



쉬메릭(양말) 포장 디자인에 대한 연구

CHIMERIC

허진아 / 대구대학교 응용미술학과 3학년

1. 서론

1. 연구목적

대구광역시에서는 특화상품의 어려운 판로를 지원하기 위해 지난 '96년부터 지방자치단체 최초로 섬유류 제품과 안경테 등 일상생활용품을 하나의 브랜드로 통합하는 공동브랜드 『CHIMERIC』을 개발하여 대구광역시를 대표하는 공동브랜드로 육성해 나가고 있다.

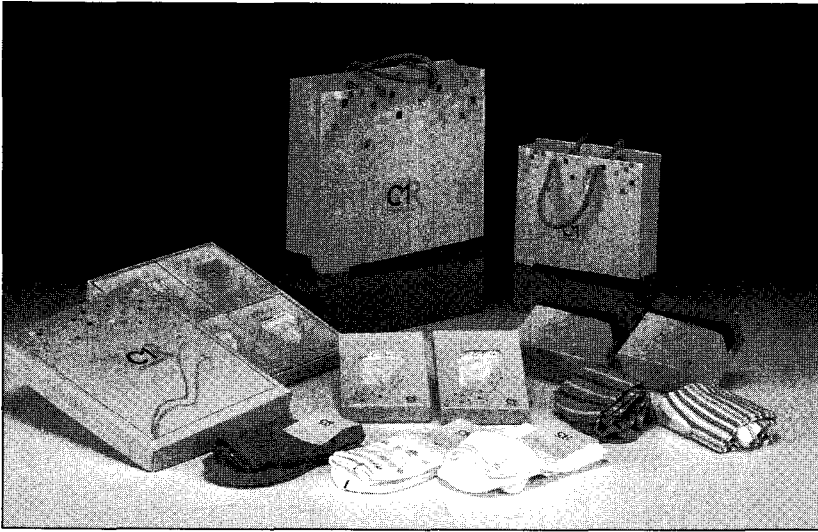
하지만 대구시 공동브랜드인 쉬메릭은 세계적으로 인정받는 우수한 품질을 가지고 있으나 외국 유명브랜드를 선호하는 국내 소비패턴에 밀려 판로 확보에 어려움을 가지고 있는 상태이다.

따라서 쉬메릭을 알고 포장의 문제점을 지적하며 쉬메릭 이미지에 부합되는 새로운 포장디자인을 통해 대구를 대표하는 우수한 공동브랜드로 인정받고 동시에 소비자의 구매동기와 연결되어 브랜드의 가치가 높아질 것이다.

2. 포장디자인이란

포장 디자인은 단순한 상품보호를 목적으로 한다는 것에서부터 그 자체가 상점 앞이나 광고 내용에서 직접 구매동기로 연결되는 것까지 매우 범위가 넓은 아이템이다. 패키지 디자인은 때로는 상품 이상으로 상품적 가치를 갖는 경우가 있다. 패키지는 상품이나 기업의 이미지를 소비자에게 전달하는 커뮤니케이션 도구인 동시에 그 디자인은 소비자에게 상품구입의 동기를 부여하는 마케팅 도구이기도 하다.

여기에 패키지 디자인의 중요성이 있다. 이 패키지의 기능과 종류에는 여러 가지가 있지만 일반적인 기능으로서는 상품의 보호와 식별기능, 그리고 상품을 감성적으로 소구하는 기능 등을 들 수 있다. 종류로는, 골판지 상자, 종이상자, 용기류, 포장지, 가방류 그리고 선물용 등의 특장용 패키지를 생각할 수 있다. 이러한 패키지의 디자인에 관해서는 기초적인 작업으로 아이템의 현황조사나 디자인 여건의 정리 및 표현 이미지의 방향을 설정하고 나서 실제의 디자인 개발에 들어간다.



◀ 쉬메릭 양말 포장 디자인

또한 패키지 디자인을 시스템으로 구성할 때에는 디자인을 어떠한 방향으로 통일시키고 개성을 줄 것인지에 대한 방침을 설정해 두는 것도 중요하다.

