어 모듈'은 다용도로 사용 가능한 모듈형 서랍장입니다. 각각의 서랍장마다 색깔과 높낮이가 달라 사용자가 원하는대로 자유롭게 배치할 수 있습니다. 4개의 서랍장을 합치면 테이블로 사용할 수 있고, 코너를 활용하여 위로 쌓아 올리면 높은 서랍장으로 사용할 수 있습니다. 또한 단독으로 사용시엔 의자로도 활용할 수 있습니다. 이 같이 공간 활용도가 뛰어난 제품이며 사용자마다 다른 니즈들을 충족시켜 줄 수 있는 제품입니다.



square module

'Square Module' is a versatile modular drawer. Each drawer has a different color and height, allowing users to freely place it as they want. If you combine the four drawers, you can use them as a table, and if you stack them up using the corner of the room, you can use them as a high drawer. You can also use it as a chair if you use only one drawer. This product is highly space-utilized and can meet different needs for different users.

메이트로

나호준 NA HOJUN

지금 세상은 COVID-19와 같은 전염병 창궐로 인한 외부 활동에 대한 통제로 인한 이유와 개인주의적 생활패턴의 변화로 인하여 1인 가구가 해마다 늘어 가고 있다. 이로 인해 해외 직구 배송 및 온라인 판매 영향으로 인한 유통물류 사업이 점점 커져감에 따라 쿠팡과 같은 배송 시스템이 등장하면서 많은 투자를 진행 중에 있다. 그러나 정작 배송 전 물류를 운반하고 배송 지역에 따라 구분하는 일에 대한 업무 환경은 부족한 인력들에게만 의존할 뿐 열악하기만 할 뿐이다. 이러한 문제를 해결하고자 무인 자율 주행 로봇인 'M. A. T. RO.'를 제안한다. 'M. A. T. RO.'는 Multi Autonomous Transit Robot의 약자로써 물건을 직접 실을 수 있는 지게차의 역할과 운반하고 구분할 수 있는 Conveyer Belt의 역할을 동시할 수 있어서 사람이 직접적으로 해야 하는 일들을 대신함으로써 업무를 보다 수월하고 효율적으로 진행할 수 있도록 해준다.



M. A. T. RO.

In the world now, the number of single-person households is increasing year by year due to the measures for controlling outside activities due to the outbreak of infectious diseases such as COVID-19. As a result, the distribution and logistics business is growing due to the online sales. However, the work environment for transporting logistics before delivery and classifying it according to the delivery area is poor and dependent only on insufficient manpower. To solve this problem, we propose an autonomous driving robot, 'M.A.T.RO.'. It can act as a forklift and a conveyor belt that can transport and distinguish items, so it can perform tasks that replace the tasks that humans have to do.

입선

부산 보수동 책방골목 브랜드 디자인

박현진 PARK HYEONJIN / 류다은 RYU DAEUN

<대한민국 유일의 헌 책방 골목, 보수동> 부산의 '보수동'은 대한민국에 남아있는 유일한 헌 책방 골목입니다. 빈티지한 멋스러움과 좀 더 저렴한 가격으로 책을 구매할 수 있는 장점이 있습니다. 하지만 SNS와 미디어의 발달로 인하여 자연스럽게 사람들은 책방 골목을 찾지 않게 되었습니다. 책은 인터넷에서 구입하면 되고 대형 서점들에 더 많은 서적이 있기 때문입니다. 게다가 보수동 헌 책방 골목의 상인들은 점점 늙어가고 시설은 노후화되어 가고 있습니다. 이런 상황을 디자인으로 변환시킬 수는 없을까요? 그래서 보수동의 통합된 브랜드 디자인 시스템을 제안합니다. 보수동 브랜드 디자인은 상인들의 책방 골목에 대한 자부심을 고취시키고 시민들에게 긍정적인 이미지를 브랜딩할 것입니다. 그리고 통합된 디자인 시스템으로 좀 더 원활한 커뮤니케이션을 기대할 수 있습니다. 대한민국 유일한 헌 책방 골목을 지켜주세요.



Busan city Bosudong brand design as city regeneration

The only remaining "bosudong" second-hand bookstore alley in South Korea is a valuable Korean heritage that has arisen since the time of the 6.25 War, However, with the development of SNS and media, people no longer use the bookstore alley. It has changed to a place that is simply a real sight. Bookstore merchants are getting older and more and more in line with recent trends The situation is getting worse. Is it possible to turn this situation into a design and see it? So, I propose to establish an integrated brand design system in Bosu-dong. The brand design of Bosu-dong will improve the pride of bookstore alleys among merchants and deliver a positive image to citizens. In addition, you can expect smoother communication when applying an integrated design. Please maintain Korea's only used bookstore alley.

잃어버린 유물을 찾아서

강혜원 KANG HYEWON / 정시연 JEONG SIYEON / 김하얀 KIM HAYAN /
조하민 CHO HAMIN

우리의 자랑스러운 나라 대한민국은 예로부터 수 많은 아픈 시기을 겪어왔고 그 시간들은 역사가 되어 우리의 마음속에 기억되고 있다. 이러한 역사의 흐름 속에서 조상들이 지켜온 소중한 문화재들은 영문도 없이 다른 국가에 속해버리는 참극이 벌어졌으며 우리나라는 지금까지도 문화재들의 제자리를 되찾을 수 있도록 심혈을 기울이고 있다. 하지만 많은 이들이 노력하고 있음에도 잃어버린 문화재에 대한 관심은 높지 않으며 돌아온 문화재도 제대로 된 환영을 받지 못하는 상태다. 우리가 제작한 학습 활동 세트 '잃어버린 유산을 찾아서'는 되찾지 못한 문화재들이나 어렵게 돌려받은 문화재임에도 모두가 기억하지 못하는 문화재들을 무겁지 않게, 다양한 놀이 방식으로 친숙하게 사람들에게 다가갈 수 있도록, 누구나 재미있게 즐길 수 있게 제작하였다. 많은 연구 끝에 완성된 학습활동 세트 '잃어버린 유산을 찾아서'는 총 네 가지로 구성되었다. 첫 번째로는 유물들의 특징을 살려 그것을 스스로 꾸미고 색칠하며 찾아나서는 재미요소가 가득한, 각양각색의 학습 체험을 즐길 수 있는 학습 놀이 책. 두 번째로는 학습 놀이 카드가 있다. 모두가 가볍게 시작할 수 있는, 뒷면이 똑같은 그림 두장을 찾아내는 놀이 게임을 참고해 만들었다. 스티커는 단지 유물만 나타낸 것이 아닌 주변 배경들도 유물과 조화로운 형태로 디자인되어 시각적인 즐거움을 더했다. 마지막으로 구성 된 것은 팝업 카드이다. 펼치면 입체적으로 유물들을 볼 수있으며 장식용으로도 활용이 가능한 물품이다. 뒷배경들은 유물마다 어울리는 색감을 적용하였으며 유물의 이름과 설명이 적혀 있다.



To find the lost artifact

Korea, our proud country, has been through many painful times since ancient times and those times have become history and are remembered in our minds. In the course of this history, precious cultural assets guarded by ancestors were devastated to belong to other countries without any English, and Korea is still striving to regain their place. However, despite the efforts of many people, interest in lost cultural assets is not high, and the returned cultural assets are not properly welcomed. Our learning activity set, "Finding Lost Heritage," is designed to familiarize people with cultural assets that have not been recovered or cultural assets that not everyone remembers. After many studies, the completed learning activity set "Finding Lost Heritage" consisted of a total of four types. The first includes a learning playbook where you can enjoy a learning experience full of fun elements by making use of the characteristics of the relics to decorate, color, and find them on your own, and the second includes a learning play card. It was created by referring to a play game in which everyone can start lightly and find two pictures with the same back. The stickers do not just represent artifacts, but the surrounding backgrounds are also designed in a harmonious form with artifacts, adding visual pleasure. Lastly, there is a pop-up card. When unfolded, you can see relics in three dimensions and can also be used for decoration. The backgrounds are colored to match each relic, and the name and description of the relic are written.

사람에게 배려하고 자연에게 배려하다

정예지 JEONG YEJI / 김예진 KIM YEJIN

2020년 12월 25일부터 투명 페트병 분리배출이 시행되었다. 환경에 대한 소비자의 관심이 더욱 커지는 만큼, 친환경적이고 재활용이 쉬운 무라벨 생수, 아이시스 8.0 에코를 주제로 공익광고를 디자인하게 되었다. 시각장애인분들을 배려하는 언어인 점자를 접목하여 사회에도 배려한다는 점을 모두 보여준다.



Be considerate of people and considerate of nature

From 25 December 2020, the transparent plastic bottle was isolated and discharged. As consumers' interest in the environment grows, they have designed public service advertisements under the theme of no label bottled water and Isys 8.0 eco-friendly and easy to recycle. Braille, a language that cares about blind people, shows that it is considerate to society.

키오스크, 편하지만 불편해

차지수 CHA JISOO

키오스크는 편리함과 간단함을 위해 만들어졌지만 그것은 디지털에 익숙한 사람의 입장일 뿐이다. 디지털에 소외된 계층은 키오스크가 막막하고 두렵기만 하다. 이러한 사회병리현상을 알리기 위해 카드뉴스를 제작했다.



Kiosk, comfortable, but uncomfortable

The kiosk is designed for convenience and simplicity, but it's only for those who are familiar with digital. Those who are left out of digital space are just overwhelmed and afraid of kiosks. Card news was produced to inform social pathology.

서울 축제 캘린더 디자인

김유진 KIM EUJENE

코로나로 인해 많은 축제와 행사들이 취소되었지만 2022년에는 힘든 시국을 극복하고 더욱더 새로워진 축제의 향연이 이루어질 거라 희망하며 내·외국인들에게 대한민국 수도인 서울에서 개최되는 축제에 대해 알리고자 제작하였다. 서울에서 매달 열리는 대표적인 축제들을 서울의 대표색을 활용해 라인 일러스트로 하였다. 일 년 동안 사용하며 캘린더의 기능은 물론, 축제의 정보를 알 수 있는 디자인이다.



Seoul Festival Calendar Design

Many festivals and events were canceled due to the Covid-19, but in 2022, people will be overcoming the difficult situation. Hoping that festivals which is improvement will be held in Seoul that is Capital city in Korea, I want to represent festivals for foreign and Korean people. This line illustration expresses well known festivals of Seoul where hold every month in detail, those of colours was used by choosing the representation of Seoul. When people used it, they could know about the information that new festivals in addition, it could provide function of calendar among the year.

대구시 정체성 확립을 위한 그래픽 디자인

정유리 JEONG YURI / 이예성 LEE YESEONG

대구시는 컬러풀 대구의 슬로건을 기반으로 정체성 확립을 해나가고 있으며, 팔공산을 기반으로 불교적 전통을 꾸준히 유지, 발전시켜온 불교사상의 중심지이자 근대문화 콘텐츠의 보고로 다양한 역사를 가지고 있습니다. 하지만 다른 도시들에비해 장소적 매력도와 이미지가 미흡합니다. 이를 극복하고 확고한 정체성 확립을 위해 대구시 안에 있는 장소들을 활용하여 그래픽 디자인을 하였습니다. 대구 원도심의 근대문화 콘텐츠중에서 석조비로자나불좌상, 대구 이월드 83타워, 계산주교좌대성당, 약사여래대불, 관봉 석조 여래좌상, 신숭겸장군 동상을 선정하여 이미지를 표현하였습니다. 따뜻하고 온화하면서도 다채롭고 통통 튀는 컬러풀 대구만의 매력이 느껴질 수 있도록 표현하였습니다.



Graphic design to establish identity in Daegu City

Daegu City is establishing its identity based on the slogan of Colorful Daegu, and has a diverse history as a center of Buddhist thought and a repository of modern cultural contents that has steadily maintained and developed Buddhist traditions based on Palgongsan Mountain. However, the attraction and image of the place are insufficient compared to other cities. In order to overcome this and establish a Definite identity, I designed graphics using the places in Daegu City. Among the modern cultural contents of downtown Daegu, the stone Buddha statue, Daegu E-World 83 Tower, Gyesan Bishop's Cathedral, Yaksa Buddha, Gwanbong Stone Buddha, and General Shin Sung-gyeom were selected and imaged. It expresses the unique charm of warm, gentle, and colorful Daegu.

코닥 광고 디자인

김예지 KIM YEJI

코닥 카메라의 레트로한 감성을 이용하여 포스터 디자인과 영상 제작을 해 보았습니다. 우선 포스터는 코닥의 제품 중 하나인 코닥 미니샷 3 레트로를 광고하는 3가지를 디자인을 하였습니다. 코닥의 레트로한 이미지에 레코드판을 생각하였고, 그래서 카메라와 레코드판을 결합하여 레트로를 재생한다는 의의를 두었습니다. 첫 번째 포스터는 깔끔한 배경에 레코드판과 카메라가 결합한 오브젝트를 나두었고, RETRO 글자에 콜라주를 연상시키도록 디자인하였습니다. 두 번째 포스터는 레트로와 키치가 합쳐질 수 있도록 조금 더 화려하게 디자인을 해보았습니다. 세 번째 포스터는 코닥의 역사가 깊은 만큼 엔틱한 분위기의 배경에 오브젝트가 놓여진 디자인을 해보았습니다. 영상은 레코드 판이 돌아감에 따라 레트로 캐릭터인 스누피가 찰리 채플린 ost에 맞춰서 춤을 추고, 그에 맞춰서 카메라에서 사진이 나옵니다. 그 사진에서 또 다시 RETRO를 강조합니다.

Kodak Advertising Design

I tried to design posters and produce videos using the retro sensibility of Kodak cameras. First of all, the poster is designed to advertise Kodak Mini Shot 3 Retro, one of Kodak's products. I thought of a record on Kodak's retro image, so it has the significance of regenerating the retro by combining the camera and the record. The first poster has an object combined with a record plate and a camera in a neat background, and is designed to remind RETRO letters of collage. The second poster is designed a little more splendidly so that retro and kitsch feel can be harmonized. In the third poster, as Kodak has a long history, we designed an object against the background of an antique atmosphere. As the record rotates, Snoopy, a retro character, dances to Charlie Chaplin OST, and at the same time, a picture comes out of the camera. RETRO is strengthened again in that picture.



U-can

이창민 LEE CHANGMIN

U-can은 기존의 획일화된 캔의 점자 표시와 다르게 다양한 음료의 종류를 특수한 기호로 표현하는 시각장애인을 위한 특수점자기호 캔이다. 캔을 만져서 구분하는 것뿐만 아니라, QR코드를 통해 음료의 간단한 정보까지도 알 수 있다.

U-can

U-can is a special Braille symbol can for visually impaired people who express a variety of drinks with special symbols, unlike the Braille display of conventional uniformed cans. In addition to touching cans, you can also find out simple information about drinks through QR codes.



너는 어느 바다에서 왔니?

유용진 YOO YONGJIN

해양 쓰레기 문제는 날이 갈수록 심각해지고 있습니다. 일회용품, 플라스틱, 버려진 통발, 폐 타이어 등 바다 밑바닥까지 쓰레기들로 가득 차 생태계가 위협받고 있습니다. 그런 심각성을 나타내기 위해 우리가 버린 쓰레기가 마치 해파리의 형태로 새로운 종이 되어 진짜 해파리가 쓰레기인줄도 모른 채 친구처럼 말을 거는 이미지를 연출하였습니다. 바다 생물들을 위협하고 우리 인간들까지 위협하는 쓰레기 투기행위를 줄인다면 보다 깨끗하고 건강한 생태계를 유지할 수 있을 것입니다.



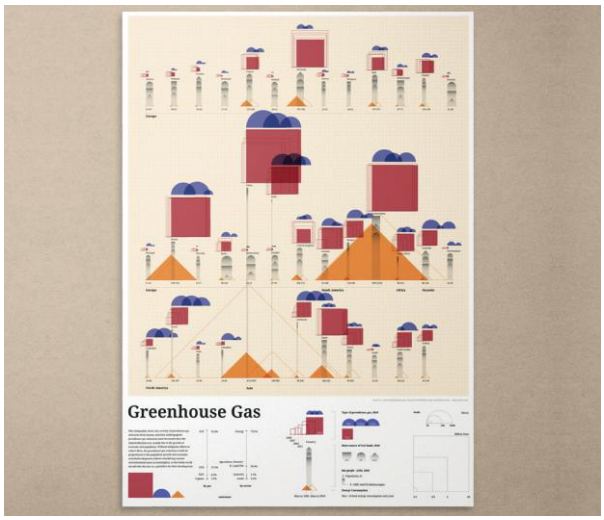
Where are you from?

The problem of marine waste is getting worse day by day. The ecosystem is threatened by garbage at the bottom of the sea, including disposable goods, plastic, discarded barrels, and abandoned tires. To show such seriousness, the garbage we threw away became a new species in the form of jellyfish and created an image of talking to them like friends without knowing that real jellyfish were garbage. Reducing the dumping of waste that threatens sea creatures and threatens our human beings will help maintain a cleaner and healthier ecosystem.

온실가스 인포그래픽

하정 HA JUNG

온실가스 배출량을 나타내는 인포그래픽입니다. 현재 인간 활동으로 인한 환경문제는 심각합니다. 그중 온실가스는 환경문제를 초래하는 대표적인 요인이며, 주로 경제 및 인구 증가로 인해 산업화 시대부터 배출량이 가속화되었습니다. 이러한 인위적인 온실가스 배출량의 정보를 일상생활에서 쉽게 접근하고 제품에 적용할 수 있도록 기하학적 도형 인포그래픽을 제작하였습니다. 산과 공장의 굴뚝, 무게감이 느껴지는 연기 그리고 구름의 형상을 은유적으로 나타내는 도형에 각 나라에 대한 상수값을 나타내었습니다. 더 나아가 환경문제를 고려하지 않는 발전은 무의미하며, 그것은 곧 전 세계가 가져야 할 지표임을 이야기하고 있습니다.



Greenhouse Gas Infographic

Environmental pollution caused by human activities is getting severe. Greenhouse gas is one of the main causes of environmental pollution, and the amount of its emission has been increasing since industrialization. I made this geometric infographic to help people easily notice the amount of artificial greenhouse gas emissions in daily life and help apply it to their products. I represented the specific values of each country on the symbolic shapes of a mountain, a chimney of a factory, weighed smoke, and the form of the cloud. Furthermore, Development without considering current environmental issues is meaningless, so the whole world should take this fact as a guideline for their development.

디지탈바꿈 적응 프로젝트

민지원 MIN JIWON

4차 산업 혁명이 가속화됨에 따라 디지털 기술과 서비스 이용은 더욱 확대될 것으로 전망되며, 이에 개인의 디지털 역량에 대한 필요성이 강조되고 있다. 디지털 기술과 서비스 이용이 낯설고 어려운 초급 이용자들을 위한 교육이 필요하다고 생각해 디지털 활용 사례를 쉽고 재밌게 설명한 프로젝트를 진행하고자 한다. '디지탈바꿈'이라는 네이밍은 '디지털을 통해 새롭게 탈바꿈하는 시대'라는 의미로 명명했다. 이에 따라 디지털을 상징하는 픽셀을 모티브로 한 타이포그래피를 개발했고, 턴어라운드를 형상화하는 '바꿈'의 획 연결을 통해 네이밍의 컨셉을 나타냈다. 키 비주얼은 나비가 번데기에서 탈바꿈하듯, 디지털을 상징하는 픽셀 나비가 아날로그를 상징하는 꽃으로부터 탈바꿈하는 모습으로 재해석했다. 이러한 라인과 픽셀의 그래픽 모티브를 살린 일러스트를 리플렛에 활용해 디자인에 연속성을 부여했다. 일러스트가 돋보이는 티셔츠, 노트북 등 다양한 머천다이징을 통해 일상생활에서 사용 가능하도록 접근성을 높였다.

Digital Transformation Adaptation Project

As the 4th Industrial Revolution accelerates, the use of digital technology and services is expected to expand further, and thus the need for individual digital capabilities is increasing. Therefore, education is needed for beginner users who are unfamiliar and difficult to use digital technology and services, and we intend to carry out a project that explains digital use cases easily and interestingly. The name "digital change" contains the meaning of "an era that changes anew through digital." Accordingly, it developed a typography based on pixels that symbolize digital, and strengthened the concept of naming through "change" that embodies turnaround. Just as butterflies evolve from pupae, the key visual reinterpreted the digital-symbolized pixel butterflies as they change from analog-symbolized flowers. The consistency of the design was emphasized by applying an illustration utilizing the graphic motif of these lines and pixels to the leaflet. Accessibility to daily use has been improved through various merchandising such as T-shirts and laptops with outstanding illustrations.



500년 만에 배달 왔습니다

한세진 HAN SEJIN / 한예지 HAN YEJI / 홍현기 HONG HYUNGI

최근 코로나로 인해 배달음식의 수요가 증가하고 있는 상황에서 배달 포장 용기인 플라스틱이 초래하는 환경문제가 극심해지고 있다. 이에 대한 경각심을 불러일으키고자 플라스틱 환경오염을 주제로 공익광고를 제작하게 되었다. 플라스틱 용기를 계속 사용한다면, 미래에는 플라스틱 쓰레기를 유물로 발견할지도 모른다. 이 때문에 플라스틱이 분해되는 시간인 '500년'이라는 특성을 "500년 만에 배달 왔습니다"라는 비유적인 표현으로, 우리 후세에게 물려주지 않고자 "플라스틱 사용을 줄이자"는 메시지를 담아보았다.

Delivery came in 500 years

Recently, with the demand for delivery food increasing due to the COVID-19, environmental problems caused by plastic, a food delivery container, are intensifying. To arouse people's attention to it, We produced this public service advertisements under the theme of plastic environmental pollution. If we continue using plastic containers, We may find plastic wastes as artifacts in the future. It takes 500 years for a plastic to decompose. We expressed it in the figurative phrase, "Delivery came in 500 years.". In order not to pass on this environment to the future generation, We put a message in this advertisement, "Let's reduce the use of plastic."



입선

전주세계소리축제 홍보 캘린더디자인

신소현 SHIN SOHYEON / 박호정 PARK HOJEONG

전주세계소리축제는 한국의 전통음악을 근간으로 세계음악을 한 자리에서 즐길 수 있으며, 음악과 세계음악의 현재 흐름, 미래 경향을 들여다보고 비교할 수 있는 세계적인 축제이다. 본 작품은 전주세계소리축제 홍보 캘린더로, 전통음악과 현대음악의 조화를 주제로 하여 디자인되었다. 연주인의 모습에 한국전통 악기와 현대 악기를 기하학 도형과 함께 한 곳에 콜라주하여 전통음악과 현대음악의 어울림을 표현하였다. 가장 근원적인 색상인 삼원색을 사용하여 세계음악에 대한 전주세계소리축제의 개방적인 시도를 현대적이지만 강렬하게 표현하였다.

Calendar design for Jeonju International Sori (sound) Festival

The Jeonju World Sound Festival is a global festival where you can enjoy world music based on Korean traditional music in one place, and you can look into and compare the current flow of music and the future trends of world music. This work is a promotional calendar for the Jeonju World Sound Festival, designed with the theme of harmony between traditional and modern music. A collage of traditional Korean and modern instruments with geometric shapes expresses the harmony between traditional and contemporary music. Using the three primary colors, the most fundamental colors, the Jeonju World Sound Festival's open-ended attempt at world music is expressed in modern but intense ways.



문장부호 미로찾기

정선아 JEONG SUNAH

문장부호는 글에서 문장의 구조를 잘 드러내거나 글쓴이의 의도를 쉽게 전달하기 위하여 쓰는 여러 가지 부호로 국어 학습에 있어서 중요한 부분이다. 그렇지만 어린아이뿐만 아니라 어른들까지도 문장부호의 쓰임을 헷갈려하는 경우가 많기에 국립국어원의 '문장부호 해설집'을 토대로 '문장부호 미로찾기'라는 교육용 책자를 제작하였다. 다소 어렵고 딱딱하게 느껴질 수 있는 문장부호를 놀이형식으로 재미있게 공부할 수 있다는 것이 큰 특징이다.

Punctuation Marks Maze

Sentence marks are an important part of learning the Korean language with various symbols used to reveal the structure of the sentence or to convey the writer's intentions easily. However, not only children but also adults are often confused about the use of sentence codes, so I produced an educational booklet called "Sentence Code Maze Finding" based on the "Sentence Code Commentary Book" of the National Institute of Korean Language. The main characteristic is that you can study sentence codes that can be somewhat difficult and hard in a play format.



“반칙”

신정원 SIN JUNGWON

기술이 갈수록 발전하면서 핸드폰의 기능도 점차 발전하고 있다. 삼성의 갤럭시 S21 Ultra는 6,400만 화소 카메라가 탑재되어 있어 영상에서 고화질 사진까지 추출할 수 있다. 그래서 갤럭시 S21 Ultra는 강점인 카메라의 성능을 내세워 광고했다. 얇은 핸드폰에 두꺼운 DSLR 카메라를 압축해놓은 거 같은 느낌을 주기 때문에 성능이 너무 뛰어나 ‘반칙’ 같다는 느낌을 전달한다.



“Foul”

As technology advances, so do the functions of mobile phones. Samsung’s Galaxy S21 Ultra is equipped with a 64-megapixel camera that can extract high-quality photos from videos. So, the Galaxy S21 Ultra was advertised with its strong camera performance. It feels like a thick DSLR camera is compressed into a thin cellphone, so the performance is so good that it conveys the feeling of ‘foul’.

라벨러즈

함서현 HAM SEOHYEON

Labellers 는 ‘어떻게 하면 우리 안에 내재된 고정관념을 인지하게 할 수 있을까’라는 질문에서 시작해 제작하게 되었습니다. 고정관념은 우리의 머릿속에 타자화에 기반한 도식을 형성하기 때문에 일상 속에서 사용하는 언어나 이미지를 그 도식에 기반해 인식하게 되며 편견 형성 및 유형화를 하는데에 영향을 끼칩니다. 젠더 및 인종, 신체 조건 때문에 차별을 경험하는 집단들을 중심으로 희화 또는 멸시하는 단어가 새로 생겨나기도 하고, 기존 별다른 의미가 없던 사물에 의인적 의미가 부여되기도 하며 자연스럽게 부정적인 것들과 해당 집단을 결부시키게 됩니다. 이는 우리가 COVID-19 과 같은 어려운 상황에 직면하게 되었을 때 직접적 차별행위로 이어지기까지 하며 사회적 불평등을 초래합니다. 이 프로젝트의 기본 목표는 도식화 및 유형화에 가장 큰 영향을 끼치는 매체인 언어와 이미지들 중 차별적 의미를 내포하는 것들을 청자에게 제시했을 때, 개인 내부에서 고정관념이나 편견이 작동하는 방식을 디자인을 통해 외부에서 보여줌으로써 개인이 지니고 있던 암묵적 편견을 의식 또는 인지하도록 하는 것입니다. 더 나아가 이 프로젝트가 개인 편견 개선의 시작점이 되었으면 좋겠습니다. 한 가지 명시하고 싶은 점은 이 책은 옳고 그름에 대한 정의를 내리는 책이 아닙니다. 편견에 주목해 그것을 스스로 인지하게 하는 것을 목표로 한다는 점에서 문제 해결의 방향을 최대한 객관적으로 설정하여 기획하고 제작하였습니다.



Labellers

Labellers started with the question, “How can we make us aware of the stereotypes inherent in us?” Because stereotypes form schematics in our heads, we recognize languages or images used in our daily lives based on the schematics and affect prejudice formation and typification. New words of caricature or contempt are created around groups experiencing discrimination due to gender, race, and physical conditions, meaning is given to objects that have little meaning, and naturally think about negative things and the group. This even leads to direct discrimination when we face difficult situations such as COVID-19 and leads to social inequality. The basic goal of this project is to show the listener what stereotypes or prejudices work inside the individual through design when presenting the media that has the greatest influence on schematic and typification, language and images. Furthermore, I hope this project will be the beginning of improving personal prejudice. One thing we want to clarify is that this book is not a book that defines right or wrong. Since we aim to focus on prejudice and make ourselves aware of it, we planned and produced the direction of problem solving as objectively as possible.

입선

온고지신 프로젝트

박수진 PARK SUJIN / 변성도 BYUN SUNGDO / 김남일 KIM NAMIL

자연에서 찾은 비례와 균형 곡선, 색상과 다양한 뜻을 가진 전통 민화의 의미를 바탕으로 현대인에게 친숙하게 다가갈 수 있게 현대적인 기하학적 도형을 매치, 재해석하여 백신을 맞은 코로나 이후 삶의 변화에 대해 앞으로 나아갈 방향을 함께 고민하는 온고지신 프로젝트를 소개하고자 한다. 온고지신의 로고의 경우 과거부터 현재까지 우리 민족의 삶과 밀접한 관계가 있는 풍수를 바탕으로 각각 해, 하늘, 땅, 산의 의미를 가진 기하학적 도형을 디자인하였다. 도형의 공간 안에서 느껴지는 공간감으로 과거를 되돌아보고, 지키며, 현재 그리고 나아가 미래의 방향을 나타냈다.



Ongojisin Project

Based on the meaning of traditional folk paintings with proportion and balance curves, colors, and various meanings, I would like to introduce the 'Ongojisin Project' to consider the future direction of life after the vaccine corona. In the case of 'Ongojishin' logo, geometric shapes with the meaning of the sky, land, and mountains were designed based on feng shui, which is closely related to the lives of our people from the past to the present. The sense of space felt within the space of the figure indicates the direction of the past, the past, the present, and the future.

한과, 너 참 때깔 곱다

박찬 PARK CHAN / 박현주 PARK HYUNJOO

눈에 선뜻 드러나 비치는 맵시나 빛깔인 때깔이라는 순우리말을 사용하여 '한과 너, 참 때깔 곱다'라는 프로젝트 네이밍에 이르렀다. 한과의 고유성과 특징을 전통의 색을 이용하여 디자인을 했다. 그 디자인을 바탕으로 한과를 입으로만 즐기는게 아닌, 눈으로도 즐길 수 있게하는 디자인을 시도했다. 북 디자인에서는 한과의 역사와 함께 레시피, 맛, 식감, 보관방법을 시각적 심볼을 통해 정보전달을 목적으로 하였고 패키지에서는 한과의 때깔에 초점을 맞추어 한과가 가진 고유의 색을 변화 및 강조하여 시각적 흥미를 주었다.



Korean traditional sweets, you are so pretty

Using the pure Korean word 'ttaekkal', which means color or light that is clearly visible to the eye, I came up with a project name for 'Korean traditional sweets, you are so pretty'. We have created a design that allows you to enjoy traditional Korean sweets not only with your mouth, but also with your eyes. The main purpose of the book design was to convey information about the history of Korean traditional sweets, recipes, tastes, textures, and storage methods through visual symbols. The package focused on the 'ttaekkal' of traditional Korean confectionery, and changed and emphasized its unique color, giving visual interest.

외국인을 위한 한국 전래동화 그래픽 디자인

김채은 KIM CHAEEUN / 서지현 SEO JIHYEON

전 세계에 이미 잘 알려진 명작 동화에 비해 외국인들의 관심이 적은 한국 전래동화를 외국인들을 위한 아코디언북 형태의 양면동화로 재구성하였다. 그래픽 디자인을 통해 우리나라의 정서가 담긴 이야기를 알리며 8개의 동화(흥부 놀부, 심청전, 은혜갚은 까치, 해와달, 우렁각시, 별주부전, 금도끼은도끼, 선녀와나무꾼)를 현대적이고 간단한 그래픽디자인으로 제작하여 전래동화 속 깊게 담겨있는 우리 이야기와 교훈, 메세지를 외국인들에게 전달한다. 아이들에게는 놀이와 교육으로, 성인들에게는 교훈이 담겨있는 그 당시 한국의 정서를 알릴 수 있는 계기가 된다.

Graphic design of Korean traditional fairy tales for foreigners

Korean traditional fairy tales, which are less interested by foreigners than famous fairy tales, are reconstructed into two-sided fairy tales in the form of accordion books for foreigners. Through graphic design, eight fairy tales are produced in modern and simple graphic designs to convey our stories, lessons, and messages deeply contained in traditional fairy tales to foreigners. It is an opportunity for children to play and education, and for adults to promote Korean sentiment at that time, which contains lessons.



청소년 문학 <피그말리온 아이들> 책 프로모션 디자인

김현아 KIM HYUNAH

구병모 작가의 <피그말리온 아이들>은 로젠탈 스쿨의 비밀을 파헤치려는 pd 마와 이를 막으려는 교장의 대결을 중심으로 획일화된 교육과 사회에 대해 비판적인 내용을 담은 창비 출판사의 청소년 문학이다. pd가 남긴 흔적을 쫓아 학교의 비밀을 밝힌다는 추리 요소를 컨셉으로 활용해 책의 내용과 분위기를 청소년 독자들에게 한눈에 전달할 수 있는 어플리케이션을 제작하였고, 이를 통해 청소년들이 독서에 흥미를 가지고 주체적으로 책을 읽을 수 있도록 했다. 활동 어플리케이션으로는 인물 파악을 도와줄 인물 카드, pd가 학교를 촬영했다는 컨셉을 담은 엽서, 엽서를 키워드로 정리한 호출기 모양의 사건카드가 있다. 개인의 감정과 개성을 드러내지 못하고 학교의 교육 아래에 억눌려있는 학생들을 표현하기 위해 인물 카드 속 인물들은 실루엣으로만 표현하였기에 각 인물을 대표하는 아이템과 등장인물의 한마디를 강조하여 인물의 대한 독자들의 이해를 뒷받침 하였다.

<Pigmalion Children> Book Promotion Design

Koo Byung-mo's <Pigmalion Children> is the youth literature of Changbi Publishing Company, which is critical of uniform education and society, focusing on the confrontation between the PD Ma who tries to uncover the secrets of Rosenthal School and the principal who tries to prevent it. Using the concept of revealing the secret of the school by following the traces left by the PD, an application was created that can convey the content and atmosphere of the book to youth readers at a glance, allowing teenagers to read books independently. Activity applications include character cards to help identify characters, postcards containing the concept that PD filmed the school, and pager-shaped event cards that organize postcards with keywords. In order to express students suppressed under the school's education without revealing individual feelings and personalities, the characters in the character card were expressed only in silhouettes, so the items representing each character and the lines of the characters were emphasized to support readers' understanding of the character.



봉산

이용일 LEE YONGIL / 김봉희 KIM BONGHEE

한반도는 마지막 이념 대결의 상흔이다. 71년간 이어진 분단으로 인해 이산 가족의 수가 줄어들면서 통일 의제는 혈연에서 경제, 안보 등으로 변해가고 있다. 본 프로젝트인 '봉산'은 다변화 되어가는 통일 의제 속 디자인이 통일에 미치는 영향에 관한 실험이다. 봉산 탈춤은 남한을 대표하는 탈춤이다. 그러나 '봉산'이 북한의 지명이며 황해도 지방으로부터 유래되었다는 것을 아는 이는 그리 많지 않다. 캠페인 주제인 "우리는 다르지 않다."는 70여년간 반을 가른 채 살아온 한 민족이 문화적 원형을 통해 동질성을 회복하고 새로운 통일 의제를 발견해 나가는 과정이다. '봉산'은 봉산 탈춤 중 양반전의 5개 탈을 원, 방, 각을 활용해 현대적으로 Redesign 하였으며 탈 속 우리 민족 고유의 얼굴을 담는 것에 중점을 두었다. 분단된 땅에서 젊은 세대에게 통일의 당위성은 점차 희석되어져 가고 있다. 우리 주변의 역사, 문화, 전통에서 민족의 동질적 요소를 발견할 때 통일은 다시 한번 그 당위성을 회복할 것이다. 디자인은 이제 언어를 초월한 글로벌 커뮤니케이션 수단이 되었다. 디자인이 통일에 관한 언어적 기능을 구현할 때 우리는 디자인의 새로운 가능성을 발견할 수 있을 것이다.

Bongsan

As the number of separated families declined due to the 71-year division, the unification agenda is changing from blood ties to economy and security. This project, 'Bongsan' is an experiment on the impact of design on unification. 'Bongsan Talchum' is a mask dance representing South Korea. However, not many people know that 'Bongsan' is a place name in North Korea and originated in Hwanghae Province. Based on the subject of "We are not different", this campaign shows the process by which Korean people, who have lived in half-separated lives for over 70 years, seek to restore homogeneity through cultural archetypes and discover a new unification agenda. Among the Bongsan mask dances, the five masks of Yangbanjeon Hall were modernly red-designed using circles, lines, and angles, and focused on capturing the unique faces of our people in masks. For the younger generation, the justification for the unification of the divided homeland is gradually diluting. Unification will once again restore its justification when discovering the homogeneous elements of the nation in the history, culture, and traditions around us. Design has now become a global means of communication that transcends language. When design implements linguistic functions about unification, we will be able to discover new possibilities for design.



욕 백과사전

김경대 KIM KYEONGDAE

현재 많은 사람이 욕을 사용하며 살아가고 있습니다. 하지만 이러한 욕에 대해서 알고 사용하는 사람들은 얼마나 있을까요? 이를 알리기 위해 매달 몇 개의 욕들의 유래, 의미 외 같은 정보들이 담기는 월간지 형식의 욕 백과사전을 기획했습니다. 강렬한 빨간색과 직관적인 그래픽을 통해 욕의 의미를 직관적으로 전달하고 있으며 이를 통해 많은 사람이 욕에 대해 알려주고자 합니다. 욕 백과사전은 단순히 욕에 대해 알려주는 것이 아닌 많은 사람이 욕이 얼마나 나쁘고 위험한지를 알게 되고 그를 통해 무분별한 사용을 줄이고자 하는 것을 최종 목표로 하고 있습니다.

