

# INTERIOR DESIGN KOREA 2019

## 인테리어디자인코리아

취재 남형권 | 사진 정태호, 윤학신 외 | 문의 메세이상 (02)6121-6430 www.indko.co.kr

2019 인테리어디자인코리아가 지난 2월 20일부터 24일까지 일산 킨텍스 제2전시장에서 성황리에 개최되었다. 올해 전시는 리빙과 홈스타일링에 집중되었던 전례를 벗어나 인테리어 영역의 저변을 확장하는 자리였다. 인테리어를 완성하는 새로운 솔루션, 다양한 재료의 만남, 무궁한 가능성을 보여주는 신소재, 지속가능성을 중심으로 변화하는 건축, 디자인 영역의 통찰까지 두루 망라하여 관람객에게 풍성한 볼거리를 선사하였다. 또한, 디자이너들에게 실무에 도움이 될 수 있는 다양한 정보를 제공하였다. 이번 박람회에서도 윤현상재가 기획한 보물창고에는 인테리어 브랜드 큐레이션관, 윤현상재 기획관, 스튜디오 전시관 총 3개의 기획관과 트렌드 파빌리온, 코시모 디자이너스, 리빙센스관, 좋은 가구의 원칙, 뉴라이프 가전, 인테리어 컨설팅관, BY올지로-올룩스 등 7개의 특별관이 마련되었다. 국내외 전문가들이 대거 참여한 컨퍼런스도 함께 진행되었으며, 특히 인테리어 컨설팅관은 과거에 단순히 인테리어 트렌드를 살펴보던 한계를 넘어, 소비자와 전문가가 함께 모여 인테리어 시장을 선도하는 자리였다. 다양한 디자이너의 노하우를 수집해 소비자들에게 실효성 있는 조언을 제공하며 인테리어에 대한 궁금증 해결에 기여하였다. 주거 공간, 오피스 공간, 상업 공간 등 목적에 따라 맞춤형된 각 디자이너와의 상담도 활발하게 이루어졌다.



윤현상재, ©정태호



윤현상재, ©정태호

## 윤현상재 보물창고 Episode 6: 'Material Cube'



윤현상재, ©정태호

건축자재 기업 윤현상재는 인테리어를 중심으로 급변하는 라이프스타일에 주목하여 지난 2016년부터 '보물창고'라는 마켓을 기획하여 선보이고 있다. 건축자재에 대한 오랜 탐구를 바탕으로 감각적인 디자인 브랜드, 다양한 마감재 브랜드, 인테리어디자인 스튜디오를 한데 모아 '보물창고' 콘텐츠를 제공하며 소비자의 공감을 얻기 위해 노력해 왔다.

이번 2019 인테리어디자인코리아에서는 윤현상재의 여섯 번째 '보물창고'가 'Material Cube'라는 주제로 진행되었다. '살고 싶은 집에 대한 이야기'를 감각적인 재료로 엮어보고자 기획되었으며, 브랜드마다 가지고 있는 재료에 집중하여 그 고유한 물성을 새로운 시선으로 풀어내기 위한 콘텐츠를 선보였다. 이번 보물창고는 크게 '인테리어 브랜드 큐레이션관', 윤현상재 '기획관', '스튜디오 전시관'이라는 세 가지 기획으로 구성되었다.