디자인 아이템의 현황조사에서는 각 패키지의 기능이나 역할, 종류나 개수 등을 정확하게 파악하고 공통화나 표준화를 위한 방침을 설정해 두는 것이 중요하다. 디자인 여건의 정리는 각각의 종류마다 표시 요소를 명확히 해두는 것이 필요하다.

그 중에는 법적으로 의무화되어 있는 표시요소도 있으므로 충분히 주의하지 않으면 안된다.

또한 이 표시요소도 단순히 기능적으로 처리하는 것이 아니라 가능한 한 기업 다움을 표현할 수 있도록 레이아웃, 서체의 선정 등에도 배려해야 할 것이다. 그 다음에는 표현할 이미지의 방향을 설정하여 실제의 디자인 개발에 들어간다.

상품군이 판매 대상이나 가격, 등급 등에 있어

서 다면성을 갖고 있는 경우에는 어느 종류의 패키지 디자인을 중심으로 하여 시스템을 구성할 것인가를 미리 설정해 두는 것이 중요하다.

또한 패키지 디자인을 시스템으로서 구축해 가는 중에 디자인의 통일화와 개성화의 방향을 설정하는 것은 가장 중요한 일이다.

디자인의 통일화란 하나의 기업 이미지 하에 상품 이미지를 설정하여 다른 상품군과의 이미지의 연동을 도모하려고 하는 것이다.

또한 디자인의 개성화란 단일한 상품이 갖는 컨셉트나 가치관을 최대한으로 패키지 디자인에 반영하려고 하는 것이다.

이러한 두 방향은 둘 중 어떤 방법을 선택한다고 하기 보다는 많은 경우에 있어서 기업의 브랜드 전략이나 판매전략, 이미지 전략, 타사와의 경쟁상황 등에 따라 상품군마다 조합되어 설정된다. 이러한 과정을 거쳐 전체적인 패키지 디자인 시스템이 구성되는 것이다.



II 본론

1. 쉬메릭이란?

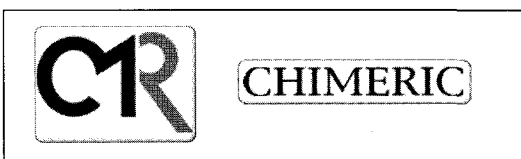
쉬메릭(CHIMERIC)은 「꿈같은」, 「환상적인」이란 의미의 프랑스어 CHIMERIQUE의 파생어로 고급스럽고 세련된 이미지를 가지고 있다.

‘인류의 꿈, 환상’의 의미를 가진 대구시 특화품목의 공동브랜드로서 엄격한 기준의 세계적인 품질로 선보이는 고감각 토탈브랜드이다.

이 마크는 CHIMERIC 각 음절의 머릿철자를 시각적으로 합성하여 현대적 감각으로 형상화한 것이다. 이 마크는 쉬메릭의 통일된 이미지를 발전시키기 위해 모든 쉬메릭 상품과 광고물, 광고 활동을 위해 사용되어야 한다. CHIMERIC 각 음절의 머릿철자인 C . M . R . 을 시각적으로 합성한 디자인의 테마는 모던하고 심플한 새로운 문자를 형상화한다. 새로운 문자로 상징된 마크의 의미는 패션언어체계의 새로운 탄생을 의미하며, 공동브랜드 참여 업체들의 공동 목표인 세계적인 토탈 브랜드로의 성공과 지속적인 발전을 기원하는 희망을 표현이다.

2. 쉬메릭의 사업안내

우리나라에는 다른지역과는 생산량이나 품질 면에서 차별화가 뚜렷한 안경테, 우산·양산, 양



▲ 쉬메릭 로고와 마크

말등 8개 특화품목이 있으나 이들 특화 품목은 수출의 90% 이상을 OEM 생산방식에 의존하고 있다.

