

JANUARY  
2021

M  
LUXURY

2021 STYLE  
& TREND



GIVENCHY 





# BVLGARI

ROMA

OCTO  
*finissimo*

THE THINNEST AUTOMATIC MOVEMENT

[BVLGARI.COM](http://BVLGARI.COM)

<LUXURY M>은 2017년 창간 이래 최고의 프리미엄 매거진 <LUXURY>의 기획과 진행으로 <매일경제>의 주요 지국과 <LUXURY> 독립 배본망을 통해 배포되는, 밀레니얼 세대와 Z세대를 잇는 시티 라이프스타일 미디어입니다.

luxury.designhouse.co.kr

<럭셔리M> 기사를 한눈에 확인할 수 있는 아카이브

luxuryeditors

<럭셔리M> 에디터가 직접 올리는 생생한 온라인 취재 현장

luxuryeditors

<럭셔리M> 에디터가 만드는 아름답고 감각적인 '사진 뉴스'



## Le Soin Noir Crème

2008년 선보인 지방시의 대표적 스킨케어 라인 '르스완 노와'. 10여 년 넘게 뛰어난 탄력 케어 효과를 자랑하는 보석 같은 존재다. 프랑스산 바이탈 앨지 algae의 강인한 생명력을 그대로 담아낸 덕분에, 또한 '블랙 샵black sap'은 '르스완 노와'의 시그너처 컬러인 블랙을 상징하는 활성 성분으로 피부 장벽을 강화하고 활력을 부여한다. 이전보다 더 실키해진 '르스완 노와 크림'은 바르는 즉시 피부에 스며들어 수분과 탄력을 더하며 안티에이징 효과를 발휘한다.

# CONTENTS



## 06 BUY NOW

새해를 기분 좋게 열어주는 패션 뷰티 아이템

## 08 INNOVATOR

전통 소주를 빛는 남자, 토끼 소주 대표 브랜 힐

## 10 DESIGNER

남자옷 짓는 여자 디자이너 5인

## 12 GROOMING

11가지 키워드로 알아보는 2021 뷰티 트렌드

## 16 DINING

시판 제품으로 간편하게 시작할 수 있는 채식 식단

## 22 LIVING TREND

MZ 세대를 위한 신개념 주거 & 리빙 서비스

## 24 ART

핀란드 국민 캐릭터 무민의 세계로!

## 28 CAR

자동차 브랜드 담당자가 추천하는 드라이브 코스



## EDITORIAL

편집 02-2262-7437

편집장 김은령 Eunyoung Kim · exlibris@design.co.kr

### FASHION

수석기자 윤정은 Jungeun Yoon · yoon29@design.co.kr

기자 홍혜선 Hyesun Hong · hhs@design.co.kr

기자 최윤정 Yoonjung Choi · yj.choi@design.co.kr

### BEAUTY

수석기자 정애경 Aekyung Jung · ak.jung@design.co.kr

기자 이지형 Jihyung Lee · jh.lee@design.co.kr

### LIVING

수석기자 이영채 Youngchae Lee · breeze0@design.co.kr

### FEATURES

기자 김수진 Sujin Kim · jin@design.co.kr

권아름 Areum Kwon · areum@design.co.kr

아트 디렉터 손익원 Ikweon Sohn · bart@design.co.kr

디자이너 홍수연 Sooyoun Hong · syhong@design.co.kr

김보성 Bosung Kim · today17@design.co.kr

포토 디렉터 이우경 Wookyoung Lee · watt@design.co.kr

포토그래퍼 이기태 이경욱 김규한 이창화

Tone Studio 디렉터 염정훈 Junghoon Yum

포토그래퍼 황인우 Inwoo Hwang

교열 전남희 Namhee Jeon · 유진희 Jinhee Yu

## ADVERTISING

광고 02-2262-7401

유통 관리 02-2262-7407

정기 구독 080-007-1200

이사 이경호 Kyongho Lee · paradise@design.co.kr

부장 김수진 Soojin Kim · kimsoojin@design.co.kr

차장 문민혁 Minhyuk Moon · moonmh@design.co.kr

유통 관리 매니저 송은우 Eunwoo Song · ewsong@design.co.kr

부장 이진태 Guntai Lee · guntai77@design.co.kr

## DESIGN HOUSE INC.

매거진본부장 김은령 Eunyoung Kim · exlibris@design.co.kr

전시사업본부장 조상연 Sangyeon Cho · csy@design.co.kr

기획사업본부장 박동수 Dongsu Park · dspark@design.co.kr

경영전략본부장 이영민 Youngim Lee · yilee@design.co.kr

법률 고문 김영철 변호사 · 변리사(법무법인 KCL)

회계 자문 삼덕회계법인

대표이사·발행인 이영혜

2021년 1월호 통권 제51호. 2016년 10월 12일에 등록

등록번호 서울 중 라-00650. 2020년 12월 29일 발행(매일 발행)

발행 공급처 (주)디자인하우스(02-2275-6151)

필름 출력 (주)에이디코아(02-323-6493)

인쇄처 M-print(031-8071-0960)

주소 서울시 중구 동호로 272

이 잡지의 일부 기사는 간접 광고를 포함하고 있습니다.

HYDRIC PHASE

LIPIDIC PHASE

One and Only  
**Double  
Serum**

클라랑스 더블세럼

[20가지 식물+강황]

두개의 세럼이 한병에 담긴  
파워풀 세럼



CLARINS  
WORLDWIDE  
BESTSELLER<sup>1</sup>

클라랑스 전세계 베스트셀러<sup>1</sup>

**CLARINS**

CLARINS.COM

1. 2019년 클라랑스 브랜드 내, 전 세계 판매 데이터 기준

# HEAD TO TOE

다사다난했던 2020년을 마무리하고 새로운 한 해를 맞이하는 1월, 생활을 좀 더 풍성하고 풍요롭게 만들어줄 다채로운 소식을 전합니다. 글 이영채(LYC) 정애경(JAK)·윤정은(YJE)·권아름(KAR)·최윤정(CYJ) 기자

## NEW EXHIBITION



<NEW WORKS> 프랑스 현대미술가 장미셸 오토니엘 Jean-Michel Othoniel은 인위적인 힘을 가하면 변형되는 유리나 황동, 왁스 같은 재료를 가공하는 과정에 집중한다. 그가 4년 만에 개인전 <NEW WORKS>를 서울 국제갤러리 K1에서 연다. 작가는 코로나19가 야기한 국제적 재난 속에서 세상과 단절된 채 몰두한 이번 신작 37점을 통해 혼란한 세상에서도 불변하는 아름다움의 진리를 말하고자 한다. 2020년 12월 17일부터 2021년 1월 31일까지. 문의 3210-9821



<CONNECT WITH EVERYTHING> 일본 현대미술가 미야지마 다쓰오 Miyajima Tatsuo는 LED로 숫자가 변화하는 것을 통해 '시간'이라는 추상적 개념을 시각화해 보여준다. 그가 2020년에 작업한 신작 6점을 지난해 11월부터 한남동의 갤러리바톤에서 소개했다. 개인전 <Connect with Everything>으로, 전작이 단단하게 고정된 형태로 구현된 것에 반해 천처럼 유동적인 장소에 LED 조명을 설치해 팬데믹으로 미래가 불확실해진 지금을 반영했다. 2021년 1월 8일까지. 문의 597-5701 (KAR)

Jean-Michel Othoniel, 'Rose of the Louvre', 2020. Courtesy of the artist and Kukje Gallery. Photo: Othoniel Studio. Image provided by Kukje Gallery

Tatsuo Miyajima, 'Innumerable Life', 2020 © Gallery Baton

## EXCITING WINTER



### 6 MONCLER 1017 ALYX 9SM

동시대의 재능 있는 디자이너들과 함께한 몽클레르 지니어스 컬렉션에 새롭게 매슈 윌리엄스 Matthew Williams가 합류했다. 그가 선보일 '6 몽클레르 1017 알릭스 9SM'은 이번 시즌, 다운 재킷에 대한 실험적인 연구가 돋보인다. 재생 나일론을 활용한 아이템과 개성 있는 액세서리도 주목할 것. 문의 080-311-0000

### PRADA LINEA ROSSA

프라다 '리네아 로사' 컬렉션에서 스키 라인을 전개한다. 선을 강조한 브랜드 고유의 현대적 디자인에 전문가를 위해 고안한 혁신적 기능을 결합했다. 이번 시즌 캠페인 모델로는 영국 출신의 미국 프리스타일 스키 선수 거스 켄워시 Gus Kenworthy가 참여했다. 문의 3218-5331

### DIOR MEN

디올이 처음으로 스키 캡슐 컬렉션을 출시했다. 데상트와 공동 제작한 스포츠웨어, AK SKI와 함께 만든 스키 및 스노보드 장비, 그리고 POC와 협업한 헬멧과 고글 등. 아티스틱 디렉터 킴 존슨의 감각적인 디자인에 전문 스포츠웨어 브랜드의 기술력을 결합한 세련되고 실용적인 아이템을 만날 수 있다. 문의 3480-0104 (YJE)

## CALMING SKIN



### SHISEIDO

바이탈 퍼펙션 인텐시브 케어 트리오 맞춤형 안티에이징 트리오를 출시한다. '바이탈 퍼펙션 리프트디파인 래디언스 세럼'은 피부를 팽팽하게 당기면서 광채를 선사하고, '바이탈 퍼펙션 리프트디파인 페이스 마스크'는 다크스팟과 주름을 개선하며, '바이탈 퍼펙션 인텐시브 링클스팟 트리트먼트'는 기미와 잡티는 물론 각종 주름을 완화한다. 문의 080-564-7700

### CLÉ DE PEAU BEAUTÉ

프레쉬스 골드 바이탈리티 마스크 항산화 작용을 돕는 24K 골드 인퓨전과 피부에 활력을 더하는 치차 추출물이 스트레스로 인한 노화 현상으로부터 피부를 보호한다. 리치하고 촉촉한 텍스처가 얼굴을 편안하게 감싸면서 눈에 띄는 피부 변화를 선사하며, 꾸준히 바르면 광채와 탄력이 개선된다. 문의 080-564-7700



### FRESH

콤부차 트리트먼트 토너' 미세먼지와 중금속 공해 물질은 피부 초기 노화를 촉진하는 주변. 프레쉬는 화장수에 묻혀 닦아내는 안티 폴루션 제품을 새롭게 출시한다. 프리바이오티크 이놀린이 24시간 동안 피부 장벽을 강화하며 노폐물을 제거하고 콤부차 성분이 착적해진 안색을 맑게 하며 피땀결을 부드럽게 개선한다. 문의 080-822-9500 (JAK)



# CELEBRITIES AT THE EVENT



2021 S/S 시즌 루이 비통 컬렉션에서 포착한 미국 배우 로라 해리어.



2020 아티스트 어워즈에서 2관왕을 거머쥔 배우 김수현. 간결한 검은색 슈트를 입고 크리스찬 루부탱의 '그레고' 플랫폼 구두로 마무리했다.



엠넷 아시안 뮤직 어워즈(MAMA)의 시상자로 등장한 배우 강한나는 타사키의 다이아몬드 주얼리로 고풍적인 스타일을 완성했다.



방탄소년단이 동대문디자인플라자(DDP)에서 새 앨범 <BE>의 글로벌 기자회견을 가졌다. 그들이 선택한 무채색 의상은 모두 프라다 제품. (CYJ)



론진의 앰배서더로 활동하고 있는 배우 정우성. 현대백화점 판교점에서 열린 리뉴얼 행사에서 '스피릿' 위치를 착용하고 매장 벽면에 기념 사인을 하고 있는 모습이다.

# LUXURY CAR



**제네시스 GV70** 제네시스 최초의 도심형 럭셔리 중형 SUV '제네시스 GV70'를 공개했다. 역동적인 이미지를 강조한 외관 디자인, 여백의미를 극적으로 살린 운전자 중심의 인테리어, 안정적인 주행감과 운전의 즐거움을 주는 동력 성능을 갖추었다. 고속도로 및 자동차 전용 도로에서 주행과 차로 변경을 도와주는 고속도로 주행 보조 II, 지문으로 인증 가능한 제네시스 카페이, 시동이 꺼지면 공조 내부 장치를 건조시키는 애프터 블로 기술도 장착했다. (LYC)

**포르쉐 신형 911 타르가** 911의 스타일 아이콘 신형 '911 타르가' 라인업을 새롭게 공개했다. 이번에 출시한 모델은 '타르가 4S'와 '타르가 4', 헤리티지 디자인 요소에 최첨단 혁신 기술을 반영한 '타르가 4S 헤리티지 디자인 에디션'까지 총 3종. 혁신적인 자동화 루프 시스템은 물론, 와이드 타르가를 바와 프론트 시트 위 이동식 루프 섹션, 랩 어라운드형 리어 윈도 등 1965년형 오리지널 타르가 고유의 특징을 그대로 계승했다. 인테리어는 911 카레라 모델을 연상시키며, 1970년대 911 모델에서 영감을 받은 옅은 계기판의 대시보드 가 선명하고 직선으로 길게 이어진다.



