

CHARACTER TABLE CLOCK의 DESIGN 차별화에 관한 연구

김진모

서울기능대학 산업디자인과

Keywords / Character, Clock, Difference

1. 연구배경

현 국내 CHARACTER TABLE CLOCK 시장에는 중소기업 및 대기업이 공존하고 있으며 유통시장은 일반 시계시장과 판촉, FENCY시장으로 크게 구분하며, 각 메이커들은 음성합성 기능의 CHARACTER TABLE CLOCK 시장의 점유율을 증대하기 위하여 출혈경쟁을 하고 있는 실정이며, 부가가치 창출에는 많은 문제점을 내재하고 있다.

이러한 상황속에서 CHARACTER TABLE CLOCK DESIGN은 단순한 의인화나 DESIGN 표현소재의 부족등으로 인하여 일회성 CHARACTER TABLE CLOCK를 제품화하여 출시하고 있는 실정이다. 또한 DESIGN의 차별화를 이루지 못한 결과로 외산 수입품의 시장 점유율은 높여주고 있는 실정이며 국내 영세 업체 및 중소기업의 경영악화를 초래 하고 있다.

전술한 내용과 같이 열악한 환경속에서도 CHARACTER TABLE CLOCK의 구매력은 급격히 증가하고 있는 실정이다. 이러한 배경에서 DESIGN 차별화를 강화하여 경쟁력을 향상시키는 방향을 찾는데 연구의 의의를 두고자 한다.

2. 연구목적 및 범위

제품 주체의 CHARACTER의 성격을 띤 TABLE CLOCK을 중심으로한 CHARACTER DESIGN에서 소비자의 욕구 변화에 따른 CHARACTER 개념 변화를 인식하며 이에 따른 시장활성화를 위한 차별화를 모색한다. 그리고 TABLE CLOCK의 유형분류는 기능측면 및 DESIGN측면과 제품특성에 따라 매우 다양하게 구분 되나 본 연구에서는 자명기능의 CHARACTER TABLE CLOCK에 많이 사용되는 음성합성, 음성 메시지, 벨 멜로디등의 기능을 중심으로 CHARACTER DESIGN과 유기적인 결합 관계를 DESIGN중심으로 이해하고, CHARACTER CLOCK중에서도 CHARACTER의 표현소재 및 촉각, 청각등의 지각이 요구되는 요소를 중심으로 하여, TABLE CLOCK중에서도 제품을 주제로한 CHARACTER DESIGN의 차별화 및 경쟁력 향상을 위한 개선 방향을 찾는데 연구목적 및 범위를 설정하였다.

3. CHARACTER TABLE CLOCK의 개념

첫째 ; CHARACTER 적용 및 해석에는 여러 의견이 있으나 본연구에서는 제품 주체의 CHARACTER는 마스코트의 성격이 강하나 유사관련 상품의 연계사용 및 자사의 광고. 판촉에 사용하는등 사용범위가 확대되고 있으므로 CHARACTER CLOCK이라 부르고자 한다.

둘째 ; CHARACTER TABLE CLOCK을 일반적으로 어린이용으로 생각하기 쉬우나, 이는 CHARACTER의 본질을 잘못 인식하고 있는 것이다. 그러므로 시장침투 및 시장확보는 다양한 각도에서 CHARACTER를 이해할 필요가 있다.

소비자의 연령과 성별 및 취향등에 맞는 적절한 표현소재를 찾을경우 현재의 어린이 및 학생 위주의 제품보다 폭넓은 소비층을 확보할수 있으므로 성인용 CHARACTER DESIGN에도 무게를 두어야 한다.

이러한 측면에서 CHARACTER TABLE CLOCK의 개념을 현재보다 다양하고 광의적인 측면으로 해석 할 필요가 있다.

전술한 내용에서와 같이 포괄적인 개념을 설정하고, 시계 시장의 전반적인 현황 및 문제점을 이해하고 차별화 방향을 다음 장에서 찾고자 한다.

4. CHARACTER TABLE CLOCK의 시장현황

첫째 ; CLOCK 제조업체 중에서도 선두 메이커에 의하여 주도적으로 개발되고 있으며 영세 업체들은 년 2~3 MODEL 정도를 생산 판매하고 있는 실정이다.

