

손흥락 발행인의 휴먼 인터뷰

다원디자인 조서윤 회장

공간과 디자인에 가치를 더하다

갈수록 치열해지는 기업 간의 경쟁 속에서 CEO가 지향하는 가치는 기업의 행동을 결정하고, CEO가 고수하는 원칙은 기업이 도출하는 성과물을 결정짓게 된다. 최고경영자가 짊어져야 할 역할과 임무가 그만큼 막중하다는 의미다. 다원디자인 조서윤 회장 역시 이러한 가치와 원칙을 화두로 삼아 다원디자인을 국내 인테리어 디자인 업계 1, 2위를 다투는 선도 기업으로 이끌고 있다.

Interview 손흥락 발행인 Editor 문효근 Photographer 한희

지난 1995년 3명의 직원으로 다원디자인을 창립, 인테리어 디자인 업계에 도전장을 내민 조서윤 회장은 뛰어난 디자인 감각과 명석한 경영으로 빠르게 입지를 다져 나갔다. 창립 첫 해 50억 원의 매출 성과를 달성한 다원디자인은 2005년 520억 원, 2012년 1,386억 원을 거쳐, 올해 기준으로는 매출액 2,000억 원 돌파를 예상하고 있다. 이렇듯 매년마다 경이로운 상승세를 이룰 수 있었던 것은 전문성을 바탕으로 한 선택과 집중의 전략에 있다. “다원디자인이 안정적인 기반을 다질 수 있었던 것은 창립 초기에 우리의 역량을 오피스 인테리어 디자인과 시공에 집중해 왔기 때문입니다. 다양한 프로젝트를 진행하면서 전문성과 노하우를 습득할 수 있었고, 이를 통해 이제는 상업 공간과 주거 공간에 이어 리모델링에 이르기까지 사업 영역을 넓힐 수 있었습니다.”

조 회장이 사무 공간인 오피스 인테리어 디자인을 첫 번째 목표로 삼은 것은 시장성을 감안했을 때 현명한 선택이었다. 특히, 인테리어 디자인에 많은 투자를 하는 다국적 기업을 주요 고객으로 타킷팅한 것 역시 다원디자인의 튼튼한 초석을 다진 신의 한수가 되었다. 사실 조서윤 회장은 인테리어 디자인과는 무관한 평범한 화학과 학생이었다. 우연찮게 조 회장의 가능성과 잠재력을 눈여겨 본 화학과 교수가 인테리어 디자인 전공을 권유했고, 1982년 본격적인 디자인 공부를 위해 과감하게 미국 유학을 결심했다. 오하이오대학과 플로리다주립대학에서 각각 인테리어 디자인 학사와 석사 학위를 취득한 조 회장은 ISP 인테리어 디자인 국제공모전에서 에드워드 백화점 아동 부문 1위, 프로페셔널 오피스 디자인 공모전에서 리셉션 1위, IBD 포트폴리



2016년 대한전문건설협회 실적우수상
2014년 골든스케일디자인어워드 황금스케일상
2013년 베트남법인 설립(DAWON VINA)
2012년 대한민국 대표 우수기업 선정
2012년 핵안보정상회의 유공자 공로패 수여
2008. 09. 11년 한국FM학회 FM대상 리모델링 부문 대상
2003년 매일경제 제10회 지식오피스 대상 대기업 부문 우수상
1995년 다원디자인 설립
1987년 Florida State University 인테리어 디자인 석사
1985년 Ohio University 인테리어 디자인 학사

오 공모전에서 남성복 매장 부문 1위 등 화려한 수상 경력으로 본인의 능력과 열정을 스스로 증명해 냈다.

“제가 유학하던 시절에는 미국에서도 인테리어 디자인에 대한 명확한 개념이 부재되었던 시기였습니다. 그래서 더욱 도전해 볼 가치가 있다고 생각했어요. 남들이 가지 않은 길, 저만의 길을 걷고 싶었던 거죠. 그 당시 정말 열심히 노력했어요. 먼 타국에서 힘들고 어려운 일도 많았지만 제가 꿈꾸는 일에 대한 성공을 갈망하며 극복해냈습니다.”

유학 당시 몸매 밴 효율성과 추진력은 조 회장을 더욱 견고하게 만들었고, 미국의 유명 디자인 기업의 프로젝트 매니저로서 승승장구하게 해주었다. 미국의 국가 공인 인테리어 디자이너 위원회(NCIAQ : The National Council for Interior Design Qualification)가 시행하는 시험에 합격해 공인자격증까지 획득한 조서운 회장은 1991년 귀국해 현대건설에서 입사하게 된다.

