

PRESS KIT

☎ 02 2262 7220 ✉ SLD@DESIGN.CO.KR 📷 @SLDF\_OFFICIAL



주최 ● *designhouse* · coex · MBN  
주관 행복이 가득한 집  
미디어 후원 LUXURY · 디자인 디스탈 · DESIGNPRESS

COEX  
2022.  
2.23—27



 Seoul Living Design Fair 2022  
서울리빙디자인페어

※ PRESS 안내 사항

1. 사진을 포함한 상세 자료는 아래 웹하드에서 다운로드 받을 수 있습니다.  
\* <http://designhouse.webhard.co.kr> ▶ ID: planningb / PW: DH1234 (\*대소문자구분)  
\* 게스트 폴더 > 내리기전용 > 2022 서울리빙디자인페어 폴더
2. 전체 참가브랜드 정보는 하기 링크에서 확인하실 수 있습니다.  
\* [https://livingdesignfair.co.kr/fairOnline.do?selAction=single\\_page&FAIRMENU\\_IDX=11195&hl=KOR#/?TYPE=cfair](https://livingdesignfair.co.kr/fairOnline.do?selAction=single_page&FAIRMENU_IDX=11195&hl=KOR#/?TYPE=cfair)
3. 전시 기간 중 A홀 앞 Press 데스크에서 등록하시면 프레스 출입증을 발급해 드립니다.  
프레스 입장은 A홀 A1 출입구를 이용하시면 됩니다.  
프레스 센터는 A홀 우측 출입구의 좌측 계단을 이용하시어 2층으로 올라오시면 됩니다.

전 시 명	2022 서울리빙디자인페어
일 정	2022년 2월 23일(수) ~ 27일(일), 5일간
관람시간	10:30 ~ 19:00 * 종료 1시간 전 입장 마감 ** 2월 27일은 18:00 종료
장 소	서울 삼성동 코엑스 전시장 Hall A, B, D
입 장 권	평일권 15,000원/ 주말권 16,000원
주 최	(주)디자인하우스, 코엑스, MBN
주 관	행복이가득한집
미디어후원	럭셔리, 디자인, 디자인프레스
후 원	한국디자인진흥원, (재)서울디자인재단, 한국공예·디자인문화진흥원
홈페이지	<a href="https://www.livingdesignfair.co.kr/fairDash.do">https://www.livingdesignfair.co.kr/fairDash.do</a>

▶ 제27회 서울리빙디자인페어 자료 문의

디자인하우스 변선민 차장 02-2262-7198 | 010-5034-3141 | sunbyun@design.co.kr

국내 최대 프리미엄 라이프스타일 전시회  
2022 서울리빙디자인페어 개최

2/23(수) ~ 2/27(일), 서울 코엑스에서 300여 브랜드와 전시 선보여



[2022-02-22]

□ (주)디자인하우스(대표 이영혜)와 코엑스, MBN이 공동 주최하고 월간 행복이 가득한 집이 주관하는 '제27회 서울리빙디자인페어'가 2022년 2월 23일(수)부터 27(일)까지 5일간, 서울 삼성동 코엑스에서 개최된다.

□ 1994년에 시작되어 올해 27회를 맞이하는 서울리빙디자인페어는 국내 최대 규모 리빙 전시로서 한국 리빙 산업을 선도하는 브랜드와 소비자들의 좋은 동반자로 함께 성장하며 국내 라이프스타일 전시의 대명사로 자리잡았다. 서울리빙디자인페어는 국내외 인테리어 제품의 신제품 발표 및 홍보의 장을 마련하여 다양한 제품을 한데 모아 전시하는 동시에 관련 정보가 활발하게 오가는 교류의 장으로 평가받으며 국내 리빙·디자인산업 발전에 큰 역할을 해왔다.

□ 팬데믹 이후 집에 머무르는 시간이 길어지며 점점 주거 공간에 대한 투자가 높아지며 국내 홈퍼니싱 시장이 빠르게 성장하고 있다. 통계청에 따르면 홈퍼니싱 시장은 2023년에는 18조원까지 성장할 것으로 전망되며 인테리어, 리모델링 산업까지 포함할 경우 약 40조원에 달할 것으로 예상된다. 이에, '2022 서울리빙디자인페어'에서는 이러한 변화에 앞장서고 있는 국내외 브랜드들을 한데 모아 대중들에게 선보인다. 코로나19 이후 주거 공간을 넘어 근무, 취미생활 등 확장된 역할을 하게 된 집의 개념을 새롭게 조명하고, 친환경 라이프스타일 트렌드를 선보이고자 하는 리빙과 라이프스타일 브랜드 및 기업, 디자이너를 2022 서울리빙디자인페어에서 만날 수 있다.

◆A홀, 리빙 트렌드를 한 눈에 볼 수 있는 <가구, 토탈 인테리어> ◆B홀, 인테리어에 스타일을 더해줄 <홈 텍스타일 및 데코레이션 용품>과 편리한 일상을 구현해주는 <인테리어 및 가전> ◆D홀, 건강하고 풍요로운 삶을 위한 <키친 및 다이닝>, 아이와 함께하는 행복한 삶을 위한 <아이가 자라는 집>, 친환경 먹거리와 오가닉 라이프를 실천하는 <자연이 가득한집> 등 다양한 브랜드와 기획전시 <디자이너스 초이스>와 <모던 코리안 가구 디자이너 8인>을 만나볼 수 있다.

□ 서울리빙디자인페어의 리빙트렌드세미나가 3년만에 재개된다. 오는 2월 24일 코엑스 컨퍼런스룸 402호와 온라인 라이브 스트리밍으로 동시 개최되는 리빙트렌드세미나는 <내비게이터>라는 주제로 자신만의 통찰력을 지도삼아 새로운 길을 안내하는 리더들의 이야기를 준비했다.

□ 서울리빙디자인페어를 주최하고 있는 (주)디자인하우스 관계자는 “2022년, 길어지는 팬데믹의 어려움 속에서도 기업들의 소비자와의 교류에 대한 필요성과 전시회 관람 수요가 맞물려 300여 브랜드가 참여하는 대규모 전시가 진행될 예정이다. 대표 브랜드들과 역량 있는 디자이너들이 최신 트렌드를 반영한 흥미로운 콘텐츠를 선보일 예정”이라고 전했다. 전시회 입장권은 현장에서 구매 가능하다. 참관 관련 문의는 전시회 사무국(02-2262-7220) 또는 홈페이지를 통해 확인할 수 있다.

