

2026-2027 CMF 디자인 트렌드 리포트-전체본 국문

CMF Design Trend ²⁰²⁶⁻²⁰²⁷

Contents

INTRODUCTION

Trends map	트렌드 맵	05	06
------------	-------	----	----

TRENDS

Mega-trend	 Hyper-polarisation	 초양극화	09
Macro-trend	Hear My Voice	목소리를 내다	10
Mega-trend	 Anxious Uncertainty	 불안한 불확실성	23
Macro-trend	Spiritual Awakening	영적 각성	24
Macro-trend	Grounded in Place	뿌리깊은 장소	36
Macro-trend	Youth-phoria	유스포리아	48
Mega-trend	 Digital Revolution	 디지털 혁명	61
Macro-trend	De-technology	기술 절제	62
Mega-trend	 The Evolution of Sustainability	 지속가능성의 진화	75
Macro-trend	Re-sustainability	재지속가능성	76

INDUSTRIES

Interior	인테리어	90
Home Appliance	가전제품	96
Consumer Tech	컨슈머 테크	102
Automotive	자동차	108
Fashion	패션	114
Packaging	패키징	120

SUMMARY

Sustainability As Standard	지속가능성 표준화	127
Joyful Living	즐거운 삶	
Moments of Meaning	의미 있는 순간	
Materials are Key	소재가 핵심	

2026-2027 CMF 디자인 트렌드 리포트 - 전체본 국문

제조산업 혁신을 위한 중소기업 지원용 CMF 디자인 시스템 및 프로세스 체계 개발

Copyright©KIDP 2025 All rights reserved



Project developed by

Chris Lefteri **Design™**

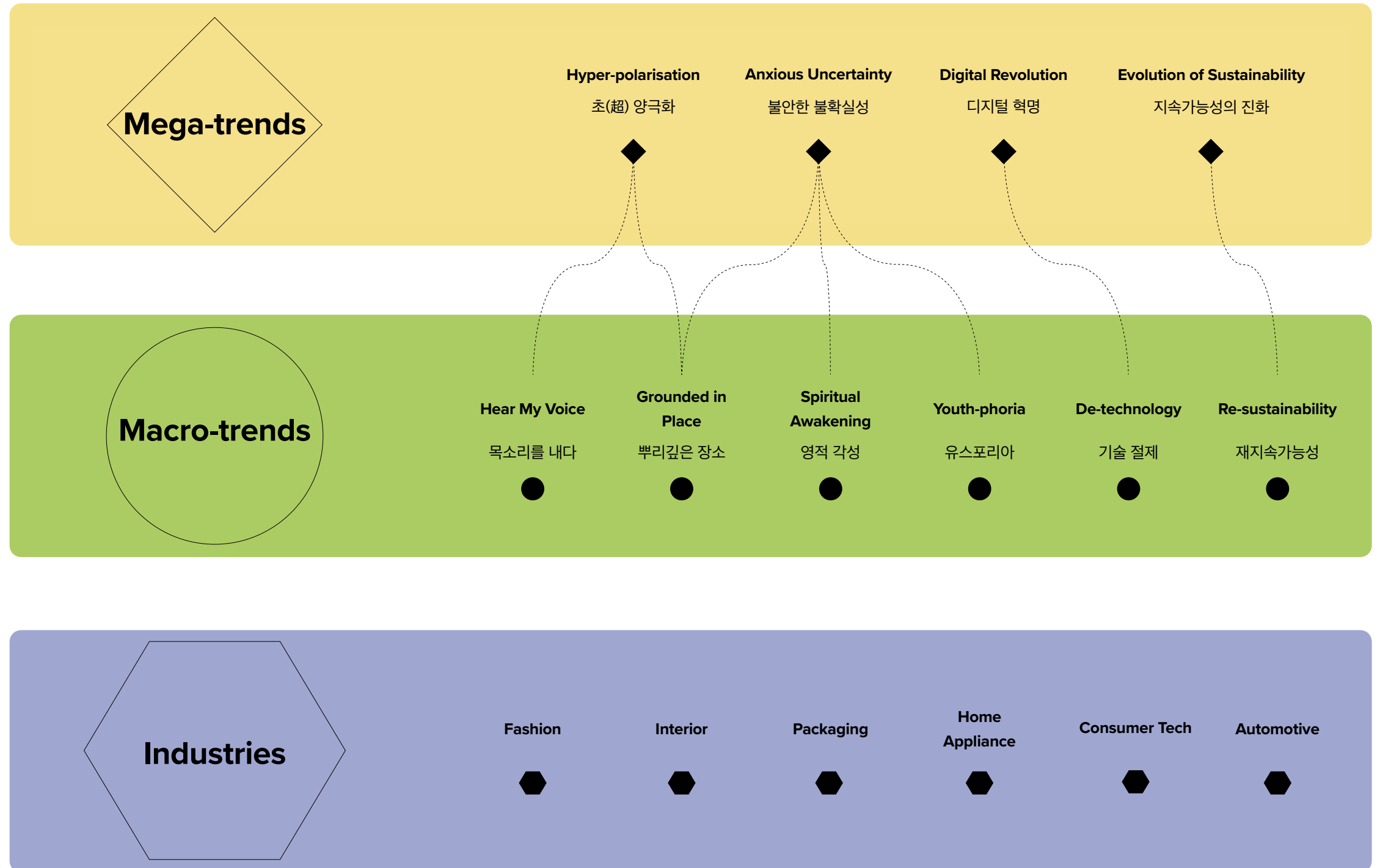
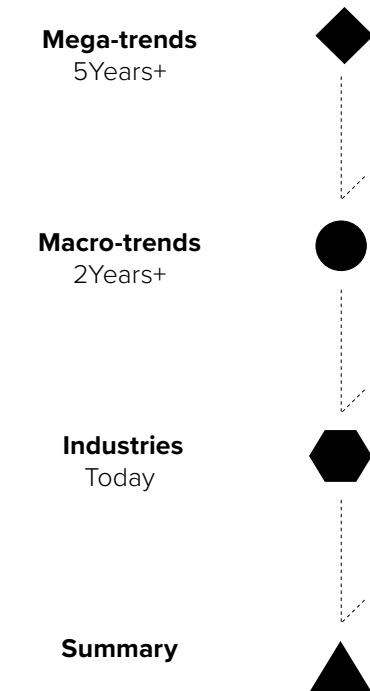
Introduction

이 보고서는 빠르게 변화하는 시장과 소비자 기대에 적응하기 위해 디자인 산업의 CMF 전략을 조정 및 발전시키는 데 도움을 주기 위해 제작되었습니다. 디자인의 최신 개발에 중점을 두고 소재 및 마감의 잠재력에 대한 심층 분석을 통해 최신 디자인 트렌드에 신선한 관점을 선보입니다. 이를 위해 최근의 범사회적 환경 및 동향을 조사하고 분석하는 것을 시작으로 광범위한 사례 연구와 통찰력을 다루고 있으며, 이를 토대로 CMF 키워드를 도출하고 디자인의 방향을 예측하여 새로운 소재와 프로세스의 혁신적인 잠재력을 발굴하고 색상, 소재, 마감(CMF)의 스펙트럼을 넓혀 디자인 산업의 제조 경쟁력을 강화하는 것을 목표로 합니다.

Trends map

이 보고서는 빠르게 변화하는 시장과 소비자 기대에 적응하기 위해 디자인 산업의 CMF 전략을 조정 및 발전시키는 데 도움을 주기 위해 제작되었습니다. 디자인의 최신 개발에 중점을 두고 소재 및 마감의 잠재력에 대한 심층 분석을 통해 최신 디자인 트렌드에 신선한 관점을 선보입니다.

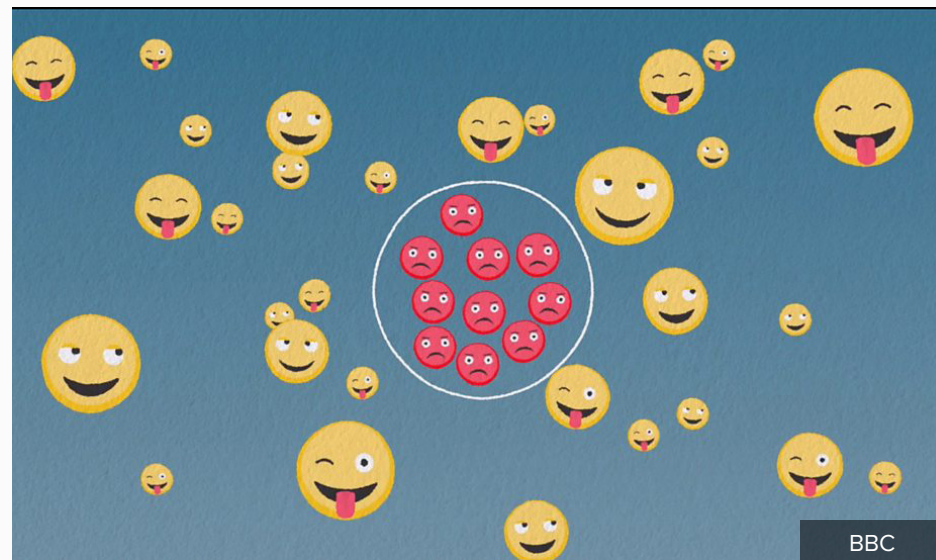
이를 위해 최근의 범사회적 환경 및 동향을 조사하고 분석하는 것을 시작으로 광범위한 사례 연구와 통찰력을 다루고 있으며, 이를 토대로 CMF 키워드를 도출하고 디자인의 방향을 예측하여 새로운 소재와 프로세스의 혁신적인 잠재력을 발굴하고 색상, 소재, 마감(CMF)의 스펙트럼을 넓혀 디자인 산업의 제조 경쟁력을 강화하는 것을 목표로 합니다.



Mega-trend 05 YEARS+

HYPER-POLARISATION 초(超) 양극화

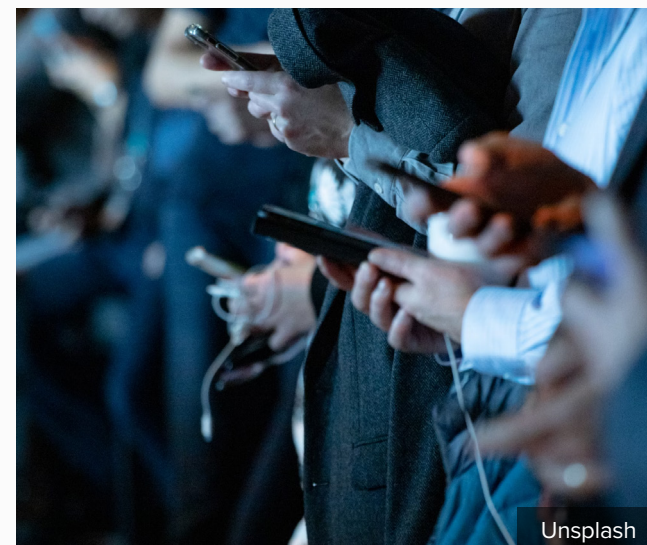
전 세계적인 범사회 환경 변화 및 현상의 방향성을 가진 거시적인 관점의 메가트렌드를 관찰합니다.



전 세계 15개국의 응답자 **절반 이상**이 자국이 과거보다 더 분열되어 있음을 느낀다고 응답^[1]

정치적 대립

POLITICAL DIVIDE



의견 분열

DIVIDED OPINION

지난 12개월 동안 전 세계에서 **164건** 이상의 주요 반정부 시위 발생^[3]



허위 정보

MISINFORMATION

전 세계 사회는 점점 더 분열과 양극화로 특징지어지고 있으며, 의견과 인식의 차이는 더욱 벌어지고 있습니다. 여론 조사에 따르면, 오늘날 사회가 과거보다 더 분열되어 있다는 인식이 커지고 있으며, 세대 격차, 종교, 성별 권리, 성적 지향, 정치 등이 모두 갈등 요소로 작용하고 있습니다.

이러한 분열을 심화시키는 요인으로는 극단적인 정치, 온라인상 허위 정보의 확산, 국가 전반에 걸친 종교·인종·민족 다양성 증가가 있습니다. 이러한 부서진 양산은 사회·정치·경제·문화적 관점을 점점 더 극단적인 양극화 방향으로 몰아가며, 향후 더욱 확대될 가능성이 높습니다.

이처럼 깊어지는 분열에 대응하여, 보다 직관적이고 직접적인 디자인에 대한 수요가 증가하고 있으며, 명확성·신뢰성·사용자 확신을 우선시하는 신뢰 기반 서비스에 대한 강조 또한 높아지고 있습니다.

로이터저널리즘연구소에 따르면, 미국 인구의 54%가 Facebook, X, YouTube 와 같은 소셜 네트워크를 통해 뉴스를 접하고 있으며, 이는 TV(50%), 뉴스 사이트 및 앱(48%)을 앞선다.^[2]

Macro-trend 02 YEARS+

HEAR MY VOICE

목소리를 내다



메가트렌드에서 파생된 매크로트렌드는 소비자들이 글로벌 변화에 반응하며 나타나는 새로운 태도와 행동과 가치 변화들을 의미합니다. 이렇게 변화하는 이슈들을 라이프스타일, 소비문화 관점으로 범주화하여 조사합니다. 6개의 카테고리과 이에 따른 디자인 사례들을 통해 스토리를 분석하여 CMF 디자인 방향을 예측하고 제시합니다.

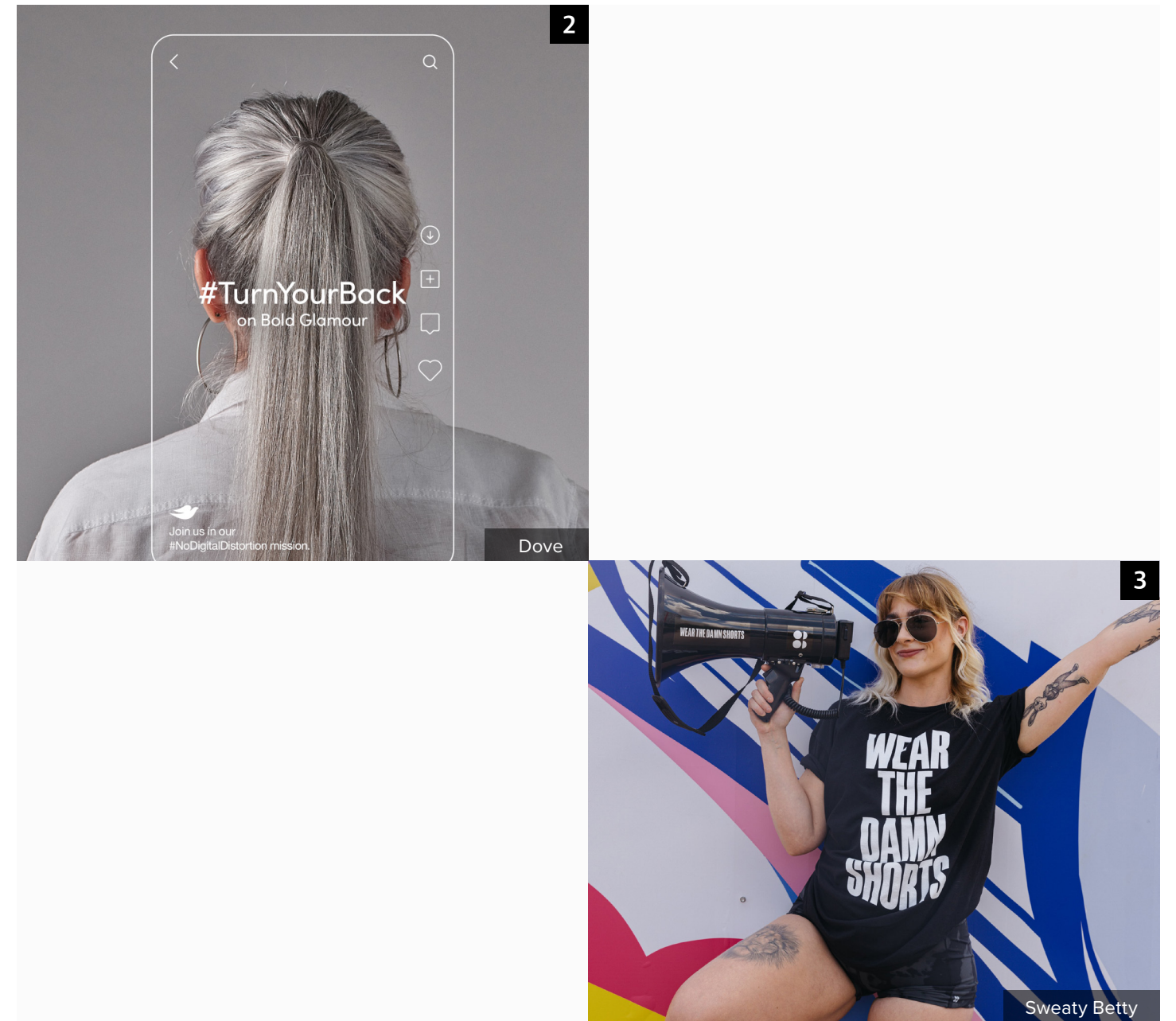
메가 트렌드인 '초양극화(Hyper-polarisation)'에 대응하고, 긍정적인 사회·환경·정치적 변화를 촉진하기 위한 개인의 적극적인 행동이 증가하는 전 세계적인 움직임 속에서, '행동주의를 위한 디자인'이 중요한 매크로 트렌드로 부상하고 있습니다. 특히 Z세대와 밀레니얼 세대는 가치 중심의 행동을 중시하며, 자신의 윤리를 반영하는 기업의 제품 구매를 선호하며 이 트렌드를 주도하고 있습니다. 이러한 트렌드는 이전에 목소리를 내지 못했던 개인과 사회 집단의 목소리를 시각적 내러티브로 구현하는 방식으로 구체화됩니다.





Pride Month protests

1 카네기 국제평화재단(Carnegie Endowment for International Peace)에 따르면, 지난 12개월간 전 세계 73개국 이상에서 규모 있는 시위가 발생했습니다. [1] 개인은 단순히 목소리를 내기 위해서뿐만 아니라, 다양성 속에서 공동체를 강화하고 연대감을 형성하기 위해 시위에 동참합니다. 그 예로, 미국 아칸소에서는 프라이드 먼스를 기념하며 LGBTQ+ 권리를 요구하는 시위가 열립니다. 한편, 브랜드는 바디 포지티브 운동을 반영한 신제품과 마케팅 캠페인을 선보이며 사회적 흐름에 적극적으로 참여하고 있습니다.



Sweaty Betty

2 도브의 최근 마케팅 캠페인은 '#NoDigitalDistortion(디지털 왜곡 반대)'를 강조하며 왜곡되는 이미지 문제에 대한 대응을 목표로 합니다. 이 캠페인은 소셜 미디어 사용자들에게 '볼드 글래머(Bold Glamour)' 필터로부터 돌아서자(TurnYourBack)'는 메시지를 전합니다.

3 스웨티 베티는 'Wear The Damn Shorts(그냥 입어, 반바지)' 신체 긍정 슬로건 캠페인을 통해, 여성들이 자신의 자연스러운 몸을 있는 그대로 받아들이고 자신감 있게 활동복을 입을 수 있도록 독려합니다.

DESIGN CASE STUDIES



Sweaty Betty

커뮤니티 액티비즘 COMMUNITY ACTIVISM

스웨티 베티는 스포츠 액티비스트 리파 네사 (Lippa Nessa) 와 협업하여, 무슬림 여성들이 스포츠를 더 쉽게 즐길 수 있도록 돕는 새로운 스포츠 히잡을 선보였습니다. 활동적인 움직임에도 흐트러지지 않도록 숨겨진 밴딩 구조의 세심한 디자인과 함께, 다양한 여미 방식으로 사용자가 여러 스타일로 히잡을 착용할 수 있도록 합니다.



Deepti Khatri

급진적 페미니즘 RADICAL FEMINISM

이 패키지 디자인은 급진적 페미니즘을 기반으로 월경에 대한 사회적 낙인에 도전합니다. 디프티 카트리(Deepti Khatri)는 'lets talk about it'과 'i bleed red, not blue' 와 같은 강렬한 슬로건을 활용하여 생동감 있고 힘을 부여하는 패키지를 디자인하고, 이를 통해 월경 제품에 대한 기존의 고정관념을 재정의합니다.



Nike N7

소외된 집단에 대한 기념 CELEBRATE MARGINALISED SOCIETIES

나이키의 2025 N7 의류 및 신발 컬렉션은 원주민 공동체를 기념하고, 해당 공동체를 지원하는 비영리 단체에 대한 투자로 사회적 환원을 하기 위해 기획되었습니다. 이 컬렉션은 대담한 색채 사용, 패턴, 형태 등의 원주민 문화에서 미적 영감을 얻어 반영합니다.

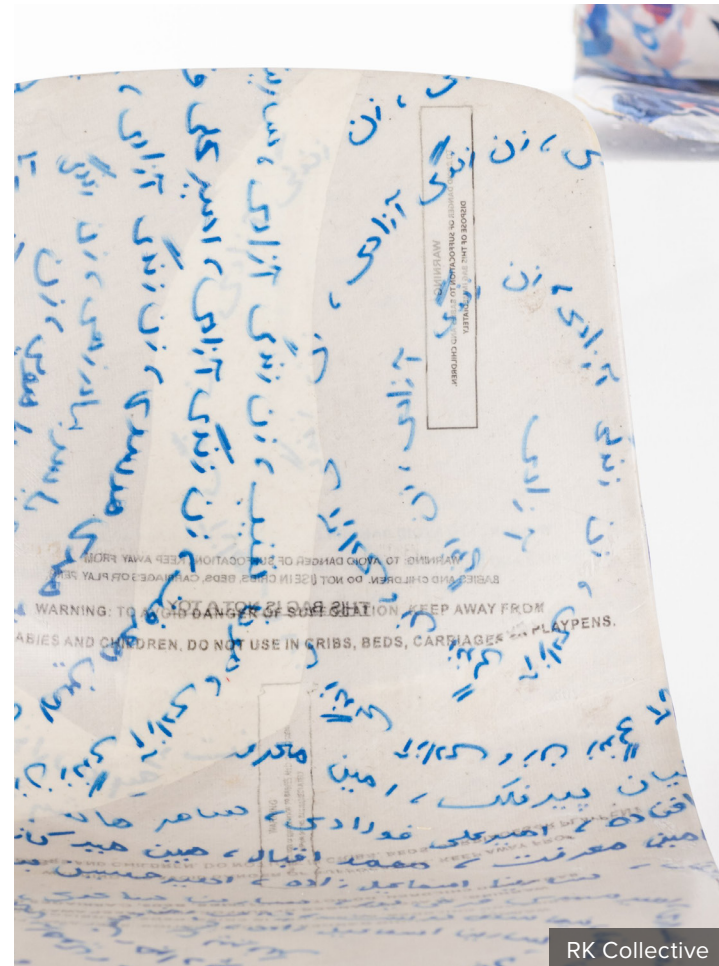


Patagonia

정치적 액티비즘 POLITICAL ACTIVISM

의류 브랜드 파타고니아는 2024년 미국 총선을 맞아 과 'Mother Earth', 즉 지구를 지지하는 정치 후보자들에게 투표해줄 것을 커뮤니티에 촉구하는 'Vote Her' 캠페인을 진행했습니다.

CMF STORIES



RK Collective

손으로 빛은 자유 CRAFTED LIBERATION

RK Collective는 버려진 이란 여성들의 스카프를 경기장 좌석으로 재탄생시킵니다. 이란에서는 1981년 이후 여성들의 남성 스포츠 경기 관람이 금지되어 왔습니다. 라미네이션과 압축 성형 기술을 활용하여, 각 스카프의 색상과 패턴을 보존하고 강조함으로써 성평등을 위해 목소리를 내는 이란 여성들의 이야기를 시각적으로 증폭시킵니다.

맥락에 맞는 컬러 CONTEXT RELEVANT COLOR

건강기능식품 브랜드 Feel Menopause는 패키지 디자인에 대담한 핑크색을 사용하여 여성들에게 자신감과 힘을 주는 느낌을 전달합니다.



Feel Menopause



Stuff That Matters

힘을 주는 레터링 EMPOWERING LETTERING

퍼스널 케어 브랜드 Stuff That Matters는 건강한 남성성을 홍보합니다. 이들의 제품에는 대담한 색상과 힘을 주는 슬로건이 적용되어, 고정관념을 깨고 남성성을 재정의하며 남성 정신 건강 인식 향상을 목표로 합니다.

지역영감 디자인 COMMUNITY INSPIRED

지역 청년들의 성장을 통해 공동체를 강화하는 데 초점을 맞춘 Together We Rise는 배터리시 파워 스테이션에 설치된 컬러풀한 작품입니다. 설치물의 색상과 패턴은 지역 청년들과 진행한 워크숍에서 도출된 아이디어를 기반으로 디자인되었습니다.



POoR Collective



Skoda

프라이드 CMF PROUD CMF

스코다의 Elroq Respectline은 2025 유럽 다양성의 달을 지지하는 디자인으로, 평등·다양성·인권에 대한 브랜드의 의지를 강화합니다. 차량의 외관에는 무지개 색상이 적용되었으며, 실내 역시 컬러 LED 조명을 통해 무지개 테마가 이어집니다.



Adidas

소비자 특화 디자인 CONSUMER SPECIFIC DESIGN

아디다스가 역대 최대 규모로 진행한 여성 축구화 착용 연구를 기반으로 개발된 F50 SPARKFUSION은 여성의 신체 구조와 움직임을 고려한 디자인과 소재 선택을 적용한 제품입니다.

COLOR

이 테마의 색상은 대담하며 변화를 이끄는 톤으로, 기쁨과 축하의 분위기를 만드는 것이 핵심 디자인 목표입니다. 색상 스펙트럼은 각 특정한 액티비즘의 성격을 염두에 두고 디자인해야 하지만, 즉각적인 메시지를 전달하기 위해 높은 채도의 밝은 색상들을 포함할 수 있습니다. 핑크, 레드, 블루, 옐로와 같은 대담한 톤은 부드러운 뉴트럴 컬러와 조합되어, 지나치게 압도적이지 않으면서도 환영의 감성을 전달하는 조화로운 균형감을 형성합니다.