BUY NOW

한겨울부터 초봄까지 착용할 수 있는  
'그란데 유니타' 캐시미어 스카프  
로로피아나(546-0615)

유서 깊은 글라스웨어 제조업체  
살비아티와 협업해 선보인  
무라노 와인 유리잔 세트 라 더블레이  
by 매치스패션(080-822-0307)

유행에 구애받지 않는  
견고한 디자인에  
'LAURENT PARIS' 문구를 새긴  
사각형 잠금장치를 부착한  
'까레' 사첼백, 생 로랑  
by 안토니 바카렐로(549-5741)



Givenchy



신발 등 부분에 섬세한  
주름 장식을 더한 '살보라' 새틴 물.  
마놀로 블라닉(3443-2113)

# NEW YEAR GIFT

활용도 높은 패션 & 리빙 아이템부터 새해 규칙적인 일상을 위한  
손목시계와 다이어리까지, 신년맞이 선물 리스트 8.

글 최윤정 기자 | 사진 엄정훈 | 어시스턴트 유승지

고무로 제작한 에어팟  
프로 케이스 색감이 선명하고  
스트랩이 달려 있어  
가방에 포인트를 주는  
참으로 활용하기 좋다.  
보테가 베네타(3438-7682)



중앙 부분이 회전하는  
화이트 골드 '포제션' 링과 핑크 골드 '포제션' 링.  
모두 인그레이빙 서비스를 통해  
반지 내부에 원하는 이니셜 혹은 메시지를  
새길 수 있다. 피아제(540-2297)



Jil Sander

고유의 다미에 패턴을 입힌  
다이어리 커버와 경쾌한 일러스트를 새긴  
충전용 내지 모두 루이 비통(3432-1854)



충격 방지 장치인 인카블록Incabloc®을  
탑재한 '섬머저블 골드테크™  
오로카보 - 44mm' 워치는  
'P900' 자동 무브먼트를 통해  
약 3일간의 파워 리저브를 제공한다.  
파넬라이(3467-8455)

사이토시스® 성분이 풍부한 보습 효과를 선사하는 '시크릿 에센스 미스트'. 미세한 입자가 안개처럼 분사되어 얼굴에 빈틈없이 스며든다. 숄37 (080-023-7007)

바닐라 플라니폴리아 워터가 향산화 효과를 선사하고, 실크나무 추출물이 활력을 더하는 페이스 미스트 '수블리마지 라 브림'. 샤넬(080-332-2700)

제주도 자생 탐라수국잎 추출물이 자극받은 피부를 진정시키고, 히알루론산이 풍부한 수분을 더하는 '미라클 아쿠아 미스트'. 오후(080-023-7007)

혈액순환을 촉진하는 한방 성분 공진비단 배양액과 해물환을 함유해 얼굴을 가라앉히고 부기를 완화하는 '비침 순환 미스트'. 더 히스토리 오브 후(080-023-7007)



# FACE MIST

피부에 즉각적으로 수분을 더하고 생기를 되찾아주며 메이크업의 지속력까지 높여주는 페이스 미스트 8.

글 이지형 기자



수분 공급에 효과적인 녹차·효모 추출물이 메이크업 지속력과 밀착력을 높여주는 '센티드 하이드레이팅 미스트 WT'. 스쿠(070-4077-0860)



핑크 베리, 비타민 C 유도체가 지친 피부에 활력과 광채를 더하는 '렐렝보렐 블라썸 뷰티파잉 크림-인-미스트'. 지방시 뷰티(080-801-9500)



피테라™ 성분이 피부 본연의 힘을 강화하고 하루 종일 촉촉한 피부를 유지해주는 'SK-II 피테라 데이 미스트'. SK-II(080-023-3333)



장미수, 수레 국화수 등 식물 추출 성분이 건조한 피부를 편안하게 하는 수분 미스트 '오 플로랄'. 메이크업 마지막 단계에 뿌리면 지속력을 높일 수 있다. 시슬리(080-549-0216)



토끼 소주 대표 브랜 힐

# 전통 소주 빛는 미국 청년

전 세계 트렌드의 중심인 뉴욕에 우리 술, 소주를 전파한 미국 청년이 있다.

2016년 브루클린에서 시작한 토끼 소주의 대표 브랜 힐이다.

미국 전역에 한국 술의 매력을 전파한 그가 지난해 소주의 본고장 한국에 양조장을 만들었다.

그의 목표는 전통주의 명맥을 잇는 것이다.

글 권아름

현재 총 5명으로 이뤄진 토끼 소주의 팀. 창립자 브랜 힐을 중심으로 4명의 양조자 더글라스 윌리, 브라이언, 성윤이 한 자리에 모였다.

전통 방식으로 빚은 누룩을 쌀과 섞어 밀술을 만든 뒤 다시 증류를 해야 만들어지는 소주는 만드는 시간과 재료의 양에 비해 적은 양을 얻을 수 있다. 쌀이 귀했던 만큼 과거에 귀하게는 여겨지던 증류식 소주의 자리를 희석식 소주가 대체하며, 그 명맥은 소수의 손에서만 이어졌다. 이제는 전통 방식을 따라 만든 소주에는 늘 '전통' 혹은 '증류식'이란 수식어가 필요해졌으니, 원조가 자리를 빼앗긴 격이다. 이런 상황에 2016년 한국도 아닌 미국 뉴욕에서 진짜 전통 소주가 무엇인지에 대한 이야기가 나오기 시작했다. 브루클린 레드 혹 지역에서 한국 전통 방식을 지켜 소주를 만드는 소규모 양조장 '토끼 소주 Tokki Soju' 덕분이다. 미국에서 우리 술을 널리 알린 토끼 소주가 지난해 충청북도 충주로 양조장을 이전했다. 여름부터 본격적으로 생산한 그들의 술에는 생산지가 뉴욕이 아닌 충주로 적히기 시작했다.

“한국에 양조장을 만드는 건 당연한 수순이었죠. 전통주란 현지 재료로 만드는 게 정석이니까요. 충주는 농사가 잘되는 땅과 깨끗한 물을 가지고 있어 양조장을 만들기엔 제격이었습니다.” 한국 사람보다 더 전통주의 개념을 명확하게 말하는 토끼 소주의 대표 브랜 힐 Bran Hill은 술 만드는 재료를 모두 충주에서 공수한다고 덧붙였다. 그리스게 이민자 집안인 친가와 웨일스계 미국인 외가를 둔 그는 한국에 연고 없었다. 단지 20대 초반부터 술과 양조에 관심이 많아 직접 맥주를 양조하기도 하고 새로운 술을 찾기 위해 70개 도시를 여행하기도 했다. 그중 한 곳이 서울로, 약 1년 반가량을 머물며 전통주 교육기관인 '수수보리 아카데미'에서 다양한 종류의 전통주 빚는 법을 배웠다. 그 경험이 토대가 되어 직접 누룩을 만들어 소주를 빚는 모험을 뉴욕에서 시작한 것이다. “당시 뉴욕에는 한식 붐이 일고 있었어요. 미쉐린 2스타를 받은 임정식 셰프의 '정식', 맨해튼의 모던 한식당 '오이지Oiji' 같은 파인다이닝 레스토랑이 특히 미식가들 사이에서 인기를 끌었는데, 안타깝게도 그들의 좋은 음식

에 함께 즐길 만한 한국 술이 없었죠.” 그렇게 소주를 만들기로 결심한 그는 자신이 한국에서 술을 배웠던 해인 2011년이 '토끼 해'라는 것에서 착안해 술 이름을 지었다. 그는 야생 효모로 직접 만든 누룩과 캘리포니아의 찻쌀 그리고 물만으로 소주를 빚는데, 누룩을 만드는 데만 꼬박 3주 반이 걸린다. 사실 일정한 품질을 지닌 누룩을 만들기가 어려워 많은 국내 소규모 전통주 양조장에서도 전문 업체에서 납품을 받는다.

“전통주에서 누룩은 맛을 결정하는 중요한 요인인 만큼 각 양조장마다 자신만의 누룩을 사용하는 것이 좋아요. 그러나 우리가 흔히 마시는 희석식 소주는 누룩을 사용하지 않죠. 한국이 전통을 점점 잃어가고 있다고 생각합니다.” 그는 자신이 만든 술이 이런 전통을 잇는 역할을 하고 싶다고 말했다. 다른 나라의 전통에 그가 이토록 관심을 기울이는 이유가 무엇일까? “하와이에서 대학을 다닐 때 룸메이트가 한국계였어요. 그 친구가 제게 소주를 전파했죠. 그때 마신 건 희석식 소주였기에 대단한 맛은 아니었지만, 한국의 술 문화는 인상적이었어요. 서양에서는 바에서 술을 음미하듯 마신다면, 한국에서는 친구들이나 가족과 둘러앉아 왈자하게 떠들며 마시죠. 좋은 음식과 술을 결정하는 건 결국 좋은 기억인데, 한국 술 문화에 담긴 흥에

브랜 힐 전통 방식으로 만든 누룩으로 술을 빚는 게 중요하다고 말하는 푸른 눈의 청년, 브랜 힐은 2016년 미국에 한국 전통 소주를 알린 이다. 뉴욕 브루클린의 레드 혹 지역에 위치한 '벤 브런트 스틸하우스'에서 합성 첨가물 없이 찻쌀과 누룩, 물로만 빚은 '토끼 소주'를 탄생시켰다. 알코올 도수 23%인 '토끼 소주 화이트'와 40%인 '토끼 소주 블랙' 2가지가 대표 술로 이를 활용한 칵테일이 뉴욕의 바에서 인기를 끌었다. 지역의 농산물로 만들어야 진정한 전통주로 거듭날 수 있다는 생각으로 지난해 충청북도 충주로 본사를 옮겨 양조에 매진하고 있다.



충주에 자리한 토끼 소주 양조장의 증류 기계.



달에 토끼가 산다는 한국 설화에서 아이디어를 얻어 만든 라벨.

매료된 것 같아요. 또 한 가지, 안주를 푸짐하게 먹는 것도 좋아합니다.” 브랜 힐은 토끼 소주의 대표 술 2가지를 맛있게 먹는 법을 말해주었다. 알코올 도수 23%인 '토끼 소주 화이트'는 목 넘김이 부드럽고 맛이 강하지 않아, 냉면이나 삼겹살과 궁합이 좋고 알코올 도수 40%인 '토끼 소주 블랙'은 도수가 높아 진저 에일이나 토닉을 넣은 칵테일로 마셔볼 것을 권했다.

“술을 만들기 위해선 전문 지식을 갖추는 것은 물론, 그에 앞서 이 일을 정말 사랑하는 마음이 있어야 해요. 소주를 만드는 일은 굉장히 노동집약적이고, 결과물을 만드는 데 오랜 시간이 걸리죠. 일이 숙련된다고 해도 지름길이 없습니다.” 충주에서 이제 막 1년을 보낸 브랜 힐은 2020년을 다사다난하게 기억한다. 전 세계적 팬데믹에다 지난해 여름에는 충주를 덮친 기록적인 폭우와 태풍으로 수해를 입기도 했다. 그런 와중에도 그는 함께 일하는 4명의 친구와 함께 미국에서 수입한 오크통에 소주를 숙성하거나 감과 오미자를 넣어 맛을 입힌 스페셜 에디션을 만드는 등 실험을 거듭했다. “라벨에도 쓰여 있는 '달과 함께 마신다면 혼자 아닙니다'란 말처럼 사람들과 거리를 두어야 할 지금 같은 때, 토끼 소주가 위로와 흥을 전해주면 좋겠습니다.” tokkisoju.com

# 남자 옷 짓는 여자

남성복을 디자인하는 여성 디자이너 5인. 성별의 경계를 무색하게 만드는 그들의 세계를 엿본다.

글 홍혜선 기자



## 마틴 로즈 Martine Rose

발렌시아가와 베트멍이 오버사이즈 핏으로 트렌드의 물꼬를 텃을 때, 마틴 로즈 역시 해당 유행을 선도한 브랜드 중 하나였다(본인의 브랜드를 전개하면서 발렌시아가의 남성복 디자인도 함께 컨설팅했다). 하지만 앞선 브랜드 만큼 한국에서 유명하지는 않았다. 그래도 마니아는 있었다. 대표적인 인물로 가수 오혁을 꼽을 수 있다. 방송에서는 동모 시장 스타일이라며 이미지 메이킹을 했지만 사실 그가 입고 나온 건 마틴 로즈의 것이었다. 국내에 인지도를 다진 계기다. 밀도 끝도 없이 긴 바지 밑위, 구멍 난 부위를 기운 듯한 패치워크, 기껏해야 명치까지 내려오는 짙은 블루종 등. 런던에서 나고 자란 그는 1980~1990년대 분방하던 영국의 서브컬처를 직접 겪으며 얻었던 영감을 디자인에 풀어낸다. 남성복의 규율을 벗어난 실루엣, 실수처럼 보이는 불완전한 디자인, 무언가 잘못된 것처럼 보이는 디테일이 어딘지 장난스럽다. 하지만 그 맛에 입는 옷이다. 2007년, 남자 셔츠 10장으로 시작한 마틴 로즈는 크게 성공하면서 작업의 범위를 넓혀가서 지금은 여성복까지 전개한다. 사실 그에게 남성과 여성의 경계를 구분 짓는 것은 의미가 없다. 옷의 디자인보다 옷을 입는 방식을 더 중요하게 여기기 때문이다. 완성이 덜된 듯한(실은 완벽한) 옷을 만들며 그 자리에 착용자의 상상이 자리 잡기를 바라는 마음을 담는다.