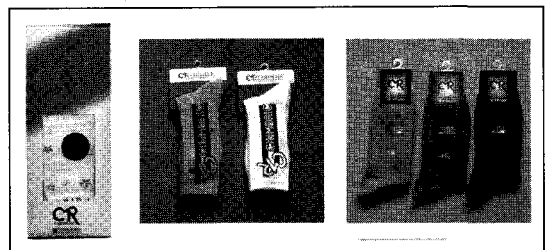
따라서 국제 경쟁력 저하 및 가격이나 품질보다 외국 브랜드를 선호하고 있는 국내 시장에서 조차 설자리를 잃어 가고 있는 영세한 중소기업체의 대외 경쟁력을 높이기 위해 대구시가 공동 브랜드를 개발하여 품질을 보증하고, 적극적인 홍보와 판로를 지원코자 추진하게 되었다.

1) 대상품목

- 소비자의 구매 행위에 브랜드의 영향력이 큰 고감각 토탈 패션 브랜드
- 품질 및 시장 점유율, 가격 경쟁력 등이 높아 대외 경쟁력을 확보하고 있는 품목
- 공동 브랜드 부착시 지역 산업 활성화에 파급 효과가 큰 품목

2) 대상품목 확정

- 공동 브랜드 관리 협의회에서 심의 및 선정 브랜드 이미지 제고를 위한 홍보 강화
- 생활 패션 토탈 브랜드의 인지도 확대를 위한 다양한 홍보 프로그램 개발
- 방송광고 확대 실시 (TV, 라디오)
- 일간지 및 잡지를 통한 홍보
- 지하철 및 전광판 홍보 활성화
- 해외 홍보 강화



▲ 쉬메릭 양말 내포장

- 3) 참여 업체의 판로 확대 지원
 - 해외상표 출원 확대(미국, 영국, 독일, 일본, 불란서등 11개국 출원) - 안경태, 우산, 내의/양말/장갑 3개류 출원
 - 쉬메릭 매장 확대 추진
 - 참여업체에 대한 자금지원

3. 기존 쉬메릭 포장 현황

소비자의 다양향 욕구는 증대되고 세분화되고 있다.

더욱이 요즘은 넓은 세계시장과 다양한 매체로 소비자는 다양한 형태의 디자인을 접했고, 디자인을 선택하는 소비자의 눈도 높아졌다.

소비자는 제품의 질도 중요하게 생각하지만 가장 먼저 소비자의 눈을 주목시키는 것은 역시 포장디자인이다. 쉬메릭은 이것을 잊어서는 안 될 것이다.

대구 공동브랜드인 쉬메릭은 자체내에서 제품을 생산하는 것이 아니라, 많은 기업과 연관되어 각각의 제품을 생산하고 있기 때문에 포장의 통일성이 없고, 쉬메릭의 이미지랑 잘 어울리지 않는 것이 많다.

또한 제품의 전달 기능이 떨어진다. 이제 쉬메릭은 제품의 질 뿐 아니라 우수한 포장을 개발함으로써 대구시 공동브랜드로 세계속에 우뚝서야 할 것이다.

1) 통합적인 포장인 쇼핑백

① 로고타입

CMR을 시각적으로 합성한 디자인은 모던하고 심플한 느낌을 주고, 색상 또한 파란색과 저채도의 분홍, 시각적으로 잘 어울리고 편안

한 느낌을 준다.

② 일러스트레이션

CHIMERIC 란 음절위에 사람이 춤추는 듯한 모습을 선으로 단순화시켜 표현하므로 울동감과 동시에 심플한 느낌을 준다.

③ 컬러

파란색과 저 채도의 분홍색이 주를 이루고, 흰 여백을 많이 주어 깨끗하고 부드러운 느낌이 든다.

④ 레이아웃

전체적으로 직선구도로 이미지와 로고의 위치가 안정감을 주고, 특히 로고가 강하게 시선을 집중시킨다.