COLOR SUGGESTION



Pantone 18-1553 TPG
Adrenaline Rush



Pantone 17-4336 TPG
Blithe



Pantone 15-1153 TPG
Blond Wood



Pantone 14-0849 TPG
Beach Ball



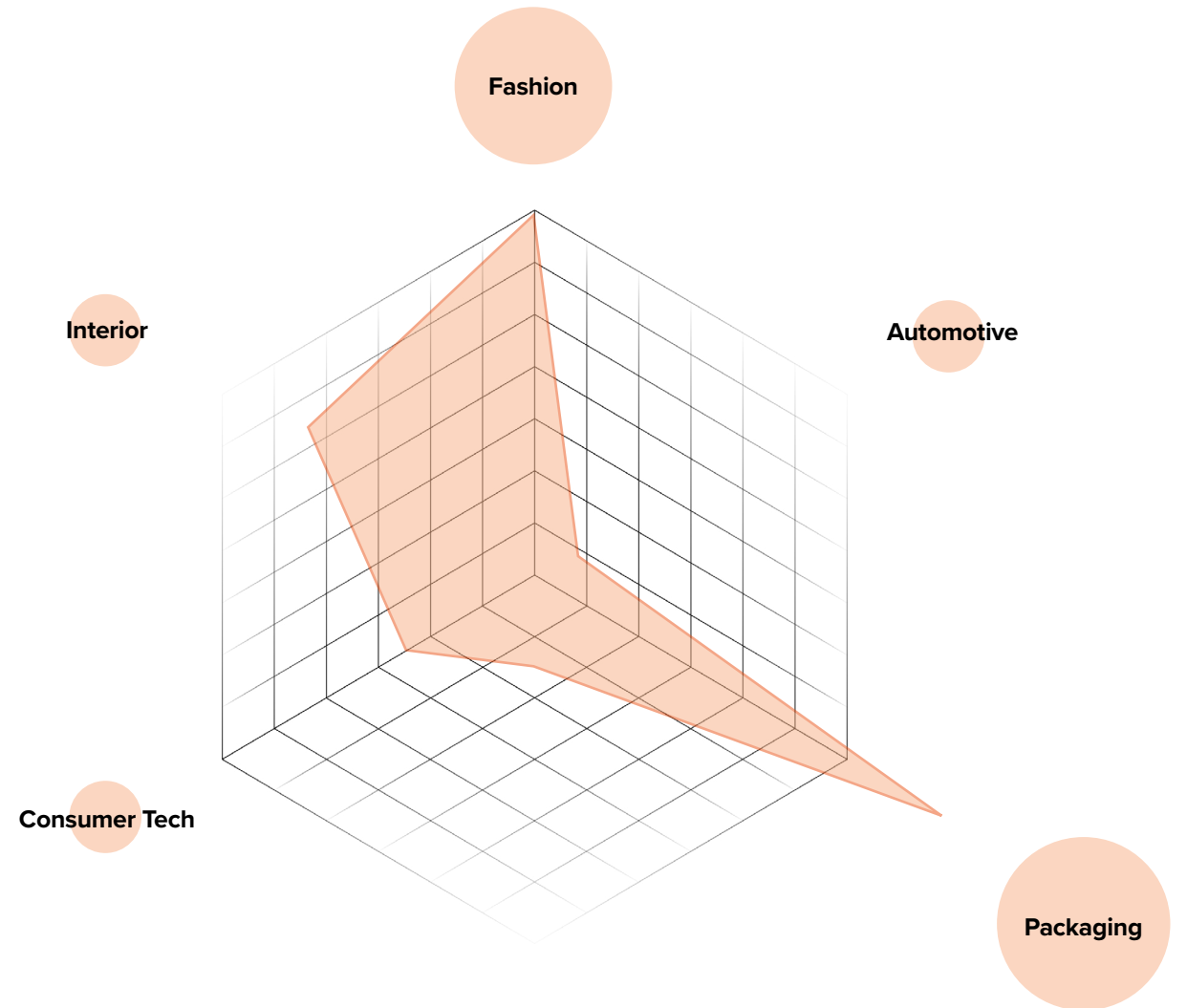
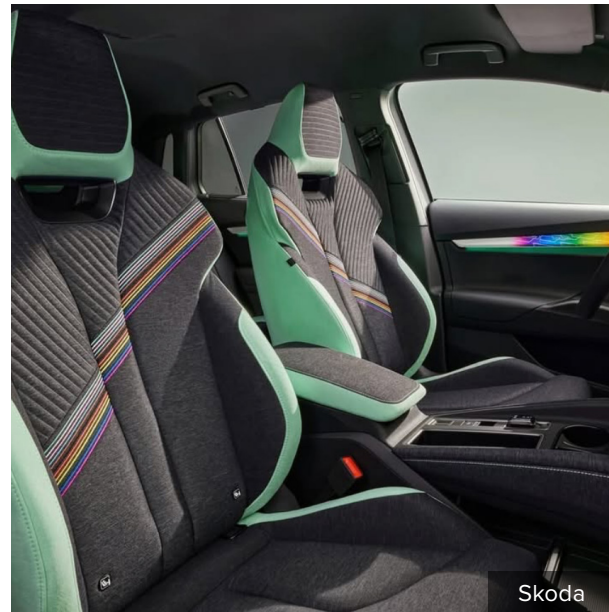
Pantone 12-0602-TPG
Arctic Wolf

INDUSTRY



매크로 트렌드 '목소리를 내다'와 더 넓은 의미에서 행동주의로서의 디자인은 여러 산업 전반에 걸쳐 나타나지만, 특히 패션과 패키징처럼 빠르게 움직이고 제품 수명이 짧은 산업에서 가장 두드러집니다. 이는 사회적 이슈와 액티비즘의 화두가 비교적 빠른 속도로 변화하기 때문입니다.

반면, 자동차나 인테리어처럼 제품 수명이 긴 산업에서는 주로 스페셜 에디션이나 단기 전시 등에서 이러한 양상이 구현되곤 합니다.



Mega-trend 05 YEARS+

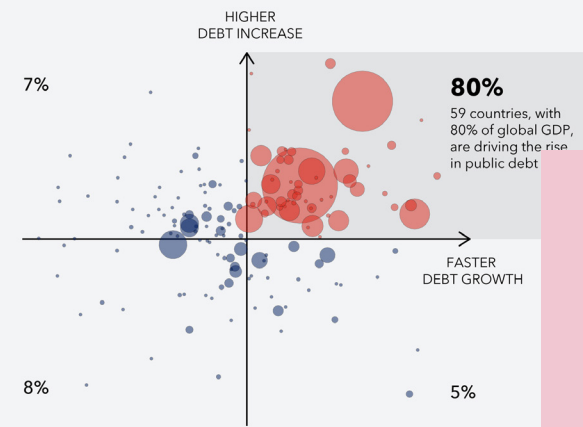
전 세계적인 범사회 환경 변화 및 현상의 방향성을 가진 거시적인 관점의 메가트렌드를 관찰합니다.

▲ \$1,774B

2024년 10월부터 2025년 5월까지 이어진 신규 관세의 급격한 증가는 글로벌 무역 환경의 불확실성을 한층 더 고조 [1]

세계 GDP의 80%를 차지하는 59개국에서 공공 부채가 팬데믹 이전보다 더 높고 더 빠르게 증가 [2]

Public debt is higher and growing faster than before the pandemic, propelled by the largest economies



Sources: IMF staff calculations; and IMF, World Economic Outlook. Note: Y-axis shows change in debt to GDP between 2019 and 2025. X-axis shows the projected growth in debt to GDP from 2014-19 to 2024-29. Bubble size = 2024 share of world GDP.

경제적 불확실성
UNCERTAIN ECONOMICS

1990년부터 2021년까지 전 세계 10~24세 연령층의 불안 장애 발병률은 52% 증가 [3]

세계는 지정학적 긴장, 글로벌 분쟁, 전쟁 속에서 점점 더 위험하고 불안정한 환경으로 변하고 있습니다. 정치적 양극화는 심화되고, 제도에 대한 신뢰는 악화되며, 사회적 긴장 역시 높아지고 있습니다. 경제적 측면에서는 2024년 10월 이후 관세가 급증했으며, 전 세계 GDP의 80%를 차지하는 59개국의 공공 부채가 팬데믹 이전 수준을 넘어 지속적으로 증가하면서, 무역 전쟁 가능성도 커지고 있습니다.

기후 위기로 인한 불확실성 또한 소비자들의 일상에 영향을 미치며 불안과 우울감 증가의 요인으로 이어지고 있습니다.

이처럼 현재와 미래에 대한 통제력을 상실했다고 느끼는 사람들이 늘어나면서, 내적 평온과 안정감을 찾기 위한 다양한 심리적 대처 메커니즘을 모색하게 됩니다. 이에 따라 과거의 단순했던 시절을 떠올리게 하는 향수적 디자인에 대한 수요가 증가하고 있으며, 위로와 신념을 찾는 흐름이 주요 매크로 트렌드로 부상합니다.



Reuters



DONA-A ILBO

전쟁 위협

THREAT OF WAR

기후 위기

CLIMATE CRISIS

[1]WTO [2]IMF [3]NIH

Macro-trend 02 YEARS+

SPIRITUAL AWAKENING

영적 각성



메가트렌드에서 파생된 매크로트렌드는 소비자들이 글로벌 변화에 반응하며 나타나는 새로운 태도와 행동과 가치 변화들을 의미합니다. 이렇게 변화하는 이슈들을 라이프스타일, 소비문화 관점으로 범주화하여 조사합니다. 6개의 카테고리 와 이에 따른 디자인 사례들을 통해 스토리를 분석하여 CMF 디자인 방향을 예측하고 제시합니다.

메가 트렌드인 '불안한 불확실성(Anxious Uncertainty)'에 대응하고, 삶의 목적과 존재와 연결되고자 하는 욕구가 커짐에 따라, 비제도적 형태의 영적 탐구와 실천을 특징으로 하는 '영적 각성(Spiritual Awakening)'이 매크로 트렌드로 부상하고 있습니다. 이 트렌드는 내면 성찰, 마음챙김, 전체론적(홀리스틱) 실천을 통해 의미, 목적, 연결감을 찾는 것에 목표를 두고 있으며, 디자인 산업에서는 평온함, 신비감, 마음챙김, 변화를 불러일으키는 경험을 제공하는 심미적 요소, 상징, 사용자 경험 전략으로 구현하는 방식으로 나타납니다.





Erykah Badu X Desa Potato head

1 영성, 정신에 대한 관심이 커지면서, 형이상학적 성장에 초점을 맞춘 웰니스 휴가 등의 수요가 급증하고 있습니다. 2023년 Pew Research Center 조사에서는 미국인 10명 중 4명은 시간이 지나면서 더 영성적(Spiritual)으로 변했다고 응답한 반면, 여행사 Expedia는 2021년에서 2022년 사이 웰니스 휴가 수요가 30% 증가했으며, 전 세계 여행자의 거의 절반(46%)이 이전보다 웰니스 휴가에 더 개방적임을 밝혔습니다. [1] 위 사진에서는, 레이키(Reiki) 마스터이자 둘라(Doula) 자격을 가진 에리카 바두(Erykah Badu)가 발리에서 영적 리트리트를 진행하고 있습니다.



Temples day



National Geographic

1 전 세계적으로 종교적 소속감은 줄어들고 있지만, 종교와 무관한 사람들이 문화적·미적·사회적 이유로 절이나 사찰을 찾는 현상은 오히려 증가하고 있습니다. 한국에서는 템플스테이와 같은 영적 체험이 인기를 얻고 있으며, 중국의 여행 플랫폼 취날(Qunan)은 2023년 1분기 사찰 관광지 방문객이 전년 대비 367% 증가했다고 추정합니다. [2]

2 영국에서도 스톤헨지에서 열리는 하지 행사와 같이 고대 의식과 문화를 기념하는 모임에 매년 더 많은 사람들이 동참하고 있습니다.

DESIGN CASE STUDIES



João Marcos Moreira

기호 문양 SYMBOLS

조앙 마르코스 모레이라(Joao Marcos Moreira)의 실버 트래버틴 테이블은 동굴 벽화와 고대 잉카 문양에서 영감을 받은 브론즈 모티프를 담고 있습니다.



Maqstone

영적 형태 SPIRITUAL FORMS

브라질 디자이너 레오 라우지(Leo Lauge)가 마크스톤(Maqston)과의 협업으로 선보인 Time After Time 컬렉션은 피라미드, 고대 건축물 기둥 등 전통적인 석조 형상을 반영합니다.



Vacheron Constantin

별자리 영향 CONSTELLATION INFLUENCE

시계학과 신화학의 예술을 결합하여, 바쉐론 콘스탄틴(Vacheron Constantin)은 Métiers d'Art Tribute to The Celestial 컬렉션을 선보였습니다. 12가지의 예술적 시계로 구성된 해당 시리즈는 각 별자리에 담긴 신화적 의미를 기념합니다.



Orabella

초월의 아우라 AURA OF TRANSCENDENCE

향수 브랜드 오라벨라(Orabella)는 신비로운 분위기와 담고 영적 경험을 선사하는 초월적인 향을 개발합니다. 패키지 디자인은 조각된 돌 토템에서 영감을 받은 독창적인 형태로 특징 지어집니다.

CMF STORIES

시적 물성 POETIC MATERIALITY

알린 아스마르 다만(Aline Asmar d'Amman)의 Soft Shell 사이드 테이블에 구현한 금속 플리팅은 해양 신화를 연상시키는 시적인 물성을 구현합니다.



Aline Asmar d'Amman



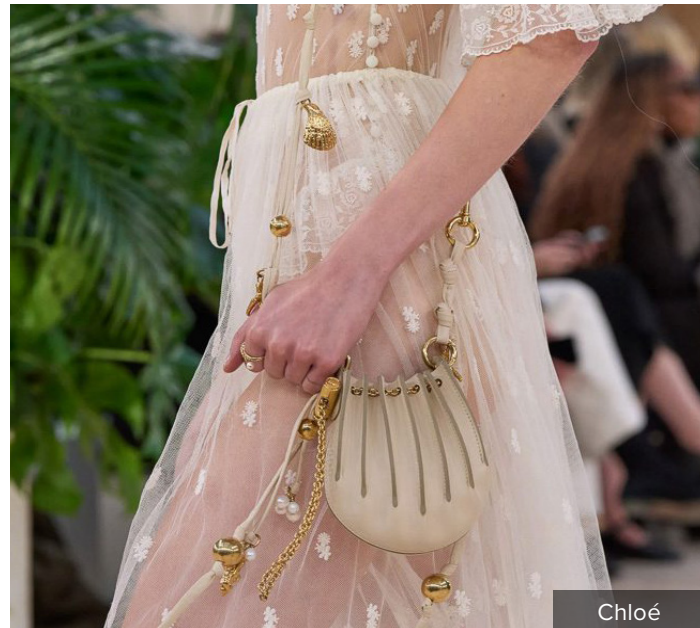
Manuel Mathieu IFF

자연이 품은 화려함 NATURAL OPULENCE

마누엘 마티유(Manuel Mathieu)는 수작업으로 완성한 스톤 유사 패키징을 향수에 적용하며 자연에서 영감을 받은 부드러운 형태미로 유기적 신비성을 표현합니다.

반투명 시어 TRANSLUSCENT SHEERS

여러 산업에서 반투명 소재는 부드럽고 몽환적인 분위기를 연출합니다. 시스루 소재 패션부터 반투명 폴리머 제품에 이르기까지, 소재에 투과되는 빛이 우아한 레이어를 창출합니다.



Chloé



Pandora

상징성 SYMBOLISM

판도라의 탈리스만 컬렉션은 점성술, 고대 주화, 라틴 만트라에서 가져온 상징들을 활용해 단순한 주얼리를 넘어 '의미'를 담은 컬렉션을 완성합니다.

미스틱 컬러 MYSTIC COLOUR

구글 네스트는 은은하고 몽환적인 컬러 헤이즈를 통해 제품에 시적인 신비감을 연출합니다.



Google Nest



Google

크리스탈 스톤 CRYSTAL STONES

살로네 델 모빌레(Salone Del Mobile) 전시에서 구글은 크리스탈 소재를 주요 디자인 요소로 채택하여 액세서리 제품군에 영향을 미친 CMF 콘셉트와의 연관성을 표현했습니다.



Sten Studio

천상의 장식 ETHEREAL EMBELLISHMENT

멕시코시티에 기반을 둔 스텐 스튜디오(Sten Studio)는 Cosmic Resonance 시리즈를 선보였습니다. 테이블과 자연물로 구성된 이 컬렉션은, 행성과 별, 천체의 정렬에서 의미와 방향을 찾고자 했던 고대 문명에서 영감을 얻어 디자인되었습니다.

COLOR

부드럽고 로맨틱한 신비감에서 영감을 받는 이 테마는, 톤다운된 레드와 핑크 같이 포근한 더스티 컬러에 밝은 청록색과 같은 경쾌한 포인트 컬러가 조화를 이룹니다. 소프트 베이지가 팔레트에 자연적이고 안정적인 기반을 더해 트렌드의 유기적인 근원을 은근하게 드러내며, 진주빛 반투명감을 더해 신비로운 분위기를 완성합니다.



Boris Pellegroms



Cinco Cinco



Sten Studio



Falmecc

COLOR SUGGESTION



Pantone 18-1451 TPG
Autumn Glaze



Pantone 14-3949 TPG
Xenon Blue



Pantone 17-4320 TPG
Adriatic Blue



Pantone 13-1022 TPG
Caramel Cream



Pantone 12-5201 TPG
Icicle

INDUSTRY

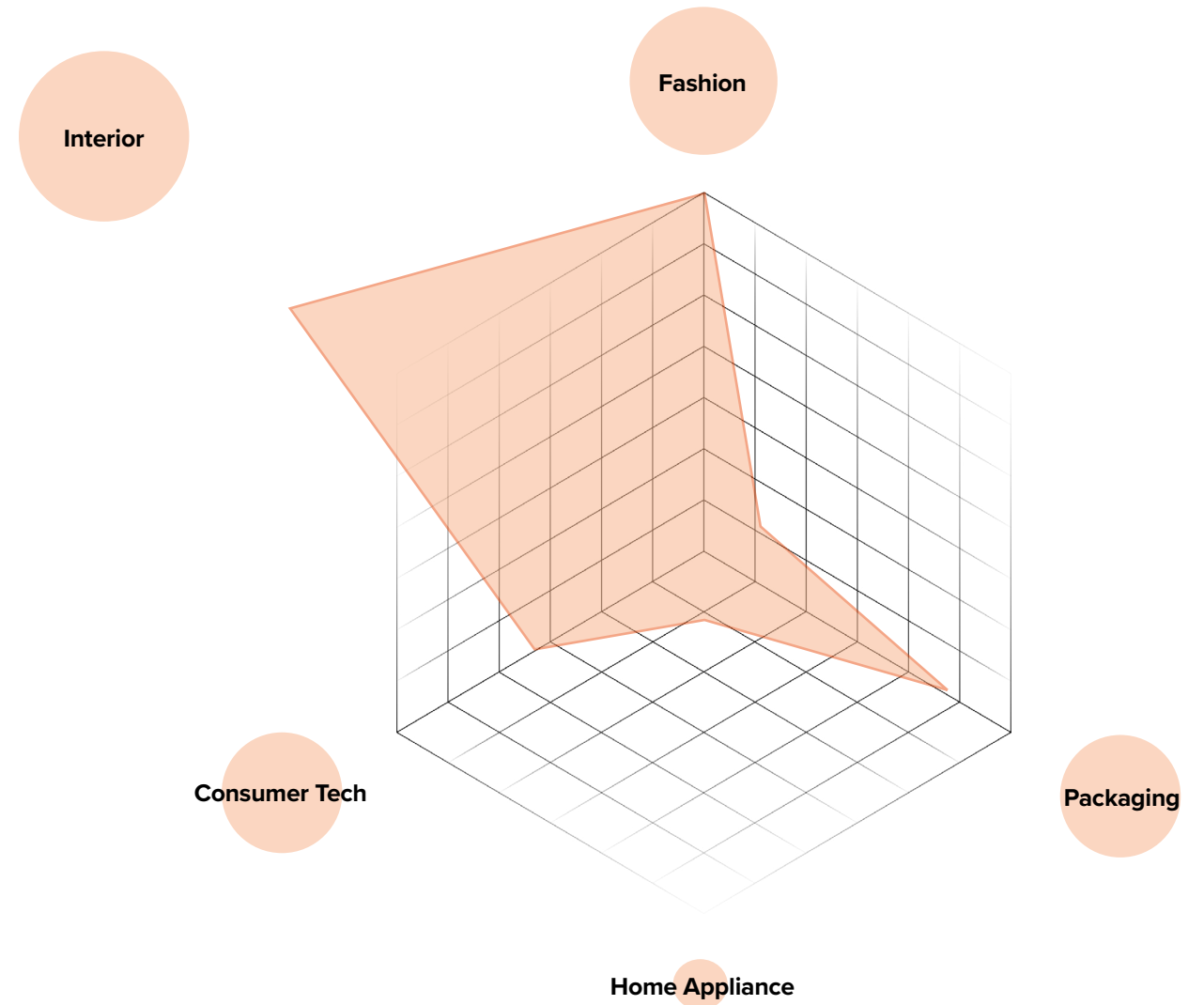


Philip and Kelvin Laverne

인테리어 디자인과 패션 분야에서 처음 등장하기 시작한 '영적 각성' 메가 트렌드는 여러 산업 전반으로 확장되고 있습니다. 2025년 살로네 델 모빌레(Salone Del Mobile)의 인테리어·조명 디자인 전시에서는 영성 테마가 가장 두드러진 트렌드 중 하나로 선보였으며, 향후에는 뷰티 패키징과 컨슈머 테크 등 다른 산업에서도 점차 영향력이 커질 것으로 예측합니다.



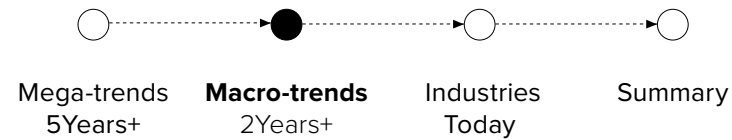
Giorgio Armani



Macro-trend 02 YEARS+

GROUNDED IN PLACE

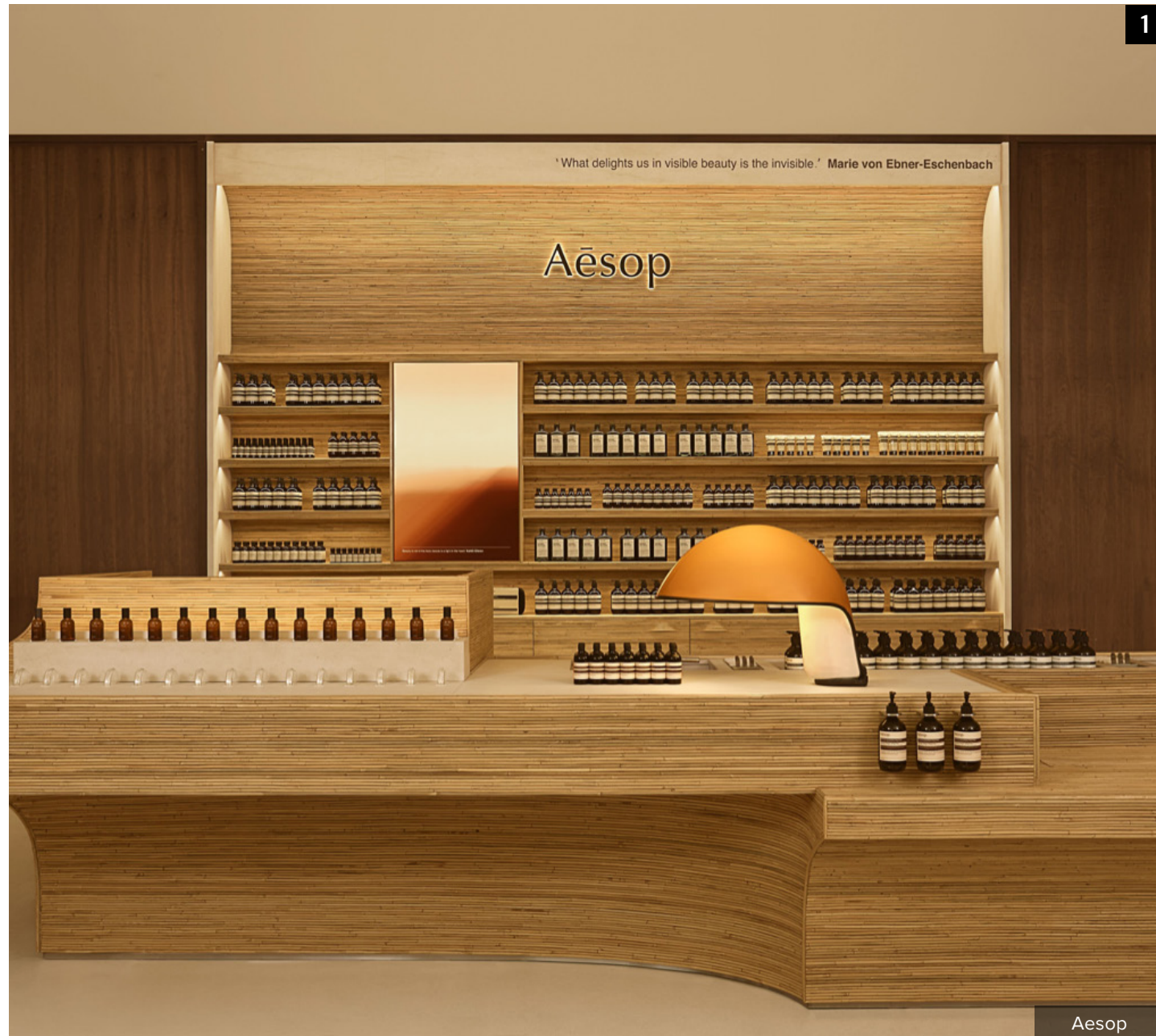
뿌리깊은 장소



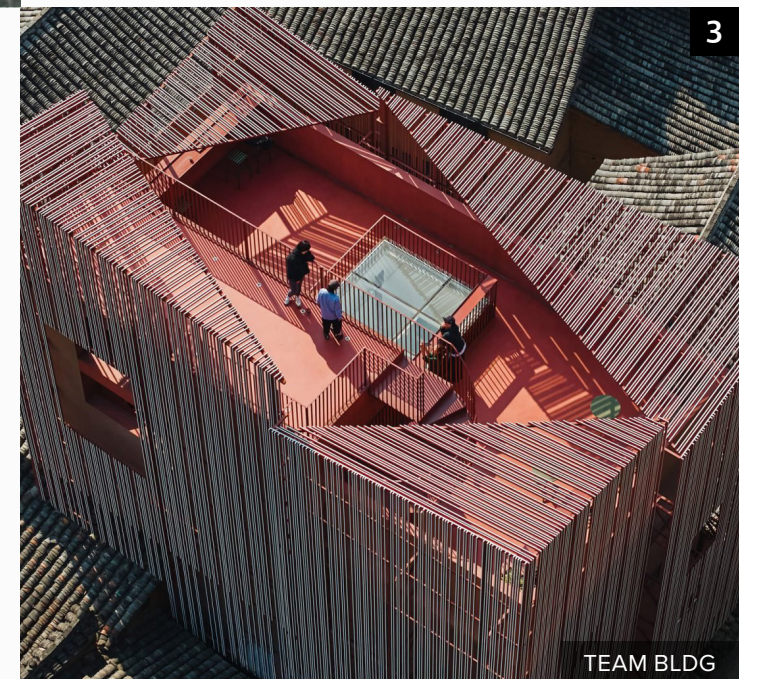
메가트렌드에서 파생된 매크로트렌드는 소비자들이 글로벌 변화에 반응하며 나타나는 새로운 태도와 행동과 가치 변화들을 의미합니다. 이렇게 변화하는 이슈들을 라이프스타일, 소비문화 관점으로 범주화하여 조사합니다. 6개의 카테고리 와 이에 따른 디자인 사례들을 통해 스토리를 분석하여 CMF 디자인 방향을 예측하고 제시합니다.

