



예측 트렌드 Trend Forecasting

콘텐츠 유형 : 스팟 리포트타주

취재 및 사진, 글 : 최성윤 (트렌드 리서처)

자료제공: 모듈라



모듈라

Modular Incorporation

(전시기획, 인테리어, 디스플레이 디자인그룹)

역삼동의 사무실에 찾아간 금요일 오후, 한참 바쁜 시간에 스팟 리포트타주 인터뷰를 위해 자리를 함께 하였다. 인테리어와, 전시기획, 디스플레이 디자인 그룹인 Modular의 양수영 대표를 통해 인테리어와 전시기획의 흐름과 트렌드의 연관성 그리고 최근 동향에 대해 살펴본다.

‘Sustainable, 이콜로지(ecology), Green design 동향’

‘인테리어나 디스플레이 그리고 전시에 있어서도 사회적 issue나 트렌드가 반영되고 있으며 근래에는 sustainable, 이콜로지(ecology), Green design등이 디자인에 반영되고 있습니다. 3~4년 전에는 디지털적 요소를 주로 사용하면서 사람과의 공유에 focus를 두는 경향이 적었지만 점점 사람을 위주로 사람과의 소통을 중시하는 경향이 나타나고 있습니다. 또한 Modernism에 의한 단순한 요소가 강세였던 예전에 비해 장식적 요소와 함께 디테일이 중시되고 있습니다.’