## 그레이스 웨일스 보너 Grace Wales Bonner

남자 옷을 입는 여자가 늘고 있다. 웨일스 보너의 남성복 역시 여자가 탐하는 미적 감각을 두루 갖췄다. 부드러운 실루엣과 몸에 꼭 맞는 재단, 섬세한 소재와 감성을 자극하는 디테일. 강하고 단단한 것만이 남성복이 아니라는 걸 증명한다. 하지만 단순히 이러한 장식적 이유만으로 이목을 끄는 것은 아니다. 컬렉션의 바탕에는 디자이너 그레이스 웨일스 보너의 사고가 깊게 배어 있다. 런웨이에 흑인 모델을 세우는 것도 이와 관련이 있다. 자메이카계 영국인인 그는 인종 문제에 대해 늘 고민하며 흑인 문화에 깊은 관심을 갖고 있다. 1970년대 나이지리아와 흑인 남성, 1900년대 초반



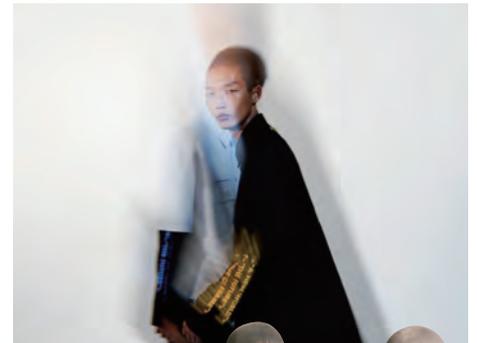
의 할렘 르네상스, 가난을 극복하고 인도의 통치자가 된 말리크 암바르, 1970년대 흑인 레저 룩, 자메이카 사람들이 창조한 러버스 록 음악 등은 2015년 브랜드 론칭 후 지금껏 발표한 컬렉션들의 주제다. 이만하면 단순히 아름다운 남성복을 만드는 것이 아니다. 어두운 곳에 빛을 비추고 누구도 흉내 낼 수 없는 가치를 패션이라는 매개로 드러내는 것이다. 성별에 대한 경계를 허물고 작가와 음악가, 시인 등 다양한 분야의 사람들과 소통하며 협업도 한다. 인종과 성, 다문화에 대한 이야기를 전달하려는 목적이다. 자신이 추구하는 방향성과 태도를 정확히 아는 웨일스 보너의 옷에는 이렇게 보이지 않는 존재감도 도사리고 있다.

## 에밀리 애덤스 보드 Emily Adams Bode

빈티지 직물을 주제로 과격하지 않은 워크웨어를 만든다. 그래서 어디서도 보지 못한 옷이 탄생했다. 보드가 세상에 나온 2016년, '꼭 수집해야 할 보물 같은 옷', '근래 패션위크에서 느낀 가장 큰 충격'이라는 패션 매체의 찬사를 받은 건 당연한 일이었다. 미국 출신의 디자이너 에밀리 애덤스 보드가 워크웨어에 빈티지 원단을 접목하게 된 이유는 자라온 환경과 생활 방식으로 쌓인 성향과 취향 덕분이다. 골동품 수집가인 할아버지 그리고 골동품 시장이나 각종 전시에 데리고 다닌 엄마와 이모는 지금 보드의 정체성을 형성하는데 일조했다. 그가 즐겨 사용하는 각종 패브릭과 흥미로운 소재는 주로 미국 동부 지역에서 얻는다. 유럽과 아시아에서도 희귀한 원단을 그려모은다. 한국의 전통 이불도 공수해갔다고 한다. 보드는 이렇게 수집한 원단으로 뉴욕 사무실에서 재단사와 합작해 옷을 만든다. 전 세계에 포진한 전문가와도 협업한다. 퀴팅

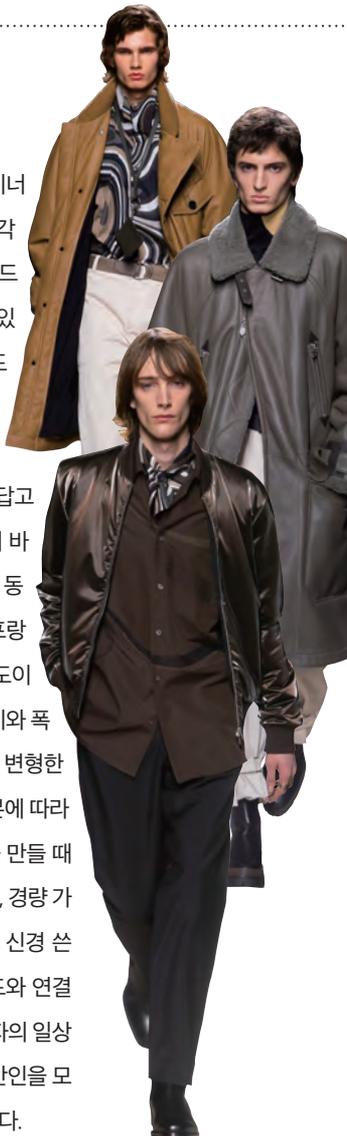


작업은 인도의 뉴델리 공장에서 수작업을 거치고, 디지털 프린트는 브루클린과 뉴저지 등에서 제작해 모자이크처럼 결합한다. 세월이 깃든 독특한 원단은 모두 판매하고 남은 직물이나 앤틱 원단이기에 환경에 해를 끼치지 않는다. 그의 옷은 반짝 스킨은 패스트 패션과 반대의 지점에서 트렌드의 전선에 있는 이들의 마음을 당긴다.



## 베로니크 니샤니앙 Véronique Nichanian

몇 년 사이 브랜드를 총괄하는 스타급 디자이너들이 각자의 동지를 옮기는 사례가 늘었다. 각각의 디자이너들이 새로운 자리에서 2라운드를 펼치고 있을 때 에르메스는 한발 물러나 있었고, 빠르게 도는 유행을 따라 속력을 낼 때도 에르메스는 그저 묵묵했다. 이유는 간단하다. 트렌드에 신경을 곤두세워 요란한 퍼포먼스에 치중하는 여타의 브랜드와 달리 아름답고 정직한 수사법을 구사하기 때문이다. 이것이 바로 에르메스의 본질이다. 30년이 넘는 세월 동안 에르메스 남성복 디렉터 자리를 지켜온 프랑스 출신 디자이너 베로니크 니샤니앙의 태도이기도 하다. 소란한 환경에 휩쓸려 팬츠의 길이와 폭을 늘리거나 줄이지도 않고, 이런저런 부분을 변형한 슈트를 만들지도 않는다. 언제나 전통과 기본에 따라 고급스러운 소재를 적용하고, 스포티한 룩을 만들 때조차 최상의 품질을 유지한다. 방수 캐시미어, 경량 가죽, 더블 페이스 실크 등 기술적인 부분에도 신경 쓴다. 그리고 이 모든 것은 '일상'이라는 키워드와 연결된다. 고급과 실용을 모두 섭렵해 현실 속 남자의 일상에 물들기 위해서. 남성 컬렉션 런웨이에 일반인을 모델로 내세우는 것도 이 같은 태도에서 비롯된다.



## 케이티 정 Katie Chung

이질적인 것을 섞어 새로운 미적 가치를 창조하는 데 소질이 있는 케이티 정. 어머니의 브랜드 우영미에서 크리에이티브 디렉터로 7년의 시간을 보낸 그는 여성적 실루엣과 남성적 디테일을 결합한 변칙적인 테일러링으로 우영미를 지금의 위치에 올리는 데 혁혁한 공을 세웠다. 그리고 2020년, '창'이라는 이름의 브랜드로 자신만의 세계를 만들기 시작했다. 남성복 레이블이지만 옷의 면면으로 알 수 있듯, 모두에게 열려 있다. 편한 것과 엄격한 것을 고루 사용해 절묘한 균형점을 찾고, 현실에서 중요한 유행도 놓치지 않는다. 그렇게 나온 브랜드의 주된 콘셉트는 스트리트 테일러링. 글자 그대로 실용적인 스트리트 웨어와 격식을 갖춘 테일러링의 교집합이다. 선명한 원색 후드 티셔츠와 제대로 날 선 재킷, 크고 작은 주머니가 가득한 윈드브레이크, 코딩 언어를 프린트한 각종 제품 등으로 다양한 취향까지 섭렵한다. 청의 모든 옷과 액세서리에는 QR 코드가 숨어 있다. 스마트폰 카메라로 코드를 찍으면 웹사이트로 연결되는데, 이는 변화와 진화를 꿈꾸는 케이티 정만의 새로운 시도다. 패션을 넘어 음악, 예술 등과 어우러진 하나의 문화로 접근하려는 계획도 품었다. 청의 첫 번째 컬렉션을 단순히 캠페인이나 룩 북으로 선보이는데 그치지 않고, 임팩트 감독이 연출을 맡은 7분 길이의 단편영화 <카타콤>으로 보여준 것이 그 예다.

# 2021 BEAUTY KEYWORD

자고 일어나면 유행이 바뀔 정도로 세상은 빠르게 변화하지만 그 속에서도 소비 트렌드는 몇 가지 맥락으로 정리할 수 있다.  
11가지 키워드로 말하는 2021년 주목해야 할 뷰티 트렌드.

글 이지형 기자

## Sustainability

뷰티 브랜드가 지속 가능성을 고려하기 시작한 것이 최근의 일은 아니다. 하지만 코로나19 이후 일회용품 사용량이 기하급수적으로 증가하며 환경문제가 더욱 심각해졌고, 버려지는 화장품 용기 역시 예외일 수 없게 되었다. 이에 뷰티 브랜드도 환경문제에 경각심을 느끼며 환경적 요소를 우선 가치로 여기기 시작했다. 지속 가능성에 힘쓰는 브랜드와 제품이 재조명되고 있는데, 내용물을 리필할 수 있도록 만들어 버려지는 패키지를 최소화하는 제품이 그중 한 예. 샴푸와 보디 워시를 리필할 수 있는 아모레퍼시픽 '리필 스테이션'도 눈여겨볼 만하다.



리필 스테이션 국내 최초로 샴푸와 보디 워시를 리필할 수 있는 공간. 리필 전에 자외선 LED 램프로 용기를 살균 처리하는 시스템도 구축했다. 아모레퍼시픽 광고 매장에 마련되어 있다. 아모레퍼시픽.



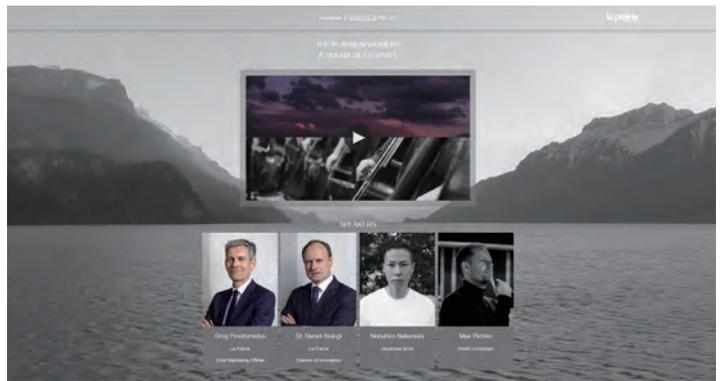
퓨어샷 나이트 리부트 세럼 피부 턴오버 주기를 촉진해 노화의 흔적을 효과적으로 개선하는 안티에이징 세럼. 내용물은 리필이 가능하며 패키지 또한 재활용할 수 있다.



루즈 디올 35가지 컬러와 4가지 텍스처로 구성된 아이코닉 립스틱. 지속 가능성을 고려해 리필 가능한 패키지를 적용했다. 디올.

## Untact Experience

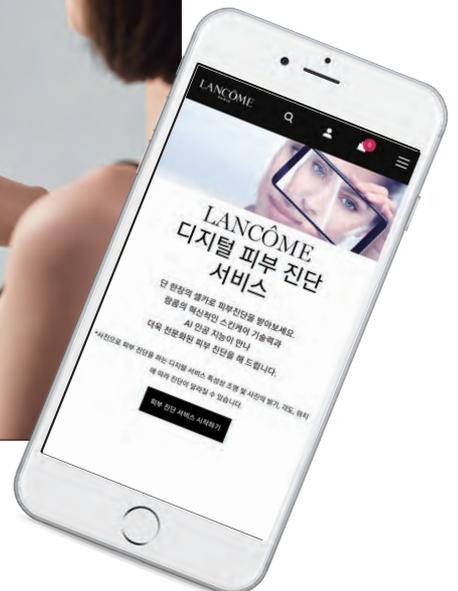
'사회적 거리 두기'는 소비자의 소비 패턴에도 영향을 미쳤다. 오프라인 매장에서 제품을 직접 경험하거나, 온라인 후기를 검색하는 등의 기존과 다른 형태로 제품과 브랜드를 경험하게 된 것. 매장에서 도움을 받지 않고 비대면 방식으로 취향에 맞는 제품을 추천받는 시스템, 온라인으로 피부 진단을 받을 수 있는 프로그램, 화상회의 방식으로 진행되는 뷰티 행사 등이 새로운 패러다임으로 자리 잡고 있다.



2020 ABMB 웨비나 이벤트 아트바젤 마이애미 비치가 온라인 뷰팅으로 진행됐다. '시간이 멈춘 듯한 아름다운, 플래티늄 모먼트-영원함의 꿈'을 주제로 아티스트와 협업한 결과물을 선보였다. 라프레리.



디지털 피부 진단 서비스 'E-유스 파인더 Youth Finder'. 랑콤.