Badword Encyclopedia

People had been using bad word in their life. So, I planned an bad word encyclopedia in the form of a monthly magazine containing information. Intuitively convey the meaning of bad words through intense red and intuitive graphics, and many people want to know about bad words. The encyclopedia of swear words is not just about informing people of swear words, but about how bad and dangerous swear words are and aims to reduce reckless use through them.



코로나 시대, 패션 피플을 위한 디자인 마스크

선승완 SUN SEUNGWHAN

코로나 시대의 패션 아이템으로 '마스크를 입다'라는 컨셉을 적용한 디자인 마스크이다. 이 디자인 마스크는 트렌드에 민감한 패션 피플을 위한 아이템으로 친근한 그래픽 이미지로 디자인하여 외출 필수품으로서의 활용성과 패션의 완성으로서의 디자인을 강조했다. 건강과 방역을 기본으로한 소재 적용과 미세먼지 방지는 물론 향균, 방진 기능도 적용하였다. 학생, 청소년, 직장인 등이 선호하며 취향에 따라 선택하고 평상복이나 캐주얼에 어울릴 수 있는 이미지로 디자인하여 패션 포인트 아이템으로 활용할 수 있도록 디자인했다.



Corona era, design mask for fashion people

It is a design mask that applies the concept of 'wear a mask' as a fashion item in the Corona era. This design mask is an item for fashion people who are sensitive to trends, and it is designed with a friendly graphic image, emphasizing its utility as a necessity for going out and the design as a completion of fashion. Material application based on health and prevention and prevention of fine dust, as well as antibacterial and dustproof functions were applied. Students, teenagers, office workers, etc. prefer, choose according to their taste, and design an image suitable for everyday wear or casual wear, so that it can be used as a fashion point item.

제주해녀캘린더

이혜빈 LEE HYEBIN / 박예린 PARK YERIN

전통과 역사가 깊은 제주해녀를 알리고 지키고 위해 제작하게 되었으며 전체적인 실루엣은 해녀가 물질하는 모습을 표현하였고, 그 안에는 바닷 속의 해녀의 이미지를 일러스트로 표현하여 나타냈습니다.



Jeju Haenyeo Calendar

It was produced to promote and protect Jeju haenyeo, who has a deep tradition and history. The overall silhouette is about haenyeo. It expresses the image of a female diver in the sea in an illustration.

입선

종이 재활용 캠페인 포스터, 해양 플라스틱 캠페인 포스터

선승완 SUN SEUNGWHAN

종이 재활용과 일회용품 지양에 대한 환경포스터이다. 우리 생활에 신문지 1톤을 재활용하면 1톤의 나무를 살린다는 컨셉이다. 시리즈인 해양 캠페인 포스터는 플라스틱 쓰레기를 줄이면 연간 10만 마리의 바다생물을 살린다는 아이디어의 직관적인 공익포스터로 환경의 심각성을 경고하여 실천하는 마음을 유도하고자 하였다.



Paper recycling campaign posters, marine plastic campaign posters

It is an environmental poster for recycling paper and avoiding disposable products. In our lives, recycling a ton of newspapers saves a ton of wood. The concept is the marine campaign poster, an intuitive public service poster of the idea of saving 100,000 sea creatures annually by reducing plastic waste, to warn of the seriousness of the environment and induce action.

훨훨 날아오를 미래를 위해, 기다려주세요!

박효경 PARK HYOGYEONG

코로나19로 인해 우리의 삶의 많은 것들이 바뀌었지만, 그중에서도 가장 큰 변화는 '마스크 착용'이다. 코로나바이러스의 주된 전파 경로가 감염자의 호흡기(비말)에 의한 전파인 만큼, 백신 접종이 실행되고 있는 지금까지도 우리는 계속 마스크를 착용하고 있다. 하지만 우리는 곧 코로나와의 싸움에서 지긋지긋한 마스크를 벗고, 훨훨 날아오를 것이다. 나비의 얼마 남지 않은 탈피와, 곧 날아오를 우리의 현 상황을 은유적으로 표현해 기다려달라는 메시지를 담았다.



Please wait for the future to soar!

Many things in our lives have changed due to covid-19, but the biggest change among them is "wearing masks." As the main route of the coronavirus is to spread by the respiratory system of the infected person, we continue to wear masks until now when vaccinations are being carried out. But we're about to take off our fed-up masks in the fight against corona, and soar. It contains a message asking the butterfly to wait by metaphorically expressing the current situation that is about to fly away soon.

비밀기지 프로젝트

김민지 KIM MINJI / 민예린 MIN YERIN

비밀기지 프로젝트는 누구나 어린 시절 한 번쯤 만든 적 있는 비밀기지에 관한 프로젝트입니다. 누구에게나 도피할 수 있는 비밀기지가 필요하다는 도서 <비밀기지 만들기>의 문장처럼, 누군가에게 필요한 비밀기지를 만드는 프로젝트를 생각하게 되었습니다. 이 향수를 불러일으키면서도 즐거운 비밀기지에 관한 경험을 많은 사람들과 공유하고, 그들로 하여금 그들의 삶에 필요한 것이 무엇인지 생각해보도록 하기 위해 "A book fun to explore"라는 테마로 프로젝트를 진행하게 되었습니다. 누구에게 비밀기지가 가장 필요할까 타겟을 물색해본 결과, 밀레니얼 여성이 대한민국에서 가장 불행하다는 연구 결과를 얻었습니다. 이를 기반으로 밀레니얼 여성 10명을 선정해 인터뷰를 진행했습니다. 각 작품은 서랍 형태의 상자 한 칸에 각각 담겨있습니다. 박스 자체가 하나의 공간이기 때문에, 박스의 서랍을 열면서 누군가의 비밀기지에 들어가는 느낌을 받게 됩니다. 또한 열기 전까지는 안에 무엇이 들어있는지 알 수 없다는 점이 박스와 비밀기지의 공통점이라고 생각했습니다. 각 비밀기지의 개성을 극대화하기 위해, 10개의 책은 각각 다른 형태와 무드와 장치를 갖고있습니다. 각 요소는 인터뷰의 내용 또는 인터뷰이의 특성에서 비롯되었습니다.

Secret Shelter Project

The Secret Shelter Project is a project about a secret shelter that anyone may have made at least once as a child. We think everyone have experienced making their own secret shelter at least once. Like the sentence "Everyone needs their own secret shelter" from the book <How to make Secret Shelter>, we came up with the idea of this project that making secret shelters that someone needs. We chose "A book fun to explore" as our project theme, to give joyful and nostalgic experiences about secret shelter and make readers to think about what do they need in their life. As a result of looking for a target of who needs the secret shelter the most, a study found that millennial women are the most unhappy in Korea. Based on this, 10 millennial women were selected and interviewed. Each work is contained in a box in the form of a drawer.Since the box itself is a space, you feel like you're entering someone's secret shelter as you open the drawer of the box. Also, I thought the common thing between the box and the secret shelter is that we don't know what's inside until we open it. To maximize the individuality of each secret shelter, 10 books were designed to have different forms, moods, and devices. Each factor stems from the content of the interview or the characteristics of the interviewee.



보고, 만지고, 느끼는 페이퍼아트 종이샘플북

나연 NA YEON

눈으로 보기만 해서는 종이의 특성을 충분히 알기 어렵다. 그렇기에 삼원특수지의 다양한 종이를 '페이퍼아트 샘플북'으로 제작해 종이 선택에 영감을 주고자 한다. 종이의 특성과 성질이 잘 나타나는 컨셉의 페이퍼아트를 통해 재질을 더욱 돋보이게 하여 직접 보고 만지며 종이를 쉽게 이해하고 인상 깊게 관찰할 수 있다.

See, Touch and Feel. Paper Art Sample Book

It's hard to understand the characteristics of paper just by looking at it with your eyes. That's why we're using various papers from Samwon Special Paper. I make a 'paper art sample book' to inspire paper selection. Through paper art with a concept that shows the properties and properties of the paper. By making the material stand out, you can see and touch the paper easily and observe it impressively.



위대한유산

조범기 CHO BEOMGI / 주현정 JOO HYUNJEONG / 이동섭 LEE DONGSEOP

대한민국은 사방을 둘러싼 강대국들의 간섭 때문에 과거, 많은 문화재들이 약탈되고 손상되었다. 내전 또한 많이 겪어 그 시기의 여러 나라들이 많은 양의 우리 문화재를 강탈해서 현재까지 돌려주지 않고 있다. 그럼으로 저희는 잊혀진 우리 문화재에 대해 어떤 종류가 있고, 어떻게 하면 우리 품에 다시 돌아올 수 있을지 함께 생각해 보자는 의미에서 이 프로젝트를 기획하게 되었다. 과거를 반복하지 않기 위해서는 우리가 우리것을 잘 알고 지킬 수 있어야 과거를 되풀이하지 않는다고 생각한다. 이번 프로젝트를 진행하며 돌려받지 못한 우리 문화재에 대해 생각해보고 이것을 쉽고 재미있게 대중들에게 알려주고자 한다. 대중들이 많이 알고 있으면서 친숙하게 다가설 수 있는 놀이인 플레잉 카드에 잃어버린 우리의 문화재들을 그래픽적으로 적용하여 사람들의 관심을 유도하는 방향을 계획하였다. 총 54개의 활용 가능한 그래픽 요소들을 각각의 문화재, 한국적 문양 등을 조화롭게 사용하여 디자인적인 미를 충족함과 동시에 문화재 반환 필요성에 대한 경 각심을 일깨워주고자 하며 궁극적으로 사람들의 관심도를 높여 실제로 약탈된 우리의 문화재를 반환받을 수 있는 단계까지 목표로 정했다.

Korea's great legacy

In the past, many cultural properties were looted and damaged in the Republic of Korea due to the interference of the powerful countries surrounding the country. Many countries at that time have also suffered from civil wars, stealing large amounts of Korean cultural properties and not returning them to this day. We planned this project in the sense of thinking together about what kinds of our forgotten cultural properties are and how to return to our arms. In order not to repeat the past, I don't think we repeat the past only when we know and keep our own things. While working on this project, I would like to think about our cultural assets that have not been returned and let the public know them easily and interestingly. We planned to attract people's attention by applying our lost cultural assets graphically to the playing card, a play that the public knows and can approach familiarly. A total of 54 available graphic elements are used in harmony with each cultural property and Korean pattern to satisfy design elements and raise awareness of the need to return cultural properties. Ultimately, it plans to increase people's interest in this and move on to the stage where our actually looted cultural properties can be returned.



대한민국 향기여행

조예진 JO YEJIN

현재 코로나로 인해 여행을 즐기지 못하는 사람들에게 향을 매체로 간접적으로 여행의 빈자리를 채울 수 있는 디퓨저 패키지를 기획했다. 디퓨저는 내국인과 외국인 관광객들이 주로 방문하고 한국을 대표하는 주 도시 8곳을 선정해 각 도시를 상징하는 향을 담아냈다. 각 도시를 대표할 수 있는 아이콘을 메인 비주얼로 제작하고 패키지에 적용하였으며 패키지의 그래픽들은 비행기를 탑승하고 목적지에 도착하기까지의 스토리가 자연스럽게 느껴지도록 구상했다.

Scent Travel in Korea

Currently, we have designed a diffuser package that indirectly fills the gap in travel with fragrance for people who cannot enjoy traveling due to corona. Diffuser is mainly visited by Koreans and foreign tourists, and eight state cities representing Korea are selected to represent each city. The icon representing each city is made into the main visual and applied to the package, and the graphics of the package show the story from the time you get on the plane to your destination.



잊혀진 영웅들 메모리 게임

김미래 KIM MIRAE

잊혀진 영웅들 메모리 게임은 우리나라의 잊혀진 독립운동가들을 기억하고자 하는 의도에서 만들어졌습니다. 기록조차 제대로 되어있지 않은 독립운동가의 이름, 얼굴을 기억(memory)하는 메모리 게임입니다. 게임의 인물들은 3.1운동의 민족대표 33인의 얼굴과 이름을 담았습니다. 구성품은 게임 카드와 게임 관련 도구와 함께 인물의 간단한 소개가 함께 포함됩니다.



Forgotten heroes memory game

The Forgotten Heroes memory game was created with the intention of remembering the forgotten independence activists in our country. It's a memory game that memorizes the names and faces of independence activists who don't even have a proper record. The characters of the game included the faces and names of 33 national representatives of the March 1 Independence Movement. Components include a game card and game-related tools along with a brief introduction to the character.

ABYSSAL Package

김진경 KIM JINKYUNG

ABYSSAL 해양심층수 생수 패키지이다. <어느하나 섞임이 없고 가장 깨끗한 단 하나뿐인 보석>이라는 콘셉트로 개발하였다. 크리스탈 보석과 별의 느낌이 가미될 수 있도록 Abyssal - A의 형태를 강조하였고 유연한 캘리그래피는 깊은 수심의 신비로움을 상징한다. Value 정도에 따라 코랄 계열과과 코발트블루 계열로 구분하였다. 직접 수채화로 그린 보석 이미지는 최대한 깨끗하면서 맑은 석영을 나타내고 있으며 고급스러운 분위기에 부합할 수 있도록 하였다.



ABYSSAL Package

It is an ABYSSAL package of deep-sea water. It was developed under the concept of <The Only and Cleanest Jewel>. It emphasizes the ABYSSAL-A form so that it feels like crystal jewelry and stars, and it's not stuck in a certain frame. Flexible calligraphy symbolizes the mystery of deep water. I divided the colors according to the mineral value. The jewel image painted by the watercolor painting shows the clean and clear quartz as much as possible, and is designed to match the luxurious atmosphere.

힐링 맥주 브랜드 '비어래이'

임하영 LIM HAYOUNG

비어래이는 비워라 라는 사투리에서 가져온 것이며, 일상 속 스트레스를 비워래이(비워라)라는 뜻을 가진 힐링 맥주 브랜드이다. 메인그래픽에 캠핑, 오프로드, 서핑 일러스트를 그려넣어서 마시는 즐거움뿐만 아니라 보는 즐거움까지 더했다. 오프로드를 달린 후 금빛 절벽에서 느끼는 짜릿한 골든에일과, 짜릿한 서핑 후, 시원하게 마시기 좋은 다크라거, 저녁 노을 아래, 로맨틱한 분위기를 만들어주는 캠프파이어와 함께 즐기기 좋은 페일 에일, 3가지 맛으로 구성되어있다. 병, 캔 패키지뿐만 아니라 세트 박스 디자인과 안주+맥주 테이크 아웃 컵 디자인을 하여 언제 어디서든 안주와 함께 즐길 수있게 하였다. 또한 코르크코스터와 컵 디자인을 함께하여 비어래이 맥주 매니아들을 저격한 굿즈도 제작하였다.

The healing beer brand, "Beer Ray"

Beeray is a healing beer brand that comes from the dialect of Empty, meaning Empty the stress of everyday life. The main graphic features illustrations of camping, off-road, and surfing, adding to the joy of drinking and watching.It consists of three flavors: a thrilling golden ale on the offroad and a thrilling golden cliff, a thrilling surfing, a cool drinkable darkrager, a campfire under the sunset, and a romantic atmosphere. In addition to the bottle and can package, the set box design and side dishes + beer cake out cup design allow people to enjoy it anytime, anywhere. In addition, a cork coaster and cup design were combined to produce goods that targeted beer enthusiasts.



매디슨키트_숨지 않고 당신 곁에 함께할 상비약 패키지

이세이 LEE SEYI / 유진 YU JIN

Medicine Kit는 일상에 꼭 필요한 상비약이지만, 제각각 따로 노는 디자인과 제약회사의 로고들로 보기 흉하여 눈에 보이지 않는 곳에 정리해두곤 하여 역으로 필요할 때 찾지 못해 헤매던 일상을 바꾸기 위해, 항상 눈에 닿는 곳에 둘 수 있도록 디자인을 한 상비약 패키지입니다. 상비약인 만큼, 시각장애를 가진 사람도 사용할 수 있도록 점자를 적극적으로 활용하였으며, QR코드를 활용하여 약의 주의사항에 보다 쉽게 접근하고 확인할 수 있도록 하였습니다. 또한, 펼쳐지고 접히는 디자인을 활용하여 장소의 제약을 최대한 줄여 어디에든 함께한다는 슬로건에 걸맞게 장소의 제약을 최대한 줄였습니다. 컬러는 눈에 확 띄는 빨간색과 깔끔하게 어디에든 어울릴 흰색을 주축으로 하였습니다. 이는 우리가 흔히 생각하는 구급함과 같은 의약용품점의 색상과도 같아 익숙함을 느낄 수 있도록 디자인을 하였습니다.

Medicine Kit

Medicine Kit is an essential medicine for daily life, but it is unsightly with different designs and logos of pharmaceutical companies. That's why it's a regular medicine package designed to be put in a place where you can see it. As it is an over-the-counter medicine, Braille was actively used so that even people with visual impairments could use it, and QR code was used to make it easier to access and check the precautions of the medicine. In addition, by utilizing the unfolding and folding design, the restrictions of the place are reduced as much as possible, so that the restrictions of the place are reduced as much as possible in line with the slogan of being together everywhere.



제주 월동채소 구좌 당근 경쟁력 강화를 위한 건강 간편식 디자인

좌예진 JWA YEJIN / 오종욱 OH JONGWOOK

최근 월동채소뿐만 아니라 제주 농산물이 생산량에 비해 소비가 급격히 줄어들어 농가의 경제에 많은 위협을 받고 있다. 월동채소 중 가장 잘 알려진 제주 구좌 당근을 이용하여 농가의 상생과 홍보 및 인식개선의 목적을 두어 성인과 아이들이 쉽게 먹을 수 있는 제주 구좌당근 건강식품 패키지를 디자인하였다. 현재 시중에 나와있는 당근 가공식품의 품목의 인식은 다소 한정적이며 접근성 또한 현저한 모습으로 나타났다. 이에 따라 당근을 활용한 다양한 건강 가공 식품을 구성하고 당근에 대한 접근성을 높여 소비량을 증대하고자 하였다. 당근과 제주의 이미지를 따뜻한 색상과 일러스트로 표현하여 기존 건강식품에 대한 이미지를 탈피하고 편안한 인상을 주고자 하였고, 성인과 아동의 차이를 두어 각 나이대에 맞는 상품을 올바른 소비할 수 있게 방향을 제시했다.



Design of Healthy Meals to Strengthen the Competitiveness of Jeju Winter Vegetables Gujwa Carrot

Recently, Jeju agricultural products have been sharply reduced in consumption compared to production, which has been threatened by the farmers' economy. Using Jeju Guzwa Carrot, the best known of winter vegetables, the Jeju Guzwa Carrot Package was designed for the purpose of win-win, promotion, and awareness improvement of farms, which can be easily eaten by adults and children. The perception of carrot-processed foods on the market today is rather limited and accessibility is remarkable. Accordingly, it was intended to increase consumption by constructing various health-processed foods using carrots and increasing accessibility to carrots.

네스트팩

정조희 JUNG JOHUI

네스트팩은 단 한 장의 종이만을 사용하여 만든 친환경 과일바구니 패키지입니다. 우리는 마트에서 과일이 과대포장된 것들을 발견합니다. 네스트팩은 지기구조를 이용하여 단 한장의 종이만을 사용하여 과일을 효율적으로 담을수 있습니다. 특수 친환경종이인 타이벡종이를 사용하여 최대 4kg까지의 무게를 견디고, 수분으로 인한 방수가 됩니다. 네스트팩은 둥지를 컨셉으로 제작되었으며 3가지 그래픽(나무, 짚, 풀)이 둥자가 새를 보호하듯 네스트팩이 과일을 안전하게 보호하는 브랜드스토리를 담고있습니다.



Nest Pack

Made from one piece of paper, Nest Pack is an eco-friendly fruit basket based on the concept of a nest. Nest Pack is an eco-friendly fruit basket based on the concept of a nest. When we go to the mart, we can find fruits in overpackaged packages when we buy them. So, Nest packs are made of only one piece of paper. This will save a lot of resources in packing fruit. What's Unique? The Nest Pack is made of Tyvek paper, and although it is a piece of paper, it is sturdy and can withstand fruit weights up to 3kg.

입선

꼬아

김나은 KIM NAEUN / 배수빈 BAE SUBIN

우리는 사라져 가는 한국의 무형 문화유산인 짚물 공예를 대중의 시선에 맞게 제시하여 정성스러움의 가치를 이어갈 수 있도록 하는 브랜드를 디자인했습니다. 오래된 역사의 짚물 공예는, 현대의 다양한 대량생산 상품들에 밀려 판로가 축소되었고 사라질 위기에 처했습니다. 이에 우리는 현대화된 제품 형태와 DIY 키트 방식을 통해, 대중들에게 짚물 공예의 가치를 전달하면서 문제를 해결하고자 했습니다. 디자인은 기존의 짚물공예가들에게 인수받고, 판매수익의 일정 비율을 돌려주어 공예가와 브랜드가 상생할 수 있습니다. 로고와 이름에는 짚물을 꼬아 엮은 모양을 형상화해 문화를 계속해서 이어가고, 단절된 공예가와 대중을 다시 이어주는 의미를 담았습니다. 패키지와 포스터에는 전체적으로 절제된 색감과 형태로 옛스러운 느낌을 덜고 깔끔하고 수수한 감성을 담을 수 있도록 디자인했습니다. 패키지에는 짚물 공예의 대표적인 엮음 방식을 그래픽 요소로 사용하였으며, 컬러는 낮은 채도와 명도로 단아하고 정갈한 전통공예의 느낌을 살릴 수 있도록 했습니다. 키트는 짚물을 비롯한 DIY 재료, 그리고 제품 디자인을 제공한 장인의 소개와 제작 방법 영상을 담은 QR코드 카드로 구성되어 있습니다. 꼬아는 천천히 제품을 완성시켜 가는 과정에서 서로에게 얽혀 강하게 살아가는 우리의 모습을 느낄 수 있고, 시간과 정성의 가치를 감상할 수 있도록 돕습니다.



Kkoa

We designed a brand that continues the value of sincerity by presenting straw grass crafts, a disappearing intangible cultural heritage of Korea, to the public's eyes. The straw grass craft of an old history has been reduced in sales and is on the verge of disappearing due to various modern mass-produced products. Therefore, we tried to solve the problem by delivering the value of straw grass craft to the public through modernized product forms and D.I.Y. kit methods. Design is acquired by existing straw grass craftsmen and returns a certain percentage of sales revenue so that craftsmen and brands can coexist. The logo and name contain the meaning of continuing culture by shaping the shape of twisted straw grass and connecting the disconnected craftsman and the public again. The packages and posters are designed to minimize traditional old feelings and contain neat and modest sensibilities in overall restrained colors and forms. The package used the representative method of straw grass craft as a graphic element, and the color was low in saturation and brightness to bring out the elegant and neat feeling of traditional craft. The kit consists of a QR code card containing the introduction and production method video of the craftsman who provided straw grass, DIY materials, and product design. Kkoa offers time to feel the way we live intertwined with each other in the process of slowly completing the product, and to think about the value of time and sincerity.

청결한 보관 및 차별화를 위한 마스크의 패키지디자인

오치성 OH CHISEONG

<배경 및 컨셉> 최근 코로나 상황으로 인해 외출 시 마스크가 필수인 시대가 도래했다. 하지만 마스크를 벗어야 하는 상황에서 이를 청결하게 보관할 수 있는 곳이 없고, 타 브랜드들과 차별되는 마스크의 패키지디자인이 존재하지 않았다. 이런 점들을 개선하기 위해 고안한 것이 바로 '청결한 보관 및 차별화를 위한 마스크의 패키지디자인'이다. 이 패키지를 이용하면 외출 시 마스크를 벗어야 할 때 마스크를 쉴더에 넣어 청결하게 보관할 수 있고, 구성품으로 제공되는 아이디 카드 홀더를 활용하여 행사장 같은 곳에서 쓸 수도 있다. <브랜드 네임과 로고> 도출된 컨셉으로부터 방패의 이미지가 연상되었고, 이를 활용하여 브랜드의 네임을 'Shield Your Life from Danger'의 약자이면서, 방패의 영어 단어인 Shield와 발음이 유사한 'Syld mask'로 선정했다. 또한, 청결한 보관 및 차별화라는 컨셉을 로고에 담기 위해, 방패를 쥔 팔의 옆모습을 모티브로 브랜드 네임의 철자 중 'i'을 'y'의 각도에 맞춰 뉘었고, 이를 고급스러운 세리프 폰트로 표현했다. <지기 구조> 마스크의 청결한 보관을 위해, 중형 패키지는 개폐 부분이 상하뿐만 아니라 좌우까지 막을 수 있고, 버튼형으로 닫을 수 있는 지기 구조를 제작했다. 소형 패키지 또한 버튼형의 개폐 방식에 외출 시에 간편하게 휴대하며 사용할 수 있도록 편지봉투 정도의 크기로 제작했다. 특히 중형 패키지의 좌우 면에 브랜드의 패턴을 넣고, 버튼형의 개폐 부분을 닫았을 때 브랜드의 심볼이 완성되도록 만들어 브랜드의 아이덴티티를 표현했다.



Package Design of Masks for Clean Storage and Differentiation

<Background & Concept> Recently, due to the Corona situation, masks are essential when going out. However, there was no place to keep it clean when the mask had to be taken off, and there was no package design of the mask to differentiate it from other brands. To improve these points, here is the "Package Design of Masks for Clean Storage and Differentiation." This package allows you to put the mask in a 'Mask Sylder' when you need to take it off to keep it clean and you can also be used at places like the event hall using the ID card holder provided as a component. <Brand name and logo> The image of the shield was reminiscent of the derived concept, and using it, the brand's name was decided to be "Syld mask," which stands for "Shield Your Life from Danger" and has a similar pronunciation to Shield, an English word for shields. In addition, in order to capture the concept of clean storage and differentiation in the logo, "I" among the spelling of the brand name was applied with a motif of the side of the arm holding the shield, and expressed in luxurious serif fonts. <Package structure> For the clean storage of the mask, the medium-sized package is manufactured in a structure that can block not only the top and bottom but also the left and right sides of the opening and closing parts in a button type. The small package is also made in the size of a letter envelope so that it can be easily carried and used when going out in a button-type opening and closing method. In particular, the brand's identity was expressed by putting the brand's pattern on the left and right sides of the medium-sized package and making the brand's symbol complete when the button-type opening and closing part is closed.

비오는 날엔 김치전

김현민 KIM HYUNMIN

코로나로 인한 김치 수요와 한국 콘텐츠 확산에 따른 한식 호감도가 높아지고 있습니다. 이를 반영하여 해외 소비자를 타겟으로 설정한 김치전 믹스를 디자인했습니다. 김치가 숙성되는 옹기 모양과 믹스 재료를 잘 섞기 위한 쉐이커 형태를 패키지디자인에 반영했습니다. 이를 통해 설거지 과정에서 발생하는 노동과 자원 낭비를 줄이고 별도 식기구 사용 없이 간편하게 반죽을 섞어 만들 수 있도록 했습니다. 또한, 비 오는 날에 김치전을 먹는 관습을 스토리텔링에 반영했고 날씨라는 구체적인 상황을 명시하여 소비행동을 유도했습니다.

Kimchi Pancakes on Rainy Days

The demand for kimchi due to the coronavirus and the popularity of Korean food is increasing. Considering this phenomenon, I designed a kimchi pancake mix targeting overseas consumers. The package design is shaped like the shape of pottery in which kimchi is aged and the shape of a shaker to mix ingredients well. This reduces labor and resource waste during the dishwashing process and allows the dough to be easily mixed without the use of other utensils. In addition, the custom of eating kimchi pancakes on a rainy day was reflected in the storytelling, and a specific situation like the weather was contained to lead to consumption behavior.



어른아이

이선화 LEE SUNHWA

INNER CHILD는 어른들을 위한 물감 브랜드이다. 유년시절 누구나 좋아했지만 어른이 된 후 잊어버린 그림에 대한 동경을 INNER CHILD(내 안에 존재하는 아이)라는 브랜드 네임으로 시각화하였다. 로고는 현재의 나와 내면의 아이가 그림이라는 정서적 활동을 통해 다시 만난다는 의미로 두 명의 사람을 표현하여 시각화하였다. 그래픽 모티프로는 제품의 시각화를 위한 물감이 흘러내리는 형태를 단순화하여 타이포그래피에 적용하였다. 패키지는 각각의 박스에 제품 고유의 색상을 주색으로 사용하였으며, 그래픽 모티브로 사용된 타이포그래피를 기본으로 각 색상의 이름을 알기 쉽게 시각화하였다. 패키지의 구성은 박스, 용기, 유화제로 이루어져 있다.

INNER CHILD

INNER CHILD is a paint brand for adults.
The brand name "INNER CHILD" visualizes the yearning for paintings that everyone liked as a child but forgot after becoming an adult. The logo expresses and visualizes two people, meaning that the current me and my inner child meet again through the emotional activity of painting. The graphic motif was applied to typography by simplifying the running down of paint for product visualization. The package used the product's unique color as the main color for each box, and visualized the name of each color easily based on the typography used as the graphic motif.



비건 뷰티와 제로웨이스트 확산을 위한 제주 용암해수 생활용품 패키지 제안

문지원 MOON JIWON

해소(海消)는 제주 용암해수를 활용하여 만든 비건 제품을 개발, 판매하는 브랜드이다. 일상생활에서 사용되는 품목을 활용해 접근성을 높임으로써 제로 웨이스트 캠페인을 확산시키고자 한다. 비닐, 플라스틱 등을 불필요하게 사용하는 환경 문제에 대해 경각심을 주고 평소 사용하던 일회용품들이 충분히 대체될 수 있으며 사용을 줄이거나 사용하지 않는 방식이 존재한다는 것을 소비자들에게 알린다. 해소의 제품은 천연샴푸, 샴푸 바, 고체 치약, 대나무 칫솔로 이루어져 있다. 제주와 용암해수를 상징하는 현무암이 드러난 제주도 풍경을 드로잉 하여 패키지 전면을 표현하였고 이러한 드로잉을 무채색으로만 표현하여 제주 돌의 느낌을 강하게 나타내었다. 이러한 패키지 구성으로 제주만이 가지고 있는 비건, 제로웨이스트 제품을 나타낼 수 있다고 본다. 제품의 용기로는 환경을 생각하여 모든 종이박스와 종이라벨은 최단 시간 내 자연분해가 되는 사탕수수 종이(얼스 팩)를 사용하고 플라스틱을 최소화하기 위해 샴푸 펌프에서만 재활용이 쉽게 가능한 플라스틱을 사용한다. 패키지에 나타나는 잉크 또한 친환경 콩기름 잉크를 사용하여 자연을 한 번 더 생각한다.

For the spread of vegan beauty and zero-waist. Jeju Lava Sea Water Household Goods Package Proposal

HAESO is a brand that develops and sells vegan products made using Jeju lava seawater. It aims to spread the zero-waist campaign by increasing accessibility by using items used in everyday life. Alert consumers about environmental problems that unnecessarily use plastic, plastic, etc. and inform consumers that disposable items that they usually use can be sufficiently replaced and that there are ways to reduce or not use them. HAESO's products consist of natural shampoo, shampoo bar, solid toothpaste, and bamboo toothbrushes. The scenery of Jeju Island, which includes basalt, which symbolizes Jeju and lava seawater, was drawn and expressed on the front of the package, and this drawing was expressed only in achromatic color to enhance the feeling of Jeju's stone. I thought that this package composition could represent the vegan and zero-waist products that only Jeju has. Considering the environment as a container for the product, all paper boxes and paper labels use naturally decomposable sugarcane paper within the shortest time, and recyclable plastic is used only in shampoo pumps to minimize plastic is used. The ink appearing in the package was also considered to nature once more using eco-friendly soybean oil ink.



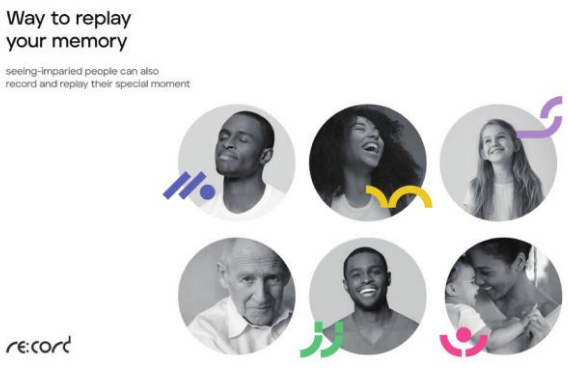
re:cord_ 시각장애인을 위한 기록매체 브랜딩

정그린 JEONG GEUREEN

즐겁고 소중한 추억을 간직하고 싶은 것은 정서적인 욕구를 만족하고 싶어하는 인간의 공통 심리입니다. 그래서 일반적으로 사진을 통해 순간을 기록하지만, 시각장애를 가진 사람들은 시각 매체 접근이 어려워 오직 기억에 의존합니다. re:cord는 이러한 시각장애의 제약을 받지 않는 소리와 향을 활용한 기록 매체로, 청각과 후각을 통해 소중한 경험을 저장·출력하여 시각 장애인의 경험적 한계를 극복하고 그들을 위한 새로운 삶의 방식을 제안합니다. 위와 같은 서비스 re:cord를 위한 브랜딩 작업으로, 브랜딩과 서비스 UI, 시각물을 작업했습니다.

re:cord_ recording device for visually impaired Branding

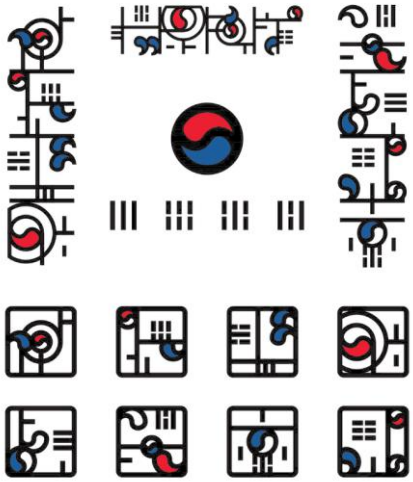
Wanting to keep pleasant and precious memories is a common human psychology that wants to satisfy emotional needs. So, in general, moments are recorded through photographs, but people with visual impairments have difficulty accessing visual media and rely solely on memory. re:cord is a recording medium that utilizes sound and scent that is not restricted by these visual impairments, and saves and outputs valuable experiences through hearing and smell, overcoming the experiential limitations of the visually impaired, and proposing a new way of life for them. With the branding work for the service re:cord as above, I worked on branding, service UI, and visuals.



대한민국 아이덴티티 디자인

최우영 CHOI WOOYOUNG

국가의 이미지와 고유의 이야기가 담긴 상징물은 전통의 요소를 가지고 있으면서도 그 시대에 맞는 모습을 가져야 함. 대한민국을 상징하는 태극기의 태극무늬를 현대적으로 재해석하여 구성하고, 태극기를 이루고 있는 건곤감리를 의미의 확장요소로 활용하여 조형적으로 재구성. 아이덴티티의 요소들은 새로운 조합을 통해 새로운 패턴의 구성 등 탄력적인 확장이 가능.



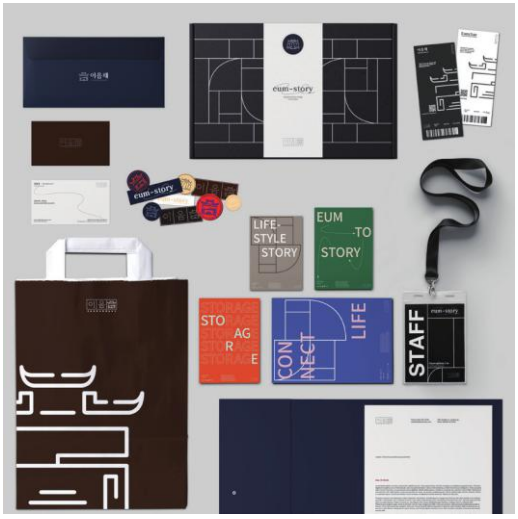
KOREA IDENTITY DESIGN

Symbols containing the image of the country and its own story must have elements of tradition and have a shape suitable for the times. The Taegeuk pattern of the Taegeukgi symbolizing Korea was reinterpreted and arranged in a modern way, and the Geon Gon Gam Ri, which forms the Taegeukgi, was applied as a definitive element to form a formative recombination. The elements of identity can be flexibly expanded, such as forming a new pattern through a new combination.

이음채-전통복합문화예술공간

임경섭 LIM GYEONGSEOP

'이음채'는 라이프스타일을 중요시하는 MZ세대를 겨냥한 전통복합문화예술공간입니다. 점점 잊혀져가는 한국의 전통문화를 트렌디한 공간과 함께 보다 쉽게 접할 수 있도록 삶의 밀접한 부분, '라이프스타일'과 이어주는 역할을 합니다. 다양한 전통적인 디자인의 인테리어 가구와 소품, 각종 굿즈를 만드는 업체와 협약하여 활용한 주거공간을 체험할 수 있으며, 관련 공연과 행사 등을 통해 한국의 전통문화를 더욱 쉽게 알아가고 소비하며 즐길 수 있는 공간이 마련되어 있어 MZ세대들에게 보다 쉽고 높은 접근성으로 다가갈 수 있습니다. 이는 현재 소비문화,시장을 주도하는 MZ세대들을 통해 잊혀져 가는 한국의 역사와 전통을 지키고 발전시키며, 수익창출을 통해 관련 단체, 비영리재단에 기부하여 한국의 전통문화를 보존할 수 있는 사회공헌 활동 또한 함께합니다.



