

PUBLIC DESIGN CONSULTING

공공디자인컨설팅사업 사례집

PUBLIC DESIGN CONSULTING

공공디자인컨설팅사업 사례집

kidp 한국디자인진흥원

kidp 한국디자인진흥원
KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION

PUBLIC DESIGN CONSULTING

공공디자인컨설팅사업 사례집

DESIGN DEVELOPMENT DIVISION OF KIDP

한국디자인진흥원 디자인개발실

kidp 한국디자인진흥원
KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION



KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION



KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION

WHAT IS THE PUBLIC DESIGN CONSULTING?

공공디자인컨설팅이란?

한국디자인진흥원의 공공디자인컨설팅사업은 국가와 지역 및 공공기관의 다양한 정체성과 여건을 반영하여 디자인 정책 전략과 지역 고유의 가치를 개발하는 연구사업을 뜻한다.

한국디자인진흥원은 체계적인 수행을 위해 컨설팅 매뉴얼을 제공하고 디자인, 도시, 경관, 환경, 건축, 마케팅 등의 다분야 전문가 인력을 구축하여 컨설팅을 제공한다.

정부, 지방자치단체 및 공공기관은 공공디자인컨설팅을 통해 전체 관할구역 및 특정지역을 대상으로 사업을 기획, 개발, 관리할 수 있는 디자인 플랜을 제공받는다.

한국디자인진흥원(KIDP)은

한국디자인진흥원(KIDP)은 정부, 지방자치단체, 공공기관은 물론 수출중소기업과 디자인 전문기업을 위한 다양한 사업을 전개하고 있다. 또한 대한민국의 대표 디자인 진흥기관으로 국가 이미지 제고를 위해 국제디자인기구들과 협력하고있으며, 선진 디자인행정 및 진흥정책의 교육 기회를 제공하여 전국에 도시 디자인 인프라를 보급하는데 앞장서고 있다.

&

DESIGN DEVELOPMENT

‘디자인컨설팅’과 ‘디자인개발’ 차이점

□ 디자인컨설팅

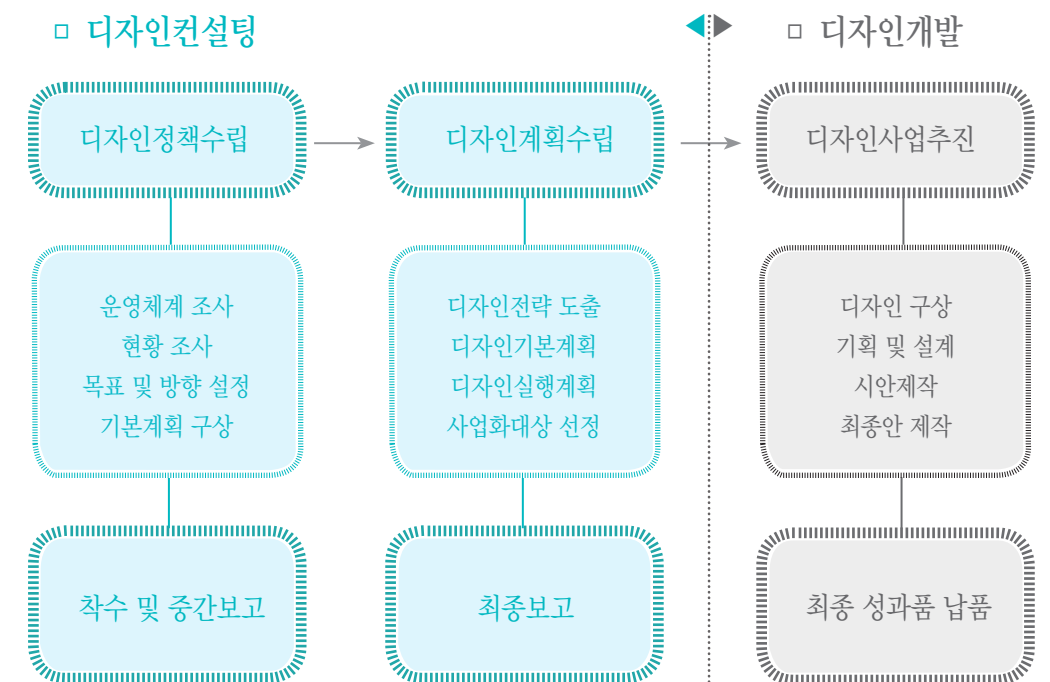
- 목표: 디자인 방향 제시 및 사업발굴, 기획, 검토
- 방법: 현황조사, 분석을 통해 전략 도출 및 계획 수립
- 내용: 디자인행정체계, 디자인 기본계획 및 가이드라인, 디자인사업계획 등
- 결과: 컨설팅 보고서

□ 디자인개발

- 목표: 디자인 개발 및 활용
- 방법: 디자인 구상, 설계, 제작, 최종 성과품 제공
- 내용: Identity디자인, 도시환경디자인, 문화관광상품 등
- 결과: 설계안 및 2D, 3D 디자인 연구개발 시품 등

DESIGN CONSULTING & DEVELOPMENT PROCESS

‘디자인컨설팅’과 ‘디자인개발’ 프로세스



SCOPE OF PUBLIC DESIGN CONSULTING SERVICE

공공디자인컨설팅 연구범위

□ 공간

- 도시 및 마을의 환경조성 마스터플랜
- 자연 및 인공경관의 보존, 개선, 형성을 위한 마스터플랜
- 공공건축 및 실내환경 문제진단 및 디자인개발 기획

□ 공공시설

- 보행 및 운송시설류 문제 진단 및 디자인 개발 기획
- 휴게, 편의 및 관리시설류 문제 진단 및 디자인 개발 기획
- 정보 및 행정시설류 문제 진단 및 디자인 개발 기획

□ 공공시각매체

- 국가 및 지방자치단체, 공공기관 상징시스템 문제 진단 및 이미지 구축을 위한 마스터플랜
- 도시브랜드, 지역 공동브랜드 진단 및 디자인 개발 기획
- 특정 환경연출(야간경관, 환경색채) 마스터플랜

□ 디자인정책

- 디자인 행정조직 및 사업 추진체계 문제 진단 및 개선계획
- 국제행사 조직위원회 디자인 기본계획
- 지역 디자인산업 활성화 계획

□ 공공서비스

- 교육, 복지, 교통 등의 행정서비스 문제 진단 및 개선방안
- 문화, 체육 행정서비스 문제 진단 및 개선계획

PUBLIC DESIGN CLASSIFICATION

공공디자인컨설팅 분류

□ 공간

도시·마을경관 도시기반시설	도시 및 마을 환경정비 및 개선 공원, 운동장, 광장, 놀이터, 집회시설, 보도, 자투리 공원, 주차장, 터널, 도로, 철로, 교량, 육교, 고가도로, 하천, 하수처리장, 산업공단, 변전소, 발전소 등
건축 및 실내환경	마을회관, 파출소, 소방서, 우체국, 전화국, 동사무소, 군사시설, 교도소, 지방자치단체 청사, 정부부처 건물, 외국공관 건축물, 시민회관, 문화재, 체육관, 경기장, 공연장, 국공립 복지시설, 국공립 의료시설, 보육원, 기념관, 박물관, 미술관, 휴게소, 여객 자동차 터미널, 화물터미널, 철도역사, 지하철역, 공항, 항만, 고속도로 휴게실, 국공립초·고등학교, 대학교, 유아원, 교육원, 훈련원, 연구소, 도서관, 연수원 등

□ 공공시설

보행 및 운송시설물	보행신호등, 웬스, 방음벽, 블라드, 가드레일, 가로표식, 에스컬레이터, 엘리베이터, 육교, 정류장, 자전거 정차대, 보행 유도등, 신호등, 교통차단물, 속도방지시설, 주차시설, 주차요금징수기, 공공기관 소유차량 등
휴게 및 편의시설물	벤치, 의자, 쉼터, 옥외용 테이블, 휴지통, 음수대, 재떨이, 화장실, 세면장, 매점, 무인 키오스크, 자동판매기, 신문가판대 등
관리시설물	맨홀, 전신주, 가로등, 신호개폐기, 전력구, 분전반, 환기구, 우체통, 소화전, 방재시설, 범죄예방장치, 신원확인장치 등
정보시설물	정보부스, 지역관광안내시설, 공중전화, 기후관측시설, 행정구역 경계시설, 지자체 상징탑, 교통 정보관 등
행정시설물	제복, 가구, 문구, 표찰, 무인 민원처리기 등

□ 공공시각매체

정보매체	이정표, 교통표지판, 지역/관광 안내도, 버스노선도, 지하철노선도, 방향유도사인, 규제사인, 자동차 번호판, 각종 픽토그램, 광고판, 현수막, 포스터, 게시판, 간판, 배너, 기, 홍보영상, 출판물, 웹페이지 등
상징매체	국가 및 지방자치단체, 공공기관 상징시스템 기념주화, 우표, 교통카드, 채권 등
환경연출 공공브랜드	벽화, 수퍼그래픽, 미디어 아트, 공간연출매체(soundscape, lightscape), 야간경관, 환경색채 지역 특화산업, 문화자원 및 공동브랜드 마케팅, 인증 마크 등

□ 디자인정책

정책기반	디자인 행정조직 및 사업 추진체계 문제 진단 및 개선계획 국제행사 조직위원회 디자인 기본계획 지역 디자인산업 활성화 계획
------	---

□ 공공서비스

교육, 복지, 교통, 문화, 체육 등의 행정서비스

STATUS OF PROMOTING DESIGN CONSULTING SERVICES FOR PUBLIC INSTITUTIONS

공공디자인컨설팅사업 추진현황

연도별 지원과제 현황



연도별 총과제수

구 분	2008	2009	2010	2011	2012
지원과제수	11	12	12	10	10 (예정)

연도별 참여기관 현황

구 분	정부(2)	지방자치단체(50)	공공기관(3)
2008	1	10	-
2009	-	11	1
2010	1	10	1
2011	-	9	1
2012 (예정)	-	10	-
총	55개 기관		

연도별 지원과제 세부현황

[2008년도 : 2008. 9. 1~2009. 4. 30]

NO	참여기관	과제명	수행기관
1	우정사업본부	우정사업 공공디자인컨설팅	씨디알어소씨에이즈
2	마산시청	테마거리연계 조성에 따른 공공컨설팅사업	디자인그룹오감
3	평택시청	공공디자인기본계획 및 연차별로드맵	세울디자인컨설팅
4	완주군청	고산전원웰빙타운조성사업 공공디자인컨설팅	패널
5	강화군청	광성보역사, 문화공간디자인 조성사업	도시경관연구소 율
6	밀양시청	미르피아 공공이미지개발 전략수립 컨설팅	이미지마케팅연구소
7	포항시청	포항철강공단 공공디자인컨설팅	세울디자인컨설팅
8	대구시청	컬러풀 대구 도시브랜드 공공디자인계획	김현선디자인연구소
9	대구남구청	고미술거리 가이드라인, 조형물설치, 사인시스템	그린에드
10	보령시청	보령시 공공시설물 디자인을 위한 컨설팅	아이투디
11	구리시청	도시 정체성 확립을 위한 도시브랜드 개발방향 및 활용방안연구	씨디유

[2009년도 : 2009. 3. 1~2009. 10. 31]

NO	참여기관	과제명	수행기관
1	광양만권 경제자유구역청	GFEZ 공공디자인 기본계획 및 연차별 로드맵 구축 사업	김현선 디자인연구소
2	2014인천AG 조직위원회	인천아시아경기대회조직위원회 년차별 디자인전략 액션플랜	시디알어소시 에이즈
3	대전광역시 중구청	노후된 충무시설 재활용을 위한 그린디자인 솔루션 개발	디자인테크
4	증평군청	저탄소 녹색성장을 위한 증평군 공공디자인 컨설팅	도시경관 연구소 율
5	충주시	충주시 공공디자인 네트워크 조성을 위한 디자인특화사업	앤시디 파트너스
6	양주시청	국도3호선(평화로)의 상징가로 연출방안	레몬옐로우
7	산청군	한방 특성화이미지 조성을 위한 공공시설물디자인 개발	이미지마케팅 연구소
8	울산광역시청	그린커뮤니티 조성을 위한 공공디자인컨설팅	디자인그룹 오감
9	제주특별 자치도	제주특별자치도중소기업공동브랜드 '제주마썸' 마스터플랜 개발	브랜드웍스
10	익산시청	익산시 여성친화도시 실행을 위한 여성친화적 공공디자인 컨설팅	매스씨앤지
11	시흥시	동 주민센터 리모델링을 통한 주민참여형 문화공간디자인 개발	디자인와우앤 파트너스
12	전라남도청	전라남도 행복마을 아이덴티티 및 공공시설물 디자인 표준안 개발 컨설팅	인디디자인

[2010년도 : 2010. 6. 1~2011. 5. 31]

NO	참여기관	과제명	수행기관
1	여성가족부	가족친화적 사회문화 조성 “일과 가정의 양립”	네이트시스템
2	광주U대회 조직위원회	2015광주하계유니버시아드대회 디자인추진전략 및 실행로드맵 구축사업	인맥
3	철원군청	철원지역 시외버스터미널 디자인개선 컨설팅	디자인코리아
4	인제군청	인제군 CI, BI 개선 사업	올커뮤니케이션
5	인천시 동구청	송림배구경기장 주변 경관개선을 위한 “공장지역 친환경그린디자인개발사업”	문은배 색채디자인
6	전남도청	섬진강변 공공디자인 기본계획 수립 컨설팅	인디디자인
7	순천시청	순천시 4대관문(동, 서, 남, 북) 육교디자인 컨설팅사업	제이에스비 아이엔씨
8	산청군청	한방도시 환경디자인 사업	나텔레콤
9	창원시청	문신을 문화적 상징으로 하는 도시건설	프로인 커뮤니케이션
10	포항시청	푸른바다, 오도와 작도의 창조적 네트워크 디자인전략	아이알아이
11	구리시청	친환경 녹색도시 건설을 위한 요소별 야간경관계획 컨설팅	아이솔라
12	서산시청	공공디자인을 통한 서산시의 브랜드 활성화 개발 구축	아이투디

[2011년도 : 2011. 7. 1~2012. 8. 31]

NO	참여기관	과제명	수행기관
1	속초시청	속초시 공공디자인 전략 수립	엠에스에이치컨설팅
2	성남시청	성남시 도시디자인 마스터 플랜 수립	이상씨앤씨
3	남해군청	보물섬 관광투어 경관정비를 위한 공간환경디자인 마스터 플랜 구축	디자인그룹 오감
4	정읍시청	정읍시 공공디자인 기본계획 및 가이드라인 수립	디자인간
5	옥천군청	옥천군 공공디자인 기본계획 및 가이드라인 수립	아이투디
6	성북구청	경로당 시설개선을 위한 리모델링 디자인가이드라인 수립	디자인와우엔 파트너스
7	강화군청	강화산성 역사문화도시 환경디자인 컨설팅	가온에이스
8	나주시청	나주시 영산포 공공디자인 기본계획수립 -홍어특화거리 조성-	인맥
9	충주시청	친환경 색채 및 도시색채문화 정립을 위한 전략 수립	아이알아이
10	국립공원 관리공단	유니버설디자인을 적용한 국립공원 경관디자인 컨설팅	디자인테크

[2012년도 예정 : 2012. 5. 1~2013. 6. 30]

NO	참여기관	과제명	수행기관
1	광주광역시 남구청	광주광역시 대촌동 전통문화 전승지구 테마파크 공공디자인 전략 수립	디자인코리아
2	용인시청	공공디자인의 효율적인 운영과 수준 높은 디자인 행정을 위한 시스템 구축	가온에이스
3	대구광역시 달성군청	교정시설 환경개선을 위한 표준형 디자인 가이드라인 수립	아이디스디자인
4	인천광역시 중구청	월미관광특구 공공디자인 특화전략 및 가이드라인 수립	포스타인
5	제주특별자치도	제주다운 풍경 조망을 위한 스카이라인 가이드라인 수립	피디씨클리닉
6	고령군청	고령군 지역마케팅 활성화를 위한 도시환경디자인 가이드라인 수립	프로인 커뮤니케이션
7	고성군청	고성군 공공디자인 기본계획 및 가이드라인 수립	지엘 어소시에이츠
8	포천시청	포천시 공공디자인 기본계획 및 가이드라인 수립	디자인와우엔 파트너스
9	서산시청	문화와 역사를 연계한 해미읍성 환경디자인 컨설팅	수디자인
10	김제시청	김제시 공공디자인 기본계획 및 가이드라인 수립	디자인간

CASES OF DESIGN CONSULTING SERVICES FOR PUBLIC INSTITUTIONS

공공디자인컨설팅의 사례

□ 공간디자인컨설팅

- 1.1 그린커뮤니티 조성을 위한 공공디자인컨설팅 (울산광역시청, 2009)
- 1.2 송림배구경기장 주변 경관개선을 위한 공장지역 친환경 그린디자인개발 (인천동구청, 2010)
- 1.3 노후된 충무시설 재활용을 위한 그린디자인 솔루션 개발 (대전광역시 중구청, 2009)

□ 공공시설

- 2.1 섬진강변 공공디자인 기본계획수립 컨설팅 (전남도청, 2010)
- 2.2 철원지역 시외버스터미널 디자인개선 컨설팅 (철원군청, 2010)

□ 공공시각매체

- 3.1 인제군 C.I., B.I. 디자인개선 사업 (인제군청, 2010)

□ 디자인정책

- 4.1 2015 광주하계유니버시아드대회 디자인 추진전략 및 실행로드맵 구축사업 (광주U대회조직위원회, 2010)

□ 공공서비스

- 5.1 익산시 여성친화적 도시 실행을 위한 여성친화적 공공디자인컨설팅 (익산시청, 2009)

DESIGN CONSULTING FOR PUBLIC SPACE

공공공간디자인컨설팅

- 1.1 그린커뮤니티 조성을 위한 공공디자인컨설팅 (울산광역시청, 2009)
- 1.2 송림배구경기장 주변 경관개선을 위한 공장지역 친환경 그린디자인개발 (인천동구청, 2010)
- 1.3 노후된 충무시설 재활용을 위한 그린디자인 솔루션 개발 (대전광역시 중구청, 2009)

사업개요

과 제 명	그린커뮤니티 조성을 위한 공공디자인컨설팅
주관기관	한국디자인진흥원
참여기관	울산광역시청
수행기관	(주)디자인그룹오감
총 개발기간	2009.03.01 ~ 2009.10.31. (8개월)
키 워 드	Make Nature, Save Energy, Open Space
최종목표	〈지속가능한 녹색도시 - Ecopolis 울산 실현을 위한 방안〉 1) 울산시의 에너지 과소비 공업도시에서 '저탄소 녹색산업도시'로 변화 추구. 2) 공공디자인의 효율적 계획과 관리로 녹색 성장도시 실현
개발내용 및 결과	1) 도시의 생태 지향적 녹지 조성 - Make Nature : 풍요로운 도심 녹지조성계획 마련 2) 도심 소비 · 발생 에너지의 효율적 관리 - Save Energy : 효율적인 에너지소비 유도 방안 마련 3) 도심 건축공간과 오픈 스페이스의 총괄적 체계 마련 - Open Space : '삶의 여유'를 위한 도심 공간계획
기대효과	1) 도시민의 생활환경에 적합한 공공디자인 계획 2) 자연 친화적 공공디자인으로 지속가능한 도시 조성 3) 도시민의 자연에 대한 인식전환 및 공공디자인에 대한 긍정적 반응 유도 4) 공공디자인의 민간개발에서 친환경적 의도 이끌어 냄.

1. 공공디자인컨설팅의 중요성 및 필요성

울산시 'Ecopolis Ulsan' 실현을 위한 Green Community 도입 필요



2. 공공디자인컨설팅 목표

- 울산시의 Green Community 필요성 탐구와 실현방법 모색
- '녹색도시 울산'을 실현하기 위한 효율적인 전략과 마스터플랜, 핵심 과제 발굴

가. 울산의 적합한 Green Community 정의 수립



- 그린 커뮤니티란 도시구조와 단절된 기존 녹지 공간들을 연결하고, 도시민을 고려한 생활녹지 비율을 증가시키며, 도시민이 여유를 가질 수 있는 효율적 도시구조를 만들

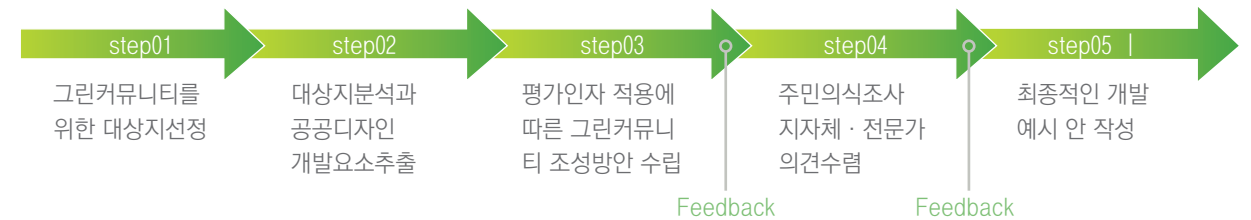
나. 울산의 적합한 Green Community 조성방법 모색

- 1) 도시 생활자 환경에 적합한 녹지비율 확보
- 2) 에너지 과소비를 줄이고 대체 에너지의 인식개선
- 3) 도시와 도시민이 여유를 가질 수 있는 효율적 공간 활용
- 4) 효율적인 공공디자인 실행이 가능한 제도 개선

다. 과업을 통한 미래상 제시

- 인간과 도시, 그리고 자연이 서로 소통하여 배려할 수 있는 구조적인 변화를 통하여, 도시를 사는 생활자가 자발적인 의식전환과 더불어 지속가능한 에코폴리스 울산을 완성

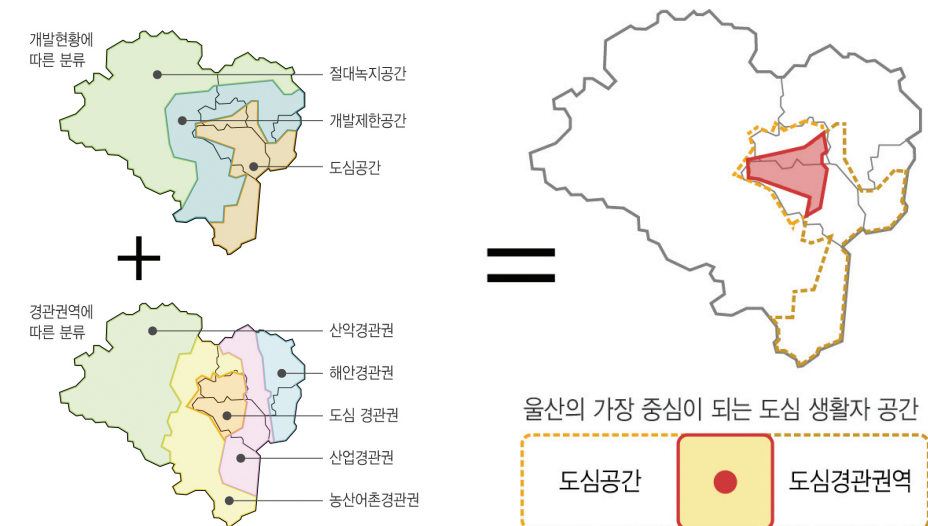
3. 공공디자인컨설팅 프로세스



4. 공공디자인컨설팅 내용

Step 1 : 대상지 선정

- 도심 생활자의 인구 밀집 지역을 우선으로 함 Step 1 : 대상지 선정



Step 2 : 대상지 분석과 공공디자인 개발 요소추출

ㄱ. 도심 생활자 공간의 개발 요소

- 환상녹지축을 통한 그린커뮤니티의 장기적 조성방향 제시.
- 환상녹지축은 도심경관권역계획 중 쾌적한 도시환경 구축을 위해 자연경관을 연결한 축으로써 앞서 분석한 도심 생활자 공간 내에 위치하며 새로운 개발 요소를 검토하는 것 보다 상위계획과 호환 가능한 요소를 이용함으로써 체계적인 조성 계획을 수립하여 궁극적인 목적 달성과 도심 전체의 시너지효과를 불러 일으키게 함



2009 그린 커뮤니티 조성을 위한 공공디자인컨설팅

참여기관 울산광역시청 수행기관 ㈜디자인그룹오감

그린 커뮤니티 조성을 위한 공공디자인컨설팅 2009

참여기관 울산광역시청 수행기관 ㈜디자인그룹오감

Step 3 : 평가인자 적용에 따른 그린커뮤니티 조성방안 수립

1. 단계별 추진방향

01) 개발사업 선정 과정

- ㄱ. 환상녹지축을 기준으로 지역적 특성을 분석하여 구체적인 대상과 개발방향을 제시하고 사업의 우선순위를 선정함
 - 1단계 : 녹지축 내 영역의 구조적 성향분석
 - 2단계 : 영역의 정체성 및 차별화를 가지기 위해 지역적 특성 분석
 - 3단계 : 효과적인 공공디자인 적용을 위해 사업계획 방향에 맞는 개발사업 선정

02) 개발사업 조성 단계별 기준

- ㄱ. 1단계 : 주민의식 변화와 권장단계
 - 녹색도시에 대한 인식변화(자발적인 주민참여)와 사적영역의 변화 유도
 - 동기부여를 통해 환상 - 環狀(環 : 고리 환, 狀 : 형성 상)녹지축의 완전한 형상과 인식을 만들어 감

단절없는 녹지축 형형성을 위한 공공디자인 개발
 - 단절된 녹지공간의다양한 연계 방안
 - 공적영역의 효율적인 공간 정비
 - 녹색도시와 부합하는 새로운 공공디자인의 제안

광역별 / 연결 / 공적영역 / 녹지축형성

環狀

- ㄴ. 2단계 : 주민의식 실천과 보완단계
 - 주민과 지자체의 소통과 참여를 통한 공공디자인 개발
 - 시간에 따라 자발적으로 발전하는 환상 - 幻想(幻 : 변할 환, 想 : 생각 상)녹지축 형성

권역별 성향에 따른 주민참여 공공디자인 실행
 - 사적영역과 공적영역의 유기적인 연계 방안
 - 사적영역의 양보에 대한 지자체의 적절한 보상
 - 생활녹지 공간의 생성과 유지가능한 프로그램 개발

권역별 / 생성 / 공사적영역 / 생활녹지조성

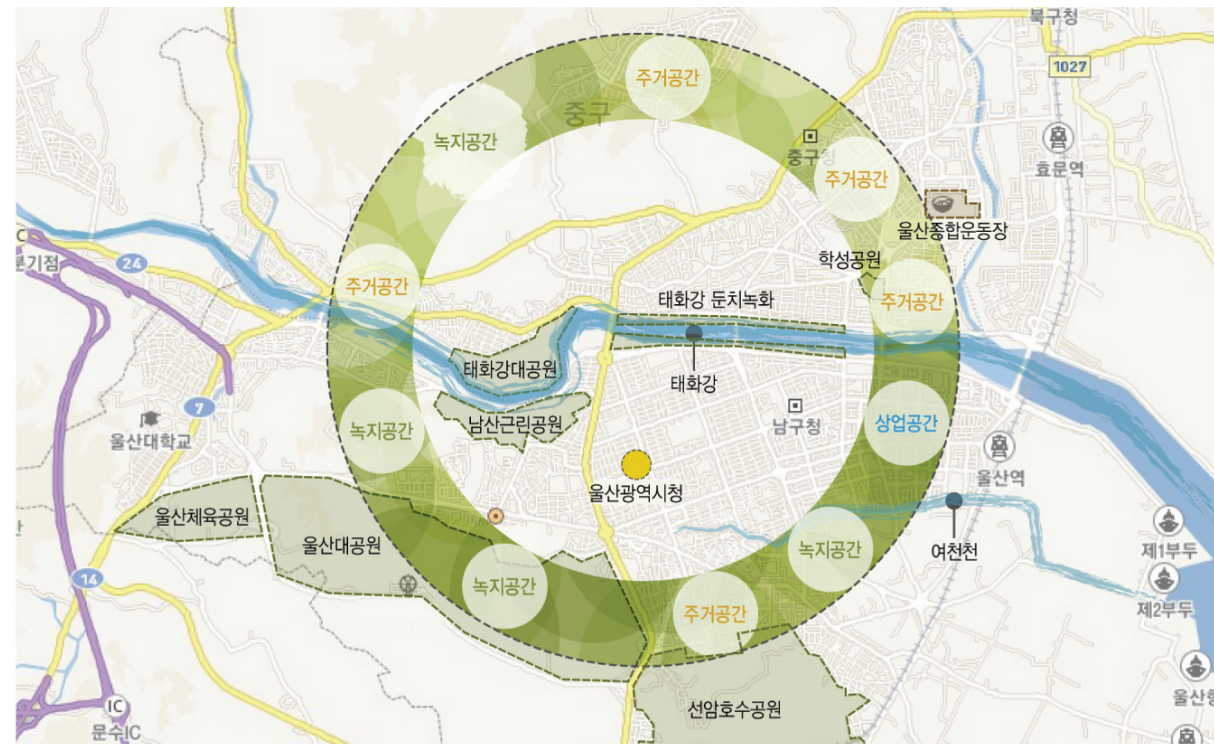
幻想

- ㄷ. 3단계 : 주민의식 발전과 강화단계
 - 생활자의 삶의 질을 높여주는 환상- 歡上(歡 : 기뻐 환, 上 : 위 상)녹지축으로 발전
 - 지속가능한 녹색도시 울산을 형성하는 거점

권역별 성향에 따른 주민참여 공공디자인 실행
 - 사후 관리시 파생되는 문제점 등을 피드백 자료로 활용
 - 도시 전체로 연결되는 녹지에 대한 연계 방안 모색
 - 생활녹지 공간의 프로그램 도입으로 커뮤니티 장으로 발전

사업별 / 유지·발전 / 공사적영역 / 프로그램

歡上



주거공간 · 성안동 · 복산동 · 반구동 · 삼산동 · 대현동 · 달동 · 신정동 · 수암동 · 야음동 · 삼호동 · 무거동 · 다운동
 - 녹지축의 우측으로 인구밀도가 높은 주거지역이 많이 위치함

상업공간 · 삼산동 (터미널 사거리 주변) · 신정동 (공업탑 주변)
 - 녹지축의 우측으로 울산의 대표적인 상업공간이 위치함

녹지공간 · 태화강 · 선암저수지 · 삼호산 · 입화산 · 평산
 - 시가지 주변 환상으로 산지가 입지해 있으며, 수공간이 가로 지르고 있음

대상 가로의
구조적 분석

적용가능 범위의 요소 추출
(Make nature, Save Energy,
Open Space)

최종적인
개발 예시안 작성

· 가로의 구조 분석
현황

· 대상가로에 적용 가능한 요소에
대해서 대상지의 성향에
맞는 개발 방안을 찾고, 실제
대상가로에 적용 가능 할 수
있도록 요소들 간의 상관관계
등을 분석하여 최종적인 개발
방안을 제시

· 주민의식조사, 전문가 및 지자체
의견을 반영하여 실제 공공디자인
사업이 이뤄질 수 있는 방향으로
발전.

2009 그린 커뮤니티 조성을 위한 공공디자인컨설팅

참여기관 울산광역시청 수행기관 ㈜디자인그룹오감



Step 4 : 주민 인식조사 및 지자체 · 전문가 의견수렴 과정 제안

– 컨설팅 이후 지자체 실행방안에 따른 주민 참여 방안 연구

지자체 실행방안

주민 참여 방안

계획초안작성		인터넷을 통한 주민참여 및 주민의식 조사
예비계획 공고		
일정기간 주민에게 공람		공청회 및 세미나 실시 (지역 언론 매체 이용)
계획초안에 대한 조정		주민의견서 제출(주민과 지자체 피드백)
최종 계획안 작성		
조례로서 계획을 의결		
최종 계획안에 미반영된 주민의견에 대한 이유서를 첨부		온 · 오프라인을 통한 결과 보고
상급 행정청에 계획승인 신청		
시행		
상황에 따른 변화		주민의견 수렴과 전문가 의견을 통한 개선점 도출

그린 커뮤니티 조성을 위한 공공디자인컨설팅 2009

참여기관 울산광역시청 수행기관 ㈜디자인그룹오감

Step 5 : 최종적인 개발 예시 안 작성

1단계 조성사업						2단계 조성사업										3단계 조성사업	
2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025		
태화강 생태축을 연결하는 보행교								주민 참여 프로그램 개발 / 연계사업 조성을 위한 가이드라인 개발						주민 참여 프로그램 개발 / 연계사업 조성을 위한 가이드라인 개발			
	삼산동 상업공간 가로정비 사업																
			울산대공원 "산양수변공간을 연결하는 생태통로 및 특화산책로"			문수체육공원 일 단절 없는 숲아루길 연결 보행교											
	성안동 조양 산책로 개발			울산 종합운동장 여우굴간의 녹화 사업				울산역 상점광장 조성									
						학생공원의 역사적 의미 복원과 생활자 공간의 기능 확대				병점성 복원에 따른 역사적 의미를 상충시키는 역사공원 조성							
										그린커뮤니티 확대를 위한 조직 개발 및 가이드라인 조성							
						삼산동 건편정비사업				삼호동, 무거동, 대운동, 태화동 담장 허물기 및 화단 조성							
							성안동 내부 중앙 녹지 공원화										
								신정동, 아음동 아파트 공개공지 개방화									
								삼산동 읍모이는 근린공원으로 재탄생									
								울산대공원 순환 자전거 도로 조성									
										복산동, 연사동 교육시설 공개공지의 생활녹지화							
										삼산동 옥외 주차장 녹화 사업							
총 사업비 규모 50,650 (백만원)																	

사업개요

과 제 명	송림배구경기장 주변 경관개선을 위한 "공장지역 친환경 그린디자인개발" 사업
주관기관	한국디자인진흥원
참여기관	인천시 동구청
수행기관	㈜문은배색채디자인
총 개발기간	2010. 10. 1 ~ 2011. 4. 30. (6개월)
키 워 드	송림배구장, 경관개선, 그린디자인, 2014 아시안게임
최종목표	1) 공장지역의 아름다운 도시경관 연출 2) 공장과 주거가 공존하는 휴식공간 연출 3) 공공디자인을 활용한 도시기반시설 정비
개발내용 및 결과	1) 친환경 그린 공간디자인 및 공공이미지 개발 2) 공장지역의 자연친화적, 인간친화적인 공간 창출 3) 공장건물 컬러화 및 담장 허물고 녹지대 조성 4) 도로변 녹지대 조성 및 수목 생육환경 개선 5) 테마가 있는 주민쉼터 공간 마련
기대효과	1) 친환경 그린디자인 개발을 통해 정부의 녹색성장정책 실천 2) 공장지역의 친환경 경관개선을 통한 2014 아시안게임 대비 3) 공장지역 친환경 휴식, 문화공간조성으로 구민 삶의 질 향상 4) 인천시 동구청의 브랜드 가치 상승, 정체성 확립, 이미지 개선

1. 공공디자인컨설팅의 배경

인천 동구청은 전체면적의 52.5%를 공장지대가 차지. 회색 잿빛도시, 어두운 도시의 이미지에서 탈피하기 위한 친환경 공공 시설물 및 경관디자인 개발이 절실히 요구

가. 공장지대의 열악한 생활환경에서 벗어나, 일터와 주거환경이 함께 공존하는 복합 공간으로 전환

나. 시각적 환경에 대한 정책적 방향 모색

다. 2014년 아시안게임을 위한 공장지역 미관 재창조 사업과 쾌적하고 생동감 넘치는 친환경 공장지대 조성 필요

문제점

- 사업장 건축물의 낙후된 벽면 및 색채로 인한 미관저해
- 비산먼지, 소음, 대기오염 등으로 인한 열악한 환경
- 낙후된 담, 방음벽, 관리되지 않은 녹지공간으로 삭막한 기동
- 무질서한 간판 및 불법홍보물 등 부착
- 도시 아이덴티티의 부재로 정체성 미약
- 보행자 안전확보와 커뮤니티 공간필요

해결방안

- 주민참여공간 마련
- 송림배구장 앞 커뮤니티 공간 마련
- 자전거 도로의 적극적인 활용계획
- 공장건물 컬러화를 통한 밝은 환경 조성
- 친환경 에너지 활용
- 조경 / 색채 / 시설물 / 쉼터공간 / 랜드마크 등을 포함하는 체계적인 가로경관계획

2. 공공디자인컨설팅 목표

가. 공장 및 주변 주거지역의 자연친화적 공간 연출

1) 주요내용

- 공장지역의 아름다운 도시경관 연출
- ※ 인천시 및 동구 기본색채계획에 근거한 친환경적 색채 연출
- 공장 인접 주거지역의 친환경 가로 정비 및 개선
- 주민과 함께 만들어가는 쉼터 및 문화 공간 조성
- 2014년 아시안게임 경기장에 적합한 야간경관 설치 추진

2) 개선대상

- 공공시설 : 옹벽, 보도, 쉼터, 자전거도로 등
- 민간시설 : 공장담장, 공장외벽 및 지붕, 화단 등

나. 공공시설물의 미래지향적인 디자인 적용

1) 주요내용

- 공공디자인을 활용한 동구의 정체성을 반영 및 도시기반시설 정비
- 친환경소재 및 재활용품을 이용한 그린 공공이미지 연출
- 2014년 아시안게임 홍보를 위한 공공 이미지 연출 등