## ◆ 목차

I. 기획전 -----	p. 05
1. 디자이너스 초이스	
2. 모던 코리안 가구 디자이너 8인	
II. 주요 브랜드 -----	p. 09
III. 테마별 브랜드 소개 -----	p. 13
IV. 부대행사 -----	p. 14

## ◆ 디자이너스 초이스

서울리빙디자인페어의 하이라이트 전시로, 동시대를 대표하는 디자이너들이 한 해의 주요 트렌드 키워드를 발견하고 리빙 산업이 나아가야 할 방향을 제안하는 기획전시

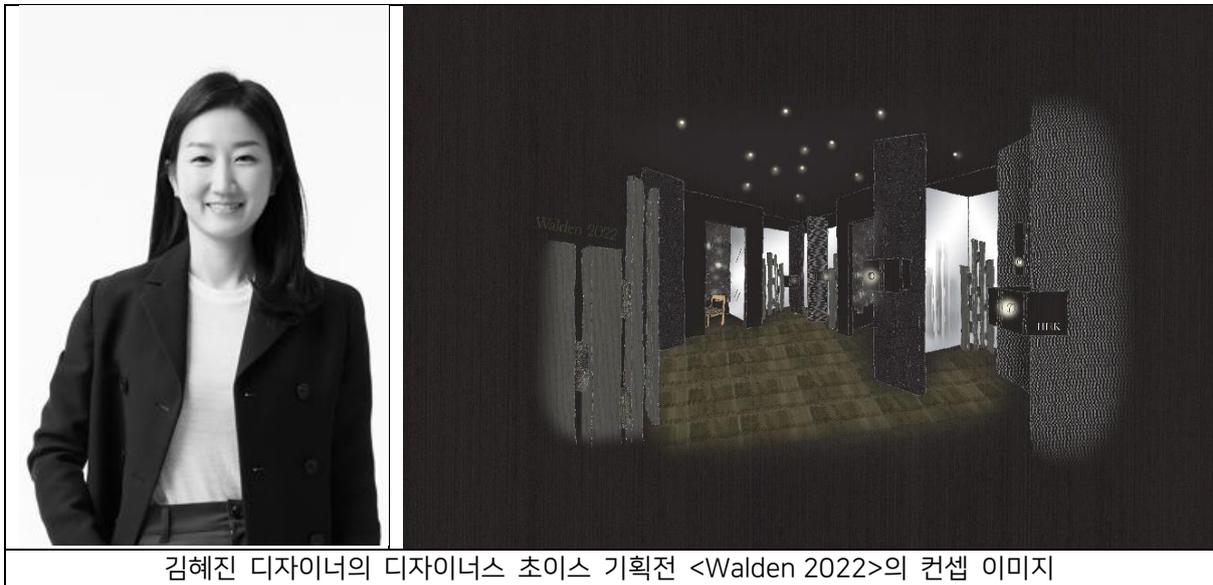
### ◆ 디자이너스 초이스 Designers' Choice <김혜진 Hye-jin Ris Kim> \_ Walden 2022 부스 D-619

예술과 문화에 대한 인문학적 이해와 새로운 시각으로 섬세하게 공간을 연출하는 김혜진 디자이너는 하이엔드 레지던스, 레스토랑, 클리닉, 오피스 등 다양한 공간에 고객의 취향과 니즈를 고유의 색깔로 감도 있게 풀어내며, 가구와 예술품 큐레이션으로 전체적인 조화로움을 이끈다.

김혜진 디자이너는 2022 서울리빙디자인페어의 디자이너스 초이스에서 '몰입'을 주제로 월든의 호숫가 오두막을 전시장에 구현하고자 한다. <Walden 2022>는 거리(distance)라는 단어가 이토록 익숙했던 적이 있었는지 질문한다. 물리적인 뜻의 이 단어가 우리의 삶을 낯설게 만든 배경은 잠시 잊고 지금 우리에게 또 다른 의미의 거리두기가 필요하지는 않을까.

공간 콘셉트:

19세기 미국 사상가인 소로우(Henri David Thoreau)가 도시를 떠나 월든 호숫가의 숲에 홀로 살며, 의도적으로 사회와 거리를 둔 것은 세상의 이치와 개인의 삶에 대한 깨달음을 얻기 위함이었다. 소로우는 "각자가 '자기 자신의 고유한 길'을 조심스럽게 찾아내 그 길을 갔으면" 했다. 내가 스스로 나답게 살아가는 힘은, 혼란과 자극의 홍수로부터 의도적으로 거리를 두고, 내면의 목소리에 조용히 귀 기울일 때 비로소 얻어진다. 시대는 변하고, 위기는 늘 새롭다. 그렇기에 우리 인생에 대한 답은 외부가 아닌, 바로 내 안에 있다.



김혜진 디자이너의 디자이너스 초이스 기획전 <Walden 2022>의 컨셉 이미지

김혜진 Hye-Jin Ris Kim (studio HJRK)

김혜진은 미국 일리노이 Northwestern University 에서 미술사학을, 프랑스 파리 École Camondo에서 실내건축과 제품 디자인을 전공했다. 광고대행사 Cheil Worldwide, 미술품 경매회사 Christie's와 파리의 인테리어 디자인 스튜디오 India Mahdavi를 거친 후, 공간 디자인 스튜디오 studio HJRK를 서울에서 설립했다. 고객이 접하는 매일의 디자인에 변주를 주고자 studio HJRK 산하 브랜드 'Collection Voyageuse'를 최근 새롭게 소개하며, 스튜디오의 감성과 영감을 인테리어 오브제와 가구에 담아낸다.

◆ 디자이너스 초이스 Designers' Choice <종킴 Jong KIM> \_ Con-sol-ation 부스 D-625

공간 디자인을 통해 브랜드의 철학을 극대화하고 단점을 상쇄하는 공간전략디자이너 종킴은 표상적인 형태를 넘어서는 공간의 아이덴티티 정립을 통해 브랜드의 상업적 성공을 핵심으로 한다.

이번 디자이너스 초이스에서 종킴은 고립의 시대, 코로나가 불러온 패러다임의 변화에 주목했다. <Con-sol-ation>이라는 제목의 본 기획전은 오프라인에서 실제 '공간'을 매개로 소통하는 이가 온·오프라인의 경계가 흐려지는 변화의 시대에 한시적 유행이 투영되어 설계 의도와 다르게 변화되거나 소실되는 공간들을 보며 공간의 본질을 탐구하는 작업에 매진할 때 느낀 '고독', '고립', '단절감', '불안' 등의 감정에 대해, 모두에게 위로가 필요한 시간이라는 결론에 도달했다. 그리고 그 위로가 출발하는 공감이라는 감정을 전시로 풀어내고자 했다.

공간 콘셉트:

깜깜한 세상, 그 안에 놓인 의자 하나. 의자에 앉아 눈을 감으면 '고립'이라는 단어가 무색할 정도로 시끌벅적한 음악이 흐른다. 어두운 세상과 대조되는 타인의 SNS 속 축제 같은 삶의 괴리를 이 방에 들어온 당신과 함께 느끼고 싶다.

가보지 않은 길을 구하고 있는 지금 나의 모습에서 낯선 도시 파리에 막 도착한 열여섯 살 내가 보인다. 앞이 보이지 않는 어둠 속을 걷는 것처럼 막막한 느낌, 눈앞에 펼쳐진 모든 것이 도전이고 과제였지만 정면 돌파하던 시절의 용기, 그 치열하고도 아름다웠던 날들. 이 공간에서 그때의 나로 돌아가 다시 시작할 힘을 얻는다. 나는 믿는다. 진정한 위로(consolation)는 '함께(con) 하나(sol)'가 되는 공감에서 시작해 '함께(con) 해결(solve)'을 모색하는 힘을 얻는 과정이라는 것을.

이 공간에서 당신도 새로운 힘을 얻었으면 좋겠다.



종킴 공간전략디자이너의 디자이너스 초이스 기획전 <Con-sol-ation>의 컨셉 이미지

종킴 Jong KIM

프랑스의 디자인 스쿨 에콜 카몽도 École Camondo Paris에서 공간·제품 디자인을 석사 수석 졸업 후 종킴 공간전략디자이너는 2016년부터 종킴 디자인 스튜디오를 운영하며 국민대학교 조형대학 공간디자인학과 겸임교수로 재직하고 있다. 구호 한남 플래그십 스토어, 다양한 브랜드의 파인 다이닝 레스토랑, 설화수 스파, 그리고 국내외 럭셔리 브랜드의 플래그십 스토어 등을 디자인하며 공간의 단순한 형태를 넘어서는 스토어 아이덴티티 정립을 통한 브랜드의 상업적 성공에 핵심을 두고 있다.