윤현상재, ©정태호



윤현상재, ©정태호



소프트패레이드, ©윤학신



홈즈클로츠, ©윤학신



모네프, ©윤학신



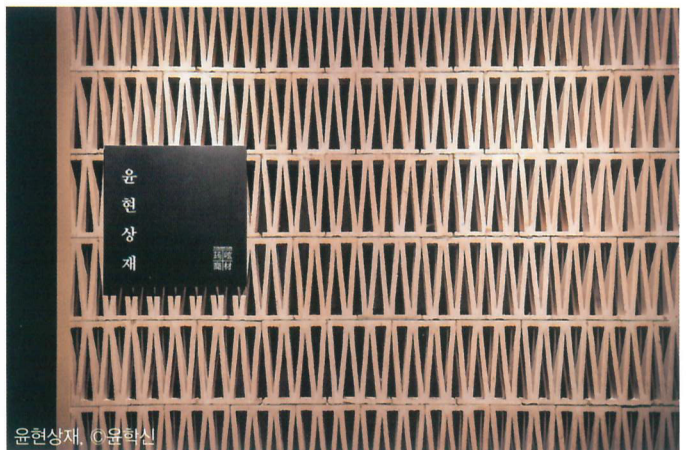
지승민의 공기, ©윤학신

## 인테리어 브랜드 큐레이션관

인테리어 브랜드 큐레이션관은 윤현상재가 큐레이트한 브랜드를 자재부터 가구, 조명, 가드닝, 홈데코에 이르기까지 3,000평 이상의 공간에서 다양하게 만나볼 수 있는 자리였다. 공간을 구성하는 건축자재 브랜드, 가구 브랜드와 홈데코 브랜드가 큐브 형태로 소개되었다.



타노셀렉트, ©윤학신



윤현상재, ©윤학신



©정태호



©이건창호

## 이건

종합건축자재기업 이건(EAGON)은 2019 인테리어디자인코리아에 참가해 창호, 마루, 슬라이딩도어를 활용한 서로 다른 느낌의 공간 스타일링을 제시하였다.

이번 전시회에서 이건은 창호, 마루, 인테리어 슬림종문 이건라운(EAGON RAUM) 등 13가지 제품을 설치하고 다양한 마루 샘플을 선보였다. 관람객들은 제품이 실제 적용된 전시부스에서 직접 체험하면서 통합 상담을 받을 수 있었다. 특히 이건은 창호, 마루, 슬림종문 제품을 통합적으로 활용한 감각적인 공간 연출 방법을 선보였다. 이건이 제안하는 스타일은 이건 원목마루와 우드톤 3연동 중문으로 편안하고 친환경적인 이미지를 강조한 '내츄럴(Natural) 콘셉트', 연동형 슬라이딩 도어와 셰브론 패턴의 마루를 매치해 우아한 느낌을 자아낸 '네오클래식(Neoclassic) 콘셉트', 슬라이딩 중문과 블랙 컬러 마루로 연출한 도시적이고 현대적인 감성을 강조한 어반&미니멀(Urban&Minimal) 콘셉트 세 가지였다. 인스타그램에서 이건마루 계정을 팔로우한 방문객에게는 매일 선착순 100명을 대상으로 기념품을 증정하고 명함 응모 이벤트를 통해 이견음악회 30주년 기념 '베를린 필하모닉 앙코르 초청공연' 초대 티켓을 받을 수 있는 기회도 제공했다. 올해 7월 30주년을 맞이하는 이견음악회는 이건이 지역 사회에 클래식 음악을 접할 수 있는 문화적 기회를 제공하고자 매년 빠짐없이 개최하고 있는 문화 나눔 활동이다.



©이건창호



©이건창호



©이건창호



©이건창호



미콘, ©정태호



미콘, ©메썬이상

## 미콘

미콘(miicon)은 콘크리트 디자인스튜디오로 초고성능콘크리트(Ultra High Performance Concrete)를 사용하여 다양한 영역의 디자인 제품을 제작, 생산하는 기업이다. 2019 인테리어디자인코리아는 미콘의 국내 첫 번째 페어 참가였다. 미콘을 다소 낯설게 느끼는 소비자를 위해 'The Next Possibilities of Concrete(콘크리트의 다음 가능성)'이라는 슬로건을 주제로 하여 콘크리트와 디자인을 접목시킨 신선한 스타일의 제품들을 선보였다. 무엇보다 콘크리트에 대한 고정관념을 탈피하여 재료를 보는 새로운 시선을 만들 수 있도록 기획하였다. 다양한 디자인 제품들과 초고성능콘크리트의 무궁무진한 활용사례를 선보였는데, 다른 재료와의 접목, 색상, 패턴, 형태 등 다양한 면을 고려한 제품 구성이 돋보였다. 특히 '미콘 키친'은 아일랜드 테이블에서 실제 유기 장인과 협업하여 제작된 국내 단 하나뿐인 유기 싱크대를 선보였고, 미콘의 인테리어 마감재 브랜드 '미크리트'에서는 기존의 벽, 바닥 마감재뿐 아니라 실제로 미콘처럼 콘크리트로 된 소품과 제품들을 제작할 수 있는 '캐스팅', '콘크리트용 몰드 실리콘'을 추가로 소개하여 콘크리트 제품 제작에 관심 있는 소비자들의 이목을 끌었다.