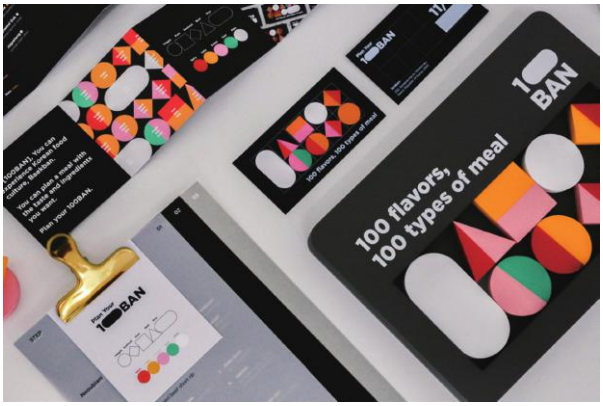
Eumchae -Traditional Culture & Art Place

'Eumchae' is a space that connects Korean traditional culture and history with lifestyle. You can experience a variety of traditional design interior furniture, props, and residential spaces using goods. There are also many things to enjoy through various performances and events. It protects and develops forgotten Korean history and traditional culture through the current MZ generation leading the consumer market. It shall donate part of its profits to related organizations and non-profit foundations to conduct social contribution activities to preserve traditional Korean culture.

입선

100BAN

장민주 JANG MINJU



100BAN은 외국인 관광객을 대상으로 한 한국의 식문화인 백반을 알리고 체험할 수 있는 브랜드입니다. 식당에 가면 다양한 반찬이 나오는 모습은 한국인에게 너무나도 익숙하지만, 외국인에게는 놀라운 광경입니다. 한식에 대한 세계적 관심은 증가하는데도 비빔밥과 같은 일품요리 위주로 알려진 탓에 백반은 아직 생소하기 때문입니다.
100BAN은 한식을 처음 접하는 외국인도 음식의 맛과 재료를 쉽게 알 수 있도록 디자인했습니다. 한식의 오색 오미를 재해석하여, 반찬 모듈의 색은 반찬의 맛을 나타내고 도형은 반찬의 주재료를 나타냅니다. 이러한 모듈을 활용해 반찬과 국을 조화롭게 조합해 백반 한 상을 구성할 수 있습니다. 외국인 관광객은 100BAN을 통해 나만의 백반을 구성하면서 백반의 다양성을 흥미롭게 즐길 수 있습니다.

100BAN

100BAN is a Korean restaurant based on Baekban for tourists. They can experience the Korean food culture, Baekban. Global awareness of Baekban has lacked, though increasing interest in Korean food. That's because globally promoted dishes like bibimbap could be introduced with one dish, but Baekban(Korean meal) could not. 100BAN is designed to make it easier for foreigners who are new to Korean food to know the taste and ingredients of the food. By reinterpreting the five colors and tastes of Korean food, the color of the side dish module represents the taste of the side dish and expresses the main ingredients of the side dish in a figure. If you use these modules to combine side dishes and soup in harmony, you can form a delicious meal with rice. Foreign tourists can enjoy the diversity of Korean food while forming their own set menu through 100BAN.

프리미엄 해산물 캔 브랜드 O-can

전채림 JEON CHAERIM



오캔은 포르투칼 여행 중 본 정어리통조림에서 모티브를 얻어 대한민국의 특성을 담아 만든 브랜드이다. 포르투칼에서는 정어리를 몸에 좋은 올리브유로 구성하여 통조림의 부정적인 이미지를 없애고 개성 넘치는 다양한 디자인을 통해 미적인 요소까지 갖추어 포르투칼을 대표하는 특산물 중 하나가 되었다. 전 세계 1인당 수산물 소비량 1위를 차지하는 우리나라에도, 이러한 통조림 브랜드가 있으면 좋겠다 라는 생각이 들어 가상의 브랜드를 제작하게 되었다. 오캔은 오션(OCEAN)+캔 (CAN) 으로 '바다 속 해산물들을 캔으로 접하다'라는 의미를 담고있다. 8가지의 기본 캔과 2가지의 제주 스페셜 에디션으로 구성하였고, 우리나라 전통기름인 들기름으로 기본 베이스로 하여, 한국의 특징을 브랜드에 녹여냈다. 또한 필(必)환경시대인 현대사회에 맞게 MSC인증제도(지속가능한 어업인증)를 도입하여 소비자들의 가치소비를 이끈다.

Premium seafood can brand O-can

This project was inspired from traveling in Portugal. It's famous of sardine cans and other seafood cans too. It uses olive oil, so that it removed the image of using unhealthy cans. It's also designed very beautifully and diversely that it became the reginal products. I wanted these kinds of cans in Korea because we take up to the 1st consumption of seafood per person through the world. The brand name "O-can" means "Ocean meets the can". It consists of 8 basic cans and 2 Jeju special editions. It's based with Perilla oil which is our traditional oil. So through trying the taste of each(these) cans, people can also experience ours flavor. For our marine ecosystem, it is used of MSC(sustainable fishing). Through certified by MSC, it leads consumers to have a valuable consumption.

인천 송도 불빛 축제

김이영 KIM IYOUNG

2015년 라이트로즈가든 축제로 시작하여 지금의 송도불빛축제까지 송도국제도시는 송도의 지역 발전을 위해 송도주민들과 타지역 주민들에게 송도의 야경으로 감동을 전하려 했습니다. 하지만 이번 프로젝트를 통해 단순히 시각적인 즐거움에 그치지 않고 그 속에서 축제를 즐기는 관광객들의 감정, 경험들을 다루고 국내뿐만 아니라 해외에서도 기억되는 축제 브랜드가 되고자 합니다. 이런 브랜드 목표에 맞춰 센트럴파크의 해수에 비쳐 빛들이 반사되고 왜곡되는 모습을 로고에 반영했습니다. 수면 위에 있는 풍경들은 직각의 형태로 단단하고 모던한 도시의 모습이, 그 모습이 비친 수면에는 일렁거리는 불빛들이 있습니다. 이 불빛들에는 형용할 수 없고 낭만적인 관광객들의 감정들을 담았고 다채로운 감정들을 표현하기 위해 4가지의 색상을 선정하여 메인 컬러로 사용하였습니다. 그렇게 제작한 로고와 패턴들을 축제와 관련된 여러 어플리케이션에 적용하여 브랜드의 이미지를 확고하게 하였습니다.

Songdo Light Festival

Starting with the Light Rose Garden Festival in 2015, Songdo International City tried to impress Songdo residents and residents of other regions with the night view of Songdo for the development of Songdo. However, through this project, I want to become a festival brand that is not just a visual pleasure, but also a festival brand that is remembered not only in Korea but also abroad, dealing with the emotions and experiences of tourists enjoying the festival. In line with this brand goal, the logo reflected and distorted light reflected in the seawater of Central Park. The scenery on the water surface is hard and modern in a right angle, and there are lights on the water surface that reflects it. These lights contain the emotions of romantic tourists that cannot be described, and four colors were selected and used as the main color to express various emotions. The logo and patterns produced in that way were applied to various applications related to the festival to emphasize the brand's image.



우리나라 고유의 전통주 살리기 프로젝트 : 감성 막걸리, 시담소

고상미 KO SANGMI

국내 주류시장 현황 분석 결과 다양한 고급주류의 등장으로 전통주 시장이 침체되는 실정임을 알 수 있었습니다. 이에 <우리나라 고유의 전통주 살리기 프로젝트 : 감성 막걸리, 시담소>를 기획하였습니다. 허브향을 첨가한 감성 막걸리 시담소는 현대인의 하루 술 마시는 시간을 낮-밤-새벽 패키지로 분류하였고, 각 패키지의 시간대별로 알코올 도수(7도,12도,16도)를 달리하여 다양화를 추구하였습니다. 현대적인 감성 막걸리 시담소로 하여금 우리나라 전통주가 옛 술, 싸구려 술이라는 인식이 아닌, 세련되고 감성적인 주류로 발전되길 소망합니다.

Traditional Korean liquor project : Emotional Makgeolli, Sidamso

According to the analysis of the current status of the domestic liquor market, the traditional liquor market was stagnating due to the emergence of various high-end liquor. Herb-scented emotional makgeolli. The Sidamso package is designed in three ways: day, night, and dawn. I sought diversification by varying the alcohol content (7 degrees, 12 degrees, 16 degrees) for each package. I hope that modern emotional makgeolli Sidamso will develop into a sophisticated and emotional liquor, not a recognition that Korean traditional liquor is old liquor or cheap liquor.



제주해녀문화 : 호오이

이동규 LEE DONGKYU / 권소윤 KWON SOYUN / 박진영 PARK JINYONG /
이소희 LEE SOHUI

제주 해녀는 제주도 사람들의 든든한 어머니이자 제주도 사람들의 정신적 지주로서 알려져 있다. 이들은 산소공급 장비도 없이 바다에 들어가 가족의 생계를 위해 소라, 전복 등을 모았다. 위험한 바다에서 서로를 보호하면서 자연스럽게 형성되는 공동체 생활도 인류가 지향해야 할 모델이다. 제주 해조문화는 그 가치를 인정받아 2016년 11월 30일 유네스코 무형문화유산으로 등록되었다. 하지만 제주 해녀의 인구는 매년 줄어들고 있고 사람들의 기억 속에서 잊혀지고 있다. 호오이는 제주 역사와 자연미를 접목한 제주 해녀 문화를 보호하기 위해 탄생한 브랜드다. 해녀로 거듭나는 과정과 바다와 공존하는 방법, 이들이 추구하는 공동체 안에서 어떻게 살아가는지 소개한다. 제주 해녀에 대해 더 많은 것을 배우고 소중한 문화를 보존할 수 있도록 동행하겠습니다. 바다에서 수영하는 해녀의 말을 들어보세요. 제주 해녀와 함께 숨을 내쉬는 우리는 호오이입니다.

Jeju Haenyeo Culture : HOI

Jeju haenyeo is known as a reliable mother of Jeju Island people and a spiritual landlord of Jeju Island people. They entered the sea without oxygen supply equipment and collected conch and abalone for their family's livelihood. Community life, which is naturally formed while protecting each other in dangerous seas, is also a model that mankind should pursue. Jeju Seaweed Culture was registered as a UNESCO Intangible Cultural Heritage on November 30, 2016, in recognition of its value. However, the population of Jeju haenyeo is decreasing every year and is being forgotten in people's memories. HOI is a brand created to protect Jeju haenyeo culture that combines Jeju history and natural beauty. It introduces the process of becoming a haenyeo, how to coexist with the sea, and how to live in the community they pursue. People who listen to haenyeo swimming in the sea while accompanying them to learn more about Jeju haenyeo and preserve their precious culture. We are HOI, breathing out with Jeju haenyeo.



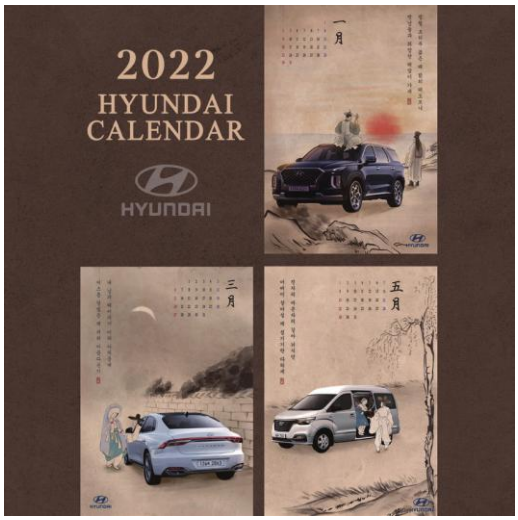
2022 현대 민화 캘린더

권자은 KWON JAEUN / 조은정 JO EUNJEONG

자동차는 이제 우리 생활의 일부이자 없어서는 안될 가족같은 존재가 되었습니다. 우리의 손발이자 충실한 짐꾼이며 우리와 희노애락을 함께하는 동반자이기도 합니다. 드럼통을 두드려 자동차를 만들던 시대를 넘어 현대자동차는 어느덧 세계 시장을 주름잡는 대한민국의 대표 브랜드가 되었습니다. 우리 생활의 일부가 이젠 세계인 생활의 일부가 되어 갑니다. 세계속의 우리차라는 자랑스런 이미지를 표현하고자 자동차와 함께 하는 우리의 이야기를 한국적인 전통 민화를 모티브로 활용하였습니다. 승용차에서 트럭에 이르기까지 현대자동차의 다양한 라인업을 계절별 행사의 용도에 맞게 구성하였으며, 과거와 현대를 이어주는 교감을 표현하고자 현대적 자동차 이미지와 전통 민화가 주는 이질감을 투박하고 정감있게 그려내었습니다.

2022 HYUNDAI Fork painting calendar

Cars are now part of our lives and an indispensavle like family. Cars are our hands and feet, faithful porters, and partners who share joy, anger, love, and sorrow. Beyond the era of making cars by tapping drums, Hyundai Motor has already become a representative brand in Korea that dominates the global market. To express the proud image of our car in the world, we used our story with cars as a motif of traditional Korean folk paintings. Hyundai Motor's diverse lineup, from passenger cars to trucks, has been organized for the purpose of seasonal events and in order to express the communication between the past and the present, the difference between modern car images and traditional folk paintings is depicted in a rough and friendly manner.



페이퍼 센스

김다문 KIM DAMUN / 김선아 KIM SEONAH

Paper Sense는 네 가지 감각과 감성을 불러일으키는 종이향수 브랜드입니다. '향'이라는 소재는 후각을 통해 순간의 기억을 상기시키고 다른 영역의 감각을 불러일으킵니다. 따라서 '향'을 단순히 후각의 요소로 한정하지 않고 시각, 미각, 촉각의 다양한 감각으로 향을 즐길 수 있도록 하였습니다. 또한, 종이가 디지털로 대체되는 '페이퍼 리스' 시대이지만 종이를 통해 전달되는 촉각은 대체 될 수 없는 고유한 감성을 자극합니다. 감성소비가 하나의 트렌드가 된 요즘, 책이나 편지지, 노트 등 종이류에 분사하여 사용하는 종이향수는 빠르게 변화하는 디지털 시대에 느끼기 어려운 아날로그 향수를 선사합니다.



Paper Sense

Paper Sense is a paper perfume brand that evokes four senses and sensibilities. The subject 'scent' evokes the memory of the moment through the sense of smell and evokes the senses of other areas. Therefore, 'scent' is not limited to the elements of smell, but rather to the various senses of sight, taste, and touch. In addition, even though paper is a 'paperless' era, the sense of touch transmitted through paper stimulates an irreplaceable unique sensibility. Nowadays, emotional consumption has become a trend, paper perfumes used by spraying on paper such as books, letters, and notes provide analog perfumes that are difficult to feel in the rapidly changing digital era.

케이티 민트폰

김연규 KIM YEONGYU

한국인들의 스마트폰의 교체 주기는 빨라지고 있으며, 사용 가능한 많은 스마트폰이 그대로 폐기 되고 있다. ESG 경영을 추진 중인 KT는 이에 대한 문제를 인식하고 있다. 대한민국의 대표 통신기업인 KT는 Mint Phone이라는 새로운 브랜드를 통해 중고폰의 재활용 확대를 추진하고자 한다. Mint Phone의 캠페인 로고는 고대 통신 수단으로 사용되었던 깃발이 펄럭이는 모습을 형상화한 KT의 CI를 계승하여 디자인하였다. 그리고 색상은 KT의 Brand Color인 mint를 사용하였다. Mint는 영어로 상태가 좋은 중고 제품이라는 뜻을 가지고 있다.



KT MintPhone

KT(Korea Telecom), one of Korea's representative telecommunications companies, is promoting ESG management. Korea's smartphone change period is quickening, and too many smartphones are being dumped. KT has made a new brand so that the second-hand mobile phones can be recycled. The name of the brand is MintPhone. MintPhone's BI was designed by inheriting KT's CI. KT's CI contains an image of a waving flag, which was the means of communication in ancient times. And MintPhone used KT's brand color 'mint' as their BI color. Mint also means a second-hand product that is in good condition.

입선

다회용 면생리대 브랜드, preedom

임다정 LIM DAJUNG

일회용 월경용품은 사용 후 '감염성 폐기물'로 분류되어 땅에 묻는다. 이때 화학물질이 땅과 강에 스며들어 환경오염을 일으킨다. 또한 그렇게 땅에 묻힌 일회용 월경용품에 함유된 플라스틱이 자연분해되는 시간은 평균 450년 이상이다. 환경에게만 해로울까? 많은 가임기 여성들 역시 다양한 부작용을 경험하고 있다. 현재 환경과 여성은 일회용 월경 용품의 플라스틱 문제로 인해 수많은 위협을 받고 있는 셈이다. 우리 모두에게 건강한 월경용품은 없을까?라는 물음에서 시작된 preedom은 일회용 월경용품의 플라스틱 문제 인식 제고를 목적으로 환경과 여성 모두에게 안전한 월경용품을 연구하는 다회용 면생리대 브랜드이다. preedom이라는 브랜드 네이밍은 plastic과 freedom의 앞 글자 'p'와 'f' 모두 '프' 발음이 나는 것에서 착안했다. preedom의 다회용 면생리대를 통해 여성들은 플라스틱으로부터 스스로를 보호하는 방법을 배워갈 것이고, 그 선한 영향력은 환경에게도 자연스레 전해지길 바란다.



Multi-use cotton sanitary pad brand, preedom

Disposable menstrual products are classified as "infectious waste" after use and buried in the ground. At this time, chemicals permeate the ground and rivers, causing environmental pollution. In addition, the average time that plastics contained in disposable menstrual products buried in the ground are naturally decomposed is 450 years or more. Is it only harmful to the environment? Many women in childbearing age are also experiencing various side effects. Currently, the environment and women are under numerous threats due to plastic problems with disposable menstrual products. Are there any healthy menstrual items for all of us? Freedom, which started with the question, is a multi-use cotton sanitary pad brand that studies menstrual products that are safe for both the environment and women with the aim of raising awareness of plastic problems with disposable menstrual products. The brand name "freedom" was based on the pronunciation of both plastic and freeom's initials "p" and "f". Through Freedom's multi-use cotton sanitary pad, women will learn how to protect themselves from plastic, and I hope that the good influence will naturally spread to the environment.

한강자동차극장 한빛씨네마 CI Design

박관희 PARK KWANHEE

1. 아이템 - 코로나19로 인한 언택트시대에 자동차극장에 대한 수요가 급증하고 있습니다. 옛 추억의 자동차극장의 향수를 불러일으키며 영화를 관람할 수 있는 자동차 극장입니다.
2. 네이밍 - 한빛씨네마는 밤에 상영되는 자동차극장이 연상될 수 있게, 위치한 장소 한강의 한, 영사기, 영화의 빛을 의미합니다.
3. 디자인 컨셉 - 추억의 자동차극장이라는 컨셉에 맞게 레트로 컨셉을 현대적인 디자인, 뉴트로(Newtro)로 표현하였습니다.



Hanvit Cinema CI Design, Han River Car Theater

1. Item - In the era of untact due to covid-19, demand for car theaters is increasing rapidly. It's a car theater where you can watch movies with nostalgia of old memories.
2. Naming - Hanbit Cinema means the light of a projector and movie located in the Han River, so that it can be reminiscent of a car theater screened at night.
3. Design concept - In line with the concept of a car theater of memories, the retro concept is expressed in a modern design, Newtro.

평야청택

정한얼 JUNG HANEOL

평야청택은 지속 가능한 농업을 추구하는 평택시 후계농업경영인 조합 플랫폼입니다. 지속 가능한 농업이란 환경적 건강을 생각하여 친환경으로 정직하게 짓는 농사를 뜻하며, 평택시 관내 소비자들에게 신선하고 건강한 로컬 농산물을 제공합니다. 도농복합형태인 평택시에서 나고 자란 토박이로서 농업이 얼마나 중요한 역할을 하고 있는지 알고 있습니다. 그러나 가업을 이어 농업에 종사하는 후계농업경영인 친구에게서 농업의 고질적인 문제는 유통이라는 것을 자주 들었으며, 최근에는 코로나19와 더불어 다양한 외부 요인들로 인해 농업을 이어가기 힘들다는 것을 알게 되었습니다. 따라서 저는 필연적으로 제 고향인 평택시와 대를 이어 농업에 종사하는 후계농들을 위한 브랜드 및 서비스를 기획하게 되었습니다. 평야청택은 청년 농업인들의 가치 조명과 생산자, 소비자 모두에게 이익이 될 수 있는 서비스를 제공하여, 평택시의 지속 가능한 농업 경쟁력을 강화하는 궁극적 목표가 있습니다. 평야청택의 페르소나는 변화된 유통구조를 통해 안전한 판로를 확보하고자 하는 평택시 후계농업경영인, 신선하고 건강한 지역 농산물을 구매하고자 하는 평택시 로컬 농산물 소비자입니다. 평야청택은 "사람들이 흘러가고 또 오래 머물고 물처럼 맑고 평화롭게"라는 의미입니다. 사람들이 찾고 싶은 자연이 아름다운 도시를 만들겠다는 시정 목표와 평택의 과거와 현재를 잘 연결해주고 있다고 생각되어 브랜드 네이밍으로 사용하게 되었습니다. 또한, 서비스의 주요 키워드인 안전한 먹거리, 청년 농업인을 포함하여 평야청택이 고객을 위해 하는 모든 일의 근간이 되는 슬로건을 만들었습니다.



PYCT

PYCT is a platform for the Pyeongtaek City Succession Farmers Association that pursues sustainable agriculture. Sustainable agriculture means farming that is honest and eco-friendly, and provides fresh and healthy local agricultural products to consumers in Pyeongtaek. As a native born and raised in Pyeongtaek-si, which is an urban-rural complex, I know how important agriculture is. However, I have often heard from a friend who is a successor farmer engaged in agriculture after the family business that the chronic problem in agriculture is distribution. Therefore, I inevitably came to plan a brand and service for my hometown and the successor farmers engaged in agriculture for generations. PYCT has the ultimate goal of strengthening Pyeongtaek City's sustainable agricultural competitiveness by providing value lighting for young farmers and services that can benefit producers and consumers. PYCT's Persona is a successor agricultural manager in Pyeongtaek who wants to secure a safe market through the changed distribution structure, and a local agricultural product consumer in Pyeongtaek who wants to purchase fresh and healthy local agricultural products. PYCT means "people flow and stay as clear and peaceful as water." It was used as a brand name based on the goal of creating a beautiful city in nature that people want to find and the name that connects the past and present of Pyeongtaek City well. In addition, we have created a slogan that is the basis of everything PYCT does for customers, including safe food, young farmers, which are the main keywords of the service.

한옥의 창에서 영감을 받은 카페 '현뵉재'

김지혜 KIM JIHYE

한옥의 창에서 영감을 받은 카페 디자인 - 한자 '晛(햇살 현)'을 이용해 옛 한옥 창을 통해 따뜻한 햇살이 들어오는 공간을 나타냅니다. 또한, 지금 현재 내가 머무는 공간이라는 이중적인 의미를 가집니다. 과거의 창을 통해 들어오는 현재의 햇살로 전통미와 현대미를 이어주는 카페입니다. 요즘 젊은이들은 사진을 찍기 위해 카페를 찾습니다. 창이 있고 햇살이 들어오는 카페는 '인생 사진'의 명소가 되고 SNS를 통해 널리 알려집니다. SNS에 올릴 사진을 찍을 수 있는 카페를 찾는 20~30대를 주요 타겟층으로 설정하였습니다. 그리고 최신 트랜드인 '할매입맛'의 젊은 층 뿐만 아니라 다과를 좋아하시는 어르신까지 넓은 연령대를 겨냥한 카페입니다.



Cafe inspired by the windows of Hanok, HunCafe inspired by the windows of 'Han 晛 jae'

The Chinese character '晛(Sunshine Hyun)' represents a space where warm sunlight enters through the old hanok window. Also, it has a double meaning that it's the space I'm staying in right now. It is a cafe that connects traditional and modern beauty with the current sunshine that comes through the window of the past. Nowadays, young people visit cafes to take pictures. The cafe with windows and sunshine becomes a famous place for "Life Photos" and is widely known through SNS. And not only young people with the latest trend of 'Grandma's taste' but also elderly people who like refreshments are targeting a wide age group.

상자체

서유진 SEO YOUJIN

영어는 예쁜 서체가 많습니다. 영어로된 디자인이 많은 이유 중 하나일 것입니다. 영어 서체는 만들기가 쉽습니다. 알파벳을 디자인하고 보기 좋게 나열하면 됩니다. 하지만 한글 폰트는 만들기가 굉장히 힘듭니다. 이건 우리가 두벌식 자판을 쓰기 때문인데, 두벌식용 폰트를 만들려면 같은 'ㄱ'이라도 초성용과 종성용을 따로 디자인해야 합니다. 까다로운 제작과정은 폰트의 생산과 발전을 더디게합니다. 한글 폰트의 발전을 위해서 세벌식 폰트를 만들어 보았습니다. 세벌식 폰트는 모음과 자음만 디자인하면 바로 쓸 수 있기 때문에, 두벌식보다 만들기 쉽습니다. 세벌식 폰트도 멋진 한글 서체가 될 수 있음을 보여주기 위해 <상자체>와 이를 이용한 상품을 디자인하였습니다. <상자체>는 한글의 초성, 중성, 종성이 각각 상자의 면처럼 서로가 맞물려 있게 만들었습니다. 이 세개가 결합해야 음절이 만들어지는 한글의 특성을 살리는 동시에, 그림같은 특징도 나타낼 수 있었습니다. 끊임없이 맞물릴 수 있기 때문에 패턴을 제작할 수 있었고, 이는 패션, 타일 등등 다양한 분야에 응용할 수 있게 만들어 주었습니다. 이중 가장 상품 가능성이 있는 에코백으로 제작을 해보았습니다.

Box font

English has many pretty typefaces. This may be one of the reasons why many people like to design in English. English typeface is easy to make than Korean typefaces. Design the alphabet and arrange them nicely. But Hangul(Korean alphabet) font is very hard to make. This is because we use a 2-set method keyboard, and even the same vowel has to be designed separately for the initial and final place of one syllable. The tricky manufacturing process slows down the production and development of fonts. For the development of Hangul fonts, I made a 3-set method font. The 3-set method font is easier to make than 2-set method fonts. To show that the 3-set font can also be a wonderful Korean font, we designed "Box Font" and products using it. <Box Font> makes the three components of Hangul intertwined like the side of the box. These three must be combined to make use of the characteristics of Hangul, which is made into syllables, while also expressing picturesque characteristics. It could be patterned because it could be constantly engaged, which made it applicable to various fields such as fashion and tiles. Among them, we made it with the most likely eco-bag.



어묵즈

신유정 SHIN YUJEONG / 김유리 KIM YURI / 신민경 SHIN MINGYEONG

부산을 품은 '어묵즈 EOMUKZ'는 어묵하면 떠오르는 부산, 부산을 대표하는 어묵들을 모티브로 각자의 개성이 잘 드러난 캐릭터들을 디자인하고자 하였습니다. '어묵즈 EOMUKZ'는 부산에 여행 온 관광객들에게 세 가지의 다양한 테마로 관광을 시켜주는 캐릭터 디자인 콘텐츠로, 네 가지 어묵들의 개성과 매력을 살린 캐릭터들과 상품화 가능한 굿즈들을 통해서 지역 홍보와 동시에 어묵을 판매하는 기업들의 홍보 효과까지 기대할 수 있습니다.

EOMUKZ

Embracing Busan, 'EOMUKZ' is Busan that comes to mind when you think of Eomuk. Based on the motif of the representative Eomuks in Busan, we wanted to design characters that showed their individuality well. 'EOMUKZ' is a content that allows tourists who have traveled to Busan to tour in three different themes. Through the characters and goods that utilize the individuality and charm of the four Eomuks, you can expect the promotional effects of companies that sell Eomuk at the same time as promoting the region.



푸디 프렌즈

심영수 SIM YOUNGSU

미식가 친구들이란 뜻을 담은 푸디 프렌즈는 편식을 하는 청소년들에게 채소와 과일의 부정적인 이미지를 긍정적으로 개선하기 위해 음식과 동물을 결합하여, 맛을 입으로 뿐 아니라 눈으로도 재미를 느낄 수 있도록 제작된 캐릭터다. 채소, 과일 친구들과 친해지고 싶은 햄버거 친구가 주방에 놀러 온다는 스토리를 바탕으로 한다.



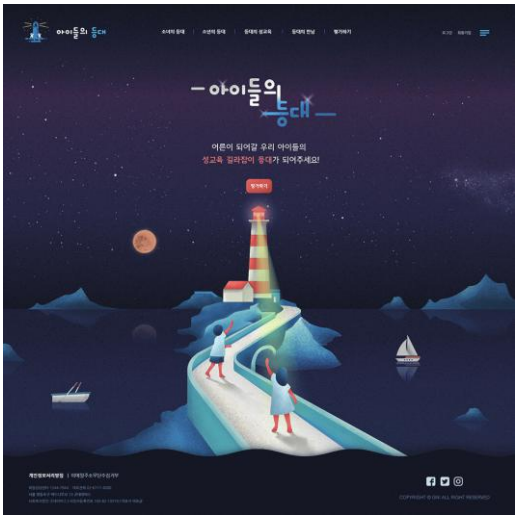
Foodie Friends

Foody Friends, which means gourmet friends, is a character designed to combine food and animals to positively improve the negative image of vegetables and fruits for teenagers who are picky, so that they can enjoy the taste not only with their mouth but also with their eyes. It is based on the story of a hamburger friend who wants to be close to vegetable and fruit friends coming to the kitchen.

아이들의 등대

김지현 KIM JIHYUN

'아이들의 등대'는 처음 부모가 된 부모님들을 위한 자녀 성교육 웹사이트입니다. 누구나 부족한 부분은 존재하고 부족한 부분을 채우기 위해 노력합니다. 부모로서 자녀를 위한 성교육은 매우 중요한 일이지만 처음이기에 올바른 성교육에 대해 모를 수밖에 없는 부모님을 위해 이 웹사이트를 기획하게 되었습니다. 부모님은 자신의 신체 변화로 불안함과 초조함을 느낄 수 있는 자녀에게 '어른이 되기 위해 성장하는 중요한 시기' 임을 이해시켜 주어야 합니다. 이 웹사이트를 통해 부모님은 2차 성징에 대해 알아보고, 배워가며 어른이 되어갈 아이들의 성교육 길라잡이 등대가 되어줄 것입니다. '아이들의 등대' 메인 페이지에서는 제일 먼저 성교육 지식등급을 평가할 수 있도록 제작했습니다. '평가하기'라는 버튼을 누르면 평가 페이지로 넘어가 성교육 지식 평가가 가능하며 평가가 끝난 뒤에는 틀린 문제에 대한 오답 풀이를 간략하게 볼 수 있습니다. 또한 자신이 원하는 서브 교육 페이지로 쉽게 넘어갈 수 있도록 디자인했으며, 성교육에 대한 고민을 쉽게 소통할 수 있도록 '등대의 만남'이라는 상담 커뮤니티를 서브 페이지로 제작해보았습니다.



Children's Lighthouse

Children's Lighthouse is a website for children's sex education for parents who first became parents. Everyone has a shortcoming and tries to make up for it. As a parent, sex education for children is very important, but since I became a parent for the first time, I planned this website for parents who have no choice but to not know about proper sex education. Parents should let their children know that it is an "important time to grow up to be an adult" who can feel anxious and nervous due to their physical changes. Through this website, parents will learn about secondary sex characteristics and become a lighthouse for children who are becoming adults. On the main page of Children's Lighthouse, it was first designed to evaluate the knowledge level of sex education. If you press the "Test" button, you can go to the test page to test sex education knowledge, and after it is over, you will be able to briefly solve incorrect answers to wrong questions. In addition, it was designed to easily move to the sub-education page you want, and a counseling community called Meeting of Lighthouses was created to facilitate communication of concerns about sex education.

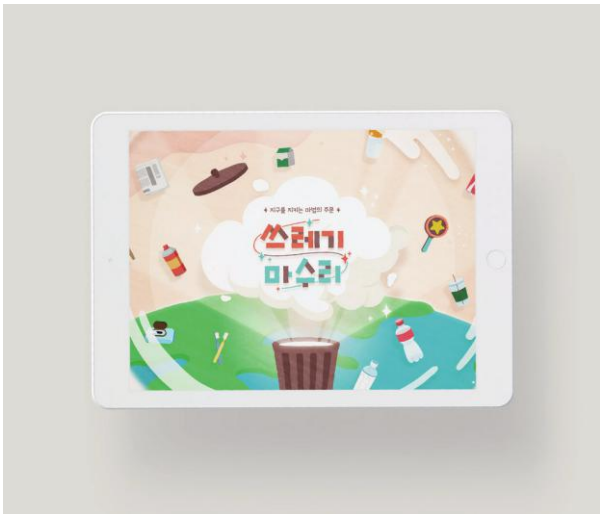
쓰레기마수리

박수빈 PARK SOOBIN / 남진서 NAM JINSEO / 곽진 KWAK JIN /
윤지영 YOON JIYOUNG / 김다혜 KIM DAHYE

'쓰레기 마수리'는 쓰레기로 인한 환경문제 인식과 문제 해결 방법을 학습하고 실천 능력을 기를 수 있도록 돕는 교육용 디지털미디어 콘텐츠입니다. 쓰레기는 현대 사회의 주요한 해결 과제입니다. 현세대를 위한 환경교육은 다방면으로 실행되고 있는 것에 비해, 미래의 주역이 될 아이들의 눈높이에 맞춘 시청각 자료나 보조 교재는 부족한 상황입니다. 따라서 아이들이 환경 문제를 쉽고 재미있게 학습할 수 있도록 '쓰레기 마수리'를 제작하게 되었습니다. '쓰레기 마수리'는 쓰레기로 인한 환경 오염 상황과 이를 해결할 방법들의 구체적인 학습을 도와줍니다. 쓰레기를 분리배출 하는 방법과 그 쓰레기들이 새로운 제품으로 탄생하는 재활용 공정 과정, 그리고 가정에서 직접 실천해 볼 수 있는 새활용품 제작 방법을 학습할 수 있습니다. 각각을 올바르게 수행하여 코인을 획득하면 환경 단체에 기부할 수 있으며, 직접 제작한 새활용품은 환경 보호를 독려하는 메시지와 함께 다른 친구에게 공유할 수 있습니다. '쓰레기 마수리'는 쉽고 직관적인 인터랙션과 인포그래픽을 통해 환경오염 해결책을 효과적으로 학습할 수 있도록 도와주며, 기부와 학습 결과물을 공유하는 과정을 통해 더욱 실질적인 참여를 이끌어 낼 수 있다는 특징을 가지고 있습니다.

Trash Masuri

"Trash Masuri" is an educational digital media content that helps you learn how to recognize and solve environmental problems caused by waste and develop practical skills. Garbage is a major challenge in modern society. Compared to the fact that environmental education for the present generation is being implemented in various ways, there are remarkably few visual materials or auxiliary textbooks tailored to the eye level of children who will be leading the future. Therefore, we have produced "Trash Masuri" so that children can learn environmental problems easily and interestingly. "Trash Masuri" helps you learn specific environmental pollution caused by garbage and how to solve it. You can learn how to separate and discharge waste, the recycling process in which the waste is created into new products, and how to produce upcycling that you can practice at home. If you perform each correctly and earn coins, you can donate to environmental organizations, and you can share your own new products with other friends with messages encouraging environmental protection. "Trash Masuri" helps you learn environmental pollution solutions effectively through easy and intuitive interactions and infographic, and features more practical participation through the process of sharing donations and learning outcomes.



다온

김서연 KIM SEOYEON / 안유진 AHN YUJIN / 김소연 KIM SOYEON

최근 코로나 사태가 장기화 되면서 사회적 거리두기 강화로 인한 외식업계의 고통이 가중되고 있는 가운데, 외식업계에서는 매출 감소로 인한 인건비 절감 문제를 키오스크 서비스 도입을 통해 해결하고 있다. 실제로 2018년 1만대 수준이었던 키오스크 판매량은 2021년 들어 3만대 수준으로 늘어나면서 매년 50% 이상의 성장세를 보이고 있다. 하지만 이러한 언택트 서비스 등장이 신체적·사회적·기술적 제약 등으로 정보통신서비스에 접근하거나 이용하기 어려운 분들에게는 마냥 반갑지 만은 않다. 왜냐하면 디지털 정보격차로 인한 사회적 소외감이 자칫 잘못하면 상대적 박탈감으로 이어질 수도 있기 때문이다. 따라서 '다온'은 디지털 정보 격차 개선, 정보 취약 계층의 삶의 질 향상, 디지털 소외 현상의 해소에 지향점을 두고 제작하게 되었으며, 정보취약계층의 정보접근성 문제를 해결하기 위해 키오스크가 가지고 있는 실질적 문제점을 들여다본 결과 다음과 같은 문제(키오스크 구성 및 배치의 모호함, 디지털 소외감, 키오스크 그림 및 글자의 낮은 가독성 문제, 키오스크의 제한된 시간, 도움 제공자의 부재 등)를 도출할 수 있었다. 따라서 '다온'은 이러한 문제를 해결하게 정보취약계층을 위한 사용자 맞춤형 서비스(튜토리얼, AR 어시스턴트, 블루투스 원격 제어, O2O 도우미 매칭 서비스)를 제공하게 되었으며, 향후 '다온' 앱 서비스는 정보학습 격차 극복에 마중물을 역할을 톡톡히 해낼 것으로 기대하고 있다.