매장에서 개인에 맞는 파운데이션 컬러를 시뮬레이션으로 체험할 수 있고, 가상으로 원하는 메이크업 룩을 확인할 수 있는 '유캠 서비스' 에스티 로더.

## Bare Skin & Long-lasting Lips

빠르고 간편하게 베이스를 마무리할 수 있는 쿠션 파운데이션, 정교한 메이크업을 위한 리퀴드 파운데이션보다 자연스럽고 투명한 피부 표현이 가능한 틴티드 모이스처라이저 같은 가벼운 형태의 베이스가 대세일 전망이다. 장시간 마스크를 착용하면서 베이스에 예전처럼 공들일 필요가 없어진 것이 그 이유. 마스크를 썼다 벗어도 잘 지워지지 않는, 밀착력이 높고 오랜 시간 지속되는 립 제품에 대한 수요도 꾸준히 증가하고 있다.

네오 nude 파운데이션 수분 크림처럼 가벼운 제형이 윤기를 더하고 하루 종일 촉촉한 피부를 유지해준다. 얇고 고르게 밀착되는 것이 장점. 조르지오 아르마니 뷰티.



아티스트 립 블러쉬 #300 파우더리 코랄 보이는 색 그대로 발색되고 완벽하게 밀착되어 번지거나 묻어나지 않는다. 메이크업 포에버.



저스트 스킨 피부 톤을 자연스럽게 보정하고 벨벳처럼 부드럽게 마무리하는 틴티드 모이스처라이저. 샹테카이.

## Home Rituals

코로나19 이후 모두에게 가장 안전한 공간은 집이라는 인식이 자리 잡았다. 재택근무, 원격 수업 등 일상 대부분의 일이 집에서 이루어지면서 거주뿐만 아니라 업무나 취미 생활 등 다양한 활동을 겸하는 다기능 공간으로서 역할을 해내고 있는 것. 덕분에 피트니스센터에서나 할 수 있던 운동, 전문적인 스파에서 가능하던 마사지, 전문가에게 받던 네일 케어 등을 모두 집에서 즐기게 되었다.



UV LED 젤 램프 집에서도 젤 네일을 완성할 수 있는 젤 램프. 젤 네일의 발색과 광택을 높여준다. 오호라.

갈바닉 이온부스터 초음파 진동이 화장품의 유효 성분이 피부 깊은 곳까지 침투할 수 있도록 돕는 디바이스. LG 프라엘.



넥클레이MD 306개의 LED가 360도로 고르게 조사되어 목 주름을 완화한다. 혈액순환을 촉진해 근육통이 감소되는 효과까지. 셀리턴.



페이스타이트 바이폴라 고주파 에너지, 8개의 LED 레드라이트, 열에너지가 결합해 주름을 효과적으로 개선하는 홈 디바이스. 실콘.



슈퍼 프로바이오티스 비피더스균과 유산균이 주성분으로 이뤄져 원활한 배변 활동을 돕는다. 하루에 한 번 물과 함께 섭취한다. 생활정원.



수면이야기 락티움 유단백 가수분해물과 마그네슘이 수면의 질을 개선하고 잠들기까지의 시간을 단축하는데 도움을 준다. 덴프스.

바지오 위라이크 콜라겐 체내 흡수율을 높인 저분자 어린 콜라겐 펩타이드를 마시는 형태로 만들었다. 하루에 1포 꾸준히 섭취하면 탄력 넘치는 피부를 경험할 수 있다. 바지오.

## Inner Beauty

건강관리의 중요성과 관심이 어느 때보다 높아지면서 이너 뷰티 제품에 대한 수요가 많아졌다. 장시간 마스크 착용으로 피부가 지속적으로 자극받으면서 피부 면역력이 저하되자 피부 컨디션 회복에 도움을 주는 먹는 형태의 콜라겐이 전례 없는 인기를 누리고 있다. 피부뿐만 아니라 신체 면역력을 높이는 유산균, 수면을 돕는 이너 뷰티 제품에 대한 관심도 꾸준히 증가하고 있다.

## Eye Makeup

마스크 착용으로 인해 눈이 얼굴 중 가장 많이 노출되는 부위가 되면서 지속력이 아이 메이크업의 중요한 키워드로 자리 잡았다. 아이 메이크업을 오래 유지하게 돕는 프라이머, 롱래스팅 아이라이너와 마스크라 그리고 아이브로가 인기.



**브로우 마이크로필링 펜**  
마이크로팁을 장착해 눈썹 결을 따라 자연스러운 아이브로 메이크업을 완성할 수 있다. 장시간 번지지 않고 처음 상태 그대로 유지되는 것이 장점. 베네피트.

**틴티드 스머지 프루프 아이섀도우 베이스** 미네랄 파우더가 아이섀도우의 밀착력과 지속력을 높인다. 크림처럼 부드러운 제형이 보송하게 마무리된다. 나스.

## Anti-bacterial

위생용품에 대한 높은 수요는 2021년에도 끊이지 않을 전망이다. 물과 비누 없이도 언제 어디서나 손을 청결하게 유지해주는 핸드 세니타이저가 파우치 속 필수품이 되었다. 또 평소보다 손을 씻는 횟수가 늘어난 덕분에 센티드 핸드 워시나 휴대가 가능한 비누 사용량도 늘어나는 추세.



**핸드 세니타이저 000** 물과 비누 없이도 간편하게 손을 세정할 수 있는 핸드 세니타이저. 베르가모트와 샌들우드 향이 어우러진 향을 남긴다. 탬버린즈.

**스웨이드 핸드 워시** 달콤한 서양배, 상큼한 베르가모트 향이 절묘하게 어우러지며 마스크와 엠버 향으로 마무리되는 핸드 워시. 바이레도.



**더마클리어 핸드 세니타이저젤** 세균을 99.9% 제거하는 젤 타입 핸드 세니타이저. 히알루론산과 알란토인을 함유한 덕분에 세정 후에도 손이 건조해지지 않는다. 닥터 자르트.

## Customizing

최근 포털 사이트 실시간 검색어에 “나를 꽃으로 표현한다면” 혹은 “나를 영화 주인공으로 표현한다면” 같은 자기 진단 테스트가 상단에 자리 잡고 있다. MBTI 성격 유형 테스트가 혈액형만큼이나 자신을 대변하는 중요한 요소가 되었을 정도로 자신의 정체성 파악에 대한 관심이 높아졌다. 이는 소비 패턴과도 긴밀하게 연결된다. 향수나 립밤 등에 자신의 이니셜을 새겨 넣는 것, 피부 진단을 통해 개인의 피부 상태에 맞게 커스터마이징하는 화장품 등이 그러한 예.



향수를 제조한 장소, 날짜와 받는 사람을 그 자리에서 라벨링해 향수에 붙여주는 서비스를 제공한다. 르 라보.



**비스포크 크림 스킨** 보습, 탄력, 미백 등 피부 고민에 따라 즉석에서 제조해주는 크림 스킨. 라네즈 명동 쇼룸에서 만나볼 수 있다. 라네즈.



**커스텀 도즈** 브랜드와 제휴한 피부과를 방문하면, 128가지의 피부 데이터를 이용한 알고리즘으로 피부 상태를 진단한 뒤 그 자리에서 바로 세럼을 제조해준다. 스킨스키티츠.

## Skin Barrier

평소 피부 트러블을 경험한 적이 없는 이들까지 마스크로 인한 자극과 트러블을 호소하고 있다. '마스크네(Mask+Acne)'라는 신조어가 등장했을 정도. 올해 스킨케어 키워드는 '진정'이 될 전망이다. 티트리, 시카 등 피부 진정에 효과적인 성분을 담은 제품에 대한 수요가 증가하고, 피부 면역력과 장벽에 대한 관심도 높아지고 있다. 무너진 피부 밸런스를 되찾아주는 마이크로바이옴, 피부 장벽 강화에 도움을 주는 세라마이드 등도 뷰티 마켓이 다시 주목하고 있는 성분이다.



백년초 & 우질두 수분 진정 크림  
백년초 선인장 추출물과 우질두  
성분이 풍부한 수분을 전달하고,  
세라마이드가 피부 장벽을  
견고하게 가꿔준다. 연작.

시크릿 에센스 싸이트-펌™이  
피부 장벽을 강화하고 강력한  
항산화 효과를 선사한다. 숨37.



블루 카모마일 페이스  
하이드레이팅 마스크 블루  
카모마일, 비사보롤이 풍부하고  
자극받은 피부를 가라앉히고,  
판테놀이 손상된 피부를  
회복시키는 마스크 팩. 이습.

콤부차 트리트먼트 토너  
프리바이오틱 이눌린 성분이 피부  
장벽을 강화하고 유·수분 밸런스를  
맞춰주는 트리트먼트 토너. 프레쉬.



에프터글로우 립밤  
#돌체비타 코코넛 야자 오일,  
석류나무꽃 추출물이  
입술을 촉촉하게 가꿔주고  
생기를 더해주는  
틴티드 립밤. 나스.



바이레도 메이크업 라인 주관적인 아름다움을 추구하는  
컨셉트로 메이크업 아티스트 이사마야 프렌치  
Isamaya Ffrench와 함께 문칭한 메이크업 컬렉션.  
남녀를 구분 짓지 않는 젠더리스  
아이템으로 구성된다. 바이레도.



## Genderless

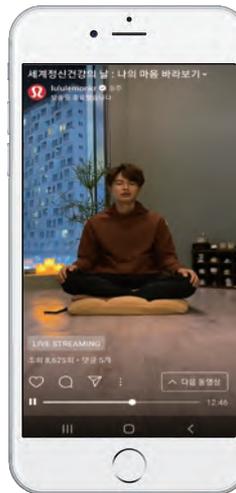
성별에 얽매지 않는 '젠더리스'가 뷰티 소비 시장에 하나의 패러다임으로 자리 잡았다. 성별의 경계를 허무는 향수는 물론 여성의 전유물로 여겨지던 메이크업 아이템도 젠더리스 컨셉트로 속속 출시되고 있다. 화장품 광고 속에 남자 모델이 등장하는 것이 더 이상 이상한 일이 아니다. 바이레도에서 선보이는 성별과 사용법에 제약을 두지 않는 자유로운 컨셉트의 젠더리스 메이크업 라인, 남자와 여자 모두 사용할 수 있는 젠더리스 향수와 틴티드 립밤 등도 이러한 소비 트렌드를 잘 보여주는 예시다.



메모아 뉘 오더 로만 캐머마일, 머스크,  
샌들우드가 어우러져 감각적인 향을  
완성한다. 성별, 시대를 한층 짓지 않는 구찌  
최초의 젠더리스 향수. 구찌.

## Human Touch

언택트 형태로 이루어지는 업무와 인간관계, 취미 생활 등으로 많은 사람이 단절을 경험하게 되었다. 사회적 거리두기는 유지하는 언택트 방식을 취하면서도 소통은 강화한 온라인 요가 커뮤니티, 명상, 1인 스파 등이 각광받고 있다. 디지털이 어느 때보다 일상에 깊이 자리 잡았고 이로 인한 공감적 소통, 스킨십 등이 절실해진 것. 한 예로 심리 치료사, 제품 개발자, 소울 테라피스트의 합작으로 완성된 러쉬의 '시네스티지아'는 신체 피로 해소뿐만 아니라 심신 안정에도 도움을 주는 명상식 스파 프로그램으로 최근 인기를 누리고 있다. 스포츠웨어 브랜드 룰루레몬에서는 오프라인에서 이뤄지던 요가 프로그램 '커뮤니티 클래스'를 인스타그램 라이브 스트리밍 서비스로 대체해 진행하고 있다.



시네스티지아 트리트먼트 전 고객의 심리를 반영한  
감정 중 하나를 선택하고, 그 단어에 따라  
오일과 트리트먼트 동작을 달리 적용하는  
마사지 프로그램. 오감을 깨우고  
내면의 치유를 이끌어내는  
러쉬 시그너처 마사지. 러쉬.



온라인 커뮤니티 클래스 화상회의 플랫폼 '줌Zoom'을 통해  
요가, 필라테스, 킨스태칭 운동 등을  
코치의 주도 아래 비대면으로 진행한다. 룰루레몬.

참고 서적 <트렌드 코리아 2020> (미래의 창) | 제품 협조 구찌(080-850-0708), 나스(6905-3747), 닥터자르트(1544-5453), 덴프스(1566-5203), 디올(080-342-9500), 라네즈(080-023-5454), 라프레리(511-6626), 랑콤(080-001-9500), 러쉬(1644-2357), 룰루레몬(6203-0199), 르 라보(3440-2591), 바이레도(3479-1688), 베네피트(080-001-2363), 생활정원(080-023-7007), 샹테카이(517-0902), 셸리턴(1688-1026), 스킨수티컬즈(080-346-0080), 실큰(080-246-1234), 아모레퍼시픽(080-023-5454), 에스티 로더(6971-3212), 연작(1644-4490), 오호라(1566-0554), 이습(1800-1987), 입생로랑 뷰티(080-347-0089), 조르지오 아르마니(080-022-3332), 큐브미(080-023-5454), 탬버린즈(1644-1246), 프레쉬 (080-822-9500), LG 프라엘(1544-7777)

# EASY VEGAN

자신의 건강과 지구를 위해 채식을 선택한 이들을 위한 파티 테이블을 준비했다.  
시판하는 제품으로 간편하게 만들어본 4코스로 이뤄진 비건 요리 레시피다.