◆ 모던 코리안 가구 디자이너 8인 부스 D-634

모던 코리안 디자인을 보여주는 한국을 대표하는 가구디자이너 8명과 그들의 대표작을 한 자리에 모은 기념비적 전시가 열린다. 최병훈, 박종선, 정명택, 하지훈, 권원덕, 배세화, 서정화, 황형신이 참여하고, 그들이 꼽은 대표 의자 작품을 소개한다.



(왼쪽부터) 최병훈, 권원덕, 서정화, 황형신, 하지훈, 박종선, 정명택, 배세화

**최병훈**

국내에 '아트 퍼니처'란 용어를 최초로 사용하고, 홍익대 교수로 부임해 학과 명칭도 목공예과에서 목조형가구학과로 바꾼 1세대 가구 디자이너. 40여년째 작가의 길을 걷고 있다.

**박종선**

영화 <기생충> 속 가구로 전 세계에 알려진 박종선 가구디자이너. 20여년간 가구 디자이너로 활동하며 디자인 마이애미 등 해외 페어에서도 좋은 성과를 내고 있다.

**정명택**

1997년 열린 서울리빙디자인페어에서 '예술로서의 가구'를 대중에게 선보이며 아트 퍼니처에 대한 새로운 인식을 심어준 가구 디자이너.

**하지훈**

하지훈'이라는 필터를 통해 한국적 미감을 현대적으로 재해석한 작품을 선보일 것이라는 그는 앞으로도 할 일이 많다고 말한다.

**권원덕**

옛것에서 찾은 전통 소재와 형태, 기법을 활용해 새로운 것을 만들어가는 권원덕은 지금 시대에 맞게 쓰임 있는 가구를 만들고자 한다.

#### 배세화

형태적 아름다움뿐 아니라, 행복하던 순간과 기쁨 등 자신의 마음을 작품에 집어넣고자 하는 배세화는 현재 새로운 단계를 도전 중이다.

#### 황형신

거리에서 볼 수 있는 다양한 건축물에서 영감을 받는 황형신은 하나의 재료를 쌓아 완성한 '레이어드 연작'을 통해 자신만의 작업 세계를 하나씩 쌓아가고 있다.

#### 서정화

서로 다른 소재의 조화를 탐구하는 서정화는 다양한 형태를 사용해볼 수 있는 작업이라면 어떤 작업이든 계속해볼 생각이다.

\*\* 8인의 작가 인터뷰 참고자료로 첨부

## 2. 주요 브랜드

- ◆ 포스트 코로나 시기 더욱 중요시되는 멘탈 헬스, '힐링'과 '치유'를 선사하는 브랜드에 주목

### [시몬스] 부스 B-001, 071

수면 전문 브랜드 시몬스는 2022 서울리빙디자인페어에 200여 평 부스 설치해 브랜드 역사상 최초이자 박람회 역대 최대 규모로 참여한다. '도심 속 파크' 컨셉으로 부스 꾸며, 도심 속 자연이 함께 하는 휴식 공간을 전시장에 조성해 관객들이 휴식을 취하고, 더욱 전시를 편안하게 경험할 수 있도록 한다. 이번 전시에는 공개 열흘 만에 유튜브 누적 조회수 1,000만회를 돌파한 시몬스의 2022 브랜드 캠페인 비디오와 최근 청담동에 오픈, 핫플레이스로 등극한 시몬스 그로서리 스토어를 만나볼 수 있다. 시몬스 테라스의 파트너 이코박스 커피도 이번 전시에 함께해 캔 형태의 음료를 판매한다. 또한 시몬스의 대표 인기제품들을 스페셜 할인 혜택을 마련하고 환경 보호에 동참하고자 모든 관람객들에게 시몬스 그로서리 스토어 장바구니 굿즈를 선착순 증정한다.



시몬스 2022 브랜드 캠페인

- ◆ 미래의 친환경 주거생활이 궁금하다면? 생활을 편리하게 하는 신 기술의 스마트 하우스 솔루션

### [아이슬라에너지] 부스 B-601

아이슬라에너지는 플렉시블 모듈을 적용하여 일반 태양광 모듈에 비해 발전량이 증가하고 곡면 시공이 가능한 아이루프플러스, 차양 효과와 자가발전이 동시에 가능한 아이블라인드, 2021 서울모빌리티어워드 우수상을 수상한바 있는 미래형 태양광 전기차 충전 시설 아이카포트가 적용된 미래형 개인주택 아이하우스의 컨셉을 처음 선보인다. 아이하우스는 일일 약 30kWh의 발전이 가능하여 가정에서 사용하는 전기의 대부분을 태양광발전으로 충당 할 수 있다.



아이슬라에너지\_아이카포트

아이슬라에너지\_아이하우스

[용코리아/덱스퀘어] 부스 B-231

고품격 디자인 배선 기구 및 스마트 홈 자동 제어 솔루션을 제공하는 독일 프리미엄 브랜드 용(JUNG)의 한국 지사인 용코리아(JUNG KOREA), 그리고 포스코(POSCO)의 합작 기업으로서 세계 최초로 세라믹도료를 이용한 신개념 프린팅 컬러 강판을 디자인/제작하는 전문 철강재 기업 덱스퀘어(Dexsquare)가 만나, 세련된 디자인과 첨단 기술력이 돋보이는 스마트하우징 공간을 공개한다. TIS 갤러리와 협업을 통해 거실, 침실, 서재 공간의 고품격 인테리어 공간을 구현하고 독일 에르코라이팅(ERCO Lighting)의 LED 조명과 유에스엠 할러(USM Haller)의 가구 협찬으로 인테리어 공간을 위한 토탈 솔루션을 두루 확인할 수 있다.



용코리아\_플러그와 조명/ 컬러스위치

덱스퀘어

◆ 일상을 예술로 바꿔주는 섬세한 인테리어 컬렉션

[포모나앤코] 부스 A-701

공간의 예술화를 지향하며 다양한 하이엔드 제품을 선보이는 복합 브랜드 포모나앤코(Pomona&Co.)는 4대째 이어지고 있는 전통의 이탈리아 금속공예 명가 데 카스텔리(De Castelli)의 가구들과 수천 번의 성형과 건조를 통해 완성되는 벨기에의 대형 토분 아틀리에 비에르칸트(Atelier Vierkant)를 한국 최초 독점으로 이번 서울리빙디자인페어에서 선보인다. 두 브랜드는 오랜 전통을 가진 장인의 아이디어와 숙련된 기술을 산업 공정에 녹여내어 제품으로 구현해 내 이전까지 국내에서 볼 수 없었던 새로운 솔루션을 제공한다. 포모나앤코는 본 전시 이후 오는 3월 두 브랜드의 단독 쇼룸을 오픈할 예정이다.



데 카스텔리 MAREA

아틀리에 비에르칸트 AUO 시리즈

[유엔디] 부스 A-501

다우닝의 40년 경험과 노하우에 디자인 감성을 더한 프리미엄 소파 브랜드 유엔디는 2021 디자이너스 초이스에 참여한 덴스크 김효진 대표와 협업하여 현대 사회에서 더욱 중시되는 '배움'과 일상 생활에서 구현할 수 있는 '아트'를 중심으로 두 가지 장면을 구성하여 관람객들에게 메시지를 전달한다. 이 외에도 정은주 디자이너와 협력하여 만든 유엔디의 인기 제품 'STAY LONG' 시리즈와 더불어 '라인 내추럴 가죽' 과 '스마트 누백' 가죽 소파를 새로 선보인다. 또한, 방문객들에게 추억을 선사하기 위해 플라로이드 사진 이벤트를 진행 해 아날로그한 감성을 선물할 예정이다.