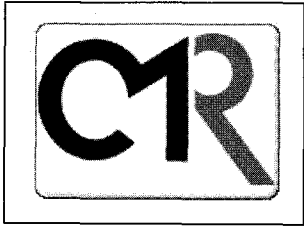
2) 양말 포장

두하실업주식회사에서 생산한 제품이기에 기존의 쉬메릭 쇼핑백이랑 이질감을 느끼게하고, 중요한 것은 제품의 전달 기능이 떨어진다. 즉 포장을 보고 쉽게 양말이 들어 있다는 것을 쉽게 인식할수 있도록 소비자간 커뮤니케이션이 되어져야 한다.

4. 문제점 개선 방안

기존 쉬메릭 포장은 타사 포장과의 차별성, 개성화된 디자인을 가지고 있지 않고 있었으므로 소비자의 시선을 끌수가 없었고, 각각의 다양한 제품의 포장이 쉬메릭이란 브랜드에 맞는 통일성이 없었다.

이런 문제점을 생각하여 통일성을 살리고 브랜드의 이미지와 제품의 특성에 맞고 차별성이 있는 개성적인 포장을 의도하였다. 쉬메릭 양말 포장을 중점으로 연구하여 디자인을 개선하였



◀ 쉬메릭 로고

고, 다양한 소비자의 욕구를 충족을 위해 다양하고 강하게 표현하고자 노력하였다.

4-1. 로고 타입

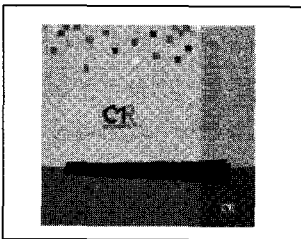
기존의 쉬메릭 로고는 아주 강한 이미지를 가지고 있고, 모던하고 심플한 문자를 지니고 있으므로 굳이 개선할 필요성이 없다고 생각하여 그대로 사용하기로 하였다.

4-2. 표면디자인

로고와 잘 어울리고 쉬메릭 이미지에 잘 맞는 디자인을 의도하였다. 각 디자인마다 통일성에 집중하였고, 전체적으로 오렌지계통의 색으로 통일감을 주었고, 색상면에서 눈에 잘 들어올 수 있도록 선명하게 배치하였다.

4-1-1. 쇼핑백 디자인

쇼핑백 디자인으로 오렌지 계통의 색에 아래에 푸른 색으로 강하게 색상의 무게를 주어 좀더 세련된 느낌을 주었고, 위로는 다양한 색상의 무



◀ 쇼핑백 디자인

늑을 주어 쉬메릭이란 이미지와 잘 어울리도록 디자인하였다. 또한 중앙에 로고를 넣으므로 로고가 시선을 집중시켜준다.

4-1-2. 숙녀용 양말 패키지

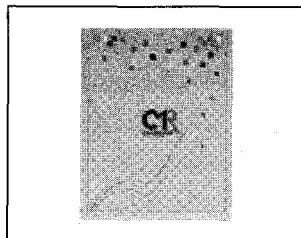
역시 오렌지 계통의 색상을 사용하였고, 로고가 중앙에 비치시킴으로 시선을 집중시키고 있다. 특히 여성 양말포장이므로 아름다운 곡선미를 살리고자 하였다. 사각 틀을 넣으므로 시선이 분산되는 것을 막아주고 정리된 느낌을 준다. 큰 패키지 속에 들어가는 것으로 양말속이 보이도록 디자인하였다. 곡선미를 최대한 살렸다.

1) 제품 표기사항

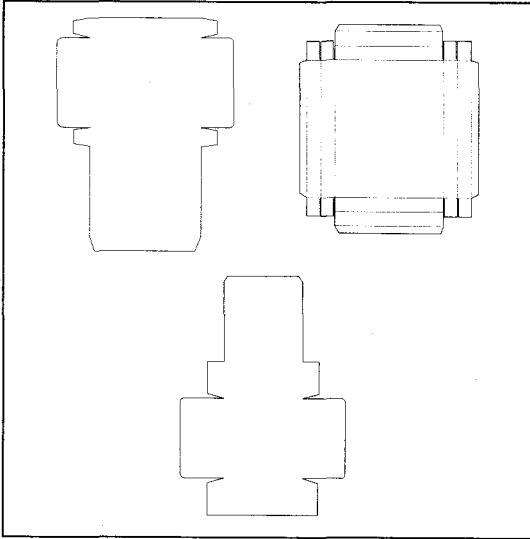
앞면은 쉬메릭의 디자인과 유사한 분위기로 만들었고, 뒷부분에 들어갈 제품 표기사항은 제품의 내용과 취급에 대해 잘 전달할 수 있어야 하므로, 중요한 내용만 정리해서 간략하게 기입하였다.