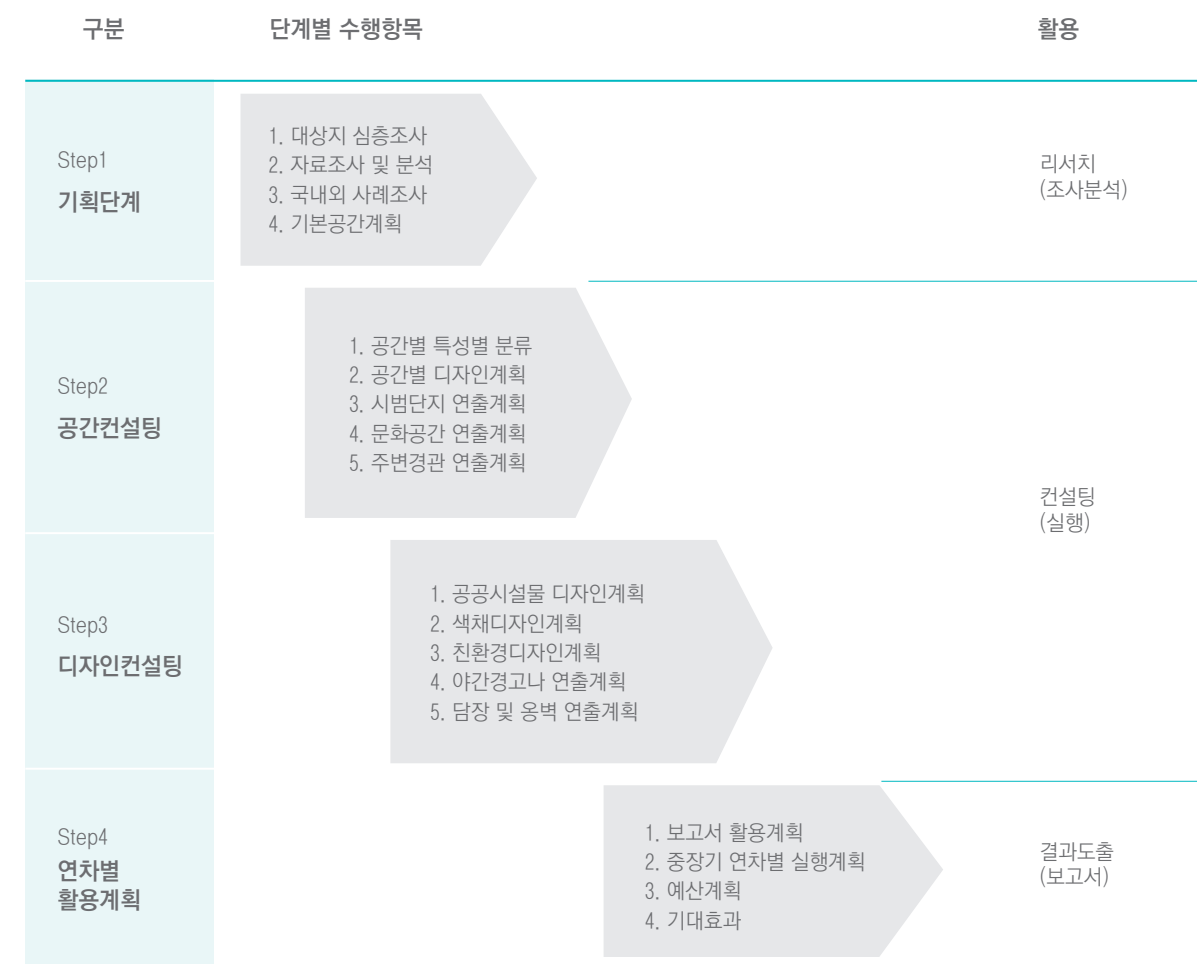
2) 개선대상

- 방향유도사인 및 안내판, 교통표지판, 광고판, 가로등, 화단, 버스쉼터 등

다. 민관의 협력체계 구축 및 지원

- 1) 경관개선 지역 내 기업들의 적극적인 참여 유도를 통한 미관 저해요소 개선
- 2) 민관이 하나가 되는 E-FF사업의 추진을 위한 다양한 지원책강구
- 3) 공장주변에 주민 및 근로자를 위한 쉼터, 문화공간 조성

3. 공공디자인컨설팅 프로세스



4. 공공디자인컨설팅 내용

Step 1 : 컨설팅의 기본 방향 설정



Step 2 : 대상지 기초 조사 및 분석

가. 대상지관련 상위 계획 검토

2006 인천광역시 시가지 경관
2020 인천광역시 도시기본계획
2008 인천광역시 수변경관관리계획
2009 인천광역시 공공디자인 기본계획
2009 인천광역시 도시진출입 경관 마스터플랜
2009 인천광역시 야간경관 기본계획
2009 E-FF ZONE 공공디자인 개발
2010 인천광역시 색채디자인 기본계획
2025 기본경관계획

송림배구장 주변 경관개선을 위한
"공장지역 친환경 그린디자인 개발사업"

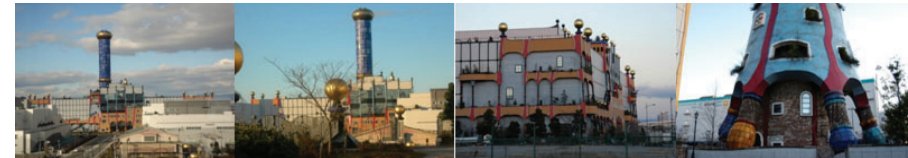
성공적인 2014년 아시안게임

나. 국내외 비교사례 조사를 통한 대상지 장점 및 단점 도출

1) 구미시 구미공단 - 공단 시설 및 이미지 개선을 위한 현장 답사



2) 일본 마이시마발전소 - 소각장을 Hundert Wasser 작품으로 개선한 비교사례 조사



3) 스페인 빌바오- 버려진 공장의 문화시설 도입으로 도시 재생에 성공한 비교 사례 조사

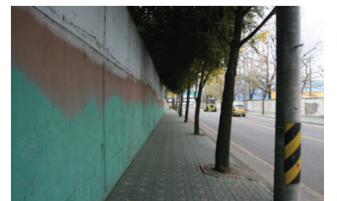


Step 3 : 대상지의 환경 조사 및 개선안 도출

대상지 토지용도, 공해, 녹지, 위험요소, 공간 개폐성 분석



● 공업지역 ● 주거지역 ○ 대주중공업 매각부지 ● 송림배구장 부지



가. 토지용도 : 대상지 북서쪽으로 공업지대와 남동쪽으로 주거지대 형성. 대상지 내 위치한 업종들을 분석한 바에 의하면 주로 기계, 제철, 자동차관련업 등이 주를 이룸

Step 4 : 대상지 공간 개선 친환경 그린디자인 프로그래밍

가. 공장지역 주변 녹화 공간 프로그래밍

공업지역과 주거지역이 인접하므로 이로 인해 발생하는 공단과 주민들의 상이한 이해와 요구 충돌을 방지하기 위한 그린 공간 도입의 종합구상 마련

- 방축로 : 현재 수림대 보존 → 느티나무와 쥐똥나무의 양호한 수림대 형성
- 중봉로 : 은행나무 → 중봉로 가로수에 느티나무를 식재하여 연속성 부여, 느티나무와 은행나무의 부분 수림대 형성
- 염전로 : 낙엽수와 상록수 등의 식재 관리 소홀 → 은행나무와 히말라야시다 수림대 형성



〈공장지역 친환경 그린디자인을 위한 가로 녹화 구상도〉

나. 공간 개폐 : 공장지대의 전체공간 70% 이상 콘크리트, 벽돌, 시멘트 소재의 닫힌 웅벽 구성되어 보안을 전제로 한 개방형 공간으로의 전환 필요

- 배구장 서측으로는 벽면녹화를 통해 보행로 확보 → 배구장 전면부 개방성을 주기 위하여 통합적인 설계
- 배구장 동측으로는 식수대의 길이를 길게 확보하여 불량한 녹지 공간 개선

- 방축34로 : 메타세콰이어 조성 → 메타세콰이어와 군집의 관목 수림대 형성, 양호한 관목 군락의 이전
- 셋골로 : 은행나무의 양호한 수림대 형성
→ 은행나무 수림대 보존 → 대주 중공업 맞은 편 송현 주공아파트 단지의 웅벽 처리 안 제시

다. 대상지 문화 공간 프로그래밍

- 1) 대상지 시간대별 공간 활용 조사
 - 공업지역과 주거지역이 인접하므로 이로 인해 발생하는 공단 근로자와 주민들의 상이한 이해 충돌 발생
 - 주간 및 야간, 주중 및 휴일 간 공간 활용 대비



나. 공해 : 염전로 북측은 각종 기계 및 공장시설 밀집. 남측은 자동차 공업사, 중고차, 정비소, 폐차장 등 자동차 관련업체 등 위치.

- 환경오염물질의주된요인은기계,제철,자동차관련업, 대형운송차량 등이며, 이로 인해 공해, 분진 및 소음 발생
- 통합대기환경지수(CAI)에서 미세먼지(PM10), 아황산가스(SO2), 오존(O3), 이산화질소

다. 녹지 : 대상지 내에 많은 녹지공간과 수종(은행나무, 느티나무 중심)이 존재하지만 녹지를 이용하여 공업단지를 차폐하고 밀폐시킴으로써 주민을 배려한 시설 부족. 가로수 재배치 계획과 4계절에 따른 수종 계획 필요

라. 위험요소 : 중공업단지와 주거단지가 혼재하고 있어 도심형 산업공단의 변화 필요. 위험요소 제거와 공간 재생을 위한 문화, 체육시설 도입 필요

주간	10시	주중 오전 시간대 공업단지 내 근로사업장 활성화 다수의 주민 및 근로자의 차량 유입 및 방출 빈번
	2시	가로변 공간의 대부분을 차량이 점유 방축로, 중봉로의 경우 대형 화물트럭의 이동이 많고 소음이 심함
야간	7시	차량의 이동이 많고 조명이 가로등이 켜지는 거리 대부분 차량을 통해 이동하여 빠져나가고, 아파트 인접지역은 퇴근하는 발길이 조금 남아있음 남쪽 운동시설의 경우 인근주민의 이용이 높다
	9시	대부분의 차량이 빠져나가고 한적한 거리 대상지의 대부분을 차지하는 공장지대는 문을 닫고 거리는 조용

〈대상지 시간대별 주민의 공간 활용 조사〉

2) 공간 프로그래밍 방향 설정

- 2014년을 대비해 송림배구장 접근 교통환경 개선과 지역의 아이덴티티 구축 필요
- 경기관람 이후 및 경기가 없는 평일에도 이용 가능한 공간 볼거리, 체험의 문화 개발
- 회색공업단지에서 친환경 공업단지로 주민의식 전환

a. 2014년 송림배구장을 중심으로 사통팔달

- 방사형 구조의 배구장 접근성 가로환경 개선
- 보행 동선의 개방 및 확대 방안 마련

b. 지역의 아이덴티티의 개발 및 발전

- 지역 역사성을 담은 정체성 개발
- 대상지의 경우 철강과 공구의 이미지를 적극 활용

c. 볼거리, 먹거리, 체험과 문화

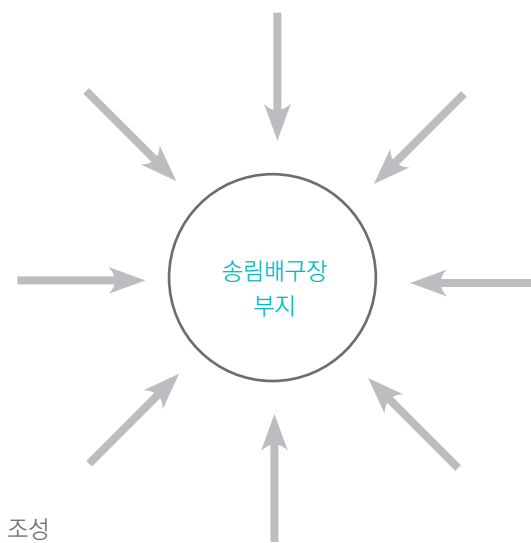
- 스포츠를 지역 상권과 연계 개발
- 지역 경제 활성화를 통한 지역경제성 성장

d. 그린디자인

- 회색 공업단지의 인식에서 친환경 공업단지로써의 변화
- 많은 녹화공간보다 효과적인 녹화를 통한 아름다운 경관 조성

e. 이벤트 등의 지속적인 관리

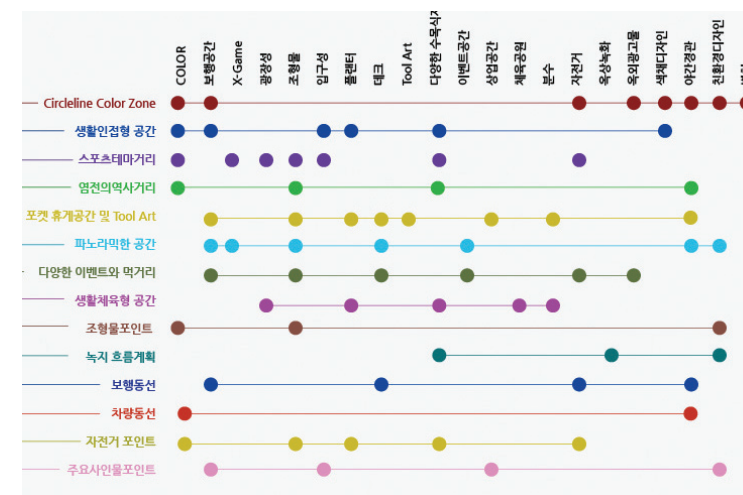
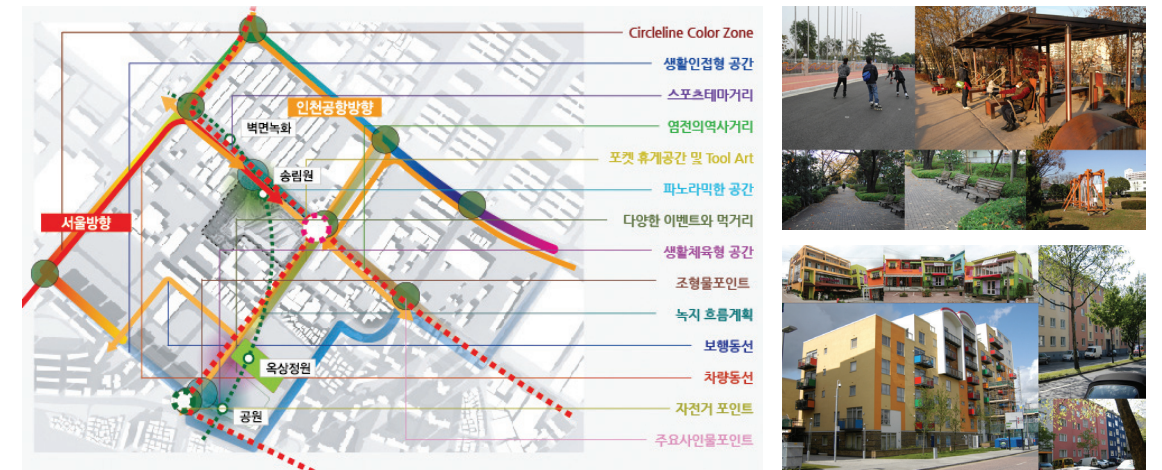
- 지역의 특수성을 이용한 이벤트 공간의 개발
- 폐차장 꽃꽂이 대회, X게임 동호회 등 주민 참여 및 자발적 관리 유도
- 씨클라인 컬러존(Circle Line Color Zone)연출 : 오픈형 색채 공업단지 조성
- 생활인접형 공간 연출계획 : 아파트 담장 허물기, 소음과 공해 방지 녹색 주거환경 조성
- 스포츠 테마거리 연출계획 : 주변환경과 소통하는 공간, 보행의 즐거움과 건강 공간 조성
- 염전길 테마거리 연출계획 : 염전길의 역사성 보존과 진입 공간의 입구 명확히 계획



〈어느공간에서도 경기장의 접근성이 높아야 한다〉

3) 대상지 개선 사업을 위한 프로그래밍

- 씨클라인 컬러존(Circle Line Color Zone)연출 : 오픈형 색채 공업단지 조성
- 생활인접형 공간 연출계획 : 아파트 담장 허물기, 소음과 공해 방지 녹색 주거환경 조성
- 스포츠 테마거리 연출계획 : 주변환경과 소통하는 공간, 보행의 즐거움과 건강 공간 조성
- 염전길 테마거리 연출계획 : 염전길의 역사성 보존과 진입 공간의 입구 명확히 계획
- 조각 테마거리 연출계획 : 공구(Tool)를 이용한 조각공원 조성



〈공장지역 친환경 그린디자인을 위한 공간별 사업구상 프로그래밍〉

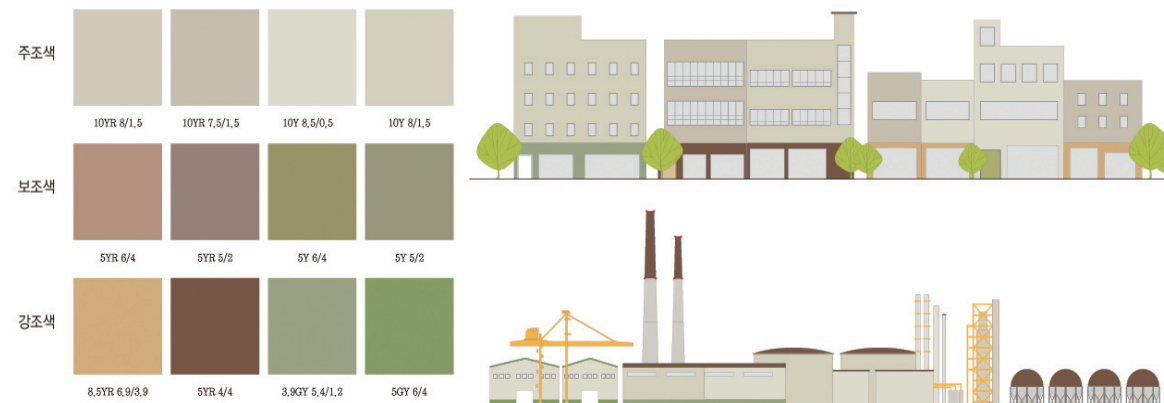
- 배구장 주변 공간 연출계획 : 배구장 앞 개방형 문화 공간 조성
- 상업, 문화공간 조성 연출계획 : 주민공원과 연계된 문화가 있는 공간
- 녹지 중심 주민공원 연출계획 - 주민과 함께하는 생활체육
- 자전거 생활화 연출계획 - 친환경 산책로 및 자전거 전용도로 개발(Walking & Bicycle Zone)
- 배구장 앞 보행로 및 녹지 연출계획

Step 5 : 공공디자인 기본 계획 도출

가. 색채디자인 연출계획

- 2014년 아시안게임의 국제적 관광명소 조성을 위해 인천시 색채디자인기본계획 중 인천 브랜드 전략 색채를 사용
- 송림배구장과 주변 공장지대 산업시설의 통일감, 안정성을 위한 색채계획 구현
- 노후한 공장지대의 색채 환경정비를 통해 친환경 녹색도시 재생 및 공간 활성화

3)공업지역의 경관색채로써 배색을 통하여 조화로운 색채의 사용을 권장한다.



〈공장지역 친환경 그린 색채계획 예시안〉

나. 옥외광고물 연출계획

- 광고물 디자인 모듈화를 통한 체계화 및 위계화
- 광고시설물 최소화 및 크기의 최소화 환경유해물질을 발생시키는 형광사인이나 파나플렉스의 사용을 금지

다. 공공시설물 연출계획

- 송림배구장의 건축계획과 주변 공공상가의 환경 조화
- 재활용 가능한 친환경적 소재를 활용한 디자인 시설물 도입
- 보행자에게 편안함과 안전성, 쾌적함을 제공하는 시설 디자인 적용
- 인천 동구의 비전 공공시설물 색채, 형태 디자인에 투영



〈인천 동구의 비전을 송림배구장 주변 시설물 디자인에 부여〉

라. 담장 및 옹벽 녹화 및 임시 가설펜스 연출계획

- 담장녹화를 통한 도심 녹지의 수직적 확산 및 자연 소통 공간의 역할 활용
- 공장지역 위해 요소(소음, 공해, 먼지를 유발하는 시설) 녹지로 차단



〈자연친화적 소재를 이용한 공장 주변 친환경형 펜스 조성 예시안〉

마. 야간경관 연출계획

- 2006인천광역시 야간경관계획 및 국내조명기준(KS기준)을 준수
- 배구경기장 주변과 주민이 많이 사용하는 공간에 전략적 조명연출 계획
- 에너지 절약을 위하여 고효율, 내구성, 유지관리가 용이한 조명기구의 사용
- 배구경기장 주변과 공장지역 야간 범죄 예방을 기본 조도의 확보



〈중국 광저우시 체육공원 야간경관〉

Step 4 : 그린컨설팅

가. 그린컨설팅 범위 및 기본 방향 설정

- 그린컨설팅의 공간적 범위는 부지 내 주요 도로, 보행로, 녹지 및 오픈스페이스 등 해당 시간적 범위는 단기적으로 2014년 인천아시아게임, 2014~2019년의 중기, 2019년~2024년 장기 계획 구상
- 그린컨설팅의 기본방향은 오염된 환경을 개선, 인천 아시아게임을 고려한 공장지역의 미관을 위한 친환경 경관 형성



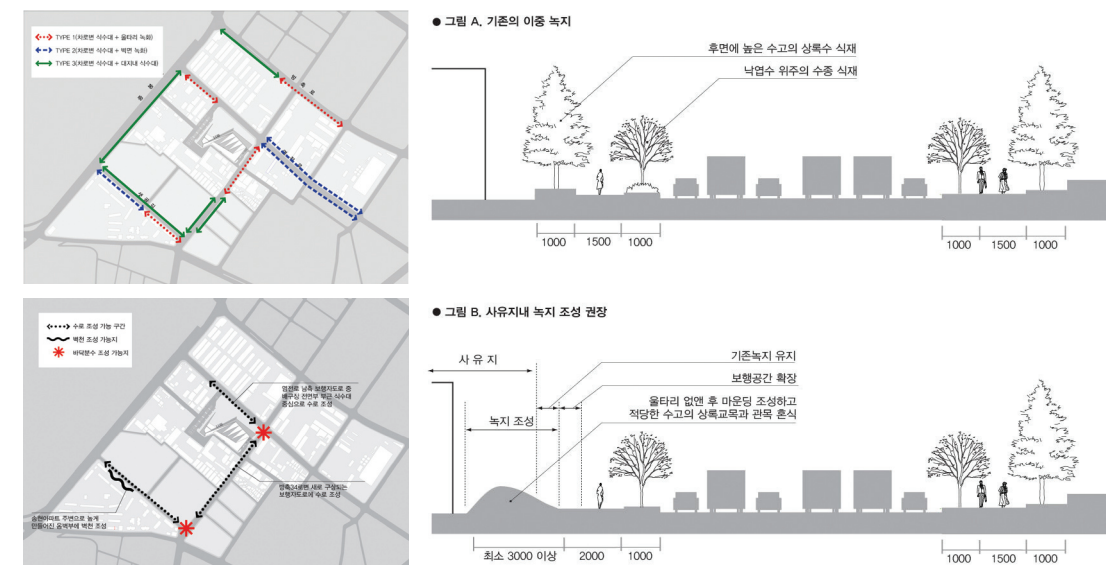
〈그린컨설팅 범위 및 기본 방향 설정〉

나. 그린컨설팅 사업 제안과 유형별 지침 제공

- 임해공업지와 주거지가 대상지내에서 서로 인접한다는 특징을 고려하여 그린컨설팅의 기본방향에 입각한 유형별 계획 및 권장지침을 제안
- 식재 수종의 선택 시 공업단지로 인한 오염도와 바닷가 주변의 내염성을 고려하며 기존 수림대 보존 및 활용안 제시
- 〈공간 유형별 시각 지침 제시〉- 수공간 조성 및 다양한 녹지 조성에 의한 공해 환경 예방



〈그린컨설팅 유형별 계획〉



〈공간 유형별 시각 지침 사항〉

1.3

노후된 충무시설 재활용을 위한 그린디자인 솔루션 개발

참여기관 대전광역시 중구청 수행기관 ㈜디자인테크

2009

사업개요

과 제 명	노후된 충무시설 재활용을 위한 그린디자인 솔루션 개발
주관기관	한국디자인진흥원
참여기관	대전광역시 중구청
수행기관	㈜디자인테크
총 개발기간	2009.04.01 ~ 2009.10.31(7개월)
키 워 드	그린디자인, 도시재생, 도청이전, 충무시설, 복합문화공간, 건축물재활용
최종목표	1) 노후화된 충무시설과 도청사 활용방안 모색 2) 구도심 재생을 위한 도청부지 활용 대안 구상 3) 도시 재생의 거점지역으로 개발 방안 제안
개발내용 및 결과	1) 근대건축물의 문화공간 활용을 통해 역사성과 장소성 유지 2) 그린디자인의 개념에서 최대한 시설의 존치와 합리적 공간 구성으로 노후시설 재활용을 통한 도심재생방안 제시 3) 기존도심과 연계된 새로운 오픈스페이스 조성으로 매력증진
기대효과	1) 역사적 건축물의 보존과 활용효과 2) 지역경제의 활성화 효과 3) 사회문화적 인프라 구축효과 4) 도시정체성 확립/도심활성화 5) 지역주민 문화향유기회 향상

1. 공공디자인컨설팅의 중요성 및 필요성

- 충남도청 이전에 따른 기존 도청사에 대한 활용계획 및 원도심의 공동화 방지대책 마련
- 박물관, 미술관 등 다양한 활용방안이 제시되었으나 각기 상이한 이해관계로 논의만 지속
- 문화재적 가치와 장소성을 높이고 도시재생 기능을 위한 공공디자인적 솔루션 개발필요

2. 국내·외 관련사례 및 현황

가. 컨설팅 전략 및 평가방법

1) 역사문화적 도시재생의 목표와 기본전략

목 표		기 본 전 략	
정체성 개념	도시정체성 회복	역사, 문화환경의 조성	역사, 문화요소의 보존 및 활용
			역사, 문화 공간 및 시설의 확충
			생활 문화의 장 제공
			문화, 예술공연 시설의 확충
장소성 개념	도시환경 개선	보행자 공간의 확충 가로 및 광장계획 가로변 파사드재구축	보행자 접근성 강화
			장소성 강화
			광장 및 오픈스페이스 활용
			도로체계의 개선
	도심상주인구 확보	도심주거의 확보 주거환경개선	주거유형 및 형태의 다양화
			개발유형 및 수법의 다양화
			주거 환경의 개선
	도심경계기반구축	복합용도개발 활성화	다양한 기능 수용
			복합적 상업 활성화
			업무환경의 개선
		소매업 활성화	관련 기능 및 공간의 연계
			도시미관을 고려한 가로경관의 개선
			소비자들의 접근성 강화

참고 : 김영화, 백기영, 오덕성, 영국 웨일드시 도심재생계획의 특징에 관한 연구 (대한건축학회, 2003)

2) 평가 항목 및 방법

삶의 질의 향상	물리적 환경의 변화로 인하여 경제회복의 정도에 따른 평가
인구의 유입	새로운 시장 창출로 인한 원도심의 새로운 인구의 유입
역사적, 문화적 정체성의 확보	역사적 재생을 통한 장소마케팅으로 도시공간의 활성화 정도
타분야와의 긴밀한 연계관계	다양한 영역들과의 연계관계로 지속가능한 개발방안
문화 서비스 수준의 개선	문화공연 접촉 기획의 확대와 질적인 향상

나. 공공디자인컨설팅의 현황 분석

1) 대상지 내외부



충남도청 전경



정면



본관 내부 복도

충남도청 현황사진

2) 주변 건축물 부지현황

- 충남도청 본관을 중심으로 신관과 충남도의회 건물, 대강당, 후생관이 연계
- 대상지 한 측으로 충남지방경찰청이 위치, 내부 오픈스페이스는 조경시설과 주차장으로 이용
- 건물은 각기 다른 양식으로 건축되어 전체적인 통일성 없이 부조화



3. 공공디자인컨설팅의 목표

■ 노후화된 충무시설과 도청사 활용방안 모색

- 노후된건축물의 개발여건분석
- 도청사의 역사성, 공공성, 상징성 고려

■ 구도심 재생을 위한 도청부지 활용대안 구상

- 원도심의 공동화방지 방안구상
- 주변과 연계된 지역재생방안 강구

■ 도시재생의 거점지역으로 개발 방안 제안

- 대전시의 주요 랜드마크 조성
- 경제활성화 거점 마련

4. 공공디자인컨설팅의 내용 및 범위

공간적 범위

- 1단계 : 충남도청 본관 (충무시설)
- 2단계 : 충남도청을 포함한 이전대상 기타건축물
- 3단계 : 충남도청 주변 가로 및 오픈스페이스



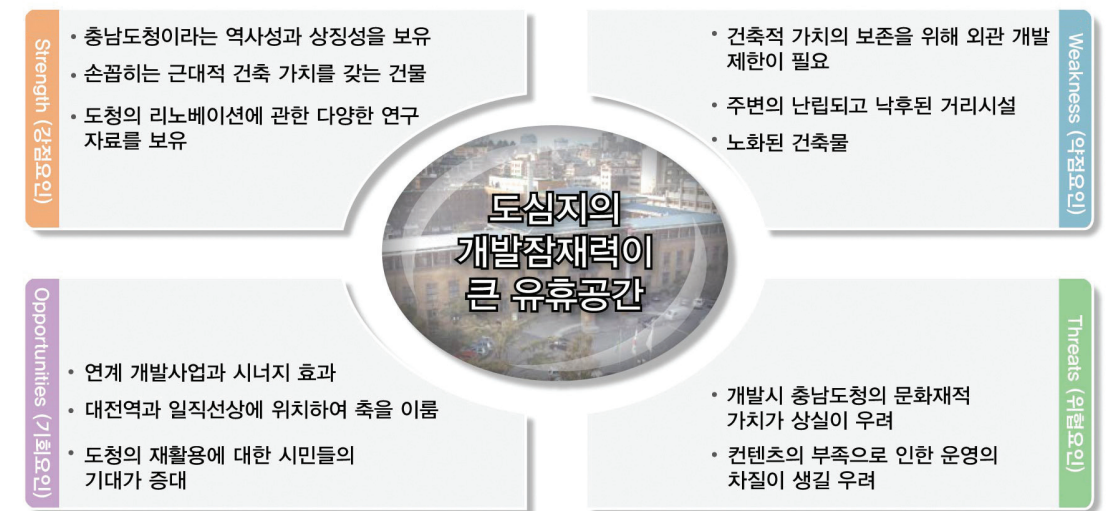
내용적 범위

- 1) 충무시설 개발여건 분석을 통한 재활용방안 모색
- 2) 관계계획과 연계된 공간 및 지역 재생 대안 검토
- 3) 그린디자인 개념을 통한 개발방안 검토
- 4) 장소마케팅 및 명소화를 위한 공공디자인적 전략제안

5. 공공디자인컨설팅의 최종결과

가. 공공디자인컨설팅 분석

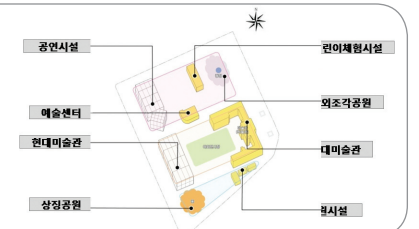
1) 대상지의 개발잠재력(SWOT분석)



2) 기존개발계획의 도시재생 효과예측 및 평가

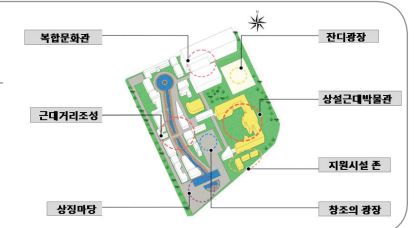
■ 박물관 중심의 복합문화공간

- 박물관, 미술관은 대중적이며 꾸준한 이용인구를 보유하고 있으므로 지역경제활성화를 유도할 수 있으며 새로운 도시의 아이덴티티를 확보할 수 있으나 집객력에 한계가 있음



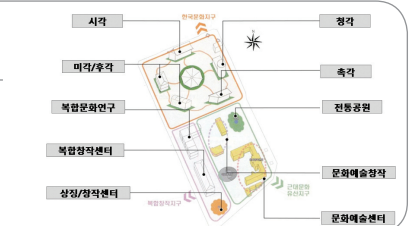
■ 미술관, 창작공간 중심의 복합문화공간

- 수준 높은 문화예술공간의 조성으로 문화예술경쟁력 향상과 새로운 일자리 창출은 확보되나 주 이용계층이 전문예술인인점으로 보아 전체 도시재생을 유도하기에는 다소 무리



■ 오감박물관 중심의 복합문화공간

- 한국문화체험이라는 요소가 모든 연령대를 수용하거나 쉽게 찾아가서 즐기고 소비하는 등의 집객력이 있으며 지역경제 활성화를 유발시키기 위한 요소로도 부족함



2009 노후된 충무시설 재활용을 위한 그린디자인 솔루션 개발

참여기관 대전광역시 중구청 수행기관 ㈜디자인테크

3) 대안별 예측 결과 평가

	근대사박물관	미술관, 창작문화공간	오감박물관
• 삶의 질의 향상	○	○	○
• 인구의 유입	△	×	△
• 역사적 문화적 정체성 확보	○	×	△
• 타분야와의 긴밀한 연관관계	△	△	△
• 문화, 서비스 수준개선	○	△	○

평가 결과

- 근대사박물관과 오감박물관이 다소 긍정적임
- 모두 인구유입을 통한 지역경제 활성화에 미흡함

4) 기존계획의 문제점 도출

(가) 도심공동화 대체기능 부족

- 충남도청의 이전으로 인한 도심공동화의 해결 방안인 지역경제의 활성화를 위한 구체적인 방안이 미흡

(나) 주변 개발계획과 연계 미흡

- 중앙로 대중교통전용지구, 목적교 주변계획 복원 기본계획, 대전 역세권 개발사업, 은행1구역 도시환경 정비사업, 테마거리 조성기본계획 등 충남도청 주변에서 이루어지고 있는 기존 개발계획과의 상호연계가 부족

(다) 도시정체성 및 차별화 전략 부재

- 기존개발계획에서 제시된 박물관, 미술관, 창작중심공간, 오감박물관 등의 복합문화공간이 다른 도시와 구별되는 차별화된 개성을 가지지 못하고 있음

나. 공공디자인컨설팅 방향 및 내용

1) 노후된 도청 재활용의 기본방향

역사와 문화가 함께하는 도심속의 복합문화공간 조성

- 역사적 공간활용을 통한 역사성과 장소성 유지하는 그린디자인 솔루션 시도
- 과거와 현재, 미래가 함께 공존하는 흥미로운 공간 복합시설유치로 한곳에서 다양한 서비스가 실현되는 공간 조성



노후된 충무시설 재활용을 위한 그린디자인 솔루션 개발

참여기관 대전광역시 중구청 수행기관 ㈜디자인테크

2009

복합시설유치로 한곳에서 다양한 서비스가 실현되는 공간 조성

- 문화시설, 상업시설, 휴게시설, 주거시설 등의 유기적인 결합
- 다양한 활용도와 볼거리, 즐길거리 제공

새로운 오픈스페이스의 조성으로 매력적인 공간 창출

- 도시를 활기치게 하는 매력적인 오픈스페이스 창출
- 주변 공간 활성화와 지역재생에 기여하는 공간

2) 복합문화공간 개발방향



3) 그린디자인을 통한 개발의 방안

기존 건축물의 재활용

- 가능한 한 기존의 건축물을 철거하고 다시 건축하기보다는 기존시설 최대한 활용
- 도청청사 외에도 인근 의회동이나 강당 등 활용성이 좋은 건축물은 그대로 존치, 활용

주변 공간요소 및 수목의 재사용

- 외곽의 완충녹지, 경계녹지와 잔디밭 등은 최대한 존치하고 재사용 방안 모색
- 역사성을 알리는 고목이나 수목원등은 그대로 존치하고 이를 이용해 휴게공간 조성

주변의 녹색공간을 연결한 그린네트워크 구성

- 전면 교통섬이나 가로수길, 측면의 걷고 싶은 거리의 수목지대, 중구청의 녹지대등과 연결
- 축과 공간의 연결을 위한 징검다리 녹지대도 기능을 유지시켜 전체적인 네트워크 구축



4) 인근부지 활용계획

(가) 담장개방

- 도청의 전면과 측면의 담장을 철거하고 개방하여 가로공원 조성
- 편리하고 쉬운 접근으로 이용을 쉽게 하며 언제나 열려 있는 쉼터 제공

(나) 교통섬 활용

- 도청앞 교통섬을 재조성하여 복합문화공간을 상징하는 랜드마크로 활용
- 조경시설, 분수시설, 조형물을 이용하여 독창적이고 상징적인 공간을 연출

(다) 중앙로 정비

- 충남도청의 관문이자 주축을 이루고 있는 중앙로를 새롭게 조성
- 바닥포장, 가로시설물, 옥외광고물, 가로수 등을 정비하여 환경을 개선

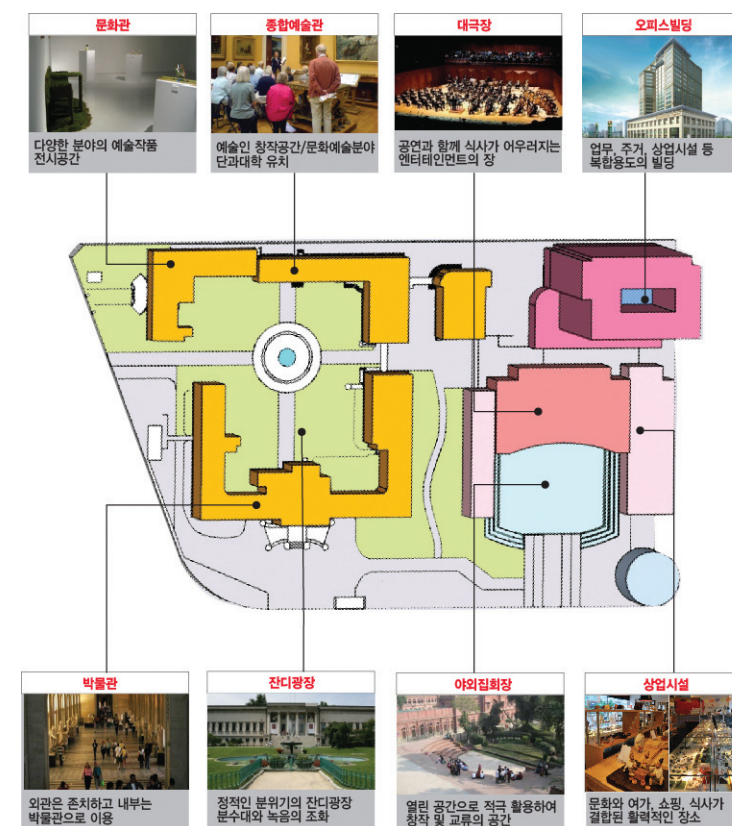


〈인근부지 정비계획도〉

6. 공공디자인컨설팅 추진 체계

가. 복합문화공간 기본방향

- 도청본관, 신관, 의회, 대강당은 존치 그 외의 모든 공간은 새롭게 조성
- 여러 가지 기능이 복합되어 다양한 수요를 만족시키는 다기능 복합문화공간 조성
- 역사문화Zone 과 상업, 예술 Zone으로 대별하여 시설배치하고 오픈스페이스 개방