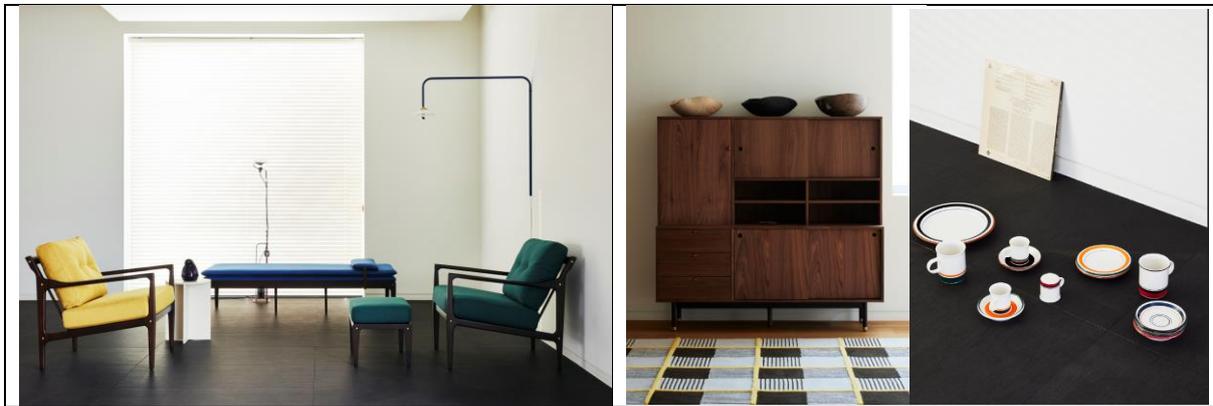


유엔디

◆ 다채로운 리빙 라이프의 인테리어 영감을 얻고싶다면 창의적인 아이디어를 만나고 싶다면

[82 빌리어스] 부스 A-521

리빙 브랜드 오덴세를 성공적으로 운영 중인 CJ ENM은, 다가오는 2022 서울리빙디자인페어에 맞춰 토탈 퍼니싱 브랜드 82 빌리어스(82 VILLIERS)를 처음 선보인다. 82 빌리어스는 모던함을 지향하되 컬러나 소재의 믹스 매치를 통해 자연스럽게 온기가 스며들 수 있는 소프트 미니멀리즘(Soft Minimalism)을 추구한다. 현대적 감각과 집이라는 공간 속에 자연스럽게 스며들 수 있는 내추럴함, 언제 봐도 질리지 않고 세월을 가늠하기 어려운 '시대성 초월'은 82 빌리어스의 모든 제품에서 발견할 수 있는 공통분모다. 82 빌리어스는 원목을 활용한 주방 가구, 패브릭 제품, 테이블 웨어 등 60여 종의 다양한 라이프스타일 제품을 '82 빌리어스 소셜 클럽'이라는 컨셉으로 전시하고 전시 공간은 집과 일터의 경계가 모호한 지금의 삶을 반영해 '살고, 일하고, 놀고, 잠자기'가 모두 가능한 장소로서 집에 대한 창의적 아이디어를 제공하며, 82 빌리어스만의 새로운 제품들을 직접 만져보고 체험할 수 있다.



82 빌리어스

[일룸] 부스 A-221

일룸은 감성과 로망을 가득 담은 화장대, BEAU:SC(뷰스크)를 중심으로 새싹이 나고 꽃이 피어나, 만개하는 것처럼 뷰스크의 꽃피우는 여정을 실제 컨셉에 반영하여 전시장에 구현한다. 2030 MZ 영 타깃과의 접점을 넓히고 일룸 화장대 및 리빙 카테고리 전반에 대한 리프레쉬를 유도하기 위해 다양한 현장 이벤트와 할인 혜택을 준비했다. 4월 정식 출시 전 가장 먼저, 새롭게 업그레이드된 뷰스크 화장대를 선보이며, 뷰티 브랜드 '이니스프리'와 협업하여 화장대 및 뷰티 아이템의 시너지를 최대한 내고자 했다.



일룸

[알로소] 부스 A-231

프리미엄 소파브랜드 알로소는 차원이 다른 리빙라이프 선도를 위해 브랜드의 핵심 DNA를 담은 시그니처 소파 3종을 중심으로, 각 소파 별로 완성도 높은 거실 조닝을 구현하여 자연스럽게 사진 찍고 싶은 로망 거실들을 전시장에 구현 한다. 또한 프랑스 디자이너 듀오 디소뮤&가렛과 협업해 만들어진 알로소 'Elmer' 1인 체어를 리빙디자인페어에서 첫 선보이고, 알로소의 60여종 CMF(마감재)를 통해 다채로운 컬러의 마감재를 방문객들이 직접 만져보고 살필 수 있는 경험 존도 함께 준비된다.



알로소

### 3. 테마별 브랜드 소개

◆ 소중한 일상을 더욱 특별하게 만들어 줄 라이프스타일 브랜드

[메종아카이브 A-551, 공예:공간 A-421, 홀프레츠 A-601]

코로나19 사태로 인해 집에서 보내는 시간이 길어지며 증가한 인테리어에 대한 관심이 식을 줄 모르고 있다. 이번 리빙디자인페어에도 내 소중한 공간을 보다 편안하고 감각적으로 꾸미는데 도움을 줄 라이프스타일 브랜드들이 대거 참여할 예정이다. 롯데백화점의 자체 홈스타일링 큐레이션숍 '메종아카이브 MAISON ARCHIVE'는 홈오피스와 리빙룸, 다이닝테라스의 세 가지 컨셉 큐레이션 공간을 선보인다. 기존 백화점에서는 만나기 어려웠던 국내외 신규 브랜드들과 SNS 이슈 브랜드 등 70여개의 라이프스타일 브랜드를 전시하고, 바이어가 직접 현장에서 입점 상담도 진행 할 예정이다. 아름답고 편안한 공간을 만들기 위한 가치 있는 수제작 가구 브랜드 8팀과 10명의 공예가들이 선보이는 '工藝:空間 공예:공간', 친환경 신소재 MAS를 이용한 새로운 감성 디자인의 '페블' 테이블을 최초 공개하는 홀프레츠도 주목할 만 하다.



◆ 봄까지 포근하게, 인테리어 디테일이 주는 변화

[구정마루 B-501, 라원\_깨끗한 침구 A-914, 비아케이스튜디오 B-211]

친환경 마루바닥재 전문기업 구정마루는 새 봄을 맞이하여 경쾌하고도 강렬한 레드홈을 구성한다. 베스트 판매 시그니처 제품들과 최초로 선보이는 쿨톤의 타일마루 신제품, 기술력의 한계를 뛰어 넘는 2022 파일럿 제품, 그리고 명화 프린팅과 플라워로 장식한 장미 정원이 연상되는 포토존 등 봄맞이 인테리어 영감을 얻을 수 있는 볼거리가 다양하게 마련된다. 자체 개발 기술력과 KC인증을 바탕으로 전 제품에 국내산 원사와 원단을 사용하는 라원 깨끗한 침구는 이번 전시에서는 첫 올리브그린, 쿨 그레이 컬러 원단을 사용한 제품을 선보여 봄맞이 침구를 고민하는 고객들의 선택을 더욱 넓힐 예정이다. 플라워 모디브의 리빙&라이프스타일 제품을 디자인하는 비아케이스튜디오는 동화 같은 색감의 비아케이스튜디오 잡화점 컨셉 부스를 구성하여 한정판 홀로그램 패키지 튜립부케 무드등, 대왕 튜립 무드등 등 특별한 제품들을 선보인다.