DAON

Amid growing pain in the restaurant industry due to strengthening social distancing due to the recent prolonged COVID-19 crisis, the restaurant industry is solving the problem of reducing labor costs due to reduced sales through the introduction of kiosk services. In fact, kiosk sales have increased from 10,000 units in 2018 to 30,000 units in 2021, showing growth of more than 50% every year. However, the emergence of such contactless services is not just welcome for those who have difficulty accessing or using information and communication services due to physical, social, and technical restrictions. This is because social alienation due to the digital information gap can continue as a relative deprivation if it goes wrong. Therefore, "DAON" was able to derive the following problems as a result of looking into the practical problems of kiosks to improve the digital information gap, improve the quality of life of the information vulnerable, and solve the problem of digital alienation and information accessibility of the information vulnerable. Therefore, 'DAON' solved this problem and provided customized services (tutorial, AR assistant, Bluetooth remote control, and O2O helper matching services) for the information vulnerable. In the future, the "DAON" app service is expected to serve as a foundation for overcoming the information learning gap.



청소 운동 결합서비스 CLEANARY

이윤하 LEE YOONHA / 이신행 LEE SHINHAENG

팬더믹 시대가 도래함에 따라, 야외 대신 집안에서 운동을 하는 트렌드 및 실내 환경 청결을 위한 셀프 케어 위생가전을 소비하는 경향이 나타났습니다. 또한 조사를 통해 청소를 하면 체중을 감량할 수 있을뿐 아니라 스트레스도 줄어드는 효과가 있는 것을 확인했습니다. 이러한 리서치를 바탕으로 'Cleanary' 앱을 기획하였습니다. 'Cleanary'는 스마트폰과 워치가 함께 연동되는 서비스입니다. 사용자는 앱을 통해 청소 계획을 설정하고, 청소 활동 시 칼로리가 자동 측정됨에 따라 청소를 직접 하면서 운동 효과도 동시에 얻을 수 있습니다. 이뿐만 아니라, 사용자는 앱을 통해 집안 IoT를 제어하거나, 청소 및 운동과 관련된 커뮤니티, 스토어 등 다양한 서비스를 즐길 수 있습니다.

Cleaning app with Exercise CLEANARY

With the advent of the pandemic era, there is a trend to exercise at home instead of outdoors. In addition, we confirmed that cleaning not only helps you lose weight, but also reduces stress. Based on the research, we designed the 'Cleanary' app. 'Cleanary' is a service that connects a smartphone and a watch together. Users can set up a cleaning plan through the app, and as calories are automatically measured during cleaning activities, they can do the cleaning themselves and get exercise effects at the same time. In addition to this, users can control home IoT through the app, and enjoy various services such as cleaning and exercise related communities and stores.



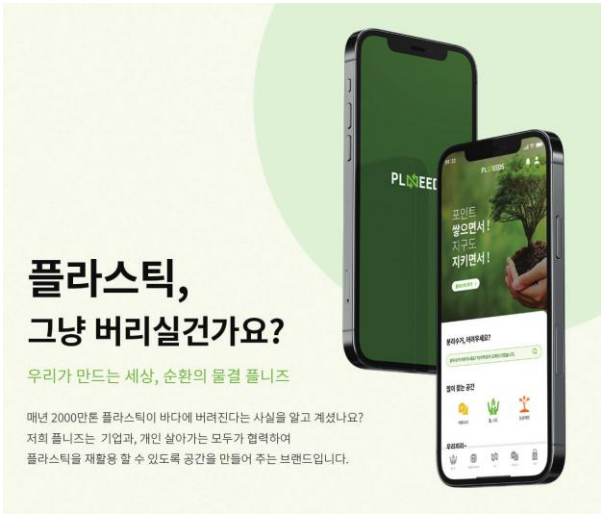
자연과 순환하다 : 플니즈

이동규 LEE DONGKYU / 권소윤 KWON SOYUN / 박진영 PARK JINYONG /
이소희 LEE SOHUI

플니즈는 환경과 공생하며 순환을 목표로 소비자와 기업이 힘을 합쳐 플라스틱을 재활용하도록 합니다. 일반적으로 사람들은 재활용하기까지의 과정을 복잡하다 생각하며 실제 재활용이 제대로 이루어지지 않습니다. 소비자는 재활용 가능한 플라스틱을 모아서 애플리케이션을 통하여 플니즈에게 기부 신청을 합니다. 우리는 정해진 날짜에 쓰레기를 택배를 통해 받아 가며, 소비자는 보답으로 애플리케이션 내에서 사용 가능한 포인트를 지급받습니다. 포인트는 애플리케이션 내에서 돈으로 사용 가능하며 마켓에 입점해있는 재활용가게의 물건을 사거나 할인받으며 포인트로 기부활동을 참여할 수 있습니다. 플니즈의 커뮤니티는 소비자들 간의 단순한 일상을 공유하거나, 재활용에 관한 정보를 서로 공유하며 독려하는 기능을 합니다. 이런 구조의 플니즈는 사람들에게 재활용에 대한 인식을 긍정적으로 바꾸어 주며, 플라스틱의 재활용, 재사용률을 높여 환경을 보호합니다.

circulate with nature : PLNEEDS

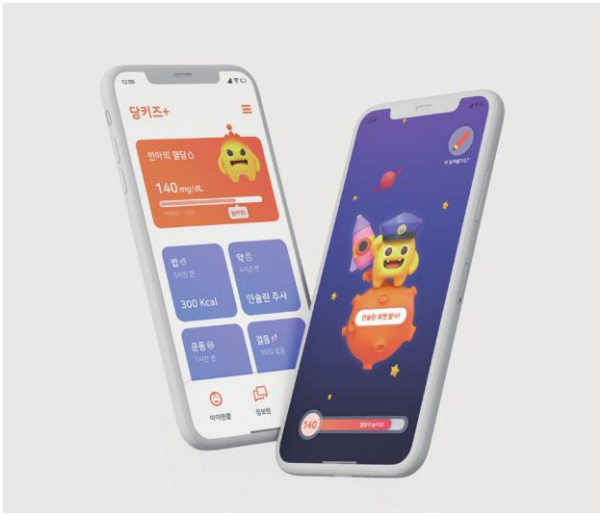
Plneeds is symbiotic with the environment and aims to circulate, allowing consumers and businesses to work together to recycle plastic. Consumers collect recyclable plastic and apply for donations to Plneeds through applications. We receive garbage through courier on a fixed date, and consumers receive points available in the application in return. Points can be used as money in the application, and you can buy products from recycling stores in the market, get discounts, and participate in donation activities as points. Plneeds in this structure positively change people's perception of recycling and protect the environment by increasing the recycling and reuse rate of plastics.



당키즈+

김나은 KIM NAEUN

당뇨 아동은 혈당관리에 어려움을 가지고 있다. 대부분 맞벌이를 하는 오늘날의 부모들과 교실에 있는 모든 학생을 관리해야하는 교사는 당뇨 아동에게 집중적이고 지속적인 관리를 제공하기 어렵다. 이러한 역할 한계로 인해 아동은 스스로 혈당을 관리해야 한다. 또한 당뇨에 대한 사회의 부정적 인식으로 인해 아동은 정서적 문제를 가진다. 이를 해결하기 위해 당키즈+ 는 당뇨 환아에게 자율적인 혈당관리 플랫폼과 즐거운 당뇨 교육 컨텐츠 그리고 정서관리 서비스를 제공한다. 아동의 편리하고 자율적인 혈당관리를 위해 AR컨텐츠를 활용한 식단 기록과 인슐린 주사도우미 등의 혈당관리 도움 컨텐츠를 제공한다. 교육 영상과 게임컨텐츠를 통해 아동은 즐겁게 혈당관리 방법을 학습할 수 있으며, AI 캐릭터와의 대화컨텐츠를 통해 정서를 긍정적으로 관리 할 수 있다. 더불어 앱을 통해 부모와 교사는 아동의 혈당을 편리하게 관리하고 당뇨에 대한 지식을 습득할 수 있다. 부모에게 혈당 관리지표를 제공하여 꾸준한 모니터링을 할 수 있도록 하고, 교사에게 아동의 상태와 상황별 가이드를 제공해 관리의 편리성을 높여, 당뇨 환아의 신체적, 심리적 건강과 학습권을 보장할 수 있다.



Dangkids+

Children have difficulty managing their blood sugar on their own and have emotional problems. To solve problems, Dangkids+ provides diabetes children with an autonomous blood sugar management platform, enjoyable diabetes educational content, and emotional management services. It helps blood sugar management by utilizing AR such as diet records and insulin injection assistants. It provides enjoyable learning through edutainment contents and helps children manage their emotions through conversation with AI characters. In addition, through the app, parents and teachers can conveniently manage children's blood sugar and acquire knowledge of diabetes. It provides parents with blood sugar management indicators for constant monitoring, and provides teachers with guidance on the child's condition and situation to increase the convenience of management, thereby securing the physical and psychological health and learning rights of diabetic children.

한국 김치 프로젝트 cookim

이예지 LEE YEJI / 서민영 SEO MINYOUNG

한국의 김치는 예로부터 그 전통이 이어지고 있다. 그러나 최근 중국에서 김치의 소유권을 주장하며 김치 공정문제가 심해지고 있다. 때문에 김치에 대한 소유권을 확실히 하고 김치에 대한 홍보를 확실히 할 필요가 있다고 생각했다. 김치가 한국의 것임을 널리 알리는 것 뿐만아니라 우리나라의 자랑스러운 김치 문화를 외국에 널리 알리는것에 초점을 맞추어 현재 한국의 김치 홍보방식을 분석하였고, 외국인의 문화를 고려하여 그들의 음식 문화와 김치를 합친 김치 퓨전 레시피 어플인 쿠킴을 디자인하였다. 쿠킴은 한국의 김치를 외국인들에게 그들의 시선에 맞춰 다가가고자 하는 어플리케이션으로 김치의 맛과 향기가 낯설수 있는 외국인들의 문화에 맞춘 퓨전 레시피를 제공해 거부감을 없앴다. 또한 어플 내의 커뮤니티를 통해 사람들이 서로의 음식을 공유할 수 있도록 해 소통의 장을 만들었다. 더 나아가 친환경 밀키트를 제공해 외국인들이 김치를 더 친근하고 쉽게 접할 수 있는 기회를 만들어 김치가 한국의 것 임을 홍보할 수 있게 한다.



kimchi project cookim

Korean kimchi is continuing its tradition. However, kimchi processing problems are intensifying in China, claiming ownership of kimchi. Therefore, I thought it was necessary to make sure that Kimchi was owned and promoted. We designed Cookim, a kimchi fusion recipe application that suits the taste and food culture of foreigners, focusing on promoting kimchi culture abroad. We provide fusion recipes tailored to the culture of foreigners with applications that match the eyes of foreigners. It also created a place of communication to share each other's dishes through the community of applications. Furthermore, by providing eco-friendly meal kits, it creates opportunities for foreigners to access kimchi more friendly and easily, so that they can promote that kimchi is Korea's.

템포

김채원 KIM CHAEWON / 이은지 LEE EUNJI / 차예진 CHA YEAJIN / 한예린 HAN YERIN

요즘과 같이 전염병이 확산하는 시기에는 어른에 비해 면역력이 약한 아이를 키우며 불안감을 느끼는 부모들이 많습니다. 이들을 위해 실시간으로 아이의 건강을 체크할 있도록 도와주는 의료용 스마트 웨어러블이 국내 시장에도 대중화되어야 합니다. 이러한 의료산업 시장을 위해 등장한 템포(TEMPO)는 의료용 스마트 웨어러블로 측정이 부정확하던 기존 웨어러블의 단점을 보완시키기 위해 심장 부근에 부착시키는 형태로 제작되었습니다. 하드웨어는 움직임이 있어도 정확한 측정이 가능하도록 설계되었습니다. 또한 연약한 아이들의 피부에도 안전할 수 있는 고발습 유연 소재와 지름 4cm, 두께 5mm로 몸에 부착되는 면적을 최소화 시켜 불편함을 줄였습니다. 애플리케이션에서는 아이가 착용하고 있는 하드웨어와 연동이 되어 아이의 체온과 심박수를 실시간으로 확인할 수 있고 표준 수치에 이상이 생겼을 시 즉각적으로 사용자에게 알립니다. 또한 병원에 갈 수 없는 상황이 발생하였을 때 상황에 맞는 진료 과목 의사와의 대화로 즉각적으로 조치가 가능합니다.



Tempo

In these days when the epidemic is spreading, many parents feel anxious while raising children with weaker immunity than adults. For them, medical smart wearables that help children check their health in real time need to be popularized in the domestic market. TEMPO, which emerged for this medical industry market, is a medical smart wearable and is designed to be attached near the heart to compensate for the shortcomings of existing wearables that were inaccurate in measurement. Hardware is designed to allow accurate measurement even if there is movement. It also reduced inconvenience by minimizing the area attached to the body with materials that can be safe for vulnerable children's skin, 4cm in diameter, and 5mm in thickness. The application allows you to check your child's body temperature and heart rate in real time in conjunction with the hardware that the child is wearing, and immediately notifies the user if there is an abnormality in the standard level. In addition, when you are unable to go to the hospital, you can take immediate action through conversation with a doctor in the subject that suits the situation.

우리를 잇는 시간 한 조각, 도넛

배유미 BAE YUMI

'도넛'은 서로 다른 시간대에서 살아가지만 비즈니스 회의나 그 외의 소통을 위해 함께 활동할 수 있는 시간을 정해야하는 사람들에게 각자의 시간대를 쉽게 적용하여 비교해 볼 수 있도록 하는 앱 서비스입니다. 최근 전세계로 퍼진 전염병 등으로 인해 비대면 회의가 늘어나면서, 글로벌한 회의를 진행하는 많은 사람들에게 시차를 넘나드는 일정 및 시간을 조정할 필요성이 높아지고 있습니다. 2개 이상의 시간대를 추가하면 그에 맞추어 회의 시간을 계산해 추천해주고, 일정 관리와 알람 서비스도 제공합니다. 또한 메인 페이지와 연동되는 미니 위젯을 통해 줌이나 구글밋 등 화상 회의 서비스에도 쉽게 적용하여 이용할 수 있습니다. 각종 국제 회의나 온라인 게임, 글로벌 커뮤니티의 모임의 필요 시 사용 가능한 만능 앱 서비스입니다.



Double Network Utility for Time Service, Donut

'Donut' is an app service that makes it easy for people who live in different time zones to decide when they can work together for business meetings or other communication. As virtual meetings increase due to the recent pandemic, many people who conduct global meetings need to adjust schedules and times that cross the time lag. After adding two or more time zones, the meeting time is recommended. Schedule management and alarm services are also provided. In addition, it can be easily applied to video conferencing services such as Zoom or Google Meet through a mini widget that is linked to the main page.

오르빗

손현주 SON HYEONJU / 윤종훈 YOON JONGHOON / 조영탁 CHO YOUNGTAK / 신지연 SHIN JIYEON

현대인들은 스마트폰을 이용한 메신저 행위를 기반으로 소통하며 다양한 관계를 형성해 나가고 있습니다. 특히 연인 관계의 유대감 형성에 있어 소통이 중요한 역할을 하기 때문에, 연인들은 스마트폰을 이용한 소통의 빈도수가 높아질 수밖에 없습니다. 하지만 이에 지나치게 의지한다면 관계중독으로 이어질 수 있으며 과도한 집착을 불러올 수 있습니다. 그렇다면 스마트폰을 사용하지 않을 때도 연인들이 소통할 수 있다면 어떨까요? 메신저 대신 감정을 음악으로 표현하는 Orbit은 음악과 스피커라는 매개체를 통해 새로운 소통의 방법을 제안합니다. Orbit은 다른 공간에 있는 서로에게 음악을 선물하고, 연결된 각자의 스피커로 동시에 들으며 함께할 수 있습니다. 또한 다양한 장르의 음악은 사용자를 대신하여 감정과 분위기를 표현합니다. 레코드판 형태 위에 놓여진 구슬이 각각 나와 상대방을 의미하며, 구슬이 놓여진 회전판의 움직임은 음악의 재생 여부를 나타냅니다.



Orbit

Modern people are forming various relationships by communicating based on messenger activities using smartphones. Especially, since communication plays an important role in forming a bond between lovers, the frequency of communication using smartphones is bound to increase. However, if you rely too much on it, it can lead to relationship addiction and lead to excessive obsession. Then what if lovers can communicate even when they are not using smartphones? Orbit, which expresses emotions through music instead of messenger, suggests a new way of communication through music and speakers. Orbit presents music to each other in different spaces, and you can listen to it together on your connected speakers at the same time. In addition, music of various genres expresses emotions and vibes on behalf of users. Each bead placed on the form of a record comes out to mean the other party, and the movement of the rotating plate on which the bead is placed indicates whether the music is played or not.

바람

송하영 SONG HAYOUNG / 서채연 SEO CHAEYEON

새롭게 불어온 바람. 보다 나은 내일을 바람. 나를 찾아온 바람. 배경 – MZ세대가 신흥 소비세력으로 자리 잡으면서 트렌디한 소비를 주도하고 있다. 이들은 윤리적이고 가치 있는 소비를 추구하며, 새롭고 자극적인 콘텐츠와 경험을 요구한다. 그리고 개성과 차별성, 희소성 있는 제품과 서비스에 열광한다. 위 트렌드에 부합하는 플래그십 스토어를 제안함으로써 소비자들에게 새롭고, 가치 있는 경험을 선사한다. 동시에 SI 분야가 취약한 딥티크의 약점을 보완하면서 앞으로의 방향성을 제안한다. 콘셉트 – '나를 찾아줄 유쾌하고, 새롭고, 경이로운 경험.' 불가항력의 바이러스 창궐은 일상 전반에 걸쳐 큰 변화를 불러왔다. 소통과 접촉이 단절되면서 이전과는 다른 일상에 적응해야만 했으며, '나는 누구인가' 라는 기약 없는 질문을 되뇌며 실존적 불안을 겪고 있다. 이에 자신이 누구인지 일깨워줄 공간을 제안하는 동시에, 향을 찾는 과정에서 자아의 불확실성을 해소시켜줄 공간을 제안한다. 디자인 콘셉트 – 딥티크는 지역의 역사와 문화를 그들의 언어로 재해석해 담아내곤 한다. 선 – 중국은 장대한 형으로, 일본은 아름다운 색으로 예술을 표현할 때, 한국은 가느다란 선으로 아름다움을 표현했다. 바람에 몸을 싣고 흩날리는 향, 물속에서 퍼져나가는 먹을 시각화했다. 선을 통한 추상적인 연출을 통해 방문객마다 자의적으로 해석할 수 있도록 의도했다. 흑백 제품의 본연의 향에 집중할 수 있도록 검은색과 흰색을 중심으로 공간을 구성했다. 백의민족이라는 우리의 민족성을 의미하기도 하며, 딥티크의 아이코닉 컬러인 블랙 & 화이트를 통해 수묵화 속으로 들어온 듯한 공간감을 제공한다.

The_Origination

The new wind blowing, Wish for a better tomorrow, The wind that came to me, Background – As the MZ generation has become an emerging consumer, it is leading trendy consumption. They pursue ethical and valuable consumption and demand new and stimulating content and experiences. And they are enthusiastic about individuality, differentiation, and scarcity products and services. By proposing a flagship store that meets the above trend, it gives consumers a new and valuable experience. At the same time, it proposes a future direction while compensating for the weaknesses of the diptic, which is weak in the SI field. Concept. "A pleasant, new, and phenomenal experience that will find me." The force majeure viral fendemic phenomenon has brought about a major change throughout daily life. As communication and contact were cut off, they had to adapt to a different daily life, and they are experiencing existential anxiety by repeating the unscheduled question of "Who am I?" Therefore, it proposes a space to remind you of who you are, and at the same time suggests a space to solve the uncertainty of the self in the process of finding incense. Design concept. Diptyque often reinterprets the history and culture of the region in their language. When China expresses art in grand shapes and Japan expresses art in beautiful colors, Korea has expressed beauty in thin lines. I visualized the scent of the wind and the ink spreading in the water. It was intended that each visitor could interpret it arbitrarily through abstract production through lines. Black and white The space has been organized around black and white so that you can focus on the original scent of the product.It also means our ethnicity of the people of white clothes, and provides a sense of realism as if we have fallen into traditional ink paintings through black and white, the icon color of Diptyque.



연리지 객정

박힘찬 PARK HIMCHAN / 김화리 KIM HWARI / 김수한 KIM SUHAN

연리지 객정은 대전광역시 소제동에 있던 오래된 관사를 재생하는 프로젝트이다. 연리지란 뿌리가 다른 나무가 서로 엉켜 한나무처럼 자라는 현상을 말한다. 소제동의 길과 길이 이어지는 형태가 연리지 나무와 닮아 네이밍 했다. 소제동의 도보 5분 내외의 거리를 두고 3가지 컨셉의 집을 사이트로 잡아 골목과 골목을 잇고 걷게함으로써 동네를 소개하고 활성화로 이어지도록 한다. 1객 1주라는 컨셉으로 높은 역사적 가치의 관사에서 묵으며 소제동을 가장 가깝게 느끼도록 한다. 세가지 컨셉의 집은 각 집의 위치와 생김새에 맞게 당초집, 감나무 큰집, 은행나무 작은집으로 네이밍을 했으며 먼저 소제동의 시작점에 위치한 당초집은 뿌리라는 의미가 있으며, 연리지 객정의 시작을 의미한다. 어메니티와 소제동의 정보를 받을 수 있으며 휴족공간을 즐길 수 있다. 당초집의 휴족 공간 및 카페는 관광객 뿐만 아니라 주민들 또한 이용할 수 있으며, 커뮤니케이션 공간으로서의 역할 또한 수행한다. 4-6인이 묵을 수 있는 감나무 큰집은 연립주택으로 이루어져 있으며, 마당의 감나무를 보며 족욕을 즐길 수 있는 소제동의 관사를 재생한 집이다. 마지막으로 은행나무 작은집은 작은 크기의 연립주택을 재생해 1-2인이 묵기 적당하며 뒷마당의 휴족공간이 있다. 감나무 큰집과 은행나무 작은집은 오래된 연립주택을 재생한 공간이기 때문에 나무 기둥과 천장 구조같은 건축방식을 그대로 느낄 수 있다. 또한 연리지 객정에서 머무는 사람들을 위해 소제동의 상권을 알려주는 지도, 소제동의 철도소리가 담긴 QR코드를 활용한 키링, 족욕 공간을 이용하며 사용하는 배쓰 솔트를 디자인하고 브랜딩했다.

Yeon-li-ji Guesthouse

Yeon-li-ji Guesthouse is a project to regenerate the old official residence in Soje-dong. Yeon-li-ji refers to a phenomenon in which trees with different roots are entangled and grow like a single tree. The road in Soje-dong resembles Yeon-li-ji tree, so it was named so. With a distance of about 5 minutes from Soje-dong, the 3-concept house is set up as a site to introduce the neighborhood and lead to revitalization by walking along alleys and alleys. 'the original house' mean root, and you can receive information from Amenity and Soje-dong, and enjoy the resting space. The large 'persimmon tree house' and 'ginkgo tree small house' are places that regenerate old townhouses, so you can feel the construction methods such as wooden pillars and ceiling structure. It also designed and branded a map that informs the commercial district of Soje-dong for those staying at Yeon-li-ji guest houses, a keyring using QR codes containing the sound of Soje-dong's railroad, and a bath salt for foot bath spaces.



입선

Re-used floating hostel

강다경 KANG DAGYEONG

이 프로젝트는 영국 켄트의 Margate에 위치한 폐건물을 재사용(Adaptive re-use)하는 브리프에서부터 시작됩니다. 최근 전 세계적으로 환경에 관한 관심의 증가와 함께 사람들은 버려진 건물들을 재사용하는, 건물의 서스테이블한 라이프사이클에 대해 많은 생각을 하게 되었습니다. 이러한 사회적 흐름에 맞춰 젊은 층이 급감하고 도시의 활력이 떨어진 Margate 지역의 폐건물을 어떻게 하면 demolishing 하지 않고 효과적으로 재사용할 수 있는지에 대한 1인 프로젝트를 진행했습니다. Margate는 해변이 유명한 도시로 해외여행이 흔하지 않던 8, 90년대에는 수많은 영국 국민이 이곳으로 휴양을 왔습니다. 해당 배경을 참조하여 과거의 역사를 재현할 수 있는 지역 활성화의 수단으로서 소규모 캐빈 호스텔을 제안하게 되었습니다. 특히, 배낭여행자, 타인과 공간을 공유하는 것을 좋아하는 open-minded 한 젊은 층을 타겟으로 잡았습니다. 또한, 해당 건물은 이전 Burton이라는 영국 백화점 브랜드의 건물이었습니다. Burton은 매년 수익의 일부를 남성 건강단체에 기부하는 기업으로 국민건강증진에 관심이 많은 회사 중 한 곳입니다. 이러한 기업 가치에 기반을 두어, 수년간 해당 브랜드의 숍으로서 사용돼왔던 폐건물을 단순히 상업적인 공간만으로 재사용하지 않고 캐빈 호텔로 관광객을 유치함으로써 오는 지역 활성화 효과와 동시에 채리티 숍을 만들어 사회 환원 시스템을 가진 한 개의 커뮤니티 공간으로 탈바꿈시키게 되었습니다.

Re-used floating hostel

The project begins with an Adaptive Re-use brief in Margate, Kent, England. With the recent increase in interest in the environment around the world, people have come to think a lot about the sustainable lifecycle of buildings, reusing abandoned buildings. In line with this social trend, we have worked on a project on how to effectively reuse abandoned buildings in the Margate area, where young people have plummeted and urban vitality has fallen. Margate is a famous beach city, and in the 8th and 90s, when overseas travel was not common, many British people came to rest here. Referring to the background, we proposed a small cabin hostel as a means of revitalizing the region to recreate the past history. In particular, we targeted young people who like to share space with backpackers and others. Also, this building was a former British department store brand called Burton. Burton is one of the companies that is interested in promoting national health as a company that donates part of its profits to male health organizations every year. Based on these corporate values, waste buildings that have been used as shops of the brand for years were not simply reused as commercial spaces, but rather attracted tourists to Cabin hotels, creating charity shops and converting them into community spaces with social reduction systems.





리노베이션 아트 플랫폼 (소제동 예술창고 & 희망공장)

이태림 LEE TAERIM

시민들을 위한 공공 문화시설 확충과 대전지역 예술가 및 청년작가 지원을 위한 공공 아트플랫폼 조성의 필요성에 의해 디자인된 소제동 예술창고와 희망공장은 대전 동구 소제동에 위치한 구 일제 철도관사촌의 폐건물을 리노베이션하여 조성되었다. 전시, 공유작업, 역사문화 아카이브, 문화커뮤니티 등 4가지 주제를 한데 담은 복합문화전시공간의 역할을 수행하여 지역민의 사랑을 받을 수 있는 공간이 되는 것을 목표로 한다.



renovation art platform

The Art Warehouse and Hope Factory in Soje-dong designed by the necessity of expanding public cultural facilities for citizens and creating a public art platform to support artists and young artists in Daejeon. The abandoned building of the old Japanese railway building located in Soje-dong, Dong-gu, Daejeon. It was created by renovation. Exhibitions, sharing works, archives of local history and culture, cultural communities, etc. Performing the role of a complex cultural exhibition space containing four themes. The goal is to become a place where local people can love it.

자연을 탐험하다

문지영 MOON JIYOUNG

노스페이스는 2020년 재활용 페트병을 실로 가공해 원단으로 사용하는 '에코 플리스 컬렉션'을 출시하였다. 이는 한 때 사회적 문제가 된 부정정인 이미지를 젊은 층의 미닝아웃 소비를 공략해 친환경 마케팅으로 이미지 변화를 주고자 하는 노스페이스의 노력이다. 맑고, 깨끗한 전시 공간 속에서 자연에 온 듯한 경험을 제공하여 소비자들에게 노스페이스의 '에코 플리스 컬렉션'과 변화된 친환경 이미지를 홍보하고자 한다.



Explore Nature

In 2020, North Face launched an 'Eco-fleece collection' that processes recycled PET bottles into thread and uses them as fabric. This is an effort to transform the image of North Face, which once became a social problem, into eco-friendly marketing by targeting young people's consumption of Meaning Out. By providing an experience that seems to have come to nature in a clear and clean exhibition space, North Face's "Eco-fleece Collection" and eco-friendly images will be introduced to consumers.

한 보담

최한나 CHOI HANNAH / 박유정 PARK YUJOUNG / 최한나 CHOI HANNA /
김민경 KIM MINKYEONG

코로나19 이후 4차산업에 대한 관심이 높아지고, 점점 디지털 사회로 변화되는 과정 속에 소프트웨어는 삶과 밀접한 영역이 되어왔습니다. '한컴그룹'은 유명한 '한글과 컴퓨터' 뿐만 아니라 소프트웨어와 관련된 인공지능을 통한 로봇개발, 공인인증서 같은 보안 개발인 블록체인 등 미래의 스마트한 도시를 꿈꾸며 나아가고 있습니다. 저희는 '한컴그룹'의 숨겨진 사업을 아직 잘 모르는 일반인, 한컴의 미래의 투자유치를 위한 투자자, 또한 미래 인재육성을 위한 학생들을 대상으로 하는 홍보 전시공간을 설계하고자 합니다.



Han BoDam

After Corona 19, interest in the 4th industry has increased, and software has become an area closely related to life in the process of gradually changing into a digital society. 'Hancom Group' is dreaming of a smart city of the future, not only with the famous 'Hangeul and computer', but also robot development through artificial intelligence related to software and blockchain, which is security development such as public certificates. We would like to design a publicity exhibition space for the general public who are not yet familiar with the hidden business of the 'Hancom Group', investors for Hancom's future investment attraction, and the students for nurturing future talents.

사막 위의 정원

최우지 CHOI WOOJI / 서민영 SUH MINYOUNG

[사막 위의 정원]은 패션 디자이너 브랜드 '자크뮈스'의 2020 S/S 컬렉션만을 위해 디자인된 팝업 공간이다. 컬렉션 쇼에서 선보인 라벤더 밭과 비비드한 핑크색 카펫에서 영감을 받아, 도심 속에서 자크뮈스만의 특별함을 경험할 수 있도록 하였다. 브랜드의 주요 타겟층인 2030 밀레니얼 여성들의 오감을 만족시키는 'Instagramable'한 순간을 제공하고자 비일상적인 형태와 색감의 체험공간을 디자인했다. '내리쬐는 태양'이라는 컬렉션의 테마와 걸맞게, 자연광이 다채롭게 유입되는 둥근 원형 형태로 exterior를 설정했으며, 전반적인 interior는 사막을 연상시키는 상아색 샌드스톤 재질이 사용되었다. 메인 쇼윈도우 VP는 사막 속에서 피어난 라벤더와 해바라기를 담은 정원을 디스플레이 형태로 해석했으며, 자크뮈스만의 아이코닉한 자이언트 모자와 가방과 함께 어울릴 수 있도록 하였다. VP와 더불어 공간 내부에 메인과 서브 PP, 각 아이템을 위한 IP가 배치되어 있으며, 다채로운 공간감을 위하여 낮은 복층으로 구성하였다. 전반적인 공간은 S/S 컬렉션에서 돋보인 진한 핑크색이 포인트 컬러로 녹아있고, 공간의 중앙엔 큰 플라워 조형물을 천장에서부터 떨어뜨려 차별성을 더했다. 살아있는 재질감, 비비드한 색감, 자연광의 패턴 등의 다채로운 요소를 통해, [사막 위의 정원]은 패션브랜드 자크뮈스만의 색을 마주하고 사막 속 오아시스에 있는 것 같은 비일상을 선사할 것이다.

Garden above the Desert

Garden on the Desert is a pop-up space designed only for the 2020 S/S collection of fashion designer brand Jacquemus. Inspired by lavender fields and vivid pink carpets presented at the collection show, it allowed you to experience Jacquemus' unique characteristics in the city center. In order to provide an "instagramable" moment that satisfies the five senses of 2030 millennial women, the main target layer of the brand, we designed an unusual form and color experience space. In line with the theme of the collection "Hot Sun," the exterior was set up in a round shape where natural light flows in a variety of colors, and the overall interior was made of ivory sandstone reminiscent of a desert. The main show window VP interpreted the garden containing lavender and sunflowers blooming in the desert as a display, and made it possible to mingle with Jacquemus's unique iKONIC hat and bag. In addition to VP, the main, sub-PP, and IP for each item are arranged inside the space, and it consists of a low multilayer for a variety of spaces. In the overall space, the dark pink that stands out in the S/S collection melts in a point color, and in the center of the space, a large flower sculpture was dropped from the ceiling, adding to the differentiation. Through various elements such as living texture, vivid color, and natural light pattern, [Garden on the Desert] will face the color of fashion brand Jacquemus and give you an extraordinary daily life as if you were in an oasis in the desert.



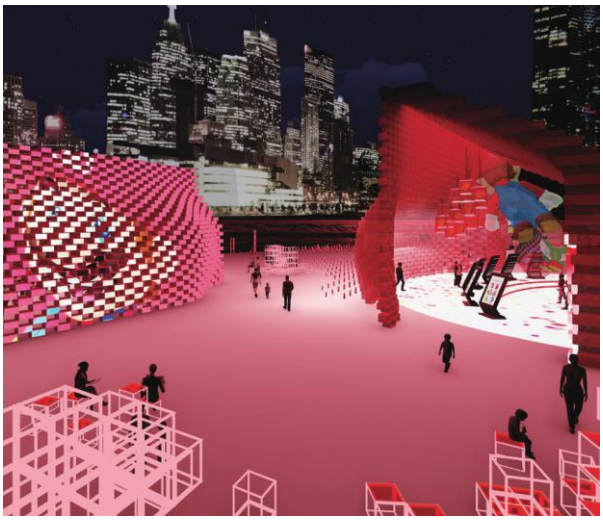
닌텐도 아일랜드

최우지 CHOI WOOJI / 서민영 SUH MINYOUNG

[닌텐도 아일랜드]는 브랜드 '닌텐도'의 발자취의 시간들을 담고 있는 참여형 전시공간이다. '닌텐도를 만나는 시간', '닌텐도와 친해지는 시간', '닌텐도를 경험하는 시간', '닌텐도를 간직하는 시간'이라는 4개의 테마 전시관을 통해, 브랜드가 걸어온 역사와 시간들을 알아보고 참여형 전시를 통해 닌텐도와 함께 쌓아가는 시간들을 만들 수 있다. [닌텐도 아일랜드]는 닌텐도 게임에서 등장하는 '섬(island)'과 게임의 요소인 '픽셀(pixel)'을 모티브로 하였다. 여러 픽셀들이 모여 하나의 장면을 만들어내듯, 다양한 닌텐도의 시간들이 모여 닌텐도 아일랜드를 이루었다. 반포대교 인근 플로팅아일랜드 중 하나인 가빛섬을 사이트로 정하여, 실제 떠 있는 섬같은 전시공간을 만들어 닌텐도가 추구하는 동심과 비일상적 경험을 관람객들에게 선사하고자 한다. 공간의 형태는 섬의 덩어리를 단순화한 굴곡을 따라 입체적인 픽셀을 배치하였으며, 색상은 브랜드의 상징 컬러인 레드로 설정하였다. 전시공간을 아우르는 픽셀들은 철제프레임으로 이루어졌으며, 부분적으로 단면이 LED 스크린으로 처리되어 전시를 디스플레이하거나 체험공간이 될 수 있다. 또한 사방이 물로 둘러싸인 위치적 특성을 고려해 밤이 되면 LED 픽셀 조명을 통해 빛이 나는 섬을 연출하였으며, 전시만을 위한 브랜딩 디테일 또한 공간의 곳곳에서 찾아볼 수 있다. 오늘의 닌텐도가 있기까지의 역사와 게임 콘텐츠에 대한 전시와 더불어, 미디어 AR기술을 활용한 인터렉티브 전시와 기프트샵 등의 공간 구성을 통해 [닌텐도 아일랜드]는 브랜드의 한 조각에 관람객이 기여하고 참여할 수 있는 전시공간일 것이다.

Nintendo Island

Nintendo Island is a participatory exhibition space that contains the footsteps of the brand Nintendo. Through four themed exhibition halls: Time to Meet Nintendo, Time to Get Friendly with Nintendo, Time to Experience Nintendo, and Time to Keep Nintendo, you can find out the history and time the brand has walked and create time to build up with Nintendo through participatory exhibitions. [Nintendo Island] is based on "island" appearing in Nintendo games and "pixel," an element of the game. Just as several pixels gathered to create a scene, various Nintendo times gathered to form Nintendo Island. By designating Garbit Island, one of the floating islands near Banpo Bridge, as a site, we intend to create an exhibition space like an actual floating island to provide visitors with the childhood and extraordinary experiences that Nintendo pursues. As for the shape of the space, three-dimensional pixels were arranged along a simplified curve of the island, and the color was set as red, the symbolic color of the brand. The pixels encompassing the exhibition space are made of iron frames, and the cross section is partially processed as an LED screen, which can be a space for displaying or experiencing the exhibition. In addition, considering the locational characteristics surrounded by water on all sides, the shining island was created through LED pixel lighting at night, and branding details only for exhibitions can be found throughout the space. In addition to exhibitions on Nintendo's history and game contents so far, Nintendo Island will be an exhibition space where visitors can contribute and participate in a piece of the brand through interactive exhibitions and gift shops using media AR technology.