나. 건축물 특화 및 연출계획

- 근대건축형태인 충남도청 건물과 조화를 이루는 재료(벽돌) 및 이미지 통일로 단지 특화
- 랜드마크 건축물의 조명연출로 가로활성화유도, 건축물과 가로 전체가 명소화



〈건축특화사례 : 고품스러운 붉은벽돌로 통일한 에비수가든〉 〈경관조형사례 : 프랑스파리 개선문과 엘리제거리〉

PUBLIC FACILITIES DESIGN CONSULTING SERVICE

공공시설디자인컨설팅

- 2.1 섬진강변 공공디자인 기본계획 수립 컨설팅 (전남도청, 2010)
- 2.2 철원지역 시외버스터미널 디자인개선 컨설팅 (철원군청, 2010)

2.1

섬진강변 공공디자인 기본계획 수립 컨설팅

참여기관 전남도청 수행기관 (주)인디디자인

2010

사업개요

과 제 명	섬진강변 공공디자인 기본계획수립 컨설팅
주관기관	한국디자인진흥원
참여기관	전남도청
수행기관	(주)인디디자인
총 개발기간	2010. 10. 1 ~ 2011. 3. 31
키 워 드	서정적, 역사적, 생태적, 시와 생명이 흐르는 섬진강
최종목표	1) 정체성 / 통합 아이덴티티 구축 ▶ 특징있는 경관 창출 2) 환경성 / 체계적인 환경관리 방안 찾아 ▶ 매력있는 경관 창출 3) 방향성 / 섬진강 콘텐츠 적용방안 제시 ▶ 지속가능한 경관 창출 4) 궁극적으로는 섬진강만의 아이덴티티를 찾아 적용방법 제시
개발내용 및 결과	1) 아이덴티티 ▣ 브랜드명 : 섬진강의 아이덴티티를 분석하고 방향제시 ▣ 환경색채 : 근경, 중경, 원경으로 구분하고 색채가이드라인 제시 2) 공공공간 ▣ 특화공간 : 수변공간을 분석하고 레저, 생태, 교육, 체험, 여가형 테마파크 제시 ▣ 조망공간 : 정자 문화와 문학을 연계한 조망점 20곳 제시 3) 공공시설물 : 주변환경을 고려한 컬러, 재질, 형태 등의 개선점을 마련하고 가이드라인 제시 4) 수목 : 공간과 지자체간의 특성, 생태와 형태를 고려한 수종 특화 방안 제시 5) 통합관리 / 마케팅 ▣ 통합관리 : 섬진강의 특성을 분석하고 이에 맞는 체크리스트 제시 ▣ 마 케 팅 : 지역의 문화와 산업을 연계한 마케팅방안 제시
기대효과	1) 섬진강의 종합적인 아이덴티티 형성으로 브랜드 체계정리의 기틀 마련 2) 잠재된 생태 및 문화자원을 활용한 지역 발전의 토대 제공 3) 종합적 이미지 관리로 수변의 문화 창달 4) 지자체간의 협력과 협의로 지역공동체의 활성화 5) 수변경관의 체계정리로 지자체간의 개발 및 관리의 용이성 제공

1. 공공디자인컨설팅의 중요성 및 필요성

섬진강 길이 212.3km는 우리나라 4대강인 한강 481.7km, 낙동강 521km, 금강 395.9km, 영산강 115.5km와 같이 역사, 문화, 경제, 환경적 차원에서 중요한 위치에 차지하고 있음

섬진강 수변경관을 위한 자연환경의 보존차원의 다양한 노력을 전개해 오고 있으며, 2007년 섬진강 행정협의회의 발족을 통해 장기적인 섬진강의 발전 방향을 마련하고 무분별한 계획을 체계화 하려는 노력을 하고 있음

섬진강 경관계획은 각 지자체의 섬진강 계획들과의 보조를 맞추며, 섬진강만의 지역적 특색을 정립하여 섬진강을 아름다운 강으로 개선하고자 하는데 있으며, 섬진강변 공공디자인 컨설팅의 중요성 및 필요성은 다음과 같음

1. 삶의 질 향상에 따른 경관의 중요성 부각
2. 경관자원을 지역 자산으로 활용 필요성 증대
3. 수변경관의 특화된 이미지 형성 필요
4. 4대강 개발에 따른 차별화된 전략으로 섬진강만의 브랜드가치 부각
5. 경관에 대한 체계적이고 적극적인 전략 필요

2. 국내 · 외 관련 공공디자인컨설팅의 현황

가. 아이덴티티(국내외)

1) 국가 및 대륙 통합 상징 사례물 개발사례

1. 캐릭터	2. 올빼미 상징	적 용
		1. 캐나다의 상징, 유명한 동물을 상징하여 만들어 낸 비버 / 나무를 갉아 쓰러뜨린 다음 나무를 이용하여 땀을 만들어 냈물을 막기로 유명하다. 이런 동물을 상징하여 주화, 사인등에 사용하여 지역의 상징을 만들어 낸다. 2. 서양의 지혜의 상징 올빼미 / 서양의 시설물에 올빼미가 자주등장한 이유는 구약성서에 노인의 지혜를 존중하라는 의미 젊은이들에게 교육적인 의미를 담고 있다. 올빼미는 주화, 서점의 번지 표시, 사인류, 랜드마크 조형물, 인형, 관광상품으로 활용한다.

2) 도시브랜드 개발사례

브랜드	캐릭터	적 용
		600년 역사와 함께 서울시를 상징 해치는 선악과 시비를 판단하고 정의와 안전을 지키는 역사속의 상상의 동물, 문화역사를 읽고 맑고 매력 있는 도시 서울의 비전을 상징으로 탄생, 사람에게 즐거움을 주고 태극문양의 이미지를 조합하여 국가적 이미지를 더하고 오방색을 통해 한국의 역사와 전통문화를 도시 브랜드로 활용하며 캐릭터개발을 통해 홍보대사 역할

나. 경관 (환경)

구분	내용	사진
국외	다뉴브 강 관리전략 - 지역 주민들이 다뉴브 델타 생물권보전 지역의 운영체계와 목표, 목적에 대해 명쾌히 이해 - 계획과 의사결정의 단계에서 적극적으로 주민 참여 - 생태적 환경을 바탕으로 한 모든 경제활동을 유도	
국내	순천시 생태 관광마케팅 - 2013순천만국제정원박람회는 나무 생육과 활착을 위해 수목 가식장을 조성 - 정체성을 확립하기 위한 행사용 심볼마크, 마스코트 등 이미지 통일화 TI(Event Identity) 개발 - 시민이 참여하는 지역 생태관광 마케팅에 역점	

다. 공공시설물

구분	내용	사진
국외	- 친환경 소재를 활용한 최소한의 디자인, 주변환경과 어울리는 형태, 컬러, 공간의 배열이 장점으로 보임 - 자연소재를 그대로 활용한 점이나, 자연의 이미지를 차입하여 구조물의 형태를 완성한 점은 장점으로 보임	
국내	- 나무나 돌을 이용한 자연친화적 디자인은 주변환경과 조화를 이룸 - 자연석을 가공하지 않은 채 정보를 기입하여 가독성을 높인 점이나 적절한 조경을 활용한 디자인은 어색함이 없음 - 자연친화 소재를 활용한 화장실, 판매점은 지속가능한 디자인철학을 실천한 것으로 보임	

라. 국내외 공공시설물 디자인 종합의견

현황	국내 및 해외 우수사례
형태 : - 복잡하고 절제된 형태의 디자인 부재 - 주변의 도시환경의 조형적 특성을 고려하지 않은 디자인 - 지역의 아이덴티티를 반영하지 않은 디자인 색채 : - 주변을 고려하지 않은 다양한 컬러 사용 - 돌출적인 색상으로 주변의 자연환경과 어울리지 않는 색채계획 재질 : - 도시미관을 고려하지 않은 눈에 거슬리는 과도한 광택표현 소재 - 부환경을 고려하지 않은 금속과 아크릴 소재 시공 : - 시공방법을 연구하지 않은 거친 시공 - 시공후 보수를 고려하지 않은 시공 배치 : - 미관을 고려하지 않고 배치 (사용자의 편의는 고려하지 않음) - 시설물 배치시 유사기능의 통합을 고려하지 않은 배치	형태 : - 단순하고 절제된 형태 - 주변의 도시환경의 조형적 특성을 고려한 디자인 - 지역의 아이덴티티를 반영한 디자인 색채 : - 단색 또는 2톤으로 표현하며, 그레이 위주의 색상전용 - 주변환경을 고려한 재질, 소재의 선택 재질 : - 도시미관을 고려하여 눈에 거슬리는 과도한 광택표현 자제 - 부분적으로 돌과 나무를 적절하게 이용한 친환경적인 디자인 시공 : - 시공을 고려한 세심한 디자인 - 시공 후 보수를 고려하여 유니트한 디자인 배치 : - 주변환경과 미관을 고려한 위치설정 - 유사기능을 통합으로 편리성 유도

3. 공공디자인컨설팅시 예상되는 기술적·경제적 파급효과

- 건강한 생태자원을 가진 섬진강변 가치를 재조명
- 섬진강의 종합적인 아이덴티티 형성으로 브랜드 체계정리의 기틀 마련
- 종합적 이미지 관리로 수변의 문화 창달
- 잠재된 생태 및 문화자원을 활용한 지역 발전의 토대 제공
- 지자체간의 협력과 협의로 지역공동체의 활성화
- 수변경관의 체계정리로 지자체간의 개발 및 관리의 용이성 제공
- 수려한 경관을 활용할 수 있는 공간 발굴 사업의 통합과 활용방법 제시
- 섬진강과 주변 생태 및 문화자원의 연계 프로그램 개발 토대 마련
- 공공공간 및 공공시설물에 통합적인 아이덴티티 제공
- 수변경관의 관광자원화로 지역경제의 활성화

구 분	구 성
연차별 사업실행 계획	단기 - 중기 - 장기 실행사업을 위한 기본 방향 제시
유지 및 관리 방안	관리계획, 공공디자인 심의 및 가이드라인 제시
홍보마케팅	섬진강을 이용한 공동 장소마케팅 활용방안 제시

4. 공공디자인컨설팅의 목표

구 분	내 용
조사분석	- 현황조사 : 인문, 역사, 문화, 경제 등 - 기초조사 : 문헌조사/섬진강 하천환경 및 경관, 관련계획, 해외사례 등 - 현장조사 : 주변환경조사, 공공시설물조사, 공공공간조사, 가로식재조사 - 의견수렴 : 설문조사, 의견수렴(각 분야 전문가) - 종합분석 : 각 부분별 분석을 통해 아이덴티티 도출
기본구상 및 전략 수립	- 전략수립 : 아이덴티티 전개의 종합구상 및 전략 수립 - 적용방안 : 전략에 따른 각 부분별 요소별 적용범위와 방법제시 - 활용계획 : 아이덴티티를 활용할 수 있는 계획
방향설정 및 가이드라인 수립	- 아이덴티티 방향 설정 - 경관 방향설정 - 공공시설물 방향설정 - 가로식재 방향설정 - 컬러 방향설정 - 마케팅 방향설정

5. 공공디자인컨설팅 내용 및 범위

가. 공간적인 범위

구 분	행정구역	지 도
섬진강	상류권역	곡성군
	하류권역	곡성군, 순천시, 구례군, 광양시



나. 시간적인 범위

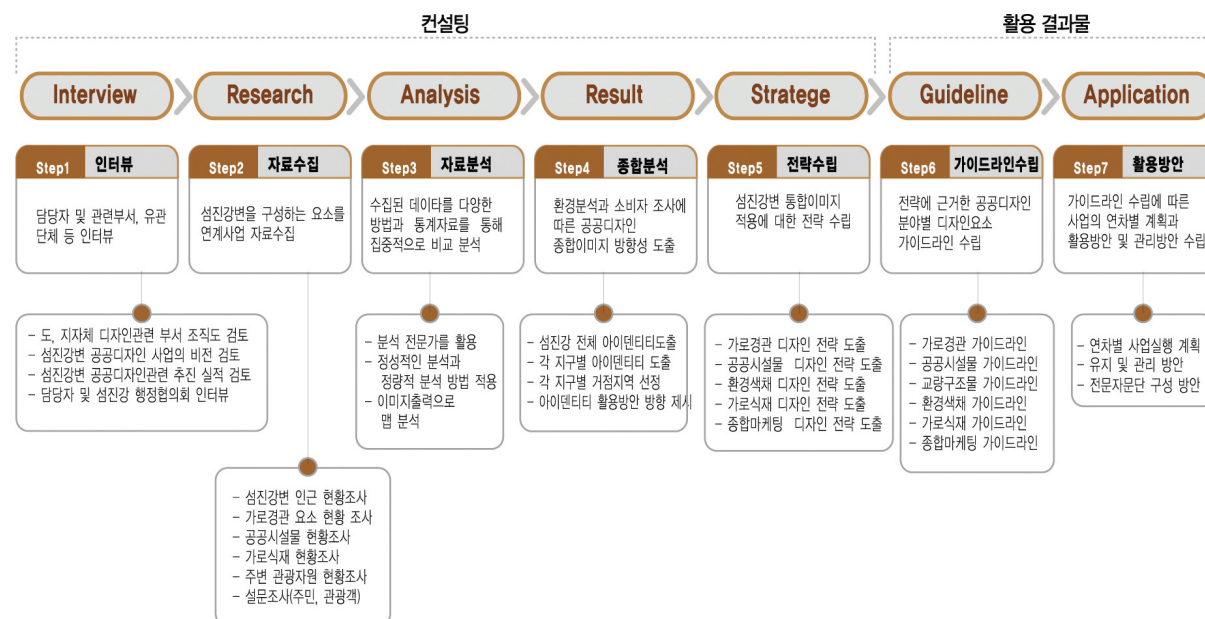
- 1) 기준년도 : 2010. 10. 01 ~ 2011. 03. 31
- 2) 목표년도 : 2011. 04. 01 ~ 2020. 03. 31

다. 세부내용

	구 분	가이드라인
아이덴티티	브랜드	섬진강의 대표성을 갖는 아이덴티티 브랜드명
	캐릭터	섬진강의 문화역사 사료를 캐릭터 개발 방향 제안 제시
	슬로건	섬진강의 가치를 분석 대표성을 갖는 슬로건 제안
경관/공공공간	특화공간	수변공간을 특화 할 수 있는 있는 장소 및 콘텐츠, 통합이미지 적용
	조망포인트	합리적인 조망이 이뤄워 질 수 있도록 하는 공간 설정과 콘텐츠 적용
	로드길	보행도로, 자전거도로
공공시설물	조명계	가로등, 보행등, 공원등, 장식등
	정보계	사인류, 식물·동식물표식, 종합안내
	휴식계	화장실, 관리실, 편의점, 음수대, 벤취, 파고라
	편의계	분수대, 휴지통, 공공전화 BOX
	교통계	가드레일, 가로표식, 블라드, 자전거정차대, 정류장(버스쉼터, 버스정류장물)
환경색채	가로환경색채	건축물외관, 사인, 가로시설물, 옹벽 등
마케팅	지역 네트워크를 이용한관광활성화를 위한 장소마케팅	

6. 공공디자인컨설팅 최종결과

가. 단계별 추진일정

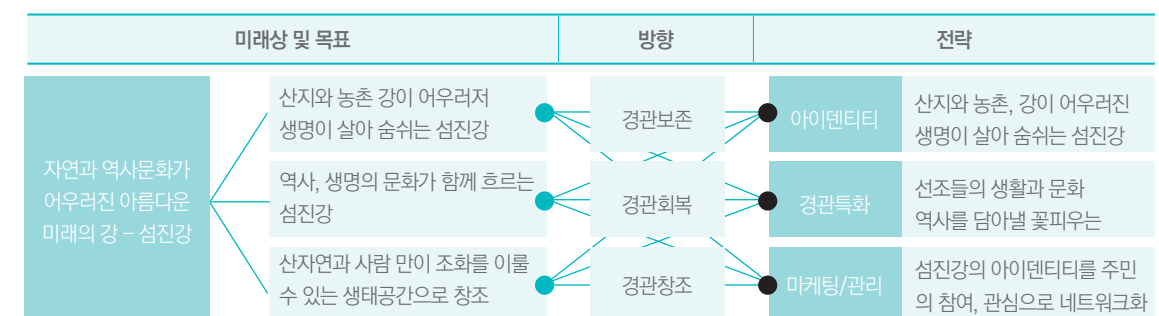


나. 단위설정에 따른 추진실적

구 분	요소별 기본	부분별 상세	설정기준
아이덴티티	브랜드	브랜드 명	기존의 브랜드가치가 있는 '섬진강'을 브랜드 이름으로 연결함
		브랜드로고	시각적 이미지로 글자의 형태나 그래픽으로 일정한 형식을 갖춘 로고 활용
	캐릭터		섬진강의 옛 이름이며 섬진강의 유래에서 나타난 두꺼비를 캐릭터로 사용함
		슬로건	섬진강의 어느곳에서나 서정적인 사상이 떠오르는 아름다운 자연경관을 시와 생명으로 표현함
경관	축	통경축계획	섬진강을 중심으로 수변도로와 상가등의 개방감을 기준으로 정함
		조망축계획	섬진강변을 중심으로 개방감이 있고 주변경관이 아름다운 곳을 기준으로 함
		도록축계획	섬진강의 이면 상행, 하행선을 중심으로 자동차가 다니는 곳을 중심으로 함
		수계축계획	섬진강내 고수부지와 강을 포함하여 수변전체를 기준으로 함
	스카이라인		섬진강을 중심으로 양측의 도로에서 바라보는 산과 들 건물등을 스카이라인으로 정함
	수변녹지		수변 내 차도와의 경계선 까지를 지정하며 체육시설, 체합시설 등이 있는 곳을 기준으로 함
	거점경관		거점적 요소 산정상, 거목수, 조망장, 역사적 건물, 사적, 명승, 공공조형물 등
	조망경관		섬진강의 수변 습지와 모래톱 산과 어우러져 아름다움을 이루며 특정장소나 건물을 기준으로 함
공공디자인	공공공간	조망공간	신림, 하천, 역사적건물, 랜드마크 등 조망가치가 있는 경관에 대한 가시권을 보호하기 위한 공간
		특화공간	수변내외의 체합, 레저, 학습 등의 행위가 용이하도록 일정공간에 이미지를 형성하는 장소
	공공시설물		일반적으로는 공공이익을 위하여 만들어진 공작물 등으로 오픈공간에 설치한 시설물에 기준함
	옥외광고물		건물이나 오픈공간에 알람을 목적으로 이미지나 글씨를 넣어 설치하는 입체나 평면시설물
	공공색채		섬진강변에서 사용하는 공공시설물, 건축물, 사인물, 시각매체등에 공통으로 적용할 색채
	공공시각매체		섬진강의 아이덴티티를 공통으로 표현하는 광고, 콘텐츠, 사인 등에 적용하는 시각매체
마케팅	홍보	관리계획	전라남도도와 각 시군이 섬진강을 하나로 이해하고 실행하는 시스템
			친환경 섬진강 이미지를 관광브랜드화로 전략화 시스템

다. 공공디자인컨설팅 결과의 성과

1) 전략 및 미래상 도출



2) 비전 및 목표



3) 아이덴티티 컨셉 도출



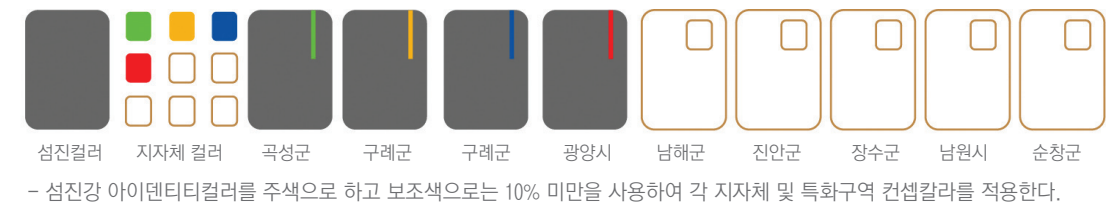
4) 아이덴티티 형성

섬진강 아이덴티티 형성과정		
자연적요소	사회인문적요소	역사적요소
천자연적 생태적환경	환경을 사상으로 표현할 수 있는 문학적 토대	두꺼비/총절/보은/지킴이

섬진강 이미지 요소						
구분	브랜드	컬러	캐릭터	슬로건	섬진화	섬진목
상징성	고유명사	지역의 상징	섬진강의 설화	생태관광	민족정신	지리성/풍토성
표현요소	섬진강	물 산 문화	두치(가칭) 두치는 섬진강의 옛 말에서 유래	시와 생명이 흐르는 섬진강	매화	벗나무

5) 브랜드 적용 계획 가이드라인

(가) 섬진컬러 적용



(나) 섬진캐릭터

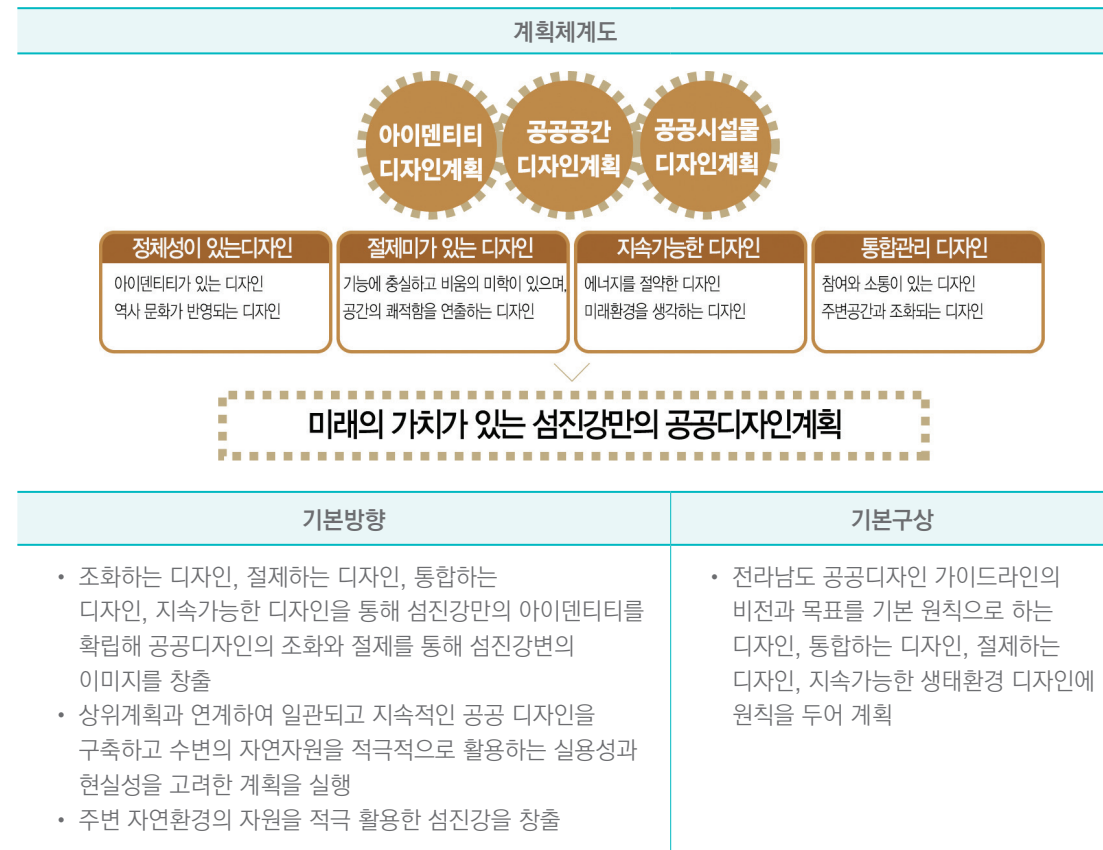


(대) 슬로건

섬진강	곡성군	순천시	구례군	광양시
생명이 흐르는 섬진강	자연속의 청정고을 곡성	자연으로 가는길 구례군	대한민국생태수도 순천	그린벨트도시 광양시
	시와 생명이 흐르는 청정고을 섬진강	시와 생명이 흐르는 자연속으로 가는길 섬진강	시와 생명이 흐르는 대한민국 생태 수도 섬진강	시와 생명이 흐르는 크린 섬진강

- 시와 생명을 메인 컨셉으로하여 각지자체의 슬로건을 조합하여 통합적인 홍보를 한다.

6) 공공디자인 가이드라인



(가) 공공공간 요소별 가이드라인

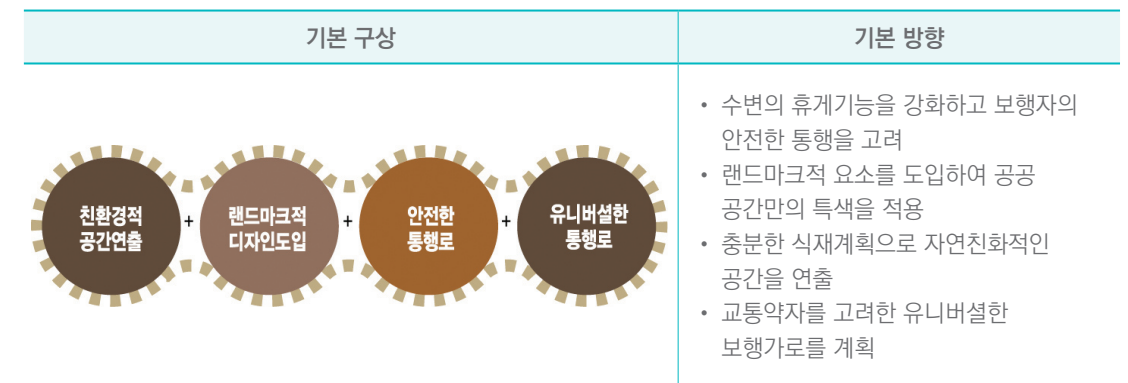
(1) 공공공간 보행로



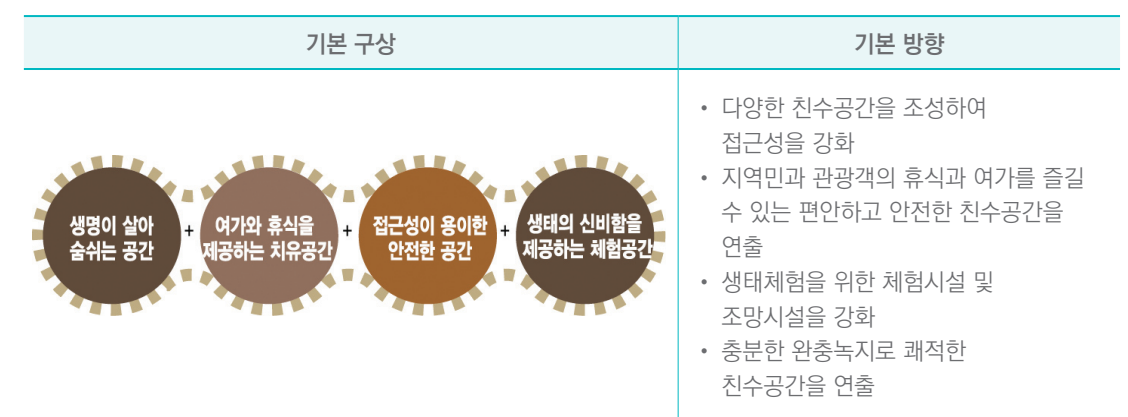
(2) 공공공간 오픈스페이스 가이드라인



(3) 공공공간 수변결절점 가이드라인



(4) 공공공간 친수공간



(나) 공공디자인 시설물 가이드라인

기본 구상	기본 방향
	- 가로상에 배치되는 각종 공공시설물간의 형태적 부조화를 방지하고, 가로변 이미지의 제고를 위해 공공시설물의 형태, 재료, 색상을 통합 조절하는 가로시설물 디자인체계를 구축하고 이를 가로시설물 설계에 반영 - 수변도로 성격에 따라 상호보완적 가로 시설물은 가급적 통합설치하고 수변 내에 각 시설물의 난립을 방지

- 1) 통합 과정을 통해 시설물간의 합리적인 연계체계로 공공시설물 계획한다.
- 2) 디자인 통합으로 지역의 아이덴티티를 읽을 수 있는 개성있고 질서있게 계획한다.
- 3) 절제된 디자인과 자연친화적 재질 적용으로 쾌적한 가로환경 계획한다.
- 4) 심플하고 개성있는 디자인으로 즐거움을 주는 가로환경을 계획한다.
- 5) 장식 요소를 최소화한 기능을 우선시하는 시설물 디자인을 계획한다.
- 6) 시설물의 도로 점유면적을 최소화하여 보행공간을 확대하고 색채와 재료를 통합하여 시각적 · 심리적 안정감을 확보하고 연속성을 극대화한다.
- 7) 누구나 안심하고 쉽게 사용할 수 있는 안전성을 확보한 디자인을 계획한다.
- 8) 섬진강만의 표준화 된 공공시설물 디자인을 적용하여 섬진강의 아이덴티티를 부여한다.

섬진강 수변정체성 수립을 위한 공공시설물 가이드라인

■ 벤치 • 심플하고 간결한 디자인 • 어린이, 노약자 등 약자를 고려한 디자인 • 친환경 요소를 도입한 디자인 • 섬진강 만의 특징과 특색을 갖는 디자인	
■ 휴지통 • 절제된 디자인과 재질 적용으로 심플한 휴지통디자인 • 픽토그램을 적용한 유니버설한 디자인 • 기능을 우선시하는 디자인 • 섬진강 만의 특징과 특색을 갖는 디자인	
■ 자전거보관대 • 기능을 중요시하는 심플하고 간결한 디자인 • 주변환경과 어우러지는 디자인 • 불편함이 없는 목적있는 디자인 • 섬진강만의 특징과 특색을 갖는 디자인	

■ 보행등

- 보행자의 안전을 우선시 하는 디자인
- 기능과 목적에 충실한 디자인
- 야간경관을 고려한 디자인
- 자연경관과 조화를 이루는 디자인



■ 종합안내사인

- 보행자의 안전을 우선시 하는 디자인
- 정보전달이 충실한 디자인
- 시각적인 방해가 없는 디자인
- 자연경관과 조화를 이루는 디자인



■ 방향, 시설물 안내사인

- 보행자의 안전을 우선시 하는 디자인
- 정보전달이 충실한 디자인
- 식별성과 경관계획에 적합한 디자인
- 자연경관과 조화를 이루는 디자인



■ 버스정류장 쉼터

- 누구나 쉽게 이용할 수 있는 유니버설한 디자인
- 접근성을 향상시킨 디자인
- 이용객들의 안전을 고려한 안전성있는 디자인
- 섬진강 만의 특징과 특색을 갖는 디자인



■ 보드블럭

- 시각적인 방해가 없는 디자인
- 간결하고 심플한 디자인
- 친환경적인 요소를 살릴 디자인
- 섬진강 만의 특징과 특색을 갖는 디자인



■ 볼라드

- 보행자의 안전을 우선시 하는 디자인
- 기능과 목적에 충실한 디자인
- 시각적인 방해가 없는 디자인
- 자연소재를 활용한 특색 있는 디자인



■ 웬스	- 보행자의 안전을 우선시 하는 디자인 - 기능과 목적에 충실한 디자인 - 시각적인 방해가 없는 디자인 - 섬진강 만의 특징과 특색을 갖는 디자인	
■ 음수대	- 어린이와 장애인의 사용에 용이하게 고려한 디자인 - 청결, 배수 및 유지보수를 고려한 디자인 - 겨울철 동파 방지를 위한 디자인 - 섬진강 만의 특징과 특색을 갖는 디자인	
■ 공원등	- 보행자의 안전을 우선시 하는 디자인 - 기능과 목적에 충실한 디자인 - 시각적인 방해가 없는 디자인 - 자연경관과 조화를 이루는 디자인	
■ 안내 및 판매 부스	- 보행자의 안전을 우선시 하는 디자인 - 기능과 목적에 충실한 디자인 - 야간경관을 고려한 디자인 - 자연경관과 조화를 이루는 디자인	
■ 가로화분	- 보행자의 안전을 우선시 하는 디자인 - 자연소재를 최대한 활용하는 디자인 - 파손과 관리가 용이한 디자인 - 자연경관과 조화를 이루는 디자인	
■ 수변데크	- 보행자의 안전을 우선시 하는 디자인 - 주변여건과 상황에 맞는 웬스 설치 - 자연친화형 소재를 사용한 디자인 - 자연경관과 조화를 이루는 디자인	

(㉔) 공공시각매체 디자인 계획

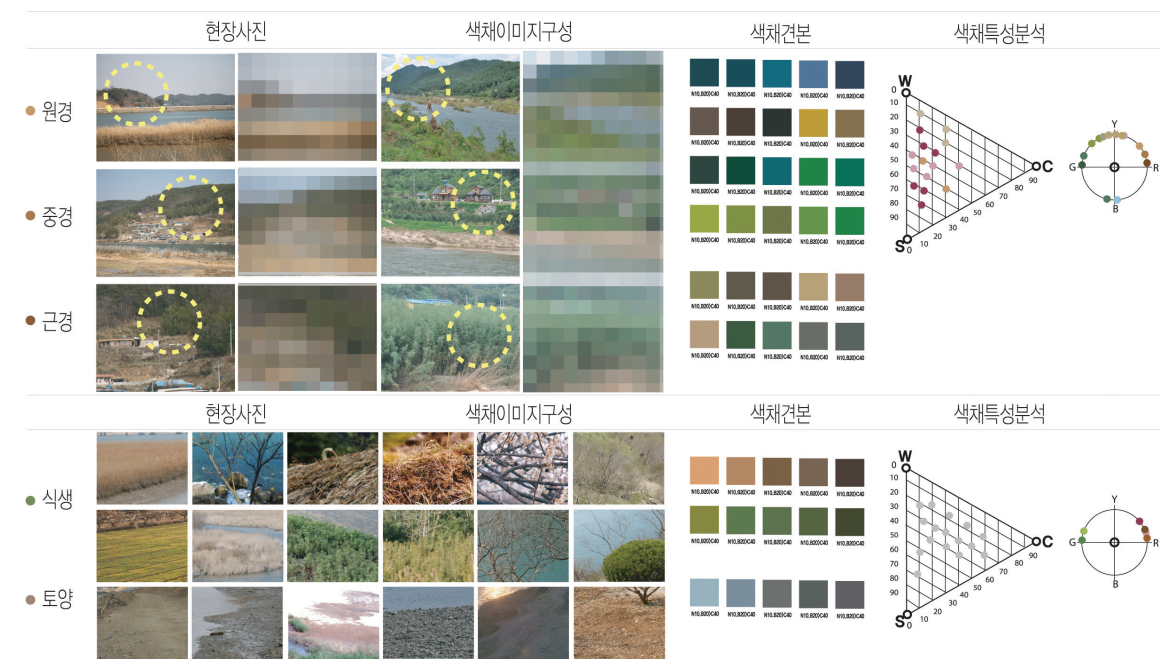


기본 지침

구분	기본지침
색채	- 채도 저명도 색상을 지향하여 시각적인 공해를 최소화함 - 명도와 채도가 높은 색상은 지양함 - 보행 표지와 교통 표지의 색상을 구분함
형태	- 보는 각도에 따른 형태의왜곡을 최소화함 - 도로면에 일정거리의 여유를 두고 표기하여 가독성을 확보하도록 함 - 크기를 최소화하여 자연경관을 훼손하지 않도록 함
방향	- 도로명 안내 체계를 도입하여 정보량을 최적화함 - 국제 표준규격의 픽토그램 적용을 권장함 - 위치에 맞는 꼭 필요한 내용만 표기할 것을 권장함
설치	- 시설물들의 중복 설치를 지양함 - 다른 지주 시설물과의 통합 설치를 권장함 - 보행자 통행이나 시야를 방해하지 않는 위치 및 높이에 맞게 설치함

(㉔) 색채 디자인 계획

(1) 섬진강 컬러 추출



(2) 기본 가이드라인

- 섬진강의 특성을 반영하고 개성있는 경관 색채계획을 수립한다.
- 자연과 조화를 이루는 친근감이 있고 안정적인 분위기를 도모한다.
- 자연친화적 외장재료 본연의 색을 살린 색채를 활용한다.
- 통일된 색채 계획을 수립하여 강변의 일원화를 모색한다.
- 전체적으로 차분하고 안정적인 분위기를 유도한다.
- 전라남도의 기본색을 고려한 색(전라남도 공공디자인 표준색)



섬진강			
건축물	시설물	가로공간	수변공간
• 섬진강의 특성을 갖은 자연의 색 • 섬진강의 색을 만드는 자연색채계획	• 시각적 공해 없는 시설물 색채 • 수변이미지를 반영한 시설물 색채	• 보행자를 고려한 배색 • 특화된 가로공원	• 자연의 색을 닮은 섬진강 색 • 자연의 생동감을 담은 색채

■ 섬진강변 공공디자인 표준색

녹색	바다색	회갈색
N10.B20/C40 N10.B20/C40	N10.B20/C40 N10.B20/C40 N10.B20/C40	N10.B20/C40 N10.B20/C40 N10.B20/C40
검은초록 250 22 어두운초록 250 24 진한초록 250 34 상록수색 250 38 대나무색 251 48 물색 251 58 타닌녹갈색 251 64 밝은녹갈색 251 68 황녹색 252 60	어두운청록 100 24 진한청록 100 28 청록 100 38 진한파랑 259 38 어두운파랑 259 34 타닌파랑 259 49	흑갈 7.0/6 34 검토색 12/6 44 황토색 25/6 6/0 인색 17 52 검은갈색 12/6 6/0 회갈색 14/ 32

■ 전라남도 공공디자인 표준색채군

(3) 가이드라인
건축물 색채계획

기본 구상	기본 방향
활기찬 변화감 있는 친근한 세련된	

- 고명도의 색상을 주조색으로 선정하여 차분하고 깔끔한 이미지를 주도록 하며 주변 녹지와 어울리는 심리·생리적으로 안정감을 주는 쾌적한 주거환경을 연출
- 계절에 따라 변화하는 자연 환경과 조화를 이루는 주거환경을 계획

- 친수공간의 색채연출은 편안하면서 자연적인 이미지를 부각시켜 표현
- 자연녹지와 수변의 경관적 특성을 보존하고 향유할 수 있는 이미지를 연출
- 4계절의 변화감이 느껴지도록 내추럴한, 온화한, 맑은, 시원한 분위기가 느껴지도록 연출

7) 특화공간 사업제안

(가) 문화와 생태를 연결하고 이야기가 흐르는 공간

기본 구상	기본 방향
오염되지 않은 자연을 기회로 활용 지속가능한 가치 사슬을 구축 새로운 비즈니스 모델을 개발 홍보 관리의 플랫폼 구축	• 섬진강만의 아이덴티티와 문화와 자연공간을 이용한 로하스 생태경관을 계획 • 공공공간은,가로, 오픈스페이스, 결절점, 친수공간으로 나누어 각 공간만의 개성을 살린 공간디자인을 계획 • 공공시설물, 공공시장매체등의 통합된 체계로 자연과 인공의 연결을 고려해 계획

구 분	사 업 명	수 량	컨 텐 츠	내 용
공간	테마파크	5곳	문학과 생명을 스토리로 연결하는 (문학인)	섬진강변 특화조성으로서 가장 중요하게 대두되는 공간으로 권역별 공간을 고려하여 적절한 거리에 테마공원을 조성하여 관광객에게 쉼터공간을 제공하는 기능을 한다.
	조망점	20곳	정자문화의 복원과 문학을 스토리로 연결하는	조망점은 조망상의 중요도가 높고 많은 사람들이 이용하는 공공장소나 주요도로, 오픈스페이스가 조성된 장소, 그리고 사업시행 후 경관상의 변화가 현저하게 예상되는 지점을 조망점으로 선정하여 변화를 예측한다.
	텐트촌	4곳	문학과 생명을 스토리로 연결하는 (문학인)	섬진강변은 많은 사람들이 이용하는 장소이나 지나가는 관광섬진강으로 이용을 많이 한다. 이를 체류형 관광과 이용자의 안전한 숙박을 통하여 편안한 섬이미지 만들도록 한다.
길	생태로드	7곳	문학과 생명을 스토리로 연결하는 (문학인)	섬진강변을 찾는 관광객은 걷거나 자전거를 통하여 건강을 생각하고 생태환경 즐기는 여유로운 시간을 보낼 수 있는 특화공간 환경 기능을 한다. 생태관광로드는 주도로와 보조도로 지정하여 볼거리와 이야기거리를 제공하는 지루하지 않는 길로 조성한다.
홍보	마을홍보관	28곳	마을의 역사 문화와 섬진강의 콘텐츠를 통합하여 스토리전개	강변마을의 노령화 및 인구유출로 농촌마을의 문화가 퇴색되고, 과거 소중했던 전통문화유산 등이 훼손되고 사라져가는 시점에 있어, 소중했던 우리 농촌마을의 문화유산과 선인들의 삶의 흔적을 발굴 보존할 수 있도록 한다.