하지만 유학 시절부터 가져온 인테리어 디자인 기업의 대표가 되겠다는 꿈과 무엇보다 자신의 가치를 기업의 가치로 승화시켜 보고픈 열망에 힘입어 당차게 현대건설을 퇴사한 후 다원디자인을 창립했다. 국내 인테리어 디자인 업계를 강타할 다원디자인의 등장, 바로 1995년 7월의 일이다.

고객의 가치가 곧 다원의 가치

시대를 뛰어 넘는 위대한 디자인은 어디서부터 비롯되는 것일까. 조서운 회장은 고객의 가치를 실현시키는데서 출발점을 찾아야 한다고 말한다.

“다원디자인이 지향하는 통합된 공간 서비스는 단순히 공간이라는 요소 자체만을 목적으로 삼지 않습니다. 그 공간 속에서 생활하는 사람이 중심이 되어 조직과 개인, 감성과 기술, 경험과 비전 등 서로 대치되는 개념을 조화롭게 이어주는 것을 궁극적인 목표로 합니다. 이것이 바로 고객을 위한 가치 실현의 출발이자 완성 아닐까요.”

조 회장의 이러한 견해는 공간을 활용한 사람과 사람 사이의 소통과 공유의 미학을 의미하는 것이다. 그러기 위해서는 공간에 대한 명확한 인사이트는 물론이고, 이러한 통찰력을 기반으로 한 창조적이고 혁신적인 아이디어 도출이 견비돼야 한다. 이 모든 것이 맞아 떨어질 때 다원디자인의 강력하고 차별화된 브랜드 파워는 결국 고객을 감동시키는 디자인으로 창조되기에 이른다.

“고객의 가치가 곧 다원디자인의 가치입니다. 공존의 개념인 것이죠. 이러한 생각은 제가 품고 있는 공간에 대한 철학과 무관하지 않습니다. 인테리어나 건축에 있어 디자인이란 결국 우리가 사는 공간을 아름답게 창조해 내는 일입니다. 따라서 인

간의 삶의 가치를 높이는 디자인이야말로 저와 다원디자인이 꿈꾸는 디자인이라 하겠습니다.”

물론, 만만치 않은 어려움도 존재한다. 특히, 고객 스스로가 본인이 진정으로 원하는 공간에 대한 확신과 디자인 결과물을 인지하지 못할 때 난항을 겪는 경우가 많다고 한다. 소통이 부재된 상황에서 오는 이런 문제를 해결하기 위해서는 무엇보다 꼼꼼한 인터뷰를 통한 고객과의 적극적인 커뮤니케이션이 가장 확실한 해답이라고 조 회장은 말한다.

여기에 여성 CEO가 가지고 있는 특유의 감성과 세밀함, 그리고 다양한 라이프스타일에 대한 관심과 지식은 고객의 만족도를 높이는 또 하나의 비결이기도 하다. 그렇다면 조서운 회장이 생각하는 CEO가 갖춰야 할 가장 중요한 덕목은 무엇일까.

“긍정적이든 부정적이든 어떠한 상황에도 현명하게 대처할 수 있는 유연한 사고라고 생각합니다. 흔히 말하는 융통성이라는 것이죠. 경직되고 머물러 있는 사고와 행동으로는 치열한 시장 상황에서 차별화된 경쟁력을 발휘할 수 없습니다. 카멜레온처럼 변화무쌍한 대응력과 융통성이야말로 기업 경영에 있어 CEO가 가져야 할 필수 항목이라고 생각합니다.”

브랜드와 디자인, 그리고 가치관 경영

다원디자인은 지난 2012년부터 브랜드 경영, 디자인 경영을 시작한 바 있다. 특히, ‘다원 5way’라는 캐치프레이즈 아래 다원(DAWON)의 영문명을 본떠 D(Dream, 꿈의 실현), A(Achievement, 기대 이상의 솔루션 제공), W(Worth, 창조적 공간구현), O(Open Mind, 긍정적 사고와 열린 마음), N(Nature, 자연과 하나 되는 공간창조) 등 5가지 전략적인 키워드를 선정했다. 이를 통해 다원디자인의 브랜드 인지도를 더욱 제고시킨 것은 물론, 경쟁 업체와의 차별화 전략에 박차를 가할 수 있었다.

여기에 회사의 CI를 필두로 사소한 사무 용품부터 매거진 형식의 회사소개서에 이르기까지 간결하고 절제된 모던한 감각으



로 일관된 통일성을 구축, 다원디자인의 미래지향적 이미지를 내외부적으로 어필하는 홍보 효과를 거두기도 했다.

지난 2016년부터는 기업의 비전과 목표, 그리고 가장 중요시하는 가치에 대해 임직원 모두가 동일한 가치관을 공유하는 한편, 이를 바탕으로 기업 활동을 영위하는 경영 기법인 가치관 경영을 시행하고 있다. ‘영혼이 있는 기업은 지지 않는다’라는 말이 있듯이 다원디자인만의 창의적인 DNA를 이식시키고자 시작한 것이 바로 가치관 경영이다.