① 아동용양말 패키지

아동용 양말만큼 많은 색상을 주어 생동감 있고 세련되게 표현하였고, 동일하게 오렌지 계통이지만 배경에 문양을 주어 단순함을 피하였고, 위로 레드와 블랙색을 강하게 넣으므로, 시선을 집중시킨다. 가운데에 버튼치로 양말을 그려 넣으므로 기존의 것과 색다른 느낌을 주고, 눈에 잘 띄도록 디자인하였다.



◀ 숙녀용 양말 패키지



▲ 쉬메릭 양말 포장의 지기 구조

4-3. 지기 구조

기존의 쉬메릭 지기는 타사제품과 차별성이 없었고, 세련된 느낌을 주지 못했고, 내용과 부합되지 않았다. 좀더 세련된 느낌을 주고자하였고, 내용을 보관하기 쉽고 개봉하기 편리하도록 구성하였다.

III. 결론

포장디자인은 제품의 부가가치를 높이고 소비자의 구매동기 유발이나 유통의 합리화를 이루는 가장 핵심적인 요소라 할 수 있다. 이러한 포장디자인은 상품의 내용을 정확하게 알 수 있게 해 주어야 하며 상품을 안전하게 보호할 수 있도록 만들어져야 하고 소비자의 눈길을 끌어 구매하고 싶도록 만드는 독특한 멋을 가지고 있어야 한다.

또한 포장디자인은 소비자들에게 시각적 유도

를 하는 방법과 브랜드명, 일러스트레이션, 문자의 배치, 색채효과에 의하여 구매의욕을 일으키는 방법이 있어야 한다. 좋은 포장디자인은 다음의 여러 요소가 고려되어야 한다.

일반적인 요소로는 상품의 보호성, 도·소매업자 요구조건의 충족, 유통·통관규정의 법적인 표기사항의 준수 등을 들 수 있으며 소비자에 대한 요소로서 개봉, 봉합, 보관 등 사용이 편리해야 한다는 기능적인 면과 상품의 만족도를 제고시켜주고, 재구매시 쉽게 구별할 수 있도록 해야 하며 동일 브랜드의 상품을 기억할 수 있는 것 등이 고려되어야 한다.

브랜드의 재료별 포장이나 종류별 시리즈 포장은 소포장에서 느껴지는 이미지가 통일성 있게 소비자에게 전달될 수 있도록 하는 B.I(Brand Identity)를 고려하여야 한다.

좋은 디자인이란 포장의 표현 부분에만 국한되는 것이 아니라 좋은 아이디어로 제품을 쓰기 쉽고 편리하도록 만드는 기능적인 면이 포함되는 것이다. 그러므로 포장은 상품의 얼굴일 뿐만 아니라 기업이미지의 확립을 위한 '말없는 세일즈맨(Silent Salesman)'으로서 그 역할이 대단히 중요하기 때문에 포장디자인의 개발은 합리적이고 과학적이어야 한다.

이와같이 쉬메릭도 제품의 질만 좋은 것이 아니라, 이에 맞는 포장디자인을 개발하였다. 기존의 쉬메릭 디자인은 통일성이 없었고, 쉬메릭 이미지와 부합되지 않았지만 소비자를 유도할 수 있는 방법으로 색채와 일러스트레이션, 로고타입의 적절한 조화와 세련됨으로 소비자의 눈을 끌 수 있고, 만족시키는 디자인을 만들고자 노력하였다. □