중첩

안재선 AHN JAESUN / 황윤주 HWANG YUNJU

서울의 관문도시이지만 소외된 계층이 주를 이루는 도시인 수색과 미디어 엔터테인먼트 산업의 도시인 DMC역을 이어주는 연결의 장을 제안합니다. 지역의 낙후로 유입인구가 적고, 지역의 연령층이 계속 높아져가는 문제를 가진 수색동은 도시재생의 필요성을 확연히 나타냅니다. 이러한 문제를 해결하기 위해 수색동의 수색역, 이와 마주하고 있는 상암동의 DMC역을 이어 지역 간의 격차를 완화 및 재생하고자 합니다. 교량의 형태로 두역을 연결하여 지역의 상호 교류를 추구합니다. 교량은 수색역이 위치한 은평구의 한옥마을의 역사성과 DMC의 현대성을 내포하기에 미디어와 결합된 한옥의 모습을 나타냅니다. 디자인 키워드는 힐링, 전시, 공감각적 체험입니다. 저희는 이러한 키워드를 따라서 수색역의 아날로그 요소를 한옥으로, 디엠씨의 디지털 요소를 스크린으로 재해석했습니다. 두 지역을 잇는 교량은 자연 길을 따라 걸으며 한옥으로 나아가는 상황을 연출합니다. 파사드 계획은 한옥의 팔각정에서 착안한 디자인입니다. 한옥의 상징인 팔각형을 이용하여 3개의 층을 가진 건축물입니다. 건물의 지붕은 직선과 곡선의 합을 이루는 처마를 표현함으로써 한국의 전통미와 유연함을 드러냅니다. 3개의 층으로 이루어진 이 건축물은 1층은 힐링과 카페, 2층은 전시와 아카이브 공간, 2.5층은 실내공원입니다. 1층은 다양한 연령층이 모여 함께 테라피를 즐기며 소통하며 세대 격차를 줄여 융화를 추구합니다. 2층은 각 지역의 역사성을 알아보고 전시에 관련된 책자를 열람합니다. 2.5층은 지친 일상을 한옥 마루 족욕길과 돌담길의 산책을 통해 해소하고 힐링을 유도합니다.

Overlay

I suggest a venue for connecting Susaek, a city that is a gateway city to Seoul but is dominated by the underprivileged, and DMC Station, a city in the media entertainment industry. Susaek-dong, which has a problem of a small influx of people due to the underdeveloped region and a growing age group in the region, clearly indicates the need for urban regeneration. To solve this problem, we would like to narrow and regenerate the gap between regions following Susaek-dong's Susaek-Station and the facing DMC Station in Sangam-dong. In the form of a bridge, two stations are connected to pursue regional interaction. The bridge is created in the form of a hanok combined with the media because it contains the historicality of the Hanok Village in Eunpyeong-gu, where Susaek-Station is located, and the modernity of DMC. Design keywords are healing, exhibition, and empathy experience. Following these keywords, we reinterpreted Susaek-Station's analog elements into hanok and DMC's digital elements into screens. The bridge connecting the two regions creates a situation where you walk along the natural path and go to Hanok. The facade plan is a design based on the octagonal pavilion of Hanok. It is a three-story building using an octagonal shape, a symbol of hanok. The roof of the building reveals the traditional beauty and flexibility of Korea by expressing the combination of straight lines and curves. The three-story building consists of a healing and cafe on the first floor, an exhibition and archive space on the second floor, and an indoor park on the 2.5th floor. On the first floor, various age groups gather to enjoy the therapy together, communicate, and pursue time to blend by narrowing the generational gap. On the second floor, you will find out the history of each region and read brochures related to exhibitions. On the 2.5th floor, you can take a walk on the Hanok floor foot bath and stone wall road to induce relaxation.



비상사태 관리기

윤수근 YOON SUGEUN

문제 해결과 사용자의 니즈를 충족시키는 것은 디자인의 핵심입니다. 기존 비상유도등은 정확한 방향으로 안내하지 못하고 있음과 동시에 변수가 많은 화재 상황에 즉각&유연적으로 대응하지 못하고 있어 이를 해결하고자 함. 정확한 방향으로 지시하지 못했던 문제점을 해결하기 위해 360도 회전이 가능하도록 하여 정확한 위치로 안내가 가능한 비상유도등 -문제 해결- 1. 360도 회전이 가능하여 정확하게 올바른 공간으로 유도 가능 2. 비상&화재 상황뿐만 아니라 평상시에 필요한 기능을 수행함으로써 기능성 확대 3. 마스크(구호물품)를 구비하여 탈출 확률 향상 4. ICT 기술 융합 – 상황에 따라 즉각적으로 대응하여 최적의 경로로 안내 – 니즈 충족 – 1. 인테리어 – 기존 화재 대응 제품은 화재 상황만을 고려하여 낮은 상품성 보유> 인테리어를 중요시하는 공공 & 상업공간의 니즈 충족 2. 유니버설 – 천정 or 바닥이 아닌 벽에 부착되어 가시성과 접근성 향상 3. 정확한 방향을 지시 – 가독성 향상 및 오류성 감소.

Emergency Director

Solving problems and meeting user needs are key to design. Existing emergency guidance lights are not guiding in the correct direction, and at the same time, they are not immediately and flexibly responding to fire situations with many variables, so we are trying to solve this problem. To solve the problem of not being able to direct in the correct direction, we propose an emergency guide lamp that enables 360 degrees of rotation and guides you to the correct location. -Solves the problem - 1. 360-degree rotation allows accurate guidance into the right space 2. Expand the functionality of emergency exit light by performing its usual necessary functions as well as emergency & fire situations 3. Improving the chance of escape with masks 4. ICT Technology – Guide to optimal path depending on situation -Meet needs- 1. Interior – Meeting the needs of public & commercial space 2. Universal – Attach to walls to improve visibility and accessibility 3. Directing accurate direction – improved readability and reduced error tolerance.



Absorb – X

안유찬 AHN YUCHAN / 임지호 LIM JIHO / 조수빈 JO SUBIN



많은 나라는 폭우가 오면 배수로가 역할을 제대로 하지 못해 도로의 침수 피해를 경험한다. 지금의 배수로가 가진 문제점은 무엇이 있을까. 1. 청소하기 힘들다. 2. 쓰레기들과 담배꽁초로 인해 원활한 배수가 안된다. 3. 하수도와 쓰레기들의 냄새가 난다. 담배꽁초들은 하수구를 통해 강과 바다로 흘러가는데, 담배 필터의 독성물질이 생태계에 악영향을 끼친다. 큰 틈의 배수로는 원활한 배수에 적합하고 작은 틈의 배수로는 쓰레기가 들어가지 않고 외관이 깔끔하다. Absorb – X는 두 개의 장점을 합쳤다. 평소엔 작은 구멍들이 배수의 역할을 해주고 아랫판에 물이 차게 되면 내부의 스프링이 x자 형태의 판을 내린다. 우리 제품은 쓰레기가 들어가지 않는다. 큰 쓰레기들은 간단한 청소로 처리할 수 있다. 만약 작은 쓰레기가 들어가면 판을 들어 올려 분리해 털어낼 수 있어 하수도에 들어가지 않는다. 판이 평평하기 때문에 자동차나 오토바이의 바퀴가 빠지지 않는다.

Absorb – X

Many countries experience flooding damage on roads due to poor drainage when heavy rains occur. What are the problems with the current drainage channel? 1. It's hard to clean. 2. Due to the influence of garbage and cigarette butts, the drainage is not smooth. 3. It smells like sewage and garbage. Tobacco butts flow into rivers and seas through sewers, and toxic substances in cigarette filters adversely affect the ecosystem. The drainage path of the large gap is suitable for smooth drainage, and the drainage path of the small gap does not contain waste, so the exterior is neat. Absorb – X combines these two advantages. Usually, small holes act as drainage, and when the bottom plate is filled with water, the inner spring lowers the x-shaped plate down. Our product doesn't contain trash. Large trash can be removed with simple cleaning. If small trash enters, it does not enter the sewer because the plate can be lifted and separated. Because the plate is flat, the wheels of the car or motorcycle do not fall out.

플레이스 에코

노보현 NOH BOHYUN



높은 빌딩, 메케한 매연이 가득한 도시. 그 도시의 공원 속 위치한 작은 도서관인 '플레이스 에코'는 도시 생활에 지친 현대인들에게 휴식처가 되어줄 수 있습니다. 키포인트가 '자연 친화'인 만큼 투명 천장으로 보이는 오늘의 하늘을 보며 독서를 할 수 있고, 중심부의 식물벽 기둥을 통해 시각적, 심리적 안정을 취할 수 있습니다. 비가 오는 날엔 빗물이 천장의 구멍을 통해 기둥의 내벽으로 흘러들어가 식물에 흡수되고 나머지 빗물은 밑으로 배수되어 다시 땅으로 흡수됩니다. 또한 사용자들에게 안정감을 주기 위해 외부와 내부 모두 곡선적인 형태를 가지고 있으며, 의자와 칸막이, 도서관 외벽에 붙어있는 카운터기가 서로 연동되어 빈 좌석을 한번에 파악할 수 있습니다.

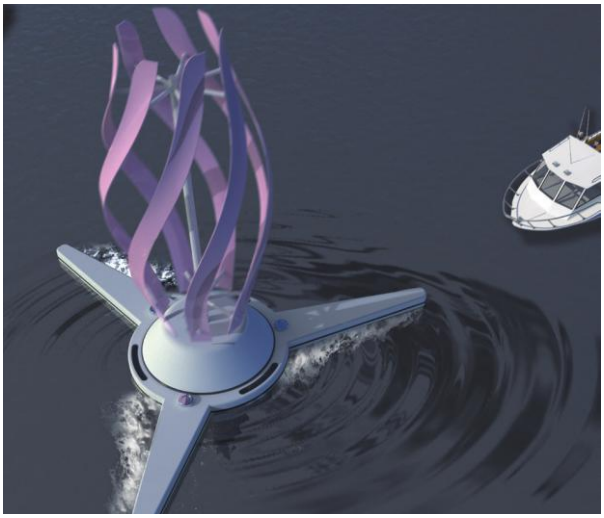
place_Eco

A city full of tall buildings and car fumes. Place_Eco, a small library located in the city's parks, can be a resting place for modern people who are tired of city life. As the key point is "nature-friendly," you can read while looking at the sky visible through the transparent ceiling, and you can relax visually and psychologically through the plant wall columns in the center. On rainy days, rainwater flows through a hole in the ceiling to the inner wall of the pillar and is absorbed by plants, and the rest of the rainwater is drained down and absorbed back into the ground. Also, both exterior and interior have curved shapes to give stability to users.

풍력 녹조 방지기

임선민 IM SUNMIN

해마다 녹조현상으로 인근 마을이나 주민들에게 피해를 주고 있습니다. 녹조현상은 물이 정체 되어있는 강이나 바다에 녹조현상이 일어납니다. 이를 방지하고자 풍력터빈을 이용하여 물이 정체 되어있는 곳을 흘려주도록 디자인 하였습니다. 녹조현상으로 인해 피지 못하는 수생식물이 다시 필 수 있다는 의미를 담기 위해 풍력 구조물을 꽃을 모티브로하여 디자인하였습니다.



BLOOMWIND

The algae phenomenon is causing damage to nearby villages and residents every year after year. Algal bloom occurs in rivers or oceans where water is stagnant. To prevent this, the wind turbine is designed to flow water where it is stagnant. It is designed with the motif of flowers that give the meaning that aquatic plants that cannot bloom due to algae can bloom again.

앤드뉴

유경인 YOO GYEONGIN

현대인들의 운동에 대한 관심의 증가로 운동 용품 시장이 활성화되며 자신에게 맞는 운동용품을 구매하거나 가지고 다니는 사람들이 많아졌다. 그에 따라 운동 용품들은 소비자들의 개성에 맞게 색상 및 디자인도 다양해졌다. 하지만 운동 용품을 사용하고 난 후 가방 안에 보관했을 때 땀으로 인한 세균의 번식 등 청결의 문제가 발생했다. 또한 기존 운동 가방 내부는 어두워서 잘 보이지 않아 수납에 문제를 겪는다. 무채색과 한정적인 디자인들은 각자의 개성을 나타내기에는 한계점이 있었으며 불필요하게 크기가 커서 일상에서 가지고 다니기에 부담스러운 문제가 있다. ANDNEW는 기존 운동 가방의 문제를 보완한 패션 아이템이며 운동용품 수납 및 보관용 적외선 살균 가방이다.



ANDNEW

The sports equipment market has been revitalized, and more and more people are buying and carrying sports equipment that suits them. In response, sports equipment has become more diverse in color and design to suit the individuality of consumers. However, when the sports equipment was used and then stored in a bag, problems of cleanliness such as bacterial growth due to sweat occurred. ANDNEW is a fashion item and an infrared sterilization bag for storing athletic equipment.

고이댕기 카메라 스트랩

안현주 AN HYEONJU

한국의 다양한 전통을 알리고 싶었기에 전통에 대한 자료를 찾던중 '고이댕기'의 사진이 한 눈에 들어왔습니다. 댕기를 현대적으로 재해석한 제품은 시중에 많이 있지 않다는 점과 화려한 디자인, 특유의 색감이 맘에 들었고, 양쪽이 다른 그림이 조화롭게 어우러지는 고이댕기의 매력을 살릴 수 있는 스트랩을 찾던 중 카메라 스트랩이 적합하다고 생각하여 제작하게 되었습니다. 카메라 스트랩을 어떻게 해야 엔틱한 감성을 친환경적으로 제작할 수 있을지 생각하던 중, 엔틱의 고급스러운 느낌을 '동물성 가죽을 사용하지 않은' 인조가죽으로 표현하면 어떨까? 하는 생각이 들었습니다. 동물성 섬유를 사용하는 것도 사육, 가공 과정에 있어 발생하는 분뇨가 환경에 적잖은 영향을 끼친다는 사실은 이미 많은 분들이 알고 있는 부분이라고 생각합니다. 인조가죽을 사용하는 것 또한 지속가능한 패션을 위한 친환경 제품에 해당한다고 생각되어 이를 사용하여 제작하게 되었습니다. 이와 더불어 환경에 해를 가하지 않기 위하여 천연 염료를 사용하여 가공과정에서 합성화학약품을 사용하지 않기를 바라는 마음에서, 친환경 잉크를 사용하여 제작하였습니다. 고이댕기는 서북지역에서 쓰던 몽골풍의 혼례용 댕기로 조선시대 이후 서북지역의 여자들이 혼례나 회갑연과 같은 의례에서 예장용으로 사용하였습니다. 길이는 250cm 정도거나 혹은 그 이상으로 다른 댕기에 비해 길이가 긴 것이 특징입니다. 한쪽 가닥에는 소나무, 대나무, 사슴 등의 여러색깔의 십장생문을 수놓았으며 다른 가닥에는 모란, 연꽃 등의 화조문이 수놓아져 있습니다.



an embroidered silk (pigtail) ribbon (for a bride) Camera Strap

I wanted to promote various traditions in Korea, so I saw a picture of "Goidanggi" at a glance while looking for data on traditions. I liked the fact that there are not many modern reinterpreted products on the market, the colorful design, and the unique color. Different paintings on both sides are harmonized. While looking for a strap that can make use of the charm of this product, I thought the camera strap was the most suitable and made it. While thinking about how to make the camera strap eco-friendly for the antique sensibility, why don't we express the luxurious feeling of the antique with artificial leather "without animal leather"? That's what I thought. I think many people already know that the use of animal fibers has a significant impact on the environment due to manure generated during breeding and processing. The use of artificial leather was also thought to be an eco-friendly product for sustainable fashion, so we made it using it. In addition, in order not to harm the environment, we used eco-friendly ink, hoping that synthetic chemicals would not be used in the processing process using natural dyes. "Goidanggi" is a Mongolian wedding ornament used in the northwest and has been used by women in the northwest since the Joseon Dynasty at events such as weddings and banquets. The length is about 250cm or more, which is very long compared to other accessories. Various colored patterns such as pine, bamboo, and deer were placed on one strand, and flower patterns such as peony and lotus were applied to the other.

숄토크로스백

목은명 MOK EUNMYOUNG

Maniani 가방의 디자인은 원방각(天地人)을 의미하는 원, 사각형, 삼각형을 디자인에 담아내어 우리의 사상의 중심인 원방각을 우리의 실생활 속에 담는 의미를 갖고 있습니다.



Shoulto Crossbag

The design of the Maniani bag has the meaning of capturing Wonbanggak, the center of our thoughts, in our real life by capturing circles, squares, and triangles, which mean Wonbanggak.

액자속 강아지

김효선 KIM HYOSUN

어린이를 위한 패턴을 제작해 보았습니다. 패턴 적용 용도는 리빙과 소품에 초점을 두었습니다. 어린이들이 좋아하는 귀여운 강아지를 컨셉으로 잡았고, 주로 밝은 톤의 컬러를 사용하여 아이들의 시각을 자극할 수 있도록 하였습니다. 서로 다른 강아지 사진들이 각기다른 액자 속에 들어가 귀엽고 재미있는 형태로 보이도록 배치 및 구성 하였습니다. 액자의 크기 및 모양을 서로 달리하여 시각적으로 지루하지 않도록 하고, 복잡한 그림대신 단순한 일러스트로 강아지를 표현하였습니다. 아이들의 방 벽지나 커튼, 이불, 바구니, 가방 등 아이들과 관련된 인테리어 용품 어디든 적용가능 하도록 패턴을 만들어 보았습니다.



A puppy in a frame

I made a pattern for children. The application of the pattern focused on living and interior accessories. The concept is a cute puppy that children like, and it mainly uses bright colors to stimulate children's vision. Different photos of dogs are placed and organized in different frames to look cute and interesting. The size and shape of the frame are different so that it is not visually boring, and the dog is expressed with simple illustrations instead of complex pictures. I made a pattern so that it can be applied to children's wallpapers, curtains, blankets, baskets, bags, etc.

Being & Beside 디지털 텍스타일 프린팅 스카프 컬렉션

이찬희 LEE CHANHEE

코로나19로 인해 나의 곁의 사람들과 일상을 나누는 관계의 소중함을 깨닫게 되었다. 이에 나라는 '존재'인 Being과 존재의 곁인 Beside에 주목하고 그 관계 속 작은 이야기들을 스카프에 담았다. 작업은 일기, 일상의 오브제, 공간에서 영감을 받아 핸드 드로잉과 직접 찍은 사진의 포토 몽타주를 중심으로 그래픽 디자인을 선행하였다. 이후 DTP 작업을 통해 텍스타일을 구현해 스카프를 제작하였다. 특히 컬렉션 구성은 Diary, Picture, Film 총 3가지 라인으로 기획되었다. 첫 번째 Diary 스카프는 일기장 속 드로잉과, 단상글, 사진첩 속 '사물'에서 모티프를 얻어 핸드 드로잉과 캘리그라피로 풀어낸 라인이다. 이어 두 번째는 Picture 라인은 직접 찍은 사진을 빛 바랜 유화의 텍스처로 바꾸어 액자 속 그림으로 넣었고, 이에 드로잉과 컷 아웃 배경처리를 더하는 등 포토 몽타주 작업을 이루었다. 마지막, 'Film' 스카프 라인은 트윌리와 롱 타이 스카프로 이루어져 있다. 우연히 마주친 일상 속 장미 풍경에 다양한 붓 터치감을 더한 트윌리는 앞뒤 배색을 통해 빈티지와 모던한 무드를 동시에 연출한다. 타이 스카프는 흰 눈이 내리는 아파트 앞 놀이터 등 추억이 깃든 사진에 캔버스 질감을 부각시키는 작업을 통해 마치 아날로그 필름의 한 순간으로 기록했다. 특히 린넨 조직감의 소재에 빛이 투과되어 나타나는 자연스러운 아름다움이 두드러진다. 전체적으로 고급스러움 속 유니크함이 돋보이는 스카프 컬렉션이며, 다양한 스타일로 연출할 수 있어 활용도 또한 높다.

BEING & Beside Digital Textile Printed Scarf Collection

Based on the importance of the relationship that was realized by COVID-19, I focused on the existence, "Being", and the side of existence "Beside", and put small stories in the relationship on the scarf. Inspired by diaries, everyday objects, and spaces by my side, the work was done by graphic designs focused on hand-drawing and photo montage of photographs taken directly. Later, DTP operations implemented textual styles to create scarves. In particular, the collection consisted of three lines: Diary, Picture, and Film. The first Diary Scarf is a line that is solved with hand drawing and calligraphy by obtaining motifs from "Things" in a diary drawing, short writing, and photo album. The second was that Picture Line changed the photos taken by itself into faded oil painting textures and applied them as pictures in frames, adding drawing and cut-out background processing. Finally, the "Film" scarf line consists of a twillie and a long tie scarf. Twilly, which adds various brush touches to the rose landscape in everyday life by chance, implements vintage and modern vibes at the same time through back and forth colors. The tie scarf recorded it as if it were an analog film moment by highlighting the texture of the canvas in photos of memories such as a playground in front of an apartment with white snow. In particular, the natural beauty of light transmitted through the material of linen tissue stands out. Overall, it is a scarf collection that stands out for its uniqueness in its luxuriousness, and it is also highly utilized as it can be produced in various styles.



시간의 가치

김유경 KIM YUKYEONG

시간을 나타내는 기계장치인 '시계'의 다양하고도 아름다운 모습을 핸드 드로잉으로 표현해 패턴을 만들었습니다. 시계들이 서로 빼곡하게 엉켜있는 모습을 통해 시간이 우리의 삶에 미치는 영향과, 시간과 삶의 관계를 시각적으로 나타냈습니다. 시간에 쫓기며 바쁜 일상을 살아가는 현대인들에게, 다른 어떤 것으로도 대체할 수 없는 '시간의 소중한 가치'에 대해 환기시키기 위해 '시간의 가치' 라는 작품을 만들었습니다.

Value Of Time

I made a pattern by hand-drawing various and beautiful features of the clock, a mechanical device that represents time. Through the intertwined images of clocks, the effects of time on our lives were visualized. I created a work called "Value of Time"to remind modern people of the precious value of time that cannot be replaced by anything else.



행복한 신호

장재익 JANG JAEICK

코로나19 바이러스의 영향으로 인테리어에 관심도는 높아지고 있으며, 벽지, 침장류와 함께 카페트 소비가 늘어났다. 그러나 실을 사용하는 경우 수작업이나 기계로 짜여져도 매우 고가의 가격으로 형성되어 있다. 또한 세탁 및 관리가 매우 어려운 편이여서 사용 및 보수 유지하는 것에 어려움이 있다. 이에 본인은 현재 트렌트에 부합되는 디자인 컨셉을 가지며, 동시에 가격을 낮추고 세탁 및 유지 관리가 쉬운 제품 제작하였다. 카페트 디자인 컨셉은 어려운 팬데믹 상황의 해결을 바라는 사람들의 염원을 기호화(sign)하였고, 밝고 희망찬 컬러로 포인트를 주었다. 이 카페트는 화이트 벽지나 어두운 계열의 바닥재로 꾸며진 기존의 인테리어에 쉽게 녹아들 수 있다. 카페트 제작 방법은 1~3mm의 기모가 있는 100% 폴리에스테르 원단에 대형(150x200cm까지 가능) 승화전사프린팅 기계를 이용하여 빠르고 쉽게 대량생산이 가능하다. 전사된 원단에 가볍고 두께감이 있는 원단을 넣고 카페트 미끄럼방지 원단을 덧붙여 마무리하여 기존의 카페트 기능을 유지할 수 있게 제작하였다. 장정은 기존의 카페트에 비해 가볍고, 물세탁이 가능하며 폴리에스테르 원단으로 제작되어 쉽게 건조된다.

Happy Signal

Due to the influence of the COVID-19, interest in interior design is increasing, and carpet consumption has increased along with wallpaper and beddings. However, the carpet is made at a very high price even if it is woven by hand or by machine. It is also very difficult to wash and manage, making it difficult to use and maintain repair. Therefore, I have a design concept that fits the current trend, while at the same time lowering prices and producing products that are easy to wash and maintain. The concept of carpet design symbolizes the desire of those who wish to solve the difficult pandemic situation, and gives points in bright and hopeful colors. This carpet can be easily incorporated into the existing interior decorated with white wallpaper or dark flooring. The carpet manufacturing method can be mass-produced quickly and easily using a large printing machine (up to 150x200cm) on 100% polyester fabric with 1~3mm of fleece. Light and thick fabric was added and carpet anti-slip fabric was added to maintain the existing carpet functionality. It is lighter than conventional carpets, can be washed with water, and is easily dried because it is a polyester fabric.



한국의 팝아트

김성희 KIM SUNGHEE

한국 전통 민화에 등장하는 용, 잉어, 해태와 같은 모티브들을 기하학적 도형의 반복이나 면 분할, 형체의 단순화를 강조한 팝아트의 표현기법을 결합하여 한국의 미를 화려하고 키치한 팝아트적 무드로 재해석하였다. 각각의 모티브들을 복잡하면서도 엉킨 듯이 배치하여 보다 팝아트적이고 비비드한 색감을 강조한 것이 특징이다. 민화가 가진 기존의 전통적이고 고전적인 이미지에서 벗어나 보다 영하고 대중적인 무드를 표현하였다.

Korean Pop-art

Motives such as Dragon, Carp, and Haitai in traditional Korean folk paintings are reinterpreted into colorful and kitschy pop art moods by combining pop art expressions that emphasize repetition, face division, and simplification of geometric shapes. Each motif is arranged in a complicated yet tangled manner, emphasizing a more pop art and vivid color. It expresses a more youthful and popular mood, breaking away from the traditional and classical images of folk paintings.



나비되어날다

김정희 KIM JUNGHEE

세상의 고통과 시름을 이겨내고, 금빛 찬란한 꽃으로 아름답게 탄생되는 꽃과 그 향기를 찾아 날아드는 나비를 표현한 작품이다. 작품 속의 나비는 꽃을 좋아해 꽃밭을 가꾸시더니, 떠나신 날에도 수많은 꽃 속에서 환하게 웃고 계셨던 나의 어머니의 표상이다. 다시 반복되는 자연의 생명력은 어머니에 대한 지난 추억과 그리움이 되어 꽃과 나비로 탄생시켰다.
용도/ 브로치 & 반지세트
소재/ 브로치18K-Y.Gold, 다이아몬드, 남양골드진주 / 62×28×25㎜
반지I/ 18K-Y.Gold, 다이아몬드, 남양골드진주 / 42×65×12㎜
반지II/ 18K-Y.Gold, 다이아몬드, 남양골드진주, 인페리얼시트린 / 50×30×35㎜



Flying butterfly

This piece depicts flowers that beautifully bloom as radiant gold flowers by conquering agonies and difficulties of the surroundings, and butterflies that are flying towards the flowers by their fragrances. The butterflies symbolize my mother who used to love and nurture flowers in her flower garden and was smiling brightly among flowers on the day of her passing away. Nature's recurring life-force became memories of and longing for her which were created as flowers and butterflies. USE / Brooch & Ring[Set] Material/ BROOCH, RING I/ 18K-Y.Gold, Diamond, South Sea Gold Pearl. RING II/ 18K-Y. Gold, Diamond, Imperial Citrine, South Sea Gold Pearl.

韓屋(한옥)

박성원 PARK SUNGWON

한옥 기와의 아름다운 곡선들을 모티브로 한 결혼을 앞둔 연인들을 위한 주얼리 세트 디자인(반지, 귀걸이, 펜던트). 주얼리 세트의 메인 보석은 5㎜/4.2㎜ 다이아몬드(라운드브릴리언트컷)를 중앙에 프롱 세팅기법을 활용했고 보조석은 핑크사파이어를 프롱 세팅한 예물 주얼리 세트 디자인. 이미지는 3D모델링과 3D렌더링 프로그램을 활용했다.



Korean-style house

Jewelry set design(ring, earrings, pendant) for couples who are about to get married based on beautiful curves of Hanok tiles. The main gem of the jewelry set uses a 5 mm/4.2 mm diamond(round brilliant cut) in the center, and the auxiliary seat is a gift jewelry set design with a pink sapphire front set. The image utilized 3D modeling and 3D rendering programs.

코더스

허서영 HEO SEOYEONG

코딩 열풍에 대해서 들어본 적 있나요? 최근 개발자 일자리가 급증하며 많은 사람들이 코딩 공부를 시작하고 있습니다. 하지만 코딩이 적성에 맞지 않는다면요? 고등학생과 대학생들에게 가장 필요한 것은 그들이 개발 분야에서 일하고 싶은지 확인하는 것입니다. 그리고 이를 확인하기 위해서는 지루한 개념을 공부하기 보다 실제 프로젝트를 직접 코딩해보면서 알아보는 것이 더 효과적입니다. 코더스는 코딩을 배우고 싶어하는 고등학생들과 대학생들이 여가 시간에 실제 프로젝트를 코딩함으로써 배울 수 있도록 도와주는 플랫폼입니다. 코더스에서는 코딩에 관심 있는 학생들이 자신이 만들고 싶은 프로젝트를 만들며 실용적인 지식들을 공부할 수 있습니다.

Coders

People in Korea are crazy about coding. With the recent growth in developer roles in the job industry, many people are switching to the tech industry. However, what happens when you don't have an aptitude for coding? Instead of blindly diving into the tech industry, what high school and college students need most is to check if they want a tech career. And the best way to do is by doing the actual job. Coders is a platform that aims to help Korean high school and college students who want to learn coding by allowing them to learn as they code a real project in their spare time. In coders, students can code projects they would like to create and study practical knowledge at the same time.



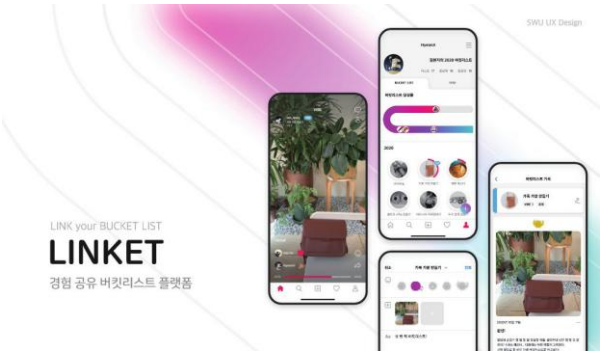
링킷

팽예영 PAENG YEYOUNG / 김서연 KIM SEOYEON

경험을 공유하며 버킷리스트를 함께 이뤄가는 플랫폼 LINKET. 자신의 버킷리스트를 이루는 과정을 찍어 친구들에게 영상(Vibe)으로 공유합니다. 사람들은 하나의 목표에 대한 영상을 초반, 중반, 후반의 과정으로 보게 됩니다. 영상만 보는 것을 넘어, 공통의 버킷리스트를 가진 사람들끼리 그룹을 이루어 정보를 공유하고 응원하고 동기부여를 해서 함께 목표를 이룹니다. 버킷리스트를 이루는 전 과정을 보면서 자연스럽게 신뢰를 쌓습니다. 내가 관심있는 정보에 대해서는 링크를 하고 사람들의 다양한 정보를 아카이브 할 수 있습니다. 각자의 버킷리스트를 이루지만, 과정을 보고 경험을 공유할 수 있는 플랫폼 LINKET입니다.

Linket

LINKET, a platform that shares experiences and achieves bucket lists together. "Linket" helps you to 'Link' with people and achieve your Bucket list. You can share the process of achieving your goal as a video(Vibe). People will see you achieving your goal divided in 3 stages; early, mid, and late stage. People with a common bucket list can gather around as a group to share information, encourage, and motivate each other. Naturally gaining trust. Everyone makes their own bucket list, but in LINKET, you can see the process and share your experiences together.



입선

헤드레스트 산소마스크

황채영 HWANG CHAEYEONG / 강동호 KANG DONGHO / 이치수 LEE CHISOO /
김우리 KIM WOORI / 이소연 LEE SOYEON

헤드레스트 산소마스크는 위급상황 시 헤드레스트에서 꺼내 사용할 수 있는 산소마스크이다. 자동차에는 산소 마스크가 장착되어 있지 않아 긴급 상황시 대처가 어렵다. 자동차 헤드레스트 내부에 산소통과 산소마스크를 내장시켜 위급상황 시 꺼내 사용할 수 있다. 이것은 언제 어디서 발생할지 모르는 위급상황 속에서 생명을 구할 수 있는 중요한 아이템이 될 수 있고, 우리 모두의 소중한 생명을 지켜주는 마스크이다.



Headrest Oxygen mask

The headrest oxygen mask is an oxygen mask that can be taken out of the headrest and used in an emergency. The car is not equipped with an oxygen mask, making it difficult to respond in an emergency. The oxygen tank and oxygen mask are built-in inside the car headrest, so you can take it out and use it in an emergency. This can be an important item that can save lives in an emergency where you do not know when and where to store it, It is a mask that protects the precious lives of all of us.

메디케어

김환호 KIM HWANHO / 임혜진 LIM HYEJIN

메디케어는 병원에 다니며 생기는 의료 데이터를 종합적으로 관리 할 수 있도록 해주고 사용자에게 올바른 의료 정보를 제공해주며, 병원과 제휴하여 편하게 의료 서비스를 제공받고, 건강을 관리할 수 있도록 서비스하는 어플리케이션입니다. 의료 정보는 일반인이 접근하기 어려운 경우가 있으며 인터넷에서 제공되는 의료 정보는 신빙성이 떨어져 건강에 해가 될 수 있고 전문용어같은 것이 어려워 이해하기 어려운 경우가 있습니다. 이러한 문제를 해결하고자 메디케어 어플을 생각하고 디자인하였으며 이를 통해 사용자들이 좀 더 병원을 편하게 이용하고, 올바른 의료 정보를 통해 건강을 관리하며 질병을 치료할 수 있기를 도움이 되기를 바랍니다.



Medicare

Medicare is an application that allows you to comprehensively manage medical data generated while visiting a hospital, provides correct medical information to users, and provides convenient medical services in partnership with hospitals and health management. Usually, Medical Information is too difficult to understand what is means, and that's the reason Why People feel inconvenient about hospital. The Medicare application was conceived and designed to solve these problems, and we hope that it will help users to use the hospital more comfortably, manage their health with the right medical information, and cure diseases.

디어라이더

서보원 SEO BOWON / 강진수 KANG JINSU / 이현민 LEE HYEONMIN

빠른 배송을 우선시하는 배달 서비스의 가치를 전환하여 안전한 배송문화가 정착될 수 있도록 배달원의 안전과 사회적 인식을 고려한 배달 서비스를 제안합니다. 배달원의 안전과 관련하여 기상 정보가 앱의 첫 화면에 제시되고, 주행 중 상황을 고려하여 스마트워치를 통해 진동으로 안전 알림이 제공됩니다. 또한, 배달원의 운전 습관에 기반한 안전 등급을 적용하여 안전 운전을 유도합니다. 배달원의 사회적 인식과 관련한 기능으로 배달 상품 수령 이후, 점주의 친절도를 평가할 수 있습니다. 또한, 교통이 지연될 경우 도로 상황이 포함된 CCTV 이미지를 포함하여 배달 지연 메시지를 고객에게 전송할 수 있습니다. 목적지에 도착하면, 고객과의 마찰 등 불미스러운 상황에 대비하여 스마트워치에서 음성녹음 기능이 작동합니다. 결론적으로 고객과 점주, 배달원이 다함께 존중할 수 있는 기능을 적용한 서비스를 제공합니다.

Dear'Rider

We propose a delivery service considering the safety and awareness of the delivery person so that a safe delivery culture can be established by converting the value of delivery services that prioritize fast delivery. Provide weather forecast and intuitive smartwatch notifications directly related to safe driving and apply safety ratings to deliverymen to induce safe driving. Also, we provide services that customers, shop owners, and deliverymen can respect together, such as evaluating the kindness of the store owners, delay messages that can be sent to customers during traffic delays, and voice recording when arriving at the destination.



시작해, 시니어 웰에이징 독려 구직 플랫폼

김유정 KIM YUJUNG / 이다인 LEE DAIN / 임예주 IM YEJU /
김다솜 KIM DASOM

현재 대한민국 인구 중 약 16%를 차지한 노인 계층이 겪는 빈곤 문제와 디지털 리터러시 문제는 노인 삶의 만족도를 저하시키고 소비 둔화를 촉진시켜 멀리 보면 경제 성장 둔화를 일으킬 수 있습니다. 이러한 문제를 해결하기 위해 노인 친화적인 인터페이스를 제공하여 사용자가 쉽게 사용할 수 있도록 하였고, 서비스를 통해 최종적으로 시니어의 웰에이징을 이끌어 내는 것을 목표로 앱을 디자인했습니다. 시작해는 사용자의 구직활동 전반을 케어해주는데, 구직 목록을 보여주는 것부터 쉽게 내 소개를 작성할 수 있게 하고 면접 일정을 관리하며 면접 팁을 제공합니다. 친근한 말투로 전달되는 응원 메시지는 사용자가 구직 활동을 좀 더 편안하게 느낄 수 있도록 해줍니다. 시작해는 은퇴 후 재취업하고자 하거나, 활발한 사회활동을 원하는 노인에게 다양한 구직 활동과 사회 활동을 제공하여 웰에이징을 독려하는 구직 플랫폼입니다.

