지방산업 활성화 위한 고무장갑 포장디자인

Rubber gloves Package Design

김 현 태 / 대구대학교 시각디자인학과

Ⅰ. 서론

1. 연구의 목적

현대의 산업 발전과 더불어 지금 우리 생활 주위에는 헤아릴 수 없이 많은 상품이 나와 있으며, 그에 요구되는 포장도 많다.

포장은 상품의 특성에 맞게 보호성, 편리성, 심미성, 정보성 등을 고려하여 제작되어야 함은 물론 소비자의 성향에 대한 정확한 분석과 파악이 필요하다.

인간 식생활 문화의 발달과 함께 음식을 만들기 위한 주방 조리용품도 세분화되고 발달하였다.

주방용품은 그 시장의 규모가 상당히 크며 그 모양과 쓰임새도 각양각색이다. 그 중에서도 식생활과 더불어 가장 오래된 대표적인 주방용품인 고무장갑의 포장디자인에 대해 연구해 보고자 한다.

최근의 성향은 소비자 선택 구매에 따라 상품의 생산 판매가 이뤄지는 시대로 접어들었으며 업계에선 다양한 소비자의 욕구에 발맞추는 추세에 따라 성장을 하고 있다.

오늘날 도시사회에서 식기세척기가 점차 발달하고 있지만 고무장갑이 차지하는 비중은 무시할 수가 없으며, 그 구매욕도 왕성하다. 소비자들의 왕성한 구매욕구를 충족시키며 할인점의 활성화에도 기여할 수 있는 포장디자인의 개발이 절실히 요구된다.

본 연구에서는 할인점의 주 이용층인 주부를 대상으로, 주방용 고무장갑에 대한 포장디자인의 분석과 함께 고무장갑의 브랜드 활성화 방안도 모색해 보고자 한다.

2. 연구 방법 및 범위

주방용 고무장갑의 포장디자인 연구를 위하여 주방용 고무장갑의 종류와 용도 등에 대한 일반적 고찰과 함께 색상, 로고타입, 레이아웃, 일러스트레이션 등을 조사, 분석하였다.

위의 조사들을 통하여 결론부에는 비교 · 분석에 따른 문제점과 개선점을 찾아보고 디자인 개

◀ 고무장갑 포장 디자인

발에 도움이 될 수 있도록 하며 지방산업 활성화에 대한 방안을 제시하였다.

II. 본론

1. 자료조사

1-1. 제품비교

일반적인 주방용 고무장갑은 붉은, 혹은 선홍색을 띄며 비닐포장이 주류를 이루고 있다.

이것은 우리의 전통적인 김치 문화때문으로 김장철 다른 색을 띈 고무장갑의 매출이 현저히 줄어든다. 김치의 붉은 색이 입맛을 돌게하는 색이라면 그 외 색을 이용한 고무장갑은 김치의 맛을 시각적으로 떨어뜨리기 때문이다.

고무장갑의 문제점은 타사 제품들의 포장디자인은 대부분이 같은 형식에 차별화를 가지지 못하였고 대형 할인마트의 고무장갑 브랜드의 선호도 조사(대구지방 대형 할인마트 5곳 100백의 주부를 대상으로) 결과에서 70% 이상의 주부가 고무장갑의 브랜드 인지도가 없었으며 값이 저렴하거나 늘 이용해오던 고정 브랜드를 사용하는 경우가 대부분이었다.

주부의 연령층이 높아질수록 이같은 특징은 짙어지며 젊은 주부일 경우 웰빙 시대에 맞추어 건강에 좋은 성분을 함양한 고무장갑을 찾거나 브랜드를 인지하는 경우가 많았다.

1-2. 기존 패키지 필요성 및 문제점

기존의 패키지를 살펴보면 포장은 내용물을 보호하는 기능으로 외부의 비닐 포장으로 이루어져 있다.

고무는 회부의 화학작용으로 부식될 수 있고 탄력성을 잃을 수 있으므로 비닐 포장은 외부와의 접촉을 막아 최종 소비자에게 전달되기 전까지 제품을 보호하는 기능을 한다. 하지만 대부분의 주방용 고무장갑 포장은 앞서 말한 바와 같이 1차적인 기능만을 활용하고 있어 디자인적인 요소가 매우 부족하다.

소비자들의 인식 역시 외부 포장디자인에 의한 제품의 구매력보다는 가격이나 대기업 브랜드를 선호하는 것이 일반적이다.

