

한·중·일 녹차음료 패키지 디자인 비교연구

A Comparative study of Korea, China and Japan green tea drinks packaging design

유 연, 노 황 우
한밭대학교 대학원

Liu Yan, Noh Hwang Woo
Hanbat National University

요약

본 연구는 소비자에게 패키지 디자인을 통하여 효과적인 자국이미지를 인식시키는 요인을 알아보고자 한·중·일의 녹차음료 패키지 디자인을 상위브랜드 3개를 선정하여 구조적 요소와 시각적 요소로 나누어 분석하였다. 그 결과 한국의 경우 현대적인 녹차음료의 이미지를 보여주는 것과 달리 중국과 일본의 경우 전통적인 녹차음료의 이미지를 보여주며 관용색상을 많이 사용하는 것으로 나타났다. 이러한 연구의 결과가 중국의 세계 녹차음료 시장 진출을 위한 자료로 활용 될 수 있을 것으로 기대해 본다.

I. 서론

1.1 연구의 배경 및 목적

한·중·일 삼국의 역사는 유교사상을 전통적 배경으로 발전해 왔으나 문화의 영역에서 보면 여전히 많은 차이 점이 나타나고 있다. 본 연구는 한·중·일 녹차음료 브랜드의 패키지디자인을 통해 소비자에게 가장 효과적으로 자국의 이미지를 인식시키는 요인이 무엇인지를 비교 분석함으로써, 향후 녹차음료 패키지디자인 개발시, 브랜드 차별화 관점에서 효과적인 패키지디자인 개발방안 모색을 연구 목적으로 한다.

1.2 연구의 대상 및 범위

다양한 녹차음료 브랜드 중 한국의 녹차음료 상위 브랜드 3개와 중국의 녹차음료 상위브랜드 3개와 일본의 녹차음료 상위브랜드 3개를 <표1>과 같이 선정하여 패키지 디자인의 구조적 요소와 시각적 요소로 나누어 비교분석 하였다.

표 1. 한·중·일 녹차음료 패키지 디자인

한국	보성녹차	왕의녹차	17차
			
중국	강스부녹차	차리왕녹차	통일녹차
			
일본	이토엔녹차	치린녹차	아야타카녹차
			

II. 한·중·일 녹차음료 패키지디자인 비교 분석

2.1 패키지 디자인의 개념 및 요소

패키지 디자인은 소비자에게 상품을 알리고, 구매의욕을 증가시키며, 상품을 안전하게 보호하고 운반 할 수 있는 입체 디자인[1]을 말한다. 패키지 디자인의 구조적 요소로 재료, 형태 등이며 시각적 요소는 브랜드 로고, 컬러, 서체, 일러스트레이션 및 사진, 레이아웃[2] 등이 있다.

2.2 구조적 요소 비교 분석

2.2.1 재료 및 형태 분석

한·중·일의 패키지의 재료는 플라스틱 포장재와 알루미늄 캔으로 만들어졌다. 동시에 중국은 일부 브랜드가 종이팩 소재를 사용하고 있었다. 또한 <표2>와 같이

한국과 중국의 플라스틱 포장재는 대체로 비슷한 원통 모양이었다. 일본의 플라스틱 포장재는 원통 모양과 대나무 모양이 있었다.

표 2. 한·중·일 녹차음료 패키지 재료 및 형태 분석

	재료	형태
한국	플라스틱	원통형
중국	플라스틱, 종이팩	원통형, 직육면체
일본	플라스틱	원통형, 대나무형

2.3 시각적 요소 비교 분석

2.3.1 브랜드 서체 분석

한국의 경우 클래식, 전통적인 느낌이 강조된 명조체와 현대적 세련미가 느껴지는 혼합형의 서체를 주로 사용하였으며 중국의 경우 전통적인 명조체를 응용하여 간단한 정렬로 사용하였으며 일본의 경우 손맛, 수작업을 강조한 가벼운 느낌의 캘리그래피를 주로 사용하였다.