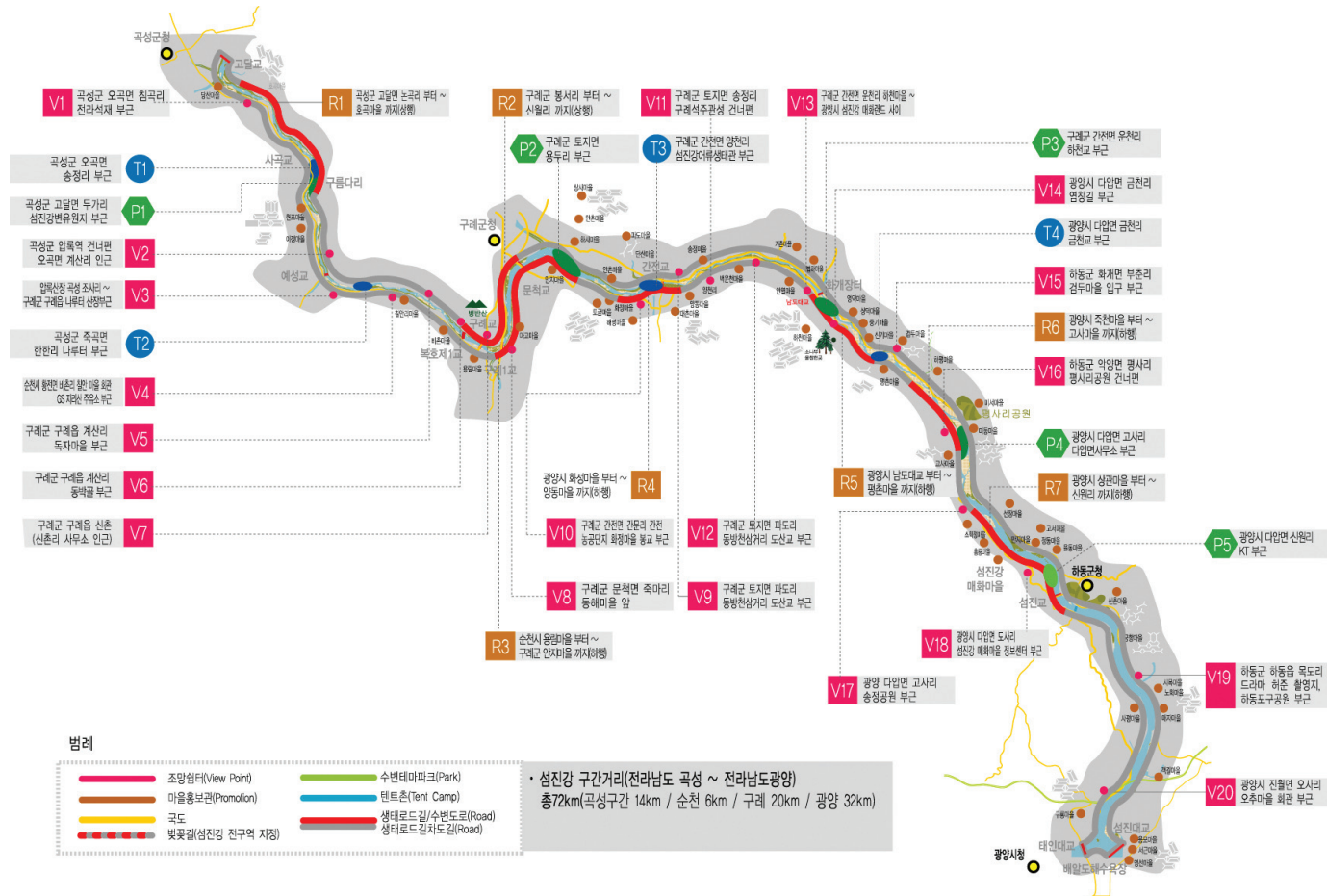
2010 섬진강변 공공디자인 기본계획 수립 컨설팅

참여기관 전남도청 수행기관 ㈜인디자인

섬진강변 공공디자인 기본계획 수립 컨설팅 2010

참여기관 전남도청 수행기관 ㈜인디자인

(나) 특화공간 제안 구상도



(1) 마을홍보관

구 분	내 용
기본방향	- 섬진강변 역사문화전시관 조성 운영, 체험, 교육, 홍보, 전시, 판매를 할 수 있도록 하는 특화공간 조성 - 강변마을의 노령화로 과거 전통문화유산 등이 훼손되고 있어 선인들의 삶의 흔적을 발굴 보존『강변역사문화 전시관 조성』 고향의 문화컨텐츠개발로 장소, 산업 통합 관광마케팅에 도입
기본구상	섬진강 500리의 강변 마을 중 시범마을 20여개를 선정하여 조성하고 향후 지속적으로 특화마을을 지정하여 확대 추진 - 강변마을 홍보관 : 강변마을의 역사, 문화 등 전통문화계승을 위한 소규모 큐브 홍보관으로 조성 - 강변마을 자료수집 및 가공 : 강변마을의 전통문화자료를 발굴, 수집하여 가공보관 - 강변문화의 계승 : 미래세대에 한국전통문화를 교육하고 계승할 수 있는 콘텐츠 개발 - 강변마을 D/B구축 및 운영 : 세계화 및 전국화를 위해 On-Line System 구축 - 강변마을 문화보전 발전방안 모색 : 전국화 세계화 추진 - 강변마을의 특색있는 문화 콘텐츠 발굴 및 홍보

섬진강변 마을홍보관 구상도



(2) 수변테마파크

구분	내용
기본 방향	기능, 위치선정, 공간환경, 행정 등 섬진강변 특화조성으로서 중요하게 대두되는 공간으로 권역별 공간을 테마공원으로 조성하여 관광객에게 쉼터공간을 제공하는 기능
기본 구상	행정, 시설방향, 시설종류 등 - 섬진강 500리의 강변을 사전조사한 결과를 바탕으로 섬진강 사계절을 느낄 수 있도록 조성아이템을 다변화하여 제시 - 인근 마을주민과 직간접적인 관리와 참여가 필수적인 사항이므로 조성계획시 반드시 공동참여로 추진 하여 향후 연계성을 고려
조성 계획	주안점, 시설내용, 안전 - 권역별 시설은 정서적, 역사적, 생태적 환경을 직간접 경험할 수 있는 교육적 활용공간과 감성과 쉼 이미지를 느끼도록 조성시 구축 내용에 포함 - 친환경적이고 장기적인 시설유지

섬진강변 수변테마파크 구상도

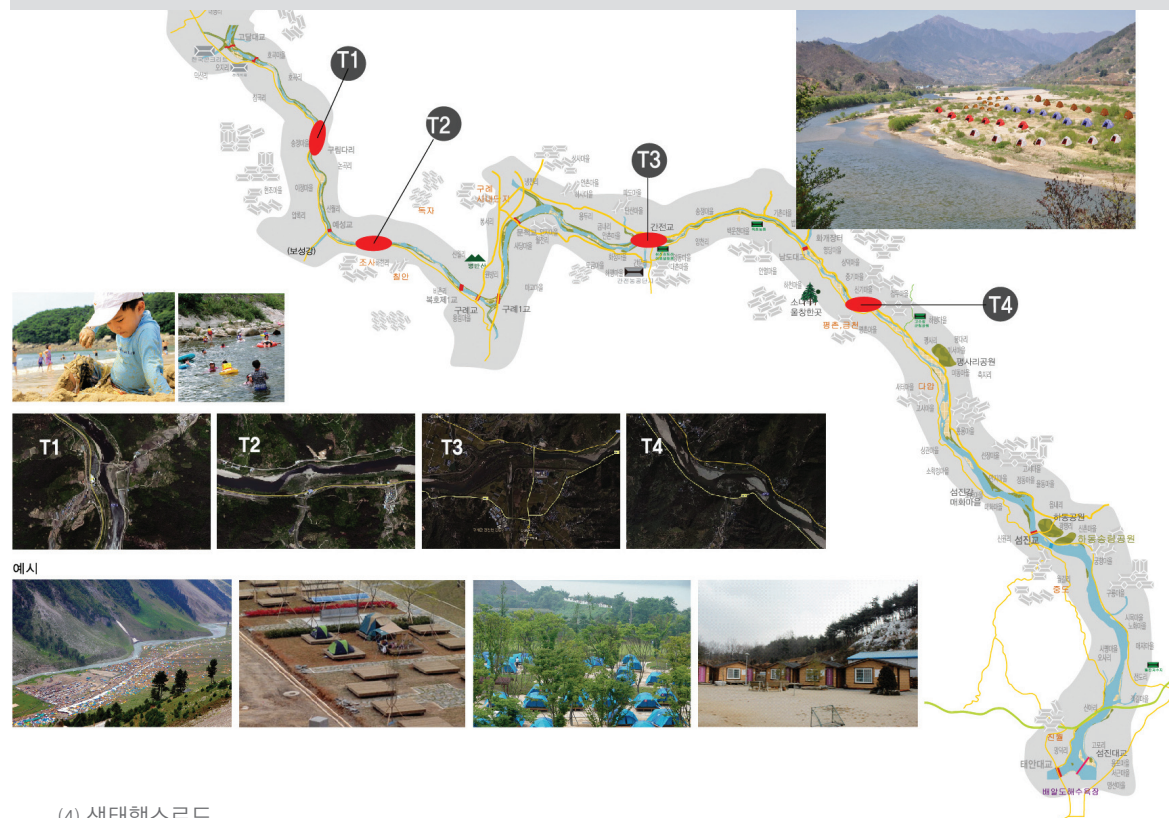


(3) 텐트촌

구분	내용
기본 방향	기능, 위치선정, 공간환경, 행정 등 - 섬진강변을 체류형 관광자원으로 활용하여 편안한 쉼터를 제공 - 비교적 넓은 공간으로 활용되므로 권역에 해당하는 기초단체의 토지이용계획을 고려하여 장기적으로 주민과 관광객에게 편의를 제공 - 장마철을 대비하여 많은 양의 홍수로 인한 피해를 최소화 할 수 있는 공간을 선택
기본 구상	행정, 시설방향, 시설종류 등 - 숙박 쉼터는 실내형(방갈로, 황토판션, 참나무 펜션 등)과 실외형(텐트촌, 캠핑파크 등)으로 구분하여 구간을 확정 - 가을과 겨울 시즌을 고려한 캠핑파크를 선정하여 섬진강변의 사계절을 즐기는 계절적 분산효과를 고려
조성 계획	주안점, 시설내용, 안전 생태관광로드의 조성 가이드라인을 별도로 마련하여 자발적으로 아름다운 길로 조성하여 걷는 이에게 기쁨을 주는 단체 · 기업 · 마을 · 가족으로서 보람을 느낄 수 있도록 사회적 메세나운동의 개념을 적극 활용
주요 사항	조성시 특화내용의 중점 사항 등 - 숙박 쉼터를 사용하지 않는 시기에는 섬진강변의 전체 경관에 있어서 시각적 피로감을 주는 조성이나 시설은 가급적 피해서 기존의 지형을 고려한 시설조성 - 여름철 섬진강변 이용이 집중하므로 하계집중 지역이나 인근 마을을 활용하는 방안을 함께 고려하여 조성

표번호	구역	선정사유
T1	곡성군 오곡면 송정리 부근	넓은 모래톱, 섬진강변유원지 등 수변으로부터 공간 확보 용이
T2	곡성군 죽곡면 한한리 나루터부근	습습지, 모래톱 등 수변으로부터 공간 확보 용이
T3	구례군 간전면 양천리 섬진강어류생태관 부근	넓은 습지와농경지 등 수변으로부터 공간 확보 용이
T4	광양시 다압면 금천리 금천교 부근	넓은 모래톱, 습지 등 수변으로부터 공간 확보 용이

섬진강변 수넛트촌 대상지점 구상도

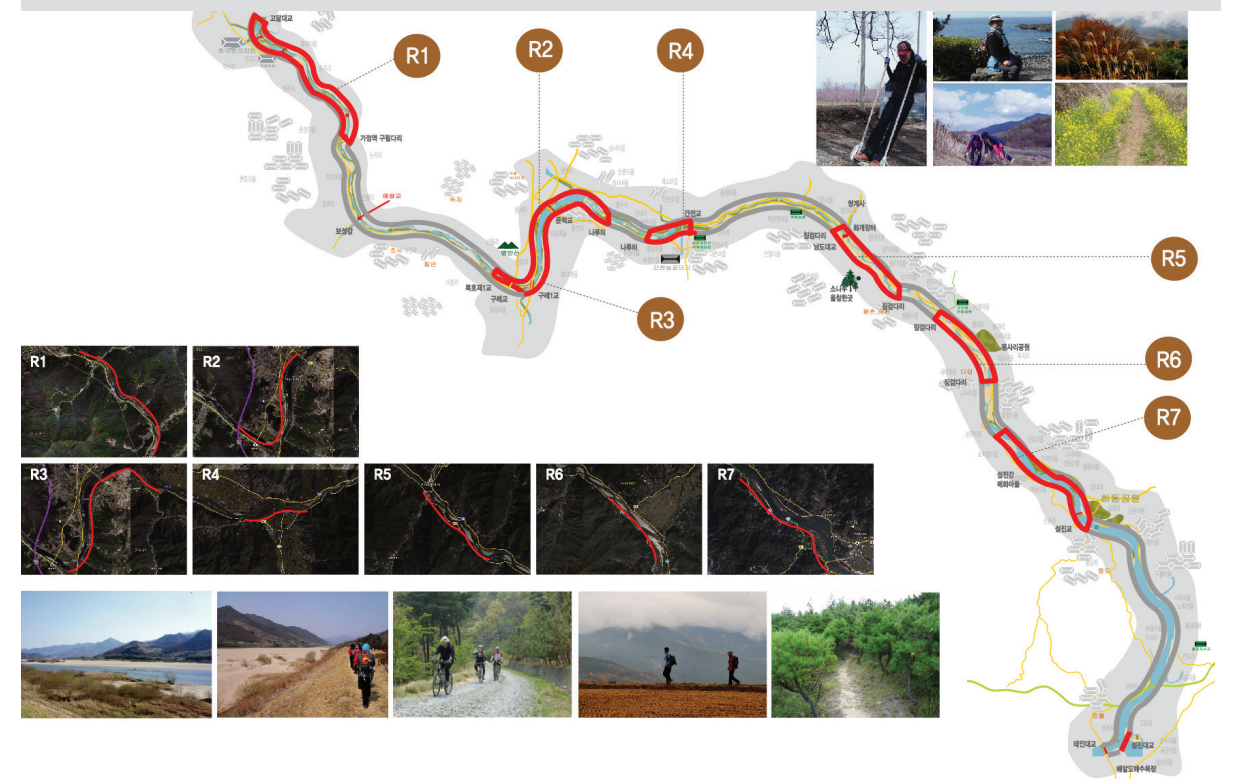


(4) 생태헬스로드

구분		내용
기본 방향	기능, 위치선정, 공간환경, 행정 등	- 섬진강변을 찾는 관광객은 걷기와 자전거를 통하여 건강을 생각하고 생태환경 즐기거리, 볼거리와 이야기거리를 제공하는 지루하지 않는 길로 조성 - 해당 구간의 지역 주민과 연계하여 꽃길조성이나 초목조경 등을 조성하는 공공의 프로젝트로 추진하면서 주민과의 화합의 장으로 활용
	행정, 시설방향, 시설종류 등	- 생태관광로드는 강변을 조망하는 조망권을 확보하여 사계절을 느낄 수 있는 스토리를 전달하는 효과를 기대 - 시범적으로 주도로를 선정하여 조성하고 향후 보조구간을 연결하여 최종적으로 섬진강 500리길 생태 관광로드로 정착·발전
구성 계획	주안점, 시설내용, 안전	생태관광로드의 조성 가이드라인을 별도로 마련하여 자발적으로 아름다운 길로 조성하여 걷는 이에게 기쁨을 주는 단체·기업·마을·가족으로서 보람을 느낄 수 있도록 사회적 메세나운동의 개념을 적극 활용
주요 사항	조성시 특화내용의 중점 사항 등	- 자발적인 참여로 유도하고 마을인근 주민과 함께 참여하도록 하여 지속적인 섬진강의 관심과 사랑을 공유할 수 있도록 유도 - 섬진강변의 순수 자연경관을 해치는 형태, 색채, 시설은 지양하는 수준에서 단순하고 간결한 조성이 우선시

표번호	구역	선정사유	거리
V1	곡성군 고달면 논곡리 부터 ~ 호곡마을 까지(상행)	습지, 밭, 모래톱, 들판, 산 등 수변으로부터 공간 확보	약7km
V2	구례군 봉서리 부터 ~ 산월리 까지(상행)	습지, 모래톱, 들판, 산, 비촌솔밭유원지 등 수변으로부터 공간 확보	약5.5km
V3	순천시 용림마을부터 ~ 구례군 안지마을까지(하행)	습지, 농경지, 모래톱, 들판, 병방산 등 수변으로부터 공간 확보	약7km
V4	광양시 화정마을 부터 ~ 양동마을 까지(하행)	습지, 모래톱, 들판, 산 등 수변으로부터 공간 확보	약3km
V5	광양시 남도대교 부터 ~ 평촌마을 까지(하행)	습지, 모래톱, 들판, 산, 섬진강래프팅 등 수변으로부터 공간 확보	약4.5km
V6	광양시 죽천마을 부터 ~ 고사마을 까지(하행)	습지, 모래톱, 농경지, 평사리공원 등 수변으로부터 공간 확보	약4km
V7	광양시 상관마을 부터 ~ 신원리 까지(하행)	습지, 모래톱, 송정공원, 섬진강매화마을 등 수변으로부터 공간 확보	약6.5km

섬진강변 생태로드길 구상도



(5) 조망점

① 조망점 선정기준

- 조망점은 조망상의 중요도가 높고 많은 사람들이 이용하는 공공장소나 주요도로, 오픈스페이스가 조성된 장소, 사업시행 후 경관상의 변화가 현저하게 예상되는 지점을 조망점으로 선정하여 변화를 예측

주요조망점선정

표번호	조망점위치	조망대상
V1	곡성군 오곡면 침곡리 전라석재 부근	습지, 밭, 모래톱, 들판, 산, 전경
V2	곡성군 압록역 건너편 오곡면 계산리 인근	습지, 모래톱, 들판, 산, 압록역, 압록마을, 예성교 전경
V3	압록산장 곡성 조사리 ~ 구례군 구례읍 나루터 산장부근	습지, 논, 밭, 모래톱, 압록유원지, 소나무군락, 보성강 전경
V4	순천시 황전면 비촌리 칠안 마을 회관, GS 지리산 주유소 부근	습지, 논, 들판, 산, 독자마을 전경
V5	구례군 구례읍 계산리 독자마을	습지, 밭, 들판, 산, 길안리마을 17번국도 전경
V6	비촌 건너편, 구례군 구례읍 계산리 동박골 부근	습지, 모래톱, 들판, 산, 비촌 솔밭유원지 전경
V7	구례군 구례읍 신촌(신촌리 사무소 인근)	습지, 모래톱, 산, 구례교, 구례역 전경
V8	구례군 문척면 죽마리 동해마을 앞	습지, 논, 밭, 모래톱, 들판, 병방산, 신촌리마을 전경
V9	구례군 토지면 파도리 구례동중학교 동방천삼거리 도산교 부근	산, 습지, 들판, 섬진강어류생태관
V10	구례군 간전면 간문리 간전농공단지 화정마을 봉교 부근	습지, 모래톱, 들판, 산, 신기마을, 안촌마을 전경
V11	구례군 토지면 송정리 구례석주관성 건너편	습지, 모래톱, 들판, 산, 구례석주관성 전경
V12	구례군 간저면 윤천리 안열마을 부근	습지, 들판, 산, 넓은강줄기 전경
V13	구례군 간전면 윤천리 하천마을 ~ 광양시 섬진강 매화랜드 사이	모래톱, 들판, 산, 섬진강래프팅, 영덕마을, 상덕마을 전경
V14	광양시 다압면 금천리 염창길 부근	습지, 모래톱, 들판, 산, 충기마을, 섬진강매화로 길 전경
V15	하동군 화개면 부춘리 검두마을 입구 부근	습지, 논, 모래톱, 검두마을, 섬진강매화로길 전경
V16	하동군 악양면 평사리 평사리공원 건너편	습지, 모래톱, 논, 밭, 평사리공원, 토지철영지, 전경
V17	광양 다압면 고사리 송정공원 부근	모래톱, 습지, 송정공원, 하동매실농장, 섬진강매화로길 경관
V18	광양시 다압면 도사리 섬진강 매화마을 정보센터 부근	넓은 논과 밭, 섬진강매화마을, 매화정보센터 경관
V19	하동군 하동읍 목소리 드라마 허준 촬영지, 하동포구공원 부근	산, 드라마허준촬영지, 넓은섬진강줄기, 황천강 경관
V20	광양시 진월면 오사리 오추마을 회관 부근	모래톱, 습지, 넓은 강줄기, 논, 밭, 월진저수지 경관

주요 조망점 선정 구성도



② 조망점 조성 예시

조망점 위치	곡성군 압록역 건너편 오곡면 계산리	공원이름 선정시
조망대상	압록역과 압록마을의 전경과 예성고 주위 섬진강변의 습지 경관	자루는 강을 위 / 김명리
조망점 명칭	물다래 꽃물 공원	부들 헤집고 자루는 강을 위에 떨어지는 가을 바람이 거둬 그 짙을 건드리니 저 송수리는 목천강에도 옛가을이 외쳐 兩水를 공굴이 또다시 紅黃이 불꽃 단풍이 약이었어 해죽일 불안한 낚은 거룻배를 저어가는 열 번은 물이 죽고 날은 그 마을이 아직은 아니 죽어서 때내러가는 물다래 꽃물 물다래를 시뻘겋게 핏자게 부둥쳐 안았어요 이렇듯 그 늦은 저녁답에 파묵 알아들게 인간적이 오듯 자루는 강을 위로 뚫, 하고 탁, 하며 저 잘 굳은 보랏빛 하늘에서 우연이듯 시뻘겋 새들 떨어지거요 강줄 속으로 구부러진 강가의 나무는 높은 잎사귀 대신 주름주름 말린 물고기들을 매달았어요 가지에서 가지 사이로 이따금 말고리랄고라 그르 쫓는 소리, 문사우, 씹, 문사우

③ 조망센터 시설물 예시

조망점 위치	곡성군 오곡면 침곡리 전라석재 부근
조망대상	산, 습지, 논, 밭 소나무군락이 형성되어 조화를 이루는 경관
조망점 명칭	물타래 꽃물 공원



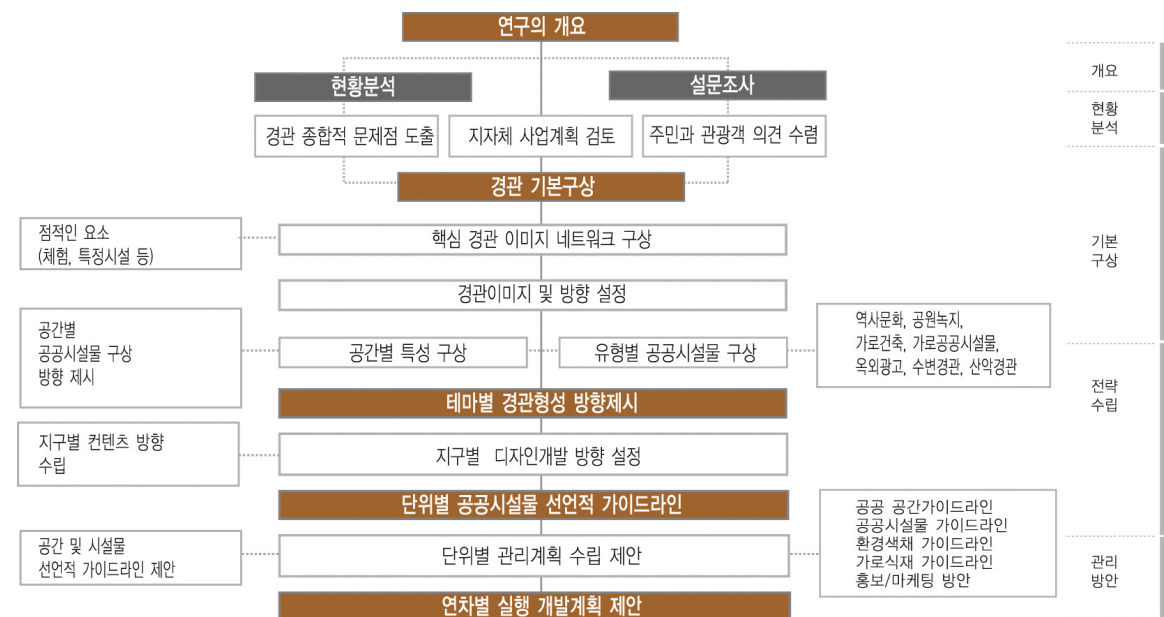






품목	필수	일부적용	관장
파고라	●		
벤취	●		
시(時)비	●		
음수대		●	
자전거보관대			●
시집판매대	●		
휴지통	●		
안내사인	●		
화장실		●	
망원경			●
블라드		●	
가로등		●	
공원등	●		
화분대			

7. 공공디자인컨설팅 추진 체계



8. 시장현황 및 사업화전망

아이덴티티정립 및 경관계획의 구체적인 실현을 위하여 소프트웨어 사업부터 우선적으로 실시하고 하드웨어를 점차적으로 실행

구분	사업명	사업목적	세부내용	관련대상지
소프트웨어 부문	섬진강 브랜드개발 사업	섬진강의 아이덴티티 확립	브랜드명, 로고, 캐릭터, 슬로건 등	
	통합 공공시설물 디자인 개발	통일된 아이덴티티로 일괄성 유지 친환경적 디자인으로 경관개선	파고라, 의자, 휴지통, 자전거보관대, 블라드, 각종 사인류 등	
	섬진강변 경관기본계획	섬진강 전체의 통합 지속적인 관리 경관자원의 보존으로 생태대 마케팅	보존 지구지정, 각 시군의 경관지침서 및 가이드라인 제공	
하드웨어 부문	레저스포츠 테마파크 조성사업	섬진강변의 생태관광 레저스포츠 명소화	자전거도로, 레프팅 등 스포츠 체험 형 테마파크	곡성군 고달면 압록 부근
	동서화합 테마파크 조성사업	섬진강의 상징을 적용한 '시' 테마파크 형성으로 정신가치 공유	시인테마파크, 휴식과, 창작공간 구성 조망권확보로 시를 짓는 공간 유도	구례군 남도대교, 화개장터 인근
	문화체험형 테마파크 조성사업	지역산업과 문화를 연계한 스토리 텔링으로 정신적 가치와 산업 활성화	퇴계 이황의 '매화시첩'으로 스토리텔 링 매화와 연결한 지역 마케팅	광양시 다압면 섬진교 인근
	생태교육형 테마파크 조성사업	섬진강의 자연자원을 활용한 장소관광 마케팅	생태관찰, 습지, 보래톱, 습지 등을 활 용한 자연학습장	구례군 간전면 운천리 하천교 부근
	여가 휴식형 테마파크 조성사업	섬진강 모래톱을 중심으로 휴식과 여가를 즐길	물과 모래를 활용한 놀이와 우수경관 을 활용한 쉼의 공간	광양시 다압면 다압면 일원
	텐트촌 조성사업	자연친화적 장소 제공	텐트장소, 기본시설 제공	섬진강변 5곳
	마을홍보관 조성사업	고향의 문화컨텐츠개발 및 육성 선인들의 삶의 흔적을 발굴	체험/교육/홍보/전시/판매를 할 수 있 도록 하는 특화공간 조성	섬진강변 인근 마을 30곳
	조망공간 조성사업	방문객에게 아름다운 섬진강변의 가치를 제공	쉼터, 문학의 공간 제공 / 시집 나누 는 공간 시를 체험하는 공간	섬진강변 20곳
	생태헬스로드 조성사업	섬진강변 수변 생태길로 자연체험	수변과 도로 마을길을 걷기, 자전거등으로 생태 체험과 시골 문 화체험	전남권역 섬진강 일원 200km(왕복)

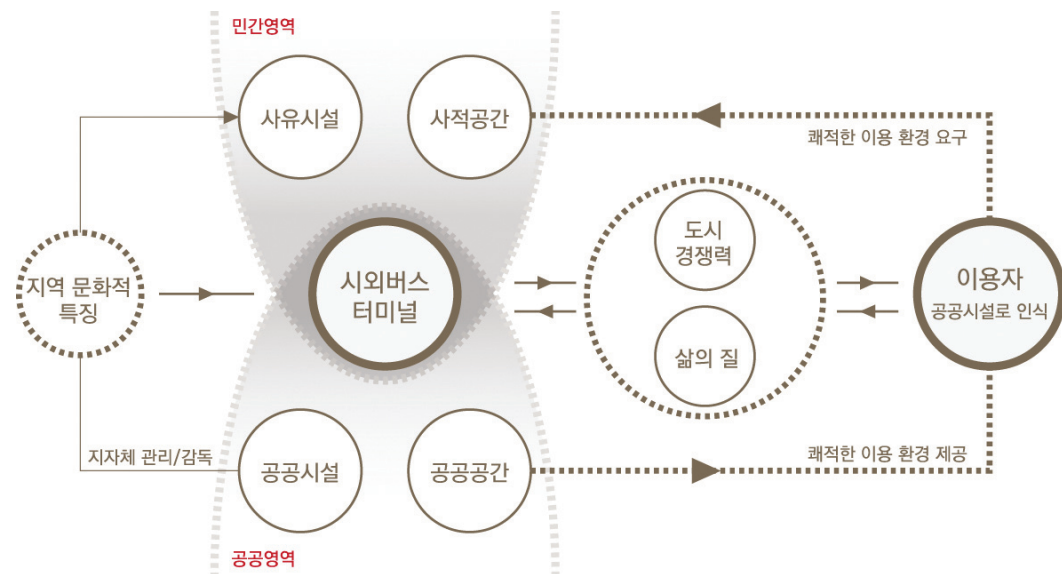
사업개요

과 제 명	철원지역 시외버스터미널 디자인개선 컨설팅
주관기관	한국디자인진흥원
참여기관	철원군청
수행기관	(주)디자인코리아
총 개발기간	2010. 10. 1 ~ 2011. 3. 31
키 워 드	철원군, 시외버스터미널, 환경디자인
최종목표	1) 개선 전략 수립 및 이용객 편의증진과 지역이미지 개선 2) 환경디자인 개선을 통한 지역 민간사업자의 운영수익 증가 3) 녹색성장 정부정책 기준에 발맞춘 대중교통 활성화 유도 4) 대중교통 이용 주민의 쾌적한 이용환경 제공 5) 외부 방문객의 지역에 대한 좋은 이미지 제공
개발내용 및 결과	1) 철원지역 시외버스터미널(3개소) 실내외 공간과 시설물의 현황 및 과제도출 2) 지역의 정체성과 여건을 반영한 디자인 방향 정립 3) 소재, 조형, 컬러 등 디자인 개발요소 도출 4) 소요예산, 추진방안 등 세부 추진전략 제시
기대효과	1) 공공시설의 성격이 강한 시설임에도 불구하고, 지자체의 적극적인 개입은 사유시설에 대한 과도한 지원이라는 주민의 오해와 편견 해소 2) 환경 개선을 위한 주민간의 공감대 형성을 위한 기초자료로 활용

1. 공공디자인컨설팅의 중요성 및 필요성

가. 공공디자인컨설팅의 중요성

- 1) 교통의 발전은 지역간의 경계를 넘나드는 이동을 촉진하였으며, 지역간 이동의 시작과 끝은 시외버스터미널에서 이루어지고 있음. 시외버스터미널은 단순한 운송수단을 보조하는 시설을 넘어 지역 문화를 알리고 전달하는 또 하나의 관문이 되고 있음. 최근 지방자치제 시행과 더불어 자신의 지역을 여행과 상호교환의 현대적인 공동체를 연결할 수 있는 매개 역할로써, 지역의 관문이자 상징으로써 기존의 터미널을 확장하거나 신축하고 있음
- 2) 농촌지역의 시외버스터미널의 경우 지역의 관문이자 지역민의 통행이 가장 많은 곳임에도 불구하고, 자가용 차량이 늘어나면서 시외버스 이용객은 해마다 줄어들고, 이로 인해 대부분 민간 사업자가 운영하는 시외버스터미널은 수익성 악화를 이유로 환경개선을 위한 시설투자를 거의 중단한 상태이며, 정부나 지자체의 경우, 민간사업부문(사유시설)이라는 이유로 소극적 대응하여 그 환경이 더욱 악화되고 있음
- 3) 공공시설의 성격이 강한 시설임에도 불구하고, 지자체의 적극적인 개입은 사유시설에 대한 과도한 지원이라는 주민의 오해와 편견을 불러 올 수도 있으며, 환경 개선을 위한 주민간의 공감대 형성을 위한 기초자료로 활용할 수 있음



나. 공공디자인컨설팅의 필요성

- 1) 쾌적한 이용 환경제공을 통한 Amenity 환경조성
 - 내·외부 공간구조, 안내매체 및 체계 및 기타 불편 요소를 개선함으로써 터미널 이용자에 대한 배려를 통한 편리한 이용 환경조성이 시급
 - 역주민들에게는 문화 휴식공간으로, 방문객들에게는 다시 찾고 싶은 공간으로 조성을 통한 터미널 활성화 유도

- 2) 안정적 운영수익 확보를 통한 Sustainable maintenance
 - 매표 수수료와 임대수입을 가지고는 지속적인 운영이 어려움
 - 매표 수수료와 임대수입 이외의 수익 방안을 마련하여, 단발적 시설개선 사업이 아닌 지속적인 유지 관리가 가능한 환경 조성이 필요
- 3) 철원의 이미지 Value upgrade를 통한 Urbanscape Renovation
 - 농촌 지역의 시외 버스터미널의 경우 지역의 관문이자 상징으로서의 기존의 버스터미널의 부정적 이미지를 상쇄, 터미널 이용자들에게 좋은 첫 인상을 심어주어 철원의 긍정적 이미지 획득 및 철원지역 정체성 표출의 구체화

2. 국내·외 관련 공공디자인컨설팅의 현황

가. 순천시외버스 터미널

- 1) 2008년에 시외버스·고속버스 터미널이 통합되면서 현재의 자리로 이전
- 2) 순천시와 금호터미널 공동 수행
- 3) 화장실 개보수, 주차장 설치, 주민 쉼터 조성
- 4) 이용객에 대한 설문 조사를 실시, 주민의견을 최대한 반영, 터미널 입구 교차로 개선 사업, 전선 지중화 및 도로 확장 공사, 터미널 주변 옥외광고물 정비사업과 동시 시행
- 5) 터미널광장에 관광안내센터를 설치하여 도시 관광의 인프라 구축