사회가 발전함에 따라 각종 공해와 오염으로 피부 질환이 늘어나고 이에 발 맞추어 웰빙 열풍이 한창인 이 시점에서 주방용품 가운데 주부의 건강과 안전을 위해 여러가지 제품이 출시되고 있다. 고무장갑은 화학성 제품으로 체질에 따라 각종 피부질환을 발생시킬 수 있는 요인을 가지고 있다.

이런점들을 보완하기 위하여 인체에 해가 없는 성분을 함유한 웰빙 주방용 고무장갑들이 속속들이 출시되고 있지만 브랜드의 차별화와 소비자의 인식을 사로잡지는 못하는 실정이다.

이것은 브랜드화에 시각적인 효과가 부족한 것이 첫번째 이유가 될 것이다.

같은 재질의 포장 디자인은 수많은 유사 제품들 가운데서 경쟁력을 가지지 못한다. 또한 1차적인 포장의 기능 이외에 2차적 기능에서 앞의 기능을 보완하며 소비자에게 더욱 적극적으로 다가갈 수 있는 디자인이 부족하다.

1-3. 개선효과

우리나라의 가정은 1개 이상의 고무장갑을 소유하고 있다. 이는 여느 제품들과 비교하여도 시장성과 경쟁성이 뛰어난 것이다.

그 만큼 많은 브랜드를 가지고 유사 제품이 쏟아지는 이 때, 브랜드의 차별화와 고객의 인지도를 얻게 되다면 경쟁력 있는 소비 산업이 될 것이다.

또한 앞으로의 주 고객층으로 이루어질 신세대 주부를 겨냥한 웰빙 고무 장갑은 사회 발전에 따른 각종 공해와 오염으로부터 피부질환 및 알레르기로부터 주부의 손을 보호해 줄 것이며 기존의 고무장갑과는 다른 한층 고급화된 이미지로 소비자에게 다가설 것이다.

2. 디자인 계획

2-1. 컨셉(Concept)

현대사회에 들어 환경오염이 화두에 자주 오른다. 이를 해결해 줄 웰빙 고무자갑을 기존에 비닐 포장에 그치지 않고 외부포장을 새롭게 디자인하였다. 기존 고무장갑에서 찾아보기 힘든 동양 의학을 기초로 하여 한방 고무장갑을 컨셉으로 접근하였다.

한방 고무장갑은 동의보감에 기록된 참숯의 탁월한 효과와 음이온의 작용으로 부작용의 우려가 거의 없으며 피부 보습력과 습진 예방 및 방지가 뛰어나며 이와 더불어 옥 역시 피부질환에 널리 사용되어 왔다.

이를 기초로 신세대 주부를 타깃으로 웰빙의 깨끗한 이미지와 옛 것을 현대에 맞게 새롭게 디자인하여 과거와 현재의 만남으로 새롭게 탄생시키려 하였다.

기존에 차별화되지 못했던 고무장갑과는 달리 고급화 된 외부 디자인으로 소비자의 브랜드 인

▲ 고무장갑 브랜드 로고 타입

지도를 높이고 각인시키는데 도움이 될 수 있도록 구성해 보았다.

한방의 약제와 같은 이미지와 이로 인해 자칫 올드(old)화 된 이미지를 범하지 않게 현재 소비경향에 맞춘 컬러 시스템을 활용하였고 물을 많이 접하게 되는 제품이니 만큼 깨끗하고 따뜻한 이미지를 표현했다.

2-2. 브랜드 로고타입, 심볼

전통적인 주제를 가지고 있는 만큼 깨끗학 고귀한 손을 뜻하기 위해 양반집 규수를 생각하게 되었고 곱게 자란 아가씨의 손을 뜻하기 위해 '아씨손' 이라는 브랜드 네이밍을 사용하였다.

이를 희수(嬉手)라 하여 한글과 한자를 혼용하여 사용하였고 '아름답고 깨끗한 손을 위한 마음' 이라는 슬로건을 함께 사용하였다.