#### 4. 부대행사

##### ◆ 2022 리빙트렌드세미나 Living Trend Seminar **코엑스 컨퍼런스룸 402호**

한 해의 트렌드를 짚어보고 리빙과 디자인 분야 리더들의 영감과 인사이트를 나누는 서울리빙디자인페어의 리빙트렌드세미나가 3년만에 재개된다. 오는 2월 24일 서울 삼성동 코엑스 컨퍼런스룸 402호와 온라인에서 동시에 개최되는 본 행사는 <내비게이터 Navigator>라는 테마 아래, 자신만의 통찰력을 지도 삼아 새로운 길을 안내하는 시대의 항해자, 내비게이터들의 5 강연을 준비했다.

현대백화점의 브랜드 전략 리더 박이랑, K콘텐츠 플랫폼의 주역 티빙의 황혜정 콘텐츠&마케팅 리더, 한국 생태주의 정원의 대가 김봉찬 대표, 일과 휴식의 공존 가능성을 모색하는 코사이어티의 김민수, 위태양 공동대표, 마지막으로 인테리어 플랫폼의 라이징 스타 아파트먼트리의 윤소연 대표가 그 주인공이다.



**박이랑**  
현대백화점  
브랜드 전략 팀장



**황혜정**  
티빙  
콘텐츠&마케팅 리더



**김봉찬**  
더가든 대표



**이민수**  
언맷피플 공동대표



**위태양**  
언맷피플 공동대표



**윤소연**  
아파트먼트리 대표

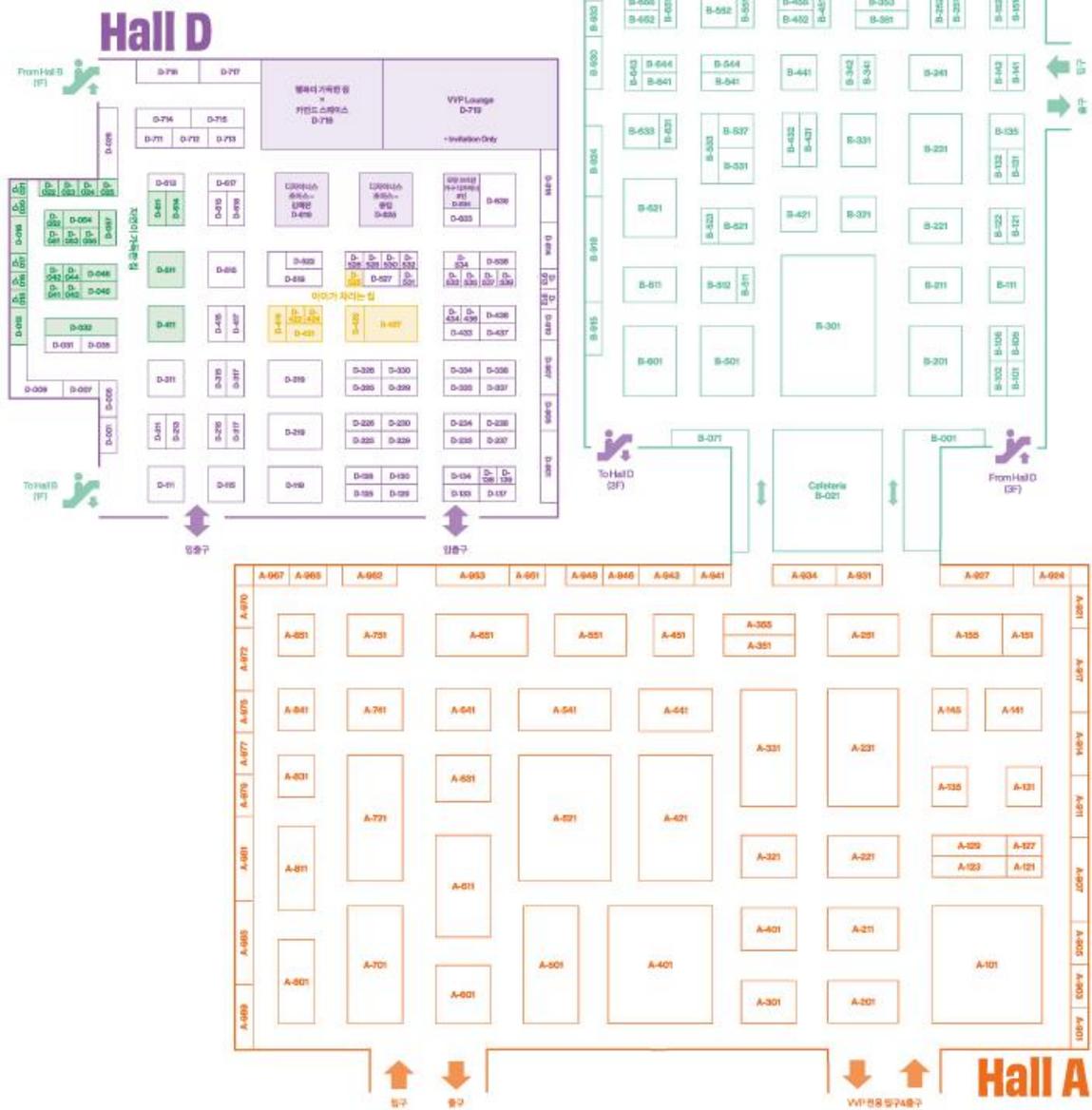
강좌	강의 내용
Session 1 9:30~10:30	<b>통합적 브랜드 디자인과 개인의 역할</b> 박이랑   현대백화점 브랜드 전략 팀장
Session 2 10:50~11:50	<b>오리지널: 변화하는 라이프스타일 트렌드 속 콘텐츠 기획</b> 황혜정   티빙 콘텐츠&마케팅 리더
Session 3 13:30~14:30	<b>미래 정원의 가치 - 지구 생명 존중으로</b> 김봉찬   더가든(주) 대표
Session 4 14:50~15:50	<b>우리에게 다가온 새로운 일하는 방식, 워케이션</b> 이민수, 위태양   언맷피플 공동대표
Session 5 16:10~17:10	<b>혁신은 과감하게, 과정은 심플하게</b> 윤소연   아파트먼트리 대표

일시	2022.02.24(목) 09:30 - 17:10
장소	코엑스 컨퍼런스룸 402 호/ 온라인 라이브 스트리밍 동시 진행
주최/주관	디자인하우스 / 행복이 가득한 집
티켓구매	서울리빙디자인페어 홈페이지
현장 강의	사전등록 130,000 원/ 현장등록 150,000 원
온라인 강의	50,000 원

\*\* 강연 상세정보 참고자료로 첨부

[참고자료 1] 전시장 도면

\* Hall B(1F)와 Hall D(3F)는 내부 연결 에스컬레이터를 통해서 이동할 수 있습니다.