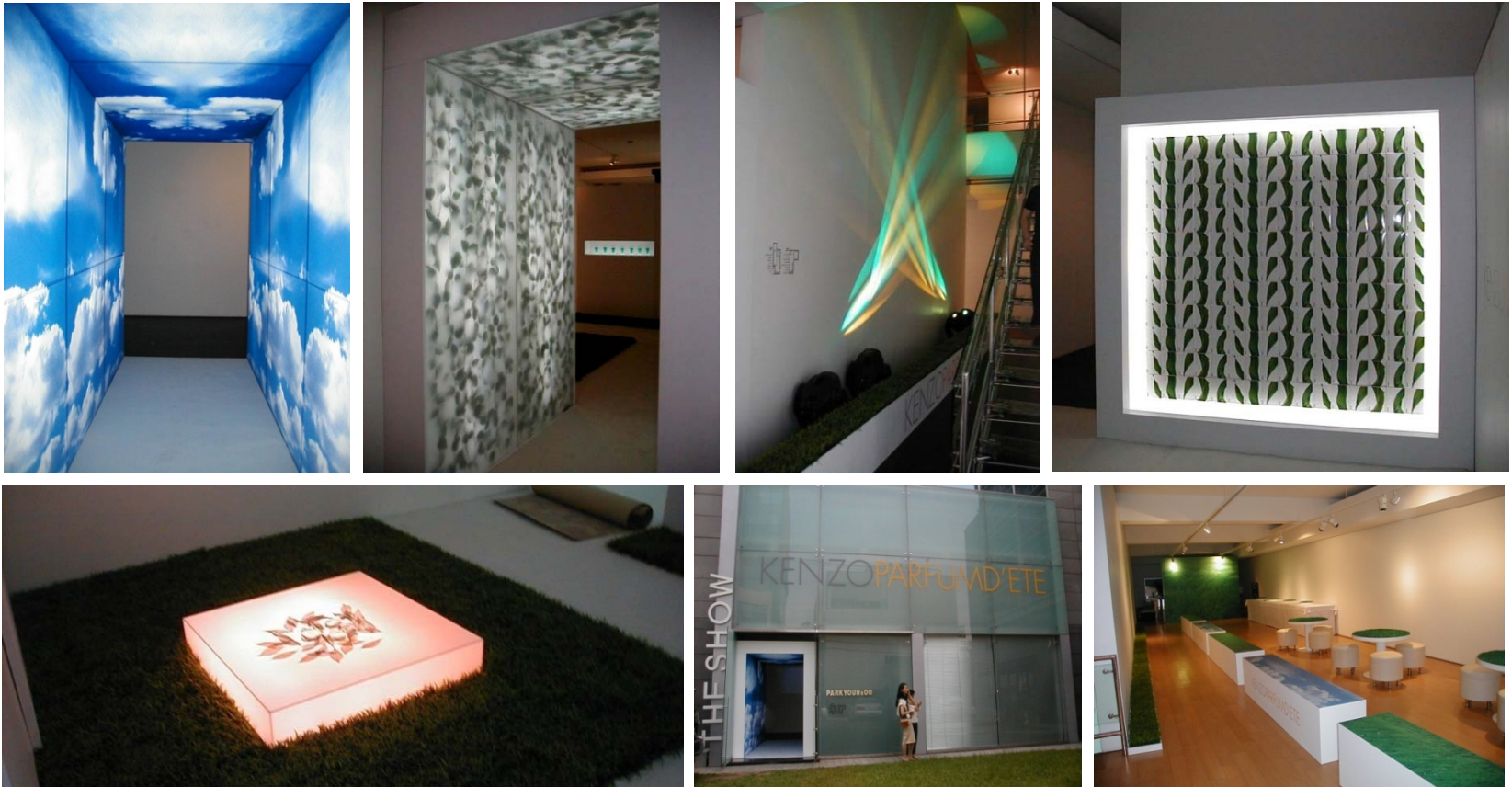


사진 2> 2002' KENZO PARFUMD'ETE Launching Show / 자료제공: 모듈라

‘유행이 아닌 컨셉에 따라 디자인이 결정’

주로 컨셉 위주로 작업이 진행되는데 각 컨셉에 맞춰서 컬러(main color/sub color), 재질, 소재 등을 결정합니다. 특히 전시 디자인은 유행이 아닌 분명한 컨셉에 의해 작업이 진행되는데 이때 같은 브랜드의 성격과 전시의 테마에 따라 전체 디자인의 분위기와 흐름이 표현됩니다. 공공디자인을 계획할 때 가장 우선 시 해야 할 사항은 각각 오브제의 디자인적인 완성도 보다는 전체적인 흐름과 주변 환경과의 어울림을 생각해야 한다는 점입니다. 또한 지역과 장소의 성격을 반영해야 하기 때문에 사전리서치와 지역 기관과의 긴밀한 협의를 통해 컨셉이 설정되고 설정된 컨셉에 의해 디자인 작업이 진행됩니다.

‘제품과 브랜드에 따라 디자인 방향 결정’

패션 브랜드의 경우에도 마찬가지로 컨셉 위주로 작업을 진행합니다. 이때 시즌이나 사회issue, 브랜드 이미지에 주로 focus를 두게 되며, 자동차 매장 작업은 제품위주의 전략으로 제품 판매에 focus를 둡니다. 작업의 예를 들어 설명 드리면, 루이비통의 경우 테마에 맞춰 작업이 이루어지는데 매장 오픈 시점에는 브랜드 런칭에, 온라인 사이트 오픈 시점에는 디지털스러운 컨셉으로 디자인 작업이 진행됩니다.