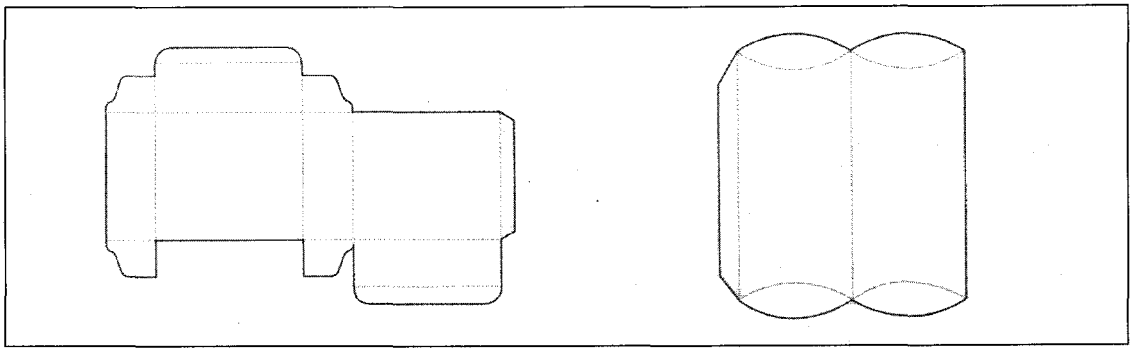
브랜드 네이밍은 전체적인 노란 바탕에 올라오게 되는데 한글 아씨손은 소비자가 가장 먼저 접하는 브랜드 네이밍이니 만큼 시각적 부각성을 위하여 흰색을 사용하였고 흰색이 배경일 경우 이와 역관계를 이루고 있다.

2-3. 지기구조

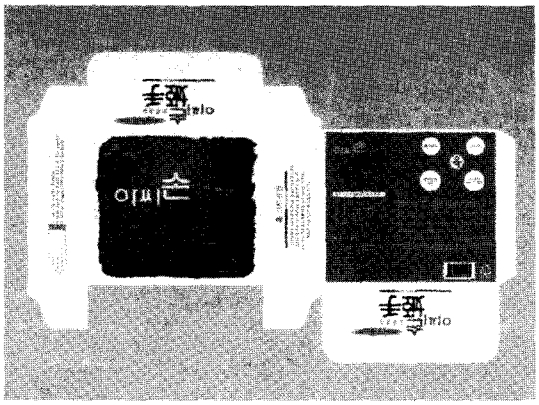
기존의 비닐 포장에서 외부 포장이 생겨남에 따라 지기 구조의 필요성이 생겨났다.

보통의 경우 운반상의 용이성을 위하여 사각 지기 구조를 사용하나 이번 제품은 고급화, 차별화를 위하여 사각 지기 이외 다양한 지기 구조를 선택하게 되었다.

그리고 디스플레이상의 시각적 효과를 고려하여 POP를 함께 제작하여 소비자의 브랜드 인지도를 높였고 상품의 특성상 사이즈에 따라 지기 구조의 크기가 변하게 된다.



▲ 지기구조



▲ 고무장갑 '아씨손' 디자인 I

▲ 고무장갑 '아씨손' 디자인 II

2-4. 레이아웃, 컬러

한국의 전통적인 멋은 깨끗함과 자연과의 동화라는 시작점을 중심으로 웰빙의 이미지와 연관지어 디자인 해나갔다.

사각 박스의 경우 중앙의 이미지와 결합된 로고를 배치하여 강하고 심플함을 유도하였고, 또 다른 스타일의 디자인으로 여백의 미를 살려 심볼 로고를 한쪽으로 다른 한쪽은 깨끗한 여백으로 제품을 설명하는 글을 메인보다 강하지 않은 톤으로 정리하였다.

브랜드의 글로벌 경쟁력을 고려하여 오방색의 컬러를 점목하여 전통성을 알렸으며 주로 따뜻한 느낌을 전달하기 위해 난색을 사용하게 되었다.

III. 결론

소비자의 취향은 날로 다양해지고 있다. 시대의 요구에 따라 다양한 디자인 개발이 필요한 것이다.

현재 우리가 사용하고 있는 제품들의 문제점과 발전 요인을 찾아낸다면 한차원 높은 제품과 소비자의 선호도를 얻어 더욱 발전하는 브랜드로 성장해 나갈 것이다.

이번 디자인은 산 · 학 협력으로 기존의 지방산업체를 선정하여 지방 산업의 경쟁력과 활성화를 이끌기 위하여 시작하게 되었다.

이를 위하여 고무장갑의 시장 조사로 인한 무한한 잠재성과 경쟁성을 새삼 알게 되었고 새로운 디자인 개발로 인하여 한층 더 고급화된 브랜드 인지도로서 소비자들에게 접근할 수 있었다.

우리 곁에 항상 가까이 있지만 빛을 보지 못하는 많은 제품들이 있다. 고무장갑 역시 늘 우리 곁에 있었지만 특별하다는 생각을 가지지 못하고 있었던 것이다. 이런 것들을 개발하고 발전시켜 나간다면 비단 지방산업의 경쟁력 뿐만 아니라 글로벌 시대에 맞는 세계적인 경쟁력을 가질 수도 있을 것이다. ko