

발표구분 : 포스터, 연락처 : 031-290-0285(e-mai : jmc6807@korea.kr)

향토상품 디자인 현황 및 개선방안 연구

A study on current situations and improvable methods of local products design

정명철* · 안옥선 · 강방훈 · 이은미

농촌진흥청 국립농업과학원

Jeong, Myeong Cheol* · Ahn, Ok Sun · Kang, Bang Hun · Lee, Eun Mi

National Academy of Agricultural Science, RDA

디자인의 패러다임이 바뀌면서 그 개념과 범주가 달라지고 있다. 기존의 'Made in'에서 'Designed in'으로 상품의 가치판단 기준이 전환되고 디자인의 영역이 상품기획, 개발, 제조, 마케팅, 서비스 등 경영 전반으로 확대되고 있는 것이다. 이와 더불어 감성소비의 확산으로 인해 산업 전반에 디자인을 통한 경쟁력 향상이 요구되고 있다. 이제 소비자는 상품이 아니라 그 상품을 이용함으로써 얻게 되는 '좋은 경험'에 투자하고 있으며, 가격, 기능, 품질 등 전통적 가치보다 디자인, 브랜드 등 소프트 요소가 경쟁요인으로 부상하고 있다.

따라서 향토상품의 경쟁력을 강화하기 위해서는 디자인 개선이 적극적으로 검토되어야 한다. 감성적 요소를 접목한 네이밍, BI 개발 등 향토상품의 아이덴티티를 정립하고 디자인 정체성을 확보해야 할 것이다. 또한 디자인의 고급화와 감성적 접근을 통한 향토상품의 가치를 제고하기 위해 지역 고유의 전통지식과 예술이 접목된 감성 디자인 개념을 도입해야 할 것이다.

본 연구에서는 농산물(농산가공품), 특산물(특산품), 전통식품, 향토음식, 전통주, 민속음료, 민속공예품을 비롯해, 지역마케팅을 위해 개발된 축제, 관광마을, 전시·관람시설 등의 향토상품을 대상으로 하여 브랜드디자인, 제품디자인, 포장디자인, 유통디자인으로 나누어 디자인 개발 현황을 조사하였다. 이 과정에서 공통의 문제점으로 상품과 관련된 직접적인 네이밍 사용, 브랜드 간 차별성 부족, 국제성과 고유성 부족 등이 드러났으며, 그래픽적인 요소에서는 상품 이미지의 직접적 묘사, 복잡한 디자인, 현란한 색상 등이 문제점으로 드러났다.

이를 통해 소비자의 구매욕을 자극할 수 있는 고급스러운 감성디자인 개발과 차별화된 브랜드 아이덴티티 정립이 절실하게 필요함을 확인할 수 있었다. 이와 함께 제품 특성에 맞는 포장재 선택, 표준화 및 규격화, 소량 및 간편 포장, 정확한 정보제공, 환경친화적 포장재 사용 등이 시급하게 개선되어야 할 포장디자인 요소로 제기되었다.