메가 트렌드인 '불안한 불확실성(Anxious Uncertainty)'에 대응하고, 의미와 연결에 대한 지속적인 욕구가 커짐에 따라, 전통, 진정성, 장인정신, 향수를 강조하는 비제도적 형태의 영적 탐구와 실천을 강조하는 '뿌리깊은 장소(Grounded in Place)'가 매크로 트렌드로 부상합니다. 역사적 레퍼런스 와 고전적 디자인 언어, 그리고 세월이 입증한 제작 기법을 바탕으로 전개되는 이 트렌드는 의미 있고 높은 품질을 지닌 스토리 중심의 제품을 원하는 소비자들에게 깊은 공감을 불러일으킵니다.





1 메종 오브제(Maison Objet) 리서치에 따르면, 데코·디자인·라이프스타일 업계 전문가의 88%가 고객들이 제품 또는 원자재의 출처에 대해 점점 더 민감하게 반응하고 있다고 답했으며, 52%는 자사 생산 또는 원자재 조달의 일부가 이미 현지화되어 있다고 밝혔습니다. [1] 이러한 흐름은 로컬리즘과 지역 정체성의 강화, 그리고 전통·유산·문화적 내러티브를 제품에 담고자 하는 소비자 요구의 증가에 의해 주도되고 있습니다. 이숍은 각 매장 디자인마다 해당 지역의 건축적 맥락, 문화, 재료를 반영하여 지역성과 브랜드 철학을 결합합니다. 특히 최근 태국 방콕의 신규 매장은 지역에서 얻은 대나무 소재와 디자인에서 영감을 받아 설계되었습니다.



2 일본 시계 브랜드 그랜드 세이코 모델은 본사 주변의 일본 전원 풍경에서 영감을 받아 디자인되었습니다. 겐비 계곡과 호타카 산맥의 동틀 녘 햇살의 반사에서 영감을 얻은 색상과 패턴이 특징인 이 모델은 다층 코팅 기술이 다이얼에 마감 적용되어, 빛이 닿을 때마다 미묘하게 색이 변하는 섬세한 시각적 효과를 연출합니다.

3 중국 저장성의 Z뮤지엄은 건물 외관에 전통적인 선형 패턴을 알루미늄 튜브로 재구성함으로써 주변 지역의 전통적인 건축양식을 현대적으로 재해석하여 보수되었습니다.

DESIGN CASE STUDIES



Lucía Echavarría

전통 기법

TRADITIONAL TECHNIQUE

콜롬비아 출신 아티스트 루시아 에차바리아 (Lucía Echavarría)는 전통과 장인정신에 깊이 뿌리를 둔 디자인 철학을 지닌 디자이너로서, 콜롬비아의 풍부한 공예 유산에서 영감을 받아 가구 제작의 현대적 감각과 짚 마케트리 등 전통적인 기법을 결합하여 디자인에 녹여냅니다.



Alpi X Trace of Sense

문화 유산

CULTURAL HERITAGE

한국 문화와 디자인에서 영감을 받은 Trace of Sense 전시는 한국 전통 건축을 차용하여 ALPI 우드 소재를 정교하게 조각한 조형 작품들을 선보였습니다.

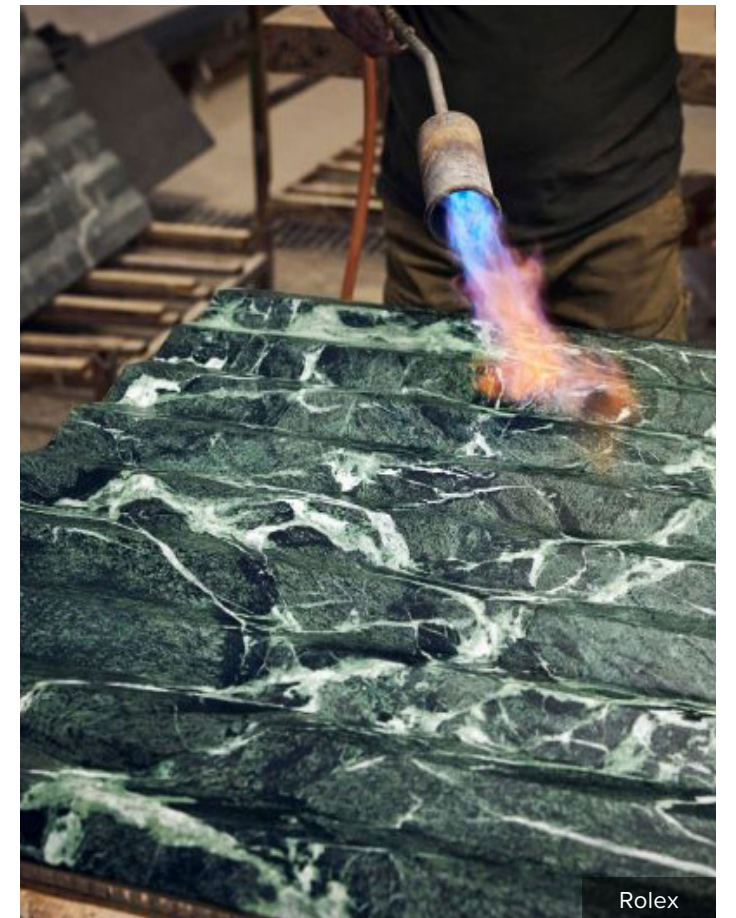


Koo Architects

지역적 연관성

REGIONAL RELEVANCY

Koo Architects 건축 스튜디오는 베이징에 위치한 티숍 '테아트르(Theatre)'의 인테리어를 지역과 공간의 기능이 직접 연결되는 디자인을 구현했습니다. 압축된 흙과 폐차앞으로 제작한 커스텀 벽돌은 방문객에게 중국의 차 문화 경험의 몰입감을 더합니다.



Rolex

브랜드 헤리티지

BRAND HERITAGE

스위스 브랜드 롤렉스는 베니스 비엔날레에서 제품과 브랜드 헤리티지를 직접적으로 연결한 파빌리온을 선보였습니다. 파빌리온의 건축과 인테리어는 롤렉스의 클래식한 시계 디자인에서 영감을 받아, 베젤과 다이얼의 패턴을 유리나 대리석 표면에 정교하게 재해석해 담아냈습니다.

CMF STORIES

지역 조달 LOCALLY SOURCED

Act Upon Locality 프로젝트는 동평(Dongpeng)의 장시 호쿠(Jiangxi Hukou) 그린 테크 소재 생산 기지를 중심으로 진행된 소재 디자인 프로젝트로, 모든 폐기물은 반경 100km 이내에서 조달되어 지속 가능한 소재와 디자인 실천의 범위를 확장하는 데 목표를 둡니다.



장소에서 오는 영감 INSPIRED BY PLACE

나니마르키나(Nanimarquina)'s Colorado 러그는 전통 직조 기법을 현대적으로 재해석한 대표적인 사례로, 현지 환경에서 영감을 얻은 색감, 질감, 패턴을 디자인 모티브로 삼아, 전통적인 초비(Chobi)와 킬림(Kilim) 기법을 적용하여 소재의 다양한 높낮이 질감을 구현합니다.



브랜드 유산 BRAND HERITAGE

메리 카트란주(Mary Katrantzou)는 불가리의 고대 뿌리와 연결된 액세서리 라인을 선보였습니다. 세밀한 비드 장식으로 완성된 부채 형식의 패턴은 브랜드의 로마 기원을 시각적으로 재해석합니다.

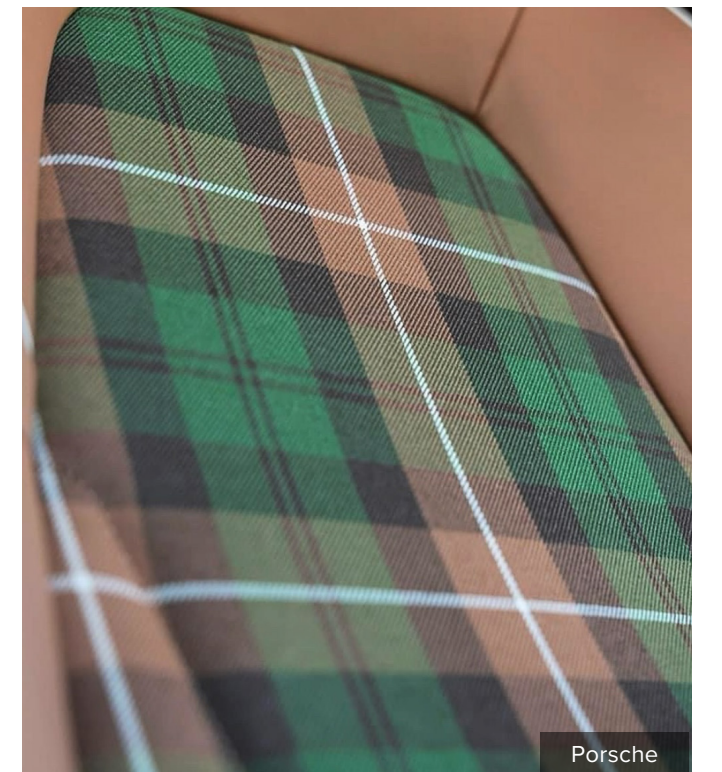
지역 기반 제작자 HYPER LOCAL MAKERS

독일 디자이너 닐스 홀거 무어만(Nils Holger Moormann)은 지역 기반의 장인들과의 협업을 통해 Liesl 선반을 디자인했습니다.



지역 폐기물 REGIONAL WASTE

사라 호워드(Sarah Howard)의 Circular Ceramics 컬렉션은 폐수 처리 시스템에서 나온 100% 지역 폐점토만을 사용해 제작되었습니다. 이러한 지역 맞춤형 폐기물 순환 방식은 채굴 과정에서 환경적·사회적 문제가 발생할 수 있는 수입 광물 자원에 대한 의존도를 줄이는 효과를 창출합니다.

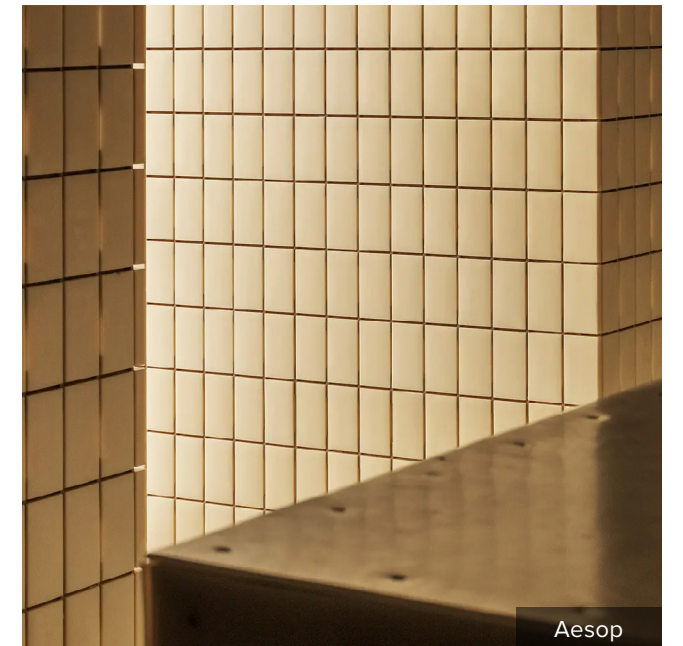
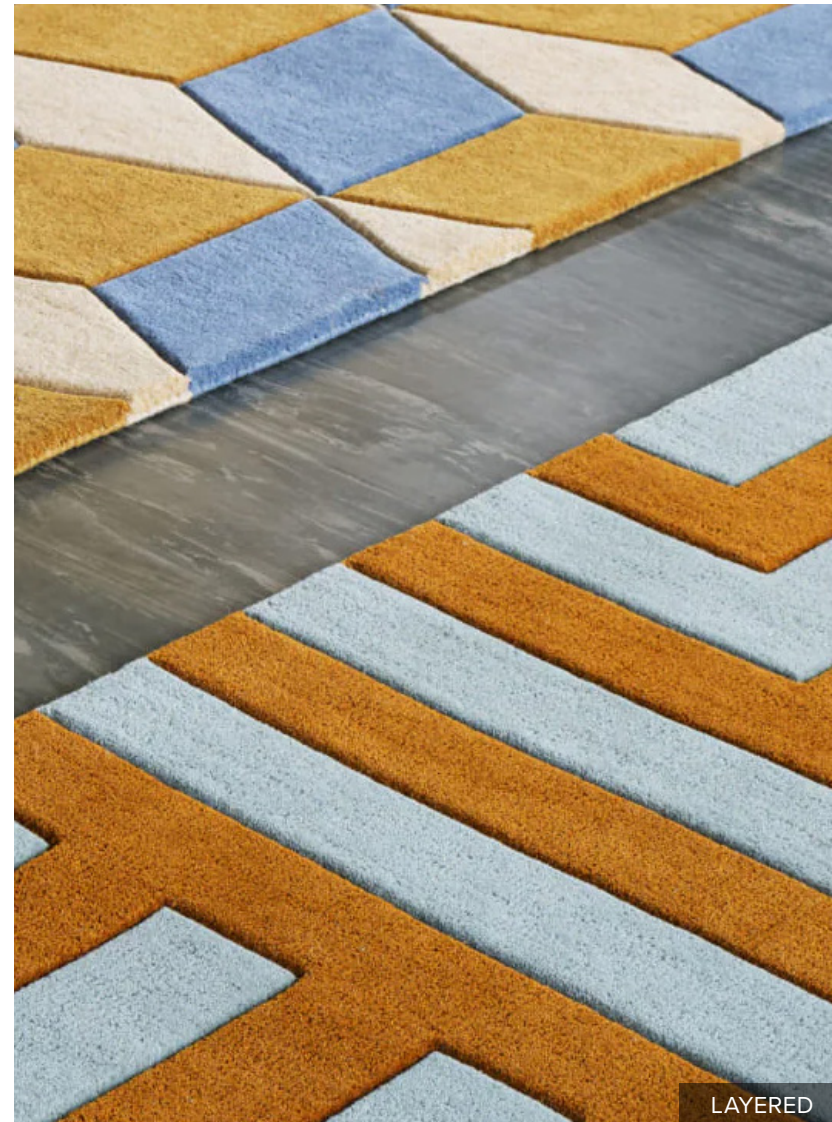
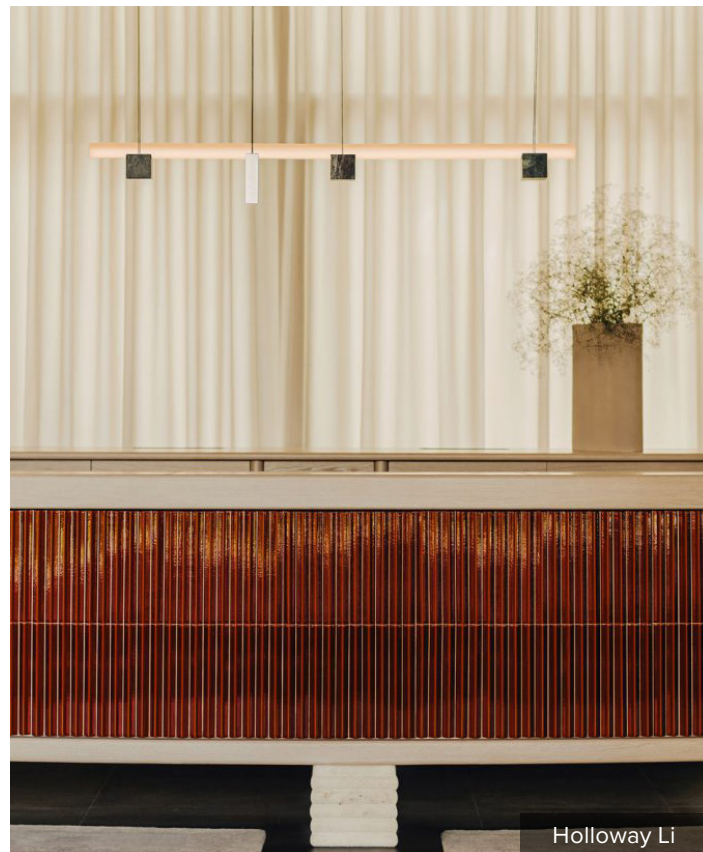
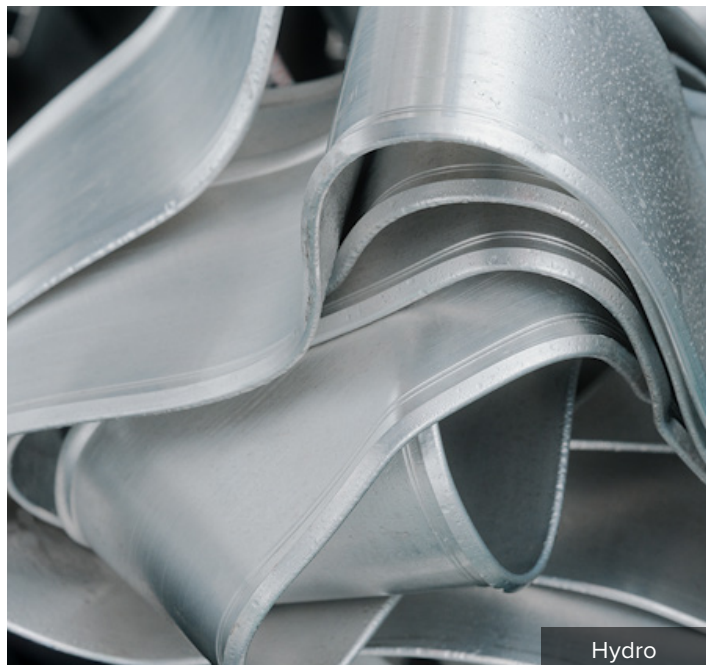


브랜드 정체성 BRAND IDENTITY






포르쉐 이베리카는 브랜드 40주년을 기념하여 쿼렌타 에디션(Cuarenta Edition)을 선보였으며, 브랜드가 지닌 이베리아 지역의 역사와 문화를 반영하여 트러플 브라운 톤과 타탄 패턴 중심으로 인테리어를 구성하였습니다.

COLOR

자연에 깊은 영감을 두고 있는 어스(Earth) 테마는 깊은 브라운과 그린을 중심으로 한 따뜻하고 안정적인 다크 톤을 기반으로 합니다. 여기에 테라코타 핑크와 연한 모스 컬러 같은 부드러운 파스텔 계열이 조화를 이루며, 모래를 연상시키는 뉴트럴 톤이 더해져 팔레트의 부드러운 균형을 이룹니다.



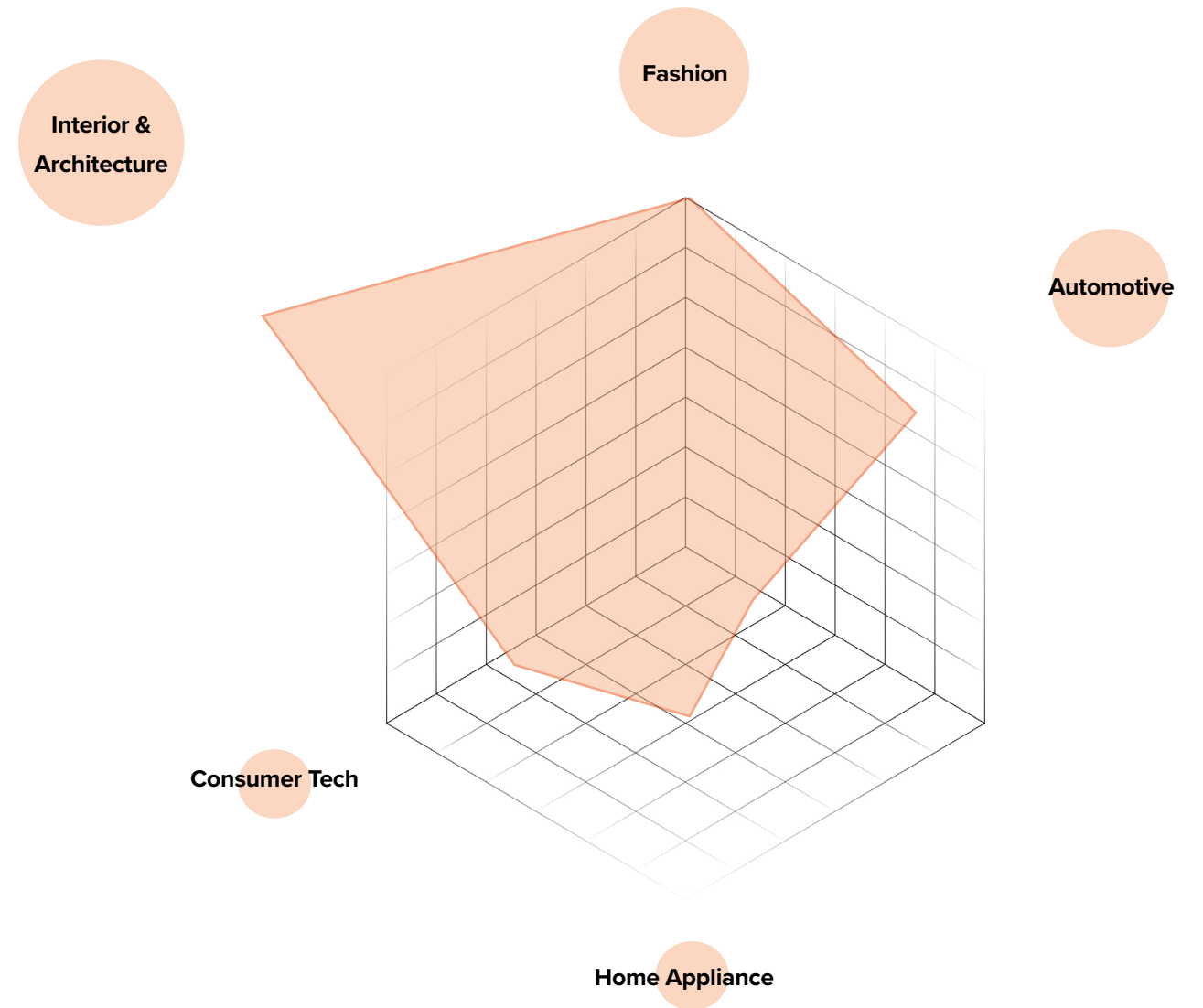
COLOR SUGGESTION

-  Pantone 119-1223 TPG
Downtown Brown
-  Pantone 19-0312 TPG
Beetle
-  Pantone 14-0721 TPG
Hemp
-  Pantone 15-5218 C TPG
Alabaster Gleam
-  Pantone 12-0812 TPG
Deep Emerald

INDUSTRY



매크로 트렌드 '뿌리깊은 장소'는 럭셔리 마켓에서 처음 선보이기 시작하여, 제품에 프리미엄 스토리를 부여하고자 하는 브랜드들에 의해 빠르게 확산되었습니다. 이후 로컬리즘이 지속가능성 측면에서 주목받으며 더 넓은 산업군으로 확산되었고, 현재는 인테리어·건축·패션·자동차 등 다양한 분야에서 확고히 자리잡으며, 지속가능성에 대한 수요와 함께 브랜드의 고급스러운 스토리텔링을 동시에 필요로 하는 산업에 강한 호응을 얻고 있습니다.



Macro-trend 02 YEARS+

YOUTH-PHORIA

유스포리아



메가트렌드에서 파생된 매크로트렌드는 소비자들이 글로벌 변화에 반응하며 나타나는 새로운 태도와 행동과 가치 변화들을 의미합니다. 이렇게 변화하는 이슈들을 라이프스타일, 소비문화 관점으로 범주화하여 조사합니다. 6개의 카테고리 와 이에 따른 디자인 사례들을 통해 스토리를 분석하여 CMF 디자인 방향을 예측하고 제시합니다.

메가 트렌드인 '불안한 불확실성(Anxious Uncertainty)'에 대응하여, '유스포리아(Youth-phoria)'가 매크로 트렌드로 부상합니다. 이 트렌드는 성인 소비자가 전통적으로 젊음과 연결되는 경험을 적극적으로 수용하고 즐기는 현상을 특징으로 하며, 향수, 도피, 자기 표현, 즐거움의 요소들을 담고 있습니다. 소비자는 어린 시절의 장난감, 미디어, 미적 요소, 경험을 재탐색하며, 이를 바탕으로 대담하고 유쾌하며 창의적인 표현에 거리낌 없는 디자인 언어가 구현됩니다.



