

# 라이프스타일 트렌드의 발신지 2021 서울리빙디자인페어



2021 서울리빙디자인페어  
기간 5월 26~30일  
장소 코엑스 전관  
주최 디자인하우스, 코엑스, MBN  
주관 행복이 가득한 집  
웹사이트 livingdesignfair.co.kr

지난 5월 26일부터 5일간 코엑스 전관에서 열린 2021 서울리빙디자인페어(이하 SLDF)가 누적 관람객 약 12만 명을 기록하며 성황리에 막을 내렸다. 올해 주제인 '공간이 바뀌면 삶이 바뀐다'라는 주제로 총 300여 개 브랜드, 1800개 부스가 참가한 가운데 뉴 노멀 시대에 맞춰 진화하는 라이프스타일과 홈 퍼니싱 트렌드를 소개했다. 지난해 갑작스럽게 터진 코로나19 사태로 인해 한 차례 행사가 취소된 아픔을 겪은 터라 참가사들은 한결 탄탄한 기획으로 중무장하고 관람객을 맞이했다. 올해 기획 전시 <디자이너스 초이스>에는 덴스크 김호진 대표와 조명 브랜드 아고 유화성 아트 디렉터, 스위스 디자인 스튜디오 빅게임을 초대해 독특한 디자인 철학과 상상력으로 가득 찬 부스를 선보였다. 한편 SLDF에 처음 참가한 서울옥션은 '예술이 있는 집'이라는 주제로 경매 시장의 벽을 허물고 미술 컬렉터들에게 리빙 디자인을 적극 소개하기도 했다. 올해 SLDF에서 주목할 만한 여섯 가지 키워드와 함께 화제가 된 전시와 제품을 두루 살펴봤다.

## 조명받는 국내 조명 브랜드

국내에서 조명 디자인이 주목받기 시작한 것은 그리 오래되지 않았다. 집 층고가 높은 유럽이나 미주 지역에서는 실링 라이트나 다운 라이트만으로 공간을 밝히기 쉽지 않았고 이것이 조명의 다양화로 이어진 것과 달리, 평수가 작고 천장이 낮은 국내에서는 대체로 직부등을 중심으로 조명이 발달했기 때문이다. 하지만 최근 공간에 대한 관심이 높아지면서 조명 브랜드의 약진이 두드러지는 추세다. 이를 대변이라도 하듯 올해는 조명 브랜드의 활약이 눈에 띄었다.



아고 유화성 아트 디렉터×빅게임, <에브리데이 모먼트 Everyday Moments>전 '옛 친구'라는 뜻의 한자어로 이름 지은 브랜드 '아고雅故'는 국내외의 실력 있는 디자이너들과 긴밀히 협업하며 간결하고 절제된 조명 디자인을 개발해왔다. 이번 SLDF에서 그들의 협업 파트너로 등장한 것은 스위스의 디자인 스튜디오 빅게임 Big-Game. 알레시, 헤이, 네스프레소 등과 작업한 빅게임은 주요 국제 디자인 컬렉션에도 자주 등장한다. 아고와 빅게임은 디자이너가 바라본 일상의 공간을 재구성한 부스로 일상의 아이템이자 디자인 오브제로서의 조명을 조명했다. 샹들리에와 플로어 스탠드, 펜던트 등이 미니멀하면서도 존재감을 확실히 드러내며 평범한 일상 속에서 존재할 수 있는 조명의 미감을 보여주었다.

디자인 아고(대표 이우복), 빅게임(오귀스탱 스코트 드 마르팅빌 Augustin Scott de Martinville, 엘릭 프티 Eric Petit, 구아르 장모노 Grégoire Jeanmonod)