린노, ©정태호

## 린노

린노(LINNO)는 세계 시장을 무대로 미래의 '빛'을 연구하고 디자인하는 젊은 인재들로 이루어진 토탈 디지털 라이팅 솔루션 기업이다. 조명 전문 기업인 린노는 끊임없는 기술 개발과 친환경 디자인 경영을 통해 미래 주거 환경의 발전을 위해 노력해 왔다. 또한, 소수 고객을 위한 고급 조명으로 사용되던 라인 조명을 심플하고 단순한 모듈 타입의 LED 시스템으로 대중화하는데 기여하였다. IoT 기술을 접목한 린노의 라인조명은 이번 전시에서도 단연 돋보였다. 사용자가 원하는 대로 빛의 컬러와 온도, 밝기 등을 라이프스타일에 따라 조절할 수 있으며 에너지를 절약하는 장점을 가지고 있다. 간결한 선형의 조명과 나무 기둥의 실루엣이 조화롭게 어우러진 전시였다.



린노, ©메썬이상

## 르마블

르마블(LE MARBLE)은 대리석 회사인 토탈석재를 기반으로 천연대리석 및 빅슬랩 포세린타일을 현지에서 수입하고 장인의 손으로 가공하여 다양한 가구와 오브제 등을 선보이는 브랜드다. 이번 전시에서 르마블은 'Design your Marble'이라는 모토를 강조하며 포세린, 대리석 소재를 연구한 새로운 제품을 선보였다. 또한, 르마블의 지속적인 디자인 개발 작업, 다양한 협업 등을 볼 수 있는 자리를 마련하였다. 공예를 탐구하고 실험적인 디자인 프로세스를 통해 현대적인 오브제를 만들어가는 FICT 스튜디오와 함께 Marble Fragment를 재해석한 대리석과 레진 베이스의 아트 오브제를 소개하였다.



르마블, © 정태호

## 우림앤뮤즈

우림앤뮤즈(WOOLIM&muse)는 부엌가구, 불박이장, 신발장 디자인 가구 시공 전문 업체이다. 다양한 공간을 보다 감각적인 아름다움으로 디자인하기 위해 연구해 왔으며, 자체 공장을 통해 고객이 원하는 제품을 맞춤형으로 제작하고 있다. 우림앤뮤즈는 1대1 맞춤 설계, 전체 E0 등급 18T 친환경 몸통 자재, 자체 엄선된 소재사용을 바탕으로 소비자의 신뢰를 쌓아 왔다. 25년 이상 축적된 풍부한 노하우와 경험, 전문적인 시공, 철저한 사후관리도 내세울 만하다. 이번 전시에서 다양한 소재와 디자인을 체험할 수 있도록 하여, 많은 관객의 이목을 끌었다.



우림앤뮤즈, © 정태호

## 메라톤

메라톤(MELATONE)이 생산하는 판재형 마감재 HPL(High Pressure Laminate)은 친환경 제품으로 내수성과 내화학적성, 내오염성, 내열성 등을 갖추고 있으며, 건축의 외장재, 벽체, 바닥재, 가구재 등으로 광범위하게 적용할 수 있다. 이번 전시에서 메라톤은 부스의 바닥부터 벽체 3600mm의 아일랜드 장까지 HPL로 마감하여 선보였다. 소개한 주력 제품은 아일랜드장에 사용한 '클린터치'였다. '클린터치'는 HPL의 기본 기능을 포함하며 지문방지 와 긁혔을 때 복원이 가능한 기능도 겸비한 제품이다.