나. 전주덕진 정류소

옛 전라선 덕진역 자리에 위치한 덕진 정류소는 시외버스 간이터미널과 주차장 등으로 쓰이고 있던 전주 덕진광장에 소공원과 같이 조성



다. 홍천 시외버스 터미널

- 1) 홍천군과 (주)금강고속이 공동 수행, 총 사업비 3억4천만원 중 홍천군 1억3천5백만원, (주)금강고속이 2억5백만원 부담
- 2) 터미널내 각종 시설물 개·보수, 이중 출입문 및 냉·난방기 설치 버스 승·하차장 일제 정비, 홍천군 홍보물품 개첨을 위한 시설 설치

라. 횡성 시외버스터미널

- 1) 경영난으로 폐쇄된 지 13개월여만인 2009년 11월 재 개장, 횡성군은 지난해 10월 26일 시외버스터미널이 폐쇄된 이후 임시 승강장을 이용하는 승객들의 불편이 가중되자 최근 소유주와 협의해 시외버스터미널을 재개장
- 2) 횡성군은 이를 위해 1천 500여만원을 들여 대합실과 화장실 등 노후시설에 대한 교체 및 정비

3. 공공디자인컨설팅시 예상되는 기술적·경제적 파급효과

가. 파급효과

- 1) 시외버스 터미널의 현황 및 문제점을 진단하고, 버스터미널 활성화를 위한 효율적 시설 확충정비 방안 제시
- 2) 아울러 시설확충에 소요 되는 재원의 확보방안 강구

나. 기대효과

- 1) 철원지역 터미널 공공디자인 기반 구축 지원 및 유도
- 2) 개성있는 철원지역 터미널 환경 조성
- 3) 지속 가능한 터미널 운영 환경을 구축

4. 공공디자인컨설팅의 목표

- 개선 전략 수립과 이용객 편의증진 및 지역이미지 개선
- 환경디자인 개선을 통한 지역 민간사업자의 운영수익 증가
- 녹색성장 정부정책 기준에 발맞춘 대중교통 활성화 유도
- 대중교통 이용 주민의 쾌적한 이용 환경 제공
- 외부 방문객의 철원지역에 대한 좋은 이미지 제공

낙후된 모습에서 벗어나 정겹고 편리한 지역관문으로 재탄생

드라마틱 철원, 철원다운 이미지 각인

각 터미널별 개성있는 공간 창출

지속 가능한, 사용자 중심 디자인 구축

통일 한국의 중심도시에 맞는 품격 있고 세련된 도시경관 연출
천년의 꿈! 미래의 약속 鐵原

5. 공공디자인컨설팅 내용 및 범위

가. 공공디자인컨설팅 내용

- 1) 철원지역 시외버스터미널(3개소) 실내외 공간과 시설물의 현황분석 및 과제도출
- 2) 지역의 정체성과 여건을 반영한 디자인 방향 정립
- 3) 소재, 조형, 컬러 등 디자인 개발요소 도출
- 4) 소요예산, 추진방안 등 세부 추진전략 제시

나. 공공디자인컨설팅 범위

- 1) 공간
 - (가) 신철원, 동성, 와수 시외버스터미널 : 3개소
 - (나) 사업 진행 상황 고려 및 협조가 원활하게 진행되는 터미널을 파악, 신철원, 동성, 와수터미널에 대한 디자인 개발 시행 우선순위 선정
- 2) 터미널 컨설팅의 구체적 실행 전략 수립
 - 예산확보 방안의 구체적 방법론 제시
- 3) 터미널 컨설팅 당사자간 협의회 구성을 통한 현황진단 및 터미널 개선의지 파악
- 4) 시외버스터미널 실내외 공간 현황 조사·분석을 통한 디자인 개선방향도출
 - (가) 공간구조, 안내매체 및 체계 등
 - (나) 노후시설 디자인 개선 방향 및 시설물 디자인 개발 시행 순위 설정
- 5) 지역 정체성과 여건에 대한 조사·분석 및 적용 전략 제시
- 6) 터미널과 주변 환경개선을 위한 도시 환경디자인 방향 정립
- 7) 디자인 세부 전략수립
 - 추진체계, 체계간 역할, 사업비, 소요시간, 지속적인 유지관리 전략

6. 공공디자인컨설팅 최종결과

가. 공공디자인컨설팅 추진실적

1) 컨설팅 기본계획

기본전략	(1) 냉·난방을 위한 시설 설치, 화장실, 자동차 매연 차단을 통한 대합실 쾌적한 대합실 공기 질 확보 (2) UD(Universal Design) 개념을 적용한 포용력 높은 디자인 (3) 승하차 구역의 명확한 구분과 차량동선과 보행자동선의 명확한 구분을 통한 안전지향 디자인
터미널공간	- 제한된 공간의 효율적 사용을 위해 시설물 설치 최소화 - 이용률이 낮은 시설물에 대한 정리를 통한 공간 확보 - 신체적, 심리적 장애 제거를 통한 보편성, 접근성 강화 - 공적 시설물 설치를 통한 사유시설에 대한 과도한 지원이라는 주민의 오해와 편견 불식 - 지역주민들에게는 쾌적한 생활공간으로, 방문객들에게는 철원의 관문으로 철원군을 느낄 수 있는 공간으로 디자인
터미널주변	- 신철원, 동송, 와수터미널 통합적 시각매체 개발 - 주변 옥외광고물 정비
보행자 안전	- 보행자 안전을 위한 차량 및 보행자 동선의 분리 - 터미널 앞 진출입구 안전지대 설치

2) 디자인 개선 전략 및 방법

휴게공간	- 안내소 설치를 통한 이용객 안내 서비스 제공 - 개방형 매표소 설치, 자유로운 소통의 이미지 부여 및 자연감시 기능 강화 - 이중문이나 덧문을 계획, 설치하여 겨울철 난방 및 외부 공기 차단 - 개방감을 줄 수 있도록 통유리 사용 및 충분한 실내 조도 유지 - 관련 없는 화려한 문양 및 색상의 재료 미사용 - 휠체어 램프의 규격 및 길이를 충분히 주어 접근성이 용이 하도록 추진
위생공간	- 화장실은 기능적인 시설로 시설자체가 부각되지 않도록 함 - 화장실 위치는 쉽게 발견되고 쉽게 드나들 수 있도록 함 - 여객자동차 터미널 구조 및 설비기준에 관한 규칙 준수 - 대변소는 단위정류장소 2개에 대하여 1개 이상의 비율에 따라 도자기제 대변기를 설치(남자용 1개에 대하여 여자용 2개의 비율로 적용) - 최근에는 남자용 소/대변기 합 1개에 대하여 여자용 변기 2개 비율로 설치하도록 권장 - 기존 벽, 구조물을 최대한 사용하여 최소한의 비용으로 화장실 환경을 개선

시각매체	- 일관성 없는 터미널 내·외 안내매체 및 체계를 공중의 시각을 중심으로 정보 전달 효과의 최적화 - 정보의 제공과 이용은 이용자 중심으로 쉽고 효율적이어야 함 - 장식성 보다는 기능성 위주로 우선으로 디자인하고, 정보 체계의 정립과 일관성있고 질서있는 디자인을 통해 시각매체의 가독성 향상 - 디자인의 안정성을 높이고, 누구나 쉽게 유지 보수 및 철거관리가 용이토록 디자인 (첨단 기술적 요소 디자인은 지양) - UD 적용을 통한 누구나 쉽게 사용할 수 있는 시각매체를 구현 - 획일적 디자인에서 벗어나, 지역의 정체성이 반영된 디자인을 통해 철원다움을 표현
승하차 공간	- 승차장, 하차장 공간과 차량 정류장을 명확하게 분리, 차도의 차선 부분에 차가 덮고 넘어갈 수 없도록 지면보다 높게 설치 - 정차유도 가이드를 설치하여 이용자의 안전성과 불편함이 없도록 하고 차량이 올바른 위치에 정차할 수 있도록 유도 - 승강장부터 정차 유도 가이드까지 터널식의 캐노피를 설치하여 쾌적한 사용 환경 조성
동선의 분리	- 보행자 안전을 위한 인도의 확장 및 추가 설치를 통한 차량동선과 보행자 동선을 분리 - 출입구 인도 확장, 휠체어 램프방향을 주차장에서 인도방향으로 변경, 램프의 경사도 없이 처리
터미널입구 주변디자인	- 터미널 사인과 주변 옥외 광고물의 컬러는 Light Gray, Beige 등 밝은 색 계열의 컬러사용과 입체 문자형으로 적용 - 옥외 광고물 정비 및 유리창 접촉식 광고물 제거 - 보행자 동선 확보를 위한 인도 확대 설치 및 볼라드 화단 설치를 통한 접근성 차단

3) 지속적 터미널 관리를 위한 운영수익 증대 방안

단기적	- 과거 버스운행이 증가하던 시기는 승차권발매 수수료와 부대시설 임대수입 등의 자체 수입만으로도 터미널 유지관리가 가능하였으나, 최근 들어서는 수요 감소 등으로 경영악화로 인해 시설의 노후화와 서비스의 질 저하가 심화돼 다시 버스이용 감소의 원인으로 작용하는 악순환 발생 - 터미널 운영 적자를 해소하기 위한 부대사업의 하나로 광고사업의 운영이 필요 - 인구 4만명의 군 단위에서 광고효과 미미, 광고주 발굴이 어려움에 따라 철원군청이 주요 광고주로 참여 필요(지역 홍보예산 지원 등) - 터미널 광고와 더불어 철원지역으로 들어오는 시외버스에 차량 지역 홍보 광고 의무화, 광고비중 일부를 터미널 개선 자금으로 분배
중장기적	- 장기적으로 면회객이나 관광객들을 상대로 호텔, 펜션 같은 부대시설 운영으로 시설 이용자에게 교통 편의와 다양한 서비스를 제공하고 버스 및 터미널 사업자에게는 수요증대를 통해 안정적인 경영기반을 구축 - 현재 터미널 부지를 공영 주차시설로 사용할 수 있도록 하여 주변 상업지역 및 자가용 이용자들의 환승 주차장으로 활용하고, 이용료를 터미널 관리에 사용함

4) 기타

터미널 브랜드개발	새로운 시대 감각에 맞는 브랜드 개발로 터미널 이미지를 구축하고 터미널의 이미지를 통일화시켜, 가치를 높여나가기 위해 터미널 브랜드를 개발
터미널 주변 안전지대 및 안내사인 설치	- 터미널 주변 교통사고의 위험과 원활한 교통 흐름을 위해 터미널 주변의 안전존을 설치하여 자동차의 운행속도를 제한하고 정차나 주차를 금지하는 공간을 지정 - 터미널의 인지도를 높여, 터미널의 접근성 극대화

5) 터미널 활성화 방안

활성화 체계강화	- 주변 상업시설과 연계 군 면회객, 관광객을 주변상권, 숙박 시설과 연계하여 교통 편의와 함께 제공 - 철원지역 문화와 연계 철원을 대표하는 문화와 연계한 정보센터의 역할	자립기반 조성	- 광고 유치를 통한 수익사업 - 부대시설 운영을 통한 수익사업 자판기 운영, 임대수입 등의 소극적 수익 사업에서 벗어나, 광고 유치 주변 상업시설과의 연계 등 종합 안내 공간으로의 전환이 필요
사용자 지향성 강화	- 기본에 충실한 디자인 기본 기능에 충실한 디자인, 인지도 편리성 - 정서적 안정성을 고려	공공성 강화	- 철원 홍보 및 정보 제공 철원을 소개하고, 철원의 정보를 공유하는 정보 나눔의 장으로 역할 확대 필요 - 주민 생활 편의시설 설치 주민 생활공간으로의 역할

나. 공공디자인컨설팅 결과의 성과

1) 기술적 성과

- (가) 버스교통이 경쟁력을 갖기 위해서는 버스이용자의 요구에 부응한 쾌적한 터미널 환경 조성 계획 제시
- (나) 국내외 사례 분석, 철원지역 시외버스 터미널의 현황 및 문제점을 진단하고, 버스터미널 활성화를 위한 효율적 시설 확충정비 방안 검토
- (다) 아울러, 시설확충에 소요되는 재원의 확보방안 강구

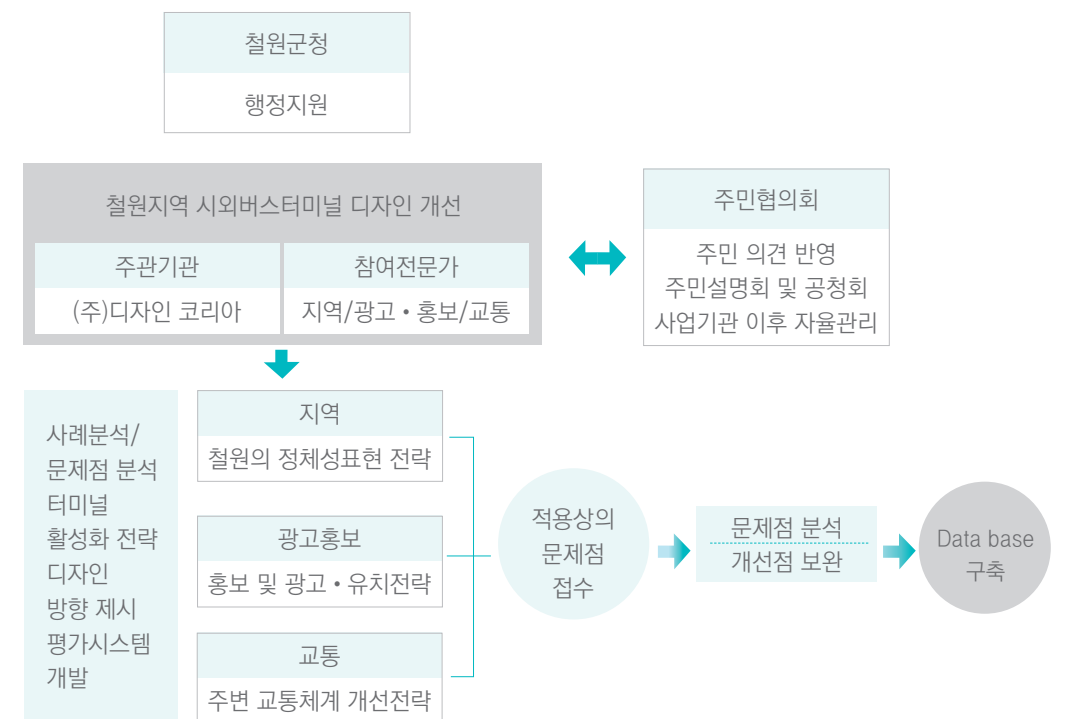
2) 경제적 성과

- (가) 터미널 간 일관된 아이덴티티 형성 및 이미지 정체성 확립
- (나) 국내 지역 터미널 개선 사업의 방향 제시
- (다) 대중교통 활성화를 통한 녹색 성장 환경 조성
- (라) 노후화된 터미널 운영 시스템을 발전적인 미래형 친환경 터미널로 구조를 변환시켜 외부 방문객의 철원에 대한 좋은 이미지 제공

7. 공공디자인컨설팅 추진 체계

가. 기관별 역할

- 1) 철원군청
 - (1) 행정 지원
 - (2) 주민면담 및 시외버스 터미널 개선 사업의 필요성 홍보
- 2) (주)디자인코리아
 - (1) 현황 조사와 사례분석
 - (2) 주민 설문조사 및 면담을 통한 문제점 분석
 - (3) 터미널 활성화 전략 및 터미널 디자인의 새로운 방향 제시
 - (4) 디자인 가이드라인 제시
- 3) 외부 전문위원
 - (1) 도로교통 자문을 통한 터미널 주변 교통체계 개선 방안
 - (2) 철원 홍보 및 광고 유치를 위한 홍보 방안
 - (3) 철원의 정체성 표현, 주변 역사, 문화 자원과 연결 네트워크 구축 방안
 - (4) 평가



나. 추진내역

1) 단기전략

㉠ 시설물의 노후화를 어떻게 탈피할 것인가?

- (1) 승차권 판매가 주를 이뤘던 과거의 모습에서 탈피하여, 시민 편의기능의 대폭 강화
- (2) 이용객에게 쾌적한 서비스를 제공함으로써 터미널 이용객의 편의도모

㉡ 신철원, 동송, 와수 터미널의 정체성을 통일화시키며, 차별화 요소를 어떻게 찾을 것인가?



2) 중기전략

㉠ 지속적 관리 시스템을 어떻게 구축 할 것인가?

- (1) 터미널 활성화에 도움이 될 수 있는 디자인을 계획하기 위하여 운영자의 의견을 적극 수렴·반영하여 모두가 만족할 수 있는 디자인으로 개발하며, 환경개선의 측면에서 터미널 활성화를 유도



3) 장기전략

㉠ 주변 공간과 어떻게 연계하여 지역 관문으로 상징화할 것인가 ?

- (1) 주변 환경 및 건축물의 형태와 재질, 색상을 고려하여 조화로운 디자인 개발
- (2) 터미널 뿐만 아니라 다른 공공시설물과 연계하여 통합적인 환경계획 측면으로 접근, 다양한 테마를 부여하여 지역 관문으로서 상징화



8. 시장현황 및 사업화전망

가. 시장현황

- 1) 지방 버스터미널의 경우 넓은 시설과 관리 시스템 부재로 지역의 흉물로 전락
- 2) 승차권의 10.5%를 수수료로 받는 터미널 민간사업자는 버스승객의 감소, 수익성 악화로 인한 시설투자 외면, 이용객 감소와 시설 투자 축소의 악순환
- 3) 1990년 전국 시외버스 이용객은 8억 8천여만 명, 2000년 3억여명, 2007년 2 억 3천9백만명으로 감소 (17년 만에 1/4수준으로 감소)
- 4) 최근 일부 자치단체들은 터미널 시설 개선에 직접 나서고 있음, 경남 창원시는 90여억 원의 예산을 들여 고속버스와 시외버스 통합터미널 신축, 이용객 27% 증가
- 5) 공공성이 강한 지방 터미널을 더 이상 상업논리에 맡겨서는 안 됨, 중앙 정부 및 광역지자체 차원의 재정적 지원을 통한 공영화 필요

나. 사업화 전망

	단기적	중기적	장기적
	도입기	성장기	정착기
주체	관, 전문가	관, 운영자, 전문가	운영자, 전문가
사업주도	철원군청 중심	군청/운영자커뮤니티 중심	운영자 커뮤니티 중심
중점사업	▶ 공공디자인 기반 구축 - 시설물/환경 개선 - 조례, 기본계획 수립 - 가이드라인 개발	▶ 민간시설 사업에 대한 통합 관리체계 구축 ▶ 지속가능한 운영 시스템 구축 - 운영자 대상으로 교육 - 참여형 커뮤니티 개발 및 시행 - 평가 및 관리 시스템 개발	▶ 민간시설 사업에 대한 통합 관리체계 구축 ▶ 철원 브랜드 제고 및 터미널 관리 시스템 활성화
기본목표	▶ 철원지역 터미널 공공디자인 기반 구축 지원 및 유도	▶ 개성 있는 철원지역 터미널 환경 조성 ▶ 지속 가능한 터미널 운영 환경 구축	▶ 경쟁력 있는 터미널 브랜드 형성을 통한 지역 이미지 정착

PUBLIC VISUAL COMMUNICATION DESIGN CONSULTING SERVICE

공공시각매체디자인컨설팅

- 3.1 인제군 CI, BI 디자인개선 사업 (인제군청, 2010)

3.1

인제군 CI, BI 디자인개선 사업

참여기관 인제군청 수행기관 (주)올커뮤니케이션

2010

사업개요

과 제 명	인제군 CI, BI 개선 사업
주관기관	한국디자인진흥원
참여기관	인제군청
수행기관	(주)올커뮤니케이션
총 개발기간	2010. 10. 1 ~ 2011. 3. 31
키 워 드	도시브랜드 컨설팅, 도시브랜드 아이덴티티 수립, 도시브랜드 개발 전략, 도시브랜드 매니지먼트, 통합 도시브랜드, 도시브랜드 운영전략
최종목표	1) 인제군 도시브랜드의 이미지 노후화 및 한계성 진단 2) 그에 대한 해결책으로써의 효과적인 도시브랜드 개선 전략 및 관리 운영방안 도출 3) 궁극적으로는 인제군의 도시 이미지 경쟁력 제고 및 경제활성화에 기여
개발내용 및 결과	1) 다각적 관점에서의 진단 및 분석을 통해 인제군 도시브랜드 컨설팅 이슈 및 방향성 도출 2) 인제군의 핵심 가치 탐색과 차별화 방향성 도출을 통해 인제군만의 브랜드 아이덴티티 수립 3) 도시브랜드의 효율적 운영과 체계적 통합을 위한 인제군 도시브랜드 개발 및 아키텍처 수립을 위한 전략 및 가이드라인 제시 4) 언어적, 시각적인 브랜드 개발 예시를 통해 컨설팅의 실효성제고 5) 인제군의 실정과 특성을 반영하여 브랜드 정착 및 실행, 관리가 효율적으로 이루어질 수 있도록 체계적이고 통합적인 방안 제시
기대효과	1) 차별화된 도시이미지 확립을 위한 브랜드 아이덴티티 수립 및 개발 2) 도시 이미지 통합 및 대내외 커뮤니케이션 효율성 증가 3) 효과적인 도시브랜드 운영의 기반 마련 4) 내부 고객들의 결속력 강화와 자부심 고취 및 공감대 형성 5) 인제군만의 고부가가치 창출 및 생산·고용 유발 효과 제고

1. 공공디자인컨설팅의 중요성 및 필요성

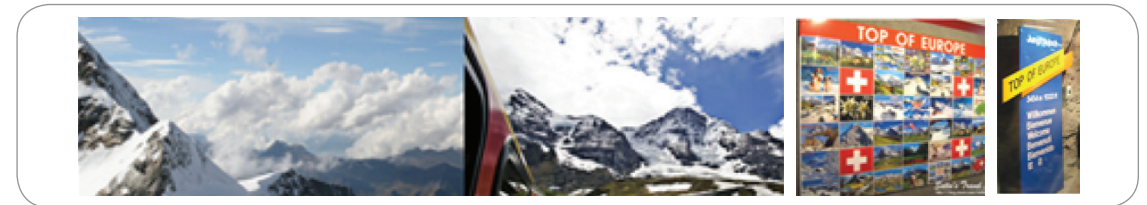
- 가. 세계화, 정보화의 영향으로 국가 간의 경계가 허물어지면서 경쟁의 단위가 국가에서 도시로 변화되었으며, 국가경쟁력의 시대에서 도시 경쟁력의 시대로 패러다임이 전환됨에 따라 세계의 많은 도시들은 도시경쟁력을 높이기 위해 도시마케팅에 집중하고 있음
- 나. 이러한 시대적 흐름에 더해, 우리나라에서도 도시정부들이 경쟁력을 갖추기 위해 도시마케팅전략을 적극적으로 수립하여 추진하고 있음
- 다. 도시마케팅의 실행수단이 바로 도시브랜드인데, 도시브랜드는 해당 도시로 기업 및 거주민을 유치하고, 관광객을 끌어들이고 지역상품의 가치를 높여 판매를 촉진하는 등 경제적 효과를 창출할 뿐만 아니라 도시 이미지를 향상시키는 등 자산으로서의 역할을 하며, 오늘날과 같이 도시들 간의 기능과 환경 등이 비슷하여 차별화가 점차 어려워지고 있는 상황에서 도시경쟁력을 견인하는 차별적 도시브랜드의 창출은 더욱 중요해지고 있음

2. 국내 · 외 관련 공공디자인컨설팅의 현황

- 가. 도시경쟁력이 국가경쟁력의 중요한 요소로 부각됨에 따라 많은 해외 도시들이 도시경쟁력을 높이기 위한 수단으로 도시 브랜드 형성 및 강화에 집중하고 있음
- 나. 가장 대표적인 해외 도시브랜드의 사례로는 뉴욕시와 융프라우를 들 수 있으며, 뉴욕은 도시브랜드의 패러다임을 바꾼 세계적인 성공사례로서, 도시브랜드에 'Love' 라는 감성언어를 '♥'라는 시각언어로 심플하면서도 강렬하게 표현하였다. 이 브랜드는 뉴욕시에 대한 기존의 부정적 이미지를 극복하는 계기가 되었으며, 'I♥NY' 은 대중문화의 일부이자 가장 성공적인 캠페인으로 평가되고 있음



- 다. 스위스의 융프라우는 지역이 가진 '실체'(해발 4,158m로 유럽에서 가장 높음) 그대로를 명료하게 전달하는 'Top of Europe'이라는 홍보슬로건을 적극적으로 활용함으로써 관광객(고객)들에게 보다 쉽고 효과적으로 지역 이미지를 각인시키고 있음



- 라. 우리나라에서도 1990년대 지방자치시대가 시작되면서, 도시경쟁력 확보를 위한 수단으로 도시브랜드 및 디자인을 도입하여 현재 국내 대다수의 도시들이 브랜드를 개발하여 활용하고 있음
- 마. 하지만 많은 지자체들이 단기적인 관점에서 명확한 전략 없이 도시 브랜드를 개발하거나, 개발된 도시브랜드를 적절하게 관리하지 못하여, 한 자치단체 안에 여러 개의 하위 브랜드들이 개별적으로 난립하는 경향을 보이고 있음
- 바. 따라서 최근 도시브랜드의 개발 그 자체보다 체계적인 관리 및 재정비가 보다 중요한 이슈로 대두되고 있음

- 전국 9개의 도(道)를 비롯한 기초 자치단체 약 253개 - 74개의 시(市), 88개의 구(道), 91개의 군(郡)
- 2010년 6월 까지 특허청에 등록된 지자체 보유 상표권 8,306건



3. 공공디자인컨설팅시 예상되는 기술적 · 경제적 파급효과

- 가. 차별화된 도시이미지를 확립하기 위한 브랜드 아이덴티티 수립 및 개발
- 나. 도시 이미지 통합 및 대내외 커뮤니케이션 효율성 증가
- 다. 효과적인 도시브랜드 운영의 기반 마련
- 라. 내부고객들의 결속력 강화 및 자부심 고취, 공감대 형성
- 마. 인제군만의 고부가가치 창출 및 생산 · 고용 유발 효과

4. 공공디자인컨설팅의 목표

가. 시대 변화로 인한 인제군 도시브랜드의 이미지 노후화 및 새로운 인제군의 도시 비전에 대응하여, 현재 도시브랜드의 한계성을 진단하고, 해결책을 제시하여 효과적인 도시브랜드 개선 및 관리 운영방안 도출

나. 궁극적으로는 본 건설팅을 통해 인제군의 도시브랜드를 활성화하여 도시 이미지 경쟁력을 제고하고 인제군의 경제 활성화에 기여

5. 공공디자인컨설팅 내용 및 범위

가. '4D Branding Process'를 활용하여 다음과 같은 프레임으로 진행



나. 특히, 본 컨설팅을 수행함에 있어서, 장기적인 관점에서 도시브랜드 자산을 구축하고, 인제군의 관점에서 효과적으로 도시브랜드를 운영할 수 있는 방법론을 제시하여 컨설팅의 실효성을 확보

6. 공공디자인컨설팅 최종결과

가. 연구개발 추진일정 : 2010년 10월~2011년 03월 (약 6개월)

[illegible][illegible]

나. 연구개발 추진 실적

2010. 09. 28	협업체 미팅
2010. 10. 11	1차 현장조사 및 실무미팅
2010. 10. 26	2차 현장조사 및 사업 협약 체결
2010. 10. 26	2차 현장조사 및 사업 협약 체결
2010. 11. 03	3차 현장조사 및 브랜드 관련 부서 인터뷰
2010. 11. 10	KIDP 워크숍
2010. 12. 09	KIDP 미팅
2010. 12. 28 ~ 01. 03	외부 이미지 조사
2011. 01. 13	중간 보고 협의
2011. 01. 17 ~ 01. 23	내부 이미지 조사
2011. 01. 18	KIDP 워크숍
2011. 02. 11	중간보고서 제출
2011. 03. 25	진행 과정 공유 및 협의
2010. 10. 01 ~ 03. 31	주간 전략회의
2010. 10. 01 ~ 03. 31	주간 전체회의
2011. 02. 18 ~ 03. 31	월간 전문가 자문회의

다. 공공디자인컨설팅 추진내용

- 1) 현황 조사 및 도시브랜드 진단
 - 가) 컨설팅을 진행하기에 앞서 일반현황, 이미지, 도시브랜드 조사를 통해 본 컨설팅에 대한 관점을 정교화하고 컨설팅의 이슈와 방향성을 탐색
 - 나) 인제군의 실체를 파악하고 도시브랜드 비전을 탐색하기 위하여 인제군 일반현황에 대한 조사를 진행하였고, 도시브랜드 컨셉과 목표 이미지를 탐색하기 위하여 인제군에 대한 내·외부 이미지 조사를 실시
 - 다) 또한 본 컨설팅의 핵심인 인제군 도시브랜드에 대한 전문적인 분석 및 진단을 통하여 인제군 도시브랜드의 개선 방향과 개발 전략을 탐색
 - (1) 일반 현황 및 관련 계획 검토
 - ① 한반도 중앙에 위치한 인제군은 설악산, 방태산, 소양호, 내린천 등 약 90%가 산과 강으로 이루어진 청정 지역이다. 국내 최대의 황태 생산지이며, 우수한 목공예 기술로 유명하며, 만해축전, 박인환 문화제, 인제 빙어축제 등 다양한 문화적 자산을 지니고 있음
 - ② 인제군은 '2020 인제비전'으로 '모험과 낭만이 가득한 종합 관광휴양레저도시'를 설정하고 있으며, 이러한 도시 비전을 달성하기 위해 '하늘내린 천혜의 인제 만들기'라는 목표 하에 다양한 경관 관리 계획을 준비

- ③ 인제군의 일반현황 조사 결과, 인제군 도시브랜드 개선의 주요 이슈로서 '청정 자연을 토대로 한 종합관광 휴양레저 도시로서의 도시브랜드 이미지 확립'을 도출

(2) 이미지 조사 및 분석

- ① 내·외부 인지도 및 브랜드에 대한 평가를 통해 현재의 인제군 이미지와 브랜드 자산을 진단하고 그 결과물을 인제군 브랜드 리뉴얼 및 개발 전략 도출의 기초 자료로 활용

인제군 브랜드 인지도	- 인제군의 인지도는 전체 약 81% (서울77% + 강원95%) 정도로 매우 높은 인지도 - CI/BI/캐릭터에 대한 인지도는 10%~15%로 나타나 높지 않은 수준
인제군 대표자산	- 외부인들의 인제군 방문 경험 : 설악산/대청봉 > 빙어축제 > 내린천(래프팅) - 내부인들이 인식하는 인제군 핵심자산 : 내린천(래프팅) > 설악산/대청봉 > 백담사/만해마을
인제군 이미지	- 내외부 모두 '자연 명승/풍경 > 휴식/휴양 도시'로 인제군을 느끼고 있으나, 군정책 및 비전을 이해하고 있는 내부인들은 '레저스포츠도시'에 대해서도 높게 평가 - 내부인들이 이해하고 있는 인제군의 현재 이미지와 미래(기대)이미지를 비교해 볼 때, '휴식/휴양 도시'에 대한 기대가 높아짐
도시브랜드 평가 (CI / 캐릭터)	내외부 모두 CI의 '자연친화적'항목과 캐릭터의 '친근감' 항목에 대해 높은 평가 전반적으로 긍정적인 평가 결과
브랜드 개발 시 고려할 인제군의 표현 이미지 및 정체성	- 인제군 브랜드 개발 시 고려해야할 표현이미지 (외부인) : 자연친화적 > 자연스러운 > 깨끗한 - 인제군의 미래상 (내부인) : 자연/풍경 관광도시 > 레저스포츠도시 > 휴식/휴양도시 - 브랜드 개발 시 우선적으로 고려해야 할 도시 이미지 : 자연/풍경, 레저스포츠, 휴식/휴양 등
도시브랜드 평가 - BI(하늘내린)	- 내·외부 공통적으로 '자연친화적임'과 '이미지 적합성' 측면에서 높이 평가 - 내부인 대비 외부인이 더욱 자연친화적으로 인식 '하늘내린'이라는 언어적 요소에서는 전반적으로 높이 평가, 시각적 요소에 대해서는 상대적으로 낮게 평가. 특히 기억 용이성과 호소력에 대한 평가도 낮은 수준

1) 외부조사 : 서울, 강원(80:20) 거주자 3,000명 대상 / 온라인을 통한 정량 조사
내부조사 : 인제군 공무원 251명 대상 / 설문지 배포를 통한 정량 조사

- ② 내·외부 이미지 조사 분석 결과, 인제군의 대표 이미지는 '자연과 휴식'으로 이러한 청정자연의 이미지 자산은 강원 내에서도 경쟁력을 지니는 것으로 나타나 차별화된 요소로서 활용이 가능하다고 분석
- ③ 내·외부 조사 참여자의 대부분이 CI/BI/캐릭터에 대하여 BI 시각이미지를 제외한 대부분의 항목에서 긍정적으로 평가
- ④ 특히 인제군의 대표 이미지와 부합하는 '자연친화적임' 항목에서 높은 평가가 나타남에 따라 무조건적인 신규 개발 보다는 긍정적 자산요소의 강화를 통한 도시브랜드 재정비가 필요하다는 컨설팅의 방향을 도출

(3) 브랜드 현황 조사 및 분석

- ① 인제군의 도시브랜드 현황에 대한 조사 및 진단은 도시브랜드 요소 및 아키텍처 현황, 도시브랜드 적용 현황, 관리 및 커뮤니케이션 현황의 측면에서 체계적으로 진행

㉞ 도시브랜드 요소 및 아키텍처 현황

CI인제군BI 및 보조 상징요소공동브랜드캐릭터관광브랜드하위브랜드행정/서비스농특산물관광(축제, 레포츠, 자연관광 등)

CI	인제군		
			
BI 및 보조 상징요소	공동브랜드	캐릭터	관광브랜드
			
하위브랜드	행정/서비스	농특산물	관광(축제, 레포츠, 자연관광 등)
			

- ② 인제군은 군을 상징하는 CI, 농특산물 공동브랜드 BI, 수달이 캐릭터, 관광브랜드 등 다양한 브랜드 요소를 개발하여 사용하고 있으나, 각 도시브랜드 요소들의 역할과 관계가 정립되어 있지 않아 고유의 기능을 상실하고 있을 뿐만 아니라 하위브랜드로 확장됨에 있어서 일관성 없이 임의 전개

- ③ 또한 각 도시브랜드 요소들이 상이한 컨셉으로 개발되어 일관된 브랜드 이미지 형성에 실패하고 있고, 마스터브랜드의 소극적인 역할과 타 도시와 유사한 이미지로 인해 브랜드 리더십이 부재한 상황임

㉞ 도시브랜드 적용 현황

인제군 CI 적용 현황	• 적극적으로 활용되고 있으나 삽입 위주의 활용 및 부적절한 요소와의 혼용 등으로 매력적인 이미지 전달에 한계
캐릭터 적용 현황	• 타 브랜드 요소와의 오용 조합 및 남용 등으로 인해 이미지 강화 실패
농특산물 공동브랜드 BI 적용 현황 _ 농특산물	• 제품에 단순 부착되는 등 상품과의 조화 부재 • 미흡한 품질관리로 인해 인증마크로서의 기능 상실
농특산물 공동브랜드 BI 적용 현황 _ 농특산물 외	• 무분별한 사용으로 브랜드의 역할 모호 • 도시브랜드 및 관광브랜드로 활용되어 소비자 혼란 야기

- ④ 현재 인제군에는 CI, BI(농특산물 브랜드), 캐릭터, 관광브랜드 등 여러 브랜드 요소들이 존재하나, 각 도시 브랜드 요소의 남용, 오용, 부적절한 요소와의 혼용 등으로 인해 체계적인 도시이미지 자산을 구축하지 못하고 있음, 즉, 각 도시브랜드가 제 역할을 수행하고 자산으로서의 가치를 축적하기 위한 도시브랜드 활용에 대한 기준 및 체계가 부재한 상황임

㉞ 인제군 도시브랜드 관리 현황

- 인제군의 도시브랜드는 적용, 활용상의 일관성 및 체계가 정립되어 있지 않으며, 총괄관리부서의 부재로 활용 지침 및 데이터 공유에 대한 인식이 부족한 상황임
- 또한 농특산물 공동브랜드 '하늘내린'의 경우, 브랜드 승인, 관리 감독 시스템이 마련되어 있지 않아 공동브랜드로서 신뢰성을 구축하지 못하고 있어 현재 유명무실하게 운영 중임
- 따라서 브랜드 인증·관리·감독 시스템이 필요한 상황임

㉞ 인제군 도시브랜드 커뮤니케이션 현황

- 인제군의 커뮤니케이션 환경은 한정된 예산(광고홍보예산-연간 4억 3천만원) 및 매체를 통해 운영되어 다양한 도시브랜드 요소들의 자산이 효과적으로 구축되지 못함
- 이러한 군 환경을 고려한 효율적인 브랜드 리뉴얼 전략 및 마케팅 접근이 요구됨
- 또한 인제군의 도시 홍보는 도시브랜드 관점이 아닌 발생 이슈에 따라 진행됨
- 따라서 도시브랜드 자산 구축을 위한 브랜드 커뮤니케이션 및 운영 전략이 필요

④ 인제군 도시브랜드 현황 종합 분석

- 인제군의 도시브랜드를 진단한 결과, 현재 인제군 도시브랜드를 재정비함에 있어서의 주요한 이슈는 전략적 도시브랜드의 체계를 갖추는 것과 통합 도시브랜드를 통해 강력한 브랜드 자산을 창출 수 있도록 효율적인 브랜드 운영의 토대를 마련하는 것임

(4) 조사 분석 종합

- ① 인제군의 일반 현황, 이미지, 브랜드 현황 조사 분석 결과 도출된 컨설팅의 핵심 이슈 및 방향성은 인제군의 실체, 비전을 담을 수 있도록, 인제군 도시브랜드의 효과적 개선 및 통합 도시브랜드 체계, 관리방안 구축을 위한 전략 및 가이드라인을 도출

2) 도시브랜드 아이덴티티 설정

가) 인제군의 도시브랜드 아이덴티티 설정

- (1) 실행가능하며 경쟁력 있는 인제군의 도시이미지를 창출하기 위해서는 인제군의 핵심 가치를 탐색하고, 그러한 핵심가치를 토대로 경쟁도시와 차별적으로 인식될 수 있는 브랜드 아이덴티티를 설정

① 핵심 가치 탐색

- ㉔ 인제군의 핵심 가치는 인제군의 본질적 가치와 미래 가치 그리고 고객의 기대가치라는 세 가지 관점에서 탐색

인재 본질가치	현재 인재의 핵심 자산은 지리적 환경에서 비롯되어 점진적으로 확장, 발전되고 있는 자연의 혜택임 - 수려한 산과 맑은 물, 태곳적 자연의 순수함과 넉넉함이 있는 청정무구하고 풍요로운 무릉도원, 인재
인재 미래가치	인제군은 모험 · 레포츠 관광휴양도시라는 비전을 설정 비전의 달성을 위해 다양한 사업을 계획 준비 및 수행 중 - 짜릿한 모험과 즐거운 체험, 여유와 낭만, 기대와 설렘이 있는 도시, 인재
고객 기대가치	이미지 조사 분석 결과 인제군의 내 · 외부 고객들이 기대하는 가치 요소는 우월한 자연환경에서 비롯되는 깨끗한 이미지 및 정서적 혜택 - 자연과 사람, 비움과 채움, 즐거움과 평온이 공존하는 소박하지만 감동을 주는 산촌마을, 인재

② 차별화 방향성

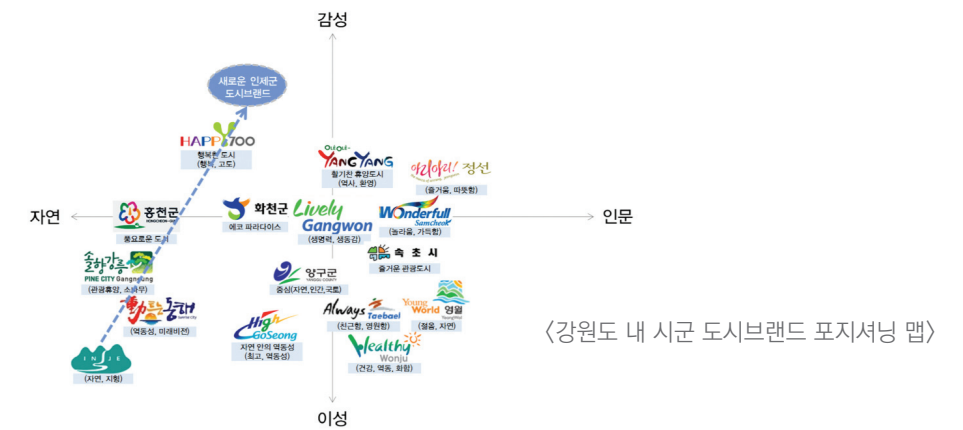
- ㉔ 도시 경쟁력을 갖추기 위해서는 인제군과 유사한 자산을 가진 인접 시·군과 차별되는 경쟁력 있는 아이덴티티를 설정

- ④ 인제군과 인제군 인접 경쟁 도시들의 자원과 도시비전, 지향 이미지와 도시브랜드 등을 살펴본 결과, 강원도 내 인접 경쟁 도시들이 가진 유형화된 자산들은 유사한 편임

- ㉔ 하지만 앞서 이미지 조사 결과에서 나타난 바와 같이, 내부 조사참여자인만 아니라 강원 지역 거주자들도 인제군의 청정 자연 환경에 대해 높이 평가하고 있어 '청정자연'이 인접 경쟁도시와의 차별화 요소로서의 가능성을 지님

- ㉔ 따라서 인제군이 도시경쟁력을 갖추기 위해서는 현재 인제군의 브랜드 포지션을 인접 경쟁도시들과 차별될 수 있는 방향으로 재조정하여 이미지를 선점

- ④ ‘종합 관광휴양레저도시’로서의 인제군 도시비전을 달성하고 고객 지향적 관점에서 도시이미지를 구축하기 위해 자연과 자연을 활용한 인문적 자산들을 포괄하여 자산화하고 그를 통해 고객들이 느낄 수 있는 가치를 감성적으로 메시지화
〈강원도 내 시군 도시브랜드 포지셔닝 맵〉 도시브랜드 정체성 개발 방법론 연구, 2007 중 ‘경기도 31개 시 군 슬로건 포지셔닝 맵’ 활용



- ㉔ 또한 '천혜의 자연'으로 국한된 현재의 이미지를 '천혜의 자연 속에서 느끼는 가치'의 정서적 측면으로 까지 정교화 및 확대하여 도시브랜드의 외연을 확장하여야 하며, 실제적 연상뿐만 아니라 정서적 연상까지 확보함으로써 도시브랜드를 적용하고 활용할 수 있는 범위가 확대되며, 그를 통해 강력한 도시브랜드 자산을 형성

③ 인제군의 브랜드 아이덴티티 도출

The diagram illustrates the relationship between three key brand concepts: Core Value, Differentiation Direction, and Brand Identity. It features a central text block and a table of core values.