## 일광전구, <Light the Light>전

1962년부터 장인 정신을 바탕으로 다양한 광원과 전구 개발에 힘쓴 일광전구는 올해 페어에서 'Light the Light'를 슬로건으로 조명 기구 브랜드 IK 시리즈를 선보였다. IK 시리즈는 일광전구가 설립된 1960년대 이후의 건축, 인테리어, 디자인, 미술에서 영감받아 디자인한 조명 기구 시리즈다. 특히 부스에서는 정식 제품으로 출시되기 전 연구 단계의 프로토타입 라인과, 기본에 충실한 제품으로 출시한 프로덕션 라인을 소개해 눈길을 끌었다. 공간 한편을 대구경북디자인센터의 디자인소재은행과 함께 구성해 신제품을 기획하며 공동 진행한 소재 연구 프로젝트도 공개했다. iklamp.co.kr

디자인 제로식스포(대표 권순만), zerosixfour.com



## 집의 재구성

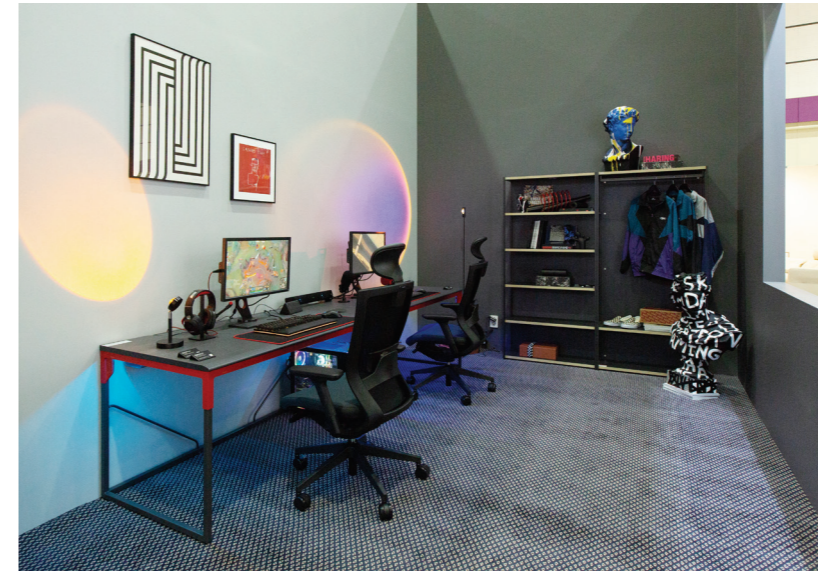
코로나19로 인해 집에 상주하는 시간이 늘어나면서 집을 새롭게 바라보는 경향이 생겨나고 있다. 일례로 산업연구원은 수요 촉진 정책 완화, 주택 경기 위축 등 부정적 요인에도 불구하고 올해 가전 내수 시장이 0.1%가량 커질 것으로 전망했다. 사람들은 기존에 밖에서 쓰던 지출을 모두 집 안으로 돌리고, 집은 덩달아 다양한 활동이 일어나는 다차원적 공간으로 진화하게 됐다.



### 김효진, <레이어드 홈 Layered Home>전

복유립 가구 편집숍 덴스크를 운영하는 김효진은 여러 가지 기능을 겸해야 하는 주거 공간에 대한 고민을 이번 전시에 담았다. 집이 재택근무를 위한 오피스, 손님을 맞이하는 라운지, 식사를 위한 다이닝 공간을 겸할 수 있음을 다양한 사물로 표현하고, 무엇보다 중요한 것은 나만의 공간에서 누리는 진정한 내면의 휴식임을 강조했다. 모든 사물을 민트색으로 연출한 부스에서 사람들은 공간을 채우는 물건과 소유에 대해 생각해볼 기회를 가졌다. “한 가지 사물을 소유한다는 건 여러 책임이 따라오는 것이지만, 우리는 그 책임에 대해 무심하며 인지하지 못하고 있다. 가치 있는 물건도 쓰레기가 될 수 있기에, 무엇보다 소유에 대한 가치 소비가 어느 때보다 중요해지고 있다.” 전시를 기획한 김효진 대표의 말이다. <레이어드 홈>전은 공간을 채우는 것만큼 비우는 것도 중요하다는 사실과, 가치 있는 물건을 알아보는 안목과 책임 있는 소비의 중요성을 환기시켰다. dansk.co.kr

디자인 덴스크(대표 김효진)



