

포장 · 패키지디자인업계의 관계개선으로 업계발전 박차 교육기관 정착으로 패키지디자인 부흥 도모

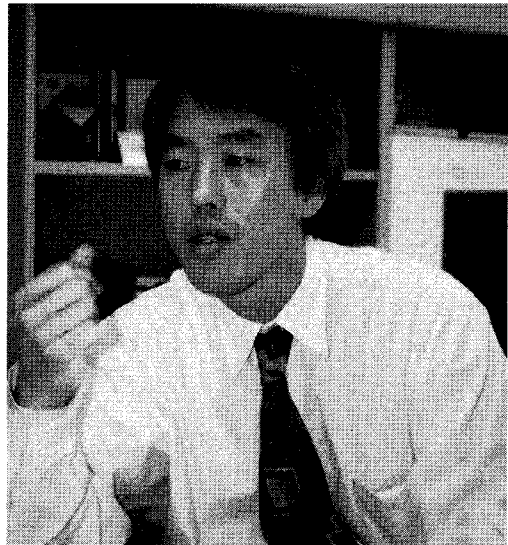
임종웅 / (사)한국패키지디자인협회 회장
농심기획 디자인본부 이사

최 근 시장경제가 활발해지면서 다양한 제품들이 쏟아져 나오고 있다. 또한 산업의 발달로 이제 각종 제품들은 기술력보다는 제품에 대한 홍보, 즉 매체를 통한 간접적인 홍보와 포장을 통한 직접적인 홍보로 그 차별성을 꾀할 수밖에 없게 되었다.

21세기에는 포장의 기능이 중요시되겠지만 이와 더불어 소비자들의 선택에 결정적인 요인으로 작용할 패키지디자인이 수면 위로 떠오를 수밖에 없다.

1978년 5월 패키지 디자이너 상호간의 자질향상을 도모하고 산업계의 패키지디자인의 육성 및 국제적 교류로 한국패키지디자인의 발전을 목적으로 설립된 서울패키지디자인협회를 모체로 한 (사)한국패키지디자인협회 임종웅 회장을 만나보았다.

얼마 남지 않은 임기동안 침체된 한국패키지디자인협회를 활성화하기 위한 계획과 몸담고 있는 농심의 변화에 대한 제자리잡기에 여념이 없는 임 회장은 정신없이 바쁜 와중이지만 새로운 것에 대한 도전의지로 밝고, 힘찬



▲ 임종웅 (사)한국패키지디자인협회 회장

모습이었다.

패키지디자인의 진흥정책 방향의 기수로 전문인력의 양성을 꼽는다는 임 회장은 “패키지디자인의 중요성이 대두되면서 전문인력의 양성에 대한 요구가 다각화되고 있습니다. 현재 국내에는 대학내 포장디자인학과의 부재는 물

론 전문교육기관이 전무하고 광고업계 진출선 호로 인한 전문인력의 부재와 패키지디자인에 대한 인식이 부족한 것이 사실입니다. 오랫동안 지적되어 온 이러한 문제점을 해결하고 전문인력을 양성하기 위한 저회 (사)한국패키지디자인협회의 첫 움직임으로 대학의 디자인 계열학과에 포장디자인학과의 개설을 통상산업부에 제기했습니다"라며 교육기관의 부재를 패키지디자인 부흥의 가장 우선적인 문제점으로 지적했고 그 대안 창출의 실질적인 움직임을 설명했다.

그간 농심의 디자인실 부장으로 패키지디자인의 활성화에 앞장서 온 임 회장은 농심 창업 30주년을 기점으로 디자인실이 재편된 광고본부와 경영지원본부와 함께 광고대행사 체제인 농심기획으로 분리되면서 디자인본부의 이사로 발령받아 업무의 재정립에 여념이 없기도 하다.

개인적으로 그동안 농심 차원에서 일해 왔지만 앞으로 1, 2년 후에는 대외적인 업무도 진행하게 될 것으로 예상되므로 이에 대비해 식품분야는 물론 화장품 등 타 계열의 디자인 까지도 수용할 수 있는 전문성을 확보하기 위한 노력을 통해 패키지디자인업계의 발전 계획을 구체화하고 있다.

이번 12월을 기점으로 4년간의 (사)한국패키지디자인협회 회장임기를 마치게 되는 임 회장은 임기동안 협회의 체제개선에 주력해 내부적으로 사단법인을 만들고 회원들을 정제해 내실화를 꾀했으며 대외적인 이미지의 개

선과 홍보를 위해 한국 팩스타 콘테스트 개최와 아시아 패키지디자인전 참관을 추진하는 등 협회의 활성화에 주력했다.

현재 (사)한국패키지디자인협회는 사무국의 부재와 각기 업체에서 디자인을 진행하고 있는 회원들간의 지속적인 연계 미비로 어려움을 겪고 있기는 하나 임 회장을 중심으로 한 임원진들의 노력으로 예년에 비해 조금 늦기는 했으나 오는 12월 5일부터 열릴 한국팩스타 콘테스트전을 기점으로 (사)한국패키지디자인협회의 활성화에 다시한번 노력을 기울일 계획을 가지고 있다.

임 회장은 "관련은 깊지만 서로간의 연계성을 제대로 인식하지 못했던 (사)한국포장협회와의 유기적인 관계개선으로 업계의 발전 방향과 속도에 상호보조체제를 이룰 수 있을 것으로 기대합니다"라며 "이러한 관계개선을 위해 우선적으로 이루어져야 할 것은 서로간에 쌓여온 막연한 거리감을 해소하기 위해 만남을 자주 가지고 국내 포장의 발전이라는 대외적인 차원에서 추진할 수 있는 공동사업을 마련하는 것이 아닐까 합니다"라는 제안을 잊지 않았다.

최근 보이고 있는 (사)한국포장협회와 (사)한국패키지디자인협회의 긍정적인 관계개선 노력을 다시한번 실감한 이번 인터뷰를 마치며 한국포장산업계의 미래에 얽은 소견이나마 "밝음"이라는 예보를 내려보았다. ☐

윤지은 기자