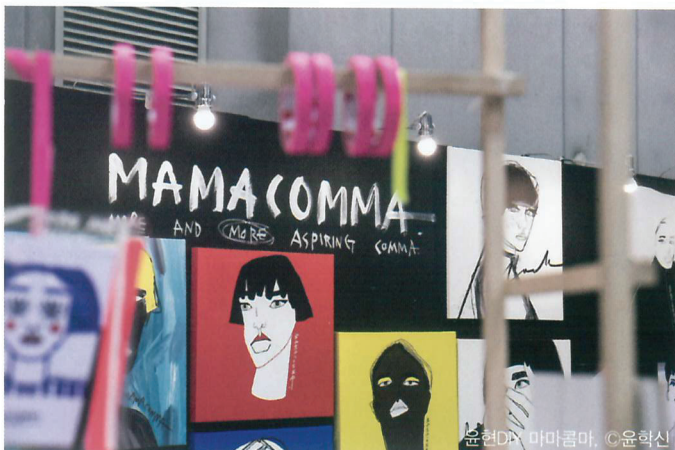
메라톤, © 정태호



## 윤현상재 기획관



윤현상재 기획관은 크게 '윤현아울렛', '윤현핸즈', '윤현DIY', '연남방앗간 F&B'로 구성되었다. '아울렛 물'은 합리적인 가격의 소비를 추구하는 소비자들을 위해 조성된 공간이다. 윤현상재 브랜드 중 하나인 '윤현핸즈'를 재현하여 전시관에 작가들의 수공예 작품도 마련하였다. 이는 인테리어디자인코리아 내 공예 기획관으로 공예 작가와 소비자의 만남이 이루어지는 계기가 되었다. 시각적 경험에 의해 물건을 구매하는 기존 페어 형태에서 벗어나 보다 주제적으로 '윤현DIY'를 통해 나만의 타일과 실크스크린, 나만의 수건을 만들 수 있는 체험공간도 주목할 만했다. '연남방앗간'을 기획한 기업 어반플레이가 큐레이트한 연남방앗간 F&B 기획관은 로컬 식음료에 대한 화두를 던지며 지역 중심의 브랜드를 소개하였다.





디자인투톤, ©Soulgraph 진성기



비하우스, ©윤학신

## 스튜디오 전시관 Designer's Mood

스튜디오 전시관에 마련된 'Designer's Mood'는 윤현상재가 SNS에서 높은 인기를 끈 인테리어디자이너들과 함께 마련한 자리였다. 많은 화제를 불러 일으키고 있는 인테리어디자이너들이 제안하는 콘셉트 부스로 디자인투톤, 817디자인스페이스, 샐러드보울디자인스튜디오, 비하우스, 본인테리어디자인, 샘플러스디자인이 참여했다. 디자이너들이 주거 공간을 감도 높게 연출한 결과 관람객과의 공감대가 폭넓게 형성되었다.