SZK, The Recruiting Platform for Seniors

Senior has been a part of approximately 16% out of South Korea's population. And they have encountered poverty and low level of digital literacy problems. It can make the quality of life goes down and domestic economic growth slower in near future. To solve these kinds of problems, we designed a senior-friendly interface to make it easier for users. Our goal is to make seniors age well. Of course, we help users from A to Z such as showing a job list based on users' preference, scheduling interviews, sending supportive messages with a friendly tone to make users feel comfortable, and etc. SZK is the new recruiting platform to support seniors to get a job & live a better life.



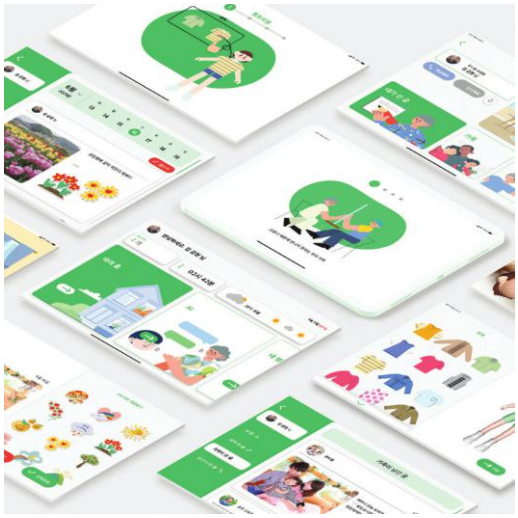
모다모도

권민주 KWON MINJU / 김다혜 KIM DAHYE

모다모도는 코로나19로 면회가 어려운 요양원 입소자를 위한 메타버스비대면 소통 어플리케이션입니다. 코로나 19로 인하여 요양원 입소자와 그의 가족들은 면회에 제한을 받습니다. 영상통화로 진행한다 하여도 제한된 환경에 제대로 대화조차 나눌 수 없어 가족들은 아쉬움을 느끼고, 입소자는 소통공백을 느낄 수 밖에 없고, 외로움을 크게 안게 됩니다. 그래서 보호자와 입소자들에게 '시간과 공간의 제한이 없는 화상통화 서비스와 가상공간에서의 만남을 할 수 있는 기회'를 제공하는 서비스를 기획하게 되었습니다. SNS 커뮤니케이션 서비스를 제공하여, 입소자와 가족의 지속적인 상호작용을 도모하고, 메타버스를 통해 캐릭터를 만들어 영상통화 이상의 시각적 상호작용 만남의 기회를 제공하고, 공간의 제약을 받지 않기 때문에 취미나, 사회 활동을 할 수 있는 플랫폼이 될 수 있습니다. 또한 가족이 없는 노인분들께는 내가 만든 AI 챗봇과 대화를 나누어 소외감을 해소시켜줍니다. 코로나 19로 인해 노인들의 우울증이 크게 증가했다고 합니다. 하지만 대화만으로도 금방 해소된다고 합니다. 모다모도는 외로움을 느끼는 모든 분들께 조금의 따뜻함을 주기 위한 서비스를 제공합니다.

feeling of mingled

ModaModo is the Metaverse communication application for the people who suffered with the limited visit of the sanatorium. Due to the Covid-19, the visit for people in sanatorium and their families are being restricted and it causes a communication gap between them and elders who feel left out and lonely. Therefore, we design the service to provide an opportunity to the elders to meet their families in virtual space without the limitation of time and space. This application provides the social network service to promote the interaction between them. Build the character with Metaverse to provide the chance to have visual interaction. It can be the platform for people to have social activities. It also relieves the sense of alienation by talking to the AI chatbot that I made for the elderly without family members. It is said that the depression of the elderly has increased significantly due to COVID-19. However, these problems can be solved quickly by conversation alone. Modamodo provides a service to give everyone who feels lonely a little cozy.



VR 장보기 서비스, 장보고

김민형 KIM MINHYEONG / 변경리 BYEON GYEONGRI / 신지예 SHIN JIYE /
전수미 JEON SUMI / 조현지 CHO HYUNJI

장보고는 '내 물건은 내가 보고 산다'를 모토로 하여 카메라를 통해 신선식품을 실시간으로 보여주고 원하는 식품을 선택해 담을 수 있는 고객 맞춤 언택트 장보기 서비스입니다. 일반 전자상거래 시장은 상품을 사진을 통해서만 판단할 수 있으며, 직접 보고 살 수 없다는 단점이 있습니다. 그로 인해 발생하는 가장 큰 문제는 소비자가 배송 받는 상품의 품질을 신뢰할 수 없다는 점입니다. 이러한 문제점을 개선하여 장보고는 실시간 파노라마 촬영으로 고객이 상품을 직접 확인하고 선택하여 담을 수 있도록 하였습니다. 상품은 층별로 상품이 진열되어 있으며, 아이콘을 선택하여 각층으로 이동 가능합니다. 간편한 조작을 통해 상품을 선택하여 장바구니에 담을 수 있습니다. 또한, 상품이 소비자에게 전달되기까지의 과정을 영상을 통해 실시간으로 바로 확인 할 수 있어 배송과정을 신뢰할 수 있습니다. 장보고는 일반 쇼핑과 'VR' 리뷰를 동시에 보여줌으로써, 제품을 이미지로 보고 구매했을 때와 실시간 영상으로 보고 구매했을 때의 제품 상태와 소비자의 만족도를 비교하여 확인할 수 있습니다. VR 장보기가 낯선 고객을 위해 기존 이커머스 형태를 차용한 일반 쇼핑도 함께 제공합니다.

VR Shopping Service, JANGBOGO

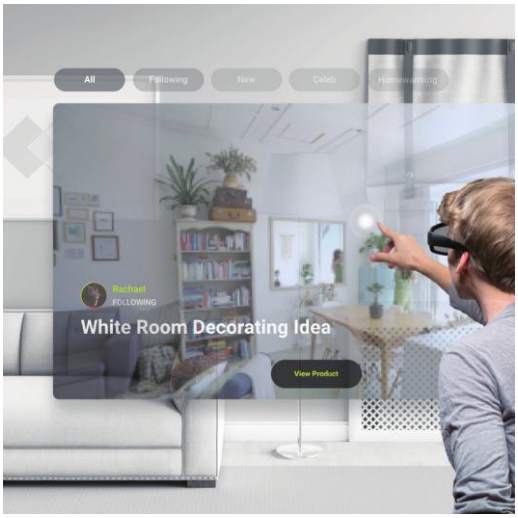
JANGBOGO is a customized contactless shopping service that allows you to show fresh food in real time through a camera and select and store the food you want under the motto of "I see and buy my things." The general e-commerce market has the disadvantage of being able to judge products only by pictures and not being able to see and buy them in personally. The biggest problem with this is that consumers cannot trust the quality of the products they receive. By improving these problems, JANGBOGO allows customers to directly check and select products through real-time panorama shooting. Products are displayed on each floor and can be moved to each floor. You can choose a product and put it in the cart through simple manipulation. In addition, you can check the process of delivering the product to the consumer in real time through the video, so the delivery process is also reliable. JANGBOGO shows both general shopping and "VR shopping" reviews, allowing you to compare product status with consumer satisfaction when you purchase it by viewing it as an image and real-time video. For customers who are unfamiliar with VR shopping, we also offer general shopping that borrows the existing e-commerce form.



퍼니 – AR 글래스를 이용한 셀프 홈퍼니싱 커머스

계유민 KYE YUMIN / 고다현 KO DAHYUN

점점 더 많은 사람들이 홈퍼니싱의 매력을 느끼고 있습니다. 사람들이 자신의 공간을 꾸미고 공유하는 것은 한 축의 문화가 되어가고 있습니다. 하지만, 셀프 홈퍼니싱을 위한 과정에는 아직까지 많은 불편함이 따릅니다. 편리한 온라인 쇼핑은 일상이 되었지만, 리빙 제품의 특성상 실물을 가늠해보기 어렵고, 제품을 받은 후의 설치 과정이 복잡한 경우가 많기 때문입니다. 퍼니는 AR글래스를 이용한 셀프 홈퍼니싱 커머스입니다. 메타버스를 이용해 기존의 온-오프라인 리빙 제품 쇼핑 경험을 융합하였습니다. 퍼니와 함께라면 집에서도 누구나 멋진 셀프 인테리어를 완성하고, 서로 공유할 수 있습니다.



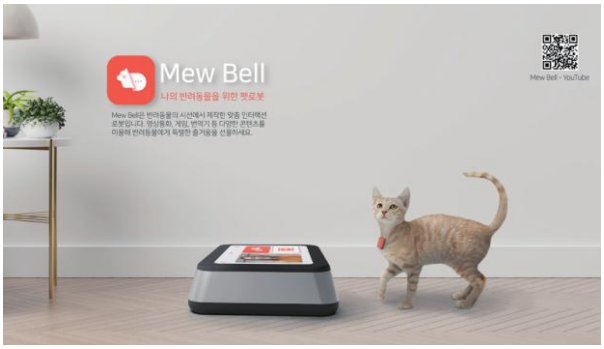
FURNI – Self home furnishing commerce with AR glasses

More and more people are attracted to home furnishing. It is becoming an axis of culture for people to decorate and share their own space. However, there are still many inconveniences in the process of self-home furnishing. Convenient online shopping has become a daily routine, but due to the nature of living products, it is difficult to measure the actual product, and the installation process after receiving the product is often complicated. 'FURNI' is a self-home furnishing commerce using AR glasses. Using the Metaverse, we combined the online and offline living product shopping experience. With 'FURNI', anyone at home can complete great self-interiors and share them with each other.

뮤벨

김초희 KIM CHOHEE / 손해전 SON HAEJEON

Mew Bell은 반려동물의 시선에서 제작한 맞춤 인터랙션 로봇입니다. 영상통화, 게임, 번역기 등 다양한 콘텐츠를 이용해 반려동물에게 특별한 즐거움을 줄 수 있습니다.
1. 화상통화 – Mew Bell의 화상 통화 기능을 통해 반려동물과 밖에서도 함께할 수 있습니다. 메인화면 속 주인의 얼굴 버튼으로 반려동물이 주인에게 전화를 걸 수 있습니다.
2. 게임 – 반려동물의 사냥 본능을 끌어낼 두 가지 게임을 플레이할 수 있습니다. 'Catch a mouse', 'Ping pong' 과 같은 게임들이 기다리고 있습니다.
3. 번역 – 반려동물이 무슨 말을 하는지 궁금할 때 번역 기능을 사용할 수 있습니다. 동물 음성 인식기인 Mew Bell의 목걸이로 반려동물이 어디서 무슨 말을 하더라도 듣고 전부 번역할 수 있습니다.

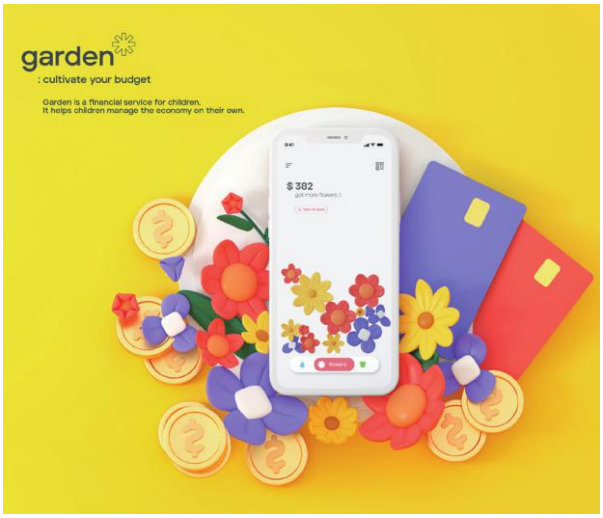


Mew Bell

Mew Bell is a customized interaction robot made from the perspective of a pet. You can give special pleasure to pets by using various contents such as video calls, games, and translators.
1. Video call – Through Mew Bell's video call function, you can be with your pet outside. The owner's face button on the main screen allows the pet to call the owner. 2. Games – You can play two games that will bring out your pet's hunting instinct. Games like 'catch a mouse' and 'ping pong' are waiting. 3. Translation – Mew Bell's necklace, an animal voice recognizer, allows you to listen and translate everything your pet says wherever it is.

garden

이진원 LEE JINWON / 오승빈 OH BEENCENT / 우민성 WOO MINSUNG



자녀의 용돈 관리, 어떻게 하고 계신가요?
돈은 더 이상 보이지 않는 존재가 되어갑니다. 돈의 가치는 플라스틱 카드 안으로 들어갔고, 화폐를 건네는 행위가 낯설게 느껴집니다. 부모의 입장에서 이러한 금융 개념과 경제관념을 가르치는 것이 쉽지 않습니다. 볼 수도, 만질 수도 없는 돈을 사용하는 자녀들은 경제활동을 그저 카드를 긁는 행위로 생각하게 되며, 아이들에게 돈이란 그저 고정적이고 수동적인 존재로 생각합니다. 어린이용 금융 서비스인 가든은 바쁜 부모들을 대신하여 아이들에게 돈의 생명력을 알려줍니다. 꽃을 활용한 다양한 인터랙션과 미션들은 아이들이 올바른 경제관념을 배우고 저축과 투자를 생활화하는 습관을 기를 수 있도록 합니다. 더 나아가 서비스에서 제공하는 가든 페이를 활용한다면 아이들의 주체적인 소비 경제활동을 자극할 수 있습니다. 그리고 부모 전용 앱을 통해 아이의 경제활동 데이터를 손쉽게 파악하여, 아이들에게 올바른 가이드가 되어주시면 좋겠습니다.

garden

How do you manage your child's allowance? Money is becoming invisible. The value of money has gone into a plastic card. It is not easy for parents to teach these financial concepts. Children who use money that they can't see or touch think of economic activity as sliding a card. For children, money is a passive existence. Garden teaches children of the vitality of money. Various interactions and missions using flowers enable children to learn the right economic systems and develop a habit of investment a daily life. Garden hope you can easily identify your child's economic data through a parent app and be the right guide for your child.

데일릿

최수인 CHOI SUIN / 노지우 NOH JEEWOO / 김효선 KIM HYOSUN /
박소현 PARK SOHYUN / 전윤수 JEON YOONSOO



Dailit은 구독 서비스 속 다크패턴을 드러내고 이를 이용하는 사용자들의 합리적 소비를 돕는 구독 관리 서비스입니다. 최근 구독 경제의 성장과 더불어, 사용자를 교묘하게 속임으로써 현명한 구독 서비스 이용을 방해하는 다크패턴 디자인 또한 발전하고 있습니다. 사람들이 이용하는 구독 서비스가 점점 많아질수록, 사소한 구독료로 인해 간과되는 지출 낭비를 막기 위해 다크패턴을 파악하는 것이 선행되어야 합니다. Dailit은 다크패턴을 드러내고 숨겨진 정보를 가시화시킴으로써 사용자의 지출 낭비를 방지하고, 긍정적인 구독 서비스 이용 경험에 기여합니다. 구독 속 어두움을 밝혀준다는 의미를 가진 손전등이 Dailit의 디자인 모티브가 되었으며, 이는 특히 사용자들이 주목해야 하는 내용을 드러낼 때 검은 배경 위 손전등의 노란 빛을 연상시키는 그래픽을 대비시킴으로써 그 중요성을 강조하는데에 나타납니다. Dailit은 다크패턴으로 인한 피해를 줄여줌으로써, 궁극적으로는 사용자가 구독 서비스를 장기적으로 현명하게 관리할 수 있도록 돕습니다. 사용자의 구독 현황에 대한 정보 및 분석 결과 뿐 아니라, 앞으로 구독하고자 하는 서비스에 대한 계획까지 세울 수 있도록 하는 기능들을 제공함으로써, Dailit은 사용자의 주체적인 구독 서비스 이용을 유도하고자 합니다.

Dailit

Dailit is a subscription management service that reveals dark patterns in subscription services and helps users consume them reasonably. Along with the recent growth of the subscription economy, dark pattern designs that hinder smart subscription service use by deceiving users are also developing. As more and more subscription services people use, it is necessary to identify dark patterns to prevent waste money spent on minor subscription fees. Dailit prevents users from wasting their spending and contributes to a positive subscription service experience by revealing dark patterns and visualizing hidden information. Flashlights, meaning to light up the darkness in the subscription, have become Dailit's design motif, which emphasizes the importance of contrasting graphics reminiscent of yellow lights, especially when revealing what users should pay attention to. Dailit reduces the damage caused by dark patterns, ultimately helping users manage subscription services wisely in the long run. Dailit wants to induce users to use independent subscription services by providing information and analysis results on the user's subscription status as well as the functions to plan for the services they want to subscribe to in the future.

VIT'S: 지속가능한 스킨케어 리테일

홍준표 HONG JUNPYO

VIT'S는 더 건강한 미래를 추구하는 기초화장품 전문스토어입니다. 이미 수십년 동안 검증된 훌륭한 스킨케어 제품들을 엄선하고, 조금 다른 방법으로 고객에게 제공합니다. 체계적인 용기 순환시스템을 운영하는 VIT'S를 통해 제품을 구매하는 것만으로도, 소비자는 더 건강한 미래에 한 발 다가설 수 있습니다. 화장품 제조사들은 브랜드와 제품 라인마다 다른 소재와 형태의 용기를 사용합니다. 환경적 관점에서 이것은 현명한 선택이 아닙니다. 소재가 섞이거나 형태가 복잡해지면 재활용 처리에 필요한 비용이 늘어나기 때문에, 폐기 단계에서 재활용을 포기하게 되기 때문입니다. 한 조사에 따르면, 오늘날 유통되고 있는 화장품의 90%는 사실상 재활용이 불가능한 용기에 담겨 소비자에게 전달되고 있습니다. 모두가 사용하는 필수 화장품, 환경에 더 적은 영향을 끼치면서 사용할 수는 없을까요? 생산-판매-소비자가 함께 선택하는 더 건강한 스킨케어 스토어를 소개합니다. VIT'S는 더 건강한 미래를 추구하는 기초화장품 전문스토어입니다. VIT'S는 규격화된 자체 용기에 여러 브랜드의 기초화장품을 담아 판매하고 용기가 순환하는 시스템을 운영하는 방식으로 환경의 지속가능성을 보전하는 스킨케어 리테일 서비스입니다.



VIT'S: Sustainable Skincare Retail

VIT'S is a store specializing in skincare that pursues a healthier future. We carefully select great skincare products that have already been proven for decades and provide them to customers in a slightly different way. Consumers can take a step closer to a healthier future just by purchasing products through VIT'S, which operates a systematic container circulation system. Cosmetics manufacturers use different materials and types of containers for different brands and product lines. This approach is not a wise choice from an environmental point of view. When the materials are mixed or the shape becomes complicated, the cost of recycling increases, so we give up recycling at the disposal stage. According to a survey, 90% of cosmetics distributed today are delivered to consumers in containers that are virtually non-recyclable. Can't we use essential cosmetics that everyone uses with less impact on the environment? Introducing healthier skincare stores that consumers choose together. VIT'S is a store specializing in skincare that pursues a healthier future. VIT'S is a skincare retail service that pursues environmental sustainability by selling various brands of skincare products in standardized containers and operating a system in which containers circulate.

대동어지도

이주환 LEE JUHWAN / 손현주 SON HYEONJU / 김보성 GIM BOSEONG /
서현웅 SUH HYUNWOONG

손맛에 푹 빠진 대한민국, 현재 대한민국은 여가 생활 취미로 낚시를 선택하는 입문자가 빠르게 늘고 있으며 특히 COVID19로 인하여 한적하고 조용한 나만의 취미활동으로 낚시가 취미생활로 각광받고 있습니다. 하지만 낚시 초보들에게는 낚시에 대한 정보를 얻기 힘들며 커뮤니티를 중심으로 정보가 공유되는 특성으로 인하여 초보자들의 낚시 입문은 쉽지 않습니다. 또한, 초보자들의 낚시 활동 규정 비준수와 안전사고 증가 또한 낚시 문화의 큰 문제로 대두되고 있습니다. 이러한 문제점을 해결함과 동시에 낚시 트렌드에 발맞춘 어플리케이션으로써 낚시초보부터 낚시 애호가까지 낚시에 필요한 모든 정보를 얻을 수 있는 대동어지도를 만들게 되었습니다. 대동어지도는 해양수산부 데이터를 활용하여 낚시장소, 조건정보, 랭킹정보 등을 제공하며 재미와 편의성을 높인 어플리케이션입니다. 낚시 전, 낚시 중, 낚시 후 낚시 전반에 걸친 실제 프로세스와 UI/UX 프로세스를 서로 맞추어 사용자의 편의성을 높인 UI/UX 디자인을 구성하였습니다. 또한, AR/VR기능을 통해서 물고기 길이를 측정하고 이를 랭킹 시스템으로 서로 경쟁하는 게임적인 요소와 경쟁 요소를 반영하여 이용자들의 자발적인 참여도를 높이고자 하였습니다.



Daedong fish map APP used

The number of beginners who choose fishing as a hobby in leisure life is increasing rapidly, and fishing has recently been spotlighted as a hobby as a quiet and quiet hobby due to COVID19. However, it is difficult for beginners to get information about fishing, and it is not easy for beginners to enter fishing due to the nature of sharing information around the community. In addition, non-compliance with fishing activity regulations for beginners and increasing safety accidents are also emerging as a big problem in fishing culture. At the same time as solving this problem, we created a Daedong Fish Map where you can get all the information you need for fishing, from beginners to fishing lovers, as an application in line with the fishing trend. Daedong fish map APP used data from the Ministry of Oceans and Fisheries to provide fishing market, condition information, ranking information, etc. to enhance fun and convenience. In addition, UI/UX has been configured to enhance user convenience according to the process of fishing before, during, and after fishing. Through the AR/VR function, we measured the length of fish and reflected the game elements that compete with each other through the ranking system to increase participation.

베네프 : 베네핏이 반짝이는 동네를 담은 호텔 경험

임예원 LIM YEAWON

Benef는 식오락 인프라가 부족한 중소형호텔과 해당 동네의 중소상공인을 연결하여 투숙객에게 풍부하고 차별화된 지역 경험을 제공하는 중소형 호텔 전용 컨시어지 앱 서비스입니다. 룸 내부에 비치된 태블릿 앱과 스마트 밴드를 통해 서비스를 이용할 수 있습니다. 투숙객은 태블릿을 통해 비대면으로 각종 호텔 서비스를 요청할 수 있습니다. 또한 Drop&Go 서비스를 통해 호텔 방 안에서 다양한 지역 맛집 음식과 지역 중소상공인의 제휴상품을 배달받으며 실내에서도 풍부한 먹거리와 체험거리를 즐길 수 있습니다. 걸어서 도착할 수 있는 호텔 근거리에 명소를 추천받고 호텔 내외에서 진행되는 지역 중소상공인과 주민이 이끄는 체험 콘텐츠에 예약 및 참여 할 수 있습니다. 지역화폐가 충전된 스마트밴드로 지역 명소 길 안내, 호텔 안과 지역 상점에서 간편 결제, 결제 할인 혜택을 받을 수 있습니다. 이를 통해 투숙객들은 호텔을 거주지 삼아 동네 자체를 경험하고 소비하며 다양한 경험을 즐기고, 중소형 호텔은 지역 경제 활성화 및 커뮤니티의 중심지로 재탄생할 수 있습니다.



Benef

Benef is a concierge app service which dedicates to small and budget hotels which lack food and entertainment infra. This provides you a rich & differntiated local experience to guests by connecting local business in the area. hotel services will be provided to every guest by using the tablet app and smart band placed in the room. Through the use of Benef app, budget hotels can be reborn as community centers the local economy.

시각장애인, 당신을 위한 한상차림

김나형 KIM NAHYEONG

2년 전, 봉사활동을 통해 시각장애인 아동들과 함께 1년의 시간을 보낸 경험이 있다. 하루는 그 아이들과 밥을 먹는 도중에 전맹(빛을 전혀 지각하지 못할 정도로 시각에 장애가 있는 상태)인 친구가 누군가가 골라주는 반찬만 먹는 모습을 보았다. 혹은 먹기 전에 '이 반찬은 뭐예요?', '김치는 어디 있어요?' 등 계속해서 질문을 해야 한다는 모습을 알게 되었다. 그 때 이런 생각이 들었다. '이 아이들이 자신이 좋아하는 반찬을 직접 선택해서 스스로의 힘으로 먹을 수 있는 방법은 없을까?' 내가 가진 작은 능력으로 아이들이 자립심 있게 성장할 수 있도록 조금이나마 힘이 되고 싶었고, '공예'라는 나의 전공을 살려 그 친구들을 위한 식기를 만들어보자는 생각이 들었다. 내가 만든 식기에는 밥 공기에는 밥, 국 공기에는 국, 물 잔에는 물, 4등분으로 나누어진 반찬 그릇에는 김치류, 고기류, 나물류, 튀김류 등의 표기가 되어있다. 반찬에 따라 매번 그릇을 바꿀 순 없기에 고기, 나물 등으로 크게 분류해서 표기하였다. 이를 통해 아이들은 손으로 직접 접시에 새겨진 점자를 읽고 느끼며 스스로 반찬을 골라 먹을 수 있다. 실제로 접시를 시각장애 아동에게 전달했을 때의 그 감격을 잊지 못한다. 단순히 식사를 하는 적은 시간일지라도 이러한 작은 변화부터 이끌어가는, 세상에 다양한 방식으로 존재하는 이들에게 힘이 되는 공예가로 성장하고 싶다.



Blind, set a table for you

Two years ago, I had spent a year with blind children through volunteer work. One day, while eating with the children, I saw a friend in a state of visual impairment who was unable to perceive any light eating only side dishes chosen by someone. Before eating the side dishes, he asked, "What's this side dish?" "Where is kimchi?" I kept asking questions. At that time, I thought like this, "Let's find a way for them to choose their favorite side dishes and eat them on their own". I wanted to be a little supportive so that children could grow up with independence with my small abilities, and I thought that I should use my major, crafts, to make tableware optimized for my friends. The tableware I made is marked with rice in a rice bowl, soup in a soup bowl, water in a water cup, and kimchi, meat, vegetables, and fried food in a side dish bowl divided into four parts. Since the bowl cannot be changed every time depending on the side dish, it is classified and marked as a representative side dish. Through this, children were able to read and feel braille engraved on a plate by hand and choose their own side dishes. In fact, when I delivered the plates to blind children, I was unforgettable. Even if it's just a short time to eat, I want to start with these small changes and grow into a craftsman who gives strength to a variety of people in the world.

숨결

윤보섭 YUN BOSEUP

전통 머릿장을 현대적으로 재해석하였다. 참죽나무와 느티나무를 사용하였고 백동 장석을 달았다. 전면에 여백의 공간을 두어 가구와 주변 환경의 소통을 표현하였다.



breath

A modern reinterpretation of the traditional headscarf. Oak trees and zelkova trees were used, and nickel feldspar was attached. The space in the front is used to express the communication between households and the surrounding environment.

입선

우물정(井)과 반복패턴을 활용한 데스크서비스 디자인

김소윤 KIM SOYUN

최근 covid-19의 확산으로 집에 있는 시간이 많아지면서 인테리어 시장 및 인테리어 소품 판매량이 급증하고 있다. 이러한 시장의 흐름에 맞게 데스크 서비스로 기능을 갖추면서도 제품을 사용하지 않을 때에는 사용 상의 용도 기능을 탈피하여 실내 인테리어 및 공간의 분위기를 한층 높여주는 오브제로 활용할 수 있게 디자인 하였다. 이로서 우물정(井)자와 반복패턴을 활용해 데이터화 하여 양산 가능한 고품질 데스크 서비스 세트 디자인을 제안한다. 세트의 기능은 각각 조명, 블루투스 스피커, 펜 트레이, 펜꽂이, 사진꽂이, 명함꽂이의 기능을 결합한 다용도 접시이다. 세트에 등장하는 반복패턴은 심플한 단순 도형의 반복같이 느껴지지만, 우리 전통문양 중 십자문에서 문양맨 바깥의 테두리 원형을 안쪽으로 반복하여 문화를 담았다.



desk service design using pound key and Patterns

With the recent spread of covid-19, more time at home, the interior market and sales of interior accessories are rapidly increasing. In accordance with this market trend, it is designed to be used as an object that enhances the atmosphere of the interior and space by breaking away from the purpose of use when the product is not in use while having a function as a desk service. In this way, we propose a high-quality desk service set design that can be mass-produced by utilizing the well-defined character and repeating patterns. The function of the set is a multi-purpose plate that combines the functions of lighting, bluetooth speaker, pen tray, pen holder, photo holder, and business card holder. The repeating pattern appearing in the set feels like a simple repetition of a simple figure, but it was culturally expressed by repeatedly applying the outer border circle inward, focusing on the + pattern among our traditional patterns.

섬잔

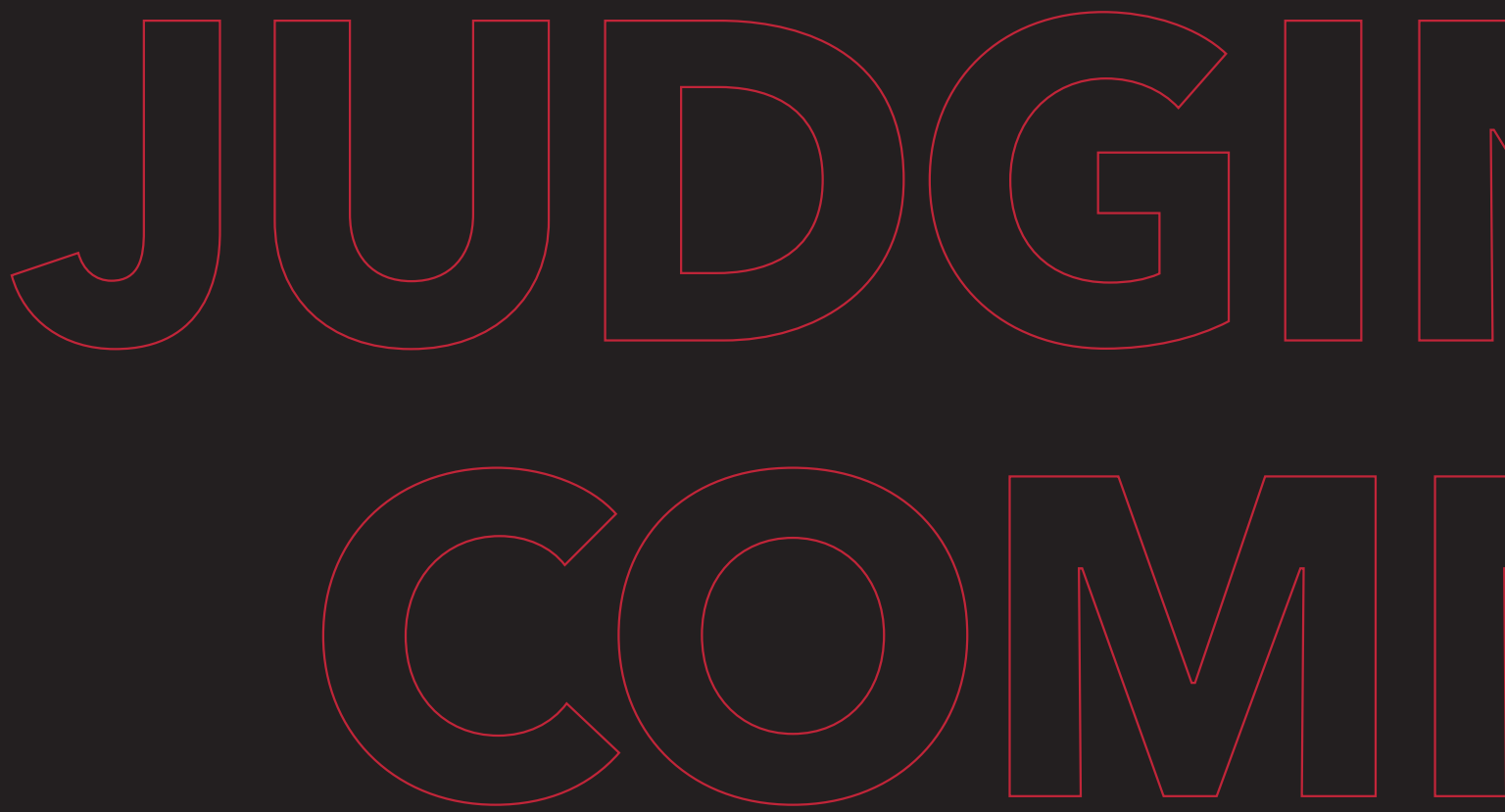
강민석 KANG MINSEOK / 손치현 SON CHIHYEON / 조정한 CHO JEONGHAN

'섬잔'은 한국을 상징적으로 대표하는 섬인 독도, 울릉도에서 영감을 받아 디자인된 프리미엄 술잔입니다. 수작업으로 제작하여 한국의 정서를 담아낸 '섬잔'에서는 일률적인 기존 소주잔과는 다른 감성을 느낄 수 있습니다. 잔의 전체적인 디자인은 섬 이름으로 단어가 이루고 있는 형태에 따라 형성되었습니다. 더 나아가 술을 마시기 전에 잔을 뒤집어 놓은 채 세팅해놓는 주류문화를 고려하여 잔을 뒤집어 놓았을 때 섬의 형태가 되도록 고안했습니다. '섬잔'은 한글의 조형성과 의미, 형태를 기본으로 제작된 디자인이기 때문에 섬 이외에도 타 명사를 접목할 수 있으며, 산업 공예 제품으로서 확장성이 뛰어납니다.



Island Glass

This premium glass with sentiment of Korea inspired by Korean island, Dokdo and Ulleungdo, crafted by hand is different from the existing uniform shape of the soju glass. The shape of the entire glass inspired by Korean islands, Dokdo and Ulleungdo, is formed according to the name of the island engraved in Korean at the bottom. Furthermore, the glass was designed to be in the form of an island turned it upside. Since "Seomjan" is a design made based on the formability, meaning, and shape of Hangul, it can be applied other than the island, and it has excellent applicability as an industrial craft product.


JUDGI
COMI

NG MITTEE

심사위원

2차 심사위원	2ND JURY MEMBERS	348
1차 심사위원	1ST JURY MEMBERS	354

2차 심사위원
2ND JURY MEMBERS

제품 디자인
Product Design



고영균 KOH YOUNGKYUN
㈜아이디하우스 대표
idHAUS Inc. CEO



김유빈 KIM YOUBIN
이화여자대학교 연구교수
Ewha Womans University Research Professor



Emmanuel Luc Marie Wolfs
국민대학교 교수
Kookmin University Professor

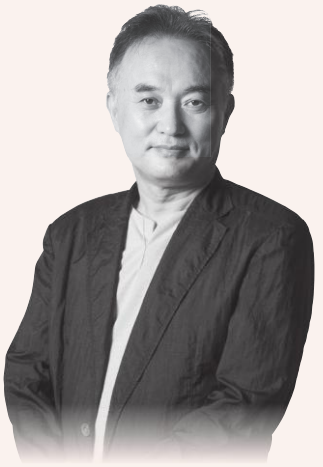


김선규 KIM SEONGKYU
LG전자 디자인경영센터 전문위원
LG Electronics Design Management
Center Expert Committeeman



하도형 HA DOHYUNG
삼성전자 수석디자이너
Samsung Electronics Principal Designer

시각/정보 디자인
Visual/Communication Design



서광적 SEO KWANGJEOK
숭의여자대학교 교수
Soongeui Women's College Professor



여훈구 YEO HOONKU
유한대학교 교수
Yuhan University Professor



홍현기 HONG HYUNKI
이마트 지원담당 디자인팀 팀장
E-mart Design Team Leader



김승현 KIM SEONGHYUN
노루페인트 노루팬톤색채연구소 수석
NOROO Pantone color institute Head

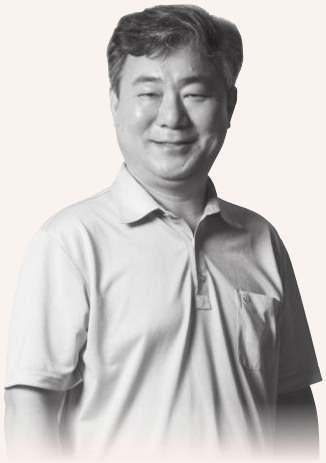


강단비 KANG DANBI
삼성전자 책임
Samsung Electronics Professional

공간/환경 디자인
Space/Environmental Design



권양숙 KWON YANGSOOK
와이제이디자인랩 대표
YJ Design Lab CEO



윤일 Yoon Yil
문화관광연구소 대표
Culture and Tourism Design Institute CEO



안설인 AHN SEOLIN
GS E&S 이사
GS E&S Director



정명수 JEONG MEONGSU
KBS ARTVISION 감독
KBS ARTVISION Director



김형준 KIM HYUNGJUN
포스코건설 과장
POSCO E&C Section Chief

서비스/디지털미디어/콘텐츠 디자인
Service/Digital Media/Contents Design



장훈종 JANG HUNJONG
선문대학교 교수
Sunmoon University Professor



윤여경 YUN YEOKYUNG
대진대학교 교수
Daejin University Professor



전현주 JEON HYUNJU
LG전자 선임연구원
LG Electronics Senior Researcher



김서현 KIM SEOHYUN
코발트 부대표
Cobalt COO



오성수 OH SEONGSU
(주)이모션글로벌 CX 본부장
E·motion global CX Director

패션/텍스타일/산업공예 디자인
Fashion/Textile/Craft Design



박병호 PARK BYEONGHO

강원대학교 교수
Kangwon National University Professor



김영훈 KIM YOUNGHUN

서울시 남부기술교육원 교수
Seoul Institute of Technology & Education
Professor



이정순 LEE JEONGSUN

이씨자이크 디자이너 주얼 부틱 대표
issizzaik designer jewel boutique CEO



김소라 KIM SORA

인투스타트업 이사
Intostartup Director



강선희 KANG SEONHEE

아티소 대표
ARTISO CEO

1차 심사위원
1ST JURY MEMBERS

PIER PAOLO CAPESTRANI
Korea University of Technology and Education
(Koreatech)

YANG WONSEOK
Shibaura Institute of Technology

YOUNG W. LEE
Dexcom, Inc.