Barbie Movie



1 Circana에 따르면, 2019년 이후 어린이용 장난감 판매는 2억 유로 감소한 반면, 성인용 장난감 판매는 10억 유로 증가하여, 전체 장난감 판매에서 차지하는 비중이 2019년 23.4%에서 2022년 28%로 상승했습니다. [1] 2020년, 레고는 성인 소비자층을 위한 제품 카테고리를 출시했으며, 이는 2024년까지 총 142개 세트로 확장했습니다. 또한 레고 그룹이 설계한 Serpentine Play Pavilion(런던)은 성인과 어린이 모두를 위한 공간으로, 구조 전반에 레고 블럭을 통합하여 방문객들이 놀이를 통한 창의적 경험을 탐험할 수 있는 몰입형 환경을 제공합니다.



2 아티스트이자 디자이너인 잉카 일로리(Yinka Ilori)는 혹스턴 호텔과 협업하여 성인을 위한 게임 팝업 공간을 구현하였습니다.



3 아티스트가 각자의 언어로 메르세데스 벤츠의 최신 CLA 모델을 재해석하는 'Class of Creators' 시리즈의 일환으로, 구스타프 웨스트만은 피크닉 테이블 등의 오브제를 통합한 유년적 감성의 핑크색 메르세데스 벤츠를 디자인했습니다. 귀여움과 즐거움을 중심으로 구성된 요소는 성인 대상 디자인에 어린아이 같은 표현 방식을 녹여내어 표현됩니다.

STORY CASE STUDY



Marina Hoermanseder

토이 조이 TOY JOY

버려진 케어베어 장난감을 활용한 마리아 호어만제더(Marina Hoermanseder)의 2024년 가을·겨울 컬렉션은 어린시절의 즐거움을 고스란히 담아내며, 패션과 장난감 수집을 유쾌하게 디자인하였습니다.



Gustaf Westman

활기찬 색감과 모양 PLAYFUL COLOR AND SHAPE

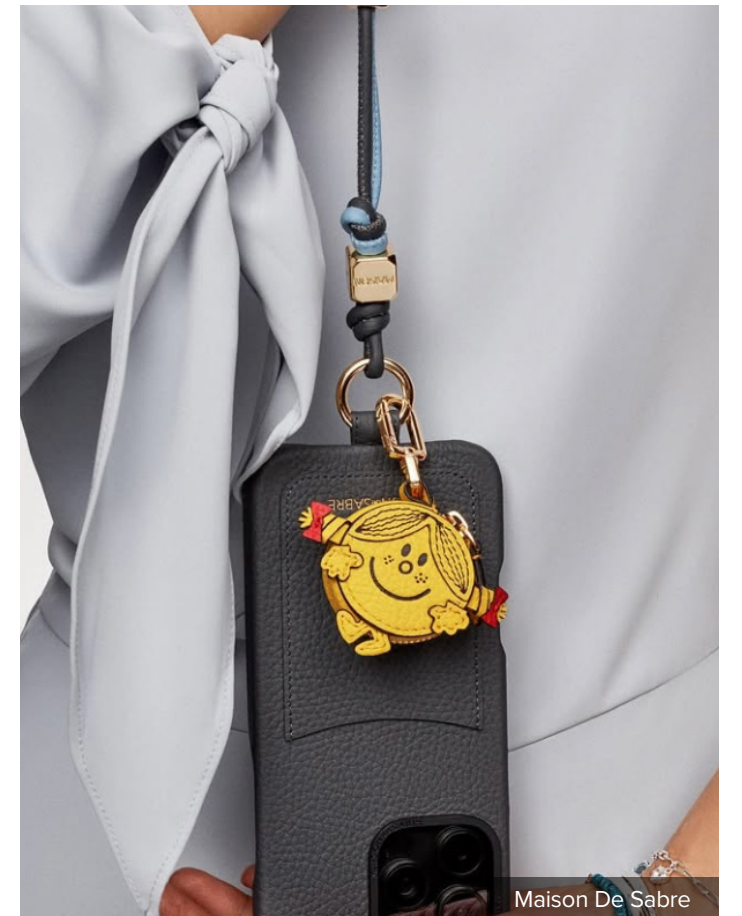
스톡홀름 기반의 디자이너 구스타프 베스트만(Gustaf Westman)은 주문 제작 가구, 맞춤형 디자인 오브제, 세라믹, 유리 제품 등을 디자인합니다. 이를 통해 유쾌한 장난스러움, 어린아이같은 미학이 돋보이는 독창적인 디자인 세계를 선보입니다.



Samsung

카툰 인플루언스 CARTOON INFLUENCE

최근 몇 년간 다양한 아티스트와 협업을 진행해 온 삼성은, 앤디 리멘터(Andy Rementer)와의 협업을 통해 주방 공간에 즐거움과 낙관적인 에너지를 불어넣는 다채로운 카툰 스타일 디자인을 적용하였습니다.



Maison De Sabre

노스텔지어 NOSTALGIA

럭셔리 액세서리 브랜드가 최근 선보인 미스터 맨(Mr Men) 컬렉션은 유명한 만화 캐릭터를 키링으로 재현하여, 어린 시절 미스터 맨 만화 시리즈에 추억이 있는 성인 소비자층에게 향수를 불러 일으킵니다.

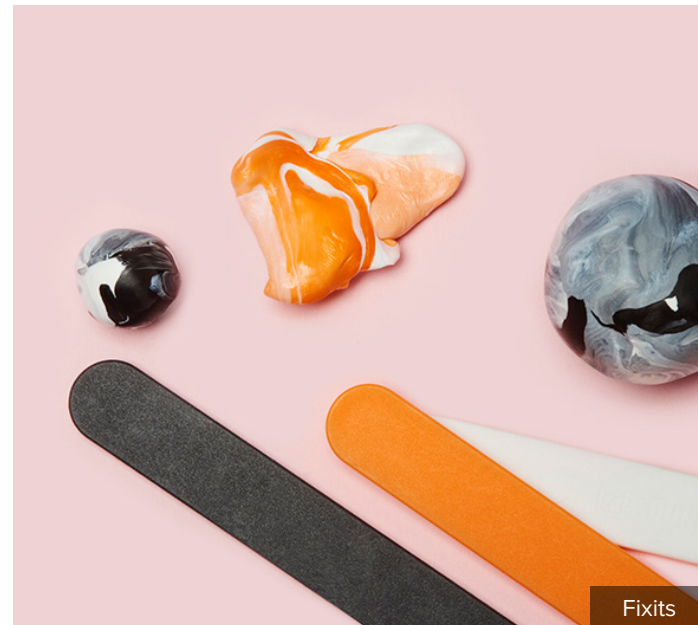
CMF STORIES

퍼즐 조각 PUZZLE PIECES

션 거슬리(Sean Gerstley)와 비아 월링(Bea Walling)이 공동 디자인한 블록 체어는 퍼즐과 블록 쌓기와 같은 레트로 놀이에서 영감을 받았습니다. 불규칙하게 맞물리며 조립된 유약 처리 세라믹 타일을 통해 유희적이고 자유로운 디자인을 창조합니다.



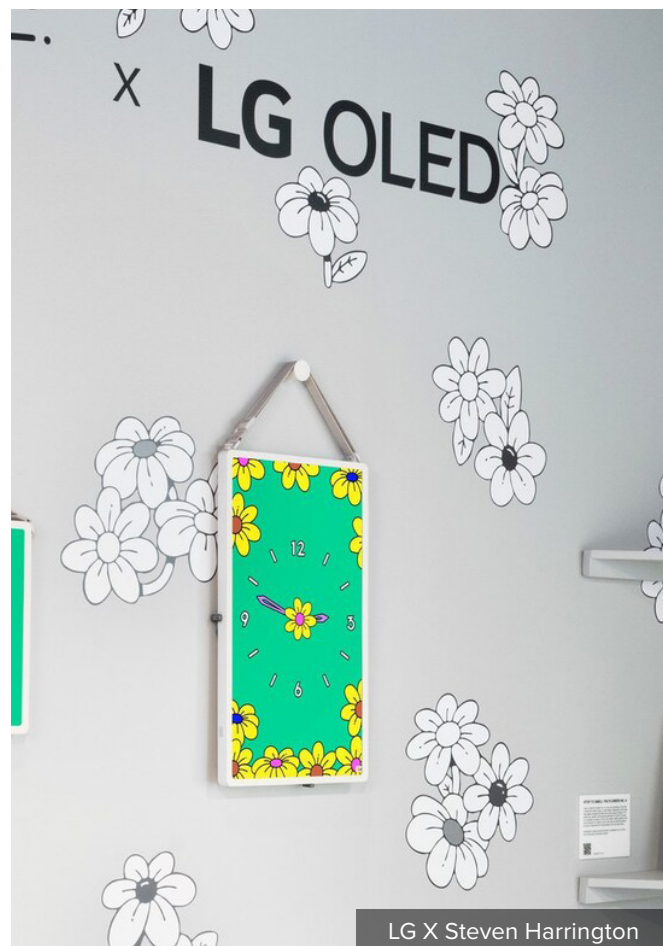
Block Chair



Fixits

부드러운 촉감 SOFT TACTILITY

크래프트 및 수리 용도로 디자인된 Fixits 스틱은 뜨거운 물에 넣으면 부드러운 질감으로 변합니다. 경화되기 전 다양한 형태와 용도로 자유롭게 성형하여 유연성을 제공합니다.



LG X Steven Harrington

장난스런 패턴 PLAYFUL PATTERN

LG는 아티스트 스티븐 해링턴(Steven Harrington)과 협업하여 생동감 넘치는 팝업 전시를 뉴욕에서 선보였습니다. LG OLED TV와 결합된 해링턴의 다채로운 패턴과 아트워크는 깊은 블랙과 선명한 네온 컬러를 통해 LG의 디스플레이 기술력을 시각적으로 강조합니다.

불규칙한 배열 HAPHAZARD ARRANGEMENT

디자이너 토머스 헤더윅(Thomas Heatherwick)의 In-Side Collection 야외 가구는 유선형 형태에 재활용 플라스틱으로 만든 경쾌한 색깔의 점을 의도적으로 무질서하게 배치하였습니다.



Thomas Heatherwick



Atelier SOHN

정돈되지 않은 가장자리 MESSY EDGES

아틀리에 손(Atelier SOHN)은 재활용 플라스틱을 접착제로 활용하여 정돈되지 않은 가장자리를 그대로 드러낸 사이드 테이블을 선보입니다. 과감한 색감과 흘러넘치는 양을 통제하며 새로운 조형적 미감을 완성합니다.



Home Studyo

과장된 미감 INFLATED AESTHETIC

Home Studyo의 도자기 컬렉션은 풍선처럼 말랑하고 튀어오를 듯한 형태로 도자기를 재해석하여, 단단한 세라믹의 기존 인식을 뒤집어 놓습니다. 화병, 주전자, 화분, 거울로 구성된 디자인은 일상 속에 작은 즐거움을 불어넣습니다.

COLOR

장난스러운 감성과 향수를 불러일으키는 분위기를 중심으로 컬러를 채택하며, 특히 밝은 톤과 네온 컬러가 주요 컬러가 됩니다. 높은 채도의 파스텔 톤을 더해 전체적인 미감을 균형감 있게 조율합니다.



Fabien Cappello



Poliuretano è



Zara X Disney



Kinka Ilori

COLOR SUGGESTION



Pantone 13-0754 TPG
Maize



Pantone 15-3915 TPG
Kentucky Blue



Pantone 14-1511 TPG
Blossom



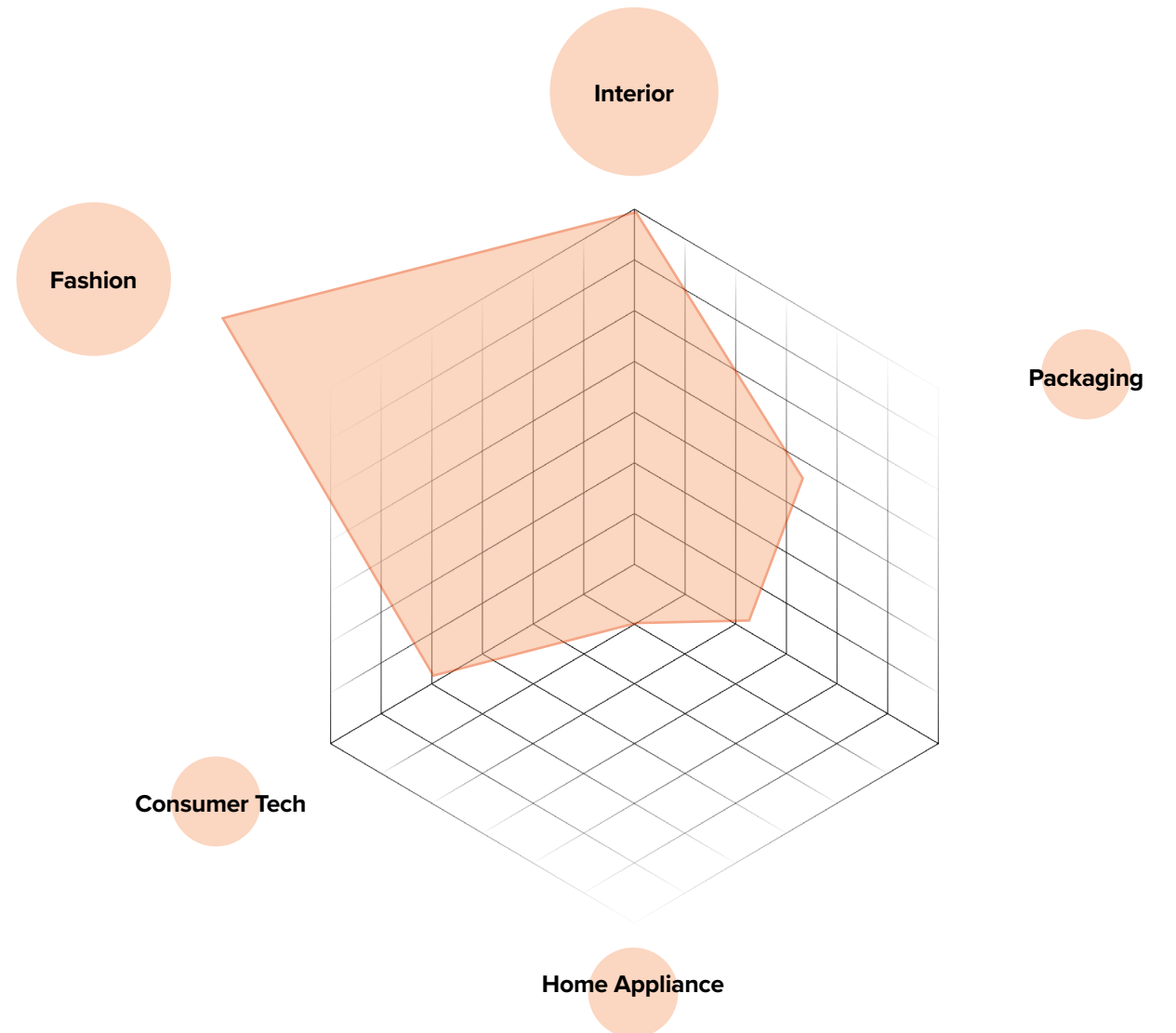
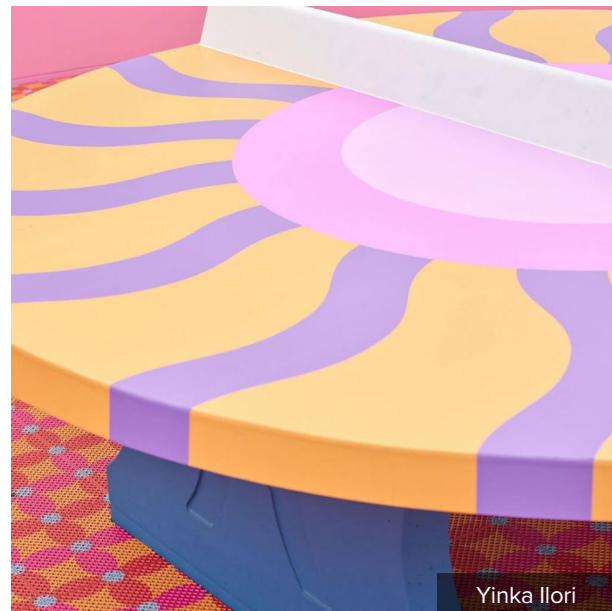
Pantone 13-0324 TPG
Lettuce Green



Pantone 19-3939 TPG
Blueprint

INDUSTRY

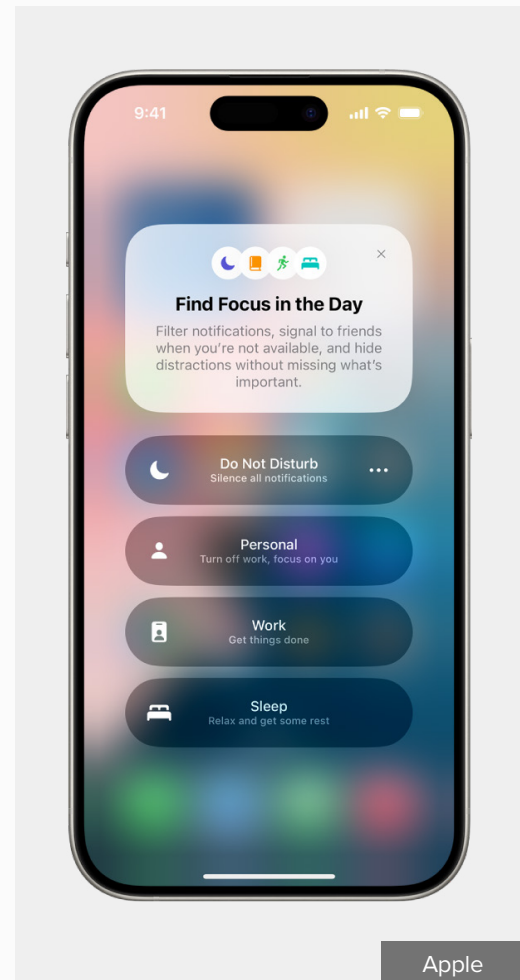
‘유희포리아’는 패션, 인테리어, 컨슈머 테크, 패키징 등 다양한 산업 전반에서 두드러지게 나타나는 대담하고 표현적인 매크로 트렌드입니다. 주로 Z세대와 밀레니얼을 주요 소비자 층으로 하며, 자기표현을 중시하는 패션과 인테리어와 같은 분야에서 특히 활발한 흐름을 보입니다.



Mega-trend 05 YEARS+

전 세계적인 범사회 환경 변화 및 현상의 방향성을 가진 거시적인 관점의 메가트렌드를 관찰합니다.

DIGITAL REVOLUTION 디지털 혁명



Apple

영국 소비자의 38%, 한국 소비자의 80%가 "디지털 디톡스"를 원한다고 응답^{[1][2]}



Reading Rhythms

스마트폰 중독
PHONE ADDICTION

AI 공포
FEAR OF AI

근로자의 52%, 향후 AI가 자신의 일자리에 미칠 영향에 대해 우려^[3]



KPMG

2024년 메타 분석에 따르면, 미국인의 50% 이상이 자신이 스마트폰에 중독돼 있다고 생각하는 반면, 아시아 대학생의 24.3%가 스마트폰 중독 상태인 것으로 나타났다.^{[4][5]}

향후 10년간 글로벌 AI 시장은 현재의 네 배 이상 성장할 것으로 전망되며, 인공지능은 우리 시대를 규정짓는 핵심 기술로 더욱 공고히 자리잡고 있습니다. AI와 디지털 기술이 일상 전반을 빠르게 재편해 가는 가운데, 끊임없는 디지털 접촉이 야기하는 피로도를 줄이기 위해 새로운 라이프스타일을 찾는 소비자들이 점점 증가합니다.

Apple의 포커스 모드, 스크린 타임 제한 앱, 다양한 디지털 디톡스 캠페인 등은 이러한 변화의 흐름을 반영합니다. 이 트렌드의 중심에는 AI를 삶 속에 보다 균형 있게 통합하려는 움직임이 자리하고 있으며, 특히 삶의 방식과 관계 맺는 방식, 그리고 의미를 찾는 방식을 다시 질문하는 젊은 세대를 중심으로 흐름이 자리합니다.

이키가이(Ikigai)에 기반한 홀리스틱 라이프스타일, 북클럽이나 삼림욕과 같은 아날로그적 활동에 이르기까지, 소비자들은 과도하게 연결된 환경 속에서 진정성과 정신적 고요함의 가치를 재발견합니다.

이러한 움직임은 삶의 질을 우선시하는 디자인 언어로 번역됩니다. 불필요한 기능을 덜어내고, 혼잡함보다 고요함을 선택하는 디자인은 불확실한 시대 속에서 의도적이고 균형 있는 삶을 추구하는 여정에서 든든한 동반자가 됩니다.

[1] EMBRAIN [2] EY [3] Pew Research Study [4] The Centre for Internet and Technology Addiction [5] Public Health

Macro-trend 02 YEARS+

DE-TECHNOLOGY

기술 절제



메가트렌드에서 파생된 매크로트렌드는 소비자들이 글로벌 변화에 반응하며 나타나는 새로운 태도와 행동과 가치 변화들을 의미합니다. 이렇게 변화하는 이슈들을 라이프스타일, 소비문화 관점으로 범주화하여 조사합니다. 6개의 카테고리 와 이에 따른 디자인 사례들을 통해 스토리를 분석하여 CMF 디자인 방향을 예측하고 제시합니다.

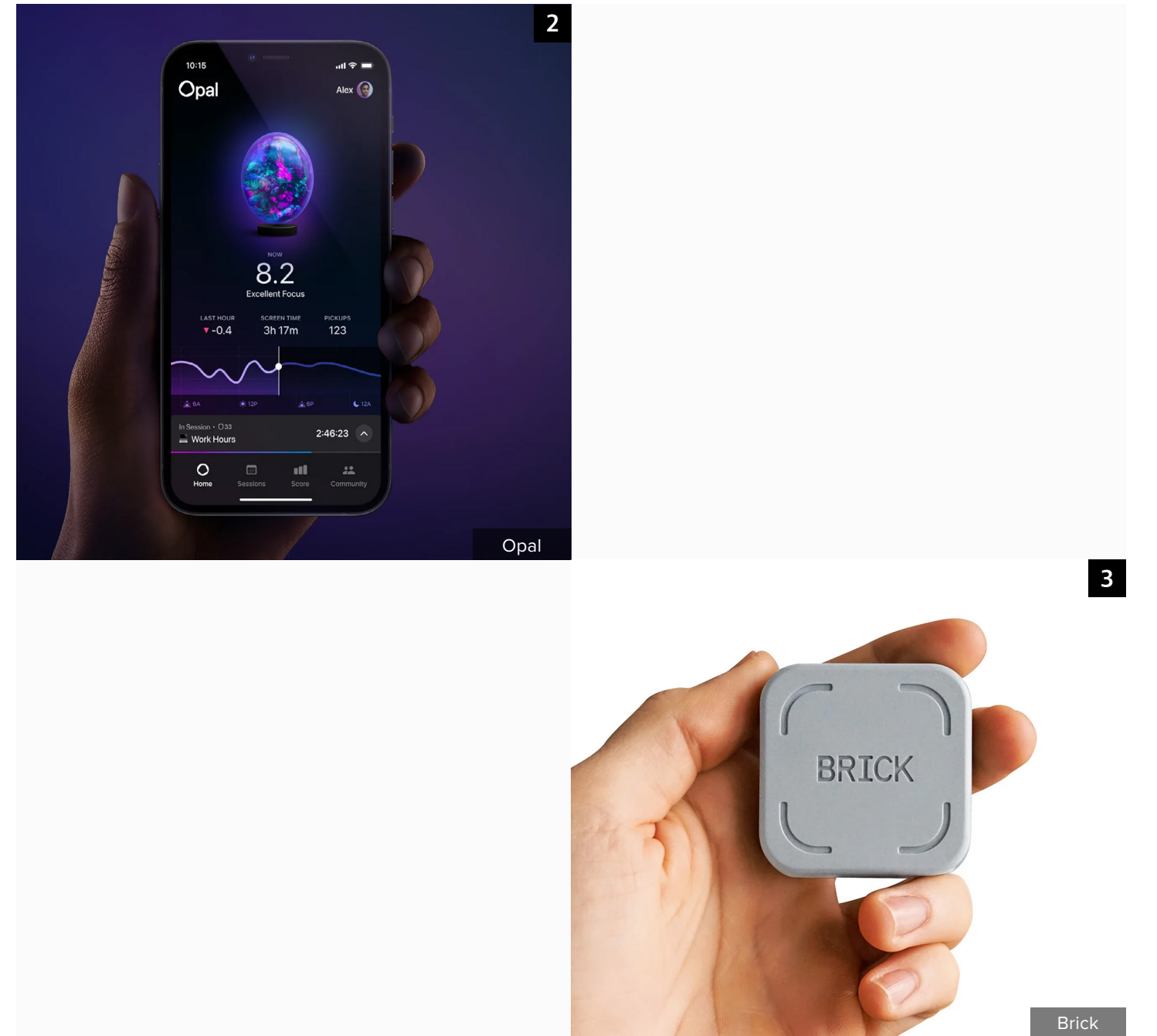
메가 트렌드 '디지털 혁명(Digital Revolution)'에 대응하여, 기술 디자인은 점점 더 조용하고, 덜 방해되며, 삶 속에 조화롭게 녹아드는 방향으로 진화하고 있습니다. 인간화되는 AI(Humanised AI), 은밀하며 신중한 통합, 감각적 디자인이 새로운 핵심 키워드로 부상하며, 이전의 시끄럽고 거슬리는 과도한 기술에서 벗어나려는 움직임이 나타나고 있습니다.





Logging Off Club

1 (디지털 디톡스 앱 시장은 2032년까지 약 149억 8천만 파운드(한화 약 25조 원) 규모의 산업을 창출할 것으로 예상되는 한편, 지난 12개월 동안 ‘디지털 디톡스 리트릿’ 검색량은 50% 증가했습니다. [1] 소비자들이 기존의 기술 사용방식에서 거리를 두고자 함에 따라, 이를 줄이기 위한 다양한 시도가 등장합니다. 이러한 흐름을 대표하는 개념의 JOLO(Joy Of Logging Off)라는 용어가 등장하였으며, 영국의 로깅오프클럽(Logging Off Club)은 스크린 타임 감소 장려를 위한 ‘휴대폰 없는(No Phones Allowed)’ 오프라인 이벤트를 정기적으로 개최하고 있습니다.