핵심가치	인제의 본질적 가치	청정무구하고 아낌없는 무릉도원
	인제의 미래 가치	기대와 설렘이 있는 도시
	고객의 기대 가치	소박하지만 감동을 주는 산촌마을

‘천혜의 자연’이라는 객관적인 실체를 기반으로 하되 그러한 실체를 통해서 고객이 느끼는 가치를 고객 지향적 관점에서 감성적으로 전달하고 브랜드의 외연을 확장하여 강력한 도시브랜드 구축을 가능하게 하는 브랜드 아이덴티티 설정

브랜드 아이덴티티

하늘 아래 가장 맑고 청정한, 대자연의 선물
The Gift from Nature, INJE

2010 인제군 CI, BI 디자인개선 사업

참여기관 인제군청 수행기관 ㈜윌커뮤니케이션

3) 도시브랜드 개발전략

1) 도시브랜드 개발 전략

(1) 앞서 인제군 도시브랜드에 대한 다각적 측면에서의 진단을 통해 인제군의 도시브랜드는 운영의 효율성을 고려하여 개선되어야 하며 체계를 갖춘 통합 브랜드를 구축해야한다는 전략적 방향성을 도출

(2) '운영의 효율성'과 '체계적 통합'이라는 전략적 방향성을 토대로 다음과 같은 이슈를 설정하고 그를 통해 인제군의 도시브랜드 개발 전략을 구체적으로 제시

① Issue 1 : 효율적인 관리를 위한 도시브랜드 운영 전략은 무엇인가?

② Issue 2 : 하위브랜드를 효과적으로 통합하기 위한 도시브랜드 아키텍처 전략은 무엇인가?

㉞ 도시브랜드 운영 전략 (Brand Management Strategy)

- 통합적이고 효율적인 브랜드 운영이 관건인 인제군의 대표브랜드는 일원화 된 브랜드로 전개하되 명확한 역할 규정 및 체계 확립을 통해 단점을 최소화하는 전략을 추천

㉟ 도시브랜드 아키텍처 전략 (Brand Architecture Strategy)

- 앞서 인제군 브랜드 진단에서 살펴본 바와 같이 현재 인제군의 다양한 브랜드들은 명확한 체계 및 역할 정의 없이 구축되어 있어 효율적인 운영 및 브랜드 자산 구축에 어려움을 겪고 있음

- 또한 아키텍처 상의 각 도시브랜드 요소들이 언어 및 시각적으로 상이한 컨셉으로 개발되어 일관된 브랜드 이미지를 형성하지 못하고 있음

- 따라서 향후 인제군 도시브랜드의 체계적인 통합을 달성하기 위해서는 대표브랜드와 하위브랜드 간의 유기적인 통합과 카테고리 특성 및 관리 · 통제 가능 정도를 고려한 역할 정립 등 브랜드 체계에 대한 전략적 재구축이 필요

- 인제군의 도시브랜드 아키텍처 전략의 방향성을 탐색하기 위해 기업 및 제품 브랜드에서 활용하는 브랜드 관계 스펙트럼의 개념을 활용

구분	단일브랜드 전략	공동브랜드 전략	보증브랜드 전략
내용	하나의 단일 브랜드로 모든 브랜드에 일괄 적용하는 전략	카테고리별 그룹핑하여 공동브랜드를 적용하는 전략	강력한 마스터브랜드로 하위 브랜드를 보증하는 전략

- 기업브랜드 보다 더욱 복잡하고 다양한 도시브랜드 구조 및 범위를 고려할 때, 대표 도시브랜드로서의 통합브랜드 관점에서 카테고리 및 하위 브랜드의 성격을 고려한 유연한 전략의 적용이 필요

- 인제군의 경우, 카테고리 그리고 하위브랜드의 성격 및 통제 가능 정도에 따라 전략의 적용대상을 살펴보았을 때, 크게 공공영역과 민간영역으로 분류하여 전략을 나누어 볼 수 있음

인제군 CI, BI 디자인개선 사업 2010

참여기관 인제군청 수행기관 ㈜윌커뮤니케이션

- 공공영역의 경우, 브랜드가 인제군의 상징적인 역할을 수행하는 영역으로, 이렇듯 군의 강한 영향력 하에 있거나 도시이미지와 연계성이 강한 브랜드 영역은 통합된 단일브랜드 전략이 브랜드의 유기적 통합 운영 및 자산 강화에 효과적임

- 민간영역의 경우, 군의 강제적인 브랜드 통제 및 관리 · 운영이 불가능한 영역으로 하위브랜드 상품이 경쟁력을 가지고 도시 이미지와의 유기적인 연계가 가능하도록 보증브랜드 전략을 채택하는 것이 효율적임. 단, 농특산물의 경우, 도시브랜드와의 연계성을 유지하면서 군이 주도하여 추가적으로 브랜드를 개발하여 운용하는 공동브랜드 전략을 적용할 수도 있음

- 다시 말해, 통합 브랜딩 관점 하에서, 공공영역의 브랜드들은 도시브랜드를 유지하여 강력하게 통합 하되 민간영역의 브랜드들은 보증브랜드 체계로 운영하는 전략을 추천

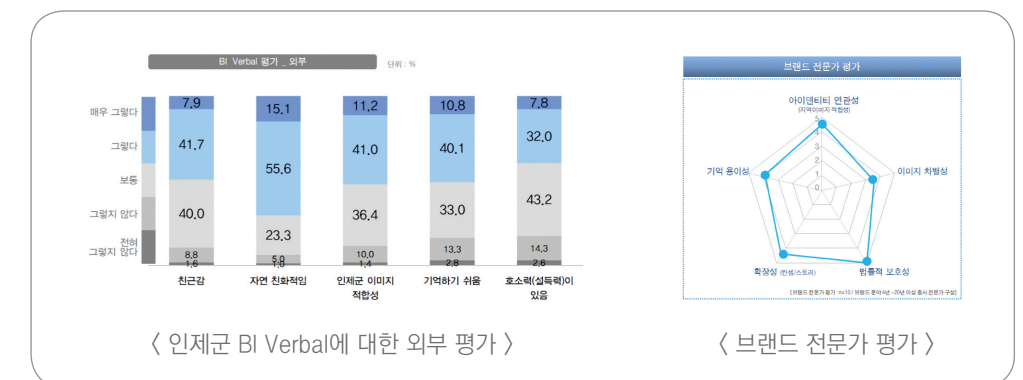
4) 도시브랜드 개발 및 예시

가) 도시브랜드 언어적 요소 개발

(1) 도시브랜드 명칭(Brand Name) 개발

① 인제군의 도시브랜드 명칭은 도시브랜드의 아이덴티티를 반영하고 고객 지향적 관점에서 개발되어야 하며, 도시의 과거와 현재, 미래를 연결하고 담아내어 장기적인 관점에서 지속가능해야 함

② 농특산물 공동브랜드 BI의 언어적 요소(하늘내린)가 인제군 도시이미지와 부합되면서 내 · 외부 이미지 평가에서 높은 인지도와 긍정적인 이미지 자산을 보유하고 있는 것으로 나타났음, 뿐만 아니라 다음과 같은 브랜드 전문가 평가 기준⁹⁾에서도 우수한 것으로 평가되었음



③ 브랜드 구축의 효율성과 도시브랜드의 역사성 및 지속가능성 확보를 고려하여 '하늘내린'이란 인제군의 긍정적인 브랜드 자산을 도시브랜드로 발전시키는 방안을 추천

(2) 통합 커뮤니케이션 슬로건 개발

① 인제군 홍보 매체에 활용되고 있는 커뮤니케이션 슬로건 및 문구를 분석한 결과, 목적에 따라 개별적으로 전개되고 있음

② 따라서 강력한 도시브랜드 구축을 위해서는 인제군의 아이덴티티 설정 방향과 연계하여 일관된 구조로 표현되고 하위로의 포괄적인 확장이 가능한 커뮤니케이션 슬로건 개발이 필요

2010 인제군 CI, BI 디자인개선 사업

참여기관 인제군청 수행기관 ㈜윌커뮤니케이션

- ③ 인제군의 커뮤니케이션 슬로건은 브랜드의 핵심을 간결하게 표현하되 인제군만의 차별적 가치를 표현해야 하며, 다양한 하위 분야로의 확장이 용이하고 고객 관점에서 친근하게 표현되어야 함
- ④ 이러한 개발 가이드라인을 고려하여 다음과 같은 슬로건 개발 구조 및 예시를 제안

도시브랜드 컨셉	자연의 선물 The Gift From The Nature			
도시브랜드 명칭	하늘내린 인제 Heavenly Gift			
커뮤니케이션슬로건	하늘아래 첫 마을 Village closer to the sky			
커뮤니케이션슬로건 하위 카테고리확장	자연풍경 관광	레저스포츠	농특산물	문화예술
	하늘아래 첫 번째 아름다움	하늘아래 첫 번째 짜릿함	하늘아래 첫 번째 신선함	하늘아래 첫 번째 감동

나) 도시브랜드 시각적 요소 개발

(1) 인제군 도시브랜드의 현재 디자인 검토

- ① 도시브랜드의 시각적 요소를 개발하기에 앞서 현재 도시브랜드 아이덴티티 요소들의 이미지 자산에 대해 재검토함으로써 긍정적인 이미지 자산을 유지 및 연계할 수 있도록 추진

CI	공동브랜드	캐릭터
		
- 전국 다수의 지자체 CI들과의 유사한 시각 이미지 시각적 - 아이덴티티가 자연환경이라는 1차 자산에 한정되어 재정립된 브랜드 아이덴티티를 포괄하지 못함	- 하늘내린이라는 언어 및 컨셉은 유지가 가능 - 직접적으로 상품을 표현하는 모티브에 관해서는 전면적 재검토 필요	- 인지도가 높으며, 인제군의 청정 이미지를 비교적 잘 대변 - 디자인 유사성에 대한 지적이 있어 부분적 수정 및 보완이 필요

- ② 현재 인제군 도시브랜드 각 요소들은 기본 디자인과 응용 디자인이 10년 전에 정립되어 디자인이 노후화됨
- ③ 또한 새롭게 정립된 도시 아이덴티티 체계와 확장된 도시브랜드 적용범위를 고려할 때 확장성 및 활용성이 미흡하여 시각적 요소의 수정,보완 및 디자인 시스템 재구축이 요구됨
- ④ 이러한 이슈들을 고려하여 현재의 CI와 농특산물 공동브랜드 BI는 도시브랜드로 통합하여 리뉴얼하고, 캐릭터의 경우 도시브랜드의 보조적 요소로 활용하는 방향으로 도시브랜드의 시각적 요소를 개발

인제군 CI, BI 디자인개선 사업 2010

참여기관 인제군청 수행기관 ㈜윌커뮤니케이션

(2) 도시브랜드 디자인 개발 방향 탐색

- ① 인제군의 도시브랜드 전략 및 기존의 브랜드 요소의 자산 등을 고려하여 도시브랜드의 시각적 정비 범위에 대한 기준을 마련하기 위해 브랜드 리뉴얼의 적극성 정도에 따라 브랜드 개선의 방향을 탐색
- ② 브랜드 리뉴얼은 변화의 정도에 따라 다음의 세 가지 수준으로 구분

← 소극적변화 → 적극적변화 →		
Modification	Renovation	New
기존 아이덴티티 요소의 적극적 연계를 통한 소극적 리뉴얼 방향	기존 브랜드 자산 요소의 모티브를 활용한 적극적 리뉴얼 방향	아이덴티티 재정립과 체제를 구축하는 전면 개편 개발 방향
브랜드 노후화를 예방하고 트렌드에 부응하는 등 브랜드 이미지를 유지 관리할 목적으로 수행	새로운 마케팅 환경 및 국제화에 대한 대응 등 브랜드 강화 목적으로 수행	이미지를 혁신적으로 개선하거나 브랜드 포트폴리오를 재정비하는 등 브랜드 리포지셔닝의 목적으로 수행
인제군 예시		
		

- ③ 앞으로 인제군의 도시브랜드는 인제군의 미래 비전을 반영하여 차별화된 핵심가치를 재정립 하고 그를 통해 경쟁력 있는 도시이미지를 구축해 나가야 함
- ④ 이러한 브랜드 강화 및 재정비의 목적을 달성하기 위해서는 기존의 브랜드 자산을 유지하되, 보다 새로운 시각 및 해석이 필요하다. 따라서 인제군 도시브랜드 시각 디자인의 적극적 리뉴얼 혹은 전면 개편을 추천
- (3) 통합 디자인 시스템 개발
- ① 현재 인제군의 도시브랜드 디자인은 디자인 시스템의 부재로 통합이 거의 이루어지지 않고 있음
- ② 따라서 강력하고 통합된 도시이미지를 효율적으로 구축하기 위해서 인제군은 앞으로 보다 적극적인 통합 디자인 시스템을 통해 명확한 도시 이미지를 효율적으로 구축
- ③ 앞서 도출된 도시브랜드 전략을 기초로 하여 행정/서비스 분야는 마스터브랜드로 통합하되, 그 외의 분야에서는 운영 현황 및 관리 체계를 고려한 보증마크화를 통해 하위브랜드의 아이덴티티를 존중하는 방식의 통합 디자인 시스템을 추천

- ④ 그러나 일정한 체계 없이 디자인 요소를 혼용하거나 무분별하게 부착하는 방안 보다는 위치 및 적용비율, 컬러, 보조그래픽 요소, 디자인 스타일 지정 등을 통하여 보다 적극적인 통합의 기준과 장치를 마련



〈브랜드 아키텍처에 적용된 통합디자인 시스템 예시〉

5) 도시브랜드 관리방안

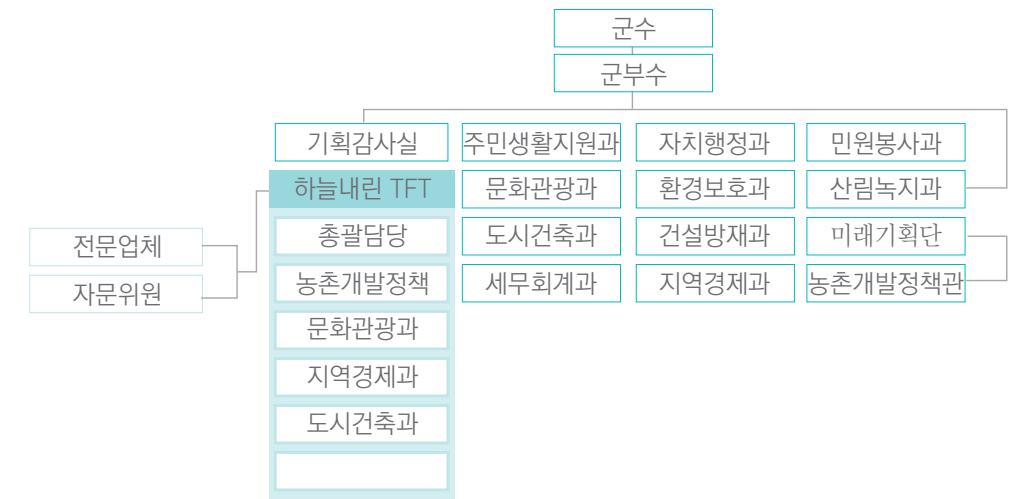
- 가) 기업이 기업 브랜드부터 개별 상품브랜드까지 체계적인 브랜드 관리를 수행하듯이, 지방자치단체는 도시브랜드가 도시 전체를 아우르는 보증 브랜드로서 가능하게 함과 동시에, 해당 자치단체가 기능 부서별로 생산해내는 하위브랜드들을 통합하여 브랜드를 관리할 필요가 있음

나) 효과적인 도시브랜드 관리를 위해서는 관리 조직, 교육, 사용 관리 시스템이 체계적으로 구축

(1) 인제군 도시브랜드 관리 조직 제안

- ① 실제로 중집중형, 소집중형, 긴급현안처리형 브랜드 조직 등 3가지로 요약할 수 있으며, 각 조직 형태의 장단점과 인제군의 상황과 계획 인구 3만 명의 소도시, 작은 규모의 행정조직, 한정적인 마케팅 투입 가능 자원, 농특산물과 문화관광에 한정되어 있는 현재의 브랜드 운용 현황, 종합 관광휴양도시로서의 비전을 고려한 브랜드 운영 범위 확장 가능성, 브랜드 운영의 기틀 마련이 필요한 현재 시점을 고려하였을 때, 인제군에 가장 적합한 형태는 유연하게 관리 조직을 운영하면서도 유관 조직 및 기관의 참여가 가능하고 실질적인 브랜드 관리 업무 운용이 가능한 긴급현안처리형 관리 조직임
- ② 하지만 본 사업의 전략에 따라 도시브랜드를 통합하여 강력한 이미지를 구축하고 각 하위브랜드에 대한 보증 브랜드로서의 역할을 수행하기 위해서는 관리 조직의 체계와 집중화된 의사결정구조가 필요하기에 긴급현안처리형 조직에 보완이 필요
- ③ 따라서 다음과 같은 관리 조직 형태를 제안함, TFT 형태의 조직이 기획감사실 산하에 편재하여 기획감사실 내에 브랜드 관리 총괄 책임자가 존재하는 형태임
- ④ 브랜드 관리계의 업무와 각 실과의 브랜드 실행 업무를 이원적으로 전담하되 브랜드 개발, 조사 등의 전문적인 업무는 전문업체와의 파트너십을 통해 수행하고, 브랜드 전략 등에 대해서는 자문위원을 구성하여 전문적 역량을 보완

- ⑤ 특히 자문위원의 경우는 운영의 효율성 및 효과성을 위해 현재 인제군에서 예정하고 있는 공공디자인 전문위원에 포함하여 구성



- ⑥ TFT 형태의 조직을 통해 인제군 도시브랜드 운영의 기틀을 마련한 이후에는, 장기적인 도시브랜드 운영을 위해 브랜드 운영 조직을 재정비

- ⑦ 재정비될 인제군의 브랜드 운영 조직은 총체적이고 안정적인 브랜드 관리 및 리더십 발휘가 가능하도록 구성하되 특히 직접 고객들에게 커뮤니케이션 되어 브랜드 자산 가치 형성에 중요한 영향을 미치는 브랜드 및 디자인 관련 담당의 별도 조직을 통해 인제군의 도시브랜드 가치를 축적, 성장시켜 나갈 수 있도록 함

(2) 인제군 도시브랜드 교육 방안

- ① 인제군 브랜드 관리 조직은 교육을 통해 도시브랜드에 대한 이해를 갖추고 그를 바탕으로 효과적인 관리를 수행해 나갈 수 있도록 함
- ② 교육이 효율적으로 진행되고 그 영향이 효과적으로 나타나도록 하기 위해서는 교육의 대상이 다음과 같이 인제군 브랜드 관리부서를 시작으로 하여 관련 기관, 주민의 단계로 순차적으로 진행이 되어야 하고 교육의 내용 또한 대상과 단계에 맞도록 확대되어야 함

단계	주체	대상	형식	내용
1	자문위원/기관	하늘내린TFT	교육	도시브랜드의 개념, 사례 등
	전문업체	하늘내린TFT	교육	인제군 브랜드 전략, 아이덴티티, 브랜드 관리 및 적용 원칙 등
	전문업체 & 자문위원	하늘내린TFT	워크숍	하늘내린TFT 주도, 전문업체와 자문위원은 자문 인제군 도시브랜드 이해 및 적용/커뮤니케이션아이디어 발상 및 전략 구상 토론, 관리 원칙 및 프로세스 도출
2	하늘내린TFT	군청 내 관련부서	교육	도시브랜드 효과 및 중요성, 브랜드 사용 원칙 및 가이드라인, 품질 관리 기준 등
	하늘내린TFT & 관련부서	군내 관련 기관 (영농조합, 상인회 등)	교육	도시브랜드 효과 및 중요성, 브랜드 사용 원칙 및 가이드라인, 품질 관리 기준 등
	군내 관련기관 & 하늘내린TFT	관련 군민 (생산자,경영자 등)	교육 워크숍	도시브랜드 효과 및 중요성, 브랜드 사용 원칙 및가이드라인, 품질 관리 기준 등
3	군청	전체 군민	보고	인제군 브랜드에 대한 이해, 브랜드 성과, 추후 계획 등

〈교육 가이드 라인〉

(3) 인제군 도시브랜드 사용 관리 방안

- ① 도시브랜드가 일관된 이미지를 구축하고 수많은 하위 도시브랜드들을 총괄하고 보증하는 역할을 효과적으로 수행하기 위해서는 브랜드의 사용부터 관리가 되어야 함
- ② 이러한 관리는 인제군의 도시브랜드가 무분별하게 사용되지 않도록 일정한 사용 승인 절차를 마련하는 것으로부터 시작되며, 이러한 사용 승인 절차는 조례로 제정함으로써 공식화하여야 함
- ③ 브랜드 사용 승인 절차는 다음과 같이 인제군청 내부에서 군공무원이 사용할 경우와 군청 외부에서 일반 군민 및 기타 조직이 사용할 경우로 구분
- ④ 내·외부 조직에 대한 도시브랜드 사용 승인 체계 구분을 통해 효과적이고 실효성있는 도시브랜드 사용 체계를 구축

(4) 커뮤니케이션 확산 방안

가) 인제를 매력적인 도시로 만들기 위해서는 적극적인 내·외부 커뮤니케이션을 통해, 개발된 인제군의 도시브랜드에 대한 강력한 인지도를 구축하고 설정된 브랜드 아이덴티티를 토대로 한 인제군만의 차별화된 이미지를 형성

나) 이러한 커뮤니케이션 목표를 달성하기 위해서는 인제군의 상황과 브랜드 전략에 적합한 커뮤니케이션 전략을 수립

(1) 첫째, 통합 마케팅 커뮤니케이션(IMC) 전략을 통해 인제군에 대한 일관된 메시지를 다양한 매체를 활용하여 전달함으로써 인제군에 대한 효과적인 인지도 제고 및 이미지 형성

(2) 둘째, 내부 타겟과 외부 타겟을 구분하여 다음과 같은 단계별 커뮤니케이션을 통해 체계적으로 브랜드 이미지를 구축

기간	~2012.12		~2014.12	~2015.12	
내부 단계	1단계	2단계	3단계		
내부 커뮤니케이션	브랜드 이해	관계 형성	애착증진		
		인지도 제고	이미지 형성	이미지 강화	외부 커뮤니케이션
		1단계	2단계	3단계	외부 단계

〈단계별 내외부 커뮤니케이션 전략〉

다) 셋째, 명확하고 강력한 도시이미지를 형성하기 위해서는 커뮤니케이션 메시지 컨셉과 개발된 도시브랜드 컨셉과 통일성을 지녀야 하며, 타겟과 매체에 따라 표현되는 메시지의 분위기(Tone)과 표현수법(Manner)은 달라질 수 있지만 커뮤니케이션 메시지의 핵심에 도시브랜드 아이덴티티가 담겨 있어야 함

7. 공공디자인컨설팅 추진 체계

가. 추진내역

단계	Phase 01 기획 및 자료조사	Phase 02 브랜드 진단 및 방향성 탐색	Phase 03 브랜드 개발 전략	Phase 04 브랜드 개발세부 전략 및 예시	Phase 05 활용, 관리 방안 및 실행계획 수립
내용	▶컨설팅 개요 공유 및 협의 ▶일반 현황 조사 ▶마케팅 환경 분석 ▶선행자료 연구 ▶국내외 사례 연구	▶도시브랜드 관련 현황조사 ▶도시브랜드 종합 진단 ▶내외부 이미지 조사 및 분석 ▶개발 방향성 도출	▶도시브랜드 아이덴티티 설정 ▶도시브랜드 개발 전략 수립	▶도시브랜드 명칭 개발 ▶커뮤니케이션 슬로건 개발 가이드라인 ▶기본 및 응용 디자인 개발 가이드라인 ▶하위브랜드 적용 가이드라인	▶커뮤니케이션 전략수립 ▶관리 조직 전략 수립 ▶단계별 실행 계획 ▶사업별 세부 계획 도출
보고	착수보고		중간 1차 협의	중간 2차 협의	중간 3차 협의
기간	~2010.1	~2010.12	~2011.01	~2011.02	~2011.03

8. 시장현황 및 사업화전망

본 공공디자인컨설팅의 주요 결과를 토대로, 현재 추진 중인 공공디자인 기본계획 사업과 통합 운영의 프레임 안에서 성공적 이고 효과적인 도시브랜드 실행이 이루어질 수 있도록 체계적이고 실질적인 단계별 실행 방안을 제언

단계	1단계 (~2011.03)	2단계 (2011.04~2012.12)	3단계 (2013.01~2013.12)
목적	개발 전략 수립	개발 및 적용	활용 및 확산
실행 사업	• 인제군 CI, BI 개선 컨설팅	• 인제군 도시브랜드 개발 • 인제군 브랜드 홍보 및 교육 가이드북 개발 및 제작 • 인제군 브랜드 매체별 적용 및 제작	• 인제군 도시브랜드 선포식 • 농특산물 공동브랜드 및 패키지 디자인 시스템 개발 • 인제군 축제브랜드 및 문화 상품 개발 • 인제군 브랜드 홍보물 개발 • 인제군 브랜드 상징물 개발 • 인제군 브랜드 홈페이지 구축
인프라 구축 사업		• 인제군 브랜드 관리 TFT 구성 • 인제군 도시브랜드 승인 · 관리체계 구축 • 도시브랜드 상표 출원 및 등록	• 인제군 도시브랜드 전문성 강화 교육 • 인제군 도시브랜드 활성화를 위한 세미나 및 전시 • 농특산물 공동브랜드 심사 · 관리체계 구축

PUBLIC DESIGN POLICY CONSULTING SERVICE

디자인정책컨설팅

- 4.1 광주하계유니버시아드대회 디자인추진전략 및 실행로드맵 구축
(광주U대회조직위원회, 2010)

4.1

광주하계유니버시아드대회 디자인추진전략 및 실행로드맵 구축

참여기관 광주U대회조직위원회 수행기관 ㈜인맥

2010

사업개요

과 제 명	2015광주하계유니버시아드대회 디자인 추진전략 및 실행로드맵 구축사업
주관기관	한국디자인진흥원
참여기관	2015광주하계유니버시아드대회조직위원회
수행기관	(주)인맥
총 개발기간	2010. 10. 1 ~ 2011. 3. 31
키 워 드	광주하계U대회, 통합적 디자인컨설팅, 실행로드맵
최종목표	1) 대회와 관련한 디자인 전반의 종합적인 전략에 따른 자료분석, 현황분석, 디자인방향설정, 액션플랜 및 실행로드맵 구축 2) 유니버시아드대회의 성공적 개최로 사회 구성원의 건강한 삶의 질 향상 및 지역공동체의 발전 도모 3) 일류 명품도시로 비상하는 광주의 발전과 국가경쟁력 강화 4) 실행목표 : 대회의 이미지 통합적 디자인, 지형학적 디자인, 업무 효율적 디자인, 마케팅적 디자인의 효율적 실행으로 디자인 활용전략을 극대화
개발내용 및 결과	1) 이미지 통합적 디자인 관리체계 제시 - 다양한 디자인 항목을 통합적으로 관리할 수 있는 조직과 평가항목의 마련으로 통합적 집행과 관리체계 구축 2) 국제적 도시의 디자인적 상징성 제고 - 전체 시민참여로 인한 시민의식의 선진화를 통하여 도시의 디자인 및 브랜드 가치를 높일 수 있는 계기 마련 3) 실행예산을 반영한 디자인 실행로드맵 구축 - 디자인 개발 액션플랜을 수립하여 효율적인 실행예산을 적용, 사업 집행 과정들의 안내를 명시한 실행로드맵 구축 4) 시각 및 공공디자인의 스포츠 마케팅 전략화 - 대회의 홍보와 프로모션 등 마케팅을 위한 효율적인 디자인 활용전략을 마련하여 경제적인 디자인 운영체제시스템 확립
기대효과	1) 실무중심의 디자인 업무실행 - 디자인 부문의 전문적인 실행방안과 더불어 구체적인 지침서 역할 2) 전담행정 디자인 협의체제 구성 - 「광주하계U대회조직위원회-광주광역시」등 상호 연결시스템 구성 3) 전문적인 디자인 관리운영- 계획 수립 및 실행에 있어 학식과 경험이 풍부한 전문가 관리운영 4) 디자인 예산의 효율적 활용- 실행부서와 실행일정에 따른 업무의 효율적인 예산 집행

1. 공공디자인컨설팅의 목표

- 가. 본 사업은 2015광주하계유니버시아드대회의 디자인 목표달성을 위한 컨설팅 사업으로서 대회와 관련한 디자인 전반의 종합적인 전략에 따른 액션플랜수립과 디자인 실행로드맵을 구축하여 더 나은 스포츠 환경과 스포츠를 통한 유니버시아드대회의 성공적 개최로 사회구성원의 건강한 삶을 회복하고, 지역공동체의 발전을 도모하여 일류 명품도시로 비상하는 광주의 발전과 국가경쟁력 강화에 기여하는 것을 목표로 하고 있음
- 나. 이에 따른 광주 U대회 디자인컨설팅의 구체적인 실행목표는 대회의 이미지 통합적 디자인, 지형학적 디자인, 업무 효율적 디자인, 마케팅적 디자인의 구체적 실행으로 디자인 활용전략을 극대화시키고자 하는데 있음
- 다. 결과적으로 광주하계유니버시아드대회를 사회·문화적인 다변화의 전환점에 다양성을 특징으로 하는 마케팅의 활용이 이루어질 수 있도록 디자인의 전략적 운영 방향성을 구체화하여 광주시의 높아진 위상을 토대로 대한민국 브랜드의 부가가치를 높일 수 있는 기회로 활용하는데 궁극적인 목표가 있음

2. 공공디자인컨설팅 내용 및 범위

가. 이미지 통합적 디자인 관리체계안 제시

- 1) 다양한 디자인 항목을 통합적으로 관리할 수 있는 조직과 평가항목의 마련으로 디자인 요소의 분산과 이미지 분산을 최소화하고 통합적 집행과 관리 추진
- 2) 또한 현재 조직위원회 엠블럼 및 마스코트 등이 개발되어 있지 않은 상황으로 아이덴티티 측면, 심미적 측면에서의 통일된 디자인 전개가 절실히 요구되는 상황임

나. 국제적 도시의 디자인적 상징성 제고

- 1) 광주하계유니버시아드대회는 단순히 스포츠인의 축제가 아니라 전시민의 축제로서 광주를 국제적인 도시로 부상시킬 수 있는 공공적인 성격을 가지고 있음
- 2) 전체 시민의 참여로 인한 시민 의식의 선진화를 통하여 궁극적으로 도시의 디자인 및 브랜드 가치를 높일 수 있는 컨설팅이 요구됨

다. 실행예산을 반영한 디자인 실행로드맵 구축

- 1) 향후 진행될 조직의 수행업무에 대하여 디자인과 관련한 업무의 미숙으로 인한 진행의 차질을 최소화하기 위하여 대회 디자인 전략 활동의 기본방향과 세부 수행의 가이드를 마련
- 2) 이를 위한 어플리케이션의 지침 등 디자인 개발 액션플랜을 수립하여 효율적인 실행예산을 반영한 사업 집행 과정들의 안내가 필요

라. 시각 및 공공디자인의 스포츠마케팅 전략화

- 1) 스포츠 행사의 특성상 대회의 홍보와 프로모션 등 마케팅은 대회의 성패를 결정짓는 중요한 부분이며, 그 중 시각 상징물 및 대회공공시설의 디자인은 홍보와 마케팅의 핵심도구임
- 2) 하지만 현재 대회를 위한 구체적인 디자인 실행 전략이 미비한 상황이며, 스포츠마케팅을 위한 경제적인 디자인 전략의 마련이 시급한 상황임

3. 공공디자인컨설팅 최종결과

가. 연구개발 추진일정

- 1) 프로젝트 기획 (2010. 10월)
 - (1) Project Start 미팅 : 2010. 10. 1
 - (2) 현장 진단 : 2010. 10. 5 ~ 10. 12
 - (3) 사업계획서 작성 : 2010. 10. 12 ~ 10. 18
 - (4) 협약체결 : 2010. 10. 16 ~ 10. 20
- 2) 조사분석 (2010. 11 ~ 12월)
 - (1) 현장방문 및 답사 : 2010. 11 ~ 12월
 - (2) 유니버시아드대회 조사 분석 : 2010. 11 ~ 12월
 - (3) 국내·외 유사대회 조사 분석 : 2010. 11 ~ 12월

- ▶ 디자인컨설팅 주관기관 사업보고회 : 2011. 11. 21
- ▶ 제1차 디자인컨설팅 사업보고회 : 2010. 11. 30
 - 디자인자문위원회 및 조직위원회 관계자 참석(수행업체 보고)