[참고자료 2] 모던 코리안 가구 디자이너 8인 인터뷰 자료 \*행복이 가득한 집 3월호 게재 예정

1. 최병훈

Q. 가구 디자이너라는 분야조차 생소하던 시대에 이 일을 시작하게 된 계기는?

당시 홍대 응용미술학과를 졸업한 후 코트라에 입사했다. 일반인은 해외여행조차 어렵던 1970년대 출장을 다니며 멕시코, 아프리카, 페루 등 세계 대륙과 마주할 기회를 얻었다. 고대 마야문명과 잉카문명부터 원시미술에 이르기까지 지구 반대편의 문화를 접하며 세계에 눈뜨게 된 계기가 되었고, 내 정신과 영혼을 가구라는 매체로 표현하고 싶은 열망에 다시 학교로 돌아가 작업을 시작하게 되었다. 오롯이 나의 세계를 구현해낼 수 있다는 점에서 큰 성취감을 느꼈고, 이것이 내가 가야 할 길이 아니겠는가 생각했다.

Q. 작업의 원동력을 어디에서 얻는가?

감동이 나를 움직인다. 가슴이 뛰는 감동을 느끼기 위해 여행이나 영화, 책 등 새로운 세상을 찾아 떠난다. 여기서 새로 접한 세계와 나는 다르다는 것을 느껴야 한다. 다르기 때문에 나의 존재 의미가 생긴다. 그리고 이를 극대화해 나만의 정체성을 분명히 만들어야 한다. 아티스트에게 정체성이 없다면 생명이 없는 것이나 마찬가지다.

Q. 함께 촬영한 작품에 대하여.

단순하면서도 부드러운 선을 표현하고 싶었다. 부러 과장하지 않아도 절제된 아름다움에는 위엄이 느껴진다. 돌로 구조적 견고함을 해결하고, 유연한 선은 카본 파이버라는 새로운 소재로 표현했다. 앞으로도 나는 소재에 구애받지 않고, 장르의 한계를 느끼지 않고 앞으로 나아갈 것이다

2. 박종선

Q. 가구 디자이너로서 스스로 생각하는 강점은?

디자이너이자 장인이다. 이는 사용하는 재료에 대한 이해와 개인의 영감을 어떤 볼륨으로 완성해나가는 과정 속에 가구라는 보편적 역사성을 참고하고, 현대의 감성과 기술로 새로운 역사를 시도하는 작업이기에 두루두루 통찰해야 하는 것이 수고스럽기도 하고 즐거운 일이다.

Q. 좋은 가구가 갖춰야 할 본질적 조건은?

시각적, 촉각적 위안과 함께 잘 만들어내는 솜씨는 당연히 중요하다. 그에 더해 그 너머에서 느껴지는 울림이 있는 작가의 정신(mentality)이 읽히는 디자인이 시대를 아우르는 명작이라 생각한다.

Q. 함께 촬영한 작품에 대하여.

편안한 의자에 대한 고민한 결과로 '조금은 불편한 의자가 가장 편안한 의자'라 생각한다. 구조적, 시각적으로 가급적 최소한만 남기고 그 외의 것은 지워버린 디자인이다.

Q. 우리나라 고유의 정서가 작업에 반영된 부분이 있나?

기법보다 중요한 것이 미감이라 생각하는데, 좋아하는 사자성어 중에 '대교약졸大巧若拙'이라는 노자의 이야기가 있다. 이는 정말로 위대한 솜씨는 조금은 어설피거나 모자란 구석이 있다는 의미이다. 그 모자란 듯한 솜씨에는 여유와 고요함, 위트, 배려, 인간, 자연 등등을 품어내는 너그러움의 사유적 가치가 우리만이 지니고 있는 미의식의 유전자라고 생각한다.

3. 정명택

Q. 자신을 가장 잘 드러내는 작품의 특성은?

첫 번째는 '재료의 순수미'다. 물질이 지닌 고유한 성질을 인위적으로 숨기지 않고 그대로 드러내면서 재료

본래의 순수한 성질을 보여주는 것. 그보다 더한 아름다움은 없다고 생각한다. 두 번째는 '형태의 담백미'다. 과도한 솜씨 자랑이 아닌 꼭 필요한 요소만을 표현하는 것이다. 세 번째는 양의 공간과 음의 공간의 '조화로운 공간미'다. 작품 자체는 양의 공간으로서 가구와 조각의 역할을 하지만, 그것이 또는 그것을 이루고 있는 음의 공간은 전체 환경 안에서 작품이 묵직한 에너지를 발산하도록 도와주는 중요한 역할을 한다.

Q. 나에게 영감을 주는 대상은?

한국 문화의 격과 정신이 뚜렷하게 내재되어 있는 한국 고건축. 궁궐, 사찰(터), 한옥, 누각 등을 중심으로 고정화된 기능, 소재, 의미나 해석에 대해 다양한 방식으로 질문을 던지고 이를 해체함으로써 새로운 접근을 시도한다.

Q. 함께 촬영한 작품에 대하여.

작품 제목은 'Dumbung-jucho(덤병주초)'이다. '덤병주초'라는 용어는 자연석을 가공하지 않고 그대로 건축물의 초석으로 사용한 것을 일컫는데, 자연에서 채취한 적당한 크기의 돌을 덩벙덩벙 놓았다 해서 이름 붙였다. 거친 형태의 주춧돌을 단순하고 간결한 형태로 재해석하고 브론즈 주조 기법을 사용해 제작했다. 이 작품 시리즈로 올해 로에베 재단 공예 공모전(Loewe Foundation Craft Prize 2022)에서 파이널리스트로 선정되어 오는 7월 서울공예박물관 전시가 예정되어 있다.

#### 4. 하지훈

Q. 좋은 가구가 갖춰야 할 본질적 조건은?

다른 것과 차별화될 수 있는 아이덴티티가 절대적이다. 예술이나 디자인은 정답이 없기 때문에 작가의 생각과 존재 이유에 대한 답을 보여주는 것이 가장 중요하다.

Q. 함께 촬영한 작품에 대하여.

좌식 생활을 기본으로 한 전통 가구에는 의자가 없기에 현재의 한국 가구에서는 더욱이 새로운 전통을 만드는 정체성을 지닌 의자가 필요하다고 본다. 나주Naju 의자는 아름답기 재단과 함께 창덕궁 가정당에 배치하기 위해 만들었다. 나주소반으로부터 가져온 구조 미학, 한옥의 낮은 천장 높이에 비례한 의자의 비례 등 많은 고민을 1년 넘게 했다. 이 의자는 미국 피츠버그 대학의 배움의 전당에 위치한 명륜당에도 배치되었고, 개인적으로는 새로운 전통을 만들었다는 자부심을 가지고 있다

Q. 우리나라 고유의 전통이 작업에 반영된 부분이 있다면?

과거가 없다면 새로운 것을 만들어내는 것이 불가능하다. 예전에 한 인터뷰에서 우스갯소리로 '전통은 저작권도 없는데 가져다 쓰지 않을 이유가 없지 않냐?' 라고 반문한 적이 있다. 우리 전통에는 좌식 문화, 소반, 나전 등 차별성을 지닐 수 있는 요소가 많다. 플라스틱 소재를 적용한 소반이나 소반 다리의 형상에서 영감을 얻은 의자 등 내 작업에는 특히 소반이 지닌 특성을 현대적으로 반영한 것이 많다.