‘Be Professional, 가치 창조를 최우선으로 하는 전문가 그룹’이라는 미션 아래 ‘keep it Simple, keep it Design, keep it Quality’ 등 3대 핵심가치를 선정한 다원디자인은 새로운 도약을 향한

가치관 경영으로 Vision 2025를 내세웠다.

“첫 번째, Simple은 합리적인 사고와 간결한 프로세스로 업무의 효율성을 높이되 정곡을 찌르는 촌철살인의 메시지를 고객에게 전하자는 의미입니다. Design은 다른 관점에서 생각하고, 행동하며, 평가하되 객관성을 유도하는 직관을 찾자는 의도입니다. 또한, 1%의 창조적인 차이가 결국에는 100%의 큰 차이를 만드는 만큼 브랜드의 가치를 디자인을 통해 쌓아가자는 뜻입니다. 마지막 Quality, 고객에게는 신뢰, 우리가 만든 공간을 사용하는 사람들에게는 감동이라는 무형의 자산을 전하자는 것입니다. 이를 위해 늘 연구하고 협력하는 최고의 프로페셔널이 되자는 의미를 함축하고 있습니다.”

건축 설계와 디자인부터 인테리어, 시공, 리모델링에 이르기까지 확장된 영역의 사업들을 시행하며 통합된 공간 구축 역량을 보유한 다원디자인만의 저력과 그 원천이 어디서 기인하는지 알 수 있는 대목이 아닐까 싶다.

디자인을 위한 디자인은 없다

다원디자인은 철저한 전문화와 분업화로 프로젝트를 진행한다. 특히, 프로젝트 매니저(PM) 제도를 도입해 고객에게 최고의 서비스를 제공하는 한편, 이를 통해 일원화된 커뮤니케이션 창구를 구축할 수 있었다. 아직까지도 국내 인테리어 디자인 기업의 상당수가 체계적인 시스템 부재로 주먹구구식의 경영과 프로젝트를 진행하고 있는 점을 감안할 때 다원디자인의 전문화와 분업화 시스템은 여러모로 시사하는 바가 크다. 다원디자인에는 현재 12명의 프로젝트 매니저가 근무하고 있다.

다원디자인이 가진 전문성의 힘은 처음부터 마지막까지 240여 명의 직원들에게서 비롯된다. 풍부한 경험과 노련한 경력을 갖춘 다원디자인의 직원들은 프로젝트의 성격에 따라 최적의 자리에 배치돼 최고의 솔루션을 고객에게 제공하고 있다. 따라서 조서운 회장이 직원들에게 바라는 기대치도 크다.

“시대를 뛰어 넘는 디자인, 공간을 창조하는 디자인을 원합니다. CEO이기 전에 제 자신도 디자이너인 만큼 직원들에게 늘 강조해서 말하죠. 디자인을 위한 디자인은 필요 없다고. 형식과 관습에 얽매어 수동적으로 만들어지는 디자인에는 생명력이 없습니다. 치열하게 고민하며, 지속적이고 유기적인 협업을 통해 탄생하는 것이 창의적인 디자인이고, 그것이야말로 다원만이 만들어 낼 수 있는 디자인이라 생각합니다. 더불어 직원들에게 효율적이고 능률적인 시간 관리를 중용하는 편입니다. 야근이나 철야를 최소화시키고 주어진 업무 시간에 최고의 결

과물을 만들어 내길 바라는 거죠.”

이렇듯 직원들이 프로페셔널이 되기를 바라는 조 회장은 동기 부여를 위한 사내 복지정책에도 적극적이다. ‘Fay 어워드’는 조 회장의 이름을 차용한 다원디자인 내부 시상식이다. 직원들의 공정한 경쟁과 내외부적 역량 강화를 위해 지난 2012년부터 시행해 오고 있다. 또한, 2014년 11월부터 시작해 어느새 30회를 넘어서는 다원포럼은 매월 세 번째 주 목요일 아침에 진행되는 맞춤형 기업특강이다. 과장급 이상을 대상으로 직원 개인의 능력 강화와 동기 부여를 위해 실시되고 있다.

이 밖에 수요일 패밀리데이, 금요일 오후 3시 퇴근, 자기개발을 위한 학원 및 도서관입비 지원, DC(다원 컬처)카드 등 크고 작은 복지제도가 많다. 대체적으로 업무 강도가 높은 업계의 특성을 감안할 때 합리적이고 효율적인 업무 프로세스로 직원들에게 저녁이 있는 삶을 보장해주고 싶은 조 회장의 바람을 엿볼 수 있다. 따뜻한 배려로 일할 맛나게 만드는 다원디자인의 직원 평균 연령 36.5세. 사람의 가장 이상적인 체온인 36.5도를 연상시키는 것이 우연의 일치는 아닌 듯 싶다.