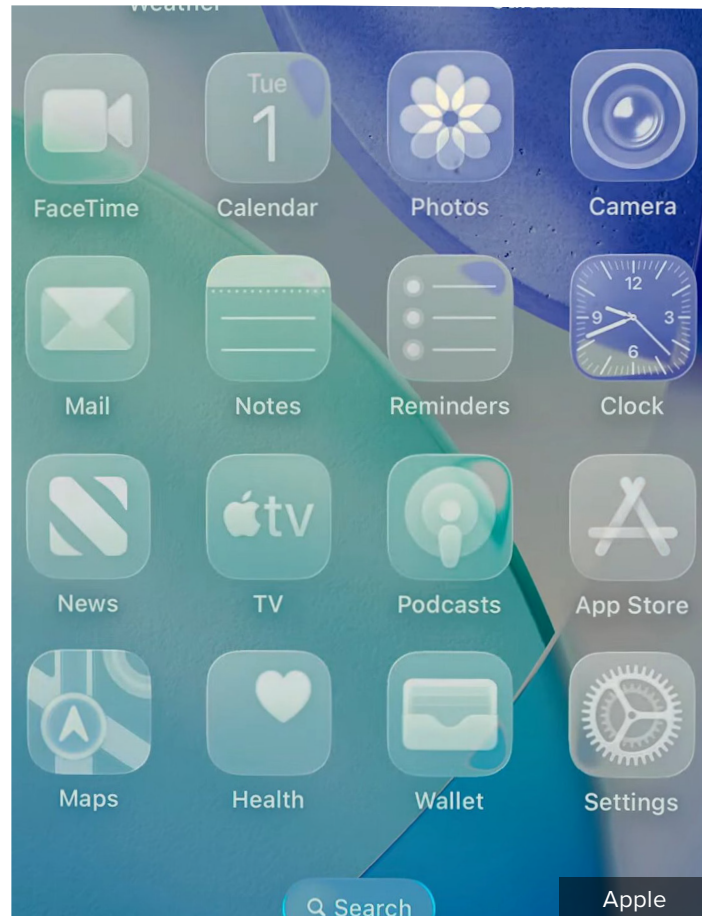
Opal

Brick

2 오팔(Opal) 앱은 사용자의 더 향상된 집중을 위해 디자인 되어, 앱 차단 세션, 앱 사용 제한, 앱 잠금 등 다양한 기능을 제공하여 사용자가 스크린 타임을 효과적으로 관리할 수 있도록 지원합니다.

3 브릭(Brick)은 스마트폰의 앱 접근을 제한함으로써 기술에 대한 과도한 의존을 줄이고 집중력을 높이기 위해 디자인된 제품형 디바이스입니다.

DESIGN CASE STUDIES



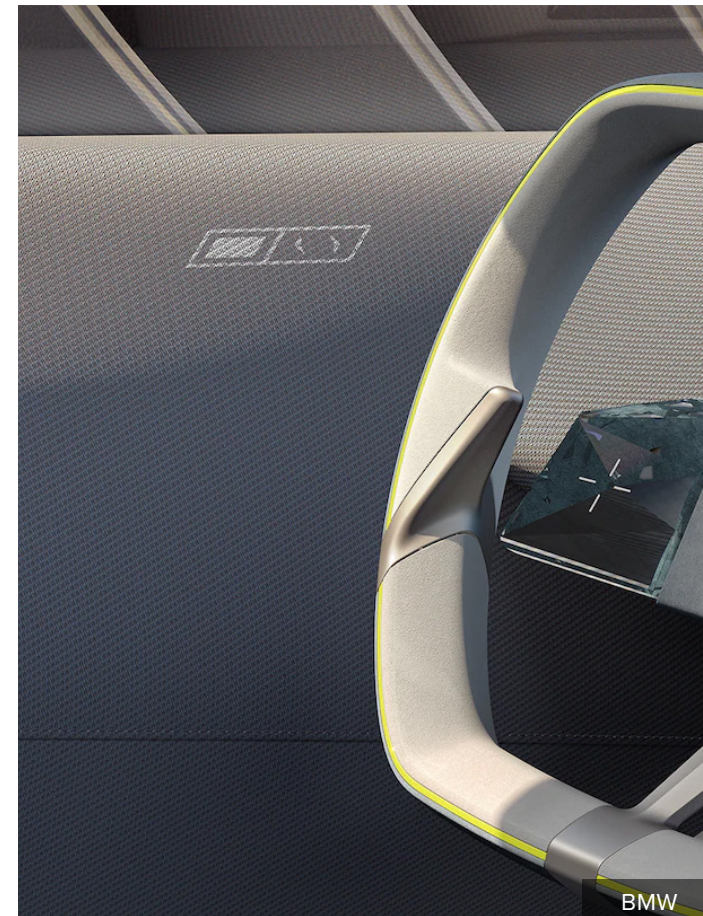
절제된 미묘함 SUBDUED SUBTLETY

애플은 최근 '리퀴드 글래스(Liquid Glass)' 소프트웨어 디자인을 공개했습니다. 반투명하고 무채색의 앱 인터페이스는 기존의 불투명한 디자인보다 절제되어 시각적 방해가 적고 부드러운 사용자 경험을 제공합니다.



감성 기술 EMOTIVE TECH

LG는 AI 기반 혁신 제품군인 'Affectionate Intelligence'를 출시하여, 일상의 모든 순간을 이해하고 향상시키는 것을 목표로 합니다. 감성적 접근 디자인은 기술 제품을 보다 인간적으로 만들어, 우리의 삶 속에 더 자연스럽게 조화롭게 녹아들 수 있도록 합니다.



드러나지 않는 빛 HIDDEN UNTIL LIT

BMW i Vision Dee는 부드러운 패브릭 대시보드와 사이드 패널을 갖추고 있으며, 필요한 순간에만 정보성 조명이 드러나도록 설계되어 있습니다. 이는 눈에 띄는 기술 요소를 최소화함으로써, 부드럽고 따뜻하게 환영하는 분위기의 인테리어 공간을 만들어냅니다.



상호작용의 즐거움 INTERACTIVE JOY

기술 브랜드 Nothing의 최신 스마트폰은 기존의 라이트 매트릭스를 '글리프 매트릭스 (Glyph matrix)'로 대체했습니다. 작은 픽셀형 화면을 적용해 사용자가 '디지털 토이'를 가지고 놀 수 있도록 디자인하여, 무의미한 화면 스크롤링을 줄이는 것을 목표로 합니다.

CMF STORIES

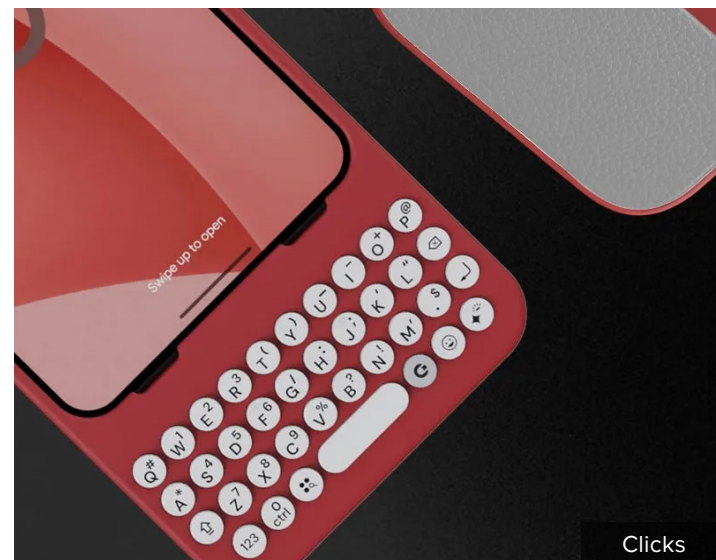
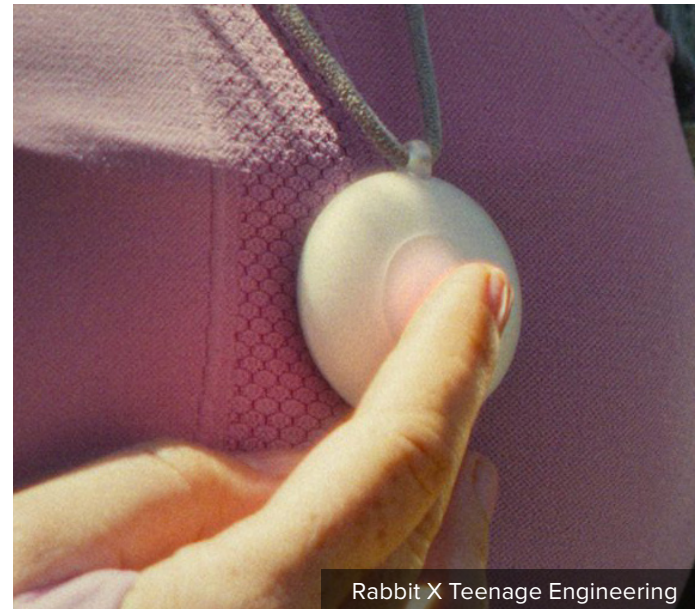
미니멀리즘 MINIMALISM

포켓 사이즈의 게임 콘솔 Sinclair는 미니멀리즘 정신을 기반으로 디자인되었습니다. 무광 블랙이 전면 적용되어 시각적 자극을 최소화하고 골드 화이트 그래픽은 제조 과정 중 직접 내부에서 적용되어, 별도의 추가 실크 스크린, 라벨 인쇄, 오버레이가 필요성을 없앱니다.



인간화되는 CMF HUMANISED CMF

Friend는 사용자의 말을 듣고 대화할 수 있는 AI 목걸이로 설계된 동행형 제품입니다. 부드러운 반투명 실리콘 터치 포인트는 사용중 따뜻하고 다채로운 빛을 내며 사용자와의 감성적 연결을 더욱 강화합니다.



감각적 기쁨 SENSORY DELIGHT

Clicks는 스마트폰에 감각적 경험을 다시 불러넣기 위해 디자인된 폰 케이스입니다. 푸시 버튼은 일반적인 터치스크린에서 느낄 수 없는 촉각적 만족감과 경쾌한 소리를 선사하며, 브러시 메탈 재질의 옆면 조작 버튼은 프리미엄한 질감을 완성합니다.

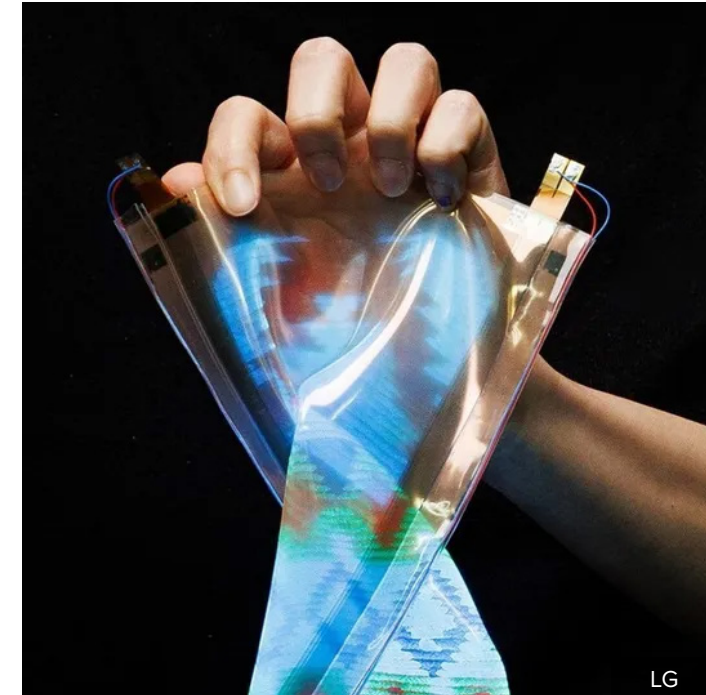


보이지 않는 투명함 INVISIBLE TRANSPARENCY

삼성 사용하지 않을 때 완전히 투명하게 사라지는 프레임리스 마이크로 LED 투명 TV를 출시했습니다. 이를 통해 공간 내에 제품이 시각적으로 덜 방해되며, 공간에 자연스럽게 녹아드는 효과를 제공합니다.

최적의 유연성 OPTIMAL FLEXIBILITY

기술 제품들은 점점 더 사용자에게 맞춰 변화 최소화하고 접히는 등, 시야와 생각 밖으로 사라지는 방식으로 진화하고 있습니다. LG의 신축·유연 디스플레이와 같은 소재 혁신은 이러한 기술의 구현을 더욱 가속합니다.



감성적 즐거움 EMOTIVE JOY

Layer Design의 PiA는 인공지능에 감정을 부여하기 위해 디자인된 웨어러블 AI 시스템입니다. 재활용 유리를 사용하고 색이 변화하는 투명한 외관을 구현하여, 단일소재 디자인에 머무르고 있는 대부분의 제품 시장에 부드러운 해결책을 제안합니다.

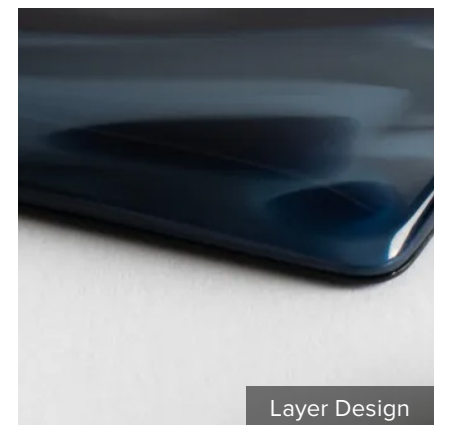


물리적 즐거움 PHYSICAL JOY






스마트폰 브랜드 realme는 Pro+ 14 시리즈의 후면 패널에 열변색 안료를 적용했습니다. 온도 변화, 특히 손의 물리적 접촉에 따라 색이 변하는 소재는 특별하고 상호작용적인 소재 경험을 선사합니다.

COLOR

이 테마의 컬러 팔레트는 미니멀리즘을 우선시하며, 중간 톤으로 차선의 뉴트럴 톤과 조합해 구성합니다. 이에 대한 예외로, 기술 사용을 줄이기 위해 디자인된 제품 요소는 시각적인 자극을 일으키는 컬러와 효과를 사용해 강조함으로써, 가상에서 현실로 시선을 이끄는 역할을 합니다.



COLOR SUGGESTION

-  Pantone 18-5621 TPG
Fir
-  Pantone 12-0722 TPG
Lemonade
-  Pantone 12-0804 TPG
Cloud Cream
-  Pantone 18-4141 TPG
Campanula
-  Pantone 17-3929 TPG
Pale Iris

INDUSTRY

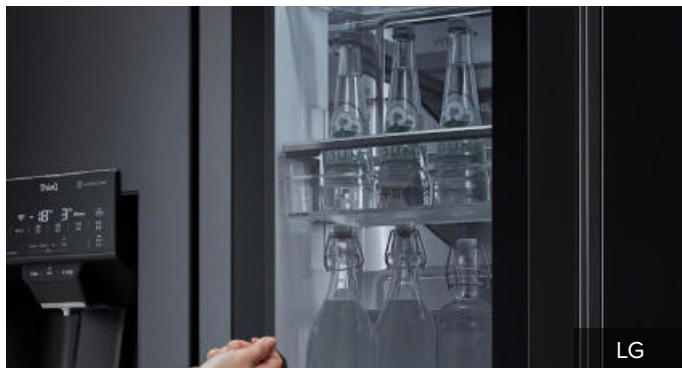
매크로 트렌드 '기술 절제'의 부상은 기술이 광범위하게 스며들고 때로는 과도하게 개입하는 산업에서 주로 나타납니다. 하루 대부분의 시간을 사용자와 함께하도록 디자인된 컨슈머 테크 분야에서는 가장 강한 트렌드로 채택되고 있는 반면, 자동차, 가전, 인테리어 디자인과 같은 산업에서는 보다 미묘하고 은은한 방식으로 흐름으로 영향을 받고 있습니다.



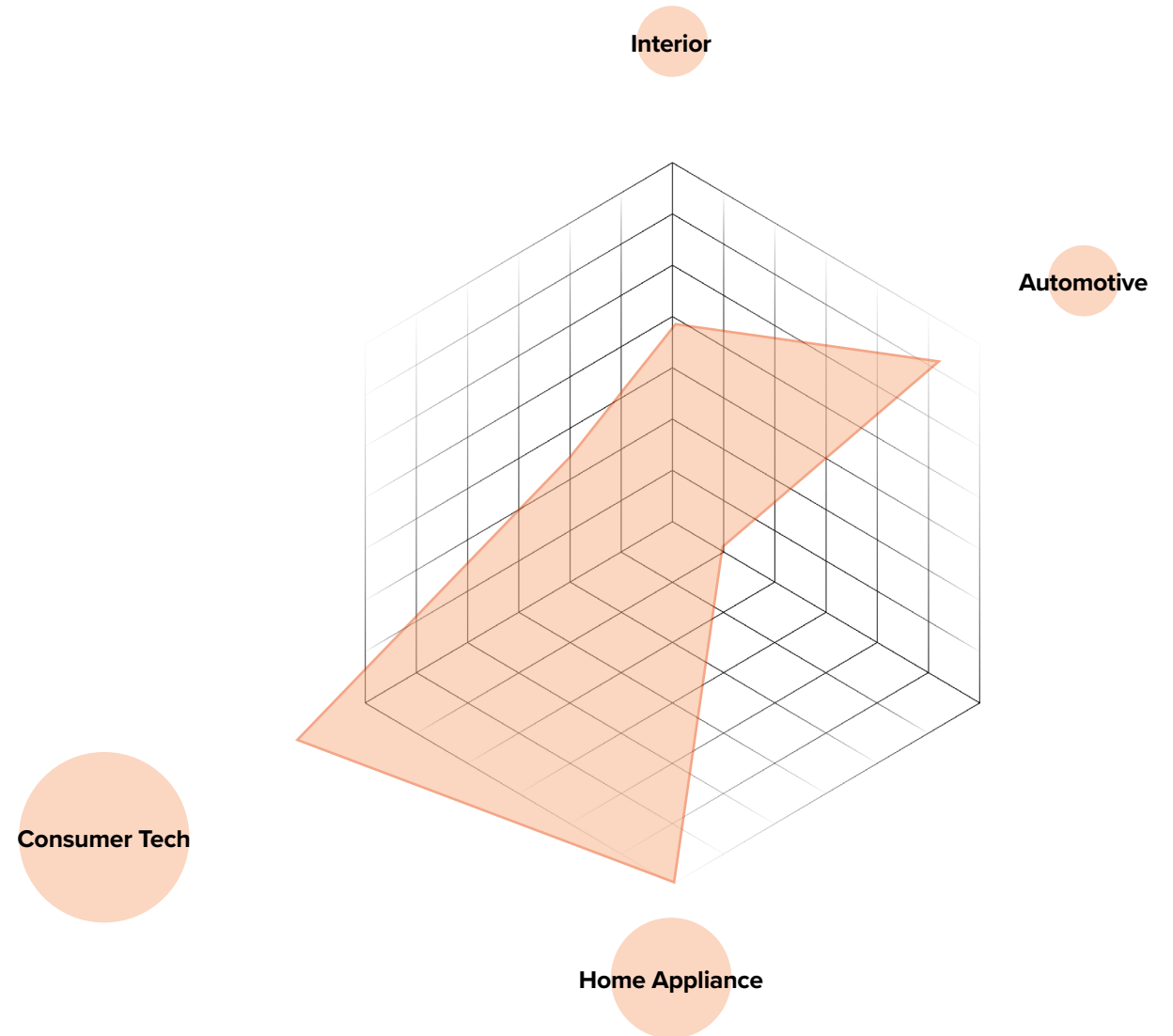
Infinix



Mercedes-Benz



LG



Interior

Automotive

Consumer Tech

Home Appliance

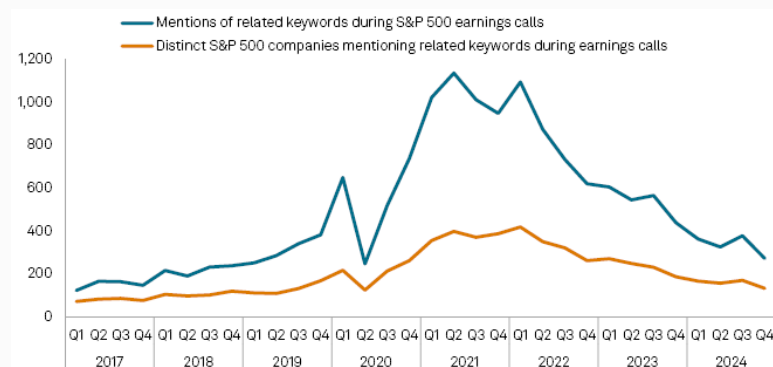
Mega-trend 05 YEARS+

THE EVOLUTION OF SUSTAINABILITY 지속가능성의 진화

전 세계적인 범사회 환경 변화 및 현상의 방향성을 가진 거시적인 관점의 메가트렌드를 관찰합니다.

▼828

기업의 넷제로 관련 언급 횟수는 2021년 정점을 찍은 이후 급감하여, 2024년 4분기에는 1,100회 이상에서 272회로 감소 [2]



Data compiled Feb. 4, 2025. Related keywords include ESG, sustainability and net-zero. Counts are associated with the number of times a keyword was mentioned in earnings call transcripts. The count is associated with the calendar quarter in which the earnings call occurred. Source: S&P Global Market Intelligence. © 2025 S&P Global.

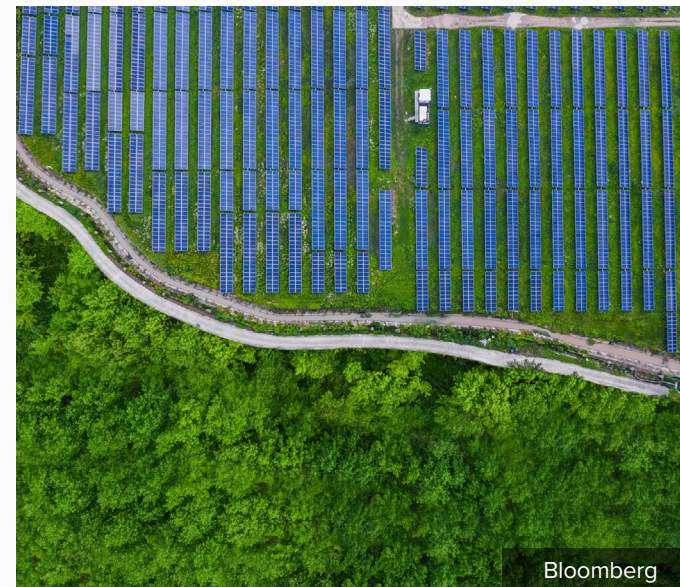
“우리는 2050년까지 유럽 경제의 탈탄소화를 이루겠다는 우리의 약속이 굳건함을 보여줍니다. 그 목표는 명확하며, 여정은 실용적이고 현실적입니다.”

[1]

- 우르줄라 폰 데어 라이엔,

European Commission 집행위원장

세분화 중심 전략으로 변화
MOVE INTO NEICHE



그린 허싱
GREEN HUSHING

'2030 코카콜라와 네슬레를 포함한 여러 기업들은 버진 플라스틱 감소 목표를 달성하지 못한 뒤, 재활용 목표 기한을 2030년으로 연기했다. [3]

“우리는 2050년까지 유럽 경제의 탈탄소화를 이루겠다는 우리의 약속이 굳건함을 보여줍니다. 그 목표는 명확하며, 여정은 실용적이고 현실적입니다.” 라는 서문과 함께 우르줄라 폰 데어 라이엔 유럽연합 집행위원장은 7월 개정된 EU 기후법을 발표하며, 지속가능성 정책의 어조와 방향성이 변화하고 있음을 시사했습니다. 여전히 우리 시대의 가장 중요한 과제 중 하나임에도 불구하고, 최근 몇 달간 글로벌 긴장 고조와 지리적 제약이 맞물리며 많은 곳에서 지속가능성의 우선순위를 낮추는 움직임이 보이고 있습니다. 여기에 그린워싱에 대한 두려움까지 더해지면서 기업들은 지속가능성 목표를 적극적으로 홍보하는 데 점점 더 신중해지고 있습니다. 코카콜라와 네슬레는 환경 감축 목표를 2030년으로 연기했으며, 마이크로소프트는 데이터 관련 사업 확장으로 인해 탄소 배출이 30% 증가했습니다. [4]

그러나 지속가능성은 사라질 수 없으며, 다만 비현실적인 목표나 모호한 마케팅 문구가 아닌, 진정성 있고 실용적이며 현실적인 지속가능성 그 형태의 변화가 예측됩니다. 실제적 효과를 창출하면서도 보다 절제된 방식의 접근이 새로운 방향으로 떠오르고 있습니다.