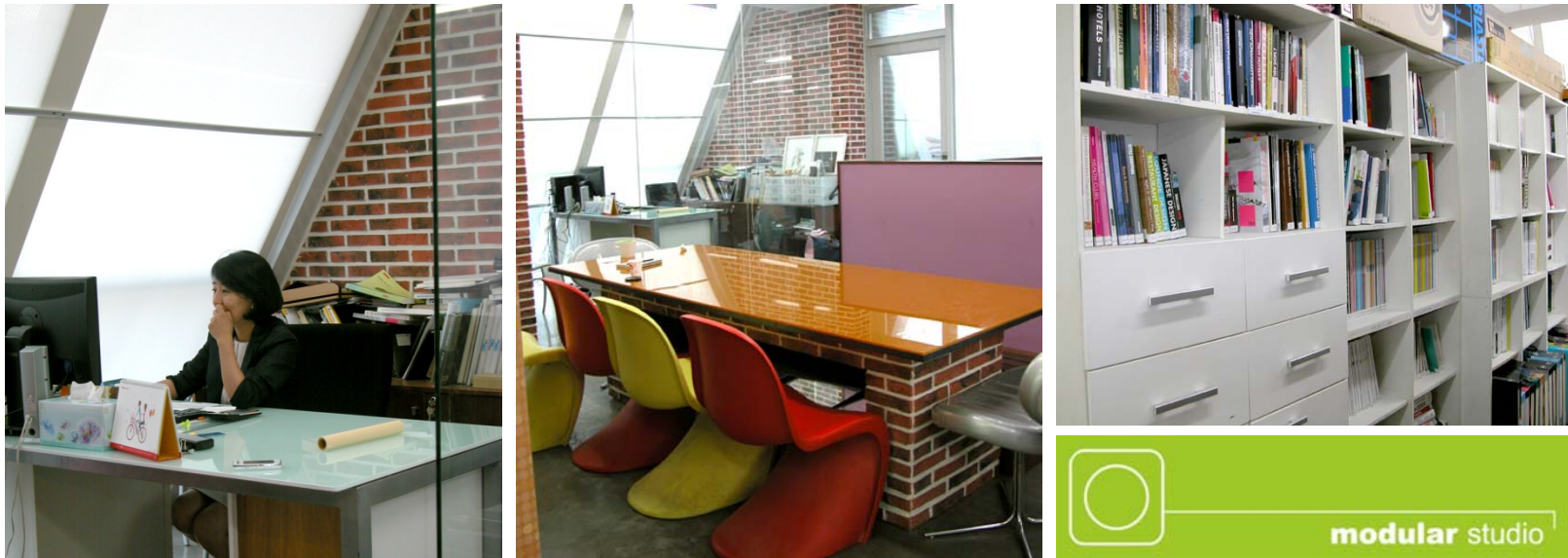


사진 3> 왼쪽부터 모듈라 스튜디오 양수영 대표/모듈라 스튜디오 내부/자료실/모듈라 스튜디오 CI /자료제공: 모듈라



사진 4> 2007년 루이비통 현대 오프닝 청담동파티 인테리어 작업 / 자료제공: 모듈라



사진 5> 모터쇼 내 'HONDA' 전시장
자료제공: 모듈라



사진 6> LOUIS VUITTON Avenue Opening Party 2005/ 자료제공: 모듈라



사진 7> COLLEZIONE OCCHIALI 2004
/ 자료제공: 모듈라



사진 8> Louis Vuitton Korea Special Order Launching Party/ 자료제공: 모듈라

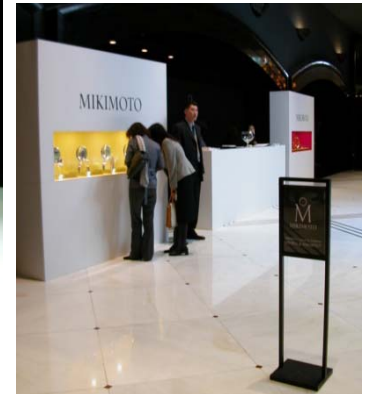


사진 9> Mikimoto Launching Show 2003/ 자료제공: 모듈라

*About Modular Incorporation

루이비통, LEXUS, SAAB, 까르띠에 등 유명 클라이언트와 다양한 컨셉의 매장 인테리어 및 특별 기획전시 작업등을 하였다. 최근에는 공공디자인 및 환경디자인까지 작업분야를 확장하고 있으며 현재 통영시의 공공디자인 작업을 진행 하고 있다.

<취재후기>

광고 디자인이나 제품 디자인, 패키지 디자인과 마찬가지로 인테리어나 전시기획 디자인 역시 기업과 제품 브랜드의 Theme에 맞추어 컨셉화 하는 작업과정과 설정된 컨셉을 풀어낸 디자인을 통해 소비자와 관람객에게 전달하는 커뮤니케이션이 중요하다는 걸 다시 한번 느낄 수 있었다. 이러한 디자인에 의한 커뮤니케이션을 통해 기업과 전시문화는 경쟁력을 얻고 소비자에게는 기업과 제품에 신뢰를 높이며 관람객에게는 디자인을 통해 공간예술과 문화적 즐거움을 동시에 누릴 수 있을 것이다.