### 데스커, <워크 smarter, 리브 better & 홈 Work Smarter, Live Better at home>전

사무용 가구 브랜드로 알려진 데스커는 이번 SLDF에서 지속적으로 증가하는 ‘홈오피스족’을 제대로 겨냥했다. ‘홈 오피스’와 ‘게이밍 룸’ 두 가지 콘셉트의 공간을 재현하며 다양하게 전환된 집의 역할을 강조한 것이다. 데스커의 스펙트럼 넓은 책상은 홈 오피스, 홈 PC방, 홈 카페 등 어떤 용도의 공간에도 실용적으로 배치할 수 있다는 점이 돋보였다. 특히 ‘모션 데스커’는 전동으로 높이 설정이 가능해 스탠딩 책상으로도 사용 가능하며 장시간 앉아 있는 사용자에게 움직여야 할 시간을 알려주는 스마트 알람도 장착되어 있어 눈길을 끌었다. 또 현장에서는 글로벌 e-스포츠 구단 ‘젠지 이스포츠’ 팀 소속 크리에이터들을 초청해 라이브 방송을 펼치는 등 다양한 볼거리를 제공했다. desker.co.kr

디자인 데스커 브랜드 디자인 1팀(대표 강성문)



### 하우스 오브 세그먼트

야외 활동이 줄어들고 집에서 여가를 보내는 사람이 많아진 만큼 세그먼트는 이번 페어에서 주거 공간에 유머와 재미를 더할 수 있는 다양한 인테리어 제품을 소개했다. 거대한 빈백과 파라솔, 해먹이 눈길을 끈 부스는 주거 공간도 휴양지처럼 꾸밀 수 있는 라운지 가구와 소품으로 채워졌다. 네덜란드 팻보이 제품을 포함해 프랑스 모조, 베드앤필로소피 제품을 전시해 관람객이 편히 쉬면서 제품을 온전히 체험할 수 있도록 했다. 이번 전시를 통해 세그먼트는 공간 안팎의 경계가 희미해지는 최근의 경향을 보여줬다. segment.kr

디자인 세그먼트(대표 박상희)

## 여전히 건재한 북유럽 디자인

한편에서는 “스칸디나비아 스타일은 이제 한물간 것 아니냐?”고 반문할지 모르지만, 이번 SLDF는 지난 십수 년간 라이프스타일 시장의 절대 강자로 군림했던 북유럽 가구 브랜드들이 그리 쉽게 왕좌에서 내려오지 않는다는 것을 보여주었다. 리빙 디자인 어워드 ‘눈에 띄는 공간상’을 수상한 무토를 비롯해 핀 울, 베르너 판톤의 전시 부스는 독창적인 연출로 건재함을 과시했다.

### 무토

스칸디나비아 디자인의 전통을 새로운 관점으로 해석하는 무토는 특유의 컬러감으로 시선을 끌었다. 침실과 서재의 기본 아이템인 테이블 조명부터 오피스에서 사용할 수 있는 감각적인 펜던트 램프까지 총 30가지가 넘는 조명 아이템은 북유럽 특유의 실용적이면서도 간결한 디자인을 자랑했다. 무토가 구현한 생활 속 공간은 간결한 디자인의 소파와 테이블, 의자 등으로 시간이 지나도 질리지 않을 실내 인테리어를 선보이며 방문객들의 소장 욕구를 자극했다. 코로나19로 인해 해외 브랜드의 참가가 특히 어려웠음에도 불구하고 대표적인 북유럽 브랜드 무토가 덴마크에서 직접 가구를 보내 SLDF에 참여한 것은 한국 인테리어 시장의 성장과 그 존재감을 뜻한다. muuto.com

디자인 무토 비주얼 머천다이징 팀  
설치 무토 코리아(하재훈, 손사라, 김태우)