글 권아름 기자 | 사진 김은주(OFFG studio) | 스타일리스트 홍서우 엄지예(스튜디오 페퍼)



## 버섯 브루스케타

달걀노른자 대신 국내산 약콩  
과 백태를 베이스 삼아 만든

'잇츠베러'마요'는 스프레드로 사용하기 좋다. 우유와 달걀을 사용하지 않은 바삭한 식빵 '미주라 토스트'에 잇츠베러마요를 바르고 볶은 버섯만 얹으면 브루스케타가 완성된다. 잇츠베러에서는 기본 맛뿐만 아니라 스페인산 치폴레 칠리를 넣은 '치폴레마요', 청양고추를 넣은 '청양간장마요' 등도 출시해, 입맛에 맞춰 고르면 된다.

## 튀긴 두부를 얹은 오리엔탈 비빔 누들

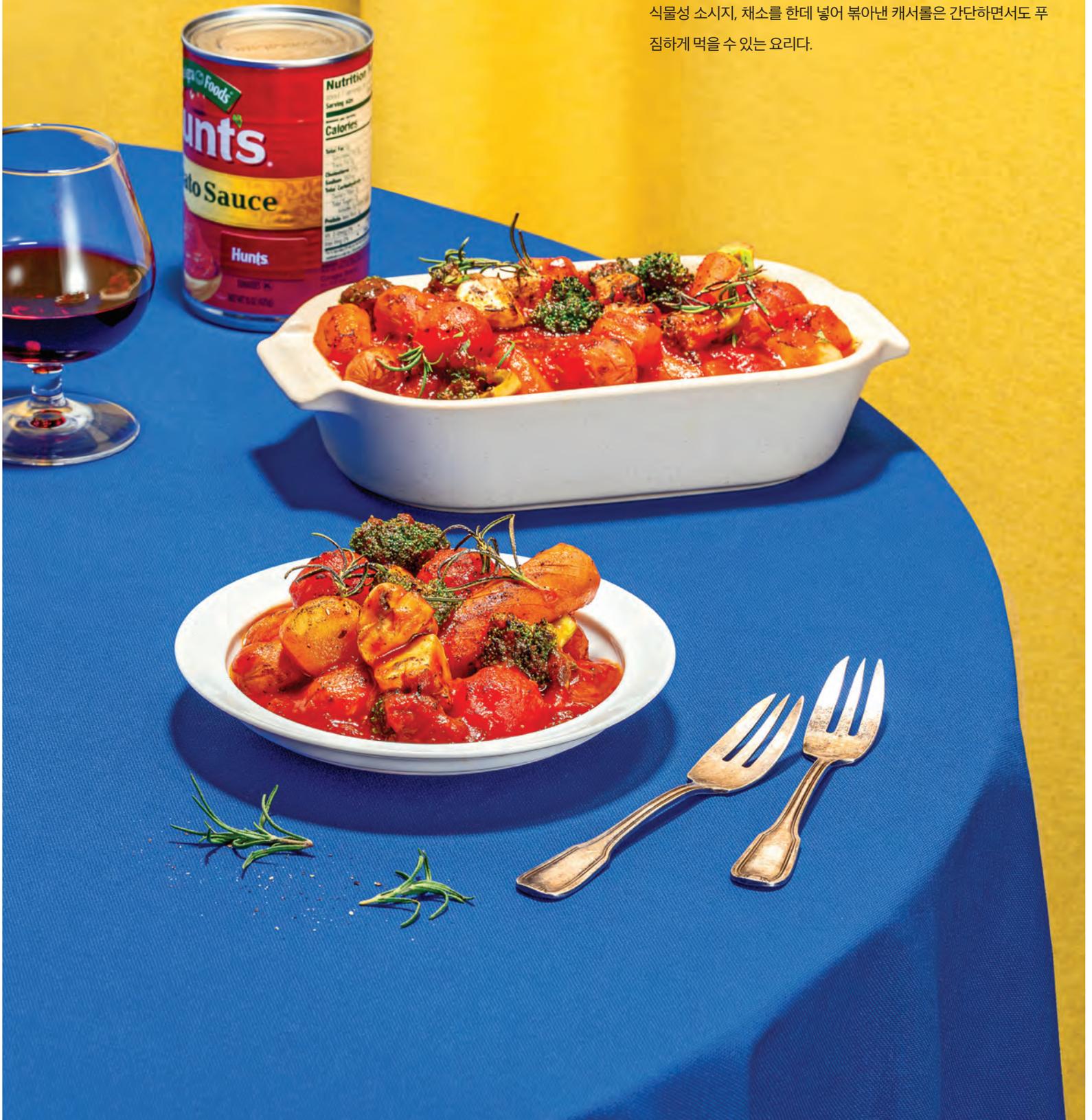
다이어트와 건강 때문에 두부  
면을 찾는 이들에게 또 다른  
선택지가 있다. 푸드테크 스타트업 '베네핏츠'의 식물성 단백질 면인 '단백질 제면소 식단면'이다. 밀가루 대신 콩을 주재료로 만들어 탄수화물 걱정 없이 면 요리를 먹을 수 있다. 소스가 함께 포함된 간편 조리 식품 외에 면만 들어 있는 제품도 나와 취향에 맞게 조리를 할 수 있다. 튀긴 두부와 각종 채소, 간장 소스를 곁들여 오리엔탈 비빔 누들을 만들었다.



## 비건 소시지 캐서롤

콩을 사용한 대체 육이 점점  
진화하고 있다. 현재 국내 판

매 중인 대표적인 대체 육 브랜드는 미국에서 온 '비온드미트'와 한국  
에서 20년 동안 식물성 단백질 제품을 만들어온 '베지푸드'다. 두 브  
랜드 모두 소시지, 햄버거 패티 등 가공육 제품을 만드는데, 비온드미  
트 제품은 강한 향신료가 들어 있어 그대로 구워 먹으면 좋고, 베지푸  
드 제품은 염분이 적게 들어 요리에 활용하기에 좋다. 토마토소스와  
식물성 소시지, 채소를 한데 넣어 볶아낸 캐서롤은 간단하면서도 푸  
집하게 먹을 수 있는 요리다.





### 아보카도 초콜릿 케이크와 아이스크림

강남구 신사동 가로수길에 자리한 베이커리 '더닐크팩토리'는 직접 만든 아몬드 우유와 버터 등을 사용해 케이크를 만든다. 우유를 사용하지 않아 채식이 하는 이들은 물론, 유당 불내증이 심한 이들도 걱정 없이 케이크를 먹을 수 있다. 이곳의 '아보카도 초콜릿 케이크' 위에 비건 아이스크림 한 스푼을 올렸다. 식물성 유제품으로 만든 나무루 '캐슈바닐라 비건'과 '코코넛파인애플 비건'은 편의점에서도 쉽게 찾을 수 있다.

# 채식 초심자를 위한 음식과 책

온라인 슈퍼마켓에서 구입 가능한 비건 음식과  
입문자가 읽어야 할 시간 도서를 모았다.

동물성 재료인 젤라틴을 사용하지 않은  
젤리 '젤러스 스위트'. 설탕 대신  
천연 감미료인 말티톨을 사용해 건강 때문에  
당 조절하는 이들도 부담 없이 먹을 수 있다.  
이팅더즈매터(711-9275)



덴마크의 비건 식품 전문 브랜드  
나투리에서 만든 비건용 버터  
'유기농 비건 스프레드'.  
코코넛 오일과 아몬드 버터가  
들어와 고소하고도 향긋하다.  
주식회사 대송(2157-5835)



우유를 대체할 수 있는 귀리 음료 '오트리'.  
설탕을 사용하지 않고 식이성 섬유가  
풍부하게 들어가 유지방을 먹지 않는  
다이어터를 위한 훌륭한 대체품이다.  
스칸디프라자(852-8700)

필리핀 민다나오섬에서 자연  
농법으로만 농사를 짓는 농가와 협력해  
만드는 스낵 '잘 구운 코코넛 칩 스위트'.  
오븐에 구워 만들어 트랜스 지방과  
콜레스테롤 걱정 없이 즐길 수 있다.  
히든테이스트(070-4006-1415)



미국의 대표적인 대체 육 브랜드 비욘드미트에서 나온  
햄버거 패티 '비욘드버거'. 공에서 추출한 단백질은  
주원료로 삼아 쇠고기의 맛과 향을 구현했다. 동원F&B(080-589-3223)



작가가 채식주의를 시작하면서 실제 경험하고  
고민한 일을 카툰으로 담은 <나의 비거니즘 만화>는  
비거니즘을 실천하는 방법에 대해  
이해하기 쉽게 설명해준다.  
푸른숲(031-955-1400)



'98%, 99% 채식을 하고 있다면 비건이라고  
말할 수 있을까? 벨기에 출신 비건 운동가  
토바이어스 리나르트가 쓴 <비건 세상 만들기>는  
이 질문에서 시작한 비거니즘 안내서다.  
엄격한 규칙보다 실천의 중요성에 대해 이야기한다.  
두루미출판사(@doormoomeebooks)

코코넛 오일로 치즈를 만드는 브랜드 '굿플래닛'의  
'아메리칸 슬라이스'는 유당 불내증이나 콩,  
견과류 알레르기가 있는 사람도 먹을 수 있다.  
이팅더즈매터(711-9275)





고기 대신 콩으로 만든 채소 국물과 장으로 밑국물을 낸라면 '자연은 맛있다 정면', 구운 버섯, 마늘, 양파 등 11가지 채소와 튀기지 않은 건면을 사용해 개운한 맛이 특징이다. 풀무원(080-022-0086)



버터와 우유 대신 대두 분말로 반죽해 오븐에 구운 '초코시나몬 크래커'. 두유와 함께 한 봉지를 먹으면 달걀 2개만큼의 단백질을 섭취할 수 있어 식사 대용으로 좋다. 잇츠베러(080-003-0129)



콩으로 만든 소시지 '베지프랑크'는 향신료나 소금을 많이 넣지 않아 부대찌개, 파스타 등에 활용하기 좋다. 베지푸드(031-591-4181)

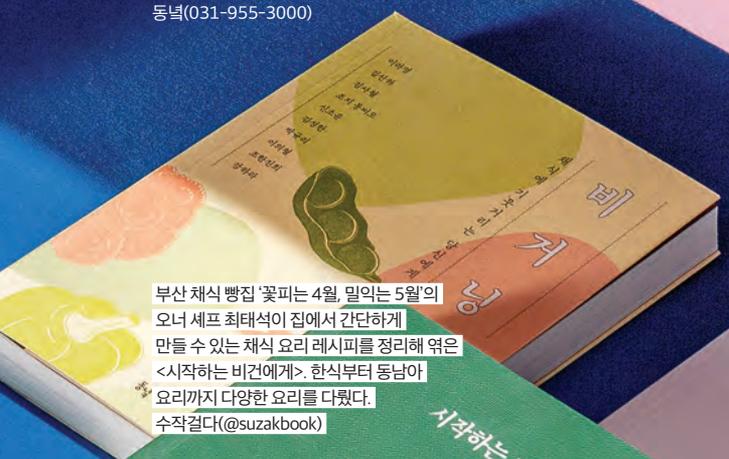


달걀 대신 국내산 약콩으로 만든 '잇츠베러마요'. 스페인산 고추를 넣은 '치플레마요', 청양고추를 넣은 '청양간장마요' 등도 함께 나온다. 잇츠베러(080-003-0129)

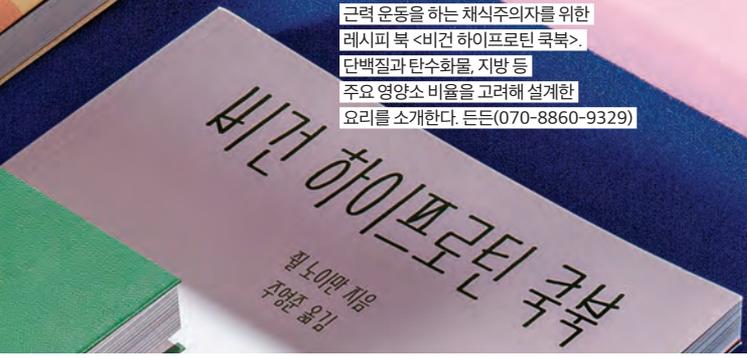


식물성 단백질로 만든 면을 개발하는 푸드테크 스타트업 베네핏츠의 '단백질제면소 식단면'. 코코넛 껍데기 같은 천연 자연물을 혼합한 패키지에 담아 플라스틱 사용량과 이산화탄소 배출량까지 줄였다. 베네핏츠(548-3030)

10명의 필자가 자신의 채식주의 경험을 담은 책 <비거닝>은 어떤 태도로 비거니즘을 실천해야 하는지에 대해 말한다. 동녘(031-955-3000)



부산 채식 빵집 '꽃피는' 4월 일익는 5월의 오너 셰프 최태석이 집에서 간단하게 만들 수 있는 채식 요리 레시피를 정리해 엮은 <시작하는 비건에게>. 한식부터 동남아 요리까지 다양한 요리를 다뤘다. 수작결다(@suzakbook)



근력 운동을 하는 채식주의자를 위한 레시피 북 <비건 하이프로틴 쿡북>. 단백질과 탄수화물, 지방 등 주요 영양소 비율을 고려해 설계한 요리를 소개한다. 든든(070-8860-9329)

# ‘공간’도 서비스가 되나요?

리빙 업계의 판도가 변하고 있다. ‘내 공간이야말로 곧 나의 정체성’이라 믿는 밀레니얼 세대들이 그 변화를 이끈 주역들이다. 거주장스러운 것을 싫어하고 합리적이면서도 감성과 취향을 담은 브랜드를 선호하는 이들을 위해 탄생한 신개념 주거 & 리빙 서비스를 소개한다.

