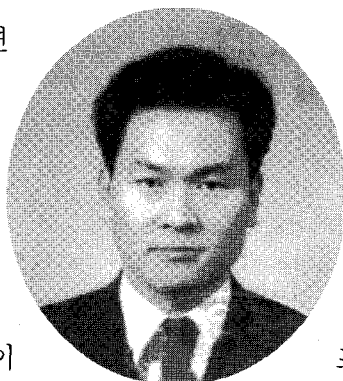


## 남성화장품 레드칼라 도입, 편리성 강조한 디자인 승부 포장디자인에 대한 지속적 연구 강조

이금주 / 동산케미칼 기획팀 팀장

**패** 키지디자인의 지속적인 연구와 학술활동과 상품문화 진작에 기여할 목적으로 열린 2002 베스트패키지디자인 컴패티션 용기디자인 부문에서 동산케미칼의 남성화장품 '시그인(CIGIN)'이 수상의 영광을 안았다. 이에 동산케미칼 이금주 기획팀장을 만나 제품 개발 경위 및 디자인 특성에 대한 견해를 들어보았다.



“그동안 베스트패키지컴패티션에서 대기업의 제품들이 주로 수상해왔는데 이번 수상으로 중소기업의 노력도 인정받은 것 같아 매우 기쁩니다. 특히 시그인에 도입한 ‘레드’컬러가 그동안 남성화장품에는 흔하지 않은 점을 감안했을 때 쾌거를 이뤘다고 생각합니다.”

이금주 팀장은 월드컵 이후 국내에 불고 있는 ‘레드 신드롬’에 편승해 시그인이 모든 사람들에게 인정받은 계기가 된 것 같아 매우 기쁘다며 소감을 전했다.

시그인 남성화장품 기초세트는 동산 C&C에서 최초로 런칭하는 남성화장품으로 처음에는 골프장, 특판 등 틈새시장을 타겟으로 개발

됐다. 이 팀장은 제품 네이밍에 대해 ‘CIGIN’은 cygnus와 ‘무엇이 안에 있다’라는 ‘in’의 합성어로서 디자인의 편의상 굳이 CIGIN으로 바꾸게 되었다”고 설명했다. 특히 용기의 색깔에 있어 용기의 칼라는 골프장이라는 특성 때문에 ‘그린’에

어울려 돋보이는 ‘레드’를 떠올렸으며 골프장에 출입하는 남성들은 비교적 고급 소비문화와 명품을 선호하는 경향이 있는 점을 감안, 강렬하고 고급스러운 디자인으로 개발할 계획을 세우게 됐다.

강렬한 ‘레드’컬러를 사용한 동산케미칼의 CIGIN화장품은 기존의 남성화장품 칼라인 블루와 정반대의 느낌때문에 시장에서 성공여부가 개발 초기부터 큰 관심거리였다.

“동산케미칼은 앞으로 남성화장품의 트렌드는 여성적인 것, 특히 강한 개성을 표출할 수 있는 상품이 주목받을 것이라는 확신으로 시장에 출시하기 앞서 여러 전문가에게 그 가치를 검증받고 싶었습니다.”

이금주 팀장은 “남성화장품은 여성이 남성

에게 선물하는 경우가 대부분이므로 여성에게 어필할 수 있는 디자인이 고려되어야 한다”면서 “그동안 레드칼라는 여성의 전유칼라이거나 공산당, 피 등을 연상시키는 부정적 이미지가 강했으나 월드컵 ‘붉은 악마’의 열기로 인해 일약 국민의 70%가 가장 선호하는 색으로 떠오른 점에 착안, 강한 개성과 유행선을 선호하는 구매자들의 취향에 맞춰 강렬하면서도 개성적인 ‘레드’ 칼라를 도입하게 됐다”고 밝혔다.

시그인 용기의 형태는 지금까지 남성적인 것이라고 여겨져왔던 각진 형태에서 벗어나 손아귀에 잡았을 때 느낌이 좋은 둥근 형태로 이뤄져 있다.

“자연으로 돌아가고 싶어하는 현대인의 심리를 반영해 용기 형태를 제작했습니다. 이른바 ‘Cocooning trend’라고 할 수 있습니다. 즉 누에고치와 같이 둥글둥글한 느낌으로 자연스러우면서도 첨단적인 느낌을 표현하였습니다.”

시그인은 캡 디자인에 있어서도 사용의 편리성은 물론 품격이 느껴지는 디자인을 고려해 플라스틱과 알미늄의 이종소재를 이용했으며 유럽풍의 문장을 상판에 얹고 시그인이라는 로고를 유광처리로 두르는 등 최고의 고급스러움을 지향했다. 또한 전체적인 형태는 머리와 몸통이 있는 인간의 신체와 비슷한 형태로 제작했으며 민트한 어깨형태로 제품이 흘러나오기 용이하도록 했다.

지기는 용기와 같은 색감으로써 부드러우면서도 강렬한 남성성을 표현하기 위해 깃털의 이미지를 바탕에 깔고 은은한 필처리를 했으며 중간 패드는 폐기처분시를 고려해 플라스틱 몰드가 아닌 검정 골판지를 사용했다.

이금주 팀장은 동산케미칼이 “중소 기업의 한계성 때문에 포장 디자인 부문을 디자인 전문 회사에 의뢰해서 내수 제품을 출시하고 있지만, 점차적으로 회사내에 전담팀을 만들어서 독자적으로 포장디자인에 대한 연구와 투자를 지원할 계획”이라고 밝혔다.

또한 “기존 화장품 업체가 매년 새로운 브랜드를 개발하여 출시하고 있는 것은 패키지가 버려지고 금형이 낭비되는 문제를 낳고 있다”고 지적했다.

덧붙여 앞으로 CIGIN화장품은 기존의 캡을 그대로 살려 좀더 메탈릭한 느낌의 새로운 화장품 디자인으로 업그레이드할 계획이라면서 추후에 출시될 동산 케미칼의 제품에 지속적으로 주목해 달라며 자신있게 말했다.

이금주 팀장은 “디자이너가 좋은 형태를 연구해도 그것을 표현해 줄만한 기술력이 부족한 것에 안타까움을 느낀다”며 “포장용기 제조업체가 장인정신을 가지고 용기를 제작할 수 있도록 주변환경의 지원이 있었으면 좋겠다”고 바램을 나타냈다. 고정관념을 거부하는 독특한 제품개발로 변화를 시도하는 동산케미칼의 행보를 기대해본다 ☺

박초혜 기자