- 3) 전략수립 (2010. 12 ~ 2011. 2월)
 - (1) 기본 전략 도출 : 2010. 12. 18 ~ 2011. 1. 12
 - (2) 실무 협의 : 2011. 1. 12
 - (3) 로드맵 개발 : 2011. 1. 13 ~ 2. 28
 - (4) 세부전략 도출 : 2011. 1. 20 ~ 2. 28

- ▶ 디자인컨설팅 주관기관 중간보고회 : 2011. 1. 21
- ▶ 제2차 디자인컨설팅 사업보고회 : 2011. 1. 26
 - 디자인자문위원회 및 조직위원회 관계자 참석(수행업체 보고)

- 4) 추진전략 완성 및 결과보고서 개발 (2011. 3월)
 - (1) 수정보완 및 확정 : 2011. 3. 1 ~ 3. 17
 - (2) 결과보고서 기획 : 2011. 3. 10 ~ 3. 17
 - (3) 결과보고서 편집 및 검수 : 2011. 3. 17. ~ 3. 29
 - (4) 결과보고서 제작 완료 : 2011. 3. 31

- ▶ 제3차 디자인컨설팅 사업보고회 : 2011. 4. 20
 - 디자인자문위원회 및 조직위원회 관계자 참석(수행업체 보고)
- ▶ 디자인컨설팅 주관기관 최종보고회 : 2011. 4. 21

나. 연구개발 추진실적

- 본 디자인 컨설팅 사업은 2015광주하계유니버시아드대회 행사와 관련한 지역문화 정체성 표현의 요구를 기반으로 하는 디자인 추진전략 및 디자인 컨셉에 대한 도출 방법을 제시하고 그 결과를 기준으로 디자인 실행 로드맵을 구축하여 대회 준비 및 개최기간 동안 예산의 효율적인 적용과 체계적인 디자인 관리가 이루어지도록 컨설팅
- 또한 디자인 추진전략 및 실행로드맵 컨설팅 사업범위 외에 세부디자인 안(案) 등은 실제로 집행시 본 사업의 내용 기준을 토대로 해당 업무별로 안내하여 시행
- 따라서, 사업의 내용에 따른 디자인 컨설팅 Process는 조사 및 현황분석, 디자인 추진전략, 디자인 활용전략, 디자인 실행로드맵, 최종보고서의 5단계로 아래와 같이 진행



디자인 컨설팅 Process

(1) 조사분석

- 광주시와 유니버시아드대회의 기술정보의 조사와 현황에 대한 수집방안은 문헌정보, 인터넷정보, 설문 및 직접 조사를 통한 특징 조사와 분석, 국내·외 유사대회의 사례조사와 분석, 조직위원회의 실무진 실행계획에 대한 현황조사·면담·분석 후 광주하계유니버시아드대회 행사에 집중화된 로드맵 및 세부 실행계획을 구축
- 조사 및 현황분석의 결과는 광주하계유니버시아드대회 준비현황을 기준으로 이후 디자인 추진전략에 대한 구체적이고 세부적인 전략이 수립될 수 있도록 하여 기술 자료의 Database가 시각적인 메시지로 충분하게 정리되어야함
 - 광주하계유니버시아드대회 준비현황 및 공공디자인 현황 파악
 - 대구유니버시아드대회의 결과 분석 및 관련 스포츠이벤트의 비교 분석
 - 대회 조직위원회 구성 및 운영체계와 FISU의 관련된 자료 조사
 - 광주하계유니버시아드대회의 마스터플랜의 실행 및 예산 등 내용 분석

(2) 디자인 추진전략

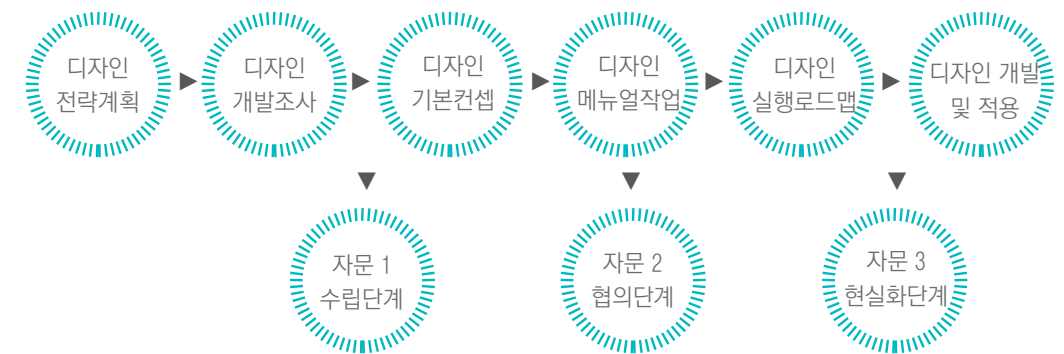
- 기존 관련 대회 디자인 전략 분석 및 국제경기대회 디자인 추진 전략사례와 더불어 광주U대회 전반의 디자인 전략 분석
- 광주광역시의 일반현황 및 광주광역시의 도시브랜드, 캐릭터, 슬로건 등 디자인요소와 광주광역시의 SWOT분석 및 공공디자인 조례 현황 파악
- 디자인 전략 도출을 위한 광주U대회 유치 이념과 색상, 패턴 등 기본이미지 적용에 따른 모티프 연계요소 정리
- 광주U대회 Theme, 슬로건, 대회주제 이념을 통한 대회 디자인 컨셉도출 전략방법과 절차도 제시

(3) 디자인 활용전략

- 이미지통합적 디자인(문화전략) : 기본시스템과 응용시스템을 적용한 대회 시각상징물, 대회 행사용품 및 기념품 등 디자인 항목의 발굴 및 제안
- 지형학적 디자인(환경전략) : 지형학적 특성을 기초로 한 공공디자인 전략의 실행으로 주요 교통 연계지역 가로시설물, 대회 관련 행사지역 가로 시설물, 관광 및 호텔 등 도심중심가 가로시설물에 대한 디자인 항목의 발굴 및 제안
- 업무효율적 디자인(품질전략) : 디자인 컨셉에 충실하고 양질의 디자인 결과물을 창조하기 위한 조직체계를 구성하여 조직위의 다양한 디자인 업무를 보다 효율적으로 수행하도록 업무 Process를 개발
- 마케팅적 디자인(경제전략) : 국내·외 세계적 빅이벤트(Big Event)마케팅, 네트워크 시스템을 이용한 IT & ON-Line 마케팅. 도시브랜드를 반영한 패키지아이템 (Package Item) 마케팅, 디자인 홍보 & OFF-Line 마케팅의 스포츠마케팅 전략으로 스포츠를 통한 마케팅의 활성화를 유도하여 경제적인 부가가치를 도모할 수 있도록 전개

(4) 디자인 실행로드맵

- 분야별로 디자인을 실행하기 위하여 대회 시각상징물 발주 항목, 대회행사용품 및 기념품 발주 항목, 환경장식 및 상징조형물 발주 항목, 홍보영상물 발주 항목 등으로 구분하여 과업명, 목적, 예산액, 과업범위, 수행기간, 개발방법, 과업 주요내용으로 정리하여 용역 발주를 시행토록 제시
- 디자인 실행로드맵을 「총괄디자인 기본계획 로드맵」과 「디자인 세부사업 로드맵」으로 구분하여 디자인전략, 개발 및 제작, 관리, 실행을 분야별, 단계별로 분류한 후 전반 적인 디자인 업무의 수행일정 및 주요 부서간의 연계를 통한 사업 집행의 효율성 제고



디자인 추진전략 단계 Process

(5) 성문화

- 최종보고서 작성 : 디자인컨설팅 내용 단계별 기획 및 편집 작업
- 최종보고서 제출 : 원고 교정 작업 완료 후 최종보고서 원고 제출

다. 공공디자인컨설팅 결과의 성과

1) 광주시 공공디자인 가이드라인 분석

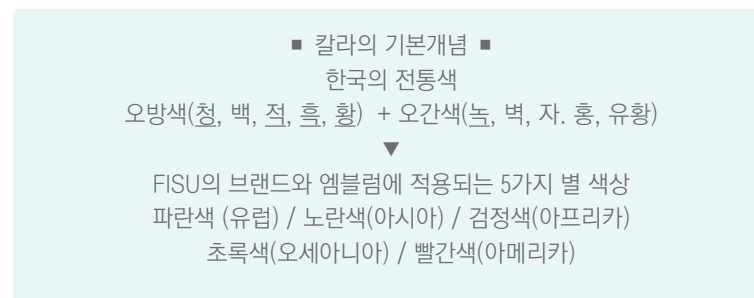
- (1) 대회를 위하여 일시적이고 비일상적 공간을 연출함에 있어서 대회에 활용될 공간 환경디자인과 관련하여 간과해서는 안 되는 중요한 부분은 광주광역시 공공디자인 조례의 가이드라인 분석 후 도심의 가로시설물, 상징조형물 등을 시공 및 설치해야 하는 것과 행사 이후에 도시의 환경디자인적인 요소로 정착하는 조형적 구조물들의 실용적인 활용과 내구성의 문제를 반드시 고려



광주광역시 공공디자인 기본계획서

2) 한국의 전통색 및 FISU 색상 분석

- (1) FISU의 전용 색상이 한국의 전통색인 오방색과 오간색의 기준에 부합하는 내용을 적용한 칼라의 이미지맵은 다음과 같음



3) 배경 기본이미지 및 패턴 분석

(1) 비단 느낌의 Gradation 바탕 이미지

- (가) 오방색과 오방간색(오간색)을 기본으로 비교적 고채도의 원색이나 보색대비 등 명도차가 큰 색상 조합으로 디자인하여 대회 이벤트의 분위기를 고조시키도록 유도하며, 한국의 전통문양 패턴을 기존 Corporate Color에 조합하여 이벤트의 각종 장치, 시스템 공간, 경기장 환경 등 Pattern Design에 Event Color Image를 통일



배경의 바탕 이미지 모티프

4) 광주U대회 모티프 적용방안 분석

- (1) 광주시와 FISU의 이미지를 부여한 모티프 적용방안은 다음과 같다.



광주유니버시아드대회 모티프 적용방안

5) 디자인 컨셉 도출

- (1) 광주유니버시아드대회는 행사, 시설, 홍보 등에서 복합적 디자인 조형물이 요구되는 행사로서 고유의 아이덴티티를 반영하면서 홍보물, 환경물, 상징조형물 등에 따라 유기적으로 활용되어야 함으로 interactive identity를 제시하는 것이 바람직



디자인 컨셉 도출 절차 예시도

- (2) 디자인 컨셉은 Theme, 슬로건 혹은 대회주제나 이념이 결정된 이후에 대회유치이념, 한국의 전통색, FISU 기본색, 한국의 전통패턴, U대회마크, 광주광역시 특성, U대회특성, 세계동향 등을 종합적으로 조사, 분석하여 최종적으로 엠블럼 및 마스코트 개발 완료시 확정

6) 대회주제(이념)의 도출방안

- (1) 대회주제(이념)은 2015광주하계유니버시아드대회의 가치를 명확히 표현하고 대회 개최를 통해 광주가 남겨야 할 유산을 이념제정의 방향으로 설정하여 대회이념제정위원회를 통해 2015광주하계유니버시아드대회의 의미 및 가치를 바탕으로 보다 명확히 규정

7) 로드맵구성 및 실행로드맵

(1) 총괄디자인 기본계획 로드맵

- (가) 대회 준비 기본계획의 9개 분야별(조직위원회, 경기운영, 지원관리, 시설관리, 선수촌 운영, 문화행사, 방송보도지원, 국제협력, 수익사업 및 마케팅) 로드맵을 구성하여 전반적인 디자인 업무의 수행일정 및 주요부서의 효율적 업무를 제고

(2) 디자인 세부사업 로드맵

광주하계유니버시아드대회 디자인총괄 기본계획 로드맵

수진단체 년도			기반구축												대외홍보 마무리 및 운영준비												대외운영 및 정착																							
			2010				2011				2012				2013				2014				2015				2016																							
분야	업무명	관리번호	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
조직 위 임 회	대외아iep 수립 및 정비	조직-01-01	■ 대외주제 재정위원회 구성 2010.3 ■ 지문위원회 구성 및 운영 2010.4 ■ 대외주제 및 추진방향 제정 2010.3~2011.6																																															
	표준운영계획(SOP)수립	조직-01-02	■ 표준운영계획수립 지침마련 2012.1 ■ 각 담당 부서별 표준운영계획 작성, 검토 2012.2~8 ■ 표준운영계획 최종수립 및 확정 제책 2012.9~12																																															
	표준 모델계획(CPM)수립	조직-01-03	■ 표준운영계획수립 지침마련 2012.1 ■ 표준모델평가형 현장조사 2012.2 ■ 표준모델 계획안 제책 및 보고 2012.3~11 ■ 표준모델계획안 확정 2012.12																																															
	대외 운영매뉴얼(VOP)수립	조직-01-04	■ 대외운영매뉴얼 수립 및 분야확정 2012.11~2013.1 ■ 대외운영매뉴얼 수립지침 확정 및 태스크포스 구성 2013.1~2013.3 ■ 부서별 한정관리 및 유사대외 자료조사 2013.3~7 ■ 대외운영매뉴얼 중간보고 및 수정보완 2013.7~2014.1 ■ 대외운영매뉴얼 확정 제책 및 배포 2014.1~2015.2																																															
	법무 관리	조직-01-05	■ 조직위 법률고문법인 위촉계약 수립 2010.5 ■ 조직위 법무고문법인 위촉 -승인 2010.6~2016																																															
	조직위원회 사후관리	조직-01-06	인력청산절차(조직위원회)의정안 제출 2015.8~2016.2 시설 및 청산 절차(조직위)의정안 제출 2015.10~2016.2 대외기(특정) 및 대외인(특정) F&B보고 및 자료보완 2015.7~10 자금 청산 절차 2015.9~2016.2																																															
조직 위 임 회	임장관리-경기장관람파석관리	조직-02-01	■ 경기장 관람석석 관리 2012 ■ WWW 등 관람석석 관리 2014 ■ 경기장 관람석석 관리 2015																																															
	임장 관리	조직-02-02	■ 임장관리 다변인 2013.5~2014.8 ■ 임장관리 다변인 2013																																															

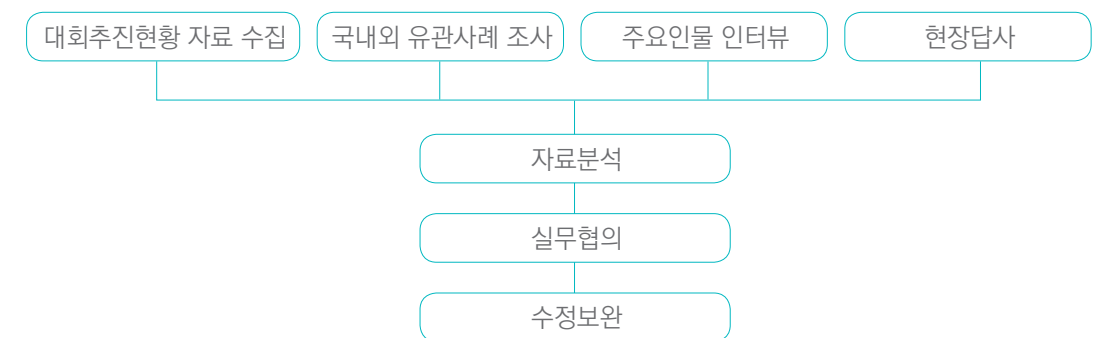
디자인 세부사업 실행로드맵

- (가) 기본계획을 토대로 세부사업별 관리번호를 지정하여 실행부서가 관리하기 용이하도록 구성
(나) 디자인 기본계획의 단계분류(기반구축단계, 대회 준비단계, 마무리 및 운영 단계, 대회운영 및 청산단계)에 따라 디자인 전략, 디자인 개발 및 제작, 디자인 실행, 예산을 분류하여 효율적인 업무를 제고

4. 공공디자인컨설팅 추진 체계

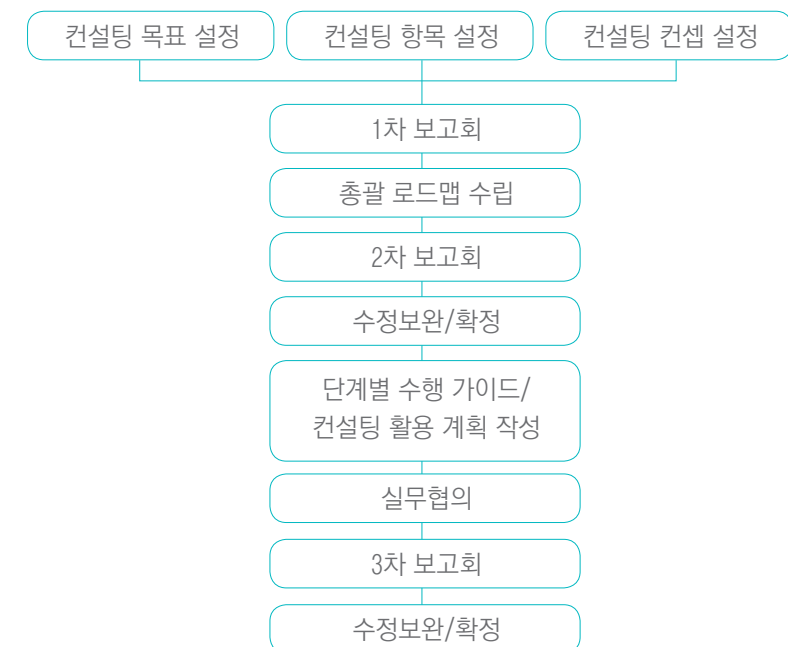
가. 추진체계

1) 조사분석 단계



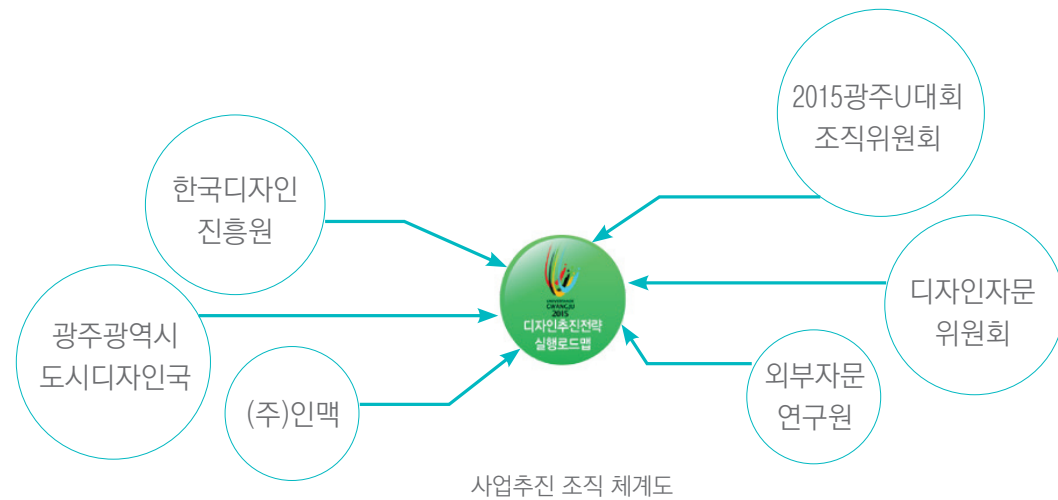
조사분석 사업추진 체계도

2) 전략수립 단계



전략수립 사업추진 체계도

나. 기관별 역할 및 추진 내역



- 1) 한국디자인진흥원
 - (1) 공공디자인컨설팅 업무 총괄
- 2) 2015광주U대회조직위원회
 - (1) 2015광주하계유니버시아드대회 디자인 추진 전략 및 실행 로드맵 구축사업자료 제공 및 관리감독
- 3) 광주광역시 도시디자인국
 - (1) 광주광역시 공공디자인가이드라인 등 자료 협조
 - (2) 광주시 가로시설물, 상징조형물 등 환경디자인 분석 및 업무협조
 - (3) 경기장, 선수촌, 편의시설 주변 환경디자인 개선전략에 대한 자료 제공 및 업무 협조
- 4) 디자인 자문위원회
 - (1) 총 14명 : 당연직 2명, 유관기관 4명, 학계 8명으로 구성
 - (2) 시각, 산업, 환경, 색채, 조명, 경관 등 각 분야별 자문 및 업무협조
- 5) 공공디자인컨설팅 수행기관
 - (1) 2015광주하계유니버시아드대회 디자인 추진전략 및 실행로드맵 구축
 - (2) 자료분석, 현황분석, 디자인방향설정, 액션플랜 및 실행로드맵 구축 등

5. 시장현황 및 사업화전망

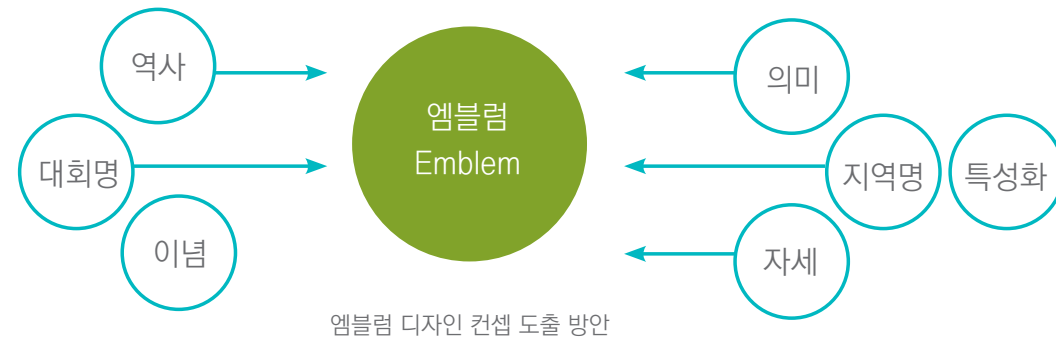


광주하계유니버시아드대회 디자인 활용방향

가. 이미지 통합적 디자인 / 문화전략

- 1) 디자인 개발 및 제작, 관리에 있어서 콘텐츠화 시킬 수 있는 광주하계유니버시아드대회의 EIP(Event Identity Program) EIP(Event Identity Program) 즉, 엠블럼, 마스코트, 픽토그램, 그래픽 매뉴얼 등을 시각화하도록 한다. 더불어 컨셉의 일관성을 가지면서 대회의 핵심적 메시지 방향을 찾기 위하여 광주만의 특성을 살릴 수 있는 통합적인 디자인 방향을 설정하여 대회의 인지도를 높이기 위한 통합적인 전략 구축으로 효과적인 정체성 확립을 위해 가치 개발부터 적용까지를 고려한 시스템으로 전개
- 2) 이를 위한 개발목표와 역할은 광주의 도시브랜드 가치 제고와 함께 티를 구심점으로 광주시민, 국민들의 자긍심 고취와 결속력을 강화시키며, 시각적 이미지 통합으로 참가자들에게 편의성을 제고함과 동시에 체계적이고 효율적인 국내·외 홍보 및 마케팅 기반을 조성
 - (1) 대회 시각상징물
 - (가) 엠블럼(Emblem)

엠블럼은 대회의 대표성이나 상징성을 나타내기 위한 절대적 표상으로써 대회의 기본 컨셉을 기준으로 FISU와 개최지인 광주의 역사, 이념 등을 모티프로 디자인 되고 시각적인 메시지를 통하여 의미화 하는 것으로 티에서 가장 핵심적인 요소라 할 수 있다. 형태적으로 비교적 간결하고 이벤트의 성격을 상징적으로 잘 표현하여야 하며, 색상은 MainColor를 고려하여 디자인



구분	하계							동계						
대회명	21회 베이징	22회 대구	23회 이즈미르	24회 방콕	25회 비오그라드	26회 선선	27회 카산	28회 자코파네	29회 타르비시오	30회 토리노	31회 하얼빈	32회 예르주름	33회 마리보르	
개최국	중국	대한민국	터키	타이	세르비아	중국	러시아	폴란드	이탈리아	이탈리아	중국	터키	슬로 베니아	
개최년도	2001년	2003년	2005년	2007년	2009년	2011년	2013년	2001년	2003년	2007년	2009년	2011년	2013년	
엠블럼														
마스코트														

유니버시아드경기대회 역대 엠블럼 및 마스코트 디자인 현황

(나) 로고타입(Logotype)

- ① 로고라고도 불리는 이것은 2015광주유니버시아드대회명 자체를 마크화한 것으로 타 대회와의 유사성에서 오는 폐단이나 심볼마크처럼 특정도형을 인식시키기 위한 시간을 절약할 수 있는 장점을 가지고 있음
- ② 따라서 대회명을 알아보기 쉽고 개성을 살린 서체로 엠블럼 등 기본요소와 조화를 이룰 수 있어야 한다. 대부분 한글, 한문, 영문서체 등으로 이루어지는데 독창성, 심미성, 함목적성, 전달성(가독성)을 고려하여로고 타입이 디자인되어야 함

(다) 슬로건(Slogan)

- ① 광주유니버시아드대회 개최가 가지고 있는 가치를 명문화하고 이를 대·내외적으로 공유하기 위해 개발하며, 슬로건의 사용은 대회를 위한 모든 활동과 마케팅 활동에 일관되게 표현하도록 함
- ② 대회 슬로건은 대회의 본질 또는 정신을 꼭 집어 표현한 3~5개 단어로 구성하고, 이러한 슬로건은 조직위 구성원이나 대회개최를 위한 스폰서 등에게 대회가 가지는 가치를 기본적으로 이해하여 그들의 행동을 조절 하는 것을 목적으로 해야 함
- ③ 따라서 슬로건의 개발 방향은 디자인 컨셉 적용방향에 따른 광주유니버시아드대회의 정체성을 구현하면서 부르기 쉽고 기억하기 쉬운 홍보 메시지의 중심단어를 중심으로 시각화하여 활용

(라) 마스코트(Mascot)

- ① 마스코트는 광주하계유니버시아드대회의 이미지를 개성화, 감성화 시킬 수 있으며 대회의 슬로건과 더불어 대회를 홍보하고 이벤트에 대한호감, 친근감을 높여 쉽게 동화 될 수 있도록 유도하여 광주 시민의 의식을 고취시키는데 매우 중요한 역할을 한다고 볼 수 있음
- ② 특히 IT시대에 부합하는 3D 적용이 가능한 형태를 기본으로 하되 단독 마스코트보다는 복수형의 마스코트 적용이 상품의 활용성에서도 보다 효과적임
- ③ 이를 위해서는 디자인 개발에 앞서서 마스코트의 런칭(Launching)효과를 극대화시킬 수 있도록 마스코트의 이미지를 짜임새 있게 전개한 스토리텔링(Story Telling) 전달효과를 잘 활용
- ④ 전체적인 마스코트의 이미지는 2003대구하계유니버시아드 캐릭터인 무지개 사이버형 마스코트를 제외하고 대부분의 유니버시아드 대회가 동물을 의인화하여 캐릭터를 개발하였음
- ⑤ 올림픽 및 기타 대회는 동물과 더불어 눈물치, 빛, 상상 속 동물들의 특성을 도출하여 마스코트화하였으며, 최근에는 단독 마스코트보다는 둘 이상의 단체 마스코트의 개발로 스토리성과 활용성, 상품성을 높이고 있음



국제경기대회 마스코트

(마) 칼라 시스템(Color System)

- ① 전용 칼라시스템으로서 대회의 아이덴티티를 보다 효과적으로 전달하기 위하여 엠블럼과 로고타입 등에 적절한 칼라에 적용한 색채규정을 말함
- ② 특히 본 대회의 칼라는 대회의 성격상 문화도시 광주를 배경으로 한국의 정서를 반영한 색채를 적용하여 전체 이미지를 전달하는 주조색(Main Color)을 결정하고 보조색(Sub Color)을 적절히 배합하여 기본 디자인에서부터 응용디자인까지 넓은 범위에 걸쳐 적용
- ③ 또한 광주하계유니버시아드의 경우 하계 기간 동안에 개최되는 계절성을 고려하고 대부분 젊은 학생들인 소구관객층(Target)의 선호색 등을 파악하여 주조색과 보조색을 결정

칼라의 기본모티프
[비단(한복) + 한옥(단청) + 전통문양(패턴)]



칼라 시스템 기본 모티프 예시

(배) 픽토그램(Pictogram)

- ① 이벤트 픽토그램(Event Pictogram)은 비교적 메가이벤트에 활용
- ② 광주유니버시아드의 픽토그램은 스포츠 경기대회로서 그 기호학적 속성상 운동 경기 대회 이미지가 잘 부각되어야 하며, 광주광역시 도시 공공디자인 조례 및 도시의 환경에 부합하는 Space Design Element 개념의 간결하고 독창적인 표현이 되도록 디자인]
- ③ 또한 간편일률적인 시스템 개발보다 목적과 현장을 고려하여 적재적소의 활용방안에 맞도록 디자인 아이템을 개발하는 조형적 의미의 정보 전달이 중요

(사) 기타 / 응용시스템(Application System)

- ① 응용시스템(Application System)은 대회의 모든 시각물을 대상으로 하며, 개발 확정된 기본시스템(Basic System)을 응용하여 시스템을 확장대입시키는 것을 의미
- ② 이러한 과정에서 완성되어진 기본 보조 시스템(Basic Sub System)을 기본으로 먼저 개발하는데 전체적인 응용시스템을 정리하면 홍보포스터, 사인류, 서식류, 증서류, 차량류, 패찰류, 포장류, 기타 프로모션아이템, 옥외홍보류, 옥외영상매체, 기록물, 인쇄물, 웹관련 홈페이지 및 배너광고물, 입장권 티켓류, 유니폼류, 기타 행사 관련 제작 및 홍보물 등이 이에 해당



2008베이징올림픽 포스터 개발 사례

(2) 대회 행사용품 및 기념품

(가) 기념주화(Commemorative Coins)

- ① 기념주화는 일반적인 주화와는 달리 증정 또는 수집용으로 특수 가공처리해 만든 주화로, 각종 대회나 행사를 기념하기 위하여 제작되는 것이 보통이며, 이러한 주화를 프루프 주화라고도 칭하는데 일반주화에 비해 그림이 선명하고 우아하며 예술적인 감각을 풍긴다는 특색이 있음
- ② 또한, 통상주화에 비해 제조원가가 다소 높고 발행량도 제한되기 때문에 수집가나 주화 애호가들 사이에서 고가로 거래되기도 함
- ③ 하지만, 이러한 이유만으로 기념주화의 값어치를 평가하기에는 다소 무리가 있으며, 그 시대를 상징하고 역사의 한 획을 장식하는 행사 즉, 올림픽이나 각종 대회 및 전시행사를 좀 더 폭넓은 의미에서 함축적으로 담고 있어 기념주화가 역사의 보존학적인 측면에서 의미를 담고 있는 상징적 가치인 것임

(나) 메달(Medal)

- ① 대회 메달은 금속, 칠기, 방짜유기, 신소재 등 다양한 재료와 콘셉트로 디자인개발을 고려하여 디자인 분야 전문가와 국제대학스포츠연맹(FISU) 등의 의견 수렴에 걸친 자문위원회의 자문을 거쳐 디자인을 최종 확정
- ② 특히 유니버시아드대회의 역동성과 가장 한국적이면서도 대회의 엠블럼과 슬로건, 광주의 특성 등을 담아 내도록 하여 대회를 기념하는 상징성을 부여하도록 함
- ③ 또한 메달 앞면에는 대회 명칭을, 뒷면에는 경기일자와 참가종목, 기록, 선수명, 소속국가 등을 표기



2011대구, 2008베이징, 2010밴쿠버, 2006토리노 대회 메달

(다) 기념우표(Commemorative Stamp)

- ① 넓은 뜻으로는 엽서처럼 액면(額面)이 인쇄된 것을 포함해서 우표류라하며, 1884년 발행된 한국 최초의 문위(文位)우표는 우초(郵鈔)라 하였으며, 1895년 발행된 태극우표부터 우표라 불렀음
- ② 1840년 영국에서 R.힐에 의해 전국 균일의 우편요금을 전납(前納)하는 제도가 실시되었으며, 이로 인하여 거리에 따라 우편요금이 다르고 수신인이 우편요금을 부담하는 등의 불편이 없어졌으며, 이 근대우편제도와 더불어 당시 빅토리아여왕의 초상을 요판(凹版)으로 인쇄한 1페니와 2펜스의 두 우표가 세계에서 처음으로 발행되었음
- ③ 이 우표에는 편지에 붙이기 위한 뒷풀은 칠해져 있었으나, 우표를 분리하기 위한 천공(穿孔)은 없었다. 최초의 우표가 발행된 이래 155년 동안 세계 각국에서 발행된 우표는 약 33만 종에 이룸

(라) 시상대(Victory stand)

- ① 시상대는 각대회의 품위와 격을 나타낼 수 있는 행사시설물이다. 시상대는 경기장 내부에 설치되어 관람객 및 선수들에게 시각적 노출이 크므로 제작상의 세심한 주의가 필요
- ② 설치장소 및 설치환경에 따라 크기 및 비례는 조정이 가능하며, 그래픽 모티브와 전용색상을 적용하여 활기찬 체육대회의 이미지를 강조



左.2010밴쿠버 올림픽, 右.광저우아시안게임 시상대

(마) 입장권(Ticket)

- ① 입장권은 대회의 품위와 격을 나타낼 수 있는 인쇄매체이다. 입장권은 관람객에게 시각적 이미지를 직접적으로 전달하는 중요한 홍보매체로서 제작시 크기, 비례, 색상 등을 정확하게 사용
- ② 전용색상으로 구분되는 개·폐회식의 이미지를 차별화하였고, 좌측하단에 경기장내 좌석 구역(Zone)을 표기하여 관람객의 자연스러운 입장을 유도할 수 있도록 디자인
- ③ 특히 IT시대에 부합하는 전자카드 형식의 입장권과 스마트폰의 어플(Application)등에 새로운 시스템을 적용할 수 있도록 고려하여 개발

(바) 성화점화대(The Olympic Flameholder)

- ① 성화점화대는 대회의 품위와 격을 나타낼 수 있는 대표적인 상징물이라 하여도 과언이 아닐 것이며, 성화점화대는 관람객, 시민 등에게 대회의 상징성을 전달하는 시설물로서, 제작시 크기, 비례, 색상, 재질 등을 고려하여 제작
- ② 그래픽모티프와 전용색상을 적용하여 대회의 이미지와 의미를 일관성있게 표현



역대올림픽 성화 점화대 사례

(사) 배지, 바클(Badge, Buckle)

배지나 바클같은 기념품은 대회를 관람하기 위해 이 지역을 찾은 관람객과 선수 또는 여러 불특정 다수를 상대로 대회의 이미지를 대외적, 반영구적으로 홍보하는 매개체이므로, 기념품 제작에는 그래픽모티프와 전용색상, 패턴을 적용하여 대회의 이미지를 잘 나타낼 수 있도록 하며, 특히 가공이나 제작 공정과정에 각별히 신경을 써야 함

(아) ID카드(ID Card)

ID카드는 행사관계자, 진행요원, 방문자 등의 신분확인을 위한 매체로서, 대회의 원활한 진행을 위해 반드시 필요한 요소이다. 그래픽모티프와 전용색상, 패턴을 적용하여 대회의 이미지와 동떨어지지 않게 활용하여야 대회의 운영 주체로서의 소속감과 대내·외 시각적 정체성을 한층 더 부각시킬 수 있음

나. 지형학적 디자인 / 환경전략

- 1) 대회와 관련된 광주와 전라남도 권역의 주요 관문 진입로는 주로 공항, 철도 역사, 항구, 고속터미널 등의 교통 연계지역과 주요 경기장, 선수촌숙소 등 행사 중심지역 그리고 관광 및 호텔 등 주요 도심중심가로 나누어 광주와 전남권 주요동선 지역을 중심으로 한 시각 및 공공디자인을 개발하고 적용
- 2) 또한 컨셉의 일관성을 통한 시스템의 적용과 완성으로 광주광역시 전체를 시각적 메시지와 도시이미지가 자연스럽게 어우러진 문화도시 벨트로 연결될 수 있도록 공간 환경디자인 요소들을 개발 적용할 수 있도록 함



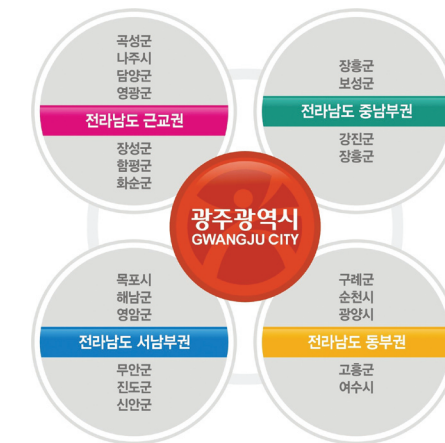
주 관문 진입로의 선진화 환경디자인 방안

(1) 주요 교통 연계지역 가로시설물

- (가) 광주공항과 무안공항은 한반도 서남부 지역의 하늘관문으로 광주와 전남을 연계하는 좋은 위치적 여건을 가지고 있으며, 특히 KTX 광주송정역을 중심으로 광주·전남과 전북까지 60분대에 접근이 가능하고 지하철, 시내·시외고속버스 등 육상교통으로 인접한 공항까지 연계한 통합 환승체계를 구축해 광주 송정역이 호남의 관문이자 환승교통의 중심지역할을 수행

- (나) 또한, 도심내에서의 주요 교통환경으로 광주종합터미널은 육지에서 광주시와 수도권 및 전국 주요 도시를 연결해주는 주요 관문임

- (다) 종합터미널 외에도 광주 지하철 1호선이 다니며 광주시청, 경찰청을 비롯한 광주시의 주요 기관들과 월드컵경기장, 백화점 등 문화시설이 갖추어 진 지역으로 연계하여 광주에서 가장 도보 유동인구가 많은 지역의 지정으로 공공사인물과 상징조형물 등을 설치시 대회 홍보 효과가 클 것으로 예상



광주·전남권역의 연계지역 경로 현황

- ① 도심관광 투어버스 연계지역 가로시설물 적용계획 예시
- ㉔ 광주·전라남도 투어(순환)버스 운행(총 80분 소요기준)
 - ㉕ 광주·전라남도의 자연과 문화명소와 대회 경기 장을 중심으로 노선을 개발하여 행사 기간 이전 부터 지속적인 도심 순환버스 운행
 - ㉖ 광주시가 추구하는 도시브랜드의 아이덴티티를 담은 버스과 옥외 설치물, 티켓, 브로셔 등 특화된 디자인으로 도시를 누비는 다이나믹한 도시 경관 형성에 일조