표 3. 한·중·일 녹차음료 패키지 브랜드서체 분석

	고딕	명조	캘리그래피	혼합
한국	-	2(66.6%)		1(33.4%)
중국	-	2(66.6%)	1(33.4%)	
일본	-		1(33.4%)	2(66.6%)

2.3.2 색상 분석

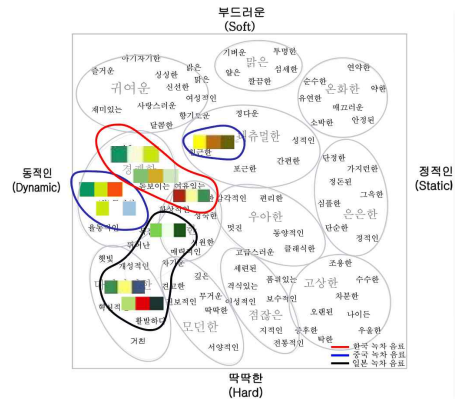
패키지 색상을 주색, 보조색, 강조색으로 나누어 <표 4>와 같이 분석한 결과 한국의 녹차음료 패키지는 그린 컬러를 메인 컬러로 활용하고 화이트와 레드 컬러를 보조하는 컬러를 사용하였다. 부드럽고 자연적인 느낌의 중성색 혹은 브랜드 이미지를 사용하는 반면, 일본의 녹차음료 패키지의 경우 공통적으로 빨강과 녹색의 강렬한 관용 색상을 사용하였다. 중국의 녹차음료 패키지는 녹색과 노란색, 파란색등의 다채로운 색상을 사용하였다.

표 4. 한·중·일 녹차음료 패키지 색채이미지 분석

한국	중국	일본
보성녹차	강스부녹차	이명위엔
왕의녹차	차리왕녹차	치링녹차
17차	통일녹차	코카콜라

<표4>의 분석을 기반으로 형용사 색상맵에 적용한 결과 <그림1>과 같이 한국 패키지의 경우 자연적이고 부드러운 색상과 젊고 새로운 경쾌한 느낌의 색상을 아우르는 등 현대적 색상을 활용한 반면, 일본 패키지의 경우 공통적으로 강렬한 녹색과 작은 부분의 다른 컬러의 조화로 일본의 딱딱한 느낌의 강한 색상을 활용하였다. 중

국 패키지의 경우 녹색 위주로 파란색과 노란색을 사용하였고 한층 더 발랄한 느낌이 강한 색상을 활용하였다.



▶▶ 그림 1. 한·중·일 녹차음료 패키지 형용사 색상맵

2.3.3 레이아웃 분석

레이아웃 분석 결과 <표5>와 같이 한국의 경우 가로형과 세로형을 공통으로 사용하여 현대적이고 정돈된 레이아웃을 활용했다. 중국의 경우 가로형과 세로형을 공통으로 사용하였으며, 반면 일본의 경우 세로형을 많이 사용하였으며 이는 한자의 표기문화를 그대로 살려 전통성을 강조한 것으로 보여진다.

표 5. 한·중·일 녹차음료 패키지 레이아웃 분석

	가로형	세로형
한국	2(66.6%)	1(33.4%)
중국	1(33.4%)	2(66.6%)
일본	-	3(100%)

Ⅲ. 결론

한·중·일의 녹차음료 패키지를 분석한 결과 삼국은 녹차음료 시장 현황이 비슷함에도 불구하고 디자인에 많은 차이점이 다음과 같이 나타났다.

첫째, 구조적요소중 형태의 경우 한국은 원통형 용기를 사용하였고 녹차 음료 자체의 이미지를 강조하였으며 중국의 경우 사면체 용기를 사용하였고 전통적인 구조요소를 바꿔 현대적이고 모던한 감각이 돋보였다. 또한 일본의 경우 대나무형 용기를 사용하여 차별화를 강조하였다.

둘째, 시각적 요소의 레이아웃의 경우 한국과 중국은 가로형과 세로형의 현대적이고 정돈된 레이아웃을 사용한 반면 일본의 경우 한자의 표기문화를 그대로 살린 세로형 레이아웃을 사용하여 전통성을 강조하였다. 이러한 차이점과 특징에 분석의 결과를 바탕으로 중국의 세계 녹차음료 시장 진출시 유용한자료로 활용될 것을 기대해 본다.

■ 참고 문헌 ■

[1] 최동신 외, 패키지디자인, 안그래픽스, 2009, p.11
 [2] 김미자, 국내 프라이빗 브랜드(pb)의 그래픽디자인 전략 : 패키지디자인을 중심으로, 한국브랜드디자인학회, Vol.9 No.1, 2011, p.102.