Macro-trend 02 YEARS+

RE-SUSTAINABILITY

재지속가능성



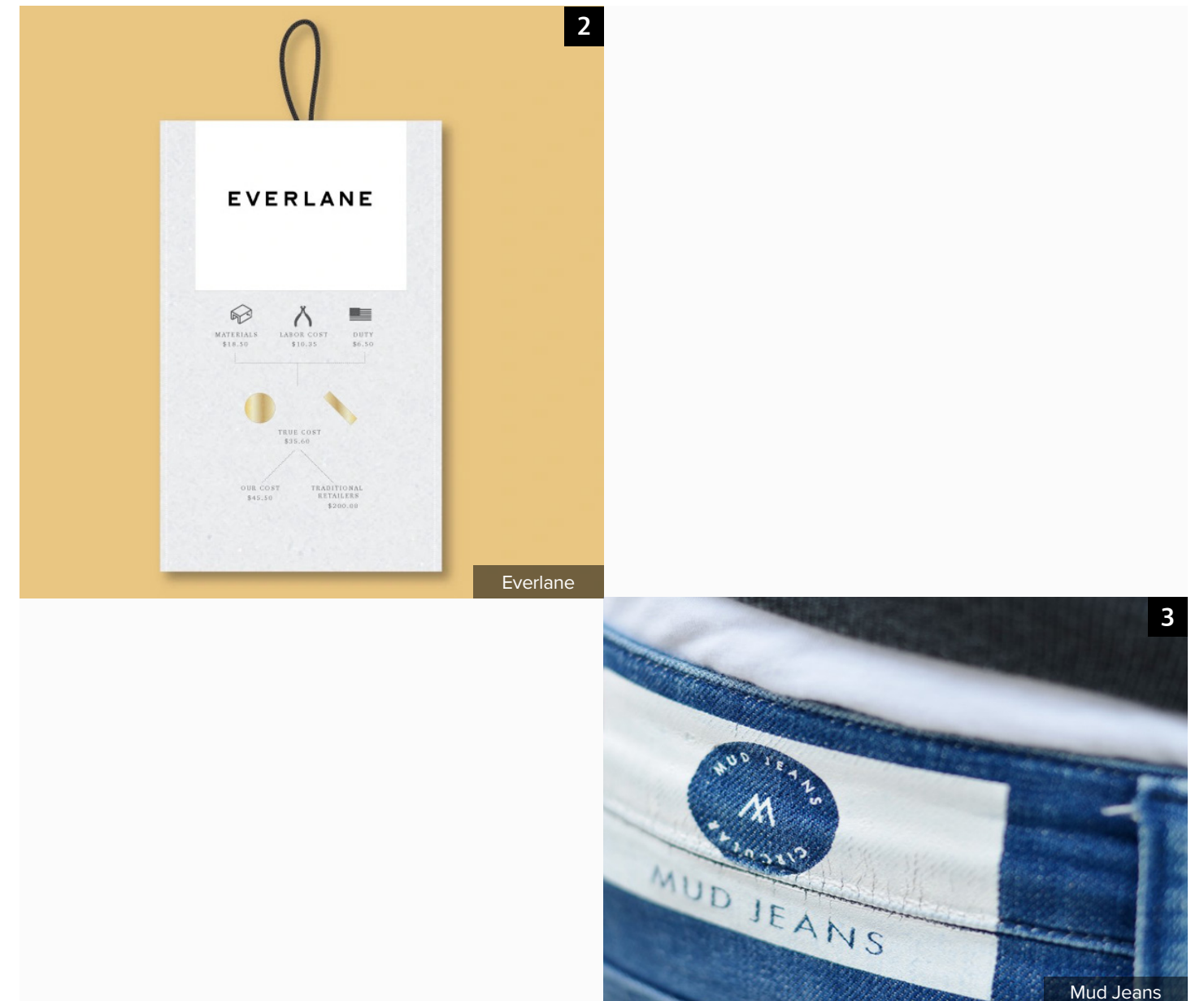
메가트렌드에서 파생된 매크로트렌드는 소비자들이 글로벌 변화에 반응하며 나타나는 새로운 태도와 행동과 가치 변화들을 의미합니다. 이렇게 변화하는 이슈들을 라이프스타일, 소비문화 관점으로 범주화하여 조사합니다. 6개의 카테고리 와 이에 따른 디자인 사례들을 통해 스토리를 분석하여 CMF 디자인 방향을 예측하고 제시합니다.

메가 트렌드 명시적 지속 가능성의 퇴조에 대응하여, 매크로 트렌드 '재지속가능성(Re-sustainability)'이 등장합니다. 기업들은 달성하기 어려운 과도한 지속가능성 목표에서 벗어나 진정성과 현실성을 우선순위에 둡니다. 지속가능성 관련 활동과 성과의 과장된 홍보 대신 일상 업무 속에 자연스럽게 통합하려는 접근을 추구합니다. 브랜드가 실제 지속 가능 목표를 설정하고 실행할 경우 실질적이고 영향력 있는 변화를 만들어야 하며, 이는 그린워싱이 더 이상 규제 기관과 일반 사회에 더 이상 용납되지 않는 현 상황을 반영합니다.

Sustainability is not a trend



1 환경·사회·지배구조(ESG) 데이터 기업 RepRisk의 최신 보고서에 따르면, 전년도 그린워싱으로 지적 된 기업의 약 3분의 1이 2024년에도 동일한 행위를 지속한 것으로 나타났습니다. RepRisk는 또한 지난 1년간 전 세계적으로 환경 관련 허위·과장 커뮤니케이션 사례 1,038건을 확인했습니다. [1] 이러한 사례들은 법적 감시 강화, 소비자 보이콧, 소셜 미디어 비판으로 이어지며, 각국 정부는 허위 환경 마케팅을 방지하기 위한 규제 강화를 도입하고 있습니다.



2 기업이 그린워싱 논란을 방지하기 위해 선택하는 방법은 지속가능성 실적을 극도로 투명하게 공개하는 것입니다. Everlane의 환경영향 리포트는 가능한 한 높은 수준의 투명성을 목표로 디자인되어, 회사가 이뤄낸 성과뿐 아니라 앞으로 어떻게 더 개선할 수 있을지까지 명확하게 제시합니다.

3 이와 유사하게, Mud Jeans 역시 제조, 유통, 제품의 수명 종료 단계까지 전 과정에 대한 정보를 공개하며 최대한 투명한 접근을 지향합니다. 또한 Fair Wear Foundation과 같은 제3자 기관과 협업하여, 브랜드의 의사 결정 과정에 객관적이고 공정한 관점을 더합니다.

STORY CASE STUDY



Veja

장기적 관점 THE LONG GAME

의미 있는 변화를 이루기 위해, 단기적 지속가능성 퍼포먼스보다 장기적인 사고 방식이 우선시됩니다. 베자(Veja)는 장기 운영 방식을 크게 전환하여, Aegean Proiect의 일환으로 신발 생산지를 브라질에서 포르투갈로 이전했습니다. 이 변화는 대륙 간 운송에서 발생하는 탄소 배출을 줄이고, 동시에 높은 수준의 노동 복지 기준 보장을 목표로 합니다.



Kvadrat

전체 시스템 접근 FULL SYSTEMS APPROACH

크바드라트(Kvadrat)는 지속가능성 목표 달성을 위해 전체 시스템 접근 방식을 채택합니다. 재활용 소재 사용 비중 확대, 재·업사이클링을 지원하는 기계 개발, 그리고 인프라가 허용되는 지역에서 전기차 전환을 전면적으로 도입하는 등, 탄소 배출을 줄이기 위해 가치 사슬 전반을 아우르는 체계적인 전략을 실행하고 있습니다.



Polestar 4

표준으로서의 지속가능성 SUSTAINABILITY AS STANDARD

설립 초기부터 지속가능한 소싱, 소재, 공정을 표준으로 채택한 Polestar는 오랜 기간 지속가능 혁신을 선도해왔습니다. Polestar 4는 재활용 스틸, 재활용 폴리아미드, 재활용 PET, 그리고 100% 화석연료 없는 바이오 기반 MicroTech PVC를 특징으로 합니다.



Allbirds

은은한 지속가능성 SUBTLE SUSTAINABILITY

기업은 과도하게 드러나는 지속 가능성 디자인에서 벗어나, 조용한 디자인과 메시지를 통해 지속 가능성을 은은하게 표현하는 방향으로 나아가고 있습니다. Allbirds는 재생 양모를 활용한 넷 제로 탄소 신발을 개발했습니다. 스마일 마크와 소프트 머쉬룸 컬러 디자인을 통해 은은한 방향으로의 지속 가능성 스토리 접근을 보여줍니다.

CMF STORIES

은은한 지속가능성 SUBTLE SUSTAINABILITY

비트라(Vitra)는 Eames 플라스틱 의자의 지속가능한 소재 버전을 새롭게 선보였습니다. 소비자 사용 후 재활용 플라스틱으로 제작되어 기존 제품보다 약간 거친 표면 마감을 가지고 있어, 이를 통해 은은하게 드러나는 지속가능성의 미감을 구현합니다.



순수 미감 VIRGIN AESTHETIC

삼성의 Galaxy S25는 TPU, 알루미늄, 네오디뮴과 같은 희토류, 스틸 등 총 8가지의 재활용 소재를 활용하여 기기를 구현하였습니다. 한편 제품의 디자인은 여전히 깨끗하고 현대적인 이미지를 전달하여, 지속가능성에 대한 스토리가 정보 전달을 통해서만 드러나도록 합니다.

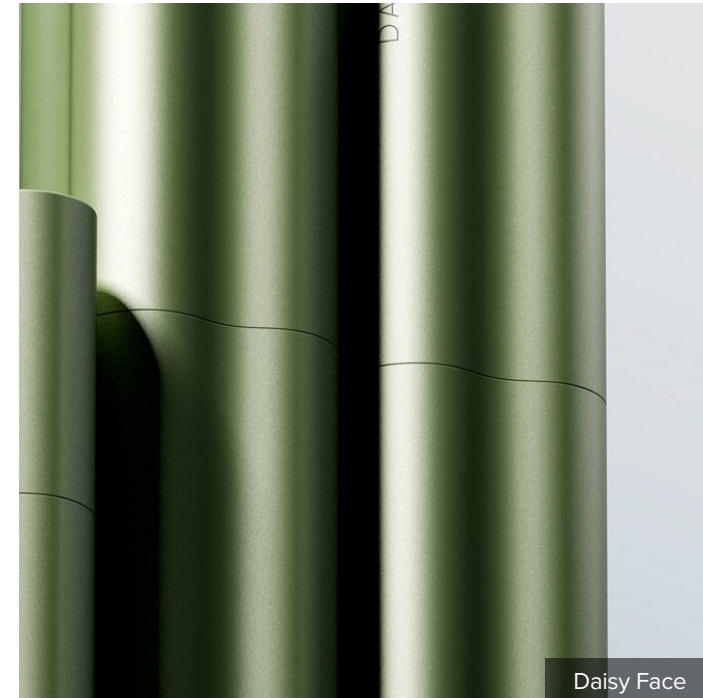


통합 지속가능성 INTEGRATED SUSTAINABILITY

재생 에너지를 활용한 난방 및 전력 기반의 순환형 제조 공정부터, 100% 추적 가능한 가족의 윤리적·지역 기반 소싱, 독립적으로 검증된 전과정 환경평가에 이르기까지, Bridge of Weir는 비즈니스 전반에 지속가능성 원칙을 통합한 방식을 실천합니다.

아름답게 만들기 MAKE IT BEAUTIFUL

지속 가능하면서도 소비자가 소유하고 싶은 제품을 만들기 위해, 리필 용기와 같은 장기 사용 패키지는 심미성을 고려해 디자인됩니다. 프리미엄 기념품처럼 소비자가 사랑하고, 오래도록 소장하는 디자인을 구현합니다.



미니멀리스트 디자인 MINIMALIST AESTHETIC

Fairphone은 윤리적 소재, 재활용 소재, 분해 및 수리를 위한 모듈형 설계를 통해 디자인 전반에 걸쳐 지속가능성을 통합합니다. Fairphone 6는 미니멀리스트 디자인을 유지하며, 트렌드를 따르기보다 필수적인 기능과 요소만 제공하는 심플함을 추구합니다.



시스템적 접근 SYSTEMS APPROACH

Tarkett은 지속가능한 바닥재에 관해 시스템적 접근을 적용합니다. 지역 음용수 산업에서 발생하는 탄산칼슘 폐기물을 사용하여 Desso 타일 제작하고, ReStart® 프로그램을 통해 소재 회수 및 재활용을 목표로 합니다.

COLOR

기술 혁신이 발전함에 따라, 지속가능성은 더 이상 브라운·베이지 그린과 같은 전형적인 색상 범위에만 머물지 않습니다. 대신, 은은한 지속가능성을 지향하는 브랜드들은 보다 전통적인 미감을 지닌 컬러 팔레트를 적극적으로 활용합니다. 중간 채도의 톤, 옅은 파스텔, 프리미엄 뉴트럴 컬러가 조화를



Lifocolor



On Running



Diptyque



Kvadrat

COLOR SUGGESTION



Pantone 19-1541 TPG
Roasted Russet



Pantone 16-1407 TPG
Cobblestone



Pantone 14-4215 TPG
Skyride



Pantone 19-3943 TPG
Bellweather Blue



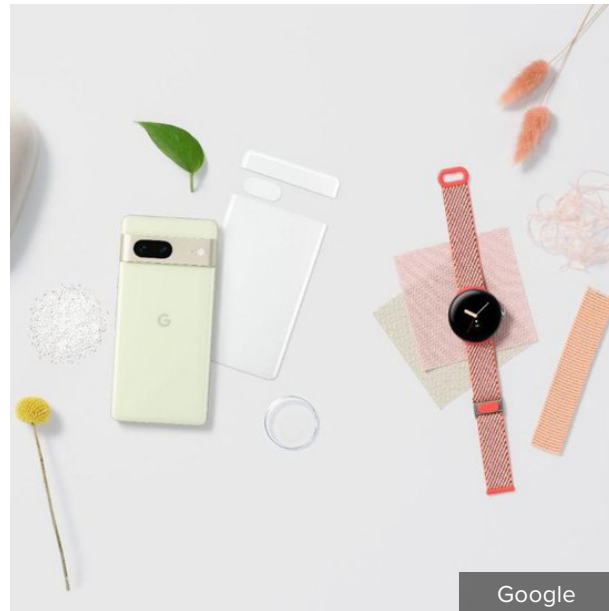
Pantone 11-0616 TPG
Pastel Yellow

INDUSTRY

'재지속가능성'은 본 리포트 내의 트렌드 중 가장 폭넓게 확산될 가능성이 높은 매크로 트렌드입니다. 모든 산업이 지속가능한 방식으로 전환하도록 압박을 받고 있으며, 전반적인 분야에서 다양한 목표와 법규가 설정되고 있습니다.



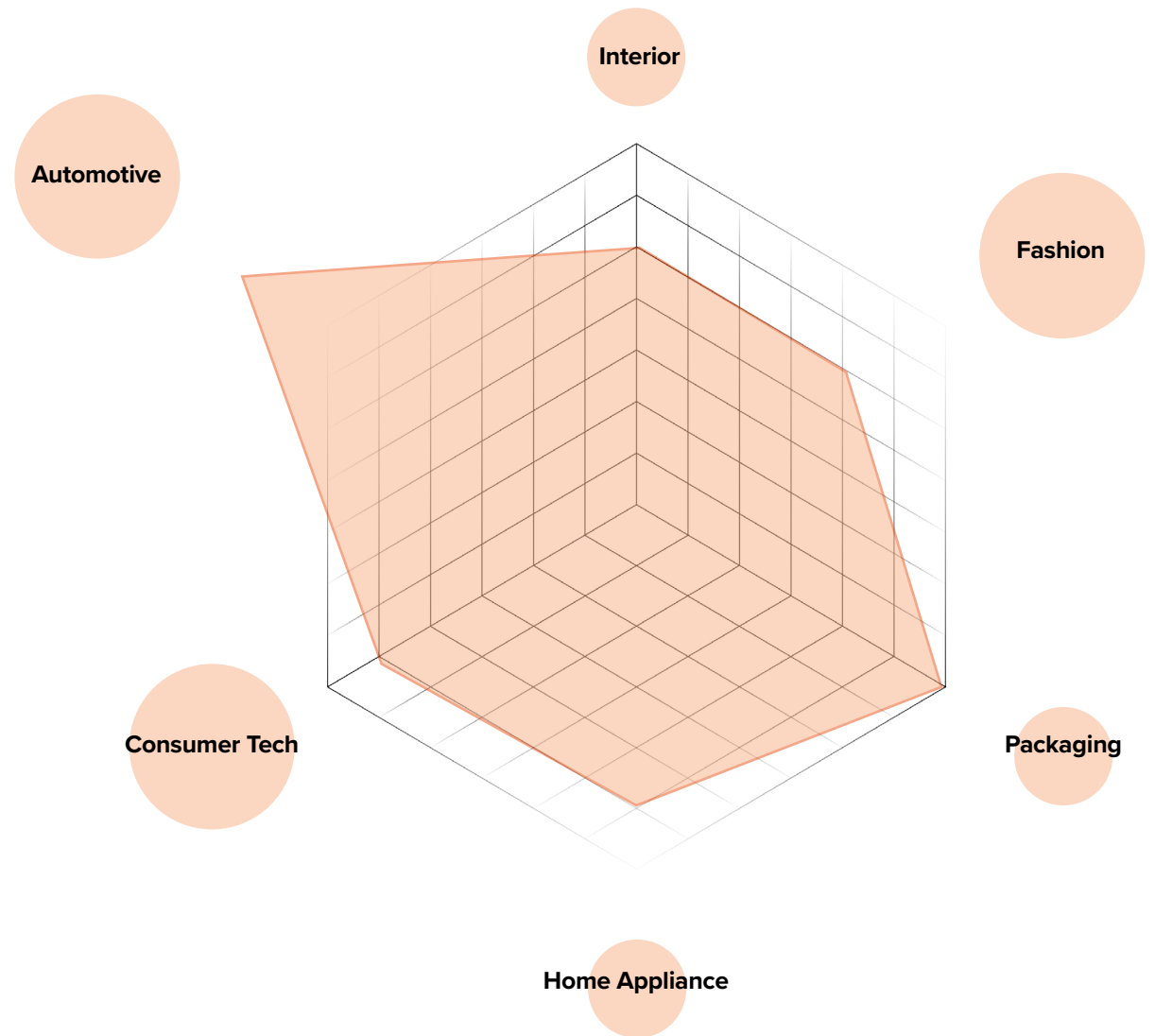
Kia EV9

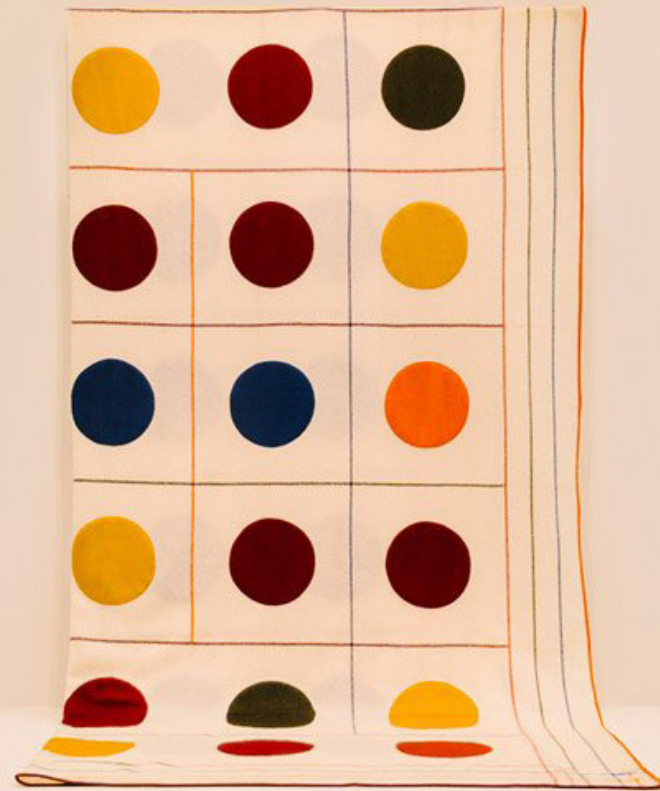


Google



Maison de Sabre





Industries TODAY

- 6대 산업별 CMF 트렌드 / 박람회 사례



Interior	인테리어
Home Appliance	가전제품
Consumer Tech	컨슈머 테크
Automotive	자동차
Fashion	패션
Packaging	패키징

디자인 및 CMF 트렌드를 산업별로 범주화하여 조사하고 분석합니다. 6개 산업분야의 매크로 디자인 트렌드를 분석하고, 각 산업별 전세계적으로 영향력 있는 최근 트렌드 쇼와 무역 박람회를 조사 및 심층 분석하여, 2026년과 향후 밀접한 연관성을 가진 CMF 트렌드를 도출합니다.

Interior

인테리어는 극단적 미니멀리즘과 패스트 퍼니처(Fast Furniture)에서 벗어나, 실감나고 표현성을 강조한 공간으로 이동하고 있으며, 브루탈리즘, 신비주의, 진정성, 지속 가능성이 중심 테마로 부상하고 있습니다.

‘불안한 불확실성’과 ‘극단적 양극화’의 메가트렌드와 연계되어, 디자인과 CMF 트렌드는 신비주의에 큰 초점을 맞추고 있으며, 빛, 투명함, 석재, 반영 요소가 주를 이루고 있습니다. 밀란 디자인 위크에서 구글은 ‘Making the Invisible, Visible’ 전시를 통해 빛과 형태의 무형적이고 덧없는 세계를 물리적 형태로 변환하며, 초월적인 조명 경험을 제공했습니다. 이와 유사하게, CIFF에서는 빛을 반사하는 표면이 널리 사용되어 신비롭고 화려한 분위기를 연출했습니다.

또한, 메가 트렌드 ‘불안한 불확실성’과 ‘지속 가능성’의 현상 속에서, 내러티브와 헤리티지가 핵심 요소로 부상하여 제품의 출처와 제작 과정을 보여주는 물리적 흔적이 강조되며, 이는 원초적 디자인과의 연결선상에 있습니다. 이러한 접근은 크래프트 인테리어 공간과 제품 디자인 트렌드의 장기적 트렌드를 기반으로 합니다.

마지막으로, 브루탈리즘은 가공하지 않은 상태의 메탈 표면과 미니멀한 형태로 진화하고 있으며, 마감되지 않은 표면 본연의 힘과 거침에 그 핵심이 있습니다. 이는 또한 코팅되지 않은 표면과 소박한 디자인을 통한 스토리텔링을 통해 지속 가능성을 더 깊은 차원으로 확장합니다.



Google

초월적 빛 TRANSCENDENT LIGHT

빛과 소재가 결합하여 궁극적인 감각적 경험을 창출하며, 단조로운 일상을 초자연적인 현실로 고양시킵니다.

뉴 브루탈리즘 NEW BRUTALISM

브루탈리즘은 지위와 강인함을 동시에 전달하는 독보적인 디자인으로 진화하고 있으며, 거친 질감과 매우 절제된 우아함을 병치하여 구현합니다.



MUSEA Store Hong Kong



Paolo Ulian

제조공정 노출 MANUFACTURING EXPOSED

제조공정 노출은 제작 과정의 숨겨진 흔적을 드러내어, 이를 심미적이고 표현의 요소로 변화시킵니다.

화려한 어둠 OPULENT DARKS

어두운 색이 고풍택의 반사 표면과 결합되어, 프리미엄하며 화려한 디자인을 만들어냅니다.



Unknown



Ponce

레이어드 표현 LAYERED EXPRESSION

2025 밀란디자인위크에서 선보인 Ponce 스튜디오의 Flow 시리즈는 레이어, 투명함, 컬러, 빛을 통해 놀라운 CMF 경험을 구현합니다. 불투명 및 반투명 요소, 옵티컬 레이어, 질감 있는 마무리를 통합하여 빛과 시각에 따라 변화하는 역동적인 표면을 만들어냅니다.

Trade & Trend Shows

2025년 살로네 델 모빌레(Salone Del Mobile)에서는 제작의 흔적, 원시적 감성, 신비주의가 핵심 디자인 요소로 등장합니다. 이 흐름은 CIFF에서도 유사하게 나타나며, 종이나 천같은 부드럽고 반투명한 표면과 빛의 상호작용을 깊이 탐구하는 양상을 띕니다.

두 박람회 모두에서 유희와 병치가 주요 트렌드로 부상하며, 이는 완벽하지 않은 형태와 과감한 색채 사용의 결합을 통해 표현됩니다.

Salone Del Mobile 2025:

원시적 감성 Primordial Aesthetic

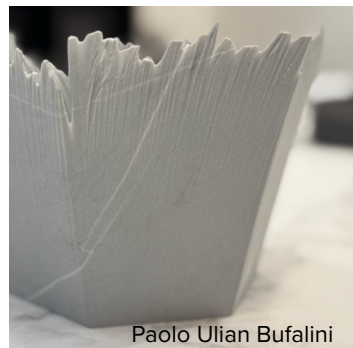


CIFF 2025:

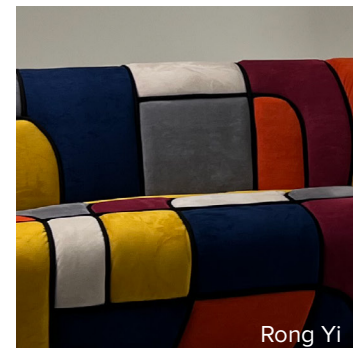
신비로운 빛 Mystic light



제작의 흔적 Marks from making



표현하는 기쁨 Expressive Joy

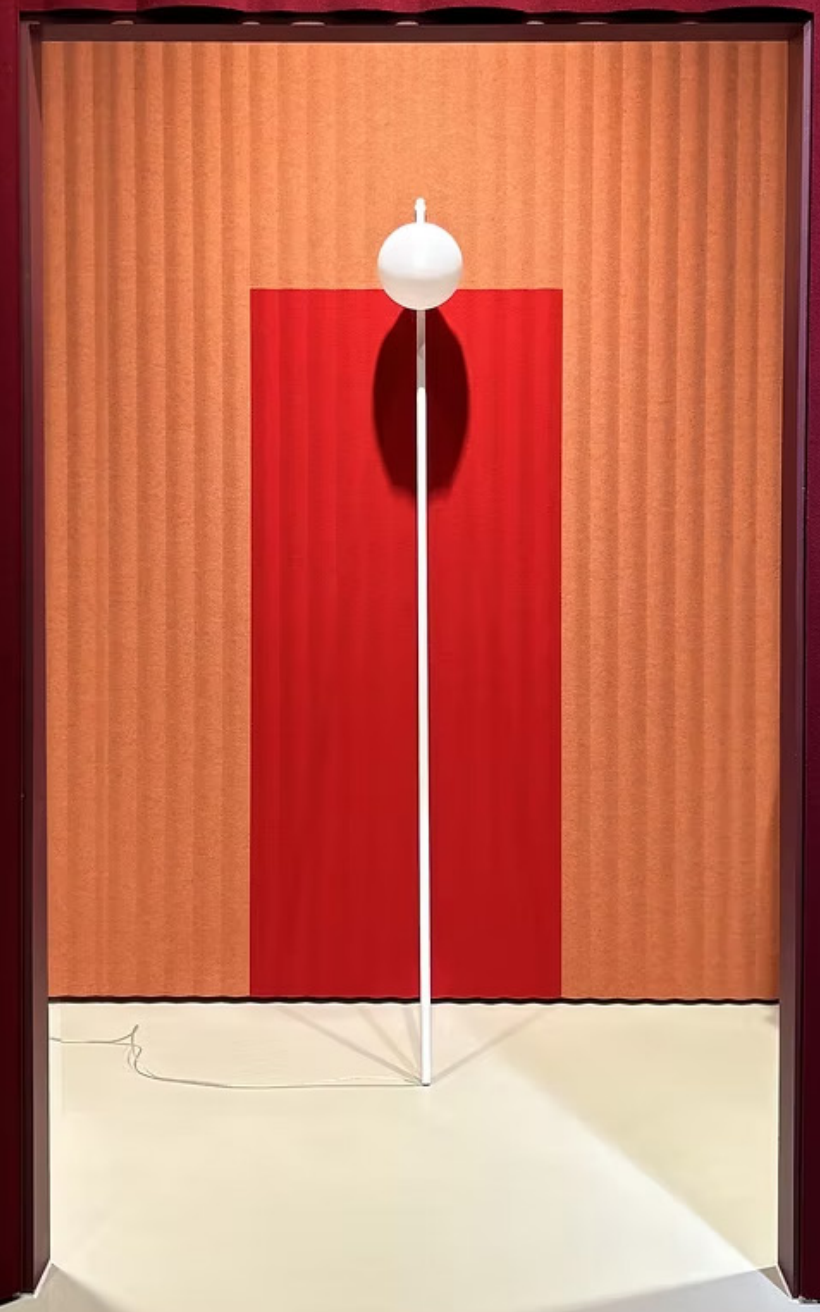


Brand Highlight:

Studio Gonzalo Bascunan



밀라노 디자인 위크에서 열린 푸오리살로네 어워드 (Fuorisalone Award 2025) 지속가능성 부문에서 특별 지목을 받은 곤살로 바스쿠난 스튜디오(Studio Gonzalo Bascunan)는 재활용 면직물을 사용하여 유쾌하고 풍부한 텍스처의 조명 설치 작품을 선보였습니다. 작품은 디자이너가 평소 애정하던 아타카마 사막에 패스트 패션이 끼친 환경적 영향에서 영감을 받아 구현 되었으며, 판매되지 않고 재활용조차 되지 않은 채 버려지는 매년 39,000 톤에 달하는 패스트 패션 폐기물로 인해 사막 일부는 거대한 섬유 폐기장으로 변모하고 있는 사실에 기반합니다. 자연의 회복력과 인간의 과잉이 만들어내는 이러한 극명한 대비는, 버려진 섬유를 의미 있는 현대 조각적 작품으로 재탄생시키는 프로젝트의 비전을 이끌어냅니다.