### 심보의 취향, <베르너 판톤을 초상하다>전

건축 스튜디오 ‘고약한 심보’ 변재홍 대표는 ‘심보의 취향’이라는 한옥 전시 공간에서 디자이너의 취향이 반영된 가구와 오브제를 선보이고 있다. 프리츠 한센, 루이스 폴센, 허먼 밀러 등 저명한 서양 디자이너의 가구를 모아온 그가 이번 페어에서는 다양한 재료와 색채를 실험한 덴마크 디자이너 베르너 판톤의 가구를 집중 조명했다. 반투명한 오렌지색 부스를 가득 채운 베르너 판톤의 알록달록한 가구는 ‘형태보다 색채가 중요하다’는 그의 디자인 철학을 보여주기에 충분했다. 1967년 판톤 체어부터 1998년 판톤이 사망하기 전까지 선보인 가구와 오브제를 전시했으며 움직임에 따라 빛이 다양한 각도로 반사되는 SP1 램프를 비롯한 화려한 조명 제품이 생동감을 더했다. simbo.kr

디자인 심보의 취향(대표 변재홍)

## 자연을 들이다

“저것은 넘을 수 없는 벽이라고 고개를 떨구고 있을 때 / 담쟁이 잎 하나는 담쟁이 잎 수천 개를 이끌고 결국 그 벽을 넘는다.” 도종환 시인의 ‘담쟁이’ 중 일부다. 올해 SLDF 곳곳에서는 자연을 감각적으로 활용한 부스들이 눈길을 끌었는데 마치 팬데믹으로 인해 막막한 현실을 자연으로 위로받으려는 듯한 모습이였다.

### 마이알레×행복이 가득한 집, <바우어새에게 바치는 정원>전

SLDF를 주관하는 <행복이 가득한 집>은 마이알레와 협업해 자연을 전시장에 들여왔다. 1999년 설립한 마이알레는 조경, 플랜테리어, 랜드스케이프 디자인 등을 통해 공간과 자연을 연결하는 회사다. 이번 부스는 ‘바우어새에게 바치는 정원’이라는 콘셉트로 조성했는데 형형색색의 잡동사니로 동지를 장식하는 바우어새에게서 영감을 받았다. 호주와 뉴기니에 주로 서식하는 이 새는 동지를 마치 정자(바우어)처럼 아름답게 꾸며 앉을을 유혹하는데 마이알레는 각종 초화로 부스를 바우어새 동지처럼 꾸미고 여기에 화기, 정원 도구, 보태니컬 프린트, 인형 등 라이프스타일 제품을 색깔별로 배치하는 등 마치 숲속에 들어온 듯한 경험을 선사했다. <행복이 가득한 집>도 독자들을 위한 ‘행복 셀렉션’을 선보였는데 그중 프리미엄 솔트 캐리멜 ‘당거주의’가 눈길을 끌었다. happy.designhouse.co.kr

디자인 마이알레(대표 김철주), myallee.co.kr



### 윤현상재, <일상, 위요감>전

문화를 기획하는 타일 전문 유통 회사 윤현상재의 부스는 올해 SLDF에서 가장 화제가 된 곳 중 하나로 리빙 디자인 어워드 특별상을 수상했다. 최주연 윤현상재 부사장이 기획한 이번 전시의 키워드는 ‘위요감’. 위요감이란 무언가에 둘러싸였을 때 느끼게 되는 아늑한 공간감을 말한다. 식물과 공예, 타일로 공간을 채워 고요한 위요감을 연출한 <일상, 위요감>전은 코로나19로 인해 지친 내면을 들여다보고 사색에 잠기도록 이끌었다. 임태희디자인스튜디오가 공간 연출을 협업하고 슬로우파마씨가 플랜테리어를 연출했다. 이 밖에 여러 공예 작가와 디자이너, 브랜드 등이 참여했다. younhyun.com

디자인 윤현상재 스페이스 비이(Space B-E)(대표 김경수)  
공간 협업 임태희디자인스튜디오(대표 임태희),  
limtaehestudio.com  
브랜드 협업 슬로우파마씨(대표 이구름·정우성), slowpharmacy.com, TWL(대표 김희선·길우경), twl-shop.com  
협찬 지복득마루(대표 지복득), jibokdeukmaru.com  
참여 작가 강석근, 남미혜, 류연희, 백경원 등 27명  
사진 제공 스페이스 비이

## 아시아 디자인, 라이프스타일을 삼키다

그동안 이어진 서구 중심의 라이프스타일 트렌드에 작은 균열이라도 생긴 것일까? 올해 SLDF에서는 유독 동양의 감성을 앞세운 전시가 눈길을 끌었다. 트렌드의 패권은 결국 누가 대중의 감각을 점유하느냐에 달려 있다. 강렬한 인상을 남긴 이 전시 부스들은 라이프스타일의 패러다임이 동쪽으로 기우는 것을 암시하는 듯했다.