커지는 중국 시장, IT 접목된 융합디자인에 큰 관심

최근 들어 인테리어나 건축 디자인의 트렌드가 점점 빨라지는 경향이다. 또한, 건축가가 미처 마무리하지 못한 부분을 인테리어 디자이너의 창의적 시각으로 완성도를 높이는 경우도 많은 편이다.

“국내의 리노베이션 시장이 급성장하는 시점에서 인테리어 디자인이 차지하는 비중이 더욱 높아지고 있습니다. 이렇듯 시장의 추세와 흐름을 명쾌히 파악하고 신속히 대처한다면 지금과 같은 업계 수위의 자리를 꾸준히 유지할 수 있으리라 봅니다. 그제 최고경영자로서 저의 책무이기도 하고요.”

그렇다면 조서운 회장이 전망하는 인테리어 디자인과 리노베이션 시장의 앞날은 어떠한가.

“인테리어 디자인에 대한 관심과 수요가 점점 높아지는 실정입니다. 여가생활을 위한 문화 공간을 많이 필요로 하고 있고, 인구 고령화에 따라 보다 안전하고 편리한 시설을 원하는 추세지요. 여기에 B2B(Business to Business)에서 점차 B2C(Business to Consumer)로 옮겨가는 시장 상황도 놓칠 수 없습니다. 또한, 중국 고객의 급격한 수요 증가와 함께 4차 산업혁명 시대를 맞아 IT 기술과 인테리어의 접목이라는 새로운 아이템 또한 간과할 수 없는 이슈라 하겠습니다.”

이렇듯 변화하는 시장 상황에 대응하기 위해 다원디자인은 R&D센터를 운영하는 등 심층적인 분석과 연구를 기반으로 지속가능한 경영을 펼치는데 주력하고 있다.

한편, 다원디자인은 작년 12월, 부산MBC와 국제신문 사옥이었

“형식과 관습에 얽매어 수동적으로 만들어지는 디자인에는 생명력이 없습니다. 치열하게 고민하며, 지속적이고 유기적인 협업을 통해 탄생하는 것이 창의적인 디자인이고, 그것이야말로 다원만이 만들어 낼 수 있는 디자인이라 생각합니다.”

던 국제빌딩을 인수해 건물명을 다원중앙타워로 변경하고 부산의 명품 빌딩으로 재탄생시키는 프로젝트를 시행 중이다. 외관 도색부터 경관 조명등 설치, 인테리어 공사, 엘리베이터 및 시스템 에어컨 설치 등 주요 설비를 모두 교체하는 대대적인 리모델링 공사가 한창이다. 쇼핑몰, 면세점, 메디컬 센터, 전시 공간, 사무 공간 등 근린 시설과 업무 시설이 함께 하는 첨단 복합빌딩으로 재창조하고 있는 것이다.

이와 함께 바로 옆 부지에는 지하 2층, 지상 19층, 216실 규모의 호텔 신축공사도 진행 중이다. 2019년 개관을 목표로 공사에 착수한 커넥트 부산호텔이 그것인데, 세계적인 호텔그룹인 프리퍼드호텔&리조트(PHG)와의 마케팅 제휴를 통해 부산을 대표하는 랜드마크 호텔로 만든다는 계획이다.

공간의 가치를 창조하는 다원디자인

인테리어 디자인 기업의 CEO이니 어찌 보면 당연한 것이겠지만 조서운 회장은 공간과 이를 채우는 디자인에 대한 애정이 남다르다.

“개인적인 공간이라면 마음을 편하게 하고 인간적인 즐거움이 넘쳐날 수 있는 따뜻한 디자인으로 만들어져야 합니다. 무엇보다 사람이 우선되는 편리한 공간이 되어야겠지요. 만약 상업적



인 공간이라면 그 목적에 부합되는 상업적 효용성과 예술적 창의성을 모두 만족시킬 수 있는 디자인으로 채워야 한다고 봅니다. 앞서 말씀드렸듯이 그것이 바로 고객을 위한 가치 실현이라고 생각하기 때문이지요.”

세계적인 리더십 경영의 권위자 스티븐 코비는 신뢰받는 CEO가 갖춰야 할 미덕으로 자기인식, 합리적 양심, 독립적 의지, 창조적 상상력을 꼽았다. 이 4가지 덕목 외에 조서운 회장이라면 고객의 가치 실현을 통한 기업의 가치 창조라는 항목을 추가하지 않을까 싶다. 다원디자인과 조서운 회장의 앞으로의 행보가 더욱 기대되는 이유다. 🌸



인터뷰 중인 본지 손흥락 사장과 조서운 회장