

국내 최초의 패키지디자인 전문회사로 출범 제품의 판매촉진에 기여하는 디자인 추구



▲ 장운호 서울디자인센터 대표

우리나라 최초로 1982년 1월에 창설된 패키지디자인 전문회사인 서울디자인센터는 해태제과 포장디자인 실장을 역임한 장운호씨가 설립하여 오늘에 이르고 있다. 패키지디자인 분야는 광고디자인 시장보다 낙후되어 당시만 하더라도 패키지디자인 전문회사라는 슬로건이 매우 불안하게 느껴졌던 시기로 주변에서도 많은 염려와 격려를 동시에 받으며 시작하였다고 한다.

그러나 일찌기 장사장은 광고보다 상품개발이 중요하며 상품개발은 곧 포장디자인의 필요성과 중요성을 절대적으로 필요로 하게 되므로 경쟁적인 시장상황에서 포장디자인의 중요성이 대두될 것이라는 확신을 가지고 주위의 만류에도 불구하고 소신껏 강행했다고 한다.

오늘에 와서는 조금도 후회없는 선택이었다고 자부하고 있는 그는 오랜 직장생활의 습성으로 사업이라기 보다는 직장의 연속이라는 신념 속에 물질추구보다는 명예를 우선하였고, 양보다는 질적으로 업무를 이끌어 신뢰를 구축하는 사업방식을 채택하고 있다.

그는 1973년 동남아 4개국과 1977년 구라파 10개국 및 미국지역의 포장산업계를 돌아보고 선진국의 제품을 공부

하는 계기를 가졌고, 1975년에는 우리나라 최초로 포장디자인 전시회(해태 포장디자인 13인전)를 개최하였으며, 1978년 5월에는 서울패키지디자인협회(현재 사단법인 한국패키지디자인협회)를 창설하여 초대회장과 2대회장을 역임하기도 했다. 직장생활과 전문회사 운영을 합하여 30여년간을 패키지디자인 분야에서만 몸담고 한길을 걷고 있는 그는 국내 패키지디자인 역사의 산증인임이 분명하다.

아직까지 우리나라에는 대학교육에 포장디자인학과가 설치되어 있지 않아 유능한 패키지디자이너 배출에 걸림돌이 되고 있지만 앞으로의 시장수요와 공급의 균형을 유지하기 위하여서도 많은 대학에 패키지디자인 학과가 설치될 것이라고 장사장은 낙관하고 있다. 선의의 경쟁과 더불어 우리나라 패키지디자이너가 국제 경쟁력을 갖기 위해서는 유능한 디자이너의 참여와 양적인 패키지디자인 전문회사가 다수 활동하여야만이 우리나라 제품이 국제경쟁력을 가질 수 있으므로 패키지디자인 전문회사가 보다 많이 설립되어 패키지디자인 업계에 활력을 불어 넣어 주어야 한다고 강조했다.

그가 현재 고문으로 일하고 있는 사단법인 한국패키지디자인협회는 현재 회원 150여명과 법인회원 50여업체로 200여명의 관계자가 활동하면서 패키지디자인의 발전을 위해 활동하고 있다. 아직 인원이나 규모면에서 협소하지만 지난 1993년 11월 APD(아시아 패키지 연맹) 주최로 서울에서 4개국(한국, 일본, 중국, 대만)이 모여 패키지디자인 전시회를 가졌고, 1994년 11월에는 중국 상해에서 상해시장이 테이프컷팅하는 정부지원하에 6개국(한국, 일본, 중국, 대만, 홍콩, 태국)의 패키지 디자인 전시회가 32명의 협회회원이 참석한 가운데 성대히 개최된바 있으며, 1995년에는 대만에서 개최될 예정이다. 이런 행사들이 열림으로써 동남아시아 인접국가와 더불어 선진외국과의 패키지디자인에 관한 국제교류가 활발하게 이루어져 수준이 향상되는 계기가 되었다.

장사장은 패키지디자인의 발전을 위해서는 무엇보다도 기업인들의 패키지디자인에 대한 인식제고와 관계 디자이너들의 책임감이 중요하다고 강조했다. 패키지디자인의 성공열쇠는 판매에서 성공하느냐 실패하느냐에 달려 있으므로 타 경쟁 제품보다 판매성장에 기여하는 디자인을 창출해야 함은 너무도 당연한 사실이다.

패키지디자인 분야는 소비자들에게 직접적으로 구매욕구를 자극시키는 효과로서 매우 상업성이 강한 분야다. 다양한 재료, 새로운 기술, 최신기계, 다양한 가공처리 등 오랜경험이 축적되지 않고는 능숙하게 업무를 처리하기가 곤란하다. 그러므로 단기적으로 쉽게 생각하여서는 안되는 분야로서 장기적인 안목과 계획 속에 패키지 디자이너로서의 적성을 가늠하여 선택하는 것이 바람직하다고 후배들에게 조언하는 말도 잊지 않는다. 또한 패키지디자이너로서의 자질은 프로근성과 최소한 5년 이상의 경험을 축적할 수 있는 장기적인 비전 속에 인내심을 가질 수 있어야 한다고 덧붙였다.

“생산자 입장에서 생산기능·구매기능·판매기능을 보완하여 주고, 소비자입장에서는 상품의 가치와 구매의욕을 강구해 주며 기업과 소비자를 이어주는 코디네이터 역할을 패키지디자이너가 감당하고 있는 것이므로 패키지디자이너들은 스스로 중요한 역할을 하고 있다는 것을 망각해서는 안될 것입니다. 또한 패키지디자인 분야는 국제 경쟁력이 더욱 강화되고 제품이 고급화될수록 소비자들에게 좋은 제품으로 보여져야 하므로 그 중요성을 강조하지 않아도 패키지디자이너의 위상은 자연히 높아질 것입니다”라는 말을 끝으로 인터뷰를 마쳤다.

충무로에 위치한 서울디자인센터는 디자인회사 답게 독특한 인테리어가 돋보인다. 아직 직원은 7명으로 많지 않지만 짜임새있게 회사운영을 하고 있으며 업계발전을 위해 활발한 활동을 하고 있는 장 사장은 적극적인 경영인의 모습을 동시에 소유하고 있다.

이선하 기자

서울디자인센터의 주요 디자인 제품들

