

한국 전통술 멋과 아름다운 널리 알려 오매라 펍, SFWSC 패키지디자인 부문 최우수상 수상



왼쪽부터 윤수희 주임, BM 우혜영, 황미옥 주임, 유정현 대리

(주)배상면주가 디자인팀

지난 3월, 미국 샌프란시스코 만다린 오리엔탈 호텔에서 개최된 제8회 샌프란시스코 월드 스피릿 컴퍼티션(SFWSC)에서 (주)배상면주가(대표이사 배영호)의 증류주 '오매라 펍'이 패키지디자인 부문 최우수상을 수상한 것이 뒤늦게 알려져 화제를 모으고 있다.

2000년에 시작된 SFWSC

는 미국에서 가장 규모가 큰 증류주 관련 대회이다.

경쟁부문은 제품(스피릿)과 패키지 부문으로 구분되어 있으며 스피릿은 화이트스피릿, 위스키, 브랜디, 리큐르 등 4개 분야로 나뉘어져 있고, 패키지는 통합 경쟁을 거쳐 우수작을 선정하게 된다.

이번 대회는 63개국 8백여 제품이 출품됐고 '오매라 펍'은 패키지 부문 최우수상, 스피릿 부문 브랜디에서 동상을 수상했다.

어느 분야보다도 치열한 경쟁을 벌였던 패키지 부문에서는 오매라, 듀어스 등 5개 제품이 최우수상 수상의 영예를 안았고 국가별로는 프랑스, 이탈리아, 스코틀랜드, 한국이 선정됐다. 이 상이 더욱 의미 있는 것은 한국 전



통 디자인의 멋과 아름다움이 세계적으로 인정 받게 됐다는 것이다.

배성면주가 디자인팀은 “오매락은 2003년 출시 당시부터 면세점, 기내 판매 등 세계를 무대로 설계된 상품으로 패키지 부문 최우수상에 이어 브랜드 부문도 상을 받아 맛과 디자인에서 우수성을 인정 받았다”며 “배성면주가 뿐 아니라 전통술을 되살리기 위해 노력하는 모든 기업들에게도 반가운 소식이 될 것”이라고 말했다.

오매락 찹의 타깃은 한국을 방문하는 외국인, TPO로 보면 세리모니주(酒), 주종은 한국적 브랜드라는 전략적 토대를 갖고 있다.

유정현 대리는 “오매락 찹은 전통주의 세계화를 실현하기 위해 ‘한국의 미(美)’ 라는 관점으로 패키지를 설계하게 되었다”고 말했다.

“비주얼 컨셉트의 중심은 서예입니다. 한자를 모르는 외국인들은 흑과 백의 조화로 패키지에

대한 인상을 받을 것으로 생각해 과감하게 블랙 종이상자에 오매락 서예글씨(흰 바탕에 먹 자(字))를 채택했습니다. 상자를 열면 황토색 토기가 반전을 줍니다. 매우 거칠고 투박하죠. 토기를 깨면 흰 백자 병에 종이상자 겉면의 라벨이 밝고 경쾌한 주황색 바탕으로 전개됩니다. 세련, 투박, 즐거움, 이야기거리, 이런 것들이 오매락 찹의 컨셉트라고 볼 수 있습니다.”

외형적으로 보면 오매락 찹은 황토토기, 토기 속에 들어있는 백자술병, 나무망치, 토기를 깨기 위한 안전망, 토기 파편을 담은 얇은 종이, 사용 설명서 등과 외 박스 포장물로 이루어졌다. 모든 부속물들은 기능성을 높이고 부피를 줄여 디자인적 통일감을 느낄 수 있도록 디자인한 것이다.

유정현 대리는 “오매라 찹은 디자인적으로 통일감을 어떻게 유지할 것인가가 가장 어려웠다”고 회고했다. 각각의 부속물들이 다양한 재질로 구성되어 있고 주장하는 바가 다르기 때문에 이들을 통일시키기가 쉽지 않았다는 것.

유 대리는 “술병을 담고 있는 찹 토기의 디자인과 기능성을 설계하는데 공을 많이 들였는데 워낙 파손 가능성이 높아 생산, 유통까지도 고려한 디자인이 필요했다”고 말했다.

애초에 배성면주가 디자인팀은 국내에 없는 증류주 마케팅으로 전통을 만들기로 결심했다.

오매락 찹은 특별한 날을 위한 이벤트적 요소, 축제 분위기를 살리는데 중점을 뒀 제품들 감싸고 있는 토기는 제품이 서서히 숨을 쉬어 부드럽고 풍부한 맛을 유지할 수 있도록 해주었고 이 기능은 특허를 받기도 했다.

전통적이면서도 현대적이고 글로벌한 제품으로 디자인 컨셉을 잡은 오매락 찹은 여러 부속물



들로 구성된 통합 패키지인 셈이다.

제품 패키지는 사람과 사람의 소통을 매개하는 미디어의 지면이라는 방침 아래 한국 전통의 아름다움을 알리고자 노력하고 있는 배상면주가의 디자인팀은 현재 마케팅실 디자인파트로 4명으로 구성되어 있다.

디자인파트는 BM파트와 협력해 신상품의 BI 개발, 기존 브랜드의 리뉴얼(Renewal), 양재/포천 산사원의 비주얼 프러덕트(Visual Product) 관리, 브랜드를 알리기 위한 ATL, BTL들을 제작하고 있다. 자체 제작 외에 국내 최고의 디자인 회사와의 협력도 관장하고 있다.

현재 배상면주가 디자인팀은 세트 디자인 리뉴얼을 진행하고 있고 기존 브랜드의 디자인이 소비자에게 더욱 어필할 수 있도록 연구하고 있다.

또한 앞으로 중국, 일본의 파트너들과 디자인 교류도 강화할 예정으로 해외에서 배상면주가 브랜드의 경쟁력을 높이기 위한 시장조사 등도 직접 참여해 디자인에 반영할 예정이다.

아시아 최고의 술문화기업을 지향하고 있는 배상면주가. '술은 소통을 위한 미디어'라는 철학으로 우리의 문화를 널리 알리고자 노력하는 배상면주가 디자인팀의 또다른 도전을 기대해 본다. [ko]

이한열 기자