강단비 KANG DANBI
삼성전자
Samsung Electronics

강도은 KANG DOEUN
경기도 가평군청
Gapyeong County Office, Gyeonggi Province

강동청 KANG DONGCHEONG
디자인파이브
Designfive

강문수 KANG MUNSU
케이 브랜딩
K Branding

강선희 KANG SUNHEE
아티소
ARTISO

강순구 KANG SOONGU
디자인스튜디오 36.5
Design Studio 36.5

강영구 KANG YOUNGGU
로보프로텍션
roboprotection

강용원 KANG YONGWON
(주)액슬파트너스
Axlepartners

강준형 KANG JUNHYONG
굿디자인연구소
Good design Institute

강흥석 KANG HEUNGSEOK
인덕대학교
Induk University

고경란 KO KYUNGRAN
제주특별자치도
Jeiu Special Self-Governing Province

고규영 KOH KYOOYOUNG
(주)코드
CODE co.,Ltd.

고영균 KOH YOUNGKYUN
(주)아이디하우스
idHAUS Inc.

공석만 KONG SUKMAN
(주)시스포케어
SYS4CARE

공현희 KONG HYUNHEE
백석대학교
Baekseok University

곽지희 KWAK JIHEE
삼성전자
Samsung electronics

구자윤 KU JAYUN
(주)지티사이언
GT SCIEN, CO.,LTD.

구진욱 KOO JINWOOG
(주)낫씽디자인그룹
NOTHING DESIGN GROUP

구환영 GU HWANYOUNG
서울예술대학교
Seoul Institute of the aArts

국동훈 KOOK DONGHOON
디팩스투디오
D-Fac Studio Inc.

권기범 KWON GIBEOM
플러스디자인
plus design

권양숙 KWON YANGSOOK
와이제이 디자인랩
YJ Design Lab

권영대 KWON YOUNGDAE
쇼미칸
shomikan

기영락 GI YEONGLACK
우디스
Woodis

김가민 KIM GAMIN
(주)바이가미
BYGAMI

김경배 KIM KYUNGBAE
경기대학교
Kyonggi University

김경영 KIM KOUNGYOUNG
케이'리 스튜디오
K'lee studio

김경은 KIM KYUNGEUN
수원여자대학교
Suwon Women's University

김규인 KIM KYUIN
(주) 킹고스프링
Kingospring Accelerating

김대용 KIM DAEYONG
이로마티카
AROMATICA

김동묵 KIM MARTIN
주식회사 어썸랩
AWESOME KAB Co.,Ltd.

김동후 KIM DONGHOO
현대자동차
HYUNDAI MOTOR COMPANY

김두현 KIM DOOHYUN
(주)디앤지예와가
DNG yeiga

김명남 KIM MYUNGNAHM
(주)디자인마루
DESIGN MARU CO.,LTD.

김민정 KIM MINJUNG
안산공업고등학교
Ansan Technical High School

김배남 KIM BAENAM
(주)이엠텍
EM-Tech

김상일 KIM SANGIL
바이러스디자인
BUYRUSDESIGN

김선경 KIM SUNKYUNG
(주)이일이컴퍼니
212COMPANY, INC.

김선규 KIM SEONKYU
엘지전자
LG Electronics

김성용 KIM SUNGYONG
더블유
double U

김성현 KIM SUNGHYUN
(재)부산디자인진흥원
Design Council Busan

김성현 KIM SUNGHYUN
건국대학교
Konkuk University

김세웅 KIM SEWOONG
시그널커뮤니케이션
Signal Communication

김세화 KIM SEHWA
동서대학교
Dongseo University

김소라 KIM SORA
인투스타트업
Intostartup

김소현 KIM SOHYUN
한서대학교
Hanseo University

김수동 KIM SOODONG
(주)뉴비전
Incorporated Newvision

김수미 KIM SOOMI
한국조형예술고등학교
Art and Design High School

김승철 KIM SEOUNGCHUL
기술사사무소 T&T디자인
T&T DESIGN

김승현 KIM SEUNGHYUN
노루페인트 노루팬톤색채연구소
NOROO Pantone color institute

김완규 KIM WANGYU
굿핸굿디
Good Hand Good Design

김완섭 KIM WANSUP
원플디자인
one+design

김유빈 KIM YOUBIN
이화여자대학교 연구교수
Ewha Womans University Research Professor

김은혜 KIM EUNHEA
한국폴리텍대학
KOREA POLYTECHNICS

김장석 KIM JANGSEOK
한밭대학교
Hanbat National University

김정두 KIM JEOUNGDOO
디자인두
designdoo

김정미 KIM JEOUNGMI
유성생명과학고등학교
Yusuong BIO Science Technology High School

김정호 KIM CHUNGHO
공주대학교
Kongju National University

김제중 KIM JEJOONG
호남대학교
Honam University

김종선 KIM JONGSUN
서울과학기술대학교 조형대학
Seoul National University of Science and Technology, College of Art and Design

김진영 KIM JINYOUNG
협성대학교
HyupSung University

김창훈 KIM CHANGHUN
(주)피디씨클리닉
pdcclinic Co.,Ltd.

김태준 KIM TAIJUN
아이디메이트
IDMATE

김해규 KIM HAEKYU
주식회사 제이씨랩
JC Lab

김현식 KIM HYUNSIK
동부산대학교
Dong Pusan College

김현용 KIM HYUNYOUNG
학익여고
Hakik Girls' High School

김형근 KIM HYUNGGEUN
LG하우시스 디자인센터
LG Hausys Design Center

김형준 KIM HYEONGJUN
(주)포스코건설
POSCO E&C

김효민 KIM HYOMIN
엔이능률
NE Neungyule

김효태 KIM HYOTAE
아이비스퀘어
ivysquare

남용현 NAM YONGHYUN
강원대학교
Kangwon National University

류창수 RYU CHANGSU
예원예술대학교
Yewon Arts University

문희용 MOON HEEYONG
한세대학교
Hansei University

박광철 PARK KWANGCHEOL
동의대학교
DongEui University

박기영 PARK KIYOUNG
페이스북
Facebook

박봉관 PARK BONGKWAN
디셀
dessel

박성연 PARK SUNGYEON
디파트너스
D'PARTNERS

박수관 PARK SOOKWAN
(주)인터미디어파크
Inter Media Park

박양화 PARK YANGHWA
오름 아트 젬 디자인 연구소
Oreum Art Gem Design Institute

박영익 PARK YOUNGIK
아이온브랜드
IONBRAND

박재모 PARK JAEMO
페코토이 주식회사
PECOTOY Co.,Ltd.

박재익 PARK JAEIK
춘천시청
Chuncheon Cityhall

박종래 PARK JONGRAE
대구경북과학기술원
DGIST

박주희 PARK JUHEE
(주) IBS 컨설팅리더십센터
IBS Corporations,Ltd

박태영 PARK TAIYOUNG
공주대학교
Kongju University

박한근 PARK HANGEUN
주식회사 티엔드티굳텀스
T&T GOOD TERMS Co., Ltd.

박현성 PARK HYUNSUNG
주식회사 티엔드티굳텀스
T&T GOOD TERMS Co.,Ltd.

박흥식 PARK HEUNGSIK
(주)엔에스디자인
NS DESIGN

박희면 PARK HEEMYEON
홍익대학교
Hongik University

배예나 BAE YENA
인제대학교
Inje University

백대현 BAEK DAEHYUN
그래픽스와이즈
GraphicsWise

서애란 SEO AIRAN
(사)한국귀금속보석디자인협회
Korea Jewelry Design Association

서인교 SEO INGIO
리치플래닛
Richplanet

서정화 SEO JUNGHWA
마켓디자인/서울예술대학교
Market Design

서창희 SEO CHANGHEE
노벰버디자인
november Design

선병일 SUN BYOUNGIL
남서울대학교 시각정보디자인학과
Namseoul University

선우남 SUN WOONAM
(주)디자인앤비20
DESIGNNB20

소철민 SO CHULMIN
퓨어웍스
PUREWORKS

손소영 SON SOYOUNG
한국엘로우페이지(주)
Korea yellowpages

송규호 SONG KYUHO
대진대학교
Daejin University

송석철 SONG SUKCHOUL
디자인 카르페
design CARPE

송은아 SONG EUNA
디자인크닐
Design KNILL

송혜민 SONG HYEMIN
문화재청
Cultural Heritage Administration

신동천 SHIN DONGCHEON
패러그라프
Paragraph

신재욱 SHIN JAEWOOK
안양대학교
Anyang University

신재희 SHIN JAEHEE
단국대학교
Dankook University

신창범 SHIN CHANG BEOM
한밭대학교
Hanbat National University

신현호 SHIN HYUNHO
수파트너스
soopartners

신희인 SHIN HEEIN
세명대학교
Sammyung University

안상락 AN SANGLAK
국립한국복지대학교
Korea National University of Welfare

안설인 AHN SEOLIN
(주)지에스이앤에스
GS E&S Co.,Ltd.

안성남 AN SUNGNAM
한국서비스경영연구소
Korea Service management Institute

안재영 AN JAEYOUNG
광주교육대학교
Gwangju National University of Education

양재희 YANG JAEHEE
크리에이티브랩
Creative Lab.

양현아 YANG HYUNA
(주)예진
Yejin.Co.,Ltd

양호승 YANG HOSEUNG
(주)하이파크시티
hiparkcity

엄경희 EOM KYOUNGHEE
한양대학교
Hanyang University

엄태길 EOM TAEGIL
한국공예/디자인문화진흥원
KCDF

엠마뉴엘 룩 마리 울프스 EMMANUEL LUC MARIE WOLFS
국민대학교
Kookmin University

오기석 OH KISUK
제이큐리아서티
J curiosity

오성수 OH SUNGSOO
(주)이모션글로벌
E·motion global

오은혜 OH EUNHYE
홍익디자인고등학교
Hongik Design High school

오인균 OH INKYUN
대구한의대학교
Daegu Hanny University

오효근 OH HYOKEUN
(주)금부치아
KUMBUCHIA

용진경 YONG JINKYUNG
용디자인연구소
Yong Design Lab

용환석 YONG HWANSEOG
(주)와이제이티
YJT Co.,Ltd.

우성미 WOO SUNGMI
미래에셋자산운용
Mirae Asset Global Investments

유보현 YOO BOHYEON
경기대학교
Kyonggi University

육지훈 YUK JIHUN
디자인 준
DESIGN JUNE

윤여경 YOON YEOKYUNG
대진대학교
Daejin University

윤영노 YOON YOUNGNO
네임드
named

윤일 YOON YIL
문화관광디자인연구소
Culture and Tourism Design Institute

이병용 LEE BYUNGYONG
주)일광산업
ILKWANG INDUSTRIAL CO.,LTD.

이경미 LEE KYUNGMI
메리투컴퍼니주식회사
Maritt Company

이경수 LEE KYUNGSOO
디자인윙크
DESIGN WINC

이경희 LEE KYUNGHEE
헥사그램
Hexagram

이미정 LEE MIJUNG
우석대학교 시각디자인학과
Assistant Professor of Visual Communication Design at Woosuk University.

이상장 LEE SANGJANG
계원예술대학교
Kaywon University of Art and Design

이서영 LEE SEOYOUNG
천안예술의전당
Cheonan Arts Center

이석준 LEE SEOKJUN
대상라이프사이언스(주)
Daesang Lifescience

이성원 LEE SUNGWON
시흥시 평생교육원
Shieung City

이세환 LEE ISAAC
두원공과대학교
Doowon Technical University

이수경 LEE SOOKYUNG
테크니컬디자인오피스
Technical Design Office

이우나 LEE WOONA
우나아트GEM디자인연구소
woona art gem CEO

이인주 LEE INJU
화천정보산업고등학교
Hwacheon Information Industry High School

이재혁 LEE JAEHYUK
(주)비다스토리
vidastory Co.,Ltd.

이정순 LEE JEONGSOON
이씨자이크 디자이너 주얼 부틱
issizzaik designer jewel boutique

이정훈 LEE JEONGHOUN
무일건축사사무소
MOOIL Architecture Design Group

이주미 LEE JOOMI
얏탁쿵
YATAKUNG

이준한 LEE JOONHAN
여명벽지주식회사
Yeomyung Wallcoverings Co.,Ltd.

이지현 LEE JIHYUN
국립군산대학교
Kunsan National University

이진구 LEE JINKOO
한동대학교
Handong Global University

이해권 LEE HAEKWON
한양여자대학교
Hanyang Women's University

이향아 LEE HYANGA
서울사이버대학교
Seoul Cyber University

이형석 LEE HYEONGSEUk
프리랜서
Freelancer

장은석 CHANG EUNSUK
인하공업전문대학
Inha Technical College

전명섭 JEON MYUNGSEOB
(주)피디씨클리닉
PDC clinic co.,ltd.

전영제 JEON YEONGJE
보덴디자인
Boden Design

전현주 JEON HYUNJOO
LG전자
LG Electronics

정상문 JEONG SANGMOON
부천대학교
Bucheon University

정성환 JEONG SEONGHWAN
대한가구산업협동조합연합회
Korea Federation of Furniture Industry Cooperatives

정수경 JEONG SUKYOUNG
전북대학교
Chonbuk National University

정연무 CHUNG YEONMOO
서울시립대학교
University of Seoul

정유진 JEONG YUJIN
한국조형예술고등학교
Korea art and Design High School

정점석 JEONG JEOMSEOK
주식회사 더씨드아시아
THE Seed ASIA Inc

조성진 CHO SOUNGJIN
인덕대학교
Induk University

조운대 CHO UNDAE
주식회사 코엔
KOEN Co.,Ltd.

조은영 CHO EUNYOUNG
인디피플
indpeople

조정현 CHO JUNGHYUN
(주)시트러스디자인
Citrusdesign

조종호 CHO JONGHO
국립공주대학교
Kongju National University

조주현 CHO JUHYUN
벤투
VENTU

채성수 CHAE SUNGSOO
주식회사눈
NOON

천호영 CHEON HOYOUNG
유윈디자인
YOUWIN DESIGN

최근환 CHOE GUNFAN
지콤커뮤니케이션(주)
zicomcommunication

최기호 CHOI KIHO
주)유투디자인컨설팅
U2DESIGNCONSULTING

최병묵 CHEY SIMMON
컴셀
comsel

최병찬 CHOI BYUNGCHAN
코너스톤컨설팅
Cornerstone Consulting

최석민 CHOI SEOKMIN
㈜대흥금속
DHmetal Co.,Ltd.

최연각 CHOI YEONKAG
디투자인
D2sign

최인숙 CHOI INSOOK
강원대학교 디자인학과
Kangwon National University Dept. of Design

최정수 CHOI JUNGSU
(사)한국안전디자인협회
KOREA SAFETYDESIGN ASSOCIATION

최준식 CHOI JOONSIK
서울시 세종문화회관
Sejong Center

하도형 HA DOHYUNG
삼성전자
Samsung Electronics

하연주 HA YOUNJU
(주)아이디하우스
idHAUS

허진만 HEO JINMAN
(유)스마트파트너즈
SmartPartners

홍경민 HONG KYUNGMIN
대진대학교
Daejin University

홍사윤 HONG SAYOON
둠디자인
Doum Design

홍석준 HONG SUKJUN
크레아티프
CREATIF

황순선 HWANG SOONSUN
숙명여자대학교 시각영상디자인학과
College of Arts Sookmyung Women's University

황승준 HWANG SEUNGJOON
(주)마루사이
MARUSAI

INDEX

색인

초대디자이너	Prestigious Designers	362
추천디자이너	Recommended Designers	365
일반 및 대학생	Award Winners	367

초대 디자이너
PRESTIGIOUS DESIGNERS

강문수 KANG MUNSU 070
친환경 100% 국산 식재료 쌀가루, 밀가루, 옥수수가루 패키지디자인

강성철 KANG SUNGCHUL 047
아름다운 우리나라 한국

강흥석 KANG HEUNGSEOK 081
도자 벽조명

고영균 KOH YOUNGKYUN 029
3D 프린터

고영진 KO YOUNGJIN 041
지구온난화

고정욱 GO JUNGWOOK 028
토이봇

곽태혁 KWAK TAEHYEUK 033
펜 홀더

구윤희 KOO YOONHEE 041
자연과 함께

권기제 KWON KIJE 060
Advanced functional materials journal 표지디자인

권성하 KWON SUNGHA 075
지속가능한 커스텀메이드 니트웨어

김강국 KIM KANGKOOK 026
스마트 코딩 토이 키트

김곡미 KIM GOKMI 071
호박 핸드크림

김금재 KIM GEUMJAI 061
환경오염방지 포스터

김기순 KIM KISOON 058
자연은 하나

김덕순 KIM DEOKSUN 046
블루

김동하 KIM DONGHA 029
사지세척 및 소독용 견인로봇 시스템

김두한 KIM DUHAN 065
순한 컵케익 믹스 패키지디자인

김병진 KIM BYOUNGJIN 044
한국의 향기4

김상락 KIM SANGRAK 050
부적-십일월생부(11월)

김석영 KIM SEOKYOUNG 079
백동 8각 드리퍼

김성달 KIM SEONGDAL 076
3D 2-웨이 스톨

김영식 KIM YOUNGSIK 045
그린

김영희 KIM YOUNGHEE 034
무궁화이미지-20211006

김완규 KIM WANKYU 085
필함-03

김정두 KIM JEOUNGDOO 044
과가컬쳐레이블 브랜드 아이덴티티 디자인

김제중 KIM JEJOONG 039
운명2021-01

김진석 KIM JINSUK 053
한국의 이미지

김현식 KIM HYUNSIK 082
백자 캔들

김형석 KIM HYEONGSUK 046
삐뚤어진(?) 지구본

김호성 KIM HOSOUNG 086
핸드백

도일 DOIL 067
엑스붐 고

류남희 RYU NAMHEE 082
접시 세트

명계수 MYUNG KYESOO 052
아!...미얀마

명광주 MYUNG KWANGJOO 062
광고 크리에이티비티

박기홍 PARK KIHONG 047
보이지 않을 뿐 존재하지 않는 것은 아니다.

박무건 PARK MOOGUN 054
해양 플라스틱 오염을 막아라

박병호 PARK BYUNGHO 084
목기 SET

박성규 PARK SUNGGUE 026
경찰 간이무기고 출입고 관리 시스템

박성억 PARK SUNGEUK 073
옥수수품은 괴산빵 브랜드 및 패키지디자인 개발

박승대 PARK SEUNGDAE 050
강원도의 향

박윤신 PARK YUNSHIN 038
서울도심 타이포그래피

박재현 PARK JAEHYUN 057
사바하

박정훈 PARK JUNGHOON 038
고급스러운 인테리어 소품 같은 패키지디자인

박태영 PARK TAIYOUNG 028
산업현장용 전자파분석기

박현욱 PARK HYEONWOOK 059
창의융합메이커페어

백금남 BAIK KUMNAM 052
I think .....

변춘섭 BYUN CHOONSEOP 037
대한민국 전통자기 전시회

서광적 SEO KWANGJEOK 039
시각디자인

선병일 SUN BYOUNGIL 022
한글 자음 풍경, 한글 모음 풍경

손원준 SON WONJUN 056
녹음

송인수 SONG INSOO 053
에스원 기업홍보광고

신재욱 SHIN JAEWOOK 037
다학제발명경진대회

안덕춘 AHN DUKCHOON 083
모란

안창호 AHN CHANGHO 043
한국의 달

양재희 YANG JAEHEE 068
제이앤디 스튜디오 명함 홀더

엄선철 UM SUNCHUL 060
바둑

여훈구 LYEO HUNGOO 042
혼돈 속의 세계

유선일 YU SEONIL 024
엘지 시그니처 버텀 프리저

유재형 YOO JAEHYOUNG 068
하림펫푸드 더리얼 밀

유재형 YOO JAEHYOUNG 069
글라이드 패키지디자인시스템

육지훈 YUK JIHUN 066
차합시다 브랜드&패키지디자인

윤여종 YOON YEOJONG 048
상생의 힘

윤찬종 YUN CHANJONG 067
롯데 딸기잼 패키지디자인

이경수 LEE KYUNGSOO 049
스카이덴트 넘버32 슬림 칫솔 리뉴얼

이경희 LEE KYUNGHEE 059
한글이 아름답다

이관식 LEE KWANSIK 051
꽃과 문양의 이미지

이근형 LEE KEUNHYUNG 045
어린이미술대회 포스터

이기상 LEE KISANG 077
2021 옛이야기 Ⅰ,Ⅱ,Ⅲ

이도영 LEE DOYOUNG 085
뉴트로 스피커

이미영 LEE MIYOUNG 062
에너지절약 캠페인 포스터

이미정 LEE MIJUNG 036
Ecology Harmony

이복영 LEE BOKYEONG 064
NS홈쇼핑 '미트어스' 뼈없는 갈비탕, 한우소머리곰탕 HMR 패키지디자인

이봉규 LEE BONGKYU 087
원초적 형상

이부연 LEE BOOYUN 080
꽃비가 내리는 찻상

이석준 LEE SEOKJOON 027
카드발급기 디자인

이용한 LEE YONGHAN 034
오브제 블랙 서재

이원진 LEE WONJIN 065
Collaboration & Design

이은석 LEE EUNSEOK 073
오픈 컴포지션_상상력의 자극

이철희 LEE CHULHEE 070
CU 볶음밥

이혁수 LEE HYUKSOO 025
태양광 충전 심장제세동기(AED) 보관함

임경호 LIM KYUNGHO 042
부 엉

임수연 LIM MICHELLE 069
간사이 스시 레스토랑 토탈 이미지

임종웅 RIM JONGWUNG 066
건어포류 "황태백" 패키지디자인

장광집 CHANG KWANGCHIB 061
즉흥미감 2021-1

장미연 JANG MEEYEON 078
열수축튜브목걸이

장호철 CHANG HOCHUL 055
코비드 19

장훈종 JANG HUNJONG 049
세상과 가장 빨리 이별하는 방법

정광용 CHUNG GWANGYOUNG 071
헤어크린 발모제

정동욱 JUNG DONGWOOK 055
코로나 - 19

정보민 JEONG BOMIN 048
갈망하다

정운성 CHUNG WOONSUNG 075
모바일영토

정종인 JUNG JONGIN 058
폼 앤 컬러

정지욱 JEONG GWOOK 076
큐빅 한글 패턴디자인

정택우 JUNG TAEKWOO 079
합-21

조규창 CHO KYUCHANG 043
관절건강

조문환 CHO MOONHWAN 077
여름 2021-6

조성진 CHO SOUNGJIN 072
대한민국 공식상징물인 애국가(한글)를 이용한 선양디자인 상품 - 머그잔

조운한 CHO UNHAN 057
농악

조원희 CHO WONHEE 084
사무용품

조윤호 CHO YUNHO 024
휠체어 사용자를 위한 런닝머신

조은동 CHO EUNDONG 074
도시브랜드디자인

조재승 CHO JAESEUNG 027
식기건조대

지정용 JI JEONGYONG 083
쟁반

최기 CHOI KI 086
선물용 나무주걱

최성규 CHOI SUNGKYU 035
제주도

최양현 CHOI YANGHYUN 030
스타워즈 R2D2 시계

최양현 CHOI YANGHYUN 031
스타워즈 Millennium Falcon 벽 시계

최양현 CHOI YANGHYUN 031
스타워즈 다스베이더 벽 시계

최양현 CHOI YANGHYUN 032
스타워즈 X-wing 데코

최양현 CHOI YANGHYUN 032
스타워즈 R2D2 데코

최양현 CHOI YANGHYUN 033
스타워즈 X-wing 벽시계

최용혁 CHOI YONGHYUK 030
태블릿 거치대

최재원 CHOI JAEWON 063
한국의 아름다움

최정민 CHOI JUNGMIN 025
신발 건조 및 살균기

초대 디자이너
PRESTIGIOUS DESIGNERS

최철형 CHOI CHOLHEYONG 080
오브제 나무시계

최호천 CHEY HOCHYUN 036
자연회복_한국의 사계

하용훈 HA YONGHUN 051
자연! 디자인의 원초적 이미지

한승문 HAN SEUNGMUN 072
한국의 이미지

한욱현 HAN WOOKHYUN 040
2021 LOVE 06

함부현 HAMM BOOHYUN 054
공존과 동행_2

현영호 HYUN YOUNGHO 056
브랜드디자인

홍현기 HONG HYEONKI 064
노브랜드 콜드브루

황순선 HWANG SOONSUN 040
한국의 향기

황순영 HWANG SOONYOUNG 081
브로치

황인철 HWANG INCHEOL 063
화기

추천 디자이너
RECOMMENDED DESIGNERS

강필현 KANG PHILHYUN 098
사회혁신디자인개념 구조와 구성물

고딘군 KO DINGUN 111
보비니즈, 오늘 미세 알림

곽우섭 KWAK WOOSEUP 137
타원 쟁반

김근수 KIM KEUNSU 124
누비전

김기태 KIM KITAE 100
도심형전기트랙터디자인

김병수 KIM BYUNGSOO 092
큐빅형 정수기 디자인

김병완 KIM BYUNGWAN 112
전통문양의 재발견

김상열 KIM SANGYEOL 138
연필꽂이

김선주 KIM SUNJU 114
선택해주세요! 교보문고

김성용 KIM SUNGYONG 121
지니벨르 포트와인

김세웅 KIM SEWOONG 109
고려 현종대왕 축제

김소현 KIM SOHYUN 132
SH_Bloom-210630

김영호 KIM YOUNGHO 094
LG 벨벳2 프로

김용모 KIM YONGMO 111
미래의 인재

김윤희 KIM YUNHEE 099
유니 조명등

김정훈 KIM JUNGHOON 130
미디어 글라스 캐노피

김주희 KIM JOOHEE 133
레오파드 리본 백

김한중 KIM HANJOONG 105
김포시 시정 홍보포스터

김혜림 KIM HYELIM 114
코리안 헤리티지 II

김효민 KIM HYOMIN 118
하이엔드

나재휘 NA JAEHWI 129
로케이터 여행 도우미

남윤태 NAM YUNTAE 116
평정심을 유지하고 코로나를 극복합시다

박나현 PARK NAHYEON 123
냉동빵 패키지디자인

박문희 PARK MOONHEE 131
Glory

박수관 PARK SOOKWAN 108
물류회사 소개서

박양화 PARK YANGHWA 135
상모

박인창 PARK INCHANG 101
내로남불

박종희 PARK JONGHEE 103
퍼시스 제품 광고

박현경 PARK HYUNKYUNG 122
오! 버디패치

박형준 PARK HYUNGJUN 115
아산문화재단

배성익 BAE SUNGIK 105
코비드-19

백순현 BAEK SUNHYEON 095
멀티살균기

손공동 SON KONGDONG 102
갤럭시북 프로 360

손성은 SOHN SUNGEUN 127
팬데믹 이후

손지훈 SON JIHOON 103
스위트 마이 홈

송동원 SONG DONGWON 124
하이트

송소원 SONG SOWON 122
발휘 발효홍삼 휘영

송신혜 SONG SHINHYE 090
모으다

송현주 SONG HYUNJOO 139
connection

신병근 SHIN BYOUNGKEUN 104
위는 어떻게 위산에 녹지 않을까?

신익수 SHIN IKSOO 121
감기약 패키지디자인

신재균 SHIN JAEKYUN 112
원더풀 삼척

신재희 SHIN JAEHEE 113
디지털 랭귀지

신정철 SHIN JEONGCHUL 117
(주)투바앤 기업홍보포스터

신정혜 SHIN JUNGHEI 137
씨앗 - 봄

안기영 AN KIYOUNG 104
이라샤이 그래픽아트 코스

안소윤 AN SOYUN 131
변주

오성수 OH SUNGSU 128
한글서체 아트워크

왕경희 WANG KYUNGHEE 134
식물원

용진경 YONG JINKYUNG 123
순아라 포켓(스프레이 살균소독제)

우지혜 WOO JIHYE 136
뷰티 애플리케이션 가상 메이크업 사용자 경험 연구

원종욱 WON JONGWOOK 117
1st 월계유튜브페스타

원하연 WON HAYOUN 130
Moments of Silence

유성봉 YU SUNGBONG 106
숨

유천희 YOO CHUNHEE 098
멀티무선살균 스타일러

윤미경 YUN MIKYOUNG 119
어플릭시X일공팔랩 서스테이너블숍

이경규 LEE KYUNGGUE 109
보고서를 위한 인포그래픽

추천 디자이너
RECOMMENDED DESIGNERS

이민지 LEE MINJI 100
리프트업·다운 테이블

이방원 LEE BANGWON 107
'학교폭력을 찾아라'

이승헌 LEE SEUNGHEON 097
면도기

이재호 LEE JAEHO 095
드론축구용 드론케이지

이재호 LEE JAEHO 096
기능성 에센스 용기 디자인

이주미 LEE JOOMI 106
도미노스 라이징

이주원 LEE JOOWON 118
플라스틱을 줄이세요

이준승 LEE JOONSUNG 132
글리치 펠트 퍼즐과 가방

이진만 LEE JINMAN 108
존경받는

이창석 LEE CHANGSUK 120
VELVET 2pro

이충상 LEE CHUNGSANG 101
국어학습교재 포스터

이해권 LEE HAEKWON 094
인공지능 AI 고데기

이형규 LEE HYUNGKYU 135
Inner Space Brooch

임효영 LEEM HYOYEONG 128
무지와 콘

장재욱 CHANG JAEWUK 127
타겟

전용석 CHUN YONGSEOK 113
환경포스터

정건용 JEOUNG GENYOUNG 138
동양의 빛-2021

정보리 JEONG BORI 134
플라워 드림

정석영 JUNG SUKYOUNG 099
긴장

정성호 JUNG SUNGHO 110
더 다이노 월드

정찬환 CHUNG CHANHWAN 107
春風和氣

정한샘 JEOUNG HANSAEM 126
강원VR·AR제작거점센터 CI

조예령 CHO YERYUNG 133
산들바람

조창희 CHO CHANGHEE 120
피오니 핀셋

조필호 CHO PILLHO 125
세리프 미디어월 – 브랜딩

채성수 CHAE SUNGSOO 093
스마트 인공지능 멸균시스템 개발

천영록 CHEON YOUNGROK 139
결

최승연 CHOI SEUNGYEON 136
방역복 및 보호구착용을 위한 서비스 설계 가이드

최정환 CHOI JUNGHWAN 110
안전천사

최진호 CHOI JINHO 116
현대성우그룹 브로슈어 세트

최헌정 CHOI HUNJUNG 096
주방 특화 공기청정기

한상현 HAN SANGHYUN 119
쏘피 안심숙면팬티

현은령 HYUN EUNRYUNG 125
대한민국 육군 제5병사단 이미지 재정립 브랜드 개발

현은정 HYUN EUNJEONG 115
자연을 보호하자

홍석준 HONG SUKJUN 102
잊혀지는 민속놀이 '쥐불놀이 편'

황인식 HWANG INSIK 092
마더케이 전해수기

황인식 HWANG INSIK 093
마더케이 휴대형 전해수기

황인식 HWANG INSIK 097
마더케이 베이직 젖병

일반 및 대학생
PROFESSIONAL & UNIVERSITY STUDENT

강다경 KANG DAGYEONG 324
Re-used floating hostel

강다현 KANG DAHYUN 194
신사임당의 민화를 바탕으로 한 한국의 전통 간식 브랜드 패키지 디자인, '사임당 한과'

강동석 KANG DONGSEAK 260
프레맘탈

강동호 KANG DONGHO 336
헤드레스트 산소마스크

강민석 KANG MINSUK 344
섬잔

강서준 KANG SEOJUN 219
효좌

강선영 KANG SUNYOUNG 248
글벗도서관

강승현 KANG SEUNGHYUN 242
밀리지

강승희 KANG SEUNGHUI 222
친환경으로 가는 길, 레스 웨이스트

강은수 KANG EUNSU 246
소비기한 인식개선 캠페인 'fresee'

강진수 KANG JINSU 337
디어라이더

강한성 KANG HANSEONG 221
블록스툴

강혜원 GANG HYEWON 288
잃어버린 유물을 찾아서

계유민 KYE YUMIN 339
퍼니 - AR 글래스를 이용한 셀프 홈퍼니싱 커머스

고다현 KO DAHYUN 339
퍼니 - AR 글래스를 이용한 셀프 홈퍼니싱 커머스

고상미 KO SANGMI 311
우리나라 고유의 전통주 살리기 프로젝트 : 감성 막걸리, 시담소

고승범 KO SEUNGBUM 262
프루츠

고우정 KO WOOJUNG 211
퍼피-사이드 업

고운비 KO UNBI 266
에티크

고유미 KO YUMI 178
무한

고윤형 GO YUNHYEONG 238
소아암 어린이들을 위한 사랑의 모자 뜨기 키트

고종현 KO JONGHYUN 282
패시온

고혜림 KO HYERIM 266
에티크

공다은 KONG DAEUN 209
플랜온

곽민주 GWAK MINJU 236
소소소

곽진 KWAK JIN 318
쓰레기마수리

구동재 KOO DONGJAE 208
스토크

구민주 GU MINJU 188
공유오피스 이동식 데스크

구본훈 KU BONHUN 270
포켓 스플린트

구본훈 KU BONHUN 276
소방대원 보호막

구예슬 KOO YESEUL 278
마스크 링크

구이진 KU UIJIN 209
마스크 링크

구자영 KOO JAYOUNG 208
스토크

권민규 KWON MINGUE 275
반려견 발바닥 화상 방지 리드줄 '댕유'

권민주 KWON MINJU 338
모다모도

권소윤 KWON SOYUN 319
제주해녀문화 : 호오이

권소윤 KWON SOYUN 312
자연과 순환하다 : 플니즈

권자은 KWON JAEUN 312
2022 현대 민화 캘린더

권효진 KWON HYOJIN 275
반려견 발바닥 화상 방지 리드줄 '댕유'

금다인 KUM DAIN 232
유네스코 등재를 위한 우리나라 5대 궁궐 그래픽 디자인 프로젝트

김가현 KIM KAHYEON 276
소방대원 보호막

김경대 KIM KYEONGDAE 298
욕 백과사전

김경오 KIM KYEONGOH 203
트윈

김기슬 KIM GISEUL 176
도시의 脈을 짚다

김나은 KIM NAEUN 306
꼬아

김나은 KIM NAEUN 320
당키즈+

김나은 KIM NAEUN 227
위풍댕댕 프로젝트

김나형 KIM NAHYEONG 343
시각장애인, 당신을 위한 한상차림

김남일 KIM NAMIL 296
온고지신 프로젝트

김다문 KIM DAMOON 313
페이퍼 센스

김다솜 KIM DASOM 337
시작해, 시니어 웰에이징 독려 구직 플랫폼

김다은 KIM DAEUN 235
나는 잡상이로다.

김다혜 KIM DAHYE 338
쓰레기마수리

김다혜 KIM DAHYE 318
모다모도

김도균 KIM DOGYUN 240
미완성 이야기

김두만 KIM DUMAN 274
닉스 고슬립

김미래 KIM MIRAE 303
잊혀진 영웅들 메모리 게임

일반 및 대학생
PROFESSIONAL & UNIVERSITY STUDENT

김민경 KIM MINKYUNG 238
잊지마 패키지

김민경 KIM MINKYEONG 325
한 보담

김민승 KIM MINSEUNG 214
시크릿 조이 마스크

김민영 KIM MINYOUNG 253
Polling: 스마트 투표 시스템

김민지 KIM MINJI 301
비밀기지 프로젝트

김민지 KIM MINJI 235
나는 잡상이로다.

김민형 KIM MINHYEONG 338
VR 장보기 서비스, 장보고

김병관 KIM BYEONGGWAN 270
타이오

김보민 KIM BOMIN 197
고궁치즈

김보성 GIM BOSEONG 341
대동어지도

김보휘 KIM BOHWI 191
국민 건강 캠페인 그래픽 디자인

김봉희 KIM BONGHEE 298
봉산

김상근 KIM SANGKEUN 267
알엠브이.