글 박지혜(게스트 에디터)



“하이엔드 스타일링 서비스만 볼 수 있는 디자인과 시공법을 평균 예산 안에서 구현할 방법을 고민하며 적용하고 있습니다. 예산이 충분하지 않더라도 ‘그 가격에 이런 결과물이 나올 수 있구나’라고 느낄 수 있게 만드는 것이 저희의 강점이지요.” \_윤소연 대표



## 3040에게 최적화된 라이프스타일 플랫폼 아파트멘터리 ‘키친 파이프’

아파트멘터리는 집을 꾸미는 것으로 본인의 존재를 확인하고 행복감을 느끼는 3040 세대를 타깃으로 탄생한 인테리어 서비스 브랜드다. 윤소연 대표가 직접 집을 고치며 부딪쳐온 경험이 창업의 계기가 된 만큼, 3040 세대가 집을 고칠 때 발생하는 문제를 해결하고, 그들의 니즈를 정확하게 반영한 것이 특징이다. 우선 서비스의 대상을 가장 일반적인 주거 형태인 아파트로 한정했고, 공간의 이미지를 만드는 중요한 요소 ‘도배’, ‘바닥’, ‘인테리어 필름’, ‘조명’, ‘타일’을 5개 시공 분야로 구성해 모듈화된 리모델링 서비스를 선보인다.

이들이 올해 새롭게 선보이는 리모델링 서비스는 집에서 가장 결정적 역할을 하는 키친 단품 시공 서비스 ‘키친 파이프’다. 이들이 말하는 키친 파이프의 장점은 ‘감각적인 유리피인 브랜드의 SNS 계정에서나 볼 법한 아름다운 키친을 제공한다’는 점, 아름답고 실용적인 신소재를 개발해 선보인다는 점, 친환경적이고 안전성 면에서 최우수 등급을 받은 소재와 하드웨어로 소비자를 만족시킨다는 점이다. 또한 담당 매니저 한 명을 각 현장에 배치하고, 1년간 무상 A/S도 실시해 시공 과정에서 겪는 스트레스와 소통의 문제를 최소화한 점도 3040 세대 고객들에게 지지를 받고 있다.

© apartmentary

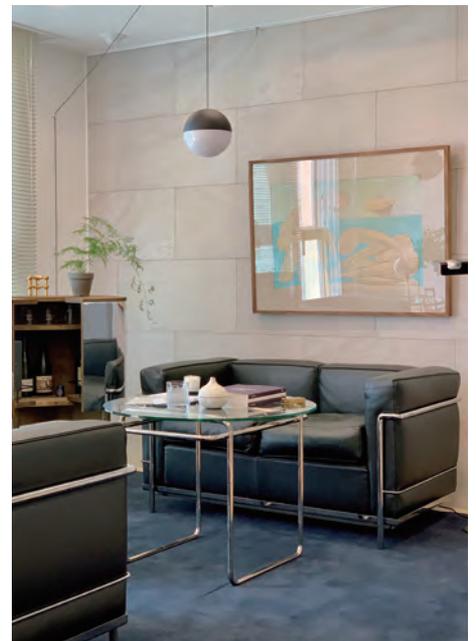
“기본적으로 공간의 감도를 결정하는데 가구가 가장 큰 역할을 한다고 생각합니다. 또 디자인 가구들은 그 가치가 쉽게 떨어지지 않고 지속성이 있죠. 그러다 보니 가구 선택이 선행되면 최소한의 인테리어로 높은 효과를 낼 수 있습니다.” \_박래원 대표

## 엄선한 가구를 통한 홈 스타일링 서비스 Vblk ‘비스포크 홈 스타일링 서비스’

‘집을 꾸밀 때 왜 예산의 대부분을 인테리어에 사용하고 남은 예산으로 가구 선택을 고민할까?’ 이런 의문이 보블릭의 비스포크 홈 스타일링 서비스가 탄생한 이유다. ‘아름다운 것이 유용한 것이다’라는 말을 슬로건으로 내우는 만큼, 이들의 서비스는 고객 스스로 취향에 맞는 가구를 선정하는 것에서부터 시작된다. 서비스의 과정을 요약하자면 다음과 같다. 스타일링 보드를 통해 의뢰인의 취향을 파악하고, 고객이 가구와 조명 등을 선택하면, 그

와 어울리는 커튼과 러그, 소품과 그림 등을 전문가가 제안하며, 이를 설치하고 배치하면서 최종 스타일을 완성하는 것. 디자인 가구 수입 유통망을 기반으로 제품을 단품으로도 판매하고 있는 만큼, 해외의 오리지널 디자인 가구를 합리적인 가격에 구매할 수 있다는 것이 최대의 장점이다.

© vblk\_vorblick





“고객들이 집을 보러 오면 단순히 깔끔한

지아닌지만 살피는 게 아니라, 가구 배치부터 각 공간의 활용 등까지 상상하며 집을 둘러봅니다. 아직 웹사이트에 매물이 많지 않지만 자신에게 맞는 집이 나오기를 기다리는 분들이 많습니다.” \_전명희 대표

소위 ‘집 장수’가 만든 천편일률적인 원룸, 똑같은 모양의 브랜드 아파트. 우리나라 주거의 최대 단점은 주거 공간을 선택하는 폭이 극히 제한되어 있다는 점이다. 건축을 전공한 전명희 대표는 바로 이런 점에 착안해 ‘별집’이라는 신개념 큐레이팅 부동산 중개 서비스를 시작했다. 건축설계사무소 취업 외에 다른 진로를 고민하던 중, 일본에서 건축가가 지은 특색 있는 오래된 집을 다양한 카테고리로 나눠 소개하는 ‘도쿄 R 부동산’에 대해 알게 됐고, 이런 정서적 부동산 중개 서비스를 한국에도 적용해 보고자 한 것. 차별점은 우선 건축가가 설계해 지은 좋은 집을 별집의 관점에서 선별하고, 의뢰인의 라이프스타일에 맞는 집을 소개하는 큐레이션 서비스를 진행한다는 점이다. 매물을 선보일 때도 기본 사양이나 전문적인 업계 용어보다는 ‘이 집에 살면 어떤 경험이 가능한지’에 초점을 맞춰 마치 잡지에서 소개 하듯 간단한 소개 글을 작성해서 제공하고 있다. 굳이 건축가와 함께 집을 짓지 않고도 그에 상응하는 아름다운 내 공간을 찾고 있다면, 별집의 문을 과감히 두드려보는 것도 좋겠다. 홈페이지(byulzip.com)에 전명희 대표가 직접 찍은 사진과 함께 현재 중개 가능한 매물이 소개되어 있다.

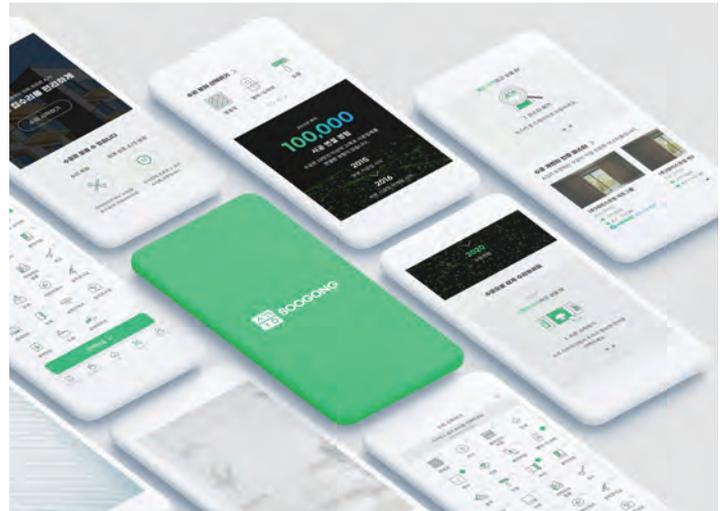
byulzip

## 취향을 쌓아가는 그림 정기 구독 Pinzle



“저 스스로가 공간과 일상을 개선할 큰 텐츠로서 미술이 필요했고, 그림 정기 구독 서비스를 구상하게 되었습니다. 고객 대부분이 그림을 사보지 않은 초심자인데 다양한 작품을 경험하면서 서서히 취향이 생기게 된다는 것이 큰 장점 이죠.” \_진준화 대표

핀즐은 집 꾸미기에 막 관심을 갖기 시작한 2030 세대를 타겟으로 그림 정기구독 서비스를 제공하는 업체다. 핀즐의 주력 상품은 ‘그림 정기 구독 서비스’다. 월 1만4800원을 내면 매월 하나의 대형 아트 포스터를 정기 배송해주는데, 작품마다 간단한 소개를 담은 ‘에디터스 레터’를 함께 동봉해 작가와 작품에 대한 이해도를 높인다. ‘12 리미티드 에디션’ 상품도 선보인다. 온라인 플랫폼을 통해 발굴한 해외 아티스트들과 계약을 맺어 그들의 디지털 판화 작품을 단 12점만 한정 판매하며, 사이즈에 따라 10~20만 원대로 구성된다. 제공하는 작품 사이즈에 맞게 다양한 전면 개폐형 액자를 선보이며, 작가들의 비주얼을 활용한 다양한 굿즈 역시 인기리에 판매하고 있다. @pinzle\_official



## 부분 인테리어 시공 플랫폼 Soogong



“집수리 정보가 없는 고객들은 견적 비교와 A/S 보장에 매우 만족합니다. 노후화된 주거 환경은 계속 늘고, 국가 주도의 전문 기술자 양성도 계속되기 때문에 시장의 수요, 공급은 꾸준히 증가할 것으로 보입니다.” \_안경국 대표

누구나 일상 속에서 당면하는 집수리 문제를 하나의 플랫폼에서 맞춤 선택하게 하고, 그 분야의 전문가를 중개해주는 것이 바로 ‘수공’ 서비스의 핵심이다. 기존 시장에서 가장 문제가 된 것이 정보 비대칭에 따른 업자와 고객의 불신이라는 점에 착안해, 소비자가 원하는 견적과 분야 그리고 그동안 누적이된 후기를 알고리즘에 반영해 최적의 업체를 추천하는 것이 가장 큰 특징이다. 홈페이지에 접속해 빠른 상담을 요청하면, 실리콘 시공, 블라인드 설치, 몰딩, 누수 탐지 등 세세하게 나뉜 시공 분야를 선택할 수 있고, 원하는 날짜에 따라 최대 5개 업체로부터 견적을 받고 시공을 결정할 수 있다. 시공 전문가들로서는 마케팅에 들어야 하는 노력을 생략할 수 있고, 시공받는 입장에서는 정보를 투명하게 공개받게 되며, A/S까지 보장받을 수 있어서 만족도가 높다.

soogong\_official

# 떠나자, 무민밸리로

지난해 11월 13일부터 성수동에서 핀란드의 대표 캐릭터 '무민'에 관한 전시가 열리고 있다. 1년 동안 이어질 이 전시는 하마를 닮은 동그란 몸에 선한 눈망울을 지닌 무민이 전 세계인에게 75년 넘게 사랑받는 이유를 알 수 있는 자리다.

