

소비자를 위한 포장 디자인 주력

실용성과 창조성 겸비한 디자인 선택



◀ 이하영
뷰애드 디자인 대표

하루에도 셀 수 없을 만큼 많은 제품이 쏟아져 나오고 있어 기업간의 적극적인 마케팅 활동이 행해지고 있다. 그 중 포장디자인은 제품의 질을 평가하는 요인으로 마케팅의 핵심 요소로 자리 잡았다.

특히 포장 디자인으로 하여금 상품의 가치를 더욱더 부각시킬 수 있어 소비자들의 구매 효과를 높이는데 중요한 요소로 작용하고 있다.

뷰애드 디자인은 이러한 시대 상황에 맞게 다양한 포장 디자인을 선보이며 꾸준히 노력하고 있다.

뷰애드 디자인의 이하영 사장은 중앙대학교에서 시각디자인을 전공하고 동 대학원 포장 디자

인을 전공했다.

이 사장은 졸업 후 (주)쌍용과 (주)주리아 화장품에 근무하면서 거래처의 신임을 얻게 되었으나 좀더 적극적인 포장 디자인을 선보이고자 1990년 퇴사를 하게 됐다.

그러나 그 거래처는 이 사장과 지속적인 관계를 갖길 원했고 이 사장은 튼튼한 거래처를 확보하고 뷰애드 디자인을 설립하게 됐다.

“일반 디자인은 평면적이고 입체적인 시각적인 예술이나 포장 디자인은 시각 예술에다가 외부 사항 즉 마케팅과 소비 전략이 가미되어야 합니다”라는 이 사장은 이러한 점에서 포장 디자인의 매력을 느꼈다고 한다.

소비자를 위한 디자인

포장 디자인은 소비자들에게 호감을 주어야 한다. 소비자들의 구매패턴이 변화함에 따라 셀프 서비스에 의한 상품의 판매가 확대되고 있기 때문이다. 소비자들이 경제적으로 풍요해지고 여유가 생김에 따라 소비자들은 편의성, 매력적인 디자인 등 다기능적 제품포장을 원한다.

흔히 우리들이 생각하는 디자인은 디자이너 개



▲ 뷰애드 디자인이 제작한 포장 디자인 제품들

성을 뚜렷하게 나타내 예술성을 높이는 것이나 포장 디자인은 이와 차이가 있다.

포장 디자인의 경우 디자이너의 개성을 최대한 절제하고 소비자에 초점을 맞춰 디자인해야 한다.

“포장 디자인은 소비자들에 의해 평가됩니다. 때문에 시장 조사를 통한 소비자의 요구를 파악하고 이에 맞는 디자인을 만들어 내야 합니다”라는 이 사장은 “그러기 위해서는 우선 경쟁력 있는 제품과 내실 있는 기업을 가꾸어 나가야 하며 아낌없는 투자를 해야 됩니다”라고 피력했다.

뷰애드 디자인은 오랜 경험과 전문적인 노하우를 바탕으로 생활용품에서 식품에 이르기까지 각종 포장 디자인을 선보이고 있다.

실용성과 창조성 겸비한 제품 디자인

아직은 포장 디자인에 대한 좋은 이미지보다는 불규칙한 출퇴근 시간, 좁은 사무실, 예정일보다 늦어지는 급여지급과 같이 열악한 환경을 떠올리기 쉽다. 그러나 이 사장은 직원들에게 최대한의 배려를 하고자 노력하고 있다.

설립 당시부터 지금까지 출퇴근 시간은 철저히 지키며 급여를 한번도 늦춘 적이 없다는 이 사장은 앞으로도 이러한 사안은 꼭 지켜나갈 것이라고 한다.

“근무 시간에 최선을 다한다면 굳이 그 외의 시간을 연장해 일을 하지 않아도 됩니다. 일을 할 때 열과 성의를 다해 최선을 다하고 그 외의 시간에는 직원들 각자의 여과 생활을 즐길 수 있도록



▲ 뷰애드 디자인 이하영 사장(상단 우측)과 직원들

하고자 합니다”라는 이 사장은 최선을 다해 주는 직원들에게 항상 고마움을 느낀다고 한다.

디자인 전문 회사는 5명 내외가 가장 적당하며 문어발 식보다는 자신 있는 아이템만을 고집하며 한 분야에 주력해 전문화된 디자인 업체로 운영되어야 한다. 현재 뷰애드 디자인에는 총 3명의 디자이너가 있으며 각자의 영역 안에서 창조적인 포장 디자인을 선보이고자 끊임없는 노력하고 있다.

“요즘 multy라는 말을 많이 듣습니다. 그러다 디자인 업계에서는 multy라는 말이 적용되지 않습니다.