Q. 앞으로의 계획.

과거에 머물러 새로운 시도를 하지 않는 것이 가장 위험한 자세라고 생각한다. 새로운 기술과 소재 등 시대적 반영을 모색하는 것이야말로 작가로서 가장 중요한 부분이다. 지금까지도 그래 왔지만 앞으로도 하지훈이라는 필터를 통해 해석한 한국적 미감을 꾸준히 보여줄 것이다.

#### 5. 권원덕

Q. 가구 디자이너로 길에 들어서게 된 첫 순간은?

어린 시절 시골 뒷산에서 나무를 가지고 놀던 기억에 그저 나무란 물성이 좋아 선택한 결정이 지금까지 이어졌다. 전라북도 무형문화재 故 조석진 선생님께서 전통 가구를 배울 때에는 기술에 목말라 제작

기술 연마에 혼신의 힘을 다하는 시간이었다. 이후에 대학원에서 최병훈 교수님께 배우며 내가 얻은 전통 가구에 대한 지식은 수단이며 이를 활용해 '무엇을 만들 것인가?'를 고민하게 되었다. 이때가 작가로서 시작점이 아닐까 생각한다.

Q. 좋은 가구가 갖춰야 할 본질적 조건은?

쓰임이 있어야 한다. 시대에 맞는 작품성과 기능성의 비중은 차이가 있겠지만 잊지 말아야 할 것은 가구의 쓰임이라고 생각한다.

Q. 나에게 영감을 주는 대상은?

가장 많은 시간을 보내는 곳인 만큼 가장 큰 영감을 주는 작업실이다. 작업실이야말로 작품이 완성되는 과정을 고스란히 펼쳐 보여주는 곳으로, 제작하며 상상한 많은 경우의 것이 같이 존재하고 작가의 고민을 엿볼 수 있는 공간이다. 개인적으로 정서적 위안과 영감을 얻는 장소는 최병훈 선생님의 작업실이 아닐까 싶다. 앞으로도 많은 작가의 작업 공간을 탐방하고 싶다.

Q. 함께 촬영한 작품에 대하여.

사방탁자는 모던한 형태와 시원한 비례미를 보여주는 가구이다. 눈에 보이는 간결한 구조로 인해 내구성이 약할 것이라 염려하는 것과는 달리 짜 맞춤 기법을 적용해 매우 견고하게 만들었다. 구조적 간결함과 시원한 비례를 보여주고자 얇은 두께로 의자를 제작했고, 의자의 안락함과 가벼운 실용성을 고민해 누비를 활용한 좌판을 적용했다.

## 6. 배세화

Q. 가구 디자인이 매력적인 이유는?

가구는 다른 물건과는 다르게 디자인할 때 사람의 행동을 계산하고 설계할 수 있다. 남몰래 디자인 안에 하고 싶은 걸 숨겨놓는다. 다 비슷비슷하게 생긴 등받이가 있는 의자라고 할지라도 저마다의 성격을 조금씩 다르게 부여한다. 예를 들어 사람이 의자에 앉을 때 자신도 모르게 거만한 포즈를 취하도록, 혹은 긴장하고 앉을 수 있도록 자연스럽게 유도할 수 있다. 이처럼 디자인을 통해 사람의 행동을 만들어낸다는 점이 흥미롭다.

Q. 정서적 위안과 충만을 얻기 위해 찾는 장소는?

자연. 햇빛을 좋아해서 따스한 햇살이 내려앉은 잔디에 앉아 있기를 좋아한다. 반대로 아파트나 빌딩 등 시야가 가려지는 건물은 좋아하지 않는다. 스케치를 할 때는 시선이 높이 올라가지 않는 녹색 잔디가 펼쳐진 곳을 찾는다.

Q. 함께 촬영한 작품에 대하여.

주로 규모가 있는 작업을 해왔는데, 이를 1인 암체어 크기로 구현한 작품이다. 작가마다 자신도 모르게 즐기는 고유한 선이 있듯이, 나 역시 그렇다. 사람들은 내가 곡선을 좋아한다고 하지만, 오히려 나는 직선을 더 좋아한다. 직선에서 곡선으로 이어지는 선이 만들어내는 완만하고 차분한 느낌이 좋다. 아름다운 곡선이 나오기 위해서 반드시 직선이 있어야 한다. 이러한 관점에서 이 작품을 바라보면 곡선을 빛나게 해주는 직선의 내재된 가치를 느낄 수 있을 것이다.

Q. 앞으로의 계획.

작가로서의 배세화뿐 아니라 다른 분야에서의 배세화에 새로운 도약을 준비하고 있다. 아직 구체적으로 알 수 없지만, 많은 사람에게 다가갈 수 있는 방법을 찾고 있다.

## 7. 황형신

Q. 가구 디자이너로서 스스로 생각하는 강점은?

확신을 가지고 꾸준하게 작업해나가는 태도, 혹은 성실함이라고 생각한다.

Q. 자신을 가장 잘 드러내는 작품의 특성은?

작업 초기부터 현재까지 'Layered(적층) 연작'이라는 일관된 주제로 작업을 하고 있다. 건축에서 영감을 받아 시작한 '쌓인다' 라는 의미가 초기 작업에서는 있는 그대로 재료를 쌓아 형태나 기능을 만들어가는 것을 뜻한다. 이러한 작업이 반복되면서 현재는 '레이어드'의 의미가 작업하는 행위 자체가 되어 작업물이 누적되고 쌓여가는 것을 상징하게 되었다.

Q. 나에게 영감을 주는 대상은?

매일 거리를 이동하면서 보게 되는 다양한 건물, 특히 새로 짓고 있는 건축물의 형태나 구조. 완공한 건축물에서 마감재나 마감 방식을 주로 보는 편이지만, 시공 중인 건물은 마감 전 상태인 날것의 매력과 유리창 등의 표피가 없어서 하나의 조형으로 인식되는 것이 매력적으로 다가온다.

Q. 함께 촬영한 작품에 대하여.

'레이어드 연작'의 초기작은 PP(폴리프로필렌) 판재를 쌓아 열을 가해 기본 단위를 만들고 이를 조합해 다양한 형태와 기능을 대입하는 방식이었다. 2018년 개인전을 준비하면서 이전에 제작한 PP소재의 의자 시리즈를 형태는 그대로 유지한 채 스테인리스 스틸로 소재만 바꾸어 만들어 선보였다. 스틸 소재의 박스가 하나의 단위가 되어 조합된 모습이라 볼 수 있는데, 이 작업을 기점으로 이후 작업이 다양한 방향으로 변화할 수 있었다. 이 의자는 조형적으로 표현할 때 건축에서 느껴지는 공간감을 함께 보여주고 싶었는데 나름의 기준에서 만족스럽게 표현되었다.

## 8. 서정화

Q. 가구 디자이너로서 스스로가 생각하는 강점은?

수공 작업 과정에 대한 거부감이 없다는 것.

Q. 좋은 가구가 갖춰야 할 본질적 조건은?

목적에 부합하는 합리적 구조와 소재의 응용이라고 생각한다.

Q. 함께 촬영한 작품에 대하여.

2013년부터 두 가지 소재가 지닌 촉각적 질감의 조화를 주제로 작업한 'Material container(소재의 구성)' 시리즈다. 소재의 물성에 대한 이해를 잘 담아낸 이 시리즈로부터 작가로서의 아이덴티티가 만들어졌다고 생각하기에 의미가 깊다.