### 하동군, <하동으로부터, 찾이의 시절>전

경남 하동은 국내 최초의 녹차 시배지로 알려져 있다. 이곳 녹차는 예로부터 왕의 진상품에 오를 정도로 우수한 품질을 자랑했다. 하동군은 2022년에 열리는 하동 세계 차 엑스포를 홍보하고자 페어에 참여했다. 이번 전시를 기획한 뷰로 드 끌로디아 문지윤 대표는 “하동의 시를 들려줄 생각으로 안견의 ‘산시청람’, 추사 김정희의 ‘다반향초’ 속 구절을 전시장에 옮겨놓았다. 산속에 펼쳐진 야생 차밭, 평사리 들판, 끝없는 초록빛 산등성이, 손으로 수확한 보드랍고 말간 녹차의 여린 잎 등 하동의 공기와 시간을 전시를 통해 환기해보고자 한다”라고 밝혔다. 하동의 다양한 야생 차를 소개하는 이 공간을 돋보이게 한 것은 다양한 창작자들의 작품이었다. 한지에 인쇄한 목진경 사진작가의 하동 풍경 사진, 김진완·염동훈·정지원·안용우 작가의 차 도구와 도자 작품, 황남주 작가의 캘리그라피, 장세희 작가가 연출한 식물과 초화가 절제된 가구와 함께 어우러졌다. 하동군은 동양의 감성과 차의 매력을 극대화한 전시로 리빙 디자인 어워드 공간상을 받았다. hadong.go.kr

디자인 뷰로 드 끌로디아 @bureau\_de\_claudia  
참여 작가 목진경, 김진완, 염동훈, 정지원, 안용우, 황남주, 장세희



### 사일로랩, <풍화, 아세안의 빛>전

인터랙티브 미디어 아트 랩을 표방하는 사일로랩은 공학, 디자인, 영상을 전문으로 하는 미디어 아티스트들로 구성되어 있다. 이들은 기술과 예술의 접점에서 몰입형 경험(immersive experience)을 제공하는 특별한 키네틱 미디어 아트로 D홀 전체를 채웠다. 자연과 동양적 요소에서 영감을 받은 <풍화, 아세안의 빛>전은 2019년 국립아시아문화전당에서 첫선을 보였으며 이후 부산 아세안문화원, 담양군 담빛예술창고에서 차례로 관람객을 만났다. 몽환적인 음악과 함께 풍동 180개의 움직임을 일렁이는 물 위에 담아낸 연출은 관람객에게 감동적인 장면을 선사했으며 SLDF 기간 동안 포토 스폿으로 인기를 끌었다. silolab.kr