글 권아름 기자 | 사진 제공 그라운드 시소(1522-1796), 무민 국내 에이전트 SMC(www.moomin.co.kr), 핀란드관광청(www.visitfinland.com), 작가정신(jakka.co.kr)

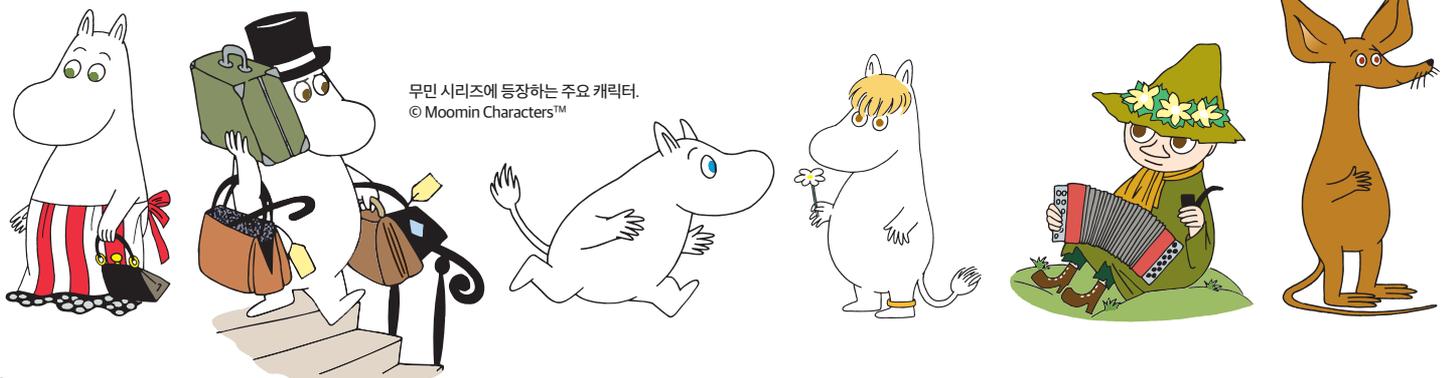


“무민이라면 누구나, 특히 젊고 재능 있는 무민으로 언젠가 한번은 겪어야만 하는 경이롭고도 험난한 경험을 배울 생각이라면 모두 내 경험, 내 용기, 내 지능, 내 미덕을 (그리고 내 어려움까지도) 깊이 생각하라.” 핀란드 작가 토베 안손Tove Jansson이 1950년에 발표한 소설 <무민 아빠의 모험>을 다시 써 1968년에 발표한 장편소설 <무민 파파의 회고록>에 나오는 문구다. ‘무민’ 대신 ‘사람’, ‘젊은이’로 대체해 읽어도 무관한 이 문장은 우리가 살아가야 할 방식을 말하기도 한다. 1945년 출간한 소설 <작은 무민 가족과 큰 홍수>로 시작한 핀란드 대표 캐릭터 ‘무민Moomin’은 이처럼 단순하지만 삶의 지침으로 삼을 만한 태도를 보여주어 전 세계인의 사랑을 받고 있다. 지난 11월, 캐릭터 탄생 75주년을 맞아 서울에서도 이를 기념한 전시가 열렸다. 성수동의 갤러리 그라운드 시소에서 개관전으로 연 <무민 오리지널: 무민 75주년 특

## 전시 <무민 오리지널> 무민밸리로 가는 첫걸음

별 원화전>이다. 2020년 11월 13일부터 2021년 11월 14일까지 1년 동안 진행되는 전시에서는 총 9권의 소설과 6권의 연재만화, 4권의 그림책, 5종류의 TV 시리즈 애니메이션, 6편의 극장용 애니메이션 등 다양한 방식으로 만든 무민의 세계를 전시로 풀어냈다. 관람객이 보다 쉽게 몰입할 수 있도록 평면적인 작품에 디지털 기술과 영상, 음향 등을 더해 생동감 있게 전달한 것이 특징이다. 여기에 작가의 작업 노트와 원화를 함께 전시해 캐릭터 탄생기도 엿볼 수 있다.

전시는 무민 세계를 구성하는 등장인물을 소개하는 것으로 시작한다. 북유럽 민담에 등장하는 트롤Troll을 캐릭터화한 무민과 그의 가족인 무민파파, 무민마마, 그의 여자 친구 스노크메이든, 절친인 스너프킨, 무민 하우스에 함께 사는 미이 등 주요 캐릭터가 겪는 에피소드가 한 편씩 소개된다. 민담 속에서 트롤이 깊은 숲속에 사는

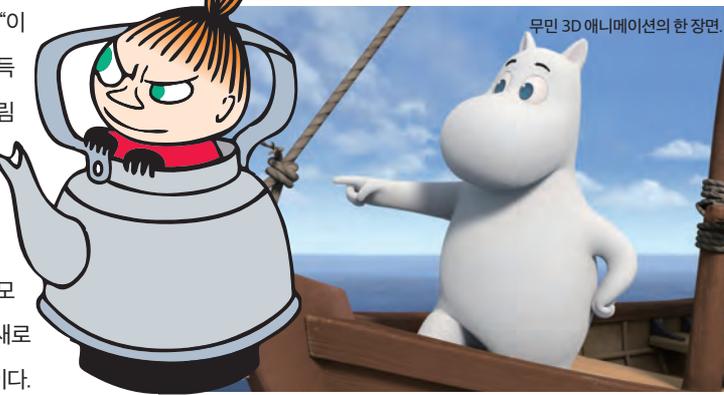
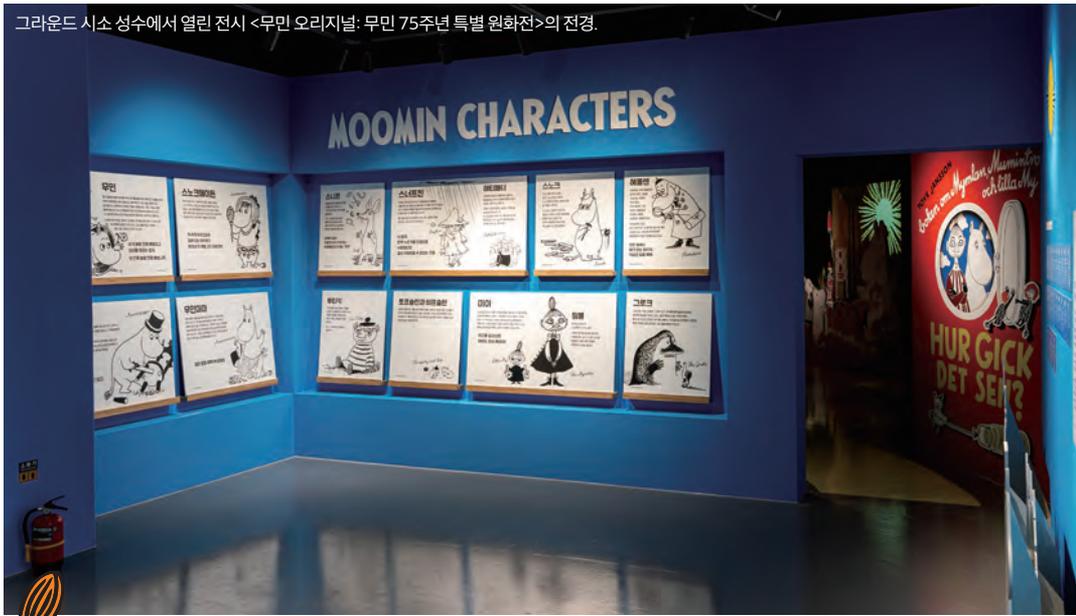


무민 시리즈에 등장하는 주요 캐릭터.  
© Moomin Characters™

것처럼 무민 가족과 그의 친구들도 북유럽의 숲을 담은 '무민밸리Moominvalley'에서 살아가는데, 그곳에는 갑자기 혜성이 떨어져 지구 멸망을 앞두고 되거나 앞을 볼 수 없을 정도로 눈보라가 몰아치는 등의 사건이 펼쳐진다. 눈앞에 펼쳐진 시련 앞에서 주인공들은 좌절하기보다 주변인들과 하루하루를 성실하게 살아가며 어려움을 이겨내는데, 이는 제2차 세계대전을 겪은 작가의 삶이 반영된 것이다.

전시 하이라이트는 소설 <무민의 겨울>을 애니메이션으로 구현한 공간이다. 모두가 겨울잠을 자는 때에 홀로 깨어나 생애 첫 겨울을 맞은 무민의 이야기를 공간 전면에 설치한 스크린을 통해 영상으로 보여주어, 관람객이 무민의 마음을 느끼게 한다. 무민 시리즈 중 가장 어둡다는 평을 듣지만, 포기하지 않고 헤쳐나가는 무민을 보며 희망을 배우게 된다. "이번 전시를 함께하며 무민의 모험 가득한 이야기와 윌트 넘치는 따뜻한 그림을 즐기다 보면 삶을 즐기고 사랑하라는 토베 안손의 작은 격려를 느낄 수 있을 겁니다." 이번 전시를 기획한 미디어엔아트 지성욱 대표의 말처럼 모두가 힘들었던 지난해를 뒤로하고 새로운 날을 맞이하는 데 도움이 될 것이다.

그라운드 시소 성수에서 열린 전시 <무민 오리지널: 무민 75주년 특별 원화전>의 전경.



무민 3D 애니메이션의 한 장면.

© Moomin Characters™

"누구나 변화가 필요해요. 우리는 서로 너무 익숙하고 늘 똑같잖아요. 그렇지 않아요, 여보?"



무민 클래식 토베 안손은 작가로 데뷔한 지 7년 만인 1952년부터 그림책을 썼다. <그다음에 무슨 일이 있었을까요?>, <누가 토풀을 달래줄까요?>, <위험한 여행> 등이다. 이후 1980년 세트를 제작해 촬영한 사진을 엮은 <무민 가족의 집에 온 악당>이 클래식 시리즈의 마지막 권이다.

### 책 시리즈 토베 안손이 쓴 무민 스토리



연작소설 무민 세계의 기틀을 다진 건 소설이다. 펜으로 그린 삽화와 함께 1945년 스웨덴어로 처음 발간한 <작은 무민 가족과 큰 홍수>부터 <혜성이 다가온다>, <마법사가 잃어버린 모자>, <무민파파의 회고록>, <위험한 여름> 등 총 9권을 26년에 걸쳐 썼다.



코믹스 1954년부터 런던 <이브닝 뉴스>에 연재한 무민 만화를 엮은 시리즈로 국내에는 6권으로 나왔다. 신문에 연재되었기에 소설과 그림책에서 볼 수 없는 윌트 있는 무민을 만날 수 있다. 흑백으로 그렸으며, 사회 풍자적인 이야기를 다뤄 현실과 한층 맞닿아 있다.

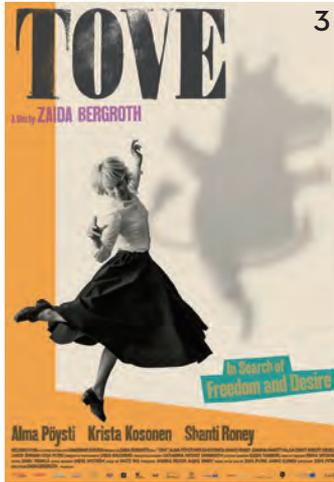
## 토베 안손 무민 세계의 창조자

“제2차 세계대전이 한창이던 1939년 겨울이었습니다. 그림을 그린다든 게 아무 쓸모없는 일로 느껴졌고, 일이 손에 잡히지 않았습니다. 이런 상황에서 갑자기 ‘옛날 옛적’으로 시작하는 글을 쓰고 싶어진 건 당연한 일인지도 모릅니다.” 핀란드를 대표하는 작가 토베 안손은 무민을 처음 세상에 소개한 첫 소설 <작은 무민 가족과 큰 홍수>의 서문에 이 책을 쓰기 시작한 이유를 이렇게 말했다. 제1차 세계대전과 제2차 세계대전 그리고 핀란드 내전을 겪은 작가는 개인이 어찌할 수 없는 시대적 상황에서 도망가고자 무민 세계를 창조했다. 소설을 쓰기 전부터 자신의 그림에 서명으로 사용하던 트롤, 무민을 작가 자신과 동일시해 자신의 유년 시절을 담아낸 것이다. 특히 이야기의 주요 배경인 무민밸리는 어릴 적 가족과 함께 여름을 보낸 스톡홀름 다도해에 있는 친척집과 핀란드만 다도해에 있는 섬 공동체 펠링크Pellinki 등에서 영감을 받아 탄생한 것이다. 그는 섬을 ‘자유’의 상징’으로 보았는데, 자유는 작가가 어린 시절부터 2001년 눈을 감을 때까지 인생에서 가장 중요한 가치로 여겼던 것이다.

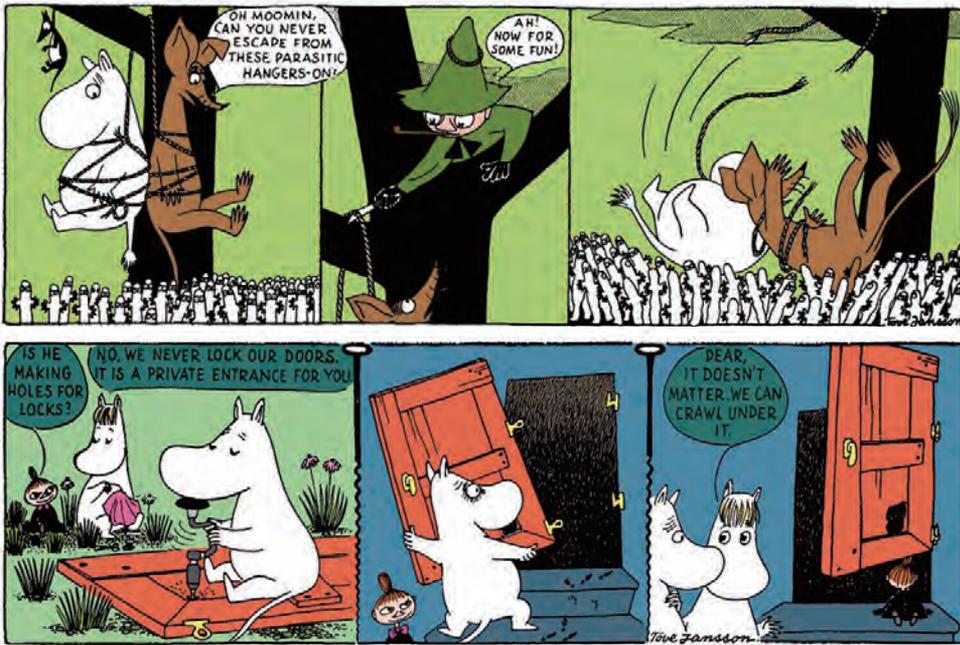
토베 안손은 무민 시리즈를 쓰는 일 외에도 화가, 무대 디자이너, 극작가, 시인 등 직업에 경계를 두지 않고 다양한 분야에서 활동했는데 국내에도 그가 쓴 소설 <여름의 책>과 <두 손 가벼운 여행>이 번역, 출간되었다. 환상적인 무민 세계와 달리, 여성으로서의 삶, 인생을 살아가며 맺는 인연에 대한 생각을 담았다. 작가의 생애와 인간적인 면모를 알 수 있는 평전과 영화를 소개한다.