Q. 우리나라 고유의 전통이 작업에 반영된 부분이 있나?

두 가지를 꼽을 수 있다. 첫 번째로 '상호 관계'이다. 소재의 구성 시리즈에서는 하나의 소재와 다른 소재가 만들어내는 시너지 효과에 대해 이야기하고 있다. 이는 관계지향적 사고를 하는 우리나라 사람들의 생각과 닮아 있다고 생각한다. 두 번째로는 '완초 공예'를 들 수 있다. 강화도에서 발달한 우리나라의 세밀한 완초공예 기법을 작업에 응용했다.

Q. 영감을 얻기 위해 찾는 장소는?

도서관이나 서점의 디자인 서적 코너, 국립현대미술관을 찾는다.

[참고자료 3] 리빙트렌드세미나 강연 상세 정보

Session 1

**통합적 브랜드 디자인과 개인의 역할**

박이랑 / Eerang Park  
현대백화점 브랜드 전략 팀장

브랜딩의 개념은 계속 진화하고 브랜드의 존재 목적 역시 변화하고 있다. 브랜드의 정체성 정립과 개성, 차별성을 갖춰가는 과정에서 브랜드를 운영하는 개인의 가치관과 취향, 태도 등은 더욱 중요시된다. 이런 환경에서 수많은 서비스와 하위 브랜드를 운영하는 확장성을 가진 브랜드가 어떤 방식으로 브랜드 아키텍처 Brand Architecture를 운영하고 문제를 해결해나가는지 구체적인 사례 위주로 공유하고자 한다.

**강연자 프로필**

시각디자인을 공부한 후 그래픽 디자이너, 아트디렉터로서 주로 브랜딩 분야에서 일하고 있다. 독립 디자인 스튜디오 스튜디오헤르쯔를 설립(2009)해 기업, 문화 기관 혹은 개인의 브랜드 아이덴티티, 홍보물 등을 기획·디자인했으며, 동시에 독립출판사 스윙퍼블리셔스를 설립해 책을 출판하기도 했다. 2014~2015년 동아대학교 산업디자인학과 겸임교수, 2020~2021년 한국타이포그래피학회 이사로 활동했다. 2022년 현재 현대백화점에서 브랜드 전략을 담당해 일하고 있다.

Session 2

**오리지널: 변화하는 라이프스타일 트렌드 속 콘텐츠 기획**

황혜정 / Hwang, Hye Jung  
티빙 콘텐츠 & 마케팅 리더

‘오리지널’은 어디에서 출발해 어떻게 움직이는가?

취향의 시대, 변화하는 라이프스타일에 따라 ‘오리지널’의 다양한 변주를 티빙의 콘텐츠 사례와 함께 들여다본다. 팬덤, 소통, 공감, 재미, 몰입, 향수 등 콘텐츠를 지탱하는 무한한 힘의 원천이 되는 독보적이고 차별화된 오리지널리티를 완성하는 콘텐츠 기획과 마케팅의 세계를 소개한다.

**강연자 프로필**

티빙의 콘텐츠 사업 총괄 황혜정 CCO&CMO는 부산영화제로 시작해 2004년 CJ 미디어에 입사 후, CJENM의 라이프스타일 채널 운영, 2017년부터는 OCN과 영화 채널을 운영하며 OCN 오리지널을 기반으로 단단한 장르물의 팬덤을 갖춘 No.1 스토리테인먼트 브랜드로 이끌었다. 2020년 9월부터 TVING의 콘텐츠와 마케팅 리더 업무를 맡아 <여고추리반>, <스프링캠프>, <환승연애>, <술꾼도시여자들> 등 차별적인 티빙 오리지널과 콘텐츠 기획, 전략과 마케팅을 맡아 국내 OTT 플랫폼의 성장을 도모하고 있다.

Session 3

**미래 정원의 가치 - 지구 생명 존중으로**

김봉찬 / Kim, Bong Chan  
더가든(주) 대표

도시의 숲과 녹지 조성의 기본 목표가 되어야 하는 자연주의 정원 Naturalistic Garden은 우리 정원에 자연을 다시 복원시키는 일이다. 국내외 다양한 자연주의 정원 사례를 통해 도시에서의 생물 다양성

증가와 지속 가능성에 대해 알아보고, 자연주의 정원의 심미적 아름다움, 야생 생물과 공존하는 법, 보잘것없는 작은 생명의 가치 등을 통해 미래의 인간이 지켜가야 할 본질과 가치를 생각해보기를 제안한다.

### 강연자 프로필

조경 전문가인 김봉찬 더가든 대표는 식물 생태를 전공한 자연주의 정원가로 경기 포천시 평강식물원, 경기 광주시 화담숲의 암석원, 제주 서귀포시 핑크스 비오토피아 생태공원, 서울 성수동 아모레 성수가든을 설계하고 시공했다. 저서로는 <베케, 일곱 계절을 품은 아홉 정원>, <자연에서 배우는 정원> 등이 있다.

### Session 4

#### 우리에게 다가온 새로운 일하는 방식, 워케이션

이민수 / Lee, Minsoo, 위태양/ Wui, Taeyang

언맷피플 대표이사

팬데믹으로 인해 우리가 살아가는 방식이 다양하게 변화하고 있다. 시대의 흐름에 따라 변모하던 업무 방식은 코로나19로 인해 가속화되었다. 최근 들어 일과 휴가의 경계 개념인 '워케이션 work+vacation'이라는 개념이 화두다. 과연 워케이션이라는 문화는 어떻게 생겨난 것이며, 앞으로 우리 업무 방식과 삶에 어떠한 변화를 가져다줄 것인지 이야기하려고 한다. 또한 언맷피플이 이를 바탕으로 기획한 '코사이어티 빌리지 제주'의 기획, 설계, 운영 사례를 살펴본다

### 강연자 프로필

이민수

(주)언맷피플 공동대표. 한양대학교 디자인 대학 전임교수로 재직하다 어느 날 갑자기 그만두고 스타트업 세계에 뛰어들어 무모한 공간 디자이너. 지금은 작가 디자이너에서 경영자로 변신하는 모드이다. 이따금 후회가 밀려오지만, 용기를 내는 중이다.

위태양

(주)언맷피플 공동대표. 도시건축 분야의 PM 회사에서 콘셉트 개발을 경험하다 디자인이 그리워 에이전시에서 브랜딩 디자이너로 활동했다. 결국 다시 하던 일로 돌아와 지금까지 쌓은 경험을 끌어 모아 스타트업 세계에서 노력 중이다.

### Session 5

#### 혁신은 과감하게, 과정은 심플하게

윤소연 / Yoon, So Yeon

아파트멘터리 대표이사

아파트멘터리는 대기업조차 어려워하던 인테리어 시스템 구축을 '소비자에게 쉽고 단순하게 전하자'는 모토로 투명한 가격 정찰제, 코어 타겟의 라이프스타일을 분석한 독자적 디자인의 모듈화, 서비스의 표준화된 솔루션 제공으로 성공을 거두었다. 급격히 변화하고 있는 라이프스타일 속에서 '아파트멘터리'가 준비하는 내일의 홈 라이프와 인테리어 시장의 방향을 공유하는 인사이트 Insight 시간을 갖는다.

### 강연자 정보

2006년 MBC 문화방송에 입사, 편성 PD 및 예능 PD로 근무했다. '왜 집 꾸미기 분야에는 믿고 맡길 만한 대표 브랜드가 없을까?'라는 의문에서 퇴사 후 사업을 시작했고, 2016년 프리미엄 아파트 인테리어 스타트업 '아파트멘터리' 창업 후 공동대표 역할을 맡고 있다. 저서로 <인테리어 원 북>이 있다.