디자인 사일로랩(대표 이영호·박근호)  
후원 국립아시아문화전당, 디자인하우스



### 렉서스, <비저너리 뮤지엄>전

2017년부터 렉서스는 숨은 장인을 발굴해 지원하며 크래프트맨십 문화를 알리는 '렉서스 크리에이티브 마스터즈' 프로젝트를 추진하고 있다. 이번 SLDF에서 렉서스는 내일에 대한 상상을 현실로 구현한다는 의미를 담은 '비저너리 뮤지엄'을 콘셉트로 공예와 모빌리티의 비전을 동시에 제시했다. 역대 렉서스 크리에이티브 마스터즈의 작품과 올해 선정 작가들이 디자인한 렉서스코리아 20주년 스페셜 에디션을 함께 선보인 것. 그중에서 비닐봉지 등 쉽게 버려지는 일상 소재에 열을 가해 공예로 재탄생시키는 김지선 작가의 베이스와 램프는 탄소 중립과 환경에 대한 메시지를 전달해 눈길을 끌었다. 부스 한편에 전시한 렉서스 전기차(BEV) 콘셉트카 'LF-30'은 대담하고 미래지향적인 외관 디자인, 자동 운전 기능이 도입된 인테리어, 전동화 기술과 운동 제어 기술이 융합된 신기술 '렉서스 어드밴스드 포스처 컨트롤'을 도입한 모델이다. 부스 중앙에 '비저너리 로드'라는 계단을 설치해 전시장을 한눈에 내려다볼 수 있게 한 것도 특징. 친환경 전기차와 공예의 만남은 미래를 위해 우리가 지켜야 할 소중한 가치를 일깨워줬다. lexus.co.kr

디자인 렉서스코리아(대표 타케무라 노부유키)  
참여 작가 김지선, 박성훈, 이다솔, 채민우 등 13명  
사진 제공 렉서스코리아

## 눈길을 끈 제품 디자인

올해 SLDF에서는 매력적인 전시 디자인만큼이나 완성도 높은 제품들이 눈에 띄었다. 저마다 차별화된 콘셉트와 사용자 경험을 면밀히 반영한 디자인이 행사장의 볼거리를 더했다.

### 에르고시스템의 익스트림


‘인체 공학’이라는 의미의 ‘에르고믹스(ergonomics)’와 ‘시스템 system’이 합쳐진 ‘에르고시스템(ergosystem)’이라는 이름에서 알 수 있듯 올바른 자세를 유지하는 데 도움이 되는 가구를 선별해 소개하는 컬렉션 브랜드다. 이 중 이번 SLDF에서 제품상을 수상한 노르웨이 브랜드 바리에르(Varier)의 의자 ‘익스트림 Ekstream’은 실용적이면서도 혁신적이다. 앉는 방법이 의자 형태에 따라 정해지지 않고, 어떤 방식으로 앉아도 허리를 곧게 펼 수 있도록 몸을 지지한다. 단단하면서도 부드러운 착석감을 자랑하며, 의자 겉면의 패브릭은 뉴질랜드와 호주의 양모로 만들어 신축성 있고 내구성도 강하다. 앞으로, 뒤로도, 옆으로도, 잠깐 기대어도 앉을 수 있는 이 의자는 집 안에서 인테리어 오브제의 역할도 톡톡히 하고 무게도 가벼워 어린이가 마음껏 가지고 놀아도 위험하지 않다. [ergosystem.co.kr](http://ergosystem.co.kr)

디자인 테리에 엑스트림 Terje Ekstrøm  
사진 제공 에르고시스템



### 리모프렌즈의 모온

‘생활을 디자인하다’를 슬로건으로 내세우는 모온은 사회적 기업과 협업해 소외된 사람들에게 일자리를 제공하는 이른바 착한 기업인 리모프렌즈에서 출시한 브랜드다. 모온의 무선 청소기 ‘오비콤 플러스’와 물걸레 청소기 ‘오비콤 워터’는 심플한 디자인과 가벼운 무게, 직관적인 UI가 강점. 한편 모온은 환경을 위한 ‘모온그린 프로젝트’를 추진하고 있는데, 그 결과물인 ‘모온그린 마스크’는 끈이 없는 대신 영구적으로 사용 가능한 스트랩을 별도로 제작해 마스크에 부착할 수 있도록 했다. 일회용 마스크를 사용할 때 발생하는 엄청난 양의 폐기물을 줄이자는 취지의 이 아이디어는 버려지는 나일론 끈의 양을 획기적으로 줄일 수 있다. 마스크의 주름에 맞춰 콤팩트한 사이즈로 제작한 패키지에도 비닐 대신 재생 종이를 사용해 환경을 위한 최적의 솔루션을 제시했다. [mo-on.co.kr](http://mo-on.co.kr)

디자인 리모프렌즈(대표 장광식)  
사진 제공 모온 

글 월간 <디자인> 편집부 사진 디자인하우스 사진부