김서연 KIM SEOYEON 318
다온

김서연 KIM SEOYEON 335
링킷

김서희 KIM SEOHYEE 246
브이-파일

김선아 KIM SEONAH 313
페이퍼 센스

김선준 KIM SUNJUNE 214
시크릿 조이 마스크

김선지 KIM SEONJI 230
순천만국제정원박람회를 위한 생태 캠페인 디자인

김성민 KIM SEONGMIN 170
청각장애인을 위한 치과진료시스템

김성훈 KIM SUNGHOON 273
세요고 : 전자 장구

김성희 KIM SUNGHEE 333
한국의 팝아트

김소연 KIM SOYEON 318
다온

김소윤 KIM SOYUN 344
우물정(井)과 반복패턴을 활용한 데스크서비스 디자인

김수빈 KIM SUBIN 238
소아암 어린이들을 위한 사랑의 모자 뜨기 키트

김수연 KIM SUYEON 164
서울5궁에서의 기록

김수한 KIM SUHAN 323
연리지 객정

김수현 KIM SUHYUN 278
마스크 링크

김수현 KIM SUHYUN 199
민화의 세상

김시연 KIM SIYEON 251
우리는 언제나 나로부터

김시원 KIM SIWON 190
MOMOMO

김시은 KIM SIEUN 236
코로나감염증-19 자가격리자를 위한 SAFE DIY KIT 'OUR'

김아정 KIM AJUNG 144
새벽배송 택배기사를 위한 서비스 디자인

김연규 KIM YEONGYU 313
케이티 민트폰

김영서 KIM YOUNGSEO 250
통영, 鄕樂의 울림

김예지 KIM YEJI 291
코닥 광고 디자인

김예진 KIM YEJIN 289
사람에게 배려하고 자연에게 배려하다

김우리 KIM WOORI 336
헤드레스트 산소마스크

김원경 KIM WONKYEONG 265
재활용 플라스틱 분쇄기

김유경 KIM YUKYEONG 332
시간의 가치

김유리 KIM YURI 316
어묵즈

김유정 KIM YUJUNG 337
시작해, 시니어 웰에이징 독려 구직 플랫폼

김유진 KIM YUJIN 290
십장생 기념품 그래픽 디자인 : 장생불사를 표상한 10가지 물상

김유진 KIM EUJENE 224
서울 축제 캘린더 디자인

김윤미 KIM YUNMI 255
진경산수(眞景山水)

김은라 KIM EUNRA 286
comma, – 재택근무자를 위한 데스크

김은지 KIM EUNZY 211
퍼피-사이드 업

김이영 KIM IYOUNG 311
인천 송도 불빛 축제

김재인 KIM JAEIN 241
드림 하우스

김정원 KIM JEONGWON 235
자세히 보아야 예쁘다 오래보아야 사랑스럽다, 나태주 시인 50주년 기념 패키지

김정현 KIM JEONGHYUN 231
멸종동물을 위한 업사이클링 오브제와 그래픽 디자인

김정훈 KIM JEONGHUN 203
도아

김정훈 KIM JUNGHOON 259
1인가구를 위한 프리미엄 미니 조명 공기청정기(shiny air)

김정훈 KIM JEONGHUN 185
필(감각스피커)

김정희 KIM JUNGHEE 334
나비되어날다

김종승 KIM JONGSEUNG 267
웰

김준영 KIM JUNYOUNG 273
수저세트

김준영 KIM JUNYOUNG 249
뉴런 : Flexible Infinity

김준영 KIM JUNYOUNG 225
한글 부리 글꼴 보기집

김지수 KIM JISOO 195
친환경 유기농 재료의 자연 향을 담은 차 티백 패키지 디자인

김지영 KIM JIYOUNG 271
머슬먼트

김지은 KIM JIEUN 205
XYZ – 인아웃 투웨이 전기자전거

김지현 KIM JIHYUN 317
아이들의 등대

김지혜 KIM JIHYE 315
한옥의 창에서 영감을 받은 카페 '현現재'

김지호 KIM JIHO 227
아름다운 한국 전통정원

김진경 KIM JINKYUNG 303
ABYSSAL Package

김진수 KIM JINSOO 273
수저세트

김채련 KIM CHAELYEON 274
닉스 고슬립

김채원 KIM CHAEWON 321
템포

김채은 KIM CHAEEUN 297
외국인을 위한 한국 전래동화 그래픽 디자인

김초희 KIM CHOHEE 339
뮤벨

김태권 KIM TAEGWON 240
모양세 – 기초 튜토리얼 컨텐츠

김하얀 KIM HAYAN 288
잃어버린 유물을 찾아서

김한나 KIM HANNAH 259
1인가구를 위한 프리미엄 미니 조명 공기청정기(shiny air)

김한솔 KIM HANSOL 199
민화의 세상

김혁재 KIM HYUKJAE 205
레인지 팝

김현민 KIM HYUNMIN 307
비오는 날엔 김치전

김현석 KIM HYEONSEOK 269
에코

김현아 KIM HYUNAH 297
청소년 문학 <피그말리온 아이들> 책 프로모션 디자인

김혜림 KIM HYERIM 207
와르르

김혜원 KIM HYEWON 282
나무

김혜원 KIM HYEWON 249
뉴런 : Flexible Infinity

김화리 KIM HWARI 323
연리지 객정

김환호 KIM HWANHO 336
메디케어

김효선 KIM HYOSUN 331
액자속 강아지

김효선 KIM HYOSUN 340
데일릿

김희서 KIM HUISEO 237
모나미 패키지디자인

나연 NA YEON 301
보고, 만지고, 느끼는 페이퍼아트 종이샘플북

나윤정 NA YOONJEONG 184
메모리심

나호준 NA HOJUN 287
메이트로

남궁광욱 NAMGUNG GWANGUK 265
재활용 플라스틱 분쇄기

남진서 NAM JINSEO 318
쓰레기마수리

노동민 NOH DONGMIN 226
흉망성쇠(凶亡盛衰)

노보현 NOH BOHYUN 287
스퀘어 모듈

노보현 NOH BOHYUN 328
플레이스 에코

노자영 NOE JAYOUNG 207
쉐어냉장고

노주현 RO JOOHYUN 237
꽃차 브랜드, 꽃다숨

노지우 NOH JEEWOO 340
데일릿

노희진 NOH HEEJIN 264
디노

류다은 RYU DAEUN 288
부산 보수동 책방골목 브랜드 디자인

마병욱 MA BYEONGWWOK 273
수저세트

목은명 MOK EUNMYOUNG 331
솔토크로스백

문지영 MOON JIYOUNG 325
자연을 탐험하다

문지원 MOON JIWON 209
플랜온

문지원 MOON JIWON 308
비건 뷰티와 제로웨이스트 확산을 위한 제주 용암해수 생활용품 패키지 제안

문채연 MUN CHAEYEON 265
소리를 밝히다

민슬기 MIN SEULGI 223
경기도어린이박물관 방문객을 위한 굿즈 그래픽 디자인 개발

민슬기 MIN SEULGI 142
국립고궁박물관을 소재로한 그래픽 및 불리온 디자인

민예린 MIN YERIN 301
비밀기지 프로젝트

민준영 MIN JUNYOUNG 271
프리기

민지원 MIN JIWON 293
디지탈바꿈 적응 프로젝트

박경훈 PARK KYEONGHUN 270
포켓 스플린트

박관희 PARK KWANHEE 314
한강자동차극장 한빛씨네마 CI Design

박기령 PARK GIRYEONG 243
세컨플리

일반 및 대학생
PROFESSIONAL & UNIVERSITY STUDENT

박동오 PARK DONGOH 264
수면호흡완화 스마트베개

박민정 PARK MINJUNG 218
새틀_다운

박민혜 PARK MINHYE 148
캠핑용 이동식 인덕션

박민혜 PARK MINHYE 208
프레시 큐브

박병규 PARK BYEONGKYU 206
토글

박병규 PARK BYEONGKYU 263
홀로프레임

박사언 PARK SAUN 253
보또 | 시각장애인용 성교육키트

박사언 PARK SAUN 207
쉐어냉장고

박성우 PARK SUNGWOO 207
와르르

박성원 PARK SUNGWON 334
韓屋(한옥)

박성채 PARK SUNGCHAE 203
트윈

박소영 PARK SOYOUNG 187
아낌없이 주는 침대

박소진 PARK SOJIN 253
보또 | 시각장애인용 성교육키트

박소현 PARK SOHYUN 195
친환경 유기농 재료의 자연 향을 담은 차 티백 패키지 디자인

박소현 PARK SOHYUN 340
데일릿

박수민 PARK SUMIN 263
위보

박수빈 PARK SOOBIN 318
쓰레기마수리

박수연 PARK SUYEON 215
2in1 모기포충기

박수연 PARK SUYEON 234
오도독

박수지 PARK SUJI 213
현대인의 문방사우

박수진 PARK SUJIN 296
온고지신 프로젝트

박승민 PARK SEONGMIN 253
보또 | 시각장애인용 성교육키트

박영진 PARK YOUNGJIN 273
세요고 : 전자 장구

박예린 PARK YERIN 299
제주해녀캘린더

박유정 PARK YUJOUNG 325
한 보담

박유진 PARK YUJIN 228
한국을 빛내는 건축물 56선 그래픽 디자인 프로젝트

박윤호 PARK YOONHO 183
휴림

박정선 PARK JUNGSUN 268
코로나 안심 포크

박정원 PARK JEONGWON 229
서울 100년 읽고 쓰기 디자인 프로젝트

박주원 PARK JUWON 232
유네스코 등재를 위한 우리나라 5대 궁궐 그래픽 디자인 프로젝트

박준혁 PARK JUNHYEOK 276
스마트 라벨 패키지

박지나 PARK JINA 238
잊지마 패키지

박지선 PARK JISUN 252
울림

박진영 PARK JINYONG 312
제주해녀문화 : 호오이

박진영 PARK JINYONG 319
자연과 순환하다 : 플니즈

박찬 PARK CHAN 296
한과, 너 참 때깔 곱다

박찬우 PARK CHANWOO 189
컨베이

박해설 PARK HAESEOL 183
휴림

박현재 PARK HYUNJAE 281
라이트 케어

박현재 PARK HYUNJAE 205
레인지 팝

박현주 PARK HYUNJOO 296
한과, 너 참 때깔 곱다.

박현진 PARK HYEONJIN 288
부산 보수동 책방골목 브랜드 디자인

박혜민 PARK HYEMIN 246
소비기한 인식개선 캠페인 'fresee'

박혜수 PARK HYESU 261
노래하는 장난감 상자

박호정 PARK HOJEONG 294
전주세계소리축제 홍보 캘린더디자인

박효경 PARK HYOGYEONG 300
훨훨 날아오를 미래를 위해, 기다려주세요!

박힘찬 PARK HIMCHAN 323
연리지 객정

방성은 BANG SEONGEUN 271
머슬먼트

배수빈 BAE SUBIN 306
꼬아

배영은 BAE YOUNGEUN 191
국민 건강 캠페인 그래픽 디자인

배유림 BAE YOURIM 235
자세히 보아야 예쁘다 오래 보아야 사랑스럽다, 나태주 시인 50주년 기념 패키지

배유미 BAE YUMI 321
우리를 잇는 시간 한 조각, 도넛

백다연 BAEK DAYEON 279
브로드 가드

백민석 BAEK MINSOEK 272
웨일

백정규 BAEK JEONGKYU 276
소방대원 보호막

백정규 BAEK JEONGKYU 270
포켓 스플린트

백주현 BEAK JUHYEUN 193
600년전 메시지를 오늘의 우리에게 – 모던민화 동물시리즈

백주현 BEAK JUHYEUN 217
600년전 메시지를 오늘의 우리에게 – 패션민화 와팬시리즈

변건우 BYUN GEONU 152
쿨링 필터 시스템

변경리 BYEON GYEONGRI 338
VR 장보기 서비스, 장보고

변성도 BYUN SUNGDO 296
온고지신 프로젝트

변영빈 BYUN YOUNGBIN 251
환각

변우석 BYEON WOOSEOK 219
효좌

변정연 BYEON JUNGYEON 284
모듈러

서민영 SUH MINYOUNG 326
사막 위의 정원

서민영 SUH MINYOUNG 326
닌텐도 아일랜드

서민영 SUH MINYOUNG 320
한국 김치 프로젝트 cookim

서보원 SEO BOWON 337
디어라이더

서유진 SEO YOUJIN 316
상자체

서정은 SEO JUNGEUN 216
링고캐리어

서정은 SEO JEOUNGEUN 226
보다 The premiere

서정호 SEO JEONGHO 209
멀티베이터

서지현 SEO JIHYEON 297
외국인을 위한 한국 전래동화 그래픽 디자인

서채연 SEO CHAEYEON 323
바람

서현 SEO HYUN 231
풀리는 그날까지 : 코로나 19 예방접종 및 방역수칙 독려 포스터와 캠페인

서현웅 SUH HYUNWOONG 341
대동어지도

선승완 SUN SEUNGWHAN 192
디자인 데이 아트포스터

선승완 SUN SEUNGWHAN 299
코로나 시대, 패션 피플을 위한 디자인 마스크

선승완 SUN SEUNGWHAN 300
종이 재활용 캠페인 포스터, 해양 플라스틱 캠페인 포스터

설동현 SEOL DONGHYUN 216
소아천식 환자를 위한 네블라이저

성지혜 SEONG JIHYE 176
도시의 脈을 짚다

소지연 SO JIYEON 275
턱관절 물리치료 기기

손영민 SON YEONGMIN 170
청각장애인을 위한 치과진료시스템

손지윤 SON JIYOON 214
회전하는 스쿱 스트레처

손채현 SON CHAEHYEON 279
브로드 가드

손치현 SON CHIHYEON 344
섬잔

손해전 SON HAEJEON 339
뮤벨

손현주 SON HYEONJU 322
오르빗

손현주 SON HYEONJU 341
대동어지도

송세영 SONG SEYOUNG 160
제주 자연을 그대로 담은 프리미엄 전통주 패키지

송세영 SONG SEYOUNG 222
친환경으로 가는 길, 레스 웨이스트

송예슬 SONG YESEUL 244
부디

송하영 SONG HAYOUNG 323
바람

신민경 SHIN MINKYEONG 229
서울 100년 읽고 쓰기 디자인 프로젝트

신민경 SHIN MINGYEONG 316
어묵즈

신소현 SHIN SOHYOUN 294
전주세계소리축제 홍보 캘린더디자인

신우철 SHIN WOOCHEOL 286
웨일 체어

신유정 SHIN YUJEONG 316
어묵즈

신정원 SIN JUNGWON 295
"반칙"

신지연 SHIN JIYEON 322
오르빗

신지영 SHIN JIYOUNG 254
12각 색실누비 커피웨어

신지예 SHIN JIYE 338
VR 장보기 서비스, 장보고

신현민 SHIN HYUNMIN 274
닉스 고슬립

신현주 SHIN HYEONJOO 260
지속가능한 친환경 냉장고

신혜조 SHIN HYEJO 213
스쿨 쉘터

신호연 SHIN HOYEON 283
사파

신효은 SHIN HYOEUN 222
아이들을 위한 음악 홈스쿨링 브랜드 사운드브리즈

신효은 SHIN HYOEUN 239
자연 악기 브랜드 글로솔리

신희상 SHIN HEESANG 280
벤딩 슈즈

신희상 SHIN HEESANG 277
아르마 부츠

신희상 SHIN HEESANG 215
피더 앵클

신희은 SHIN HEEEUN 279
브로드 가드

심소정 SHIM SOJEONG 207
와르르

심수현 SIM SOOHYUN 172
국악나래

일반 및 대학생
PROFESSIONAL & UNIVERSITY STUDENT

심영수 SIM YOUNGSU 317
푸디 프렌즈

심희성 SHIM HEESUNG 274
닉스 고슬립

안승찬 AHN SEONGCHAN 250
펜스활용형 다목적 공공쉼터

안아름 AHN AHREUM 274
닉스 고슬립

안영서 AHN YOUNGSEO 214
회전하는 스쿱 스트레처

안영현 AHN YOUNGHYUN 250
통영, 鄕樂의 울림

안유진 AHN YUJIN 318
다온

안유찬 AHN YUCHAN 328
Absorb – X

안재선 AHN JAESUN 327
중첩

안지훈 AHN JIHOON 276
소방대원 보호막

안지훈 AHN JIHOON 270
포켓 스플린트

안현주 AN HYEONJU 330
고이댕기 카메라 스트랩

안혜민 AHN HYEMIN 234
진로 랜드마크 패키지

양동욱 YANG DONGWOOK 182
베이스

양동욱 YANG DONGWOOK 266
에티크

양동욱 YANG DONGWOOK 266
토르소

양성환 YANG SEONGHWAN 230
1919 독립유공자 후원 캠페인

양윤 YANG YOON 228
한국을 빛내는 건축물 56선 그래픽 디자인 프로젝트

양준모 YANG JOONMO 154
보안테이블

엄태은 UHM TAEEUN 264
수면호흡완화 스마트베개

오다빈 OH DABIN 162
문경 지역 활성화를 위한 천연 약초 비누 브랜드 한올 패키지 디자인

오상정 OH SANGJUNG 176
도시의 脈을 짚다

오승빈 OH BEENCENT 340
garden

오종욱 OH JONGWOOK 305
제주 월동채소 구좌 당근 경쟁력 강화를 위한 건강 간편식 디자인

오준서 OH JUNSEO 211
클라쎗

오준식 OH JUNSIK 212
제로 : 논 터치 렌즈

오지원 OH JIWON 286
comma, – 재택근무자를 위한 데스크

오치성 OH CHISEONG 306
청결한 보관 및 차별화를 위한 마스크의 패키지디자인

오현준 OH HYEONJUN 265
재활용 플라스틱 분쇄기

왕아영 WANG AHYEONG 236
코로나감염증-19 자가격리자를 위한 SAFE DIY KIT 'OUR'

우민성 WOO MINSUNG 340
garden

우민성 WOO MINSEOUNG 198
시그널

우민성 WOO MINSEOUNG 267
웰

우민성 WU MINSUNG 243
피토니

원동규 WON DONGKYU 276
소방대원 보호막

원동규 WON DONGKYU 270
포켓 스플린트

유경인 YOO GYEONGIN 258
샤프란

유경인 YOO GYEONGIN 330
앤드뉴

유다은 YOO DAEUN 242
자개박이체

유명동 YOU MYEONGDONG 260
지속가능한 친환경 냉장고

유민지 YU MINJI 223
슬로패션 그래픽 디자인 프로젝트

유서경 YOO JACQUIE 285
아리

유용진 YOO YONGJIN 292
너는 어느 바다에서 왔니?

유자은 YOO JAEUN 271
머슬먼트

유정현 YU JUNGHYUN 245
팜어스

유지민 YOO JIMIN 254
<기와, 일상에서 만나다>

유채원 YU CHAEWON 253
Polling: 스마트 투표 시스템

유태진 RYU TAEJIN 189
컨베이

유현수 YOU HYEONSU 268
달팽이 알람

윤다정 YUN DAJEONG 253
보또 | 시각장애인용 성교육키트

윤덕민 YUN DUKMIN 210
알약 칫솔

윤보섭 YUN BOSEUP 343
숨결

윤사라 YOON SARAH 245
팜어스

윤소현 YOON SOHYUN 212
크런치

윤수근 YOON SUGEUN 327
비상사태 관리기

윤수근 YOON SUGEUN 249
코유미

윤정환 YUN JEONGHWAN 214
회전하는 스쿱 스트레처

윤종호 YOON JONGHO 274
클리딩

윤종훈 YOON JONGHOON 322
오르빗

윤지영 YOON JIYOUNG 318
쓰레기마수리

윤태균 YUN TAEKYUN 264
수면호흡완화 스마트베개

이경준 LEE KYUNGJUN 267
알엠브이.

이규형 LEE KYUHYUNG 279
브로드 가드

이기림 LEE KEEREEM 204
웨이터 전자레인지

이다인 LEE DAIN 247
태글 : 개인정보안심 AR 택배 배송 시스템

이다인 LEE DAIN 337
시작해, 시니어 웰에이징 독려 구직 플랫폼

이동구 LEE DONGGU 158
나전, 한글타이포그래피 디자인 프로젝트 : 나전, 한글을담아내다.

이동규 LEE DONGKYU 319
자연과 순환하다 : 플니즈

이동규 LEE DONGKYU 312
제주해녀문화 : 호오이

이동보 LEE DONGBO 264
수면호흡완화 스마트베개

이동섭 LEE DONGSEOP 302
위대한유산

이동환 LEE DONGHWAN 220
K-SOFA

이명훈 LEE MYEONGHOON 148
캠핑용 이동식 인덕션

이명훈 LEE MYEONGHOON 208
프레시 큐브

이민철 LEE MINCHUL 166
언덕위에서 낮잠

이상훈 LEE SANGHOON 180
바닥 틈 청소툴

이서영 LEE SEOYOUNG 276
스마트 라벨 패키지

이선화 LEE SUNHWA 307
어른 아이

이성수 LEE SEONGSOO 166
언덕위에서 낮잠

이세라 LEE SERA 250
펀스활용형 다목적 공공쉼터

이세영 LEE SEYEONG 229
태양계 행성 재해석 디자인 프로젝트

이세이 LEE SEYI 304
매디슨키트_숨지 않고 당신 곁에 함께할 상비약 패키지

이소연 LEE SOYEON 336
헤드레스트 산소마스크

이세하 LEE SEHA 193
600년전 메시지를 오늘의 우리에게 – 모던민화 동물시리즈

이세하 LEE SEHA 217
600년전 메시지를 오늘의 우리에게 – 패션민화 와팬시리즈

이소희 LEE SOHUI 312
제주해녀문화 : 호오이

이소희 LEE SOHUI 319
자연과 순환하다 : 플니즈

이송준 LEE SONGJUN 273
수저세트

이수빈 LEE SUBIN 260
프레맘탈

이수빈 LEE SUBIN 263
위보

이승원 LEE SEONGWON 268
달팽이 알람

이시경 LEE SIGYEONG 206
aria

이시경 LEE SIGYEONG 219
합:승

이시욱 LEE SIWOOK 283
사파

이시창 LEE SICHANG 281
롤링에어헬멧

이신행 LEE SHINHAENG 319
청소 운동 결합서비스 CLEANARY

이아영 LEE AHYOUNG 246
브이-파일

이애리 LEE AERI 225
한글 부리 글꼴 보기집

이연정 LEE YEONJEONG 230
1919 독립유공자 후원 캠페인

이영건 LEE YOUNGGUN 279
터닝 4

이영준 LEE YEONGJUN 276
스마트 라벨 패키지

이예성 LEE YESEONG 290
대구시 정체성 확립을 위한 그래픽 디자인

이예솔 LEE YESOL 158
나전, 한글 타이포그래피 디자인 프로젝트 : 나전, 한글을 담아내다.

이예지 LEE YEJI 320
한국 김치 프로젝트 cookim

이용일 LEE YONGIL 298
봉산

이원재 LEE WEONJAE 258
샤프란

이유림 LEE YULIM 170
청각장애인을 위한 치과진료시스템

이유진 LEE YUJIN 176
도시의 脈을 짚다

이유진 LEE YOOJIN 219
효좌

이윤하 LEE YOONHA 243
세컨플리

이윤하 LEE YOONHA 319
청소 운동 결합서비스 CLEANARY

이은지 LEE EUNJI 193
600년전 메시지를 오늘의 우리에게 – 모던민화 동물시리즈

이은지 LEE ENNJI 244
부디

이은지 LEE ENNJI 217
600년전 메시지를 오늘의 우리에게 – 패션민화 와팬시리즈

일반 및 대학생
PROFESSIONAL & UNIVERSITY STUDENT

이은지 LEE ENNJI 321
템포

이재영 LEE JAEYOUNG 243
세컨플리

이재헌 LEE JAEHEON 249
뉴런 : Flexible Infinity

이주환 LEE JUHWAN 341
대동어지도

이지수 LEE JISU 197
고궁치즈

이지연 LEE JIYEON 232
대한민국 멸종 위기 식물 그래픽 디자인

이진원 LEE JINWON 340
garden

이진원 LEE JINWON 244
view

이찬희 LEE CHANHEE 332
Being & Beside 디지털 텍스타일 프린팅 스카프 컬렉션

이창민 LEE CHANGMIN 291
U-can

이창중 LEE CHANGJUNG 204
암모나이트

이채영 LEE CHAEYOUNG 278
무드 콘 파냐

이채원 LEE CHAEWON 172
국악나래

이채원 LEE CHAEWON 244
부디

이치수 LEE CHISOO 336
헤드레스트 산소마스크

이태림 LEE TAERIM 324
리노베이션 아트 플랫폼(소제동 예술창고 & 희망공장)

이혁진 LEE HYUKJIN 205
레인지 팝

이현민 LEE HYEONMIN 337
디어라이더

이현후 LEE HYEONHOO 260
지속가능한 친환경 냉장고

이혜빈 LEE HYEBIN 299
제주해녀캘린더

이혜원 LEE HYEWON 246
브이-파일

이호정 LEE HOJUNG 207
와르르

이화정 LEE HWAJEONG 284
모듈러

이흥렬 LEE HEUNGRYEL 189
컨베이

임경섭 LIM GYEONGSEOP 309
이음채-전통복합문화예술공간

임다정 LIM DAJUNG 314
다회용 면생리대 브랜드, preedom

임선민 LIM SUNMIN 329
풍력 녹조 방지기

임세현 LIM SEHYEUN 274
클리딩

임수혜 LIM SUHYE 245
AngelAI-대형복합매장에서의 길안내와 방역을 위한 로봇 제안

임예원 LIM YEAWON 342
베네프 : 베네핏이 반짝이는 동네를 담은 호텔 경험

임예주 LIM YEJU 337
시작해, 시니어 웰에이징 독려 구직 플랫폼

임준빈 LIM JOONBIN 285
체어 엠

임지호 LIM JIHO 328
Absorb - X

임채은 LIM CHAEEUN 266
에티크

임하영 LIM HAYOUNG 233
프리미엄 어묵브랜드 '어화당'

임하영 LIM HAYOUNG 304
힐링 맥주 브랜드 '비어래이'

임혜정 LIM HYEJEONG 170
청각장애인을 위한 치과진료시스템

임혜진 LIM HYEJIN 336
메디케어

장민주 JANG MINJU 310
100BAN

장은석 JANG EUNSEOK 221
이멀전시

장재익 JANG JAEICK 333
행복한 신호

장준석 JANG JUNSEOK 168
뽑아 먹는 약 봉투, 풀필

장준영 JANG JUNYOUNG 168
뽑아 먹는 약 봉투, 풀필

전가영 JEON GAYOUNG 172
국악나래

전성원 JUN SUNGWON 205
레인지 팝

전성원 JUN SUNGWON 148
캠핑용 이동식 인덕션

전성원 JUN SUNGWON 259
1인가구를 위한 프리미엄 미니 조명 공기청정기 (shiny air)

전성원 JUN SUNGWON 259
가구스타일 모듈형 에어시스템

전성원 JUN SUNGWON 208
프레시 큐브

전세용 JEON SEYONG 260
지속가능한 친환경 냉장고

전수미 JEON SUMI 338
VR 장보기 서비스, 장보고

전윤수 JEON YOONSOO 340
데일릿

전윤재 JEON YUNJAE 231
멸종동물을 위한 업사이클링 오브제와 그래픽 디자인

전채림 JEON CHAERIM 310
프리미엄 해산물 캔 브랜드 O-can

전혁재 JUN HEOKJAE 241
아워넛

정그린 JEONG GEUREEN 308
re:cord_ 시각장애인을 위한 기록매체 브랜딩

정미령 JEONG MIRYEONG 253
Polling: 스마트 투표 시스템

정선아 JEONG SUNAH 294
문장부호 미로찾기

정성미 JUNG SUNG MI 194
신사임당의 민화를 바탕으로한 한국의 전통 간식 브랜드 패키지 디자인 '사임당 한과'

정소미 JEONG SOMI 174
더 팜 센터

정수진 JUNG SOOJIN 261
캐치 팬

정순자 JANG SUNJA 196
담화

정시연 JEONG SIYEON 288
잃어버린 유물을 찾아서

정시우 JEONG SIWOO 220
호라이즌

정안철 JEONG AHNCHUL 259
가구스타일 모듈형 에어시스템

정예지 JEONG YEAJI 289
사람에게 배려하고 자연에게 배려하다

정예지 JEONG YEAJI 224
십장생 기념품 그래픽 디자인 : 장생불사를 표상한 10가지 물상

정우진 JUNG WOOJIN 225
2050 잡화점

정유리 JEONG YURI 290
대구시 정체성 확립을 위한 그래픽 디자인

정유정 JUNG YUJEONG 246
브이-파일

정윤경 JEONG YUNKYUNG 253
Polling: 스마트 투표 시스템

정조희 JUNG JOHUI 305
네스트팩

정지연 JEONG JIYEON 245
AngelAI-대형복합매장에서의 길안내와 방역을 위한 로봇 제안

정하은 JUNG HAEUN 218
새틀_다운

정한얼 JUNG HANEOL 315
평야청택

정해찬 JEONG HAECHAN 181
헬멧 UV 살균기

정현경 JEONG HYEONKYUNG 267
웰

정현빈 CHUNG HYUNBIN 269
대담한 카드

조나은 CHO NAEUN 259
가구스타일 모듈형 에어시스템

조남덕 JO NAMDOC 205
레인지 팝

조동하 CHO DONGHA 276
스마트 라벨 패키지

조민지 JO MINJI 224
오늘 하루 운동 그래픽 프로젝트

조민지 CHO MINJI 160
제주 자연을 그대로 담은 프리미엄 전통주 패키지

조범기 CHO BEOMGI 302
위대한유산

조서영 CHO SEOYOUNG 227
아름다운 한국 전통정원

조수빈 JO SUBIN 328
Absorb – X

조수빈 CHO SUBIN 283
스누즈(자기공진방식 무선충전 침대 협탁)

조영재 JO YOUNGJAE 248
글벗도서관

조영탁 CHO YOUNGTAK 322
오르빗

조예진 JO YEJIN 302
대한민국 향기여행

조윤선 CHO YUNSEON 245
AngelAI-대형복합매장에서의 길안내와 방역을 위한 로봇 제안

조은정 JO EUNJEONG 312
2022 현대 민화 캘린더

조은혜 JO EUNHYE 193
600년전 메시지를 오늘의 우리에게 – 모던민화 동물시리즈

조은혜 JO EUNHYE 217
600년전 메시지를 오늘의 우리에게 – 패션민화 와팬시리즈

조정한 CHO JEONGHAN 344
섬잔

조하민 CHO HAMIN 288
잃어버린 유물을 찾아서

조현 JO HYUN 260
프레맘탈

조현지 CHO HYUNJI 338
VR 장보기 서비스, 장보고

조화림 JO HWALIM 219
효좌

조희수 JO HUISU 218
Hook

좌예진 JWA YEJIN 305
제주 월동채소 구좌 당근 경쟁력 강화를 위한 건강 간편식 디자인

주병훈 JOO BYEONGHOON 260
지속가능한 친환경 냉장고

주영윤 JOO YOUNGYOON 156
대한민국 한글 홍보 캐릭터 디자인 프로젝트

주현정 JOO HYUNJEONG 302
위대한유산

진선희 JIN SEONHEE 229
태양계 행성 재해석 디자인 프로젝트

진수경 JIN SOOKYUNG 278
마스크 링크

진수정 CHIN SOOJUNG 186
365일. 명언과 만나는 나의 하루하루

차예진 CHA YEAJIN 321
템포

차지수 CHA JISOO 289
키오스크, 편하지만 불편해

천세정 CHEON SEJEONG 249
뉴런 : Flexible Infinity

최두원 CHOI DOOWON 265
재활용 플라스틱 분쇄기

최서희 CHOI SEOHEE 228
12가지 신화 속 우리동물

최수인 CHOI SUIN 340
데일릿

최수정 CHOI SUJUNG 170
청각장애인을 위한 치과진료시스템

일반 및 대학생
PROFESSIONAL & UNIVERSITY STUDENT

최연경 CHOI YEONGYEONG 248
글벗도서관

최연승 CHOI YEONSEUNG 150
이동형 판매대

최영준 CHOI YOUNGJUN 259
1인가구를 위한 프리미엄 미니 조명 공기청정기(shiny air)

최우영 CHOI WOOYOUNG 309
대한민국 아이덴티티 디자인

최우지 CHOI WOOJI 326
닌텐도 아일랜드

최우지 CHOI WOOJI 326
사막 위의 정원

최재성 CHOI JAESEONG 263
위보

최정원 CHOI JEONGWON 199
민화의 세상

최정윤 CHOI JEONGYUN 172
국악나래

최지영 CHOI JIYOUNG 280
에버

최지원 CHOI JIWON 268
달팽이 알람

최천룡 CHOI CHEONRYONG 267
알엠브이.

최한나 CHOI HANNAH 325
한 보담

최한나 CHOI HANNA 325
한 보담

최헌정 CHOI HUNJUNG 148
캠핑용 이동식 인덕션

최헌정 CHOI HUNJUNG 259
1인가구를 위한 프리미엄 미니 조명 공기청정기(shiny air)

최헌정 CHOI HUNJUNG 259
가구스타일 모듈형 에어시스템

최헌정 CHOI HUNJUNG 208
프레시 큐브

최현준 CHOI HYEONJUN 203
트윈

최희지 CHOI HEEJI 278
마스크 링크

팽예영 PAENG YEYOUNG 335
링킷

편진석 PYEON JINSEOK 217
트렌디 지팡이

하은별 HA EUNBYEOL 276
스마트 라벨 패키지

하정 HA JUNG 292
온실가스 인포그래픽

하정화 HA JUNGHWA 233
'문래동 창작촌' 브랜딩 프로젝트

한규일 HAN GYUIL 183
휴림

한규형 HAN GYUHYUNG 202
Private green

한규형 HAN GYUHYUNG 202
Triangle

한미애 HAN MIAE 258
페모키트

한세진 HAN SEJIN 293
500년 만에 배달 왔습니다

한송이 HAN SONGYI 210
세이프 이베큐에이션

한예린 HAN YERIN 321
템포

한예지 HAN YEJI 293
500년 만에 배달 왔습니다

한예지 HAN YEJI 280
에버

한예진 HAN YEJIN 172
국악나래

한지혜 HAN JIHYE 250
통영, 鄕樂의 울림

한혜원 HAN HYEWON 227
위풍댕댕 프로젝트

함서현 HAM SEOHYEON 295
라벨러즈

허서영 HEO SEOYEONG 335
코더스

허수민 HUR SOOMIN 271
프리기

홍수민 HONG SUMIN 272
퓨리파이

홍여진 HONG YEOJIN 278
마스크 링크

홍영기 HONG YOUNGGI 162
문경 지역 활성화를 위한 천연 약초 비누 브랜드 한올 패키지 디자인

홍영기 HONG YOUNGGI 223
슬로패션 그래픽 디자인 프로젝트

홍준표 HONG JUNPYO 341
VIT'S: 지속가능한 스킨케어 리테일

홍지민 HONG JIMIN 271
머슬먼트

홍창주 HONG CHANGJU 248
엠에스피

홍현기 HONG HYUNGI 293
500년 만에 배달 왔습니다

황덕기 HWANG DOEKKI 262
SNAP : 스마트워치형 액션캠

황유진 HWNAG YUJIN 284
모듈러

황윤주 HWANG YUNJU 327
중첩

황이삭 HWANG ESAK 284
카라에서

황지민 HWANG JIMIN 146
한국의 종교들

황채영 HWANG CHAEYEONG 336
헤드레스트 산소마스크

ANQI 277
음주, 스타일을 더하다

CHI JIN 277
음주, 스타일을 더하다

JORDAN HUDSON 245
AngelAI-대형복합매장에서의 길안내와 방역을 위한 로봇 제안

LI TINGTING 277
음주, 스타일을 더하다

LIANG YUEHUI 277
음주, 스타일을 더하다

KOREA INTERNATIONAL DESIGN AWARD 2021

2021 제56회 대한민국디자인전람회

발행일	2021년 12월 25일
발행처	한국디자인진흥원
발행부서	역량강화본부 K디자인실
총괄책임	맹은주
실무책임	홍민석
담당	박형준, 김은영
주소	경기도 성남시 분당구 양현로 322 한국디자인진흥원
웹사이트	한국디자인진흥원 www.kidp.or.kr 공모전통합사이트 award.kidp.or.kr
편집디자인	㈜크리에이티브애드창
문의	kida@kidp.or.kr
정가	30,000원

이 책에 실린 글과 이미지는 한국디자인진흥원의 동의 없이 무단으로 사용, 전재할 수 없습니다.

Published	25 December, 2021
Publication	Korea Institute of Design Promotion
Published Department	K-Design Division, Education & R&D Department
Managing Director	MAING EUNJOO
Director	HONG MINSEOK
Manager	PARK HYEONGJUN, KIM EUNYOUNG
Address	Korea Design Center, 322, Yanghyeon-ro, Bundang-gu, Seongnam-si, Gyeonggi-do, Republic of Korea, Korea Institute of Design Promotion
Website	Korea Institute of Design Promotion : www.kidp.or.kr DK Award : award.kidp.or.kr
Design Editor	CREATIVEAD CHANG
Contact	kida@kidp.or.kr
Price	30,000 won

The text and images in this book cannot be used or reproduced without the consent of the Korea Institute of Design Promotion.

kidp 한국디자인진흥원

값 30000원
93600
9 791190 340830
ISBN 979-11-90340-83-0

DK AWARD

주최 산업통상자원부 주관 kidp 한국디자인진흥원 kfda Korean Federation of Design Associations 사단법인 한국디자인단체총연합회