<토베 안손 창작과 삶에 대한 욕망> 스케치, 삽화, 회화, 벽화 등 다방면으로 작업한 토베 안손의 대표작 70점과 함께 핀란드, 스웨덴, 영국 등에서 활동하는 기자, 문학가, 교수들이 작가의 생애 대해 썼다. 국내에는 잘 알려지지 않은 사회 풍자적인 삽화와 예술성이 돋보이는 회화 작품이 담겼다.

<TOVE> 핀란드 영화감독 자이다 베르그로트 Zaida Bergroth가 2020년에 제작한 영화 <토베>. 토베 안손의 예술에 영향을 끼친 연인들과 일화를 담아, 작가 인생의 좌표였던 ‘일과 사랑’에 대한 이야기를 풀어냈다.



1 '자유'를 최고의 가치로 여긴 작가 토베 안손 2 무민 시리즈를 탄생시킨 토베 안손의 작업실.  
3, 5 2020년에 개봉한 영화 <토베>의 포스터와 스틸컷.  
'일과 사랑'을 인생에서 가장 중요한 것이라 생각한 작가의 삶을 보여준 작품이다. 4 출판사 작가정신에서 나온 책 <토베 안손 창작과 삶에 대한 욕망>에는 작가의 작품 70점이 소개되었다. 6 자신을 무민과 동일시했던 작가가 그린 펜화.



## 무민의 고향 핀란드



무민 월드 무민의 집에 놀러 가고, 무민파파가 젊은 시절 모험을 위해 만든 배를 타보는 경험을 이곳에서 할 수 있다. 핀란드의 휴양 도시 난탈리Naantali에 자리한 '무민 월드'다. 도시의 크고 작은 섬 중 카일로 Kailo섬에 위치한 테마파크 인데 소설과 그림책을 기반으로 조성한 무민밸리가 눈앞에 그대로 펼쳐진다. 계절에 따라 오픈 시간이 달라지며, 한겨울에는 운영을 하지 않으니 홈페이지 확인 후 방문해야 한다. [muumimaailma.fi](http://muumimaailma.fi)



무민 뮤지엄 무민 원화를 전 세계에서 가장 많이 소유하고 있는 박물관이다. 헬싱키에서 열차로 1시간 30분 거리에 자리한 도시 탐페레Tampere의 '무민 뮤지엄'에는 약 2000점의 원화와 캐릭터 피겨 등을 만날 수 있다. 비록 작가와 연고가 없는 도시지만 상설전과 아카이브, 작품을 기반으로 한 기획 전시 등을 알차게 준비해 무민을 좋아한다면 방문할 가치가 있다. [www.muumimuseo.fi](http://www.muumimuseo.fi)



펠린키 토베 안손에게 섬은 자유를 상징하는 장소였다. 그녀는 마지막 여생을 함께한 파트너 툴리키 피에틸레와 다도해 섬 공동체인 펠린키의 작은 섬 클로브하루 Klovharu에 여름 별장을 만들어두고 서른 번 넘는 여름을 보냈다. 여전히 섬에는 작가가 시간을 보냈던 붉은 오두막이 남아 있다. 가장 가까운 내륙 지역인 포르보Porvoo에서 택시처럼 운행하는 개인 배로 갈 수 있다.



헬싱키 아트 뮤지엄 작가 토베 안손은 평생 회화 작품을 그리는 데 열정을 가지고 있었다. 헬싱키 아트 뮤지엄(HAM)은 이런 작가의 면모를 보여줄 수 있는 전시를 2019년 11월 23일부터 2022년 12월 31일까지 연다. 뮤지엄에서 소장하고 있던 토베 안손의 회화와 수채화, 벽화 등을 공개한다. 작가의 형제자매들도 사진가와 미술가로 활동해, 그들과 협업한 작품도 볼 수 있다. [hamhelsinki.fi](http://hamhelsinki.fi)

## 무민을 소장하는 법 굿즈



1950년 핀란드 브랜드 '아라비아와 토베 안손이 협업한 것으로, 현재는 '이탈라'에서 무민 캐릭터를 담은 컬렉션을 선보인다. 이탈라([iittala.co.kr](http://iittala.co.kr))



핀란드 디자이너 에어로 아르니오 Eero Aarnio의 디자인 스튜디오 '멜라자Melaja'에서 만든 조명. 숲에서 무리지어 사는 생명체 '해티패티' 모양을 본떠 만들었다. 멜라자([melaja.fi](http://melaja.fi))



새하얀 배경에 알록달록한 색을 입은 무민 캐릭터를 담은 코렐의 '무민 프렌즈 컬렉션'. 한식에 어울리는 그릇으로 구성해 활용도가 높다. 코렐([corellebrands.co.kr](http://corellebrands.co.kr))



헬싱키에 있는 수제 시계 공방 'S.U.F 헬싱키'에서는 지난해 무민 탄생 75주년을 기념해 시계를 만들었다. 소설 <위험한 여름>에서 영감을 받은 디자인으로 다이얼에 여름날 갈대밭에 앉아 있는 무민이 새겨져 있다. S.U.F 헬싱키([suffhelsinki.com](http://suffhelsinki.com))

# 새해 첫날 드라이브

새로운 한 해의 시작을 준비하며 드라이브를 떠나는 것은 어떨까.  
자동차 브랜드 홍보 담당자 7인이 새해 첫날 떠나기 좋은 7곳의 드라이브 코스를 추천한다.

글 이영채 기자



“새로운 시대를 여는 포르쉐 최초의 전기 스포츠카 ‘타이칸’과 새해 첫날을 맞이한다면 더 의미 있을 것 같다. 드라이브 코스는 충청북도 괴산군과 경상북도 문경시의 경계를 이루는 이화령을 추천한다. 높이 550m에 이르는 구간을 올라가면 백두대간 능선을 멋지게 조망할 수 있어 새해, 새로운 다짐을 하기도 제격이다. 이화령에 오르는 구간은 구불구불한 도로와 가파른 언덕으로 이루어져 타이칸의 와인딩 주행 성능을 확인하기에도 안성맞춤이다.” \_ 포르쉐코리아 주현영 팀장

“피톤치드로 힐링하고 싶다면 BMW ‘523d’로 제주도 1131번 산록도로와 1112번 비자림로를 달려보길 권한다. 1131번 산록도로에 들어서 한라산의 웅장한 풍경 속으로 내달리다 보면 양옆에 아름다운 숲 터널이 펼쳐진다. 계속 달리다 보면 하늘을 향해 뻗어 있는 삼나무가 장관을 연출하는 1112번 비자림로로 이어진다. 마일드 하이브리드 기술을 탑재해 최상의 주행 성능과 친환경성을 자랑하는 523d와 덩그러니 자연 한가운데에 놓인 기분은 휴식과 여유, 그 자체다.” \_ BMW 코리아 정재윤 매니저

“마세라티는 ‘바다의 신’ 포세이돈의 삼지창에서 유래한 트라이던트 엠블럼이 상징인 만큼 바닷가를 끼고 주행하는 특별한 맛이 있다. ‘기블리 SQ4’의 오케스트라 같은 배기음을 뿜으며 달리기에는 부산 이기대 해안산책로(수변공원)가 제격이다. 용호동부터 오륙도 SK 뷰 아파트까지 이어진 코스는 산과 바다를 동시에 감상하며 여유로움을 느낄 수 있는 환상의 드라이브 코스다.” \_ 마세라티 송진우 팀장





“<미쉐린 그린 가이드>에서도 극찬했던 한국의 길, 35번 국도의 안동~봉화 구간을 추천한다. 목가적인 풍경과 굽이굽이 뺨은 도로, 계절에 따라 다르게 어우러지는 산세가 마치 한 폭의 그림과도 같은 풍경을 그려내는 곳이다. 폭스바겐의 대표 사륜구동 기술인 4모션 테크놀로지를 통해 탁월한 코너링을 제공하는 ‘티구안 4모션’과 함께한다면 더할 나위 없는 드라이빙을 즐길 수 있다.” \_ 폭스바겐코리아 이원선 팀장



“아무도 경험해보지 못한 다사다난했던 한 해가 저물고, 새해가 밝았다. 답답한 일상 속 새로운 출발을 위해 수많은 절경을 품고 있는 섬, 제주도의 신창 풍차해안도로를 볼보 ‘XC90 T8 INS’와 함께 달리며 희망찬 2021년을 기원해보는 건 어떨까. 바위스 & 월킨스 프리미엄 오디오 시스템을 통해 경쾌한 음악을 듣는다면 드라이빙의 즐거움이 배가될 것이다.” \_ 볼보자동차코리아 남윤지 매니저



“강원도 남해항에서 경포해변에 걸친 약 27km 정도의 진리해변길은 굴곡이 큰 험한 지형은 아니어서 도심 운전에서 익숙한 사람도 편하게 즐길 수 있다. 새벽에 출발해 해변가 근처에 차를 세우고 일출과 함께 새해 다짐을 한 후 해변가를 따라 주행하기에 그만이다. ‘뉴 MINI 컨트리맨’에 장착된 넓은 선루프를 통해 확 트인 바다를 즐길 수 있으니 코로나로 답답했던 마음도 뽕뽕될 것이다.” \_ MINI 코리아 김정현 매니저



“북한강을 오른쪽으로 끼고 신청평대교부터 캠프통 아일랜드까지 달리는 호반로는 서울에서 멀지 않지만, 도심에서 자연으로 풍경이 전환되어 상쾌한 기분을 만끽하기에 제격이다. 어떤 지형이나 날씨에서도 최적의 구동력, 뛰어난 핸들링과 안정감을 느낄 수 있는 ‘아우디 e-트론’으로 달린다면 호반로의



와인딩 코스에서는 속도를 높이고 짜릿함을 즐기기보다 경관을 즐기며 느긋하게 주행하기를 권한다. 특히 오른쪽으로 탁 트인 강은 언제 보아도 마음이 상쾌해진다.” \_ 아우디 코리아 정유진 매니저



팬더의 스팟을 추상적으로 재해석한 '에미스Hemis' 네크리스. 중앙에 세팅한 71.80캐럿의 쿠션 컷 쿼자이트가 시선을 사로잡는다.

68.05캐럿의 카보숭컷 매트릭스 오팔이 신비로운 분위기를 전하는 '마루가Maruga' 네크리스.

투르말린 버넬라이트와 사파이어, 다이아몬드가 어우러진 '마루가Maruga' 이어링.

독특한 실루엣의 '주니페르Junifer' 네크리스. 23.76캐럿의 쿠션 컷 루벨라이트가 강렬한 인상을 전한다.

루벨라이트와 스피넬, 다이아몬드의 조화가 고혹적인 '주니페르Junifer' 링.

레드 스피넬과 화이트 다이아몬드의 선명한 대비가 돋보이는 '갈라Galala' 이어링.

플레티넘 위에 다양한 컷의 다이아몬드를 세팅하고 1.48캐럿의 쿠션 컷 사파이어로 포인트를 준 '블루 사라방드Blue Sarabande' 브로치.

# Cartier

## ‘쉬르]나뉘렐’ 하이 주얼리 컬렉션

지난 7월 파리에서 선보인 까르띠에의 최신 하이 주얼리 컬렉션 ‘쉬르]나뉘렐 [SUR]Naturel’이 올해 1월 한국에 상륙한다. 이번 컬렉션은 물과 식물, 동물 등에서 영감을 받아 자연의 원초적 에너지를 추상적 형태로 표현한 것이 특징. 다이아몬드와 에메랄드, 사파이어, 오팔, 쿼자이트 등 진귀한 최상급 원석을 아낌없이 사용해 풍성한 색감과 입체적 매력을 강조하고 신비로운 기운을 불어넣었다.

가장 주목할 만한 제품은 ‘에미스’ 네크리스다. 까르띠에를 상징하는 팬더의 스팟을 다채로운 보석으로 재해석했다. 한국에서 최초로 공개하는 신제품도 있다. 루벨라이트의 매혹적인 색감이 돋보이는 ‘주니페르’ 네크리스와 링, 사파이어로 포인트를 준 ‘블루 사라방드’ 브로치 등이 그것. 까르띠에의 창조적 여정과 섬세한 노하우를 곧 눈앞에서 확인할 수 있다.

글 윤정은 기자 | 자료 제공 까르띠에(1566-7277)



# LUXURY

‘럭셔리’는 물질을 앞서는 정신의 풍요라는, 궁극적으로 추구해야 하는 삶의 가치를 일컫는 단어입니다. <럭셔리>는 명품의 진정한 의미와 예술이 주는 감동을 통해 여러분의 품격을 올려드리는 잡지입니다.

Since 2001, Monthly <LUXURY> has captivated an ultra-affluent market with authoritative coverage of luxury lifestyle. <LUXURY> brings to life the flair and artistry of the brands that matter most to a sophisticated readership.



Urban Eco Luxury Experience  
파라스파라의 감동은 계속됩니다.



PARASPARA  
*Seoul*

[www.paraspara.co.kr](http://www.paraspara.co.kr)

TIME, A HERMÈS OBJECT.



Publicis Et Nous



Arceau L'heure de la lune  
Time flies to the moon