둘째 ; CHARACTER 개발은 제품주체의 단순한 마스코트의 범주에 머물며 일회성 DESIGN의 범주를 벗어나지 못하고 있고, 장기적인 계획에 의한 기업 IMAGE를 강화 할 수 있는 CHARACTER개발은 경험부족 및 시장의 불확실성을 원인으로 일회성 단일제품 CHARACTER DESIGN으로 영역이 축소된 상태로 있다. 이러한 이유로 시장 세분화나 이에 상응하는 마케팅 전략 및 전술을 원활히 추진할수 없는 상태이다. 또한 유명 캐릭터 사용시 많은 사용료 지불이 업체의 부담을 주고 있다.

셋째 ; 이러한 원인으로 인하여 유사 복제상품과 히트상품을 모방한 제품들이 저가로 판매하는 덩핑판매가 이루어지고 있으며, 단단계 판매로 인한 마진 확보에 문제점이 발생하여 기업의 경영을 더욱 악화시키고 있다. 또한 단위 제품당 부가가치 확보에 어려움이 따르므로 장기적인 개발계획을 수립하여 추진하는데 어려움이 있다.

이상과 같이 전반적인 현황을 간략히 서술하고 이러한 환경속에서 CHARACTER TABLE CLOCK의 활성화를 위한 방향을 설정키 위하여 다음장에서 문제점을 추출코자 한다.

5. CHARACTER TABLE CLOCK DESIGN의 문제점

현재 상품주체의 CHARACTER TABLE CLOCK DESIGN에서 단편적 개발방향 설정 및 일회성을 문제로 들수 있으며 이를 몇가지 항목으로 분류하자면 다음과 같다.

1) CHARACTER DESIGN표현 소재의 획일화

학생 및 어린이 위주의 소재로 한정된 CHARACTER는 구매층을 한정짓는 결과를 나타내고 있으며 시장을 포화상태로 유도하고 있다. 그리고 동물위주의 의인화 작업을 통한 CHARACTER개발을 하므로 인하여 소비자 구매욕구의 다양성에 적절이 대응치못하고 구매층을 한정짓는 결과를 초래하고 있으며 기능성에서도 음성 합성기능이나 구동기능으로 개발 범주를 국한시키는 문제점을 가지고 있다.

2) CHARACTER DESIGN일회성

CHARACTER를 단일제품의 꾸밈에 그치고 있으며 모티브를 단순한 의인화 소재로 인식하고 CHARACTER의 폭넓은 성격 및 시장잠재력을 인지하지 못하여 소비자에게 어린이용이나 학생용정도의 이미지를 전달하여 강한 이미지를 부각시키지 못하고 있다.

3) CHARACTER DESIGN의 위축

CHARACTER의 법적보호는 과거보다는 많이 양호해진 편이나 출원에 의해서만 권리가 보호 되므로 제품주체의 CHARACTER는 시장성의 불확실함과 등록출원의 경비 및 법적 효력 발생시간의 지연등으로 이를 기피하고 이에 따라 시장성이 좋은 제품의 복제가 이루어지고 있는 실정이다.

전술한 내용에서와 같이 차별화를 통한 시장경쟁력 시도에는 환경적 요인과 DESIGN CHARACTER를 이해하는 인식이 부족함에 문제점이 돌출되고 다음장에서는 이러한 문제를 개선하기 위한 방향을 제시하고자 한다.

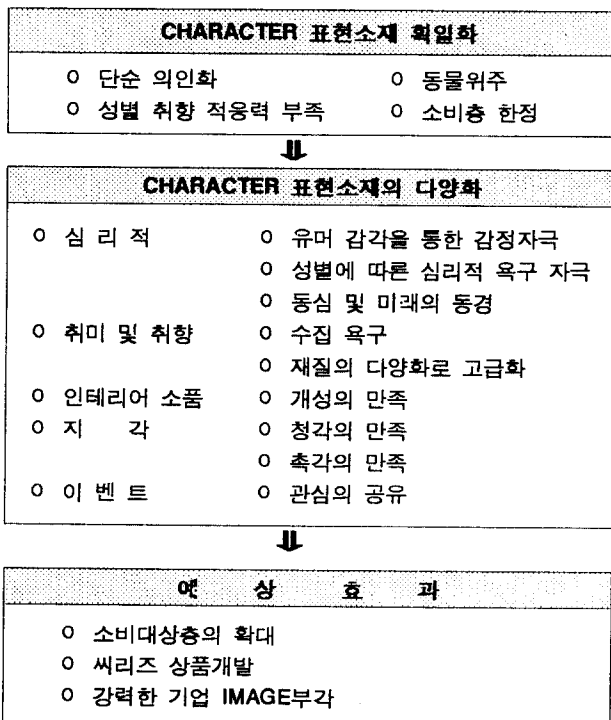
6. 제품의 주체로서의 CHARACTER DESIGN의 차별화 방안

CHARACTER와 TABLE CLOCK의 DESIGN적 결합을 보다 유기적으로 하여 불확실한 시장에 대응하고 경공업 제품의 LIFE CYCLE이 짧은 점을 고려한 양산일정 단축및 생산성 향상을 고려하여야 한다. 그리고 전술한 내용에서 중요한 개선점을 유출하여 아래와 같이 차별화 및 활성화 방안을 제시하고자 한다.