디자인 업계에서는 한 분야라도 자기 것으로 만들어 그 분야에서는 최고의 전문가가 되고자 최선을 다할 때 고객의 욕구에 부응하는 새로운 디자인이 창출될 수 있습니다”라는 이 사장은 전

문화된 포장 디자인의 중요성을 강조했다.

이렇듯 창조적이고 전문적인 디자인을 선보이고자 주력해 온 이 사장은 고객의 요구에 맞는 다양한 디자인을 선보이며 실용성을 겸비한 제품 디자인이 행해지고 있다.

이 사장이 약 10여년간 포장 디자인 업계에 종사하면서 디자인 한 제품 중 현재 실용화돼 많은 판매량을 보이고 있는 하나로 담배 디자인을 가장 큰 수확으로 꼽았다.

1996년도 디자인 업계는 시장 현황으로나 작업 여건으로나 많은 어려움을 겪고 있었다.

그 당시 담배인삼공사는 대전에 자리잡고 있었고 인터넷이 보편화 돼 있지 않아 디자인 시안을 들고 몇 번이나 대전을 오가며 완성된 것이 바로 지금의 하나로 담배 포장 디자인이다.

하나로 담배 포장은 Brand Symbol Design에 역점을 두어 '하나로' 어휘가 내재하고 있는 홀 어지지 않고 하나로 모아지는 의미를 동아줄이 꼬인 모습으로 표현한 것이다. 동아줄의 약화를 통해 사각형태를 마른모꼴로 정립하는 Brand logo와 함께 Sysbol을 제작한 것이다.

"1996년 한국담배인삼공사는 디자인 업체 3곳을 지명한 후 이 중 제일 좋은 디자인 한 점을 선정해 사용하고자 했습니다. 약 6개월간 디자인 연구에 주력한 결과 뷰애드 디자인이 선정되어 그 때의 디자인이 지금까지도 사용되고 있습니다"라며 자부심을 나타냈다.

특히 이 사장은 한국적인 전통 문양에 남다른 애착이 느껴진다고 한다. 이에 '한국웅기' 포장 디자인에 전통 문양을 적용시켜 선보인 것이 98년 우수산업디자인전 GD마크와 98년 KPDA 생활용품 부분 팩스타상을 수상하는 결실을 보기도 했다.

"웅기는 한국을 방문하는 외국인에게 관광상품으로 인기가 좋으며 일본, 그 외 미주지역에 수출하는 토산품입니다. 이에 수출제품 위주로 컨셉을 설정해 일본과 미주지역의 동양계를 타겟으로 Brand 및 Color를 디자인해 원형이 주는 동양적 분위기, 한자권을 염두에 둔 한문자 로고 및 웅기의 거친 이미지와 색상을 Brand Symbol로 도입했고 포장의 전체 색상을 한지로 마감처리했습니다"라고 설명했다.

99문화관광부주최 관광기념품 공모전 문화재 보호재단 이사장상을 수상한 '옥천한주' 포장 디자인은 술잎을 띄워 술을 빛은 '소나무' 증류수의 이미지인 '이슬'과 '폭포'를 컨셉으로 설정, 이조

민화의 분위기를 현대감각으로 표현한 것이다.

이 외 96년 로제 시세리아 화장품의 포장 디자인과 97년 post pack 포장 디자인, 99년 국기 세트 포장 디자인 제품이 우수산업디자인전 GD마크를 획득한 바 있다.

신뢰받는 포장 디자인으로

이 사장은 현재 한국패키지디자인협회 감사로 있으며 세명대학교 디자인학부 포장디자인 담당 겸임교수로 활약하고 있다.

이 사장이 학생들에게 '소비자를 위한 디자인'을 강조해 오고 있다. "포장 디자인은 여느 디자인과는 달리 실무감각이 가장 중요합니다. 이는 제품의 판매량에 의해 자신의 작품을 평가받기 때문입니다"라는 이 사장은 그러나 아직은 포장의 중요성에 대한 인식이 적어 전공하려는 학생이 많지 않은 것이 안타깝다고 한다.

이 사장은 이러한 문제가 해결되기 위해서는 국내 포장 디자인에 대한 인식이 전환되어야 하며 업계에서는 모방이 아닌 새로운 디자인을 선보임으로써 신뢰받는 분야로 성장해야 한다고 강조했다. 또한 정부는 포장 디자인 업계가 활성화될 수 있도록 제도적인 뒷받침을 마련해야 한다고 덧붙였다. 앞으로 이 사장은 국내 포장 디자인이 세계에 진출 수 있을 만큼 최선의 노력을 해 나갈 것이라고 한다.

고객의 요구에 부응한 새로운 디자인을 창조해 내고자 노력하는 이 사장과 디자이너의 일심단결을 통해 뷰애드 '디자인이 국내 뿐 아니라 세계적인 기업으로 거듭나길 기대해 본다. ☎

권해진 기자