

고객의 이익창출을 최우선으로

올 5월 법인으로 전환, 발전의 계기 만들어

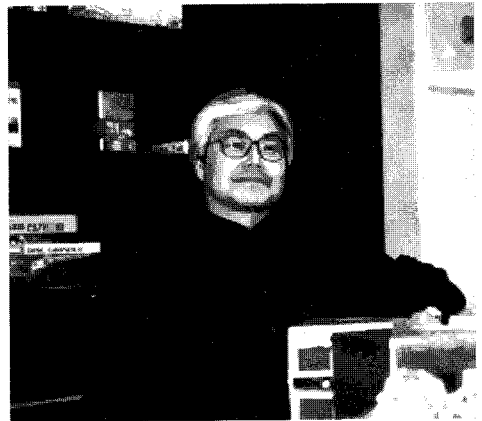
10여년 이상 축적된 노하우를 가지고 최고의 제품 창조를 위해 노력하고 있는 통상산업부 공인 산업디자인 전문회사인 APEX는 고객의 문제를 함께 고민하며 고객의 이익 창출을 위해 마케팅 커뮤니케이션에 관한 서비스를 제공하고 있는 디자인 전문회사다.

최적의 조직과 인원으로 구성되어 GOOD DESIGN의 창출과 독자적인 노하우를 가지고 있는 에이팩스는 새로운 시대의 수요에 적응할 수 있는 새로운 디자인 전략이 요구됨에 따라 사내 디자인 연구소를 별도로 운영하면서 디자인과 마케팅의 과학과 전문화를 실현하기 위해 연구도 게을리 하지 않고 있다.

1991년 6월에 설립된 APEX는 해태제과에서 오랜동안 경험을 쌓아온 양찬석씨가 독립을 하여 설립됐고, 현재는 연구소 연구위원과 크리에이티브 디렉터, 아트디렉터, 디자인 기획담당을 포함해 8명으로 구성되어 있다.

“저희 APEX는 치밀한 리서치, 각종 정보 네트워크로부터 입수되는 정확한 데이터를 바탕으로 과학적이면서도 실용적인 IDENTITY 작업을 수행하고 있습니다. CI팀은 철저한 마케팅 분석과 기획에 입각한 이상적인 기업이미지를 창출할 수 있도록 하고 있습니다.

소비자의 최종적인 구매결정에 큰 영향을 주는 패키지는 경쟁상품과의 차별화는 물론 심미성과 제품의 IDENTITY를 알릴 수 있는 제품을 선보이며 각종 홍보물, 판촉물 제작도 겸하고 있습니다”라고 밝히는 양찬석 사장은 해태제과 디자인실에서 10여년간 재직하다 디앤시 제작국장과 서울 디자인센터 제작본부장을 지내는 등 업계가 인정



▲ 에이팩스 대표 양찬석

한 실력자다.

기업의 생산성을 고려한 디자인 추구

APEX패키지디자인의 특성은 비주얼이나 시각적인 면을 고려하는 것은 말할 것도 없고 기업의 성격과 기업이 제품을 생산하는데 있어서의 생산성을 고려한다는 것이다. 특히 생산현장과 소비자가 있는 시장에 직접 나아가 현장위주의 일을 많이 한다는 것이다.

패키지디자이너들은 주어진 촉박한 시간내에 일을 마쳐야 한다는 것을 가장 큰 어려움으로 꼽는다. 제품이 채 완성되기 전에 약속시간에 맞춰주다 보면 후에 다시 그일을 반복해야 하는 결과를 초래하게 되며 그로인해 제 가격을 받지 못하는 결과도 나타난다고 한다.

“앞으로 프로덕션이 지금의 3배이상 늘어 나아지며 그렇게 되어야 한 업체가 제품에 소비하는 시

간이 늘어나 그야말로 창조된 제품이 탄생될 수 있습니다. 지금은 한 업체가 너무 많은 부분을 책임지고 있습니다. 제 개인적인 바람으로는 기업체의 유능한 인력들이 독립하여 전문회사를 설립하는 일들이 늘어났으면 합니다"라는 양 사장은 올해부터 한국패키지디자인협회 부회장직을 겸하게 되어 더욱 바쁜 하루를 보내고 있다. 200여명의 회원으로 구성되고 작년에 사단법인으로 등록된 패키지협회는 친목도모의 역할은 물론이고 정부관련 창구역할을 담당하고 있다.

패키지협회는 올해 10월쯤 개발원이 주최하고 협회가 주관한 동남아시아 국가와의 디자인 교류를 벌일 계획을 가지고 있고 회원들의 작품집 출간과 7월중 한국팩스타 콘테스트와 공모전을 준비중이라 더없이 바쁜 하루를 보내고 있다.

최근 APEX는 한국담배인삼공사의 홍삼제품을 새롭게 디자인하는 작업을 추진중인데 기존 홍삼 제품이 가지고 있는 이미지는 구태의연하고 디자인이 참신하지 못해 이에 한국적 이미지에 맞는 심

볼을 정해 새롭게 단장했다고 한다. 이외에도 경북 농금 제품은 '만남'이라는 제품명과 함께 새롭게 디자인하여 기존 제품과의 차별을 두었다.

올 5~6월이면 법인으로 전환하게 될 APEX는 해외 프로덕션과 연계관계를 갖거나 지사를 설립하는 등의 중장기 사업계획을 가지고 있기도 하다.

국내 패키지디자인 업계의 전문인력 궁핍현상은 아직도 업계의 의식이 깨지 못하고 있기 때문이며 국내 대학에 패키지디자인과가 단 하나도 없는 시점에서 업계가 진정으로 필요로 하는 인력을 확보하고 우수한 패키지 디자인을 기대하는 것은 무리가 있다.

이번 탐방으로 업계는 먼저 패키지디자인에 대한 중요성 인식이 시급하겠다고 더불어 업계를 이끌어 나갈 인력 양성도 배제할 수 없다는 것이 업계의 과제로 남아 있음을 더욱 절실히 느끼는 계기가 되었다.

이선하 기자



▲ 에이팩스가 추구하는 디자인은 생산성을 고려하는 동시에 시각적인 면을 가미한 디자인을 창출하고 있다.