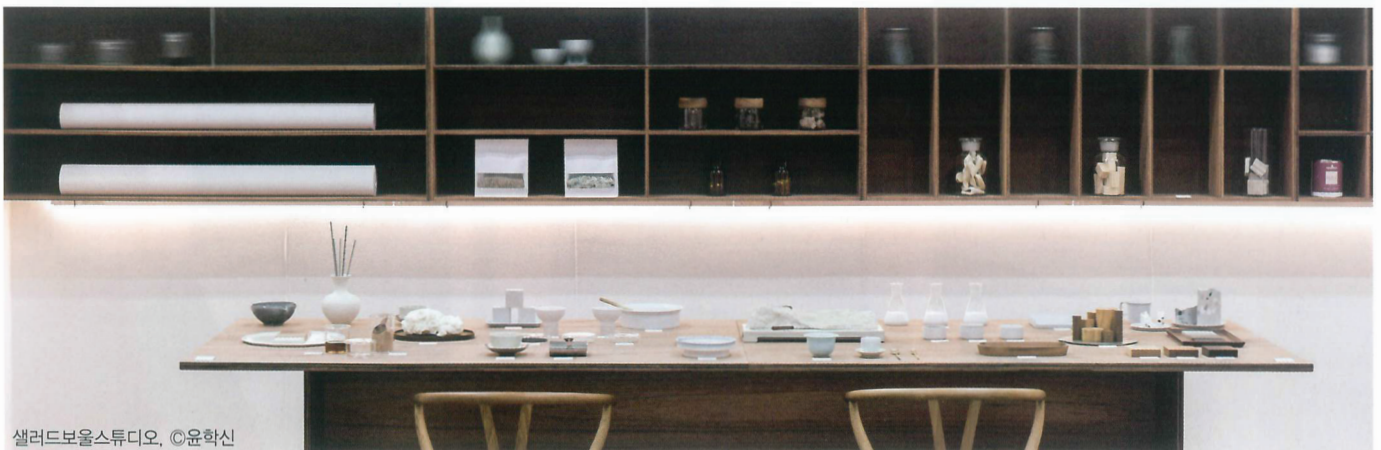
본인테리어디자인, ©윤학신



817디자인스페이스×샘플러스디자인, ©Soulgraph 진성기

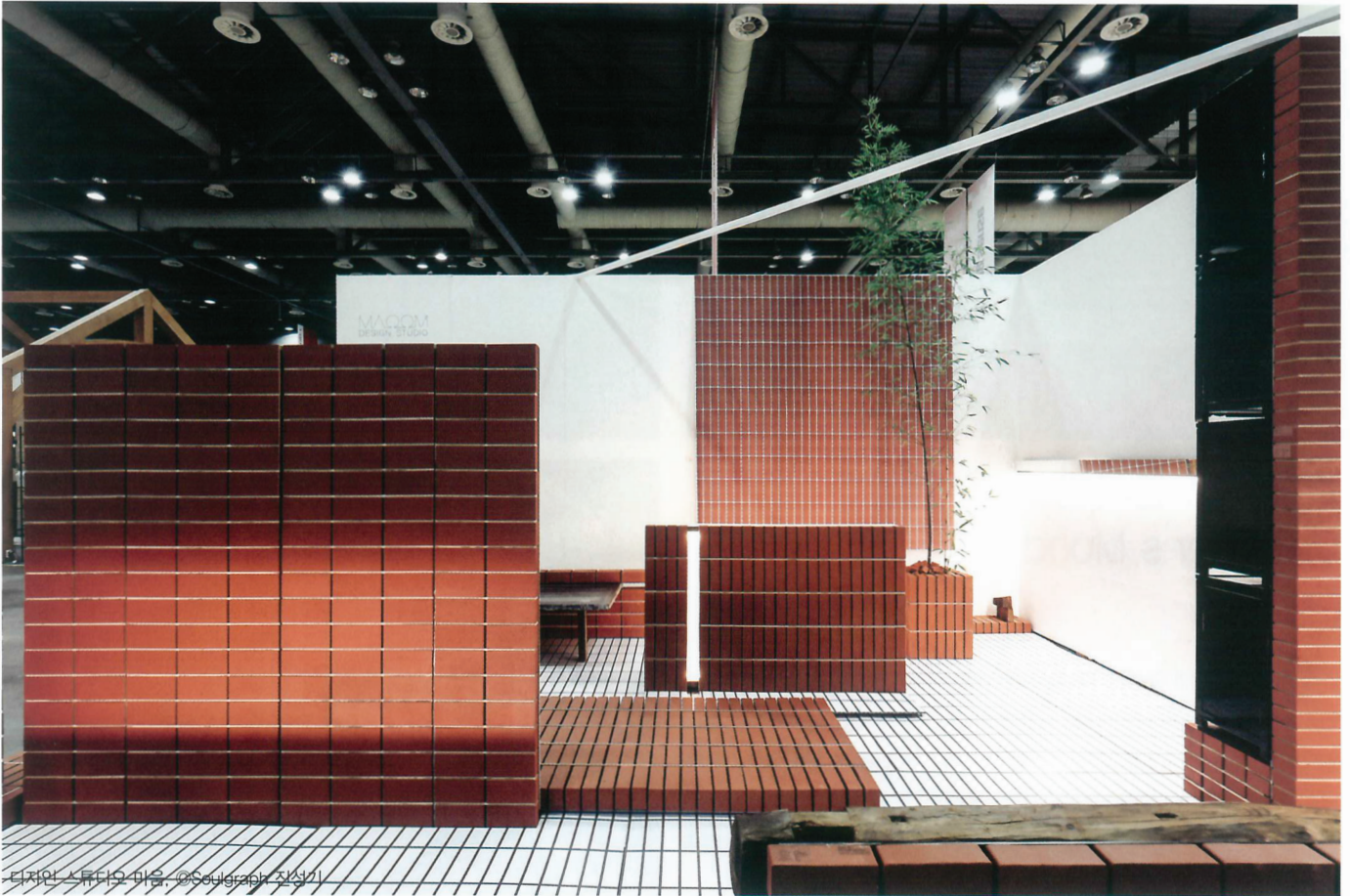


817디자인스페이스×샘플러스디자인, ©윤학신



샐러드보울스튜디오, ©윤학신

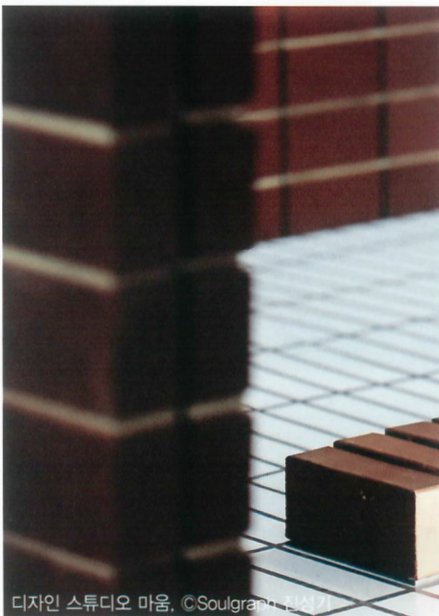




디자인 스튜디오 마움, ©Soulgraph 진성기

## 스튜디오 전시관 Material Cube

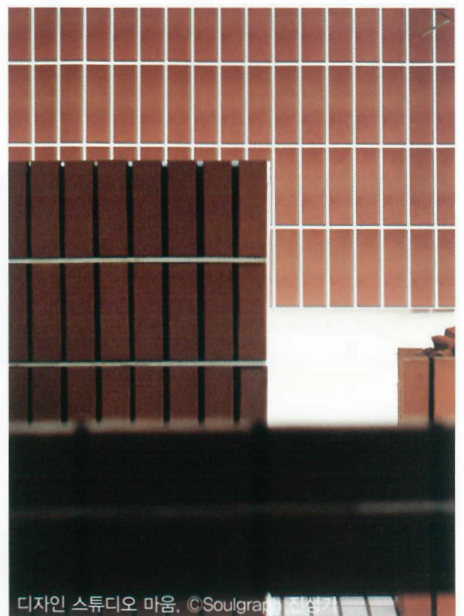
스튜디오 전시관은 'Material Cube'와 'Designer's Mood'로 구성되었다. 디자인이라는 큰 영역 속 여러 분야를 재료(Material)에 집중하여 각자의 스토리로 풀어낸 'Material Cube' 전시관에는 분석하, 정순구, 정원석, 최경덕, 스탠다드에이, 게슈탈트, 디자인 스튜디오 마움, 그레이트마이너가 참여하였다. 