Home Appliance

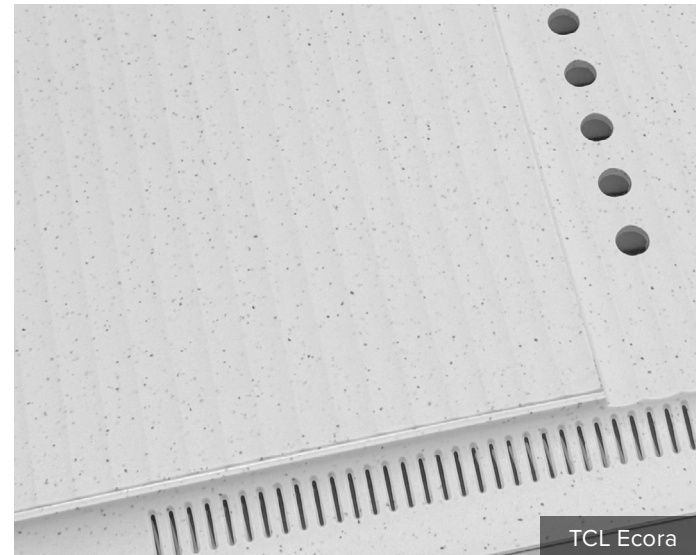
가전제품은 첨단 AI 기술의 통합, 심리스하며 미니멀한 미학, 지속가능성에 대한 강한 초점, 집 환경과 자연스럽게 어우러지는 디자인을 수반합니다.

메트로 트렌드 '기술 절제'의 연장선상에서, 제품은 점점 집 안의 환경에 블렌딩되는 방향으로 디자인되고 있습니다. 거울이나 불투명한 표면 뒤의 스크린과 버튼을 통해 기술을 감추고 통합시켜, 가능한 눈에 띄지 않는 형태가 되고 있습니다.

반대로, 일부 가전제품은 대담한 색상과 커스터마이징을 통해 오히려 주목받는 존재로 자리 잡습니다. 여기서 제품은 각 주방과 거실에 어울리도록 고안된 디자인 오브제가 됩니다.

공업적이며 브루탈리스트적 형태 또한 부상하면서, 디자인이 매우 단순하고 단일적인 형태로 나아가거나 혹은 보다 표현적이고 창의적인 방향으로 확장됩니다.

마지막으로, 친환경 솔루션에 대한 소비자 요구가 계속 증가함에 따라, 브랜드는 재활용 소재와 바이오 기반 원료를 활용하여 이에 반응합니다.



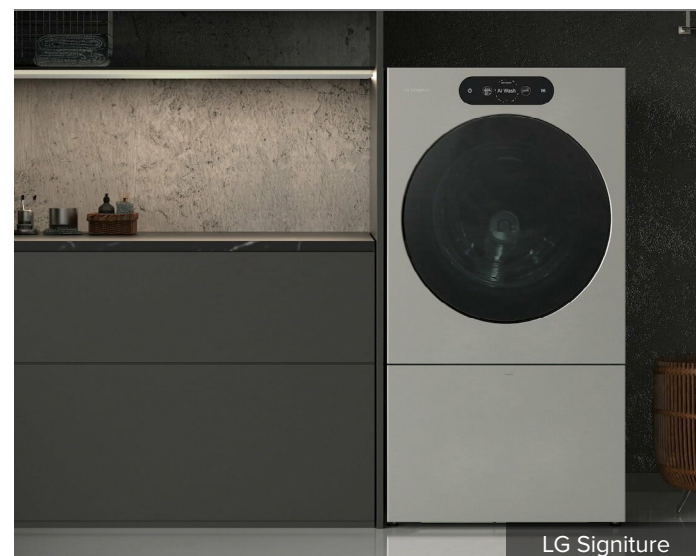
TCL Ecora

지속가능한 스토리 SUSTAINABLE STORIES

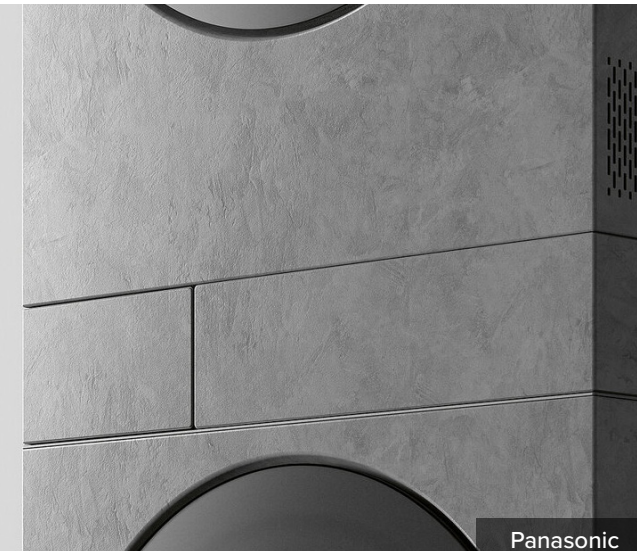
지속가능성은 여전히 핵심 주제로 유지되며, 브랜드들은 강력한 스토리를 지닌 지속가능한 소재를 보다 적극적으로 도입합니다.

획일적 미니멀리즘 MONOLITHIC MINIMALISM

홈 가전으로 확장된 브루탈리즘은 깔끔한 선과 최소한의 형태를 특징으로, 무거운 느낌의 메탈 소재와 결합합니다.



LG Signature



Panasonic

창의적 인더스트리얼 CREATIVE INDUSTRIAL

인더스트리얼 트렌드는 표현 방식에서 보다 창의적으로 진화하며, 부드러운 텍스처와 오가닉한 패턴을 강조합니다.



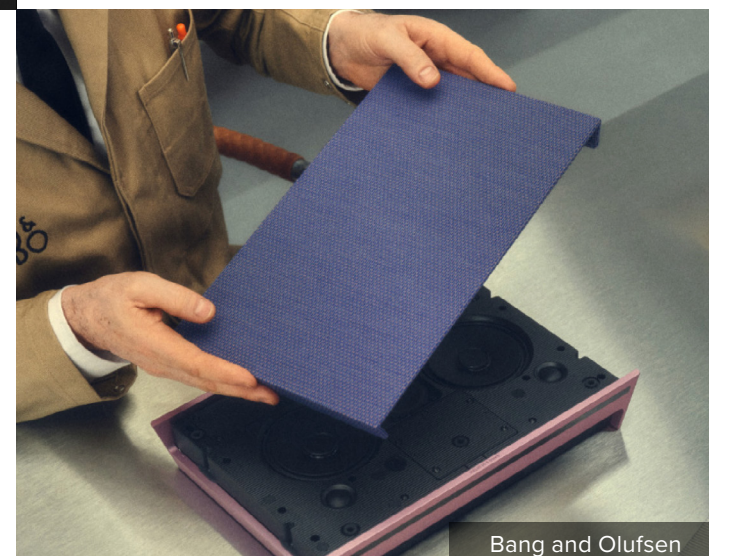
Gaggenau

가전 통합 APPLIANCE INTEGRATION

기술 기반 가전제품은 주변과 자연스럽게 융합되어 디자인되거나 혹은 완전히 눈에 보이지 않도록 구현됩니다.

맞춤화 CUSTOMISATION

개인에 따라 집 안 분위기에 맞게 제품을 맞추는 트렌드가 주류로 자리잡고 있습니다.



Bang and Olufsen

Trade & Trend Shows

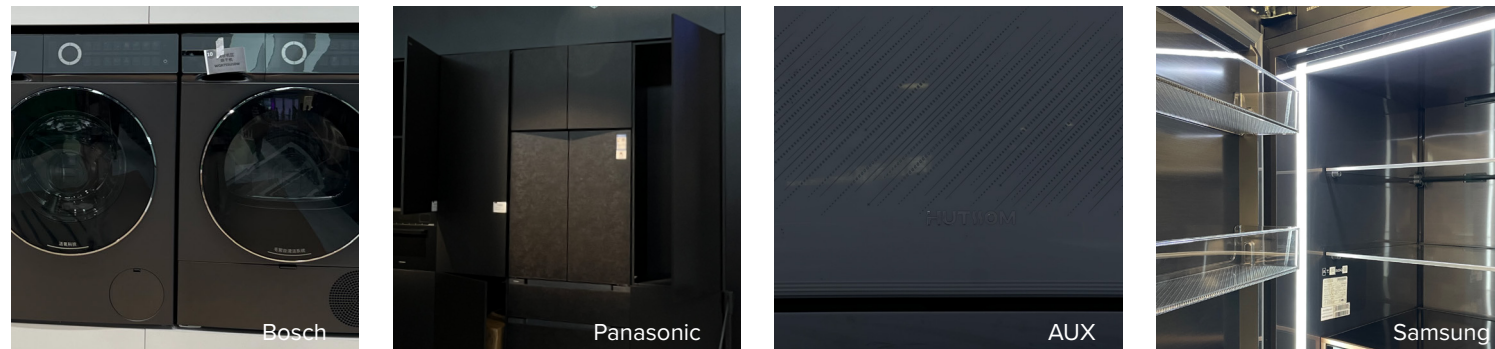
몰입형 다크 트렌드는 AWE에서 발견된 주요 트렌드 중 하나로, 검정색 본체 및 트림장식, 로고 등 전체에 대규모 적용되며 사용자에게 몰입형 경험을 선사합니다. 특히, 파나소닉은 디스플레이 전반에 걸쳐 검정색을 과감하게 적용하고, 이전보다 한층 강화된 프리미엄 다크 CMF를 구현합니다.

몰입감을 주는 SI 경험을 위해 거울형 반사 표면이 차용되는 한편, 밝은 포인트 컬러는 트림과 터치 포인트에 적용되어 사용자에게 더 다양한 경험과 즐거움을 선사합니다. 이러한 요소들은 UI 영역에 적용되어, 제품 사용 중에도 시각적 흥미를 더합니다.

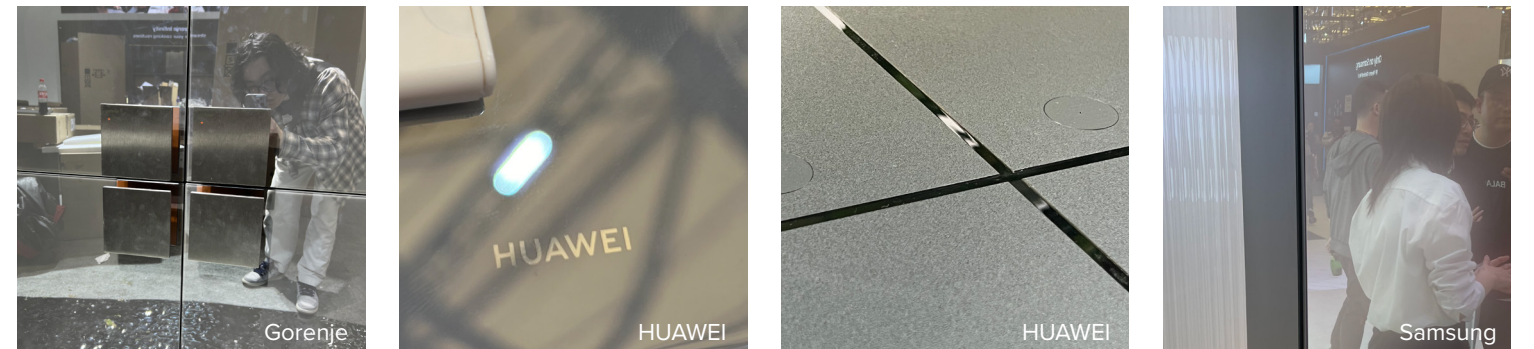
마지막으로, 지속 가능성 측면에서는 스톤과 유사한 질감 효과를 구현하며, 재활용 소재와 바이오 기반 소재가 CMF 효과와 함께 사용됩니다.

AWE 2025:

몰입형 다크 Immersive Darks



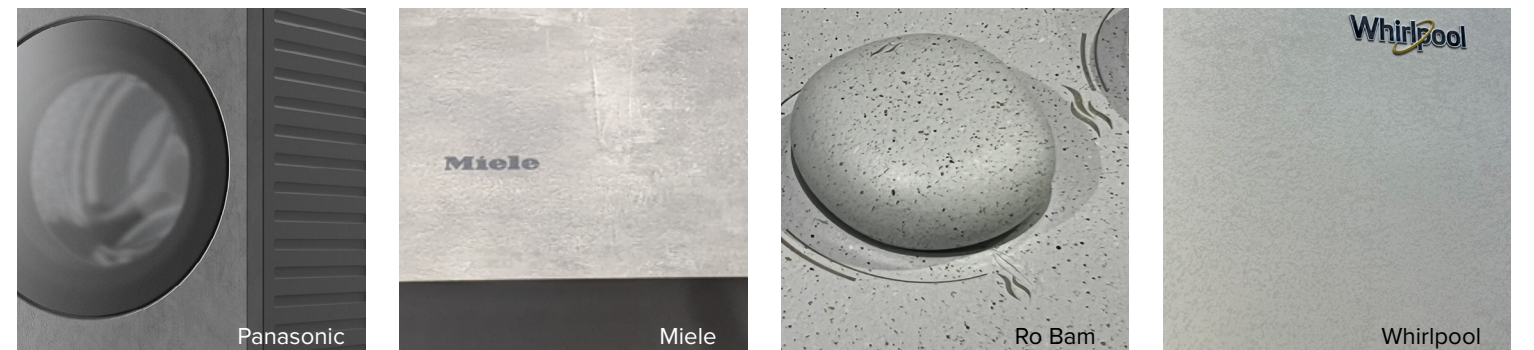
거울 표면 Mirror Surface



컬러 악센트 Color Accent



스톤 효과 Stone Effect



Brand Highlight:

Panasonic; Alpha



레드닷(Red Dot)과 AWE Gold Award 2025를 수상한 파나소닉의 알파 세트는 포르쉐 디자인에서 영감을 받아 초미니멀한 미학을 구현합니다. 스테인리스 스틸 소재를 제품에 적용하여 단순화된 바디와 매끄러운 시각 효과를 구현하였습니다. 기존의 버튼 레이아웃을 탈피하여, 자석식 LCD 컨트롤 패널을 적용함으로써 홈 데코 스타일과 자연스럽게 어우러지고 보다 직관적인 조작 경험을 제공합니다.



Consumer Tech

컨슈머 테크는 맞춤형, 연결성, 지속가능성의 방향으로 더 큰 움직임을 보이고 있으며, 이는 통합적 AI, 사물인터넷(IoT)을 활용한 보다 스마트하고 적응력 있는 제품에 의해 촉진되고 있습니다. 이를 기반으로 CMF는 사용자 웰빙과 건강 중심의 디자인, 과거 향수적 심미성, 지속가능성, 휴대성을 갖춘 온더고 라이프스타일 중심의 디자인 트렌드를 수렴합니다.

매크로 트렌드 '기술 절제(De-Technology)'와 '재지속가능성(Re-Sustainability)'에 대응하여, 단순함과 비가시적인 요소를 포용하는 미니멀리즘 디자인이 흡입력을 가지며, 이는 Fairphone의 이어폰과 같이 재활용 및 바이오 기반 폴리머와 결합되어 구현됩니다.

반대로, 커스터마이징은 밝고 대담한 색상과 소재를 활용하여, 기술 제품을 통해 자기 표현의 액세서리로서의 역할을 합니다. 제품의 휴대성 또한 이동이 많은 사용자를 위한 중요 요소로 부각됩니다.

웰니스 중심 기술 제품은 따뜻한 메탈과 고급 소재를 통해 럭셔리한 디자인을 선보이며, 제품의 프리미엄 경험을 제공합니다.



Nothing CMF

임상적 디자인 CLINICAL AESTHETIC

제품에 인더스트리얼 미니멀리즘 트렌드가 반영되며 임상적인 외관과 감각을 차용한 디자인을 선보입니다.

럭셔리 웰니스 LUXURY WELLNESS

웰니스가 럭셔리 시장으로 확장되며, 관련 컨슈머 테크 제품은 프리미엄한 경험을 창출하는 데 활용됩니다.



Solawave



Fairphone

순수한 지속가능성 VIRGIN SUSTAINABILITY

지속가능한 소재의 활용은 여전히 중요한 반면, 노골적인 지속가능성 표현보다는 순수한 표현을 보다 선호합니다.



Bang & Olufsen

휴대형 기능성 PORTABLE FUNCTIONALITY

'라이프 아웃도어' 트렌드의 일환으로, 이동이 많은 소비자에게 고성능 휴대성은 제품의 필수 요소로 자리잡게 됩니다.

커스터마이징 CUSTOMISATION

소비자는 커스터마이징을 통해 패션 액세서리처럼 자신의 연장선으로서 제품을 선택하고 사용합니다.



Dyson

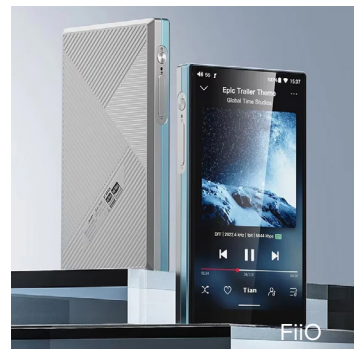
Trade & Trend Shows

2025년 CES에서의 CMF 디자인 트렌드는 재활용 소재, 바이오 기반 소재, 종이 배터리와 같은 혁신을 통해 지속가능성을 강하게 추진하는 데 초점을 둡니다.

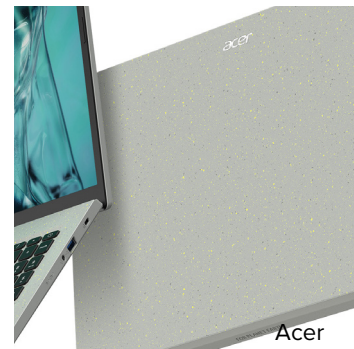
웰니스 및 홈 관련 테크 제품 전반에서 따뜻한 톤과 고급 소재가 공통적으로 사용된 반면, 위생적인 특징을 강조한 매디컬적 감각의 임상적 미니멀리즘이 다양한 제품 카테고리 전반에 걸쳐 선보입니다.

CES 2025:

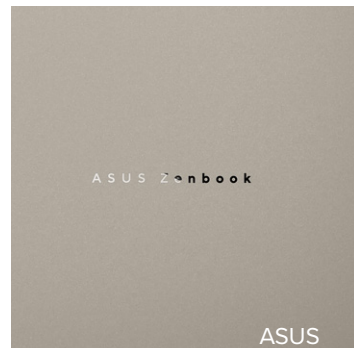
임상적 미니멀리즘 Clinical Minimalism



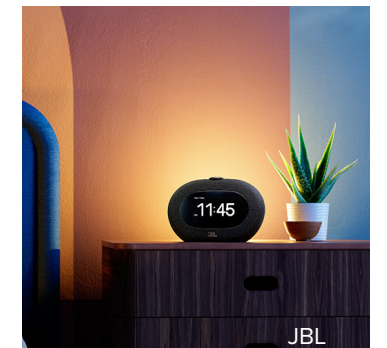
은은한 지속가능성 Subtle Sustainability



따뜻한 럭셔리 Warm Luxury



홀리스틱 홈 Holistic Home



Brand Highlight:

Acer; Aspire Vero 16



CES 이노베이션 어워드 2025를 수상한 아스파이어 베로 16(Aspire Vero 16)은 바이오 기반의 굴껍데기 파우더를 활용해 제작되었습니다. 제품의 하우징에는 70% 이상 소비자 사용 후 재활용 플라스틱이 사용되어 전체 수명 주기에서 탄소 배출을 효과적으로 줄이고 있습니다. 노트북의 은은한 그린 컬러의 스페클 마감은 소비자가 지속가능성 스토리를 시각적으로 쉽게 인지할 수 있도록 합니다.



Automotive

AI와 지속가능성에 의해 주도되는 자동차 산업은 부드럽고 똑똑하며 친환경적인 인테리어를 중심으로 전개됩니다. 이에 따라 CMF는 지속가능성, 공예성, 감각적인 소프트함, 기존의 팔레트를 벗어난 풍부한 색상이 표현된 인테리어에 초점을 맞춥니다.

퍼스널라이징은 핵심적인 동력으로 작용하며, 사용자는 AMBIENT 조명이나 맞춤형 마감과 같은 기능을 통해 심미적, 기능적 요소를 자유롭게 원하는대로 맞춤화하여 구현합니다.

감각적 부드러움은 인테리어 심미성의 진화를 보여주며, 부드러운 직물, 차분한 색조, 목재 등 자연 소재로부터 영감을 받아 사용자에게 차분하고 편안한 경험을 선사합니다.

한편, 핑크, 오렌지, 블루, 레드 같은 대담하고 밝은 컬러와 파스텔 톤이 인테리어 시트나 디테일에 사용되어 디자인에 즐거움과 활력을 불어넣습니다.

마지막으로, 수공예 헤리티지는 디자인 및 제조 과정에서 브랜드의 유산과 역사, 지역의 특색이 담긴 공예를 적극 반영하는 접근법을 유지합니다.



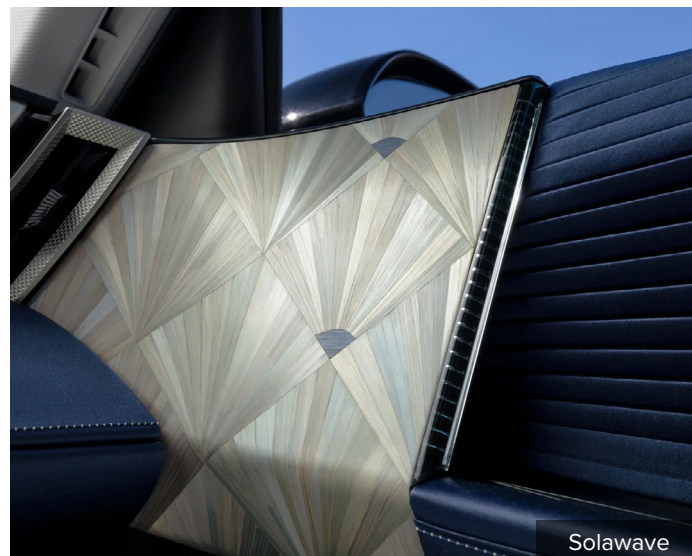
Govy

감각적 부드러움 **SENSORY SOFTNESS**

부드러운 텍스처와 차분한 색상을 사용하여 편안함과 감각적 웰빙을 우선시하는 CMF가 적용됩니다.

럭셔리 공예 **LUXURY CRAFT**

수공예는 여전히 핵심 트렌드로, 전통 공예를 현대적 기법과 미학으로 재해석하여 프리미엄 자동차 인테리어에 문화적 깊이와 소재의 풍부함을 더합니다.



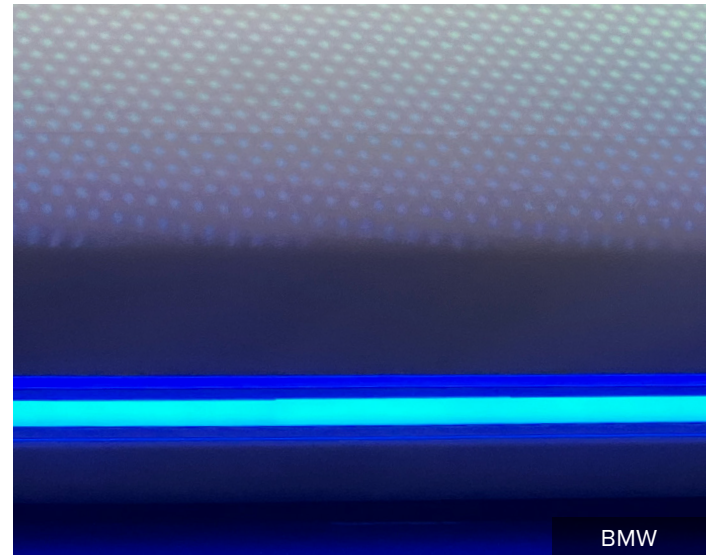
Solawave



Leap Motors

기존과 다른 색상 **UNCONVENTIONAL COLOR**

기존의 갈색, 검정, 베이지에서 벗어나, 대담하고 다양한 색상과 파스텔 톤이 자동차 인테리어에 사용되어 재미있고 유쾌한 디자인을 시각화합니다.