후쿠오카 시의 '그린버스' 예

- ② 호남선 KTX가 2014년 개통 연계지역 가로시설물 적용계획 예시
- ㉔ 위치 : 송정역 ~ 공항 ~ 운천저수지
 - ㉕ 사업내용 : 한전지중화, 버스승강장, 가로시설물, 보도, 옥외광고물 등 토탈디자인 개선사업
 - ㉖ 사업기간 : 2011년 ~ 2014년

호남선 KTX 개통에 따른 도심 주 진입 연계 경로 현황
[광주광역시 도시디자인과 협조자료 / 2010. 12]

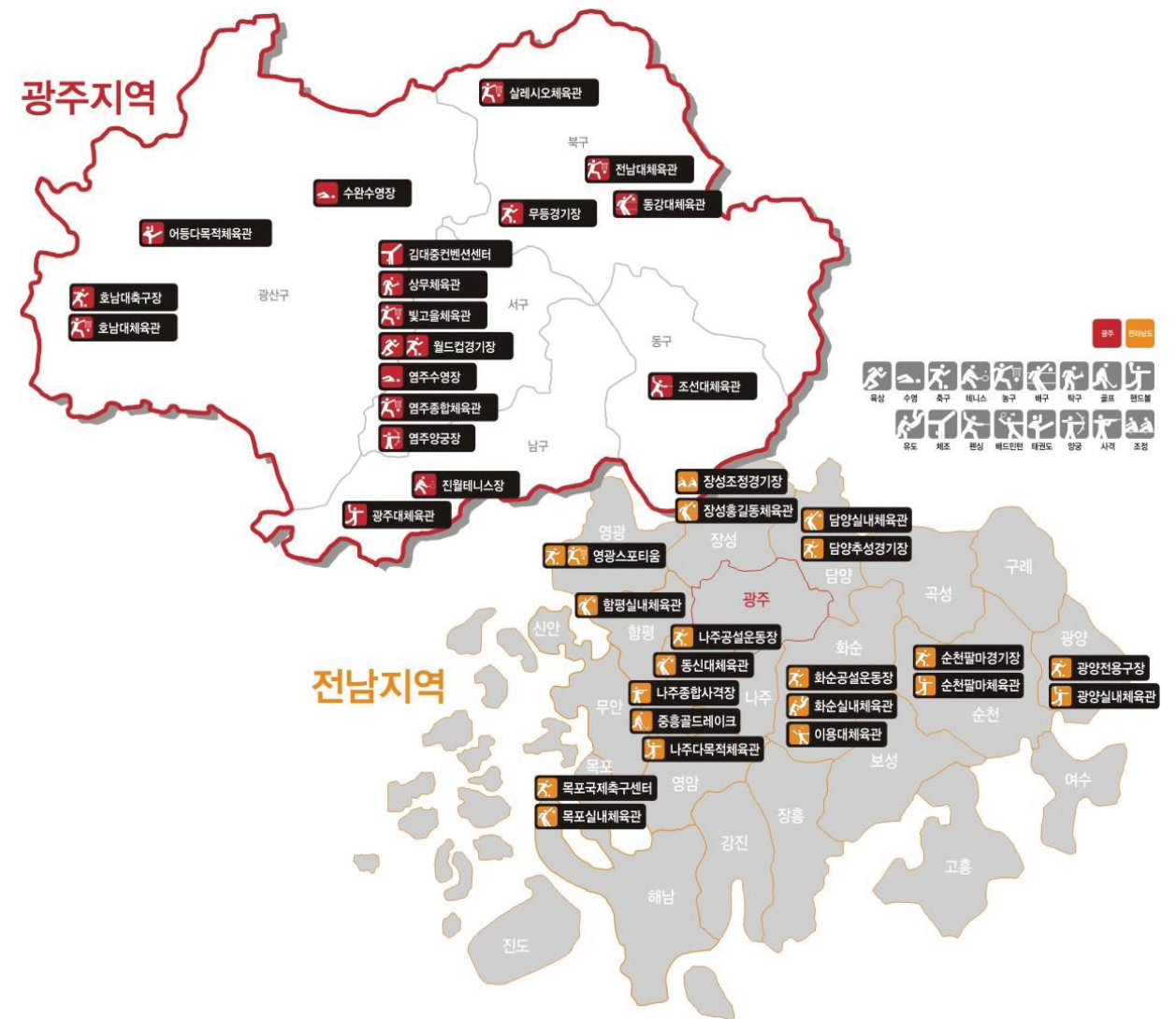
- ③ 광주도심 연계지역 가로시설물 적용계획 예시

- ㉔ 이벤트의 현장에서 관람자 및 참가자의 출입동선 유도, 분위기 조성, 일상적인 외부와의 차단 등의 행사를 위한 이벤트의 공간 환경 디자인(Space Design Element)의 역할은 매우 중요
- ㉕ 대회에 활용될 경기장 주변 한 경디자인 요소는 종합 안내사인, 배너, 홍보탑 등의 직접적인 공공디자인 조형물과 가로등, 대중교통승강장, 웨스보드 등 간접적인 공공디자인 조형물로 구분할 수 있으며 대회 홍보와 안내정보를 위한 매개체로 매우 유용하게 활용

- (2) 대회 관련 행사지역 가로시설물

(가) 2015광주하계유니버시아드의 성공적인 개최를 위해 경기장 및 경기장 부대시설, 선수훈련시설 총 21개 종목 77 개소와 주요 경기장과 연계하는 선수촌과 미디어촌 등을 중심으로 주변도로와 가로시설물 등 주변경관 조성을 위한 상징조형물 등 환경디자인요소를 적용

(나) 특히 공공디자인에 입각한 차도와 보도 구성은 물론 가로등, 벤치, 버스정류장 등 광주U대회 주경기장인 월드컵경기장 및 광주광역시와 전라남도의 지정 체육시설을 중심으로 유니버시아드대회에 참여하는 스포츠인의 땀의 노력과 정신 그리고 대회의 이념 및 상징을 의미하는 대회 홍보와 국가의 디자인 경쟁력을 보여주고 광주 도시브랜드의 상징적인 의미를 표현



광주·전남 주요경기장 주변 공간 공공디자인 적용 기준현황



2010광저우아시아경기대회 주요홍보물 운영현황

(3) 관광 및 호텔 등 도심중심가 가로시설물

(가) 광주광역시와 인근 위성도시의 주요 도심 및 전라남도의 주요 문화, 관광, 숙박 시설 등을 연계하는 공공의 공간에 대한 네트워크 조성으로 지역 시민과 세계의 관광객이 모두 주목하고 함께 즐길 수 있는 대표적인 공공의 공간으로 제공

(나) 이러한 공공디자인의 환경디자인요소의 적용에 대한 도시의 이미지 개선은 차량을 이용하는 사람과 도보로 접근하는 사람들에게 모두 만족할 수 있는 입지를 선택하는 것이 중요

(4) 상징조형물

(가) 도시의 상징조형물과 조형물이 놓이는 공간은 지역 시민과 관광객이 모두 주목하고 함께 즐길 수 있는 대표적인 공공의 조형물이며 공공공간임

(나) 또한 차량을 이용하는 사람과 도보로 접근하는 사람들에게 모두 만족할 수 있는 입지를 선택하는 것이 중요하며, 선진도시나 디자인 도시들은 대표적인 상징 조형물을 랜드마크하여 도시이미지를 세계인들에게 각인시키고 있음

(다) 광주시는 현재 뚜렷한 도시 상징이미지가 없기 때문에 타 도시의 상징 조형물을 벤치마킹하여 랜드마크화할 수 있는 상징조형물 개발이 필요

다. 업무효율적 디자인 / 품질전략

1) 디자인 개발과 제작에 있어서 여러 업체에 용역을 주기보다 컨셉에 충실한 디자인을 위해 가능한 검증된 전문적인 용역업체를 선정하여, 과업실행 발주 항목을 사업계획의 시행 분야별로 디자인 개발 및 제작과 응용편의 체계적이고 지속적인 실행 및 관리

2) 또한, 양질의 디자인 결과물을 창조하기 위하여 지속적인 디자인 위원회의 자문과 심의를 통해 심미적이고 창의적인 디자인 방향을 설정

(1) 조직위의 디자인 업무수행 현황

(가) 현재의 광주유니버시아드조직위원회의 디자인 업무는 여러 부서에 분산되어 있으며, 비전문가의 업무 효율 향상을 위해서는 디자인전략 액션플랜 수립과 시행을 위한 Process가 매우 중요

(나) 따라서, 디자인 업무 수행 및 추진조직 활용방안 제안과 더불어 재정기본 계획(세출)에 따른 디자인 사업내용별 총사업비 분석과 실행을 병행하기 위해서는 보다 세심한 가이드라인 확립이 필요한 시점

(2) 디자인 추진을 위한 조직 체계

(가) 광주유니버시아드대회의 대회운영조직 체계에 따른 디자인 조직의 효과적인 업무수행의 결과를 얻기 위해 매 뉴얼 규정에 따른 디자인 관리 수행의 지침이 필요

(나) 개발된 로드맵 및 세부 액션플랜에 준하여 부서별 디자인 업무를 디자인 담당을 통하여 사전에 효과적인 의사소통을 하는 것이 중요하며, 이를 기본으로 주요용역별 발주항목을 외부에 발주함으로써 시기적으로 적절한 디자인 관련 업무 과제 수행

라. 마케팅적 디자인 / 경제전략

1) 170여개 국가가 참여하는 대규모 국제대회를 광주지역 내 최초 개최로 스포츠를 통한 마케팅 전략으로 광주의 역사와 문화, 지역산업 등의 잠재력을 함께 홍보하여 첨단산업과 문화중심도시로서의 국제적 위상을 정립

2) 또한, 스포츠 행사의 특성상 대회의 홍보와 프로모션 등 스포츠마케팅은 대회의 성패를 결정짓는 중요한 부분이며 국가의 경쟁력과 도시브랜드를 창출하는 스포츠마케팅(Sports Marketing)의 중요한 계기가 되는데 그 중 디자인은 홍보와 마케팅의 기본적인 핵심도구임



광주유니버시아드 디자인마케팅 개발안

PUBLIC SERVICE DESIGN CONSULTING SERVICE

공공서비스디자인컨설팅

- 5.1 익산시 여성친화도시 실행을 위한 여성친화적 공공디자인컨설팅
(익산시청, 2009)

5.1

익산시 여성친화도시 실행을 위한 여성친화적 공공디자인컨설팅

참여기관 익산시청 수행기관 ㈜매스씨앤지

2009

사업개요

과 제 명	익산시 여성친화도시 실행을 위한 여성친화적 공공디자인컨설팅
주관기관	한국디자인진흥원
참여기관	익산시청
수행기관	㈜매스씨앤지
총 개발기간	2009.04.01 ~ 2009.10.31. (7개월)
키 워 드	여성친화적/ 공공디자인/ 컨설팅
최종목표	1) 익산시 공공디자인의 여성친화적인 추진방향 연구 2) 익산시 여성친화도시 추진 실행 계획의 공공디자인 전략 마련 3) 여성친화도시 시범거리 조성을 위한 가이드라인 마련 4) 공공디자인컨설팅 진단의 결과를 반영한 목표설정
개발내용 및 결과	1) 시민의식 조사, 분석 : 익산시에 거주하는 다양한 계층을 대상으로 한 설문조사와 공공시설물 사용자의 관찰, 현장조사 분석 2) 유사 사례조사와 정책조사, 분석 3) 시범거리 공공디자인의 문제점 분석 및 개선방향 컨설팅(영등지하보도 중심으로)
기대효과	1) 여성이 살기좋은 도시로 가꾸기 위한 노력으로 여성인구의 유입 증가 기대, 이는 전체 인구의 유입으로 연결되어 익산시의 인구 유입에 따른 경제적 파급효과는 클 것으로 예상됨

1. 공공디자인컨설팅의 중요성 및 필요성

가. 여성친화도시 추진을 위한 공공디자인컨설팅의 중요성

- 여성 친화적 사회·문화 환경 조성의 필요성 증가
 - 여성들의 사회적 활동과 의사결정권이 강화되면서 여성친화적인 사회·문화 환경 조성이 보다 높은 도시민의 삶의 질을 제공하기 위한 필수 요소가 되고 있음.
 - 특히 여성이 일상적 삶에서 겪는 불편과 불안 등을 해소하고, 여성 친화적 사회·문화 환경을 구축하는 방향으로 추진
- 여성들의 시정만족도는 시민 시정만족도의 사전 지표 역할을 하므로, 여성적 관점을 시정의 중요 관점으로 전환할 필요가 있음
- 여성적 관점은 새로운 문화 창조의 원동력
 - 여성적 관점은 균형적이고 평등한 문화를 창조하는 원동력이 됨
 - 전통과 문화를 중시하는 창조도시(전통의 리모델링)를 기반으로 여성의 관점과 경험을 정책 전반에 반영함으로써 여성 친화적 창조 문화도시의 새로운 모델을 제시



나. 여성친화도시의 배경 및 컨설팅의 필요성

- 전라북도 익산시는 국내 최초로 지자체 규모의 '여성친화 창조문화도시'를 육성하기 위해 '여성정책 중장기 발전계획'을 2008년 5월 수립하였다.
 - 기존의 여성정책은 여성인권과 기본적인 안전보장, 육아와 보육의 관점에서 추진되어 오면서 여성만의 정책으로 인식되어 왔다. 이러한 여성정책추진의 특성상 여성의 인권과 사회참여는 향상되었으나 여성정책이 사회정책과 일체화된 관점에서 추진되지 못하고, 사회 전반적인 구조 자체가 남성위주로 형성되어 왔다.
- 따라서 보다 적극적이고 평등한 개념의 '여성친화도시'는 여성이 일상적 삶에서 겪는 불편과 불안 등을 해소하고, 여성 친화적 생활·문화·근로·교육 환경의 구축까지를 포함한다.
- 기존, 여성친화도시는 여성만을 위한 정책이 아니라 양성평등의 관점에서 남녀 모두에게 편리한 도시를 지향한다. 다만 각종 정책과 주변 환경에 있어 궁극적으로는 양성평등을 지향하지만, 현재의 환경이 남성보다 여성에게 더 불편한 부분이 많기 때문에 여성친화도시를 만들어 가는 과정에서 여성에게보다 많은 혜택을 부여할 수 있을 것이다.
- 본 공공디자인 컨설팅은 도시계획의 패러다임을 하드웨어 개발위주의 정책에서 인간중심의 특히 대상을 여성과 노약자 어린이를 기준으로 한 공공디자인정책을 추진하는 것이다. 컨설팅은 전문가의 연구를 통해 체계적으로 익산의 여성친화도시를 현실화 시키고 앞으로 진행되는 모든 도시계획과 공공디자인정책에 반영 할 전략을 마련하는 것이다.

2. 국내·외 관련 공공디자인컨설팅의 현황

가. 여성친화도시의 개념

- 1970년대에 북미 여성운동가들이 내건 개념으로 안전성, 접근성, 편리성, 쾌적성을 갖춘 도시

〈여성친화도시의 발전 과정〉

- 1981년 캐나다에서 일어난 '밤길 안전하게 다니기' 캠페인으로 시작
- 1990년대에는 여성들이 공공공간에서 보다 안전하고 적극적으로 활동 할 수 있도록 정책적 시책 시행
- 1992년 리우 환경선언 뒤 지속가능한 개발이 의제로 떠오르면서 여성, 장애인, 아동 등 소외된 계층의 거주권 확보 측면에서 주목받기 시작
- 1994년 '도시여성을 위한 유럽선언': 여성이 도시의 사용자로서 뿐만 아니라 계획자로서도 배제되어 왔음을 지적하고, 본격적으로 여성성을 고려한 도시를 모색하려는 프로젝트임

나. 국내 도시들의 성주류화 전략 추진

- 2000년대 초반부터 한국여성건축인협회를 중심으로 여성친화 정책 추진 시작
- 우리나라는 성인지적 공간정책의 시작 단계이나 빠르게 확산되고 있음
- 현재 일부 지자체에서 여성친화 정책 추진중이며, 주로 신도시, 신규택지개발 등 위주로 여성친화적 도시개발 추구
- 김포 신도시 광고신도시 완료, 화성동탄2신도시 등 용역 중
- 성별영향평가 제도, 성인지예산(2010년부터) 등 관련 제도 도입 중

다. 서울시 여성이 행복한 도시(女幸) 프로젝트

- 도시생활을 통한 체감할 수 있는 새로운 개념의 여성정책
- 5대 핵심 정책 영역으로 구성, 여성 친화적 도시 환경 구축

도시생활을 통한 체감할 수 있는 새로운 개념의 여성정책 5대 핵심 정책 영역으로 구성, 여성 친화적 도시 환경 구축

핵심영역	주요목표
돌보는 서울	- 보육시설 접근성 - 확대보육서비스 다양화 - 노인장애아 돌봄지원
일 있는 서울	- 일자리창출 - 여성 취·창업지원 - 여성친화적 고용문화
넉넉한 서울	- 여성문화기회 확대 - 여성친화적 문화시설 - 여성여가증진
안전한 서울	- 도시위험/밤길안전도 - 성폭력가정폭력 등 범죄예방 - 친환경 공간 조성
편리한 서울	- 공공시설 편의성 증진 - 대중교통 이동성 향상 - 공적공간 접근성 향상



〈여성친화적 도시 환경 구축 사례〉

라. 오스트리아 비엔나 사례

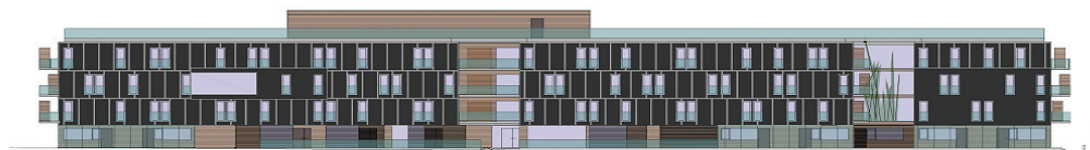
- 1) 오스트리아의 비엔나는 '모든 여성들은 사는 동안 최상의 권한을 누리면서 살아야할 권리가 있다'는 취지아래 3차에 걸쳐 1990년대부터 Frauen-Werk-Stadt 프로젝트를 시행하여 오고 있다. 1, 2차 프로젝트를 통해 양성평등의 주거단지들을 조성하여 여성의 생활상과 여성과 아이들을 공간들을 주거단지 곳곳에 다양한 형태로 배치하고 있다(Gender-Sensitive Housing). 3차 프로젝트로서 노인들을 위한 주택을 건설 중에 있다(2008. 10.).



Frauen-Werk-Stadt 1
(1997년, 357가구)



Frauen-Werk-Stadt 2
(2004년, 140가구)



Frauen-Werk-Stadt 2 (2010년 입주예정, 41가구)

〈비엔나 시청 내부자료, 2008〉

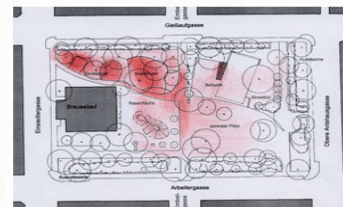
- 2) 이 밖에도 소녀들을 공원설계과정에 참여시켜 공간선호유형을 반영한 성인지 공원(Gender-Perspective Park)을 기존 공원의 개선사업 및 신규 공원으로 확장하고 있다.
- 3) 특히, 성주류화 모델 자치구인 마리아힐프(Mariahilf)는 성별영향평가를 실시하여 여성의 안전과 특성을 고려한 교통환경(보도폭원 확장, 안전관리, 도로변 쉼터 마련, 도로 가각부 연계 등) 개선에 주력하고 있다.



Odeonpark



Draschepark

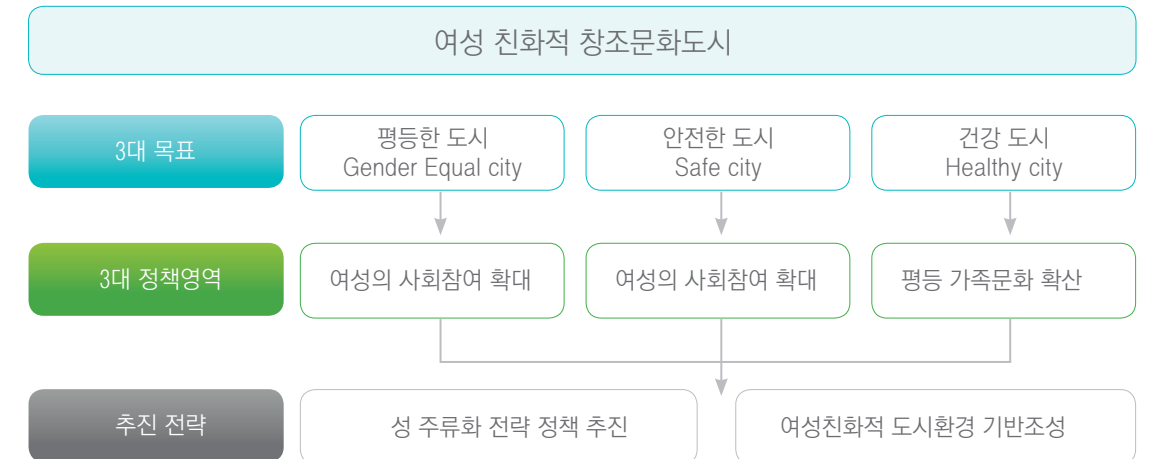


usability analysis Einsiedlerpark

〈비엔나 시청 내부자료, 2008〉

3. 공공디자인컨설팅시 예상되는 기술적 · 경제적 파급효과

가. 익산시 여성친화도시 추진 목표



나. 익산시 여성친화도시 추진 효과



4. 공공디자인컨설팅의 목표

가. 익산시 여성친화도시 공공디자인 목표

- PI 컨셉 적용을 통한 공공디자인 전략의 구체화
- Considerate, Attractive, Equality 전략을 기반으로 한 디자인적 요소 추출을 통해 공공디자인의 체계성 구축

PI	여성과 함께 모두가 행복한, Gender City, IKSAN		
Design Strategy	Considerate Design	Attractive Design	Equality Design
Design Elements	여성의 탄생 배려와 보호 안전한 성장	건강한 도시 싱그러운 매력 현재의 빛	미래의 발전 성(性)의 평등 문화의 순환

나. 익산시 여성친화도시 공공디자인 단계 방향

1) Solution 1. Considerate Design

(가) 따스하고 포근하게 안아주고 배려하는 도시 이미지 구축

(나) 시각적 조형성을 통한 도시 미관 형성

① 기본원칙

- ㉠ 각 시설물에 적용할 기본적 디자인 요소를 통합적 적용을 통한 효율적 결과 도출
- ㉡ 시설물 이용자 중심의 디자인 시스템 구축, 업그레이드를 위한 디자인 계획
- ㉢ 포용과 배려를 기본으로 안전한 도시로의 이미지를 느낄 수 있는 시설물 조성
- ㉣ 자연 친화적이고 지속가능한 소재의 활용으로 살기 좋은 도시로의 환경 유도

2) Solution 2. Attractive Design

(가) 오랜 친구처럼 항상 함께하고 즐거운 행복한 도시

(나) 생동하는 도시 공간 디자인을 통한 도시 매력도 제고

① 기본원칙

- ㉠ 공간적 맥락과 특성이 살아있는 디자인 가이드라인을 수립하여 공공영역에 생동감 부여
- ㉡ 차별화된 디자인요소를 통해 공간 및 권역별 디자인 특화 지향, 디자인 심미성
- ㉢ 여성들의 다양하고 적극적인 활동을 지원하기 위한 커뮤니티 공간 조성
- ㉣ 시각적 감동이 있는 신선하고 매력적인 공공디자인 조성

3) Solution 3. Equality Design

(가) 평등도시의 본질적 목표인 균형 있는 도시 공간 구축

(나) 다양한 소통과 교류를 통한 열린 도시 디자인

① 기본원칙

- ㉠ 진정한 의미에서의 평등도시를 위한 시민들의 인식 제고
- ㉡ 여성들의 적극적 활동을 수용할 수 있는 공공디자인 조성
- ㉢ 여성과 남성의 내·외적 교류 확대를 통한 익산시 여성친화 도시정책 활성화
- ㉣ 남성과 여성 모두를 위한 보편적 공공디자인을 통해 양성평등 문화의 정착 유도

5. 공공디자인컨설팅 내용 및 범위

가. 디자인 컨설팅 기술개발 유형_ As-Is 분석

1) 설문 모집단 개요 (총 316 표본)

(가) 기간: 2009. 8. 26 ~ 2009. 8. 27

(나) 대상: 익산 일반시민

(다) 방법: 설문지를 이용한 정량, 정성적 방법 (직접설명 회수)

(라) 영역: 익산여성회관, 원광대학교, 익산 시청 등 익산시 일대

(레) 내용

- 익산시 일반시민에게 있는 익산시 도시성격 이미지
- 익산시 여성친화도시가 지향할 경쟁력 방향
- 여성친화도시를 위해 가장 우선시되는 사업
- 여성친화도시 PI 이미지/색상/형태 등

2) PI 디자인을 위한 설문 조사 분석 요약

(가) 여성친화도시, 익산에 대한 인식 및 태도

- 문화시설의 부족함으로 인해 문화적 삶에 대한 욕구가 높은 것으로 조사
- 정책 중 가시적인 효과를 볼 수 있는 정책들은 안전한 도시, 건강한 도시 쪽에 집중되어 있음
- 교통 발전과 뉴타운 등 거주 도시로의 발전 가능성 강함
- 이미 실행중인 정책에 대한 인지도와 호감도가 상당히 높음
- 1인 가구의 비율이 상당히 높음.(안전, 건강에 대한 욕구 증대)
※시민들에게 피부에 와 닿는 정책 선행실행 및 적극적 참여를 위한 홍보와 확산이 필요함

나. Concept 키워드 도출

1) Considerate : 안전성을 바탕으로 여성친화적 도시 이미지 / 배려와 포용으로 안전하고 좋은 도시

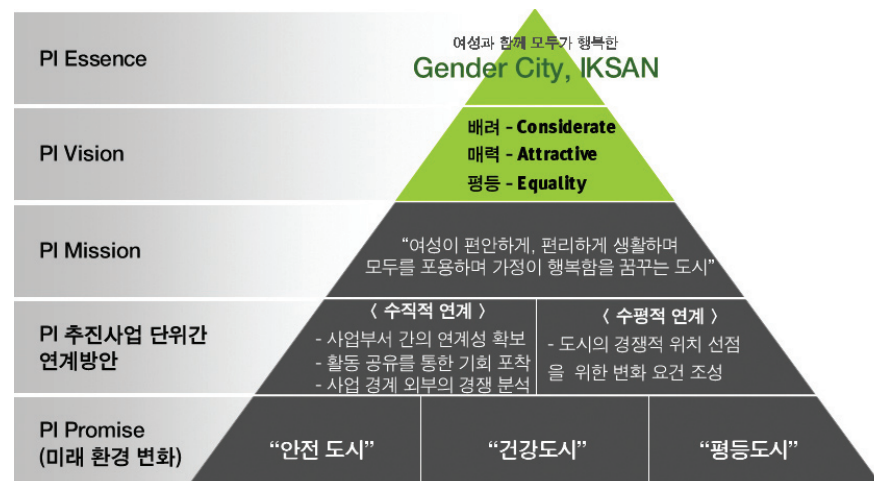
2) Attractive : 건강하고 능동적인 여성친화적 도시 이미지 / 건강한 일상 속에서 매력적인 여친 도시

3) Equality : 남녀 모두 평등한 삶을 사는 여성친화적 도시 이미지 / 양성평등으로 모두 함께 잘 사는 평등 도시

→ PI Concept : 여성과 함께 모두가 행복한 Gender City, IKSAN

다. Place Identity Platform

1) 익산시 여성친화적 공공디자인만의 핵심 비전 도출



→ 키워드 도출과 브랜드 플랫폼을 통한 PI Concept
여성과 함께 모두가 행복한 Gender City, IKSAN

라. 익산시 여성친화도시 마스터플랜과 로드맵



1) 마스터플랜과 로드맵 _Hardware : 여성친화 분야별 사업

■ 목표 : 여성친화도시의 이미지 확립을 위한 선도적 디자인 정책

(가) Executive system

- ① 통합적이고 체계적으로 여성친화 정책 사업을 운영하기 위한 효과적인 추진 체계 확립
- ② 사업진행을 원활하게 추진하기 위한 선도적인 법적 행정적 제도 개선
- ③ 예산 및 집행 관리에 필요한 전담 부서 운영을 통해 집중적이고 효율적인 협조
- ④ 공공 부분과 민간 부분의 디자인 부문 연계 강화

(나) Collaboration network

- ① 여성친화 사업에 필요한 사업부간의 원활한 교류 및 일관성 있는 소통을 위한 네트워크
- ② 전문가 시민단체 공공기관의 디자인 인식전환을 위한 개혁 네트워크
- ③ 여성친화 디자인 문화조성과 활성화를 위한 홍보네트워크

(다) Voluntary participation

- ① 여성친화 디자인 부분에 대한 시민의 참여방안 마련 insight program
- ② 시민단체 및 교육기관 등 공공 기관의 연계 활성화를 통한 디자인 관련 approach program
- ③ 디자인 문화 확산과 인식 제고를 위한 다양한 디자인 연계

(라) Developer collaboration

- ① 민간부분의 공적영역과 사적영역에 대한 디자인 공조
- ② 여성친화 사업의 초기부터 디자인부분의 협력

2) 마스터플랜과 로드맵 _Software : 공공 이미지

■ 목표 : 여성친화도시 익산의 위상과 정체성을 알릴 수 있는 이미지 정립

(가) 도시이미지

- ① 공공기관 및 외부진입 경관 이미지 디자인을 통해 여성친화도시 이미지 표출
- ② 랜드마크적 공간의 통합 이미지 연출을 통해 대표성을 표출
- ③ 도시이미지 표출을 위한 여성친화도시 환경색채 기본방향 수립

(나) 지역이미지

- ① 권역 별 지역의 환경특성과 부합하는 중경의 환경색채 적용 방안 구축
- ② 권역 별 사인 및 정보환경 색채 구현 방안
- ③ 신도시, 산업단지 등 지구 단위 별 특성화 및 통합화

(다) 거리이미지

- ① 여성친화 특화거리 연출을 위한 옥외 광고물 가이드라인 수립 및 시각적 이미지 전략 수립
- ② 용도 지역별 거리의 활용 및 분위기를 고려한 환경색채 가이드라인 수립

(라) 랜드마크 이미지

- ① 조형물, 건축 및 도시구조물 등 여성친화도시의 상징과 이미지 표출을 위한 요소로 활용 가능

3) 마스터플랜과 로드맵 _Software : 공공 공간

- 목표 : 도시 구조 및 활용도가 높은 여성친화공간 형성

(가) Communication Space

- ① 여성과 남성 모두가 모여 정보와 의견을 나눌 수 있는 소통하고 교류의 장 마련

(4) Culture Space

- ① 예술, 문화를 누릴 수 있는 Open Space 조성
② 볼거리, 놀거리, 먹거리 등 다양한 문화적 활동을 포괄할 수 있는 공간 조성

(다) Rest Space

- ① 자연과 호흡하고 산책할 수 있는 편안한 쉼터의 공간 조성
- ② 도심공원, 산책로 등 친환경적이지 여성친화적 공간의 특성부각

(라) Equality Space

- ① 양성 평등을 구현하는 프로그램이 함께 하는 공간을 조성하여 성인지적 양성 평등의 교육 시도

4) 마스터플랜과 로드맵 _Software :공공 시설물

- 목표 : 여성 및 사회약자를 배려한 공공디자인으로 도시경관에 조화를 이루는 공공시설물 구성 및 설치

(가) 안전성 : 누구나 안심하고 쉽게 사용할 수 있도록 안전성과 인체공학을 고려한 디자인

(나) 기능성 : 장식적인 요소를 최소화하고 기능 측면을 우선하는 디자인

(다) 환경성: 무분별한 색채 사용을 지양하며, 색채를 사용할 경우는 지정 색채의 범위에서 주변 환경에 부합하게 디자인하여 사용

(라) 연속성 : 시각적, 심리적 개방성을 높여 도시경관의 연속성을 높임

5. 공공디자인컨설팅 최종결과

가. 개요

1) 시범거리 선정 배경

- 여성들이 가장 많이 이용하는 대형쇼핑몰이 위치한 대상지에 안전/사회적 약자에 대한 배려 등 고려한 여성친화적 디자인 적용
- 공간적 범위 : 우남샘물타운사거리 ~ 백제약국 구간(460m)
- 예산 : 약 166,480만원 *산출내역 별첨
- 기간 : 4~6개월

나. 시범거리 현장 진단

1) 주요 공간 분석



공공 공간	도시기반 시설 및 건축물 환경 ➔ 기존의 보도, 주차장, 도로 등 도시 기반 시설들에 대한 자원훼손 저감 방안 및 효율적 보존 방안 모색
공공 이미지	정보매체 및 거리의 주·야간 경관 ➔ 여성친화적 거리로의 경관 조망 차별화를 위한 이정표 및 사인물, 안내도 등에 대한 통일성과 규격 확보 방안 모색
공공 시설물	보행 및 편의 시설물 ➔ 이용자들의 편의를 최우선으로 생각 하는 보행 및 편의, 관리 시설물 개선·활용 방안 모색
핵심사업	영등지하보도 ➔ 어둡고 통행이 불편하여 이용률 저하 및 우범지역으로의 인식 변화 방안 모색

2) 여성친화 시범거리 공공디자인의 과제

가) 공공 공간

- 주변경관과 어우러진 친환경 커뮤니케이션 공간 확보
- 여성 및 교통약자를 위한 무장애 보행 공간
- 여성뿐만 아니라 누구나 이용할 수 있는 쾌적하고 편리한 공간 조성
- 보행자 중심 공간

나) 공공 이미지

- 가독성과 시인성 중심의 디자인
- 이해하기 쉬운 표현
- 연계 가능한 매체의 통합
- 색상 및 표현 방식의 표준화

다) 공공 시설물

- 여성 및 사회적 약자의 행동양식을 고려한 사용자 중심 디자인
- 기능 중심의 간결하고 세련된 디자인
- 크기와 형태 최적화 및 연계 가능한 시설 통합
- 친환경성과 내구성을 고려, 지속가능한 디자인

다. 여성친화 시범거리 환경 조성 디자인 컨설팅 예시안

1) 영등지하보도 공공디자인 컨설팅



(가) 이용자 안전성 강화를 위한 방법시스템 확보

- ① 심야시간에 우범지대로 변화 우려되는 영등지하보도의 접근성 향상을 위해 내부에 설치된 CCTV와 연동한 스크린을 외부에 설치하여, 지하보도 진입시 내부 상황을 인지하여 사용자가 안심할 수 있도록 안전성 확보
- ② 개방형 선큰 설치
- ③ 진입부 전기 조명 공사
 - 채광 확보 및 어두운 내부 이미지 개선 및 시각적 심리적 야간 이용자들의 편의성을 향상 및 개방성을 확보
 - 지하보도 내 방범카메라를 설치하고 양측 입구에 스크린 설치를 통해 내부 상황 판단이 가능하도록 개발
- ④ 이용자 편의성 강화를 위한 엘리베이터 설치
- ⑤ 내부 전기 및 조명 공사
- ⑥ 채광 확보 및 어두운 내부 이미지 개선을 위한 재질 및 색상 변화를 통한 인테리어 공사
 - 지하보도의 천정높이를 높이고 턱이진 곳을 제거하며 시각적 연속성을 주고 전방 시야의 방해감을 없애며 Backpaint Glass를 활용하여 좌우의 좁은 공간이 넓어 보이는 효과 확보

2) 영등지하보도 출입 엘리베이터 및 쉼터 공공디자인 컨설팅

(가) 이용자 편의성 강화를 위한 엘리베이터 설치

- 장애우와 유모차 이용자들의 지하보도 이용이 용이하도록 지하 보도사이 공간에 승강기를 설치하여 사회적 약자의 이용 편의성을 증진
- 엘리베이터는 투명한 유리로 제작하여 내부상황 파악이 용이하게 제작



(나) 휴게공간 설치

- Dead Space 공간인 가로수 사이 공간과 지하보도 사이 큰 사이공간을 활용하여 쉼터를 만들어 줌으로써, 도심 속 휴게공간을 제공



(다) 주변경관과의 조화

- 화강석 판재로 보도를 통일하여 보행자들의 시각적 혼란을 줄이고 휴지통, 벤치 등의 거리요소는 주변경관과 어울리는 색상을 적용

3) 중심도로 거리요소 공공디자인 컨설팅



(가) 안전성과 심미성을 고려한 블라드 설치

- 주변 가로시설물과 동일한 색상의 블라드 사용으로 시각적 공해를 없애고 차량통행을 제어하는 효과 획득.
- 발포우레탄 재질 마감 및 지주밑부분에 탄성스프링 사용으로 사람이 블라드에 부딪혔을 때 충격 감소

(나) 화강석을 이용한 자연친화적 보도 블럭

- 재료 본연의 소재로 보도를 통일하여 보행자들의 시각적 혼란을 줄임
- 균일한 높이와 블록 사이의 공간을 최소화하여 휠체어나 유모차 이용시 용이하며 하이힐을 신는 여성들도 배려함

(다) 가판대, 블라드, 전력제어버스 색상 통일

- 전력제어버스 및 휴지통, 가판대, 벤치 등의 거리요소는 저채도의 동일한 색상을 적용하여 보행자들의 시각적 분산을 최소화

공공디자인컨팅 사례집

인쇄일 2012. 5
발행일 2012. 5
발행처 한국디자인진흥원
경기도 성남시 분당구 야탑동 양현로 322 코리아디자인센터
tel. 031-780-2112 tax. 031-780-2026
펴낸곳 한국디자인진흥원 사업본부 디자인개발실 디자인개발팀
제 작 (주)근아프린팅