전시는 재료의 관습적 용도를 탈피하여 새로운 탐구와 시도를 통한 감각의 확장을 이야기하였다. 디자인 스튜디오 마움은 'Material Chess'라는 제목의 전시를 선보였다. 더 이상 사용하지 않는 쓸모없는 물건에서 시간의 흔적이라는 다른 의미를 찾고, 벽돌을 쌓는 다양한 방식과 결합하여 새로운 형태의 오브제로 재구성하였다. 익숙함의 변화, 보이지 않는 사물의 시간이 결합된 새로움을 표현하였다.



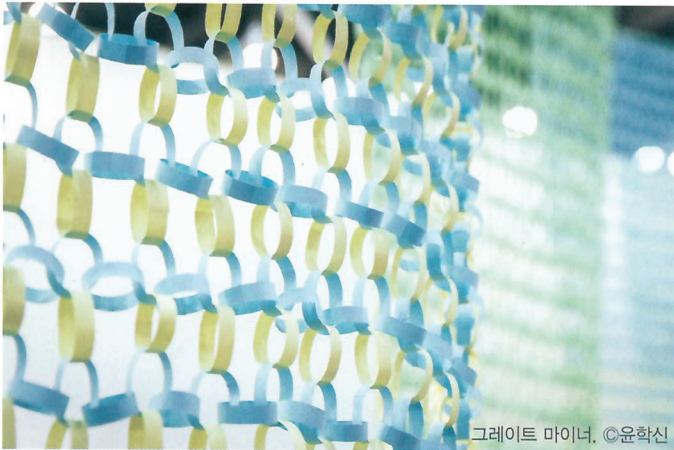
디자인 스튜디오 마움, ©Soulgraph 진성기



디자인 스튜디오 마움, ©Soulgraph 진성기



디자인 스튜디오 마움, ©Soulgraph 진성기



그레이트 마이너, ©윤학신



분석하, ©윤학신



최경덕, ©윤학신



정원석, ©윤학신



게슈탈트, ©윤학신



정순구, ©윤학신



스탠다드에이, ©윤학신