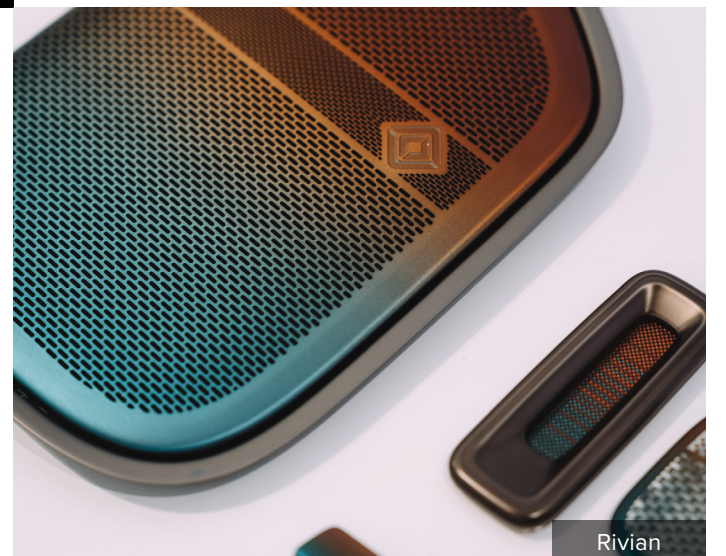
BMW

맞춤형 조명 **PERSONALISED LIGHT**

커스터마이징 가능한 조명은 '제 3의 소재'로 활용되어, 사용자 개별 요구에 맞춘 장식과 분위기를 구현합니다.

의미 있는 스토리 **STORIES WITH MEANING**

색상, 소재, 마감은 브랜드 헤리티지부터 장소의 의미를 반영하는 등 스토리와 의미를 고려하여 선택됩니다.



Rivian

Trade & Trend Shows

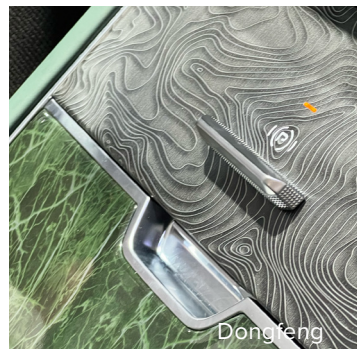
상하이 모터쇼와 IAA에서의 CMF 테마는 대담한 장식과 유희적 디자인으로 이동하고 있습니다.

기존의 회색과 검정 인테리어 색상에서 벗어나, 밝은 악센트와 과감한 시트 소재가 젊고 즐거운 분위기를 창출하며, 패턴 조명과 별빛 스팩클과 같은 장식적 요소가 심미적 경험을 한층 향상시킵니다.

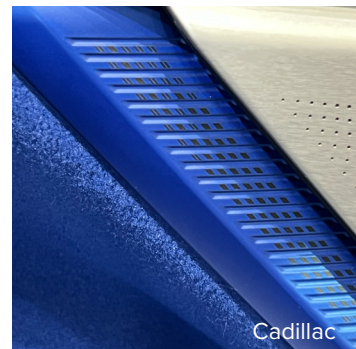
마지막으로, 자연에서 영감을 받은 주제와 패턴을 통해 브랜드 헤리티지를 시각화합니다.

IAA & Shanghai Motor Show 2025:

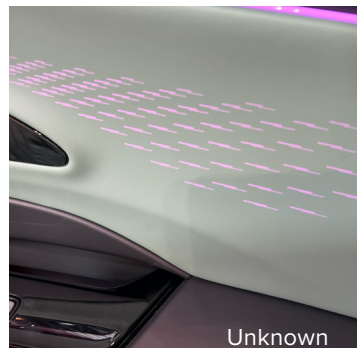
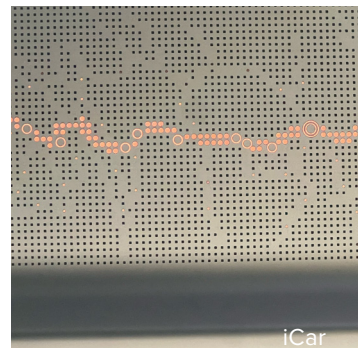
장식적 헤리티지 Decorative Heritage



대담한 색상 Bold Colors



장식적 조명 Decorative Light



별빛의 영감 Starry Influence



Brand Highlight:

VOLKSWAGEN



ID. CROSS 콘셉트의 인테리어는 라운지에서 영감을 받은 오아시스처럼 구성되어, 편안함과 감각적 웰빙을 최우선으로 합니다. 고급 소재가 공간 경험을 정의하며, 부드러운 촉감의 패브릭 마감 표면이 촉각적 품질과 시각적 따뜻함을 동시에 강화합니다.

인테리어는 차분한 분위기를 강조하는 정제된 베이지 톤으로 구현되며, 디지털 인터페이스에 표현된 식물 모티프와 센터 콘솔에 실제 식물을 통합한 바이오필릭 요소들이 자연과의 연결감을 강화합니다. 이러한 요소들은 공간 전체에 회복감과 안정적인 분위기를 더합니다.



Fashion

패션은 대담한 노스텔지어적 향수와 혁신적 실용성이 혼합된 양상으로 나타나고 있습니다. 시스루 소재와 프린지, 페미닌함을 극대화시키는 주름, 볼륨감 있는 테일러링과 같은 오버사이즈 기능성 의류, 그리고 지속가능성에 대한 관심이 증가합니다.

메가트렌드 ‘극단적 양극화(Hyper-Polarisation)’와 ‘불안한 불확실성(Anxious Uncertainty)’에 따라, 향수를 자극하는 어린 시절 회귀의 양상은 키덜트 트렌드의 형태로 나타나며, 카툰적 모티프와 실루엣, 소재로 표현됩니다. 그 예로, Zara는 Disney와의 협업을 통해 성인용 디즈니 의류 컬렉션을 선보였습니다.

또한, 동일한 메가트렌드에서 파생된 소프트 로맨티시즘은 기발하고 장식적인 성격을 가지며, 레이스와 시스루 거즈같은 여성스러운 소재를 특징으로 합니다.

이와 반대로, 볼륨감 있는 테일러링은 남성적 실루엣을 차용하여 실용적이고 세련된 디자인을 구현하는 동시에 소프트 로맨티시즘과 대비 및 혼합됩니다.

마지막으로, 지속가능성은 여전히 핵심 움직임으로 유지되며, 브랜드는 지속 가능한 원단 조달 및 공급망 체계에 집중합니다.



Chloe

소프트 로맨티시즘 SOFT ROMANTICISM

소프트 로맨티시즘은 반투명 시스루, 레이스, 플라워 모티프를 특징으로 하여 부드러운 여성미를 구현합니다.

코발트 블루 COBALT BLUE

대담하고 선명하며 아름다운 코발트 블루는 기능적이면서도 즐거움을 주는 색상으로, 계절을 초월하는 패션을 구현합니다.



TOVE



Saint Laurent

볼륨감 있는 실루엣 VOLUMINOUS SILHOUETTES

볼륨 실루엣은 남성적 감성의 테일러링을 차용하여 기능성 워크웨어를 참조 구현하는 것과 함께, 페미닌함을 극대화시키는 액세서리와 함께 연출됩니다.



Zara X Disney

키덜트 KIDULT

향수를 불러일으키는 어린 시절에서 영감을 받은 트렌드는 소비자에게 즐거운 탈출과 해방감을 선사합니다.

지속 가능한 럭셔리 SUSTAINABLE LUXURY

원단 조달과 공급망 체계이 보다 지속 가능한 버전으로 전환되며 지속가능성이 여전히 핵심 움직임으로 자리합니다.



AKYN

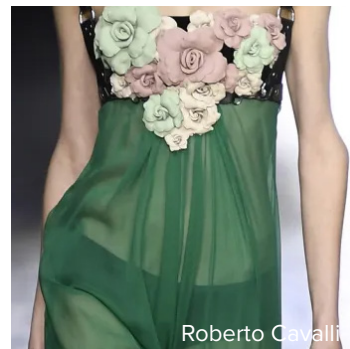
Fashion Shows

2025년 패션쇼에서는 장난기 있는 로맨티시즘이 강조되며, 1950년대 여성스러운 활기와 1970년대 보헤미안 스타일에서 영향을 받은 디자인이 구현되는 양상을 띄고 있습니다.

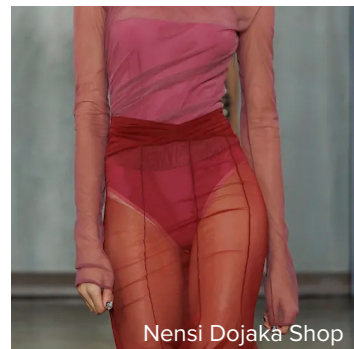
기발한 주름장식, 시스루, 레이스, 플로럴 등 자연에서 영감을 받은 프린트가 중심을 이루었으며, 코발트 블루의 인기가 전년 대비 증가하였습니다.

New York, London & Paris Fashion Week 2025:

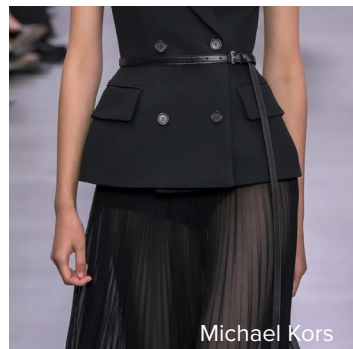
반투명 시스루 Translucent Sheers



Roberto Cavalli



Nensi Dojaka Shop



Michael Kors

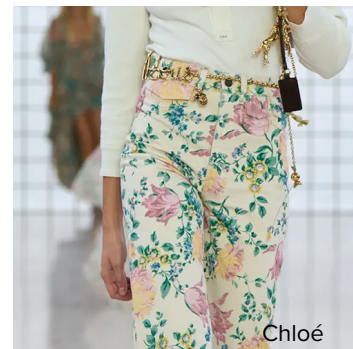


Tory Burch

페미닌 플로럴 Feminine Floral's



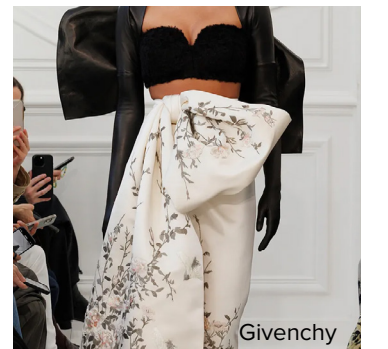
Jonathan Anderson



Chloé

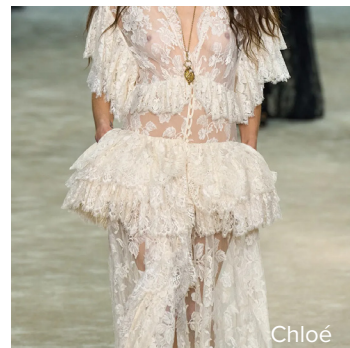


Prada

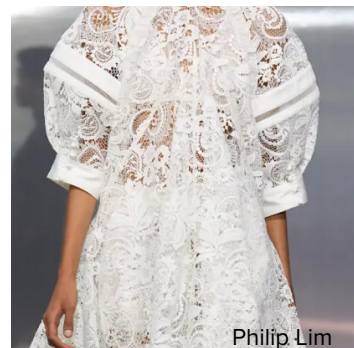


Givenchy

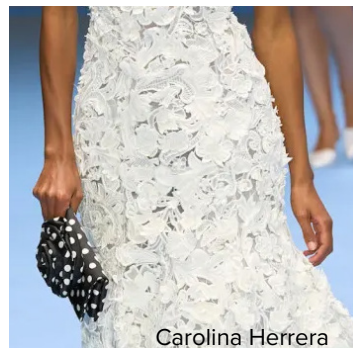
로맨틱 레이스 Romantic Lace



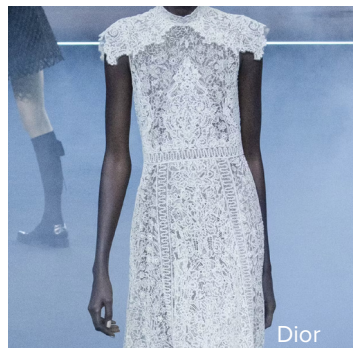
Chloé



Philip Lim

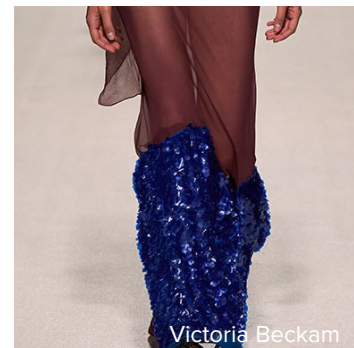


Carolina Herrera



Dior

코발트 블루 Cobalt Blue



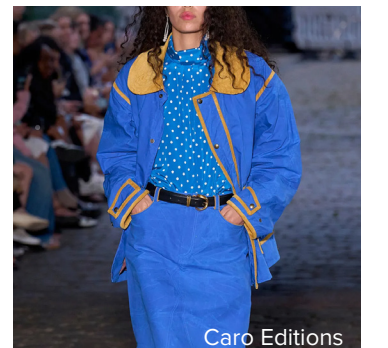
Victoria Beckham



Copenhagen Fashion Week



Nicklas Skovgaard



Caro Editions

Brand Highlight:

AKYN



조용한 럭셔리 미학과 강한 지속가능성 원칙을 결합한 AKYN은 패스트 패션보다 사람과 지구를 우선시하는 떠오르는 패션 브랜드입니다. 모든 아이템은 수십 년 동안 사용될 수 있도록 테스트를 거쳐 디자인되며, 지속가능하고 윤리적인 소재로 제작됩니다. 브랜드의 클래식 코튼 셔츠는 100% 재생 코튼으로 만들어지며 별도의 염색 과정을 거치지 않습니다. 니트는 RWS 인증 메리노 울과 재활용 나일론 혼방으로, 데님은 100% 재활용 코튼으로 제작되어 브랜드의 지속가능한 철학을 일관되게 반영합니다.



Packaging

패키징 산업은 지속가능성, 디지털화, 전자상거래의 진화하는 수요에 점점 더 초점을 맞추고 있습니다. 소비자 수요 및 엄격한 규제, ESG 목표에 의해, 기업들은 종이, 바이오플라스틱, 재활용 소재와 같은 친환경 소재를 채택하고 있으며, 재사용 및 리필 시스템과 같은 순환 모델도 지속적으로 탐구합니다.

이와 함께, 자동화, AI, 사물인터넷을 활용한 생산 최적화, 제품 추적이 이루어지며 산업 전반에서 디지털 전환이 진행되고 있으며, 스마트 패키징과 QR 코드를 통한 인터랙티브 소비자 경험을 구현합니다.

급속한 전자상거래 확장은 이러한 트렌드를 더욱 가속화하여, 복잡한 유통과정 견디고 소비자의 언박싱 경험을 향상시키는 수준의 가볍고 알맞은 크기의 프리미엄 패키징을 필요로 하게 됩니다.



EComPack

전자상거래 패키징 PACKAGING FOR E-COMMERCE

제품 고정 및 편리함 수납 가능 솔루션을 포함하는 전자상거래용 특별 패키징을 고안하여 제안합니다.

추적 가능한 제품 TRACABLE PRODUCTS

다양한 제품 여권과 추적 시스템의 개발로, 보다 효과적인 제품과 소재의 추적이 가능해집니다.



Prooftag



Shellworks

폐기 단계 솔루션 END OF LIFE SOLUTIONS

패키징에 대한 폐기 단계 솔루션이 필수 요건이 됨에 따라, 가정용 퇴비화 및 재활용 가능 소재가 발전하고 있습니다.



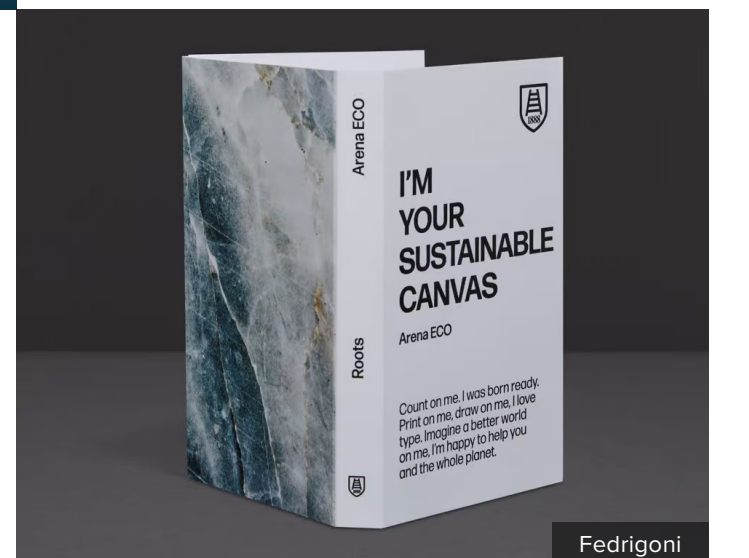
Granmaizal

브랜드 CMF BRANDED CMF

브랜드는 지능적으로 소재를 활용한 CMF를 통해 자사 DNA를 똑똑하게 시각화합니다.

지속 가능한 소재조달 SUSTAINABLE SOURCING

지속가능성을 위해 재활용 소재를 선택하는 반면, 풍부하고 재생 가능한 자원에서 바이오 기반 소재가 조달됩니다.



Fedrigoni

Trade & Trend Shows

2025년 패키징 쇼에서 지속가능성은 여전히 중추에 놓여 있는 것으로 나타납니다. 순환적 데코레이션과 단일 소재 구조는 기존 재활용 체계에서 쉽게 재활용 가능하여 산업의 주류를 이루고 있으며, 폐기 단계(End of Life)의 최적화된 관리를 위해 가정용 퇴비화가 가능한 바이오 기반 패키징을 선보입니다.

한편, 일회용 플라스틱은 종이 기반의 대체 소재로 교체되고 있습니다.

K Show & London Packaging Show:

가정용 퇴비화 Home Compostable



Shellworks



Chestnut Polymers

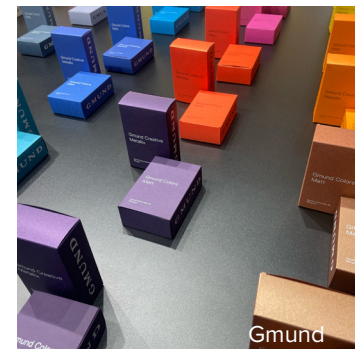


Gglow



ZeroCircle

순환적 데코레이션 Circular Decoration



Gmund



Kurtz



Viscose Closures



Cole Fabrics

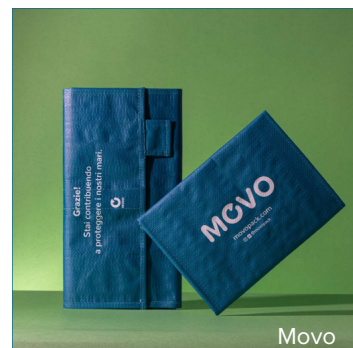
단일 소재 Mono-material



Bartoli



Lyondellbasell



Movo



Kiefel Packaging

플라스틱 감소 Plastic Reduction



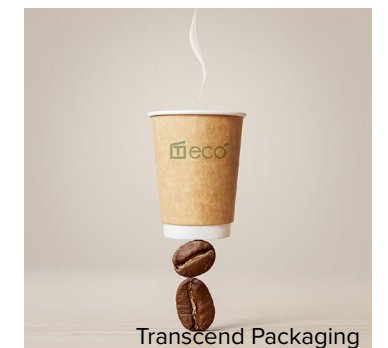
Celeritas



Vela Seaman Paper



Hotel Chocolate



Transcend Packaging

Brand Highlight:

Favini

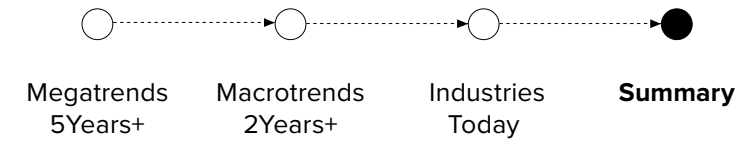


Favini는 패키징 산업의 지속가능한 종이 솔루션을 폭넓게 제공합니다. 최근 출시된 Sparto 제품은 지속가능한 잎풀 섬유의 유통에 특별한 관심을 두고 있으며, 따뜻하고 건조한 기후에서 잘 자라며 척박한 토양을 보호하는 에스파르토 풀을 스페클 형태의 첨가물로 소재에 활용합니다.

기후 변화와 부적절한 토지 사용으로 인해 비옥한 땅이 건조하고 황폐한 땅으로 변하는 사막화 현상에 에스파르토 풀은 이러한 세계적인 환경 문제를 막는 중요한 역할을 합니다. 에스파르토 풀은 깊은 뿌리와 강한 생명력 덕분에 토양을 원래 상태로 회복시키는 데 도움을 주어, 종이와 같이 제품에 활용할 수 있는 재생 가능한 소재 솔루션을 제공합니다.



CMF Summary



연구를 기반으로 한 CMF 트렌드를 네 가지 주요 개념으로 요약하여 제시합니다. 각 개념은 모든 산업 분야에 걸쳐 적용되며, 사회·환경적 전반과 트렌드 변화, 관련 매크로 트렌드와 연관 이슈, 디자인 사례, CMF 스토리, 6개 산업 부문 브랜드 심층 연구를 기반으로 도출되었습니다.



Patagonia



Sweaty Betty



Unsplash



Marca Corona

1 지속가능성 표준화

Sustainability As Standard

지속가능성은 단순한 홍보 전략이나 틈새 경쟁력이 아닌, 장기적 생존과 성공을 위한 필수 요건으로 자리 잡았습니다. 더 이상 선택이 아니라 기업 전략, 의사결정, 일상 운영의 핵심 요소가 됩니다.

ACTION POINT

- 브랜드 아이덴티티와 지속가능성 통합
- 투명하고 진정성 있는 접근
- 동일한 가치를 가진 조직과 협력 관계 형성

2 즐거운 삶

Joyful Living

즐거운 삶은 여러 트렌드 전반에 걸친 핵심 축으로, 개인의 웰빙과 행복을 우선순위에 둡니다. 크고 작은 즐거움의 순간이 일상생활 속에 자연스럽게 녹아드는 방향의 디자인이 전개됩니다.

ACTION POINT

- 장난기 있는 디자인 도입
- 일상의 소소한 자기만족 향상
- 소비자 스토리텔링 지원

3 의미 있는 순간

Moments of Meaning

세상, 장소, 사람과의 깊이 있는 연결과 의미 있는 상호작용에 대한 욕구는 보고서 전반에 걸친 여러 트렌드에서 나타납니다. 이 흐름 속에서는 빠른 해결이나 비인간적 브랜드 스토리보다 성취감, 유대감, 목적이 더 중요시됩니다.

ACTION POINT

- 이야기를 통한 의미 부여
- 유대감 촉진
- 과거 향수와 영적 요소를 활용한 경험 제공

4 소재가 핵심

Materials are Key

CMF는 단순한 선택적 요소를 넘어 스토리, 의미, 지속 가능한 변화를 창출할 수 있는 핵심 디자인 요소로 자리 잡고 있습니다. 감각적, 미적, 감정적 혜택과 결합된 지능적인 CMF활용은 소재의 독특한 사용이 현대 디자인 전략에서 가장 중요한 요소 중 하나임을 의미합니다.

ACTION POINT

- 소재 스토리 강조
- 소재 중심적 접근의 디자인
- CMF를 브랜드 DNA의 핵심으로 통합

이 책은 산업통상자원부에서 시행한 ‘제조산업 혁신을 위한 중소기업 지원용 CMF디자인 시스템 및 프로세스 체계 개발사업’의 일환으로 한국디자인진흥원에서 발행한 연구 보고서입니다.

본 책의 내용은 연구진의 주관적인 의견이 개입되어 있으며 활용의 책임은 이용자들에게 있습니다.

본 책에 쓰인 이미지는 비영리 목적의 연구분석 자료로 쓰였으며 해당 이미지의 저작권은 하단에 명시된 각각의 출처에 있습니다.

이 책의 내용을 대외적으로 사용하실 때에는 반드시 산업통상자원부 및 한국디자인진흥원에서 시행한 ‘제조산업 혁신을 위한 중소기업 지원용 CMF 디자인 시스템 및 프로세스 체계 개발 사업’의 연구결과임을 밝혀야 합니다. 저작권 관련 별도 협의가 필요하신 사항은 한국디자인진흥원으로 연락 주시기 바랍니다.

Copyright©KIDP 2025 All rights reserved

ISBN 979-11-7486-044-6
979-11-7486-043-9 (SET)

발행일 2025년 12월

문의 한국디자인진흥원
TEL: 031-780-2114

연구진 정보

CMF 디자인 트렌드/소재/프로세스 개발

제조산업 혁신을 위한 중소기업 지원용 CMF 디자인 시스템 및 프로세스 체계 개발

기획	산업통상자원부 한국디자인진흥원
주관·발행처	한국디자인진흥원 www.kidp.or.kr www.designdb.com www.cmf.designdb.com
총괄책임	조아라 정책연구실 실장
실무책임	김상일 정책연구실 팀장 한지영 정책연구실 주임연구원 최원이 디지털정보화실 주임연구원
참여부서	전략경영본부 정책연구실 역량강화본부 디지털정보화실
연구 책임	Chris Lefteri Chris Lefteri Design 대표 고영진 Chris Lefteri Design Gaia Crippa Chris Lefteri Design Abigail Ward Chris Lefteri Design Fangzhou Yin Chris Lefteri Design 이승준 청주대학교 산업디자인학과 최윤희 Chris Lefteri Design