1) CHARACTER 표현 소재의 다양성

CHARACTER 표현 소재를 현재보다는 다양한 영역에서 얻어야 하며, 보다 적극적인 소비자의 욕구에 접근하여야한다. 표현소재의 다양화는 폭넓은 연령층, 성별, 취향등에 따른 구매층을 확대할 수 있으며, DESIGN의 접근 방법도 합리적으로 추진되어야 한다. 특히 성인 대상의 CHARACTER개발은 수집욕뿐만아니라 정서적 안정 및 유머감각을 통한 자극으로 생활의 활력을 얻을수 있는 제품으로 제품이상의 효과를 얻으므로 기업 IMAGE증대에 큰 역할을 할 수 있으리라 사료된다. CHARACTER 표현 소재의 다양성의 요구와 TABLE CLOCK 관계를 하기의 표 1) 과 같이 이해하고자 한다.

표 1)



2) CHARACTER의 유기적 활용

제품 주체의 CHARACTER DESIGN은 일회성 DESIGN으로 흐르기 쉬운 경향이 있으나, 이를 유기적으로 활용할수 있는 가능성에 가치를 둔 의식 전환이 요구되며, 제품주체의 CHARACTER이더라도 사용영역의 확대를 계획적으로 유도하여야 한다. 이러한 유기적 활용의 확대를 다음 표 2)와 같이 이해하고자 한다.

표 2)

유 기 적 활 용	
○ 유사관련 제품과 CHARACTER 공동 사용	
- 문구류 : FANCY	
- 완구류 : 구체적 CHARACTER IMAGE 전달	
- 인테리어 소품등	
○ CHARACTER를 인테리어 소품의 영역으로 확대	
○ 이벤트 활용	
○ 다제품 동시적용을 함 → 대기업의 경우	
○ 기업간의 제휴를 통한 광고 및 판촉	

3) CHARACTER DESIGN의 활성화

CHARACTER TABLE CLOCK의 활성화를 유도하기 위하여는 전술한 내용 이외에도 환경적 요인의 개선이 절대적으로 필요하다.

환경적 요인의 해결을 위하여는 첫째 ; 영세기업간의 제휴를 통한 공동 CHARACTER DESIGN 및 유사관련 기업과 유사 제품에 공동의 CHARACTER를 적용하고 상품의 영역을 확대하여 캐릭터의 이미지를 폭넓고 강하게 소비자에게 인식시켜야 한다. 둘째 ; CHARACTER CLOCK의 복제를 최대한 방지하여 부가가치를 유지할수 있는 역할을 시계 조합등에서 개공하고, 법적보호를 받을수 있는 조치를 제휴업체 공동으로 실행 하여야 한다. 셋째 ; 유사관련 제품과의 CHARACTER 공동개발을 적극추진하여 단일 제품 주체의 CHARACTER에 다제품 주체의 CHARACTER로 활용될수 있도록 DESIGN되어야 한다.

이상과 같이 활성화 및 차별화 방향을 설정하고 이중에서도 캐릭터 표현 소재의 다양화와 차별화를 통한 시장성 확대 및 소비자의 다양한 구매 욕구 만족에 대응하는 CHARACTER DESIGN이 최우선으로 요구된다.

7. 결 론

캐릭터의 사용이 우리생활의 많은 영역에서 확대됨에 따라 캐릭터 DESIGN이 활성화되고 있으나, 제품을 주체로한 CHARACTER DESIGN의 활성화가 미진하다. 그러므로 소비자 인지도를 극대화 시킬수 있는, 제품을 주체로한 CHARACTER TABLE CLOCK의 DESIGN을 통하여 시장에서 활성화 및 경쟁력을 확보 할 수 있도록 해야한다. 또한 DESIGN표현 소재의 다양화를 통하여 차별화를 유도하고 다양한 계층의 구매욕구를 충족하여야 한다. 끝으로 영세성 탈피를 위하여 기업간의 DESIGN개발 제휴및 유사관련 기업과 제휴가 절실히 요구되며, CHARACTER DESIGN의 세부적 문제점 해결은 차후 과제로 두고져 한다.