

패키지디자인으로의 전략적 접근 시도

토탈그래픽디자인전문그룹 표방

패키지디자인업체들을 탐방하면서, 그리고 패키지디자인업계 및 학계에 몸담고 계신 많은 분들을 만나면서 들은 문제점 중의 하나가 바로 패키지디자인에 대한 인식의 부족문제였다.

현재 한국 4년제 대학에는 패키지디자인을 전공으로 하는 과가 없다. 대부분 시각디자인과에서 3, 4학년과정에 패키지디자인분야가 3학점 정도의 이수과목으로 책정되어 있기는 하지만 그나마 광고나 그래픽디자인 등 인기직종의 뒤에서 제대로 인정받지 못하고 있는 것이 사실이다.

이에 대학내 패키지디자인과의 신설은 물론, 디자인 전공자들을 대상으로 한 패키지디자인에

대한 홍보가 적극 필요한 때이다.

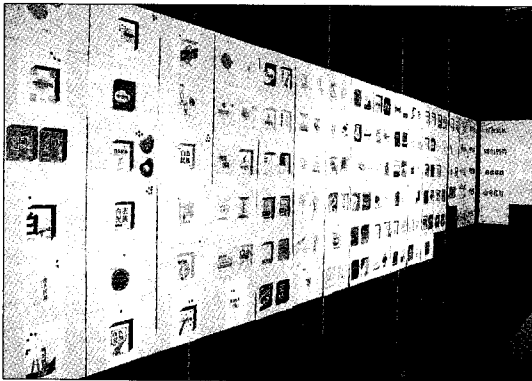
압구정동에 위치한 CD'S는 들어서는 초입부터 기존에 방문해 왔던 패키지디자인 회사들과 사뭇 달랐다. 일단 그 규모가 컸고 인원도 훨씬 많았다. 이는 패키지디자인은 70%정도이고 CI 작업과 Aditorial이 30%의 비중으로 구성되어 있어 있는 이른바 토탈그래픽디자인전문그룹이기 때문인데 CD'S의 권현창 사장은 "일반 패키지디자인전문회사들의 경우 패키지디자인만을 진행하지만 저희는 종합토탈그래픽전문그룹을 표방해 BI, CI 그리고 그 패키지와 관련된 광고 부분까지 진행하기 때문에 볼륨이 커집니다"라고 설명한다.

CD'S의 또 하나의 특징이라면 대부분 광고디자인을 지향하는 경향이 팽배한 반면 제일기획에서 광고디자인을 진행하던 권사장이 패키지디자인으로 선회해 만들어진 회사라는 점이다.

"당시 제일기획에서 풀무원의 광고를 3년여간 진행했습니다. 이 때 패키지디자인을 조금씩 변경해 주기도 했는데 광고가 끝날 무렵 풀무원으로 적을 옮기게 되었습니다. 당시 풀무원은 규모가 매우 작은 회사였기 때문에 마케



▲ 엄격한 기준을 통과한 CD'S 구성원들(하단 중앙이 권현창 사장)



▲ 한 제품에 최소 50에서 200여장에 이르는 아이디어 스케치를 한다.

팅, 홍보, 디자인, 영업 등 분야에 걸친 경험을 할 수 있었고, 그때 배운 여러가지 경험들이 지금의 CD'S를 설립해 경영해 올 수 있었던 원동력이 되었습니다"라는 권 사장은 90년에 설립한 CD'S를 단순한 패키지디자인회사가 아닌 명실상부한 종합토탈그래픽전문그룹으로 키워 가고자 한다.

현재 20여명의 인원으로 구성되어 있고 연 25억여원의 매출을 올리고 있는 CD'S는 직원들에게 해외연수의 기회를 최대한 많이 부여하려고 노력한다. CD'S의 해외연수란 단순히 해외시장을 스스로 둘러보고 전시회나 세미나에 참가하는 것이 아니라 일본의 J.K.GRAPHICS사 등 각국의 유명한 디자인업체에 연수를 보내어 직접 실무와 감각적으로 앞서 나갈 수 있는 선진 노하우

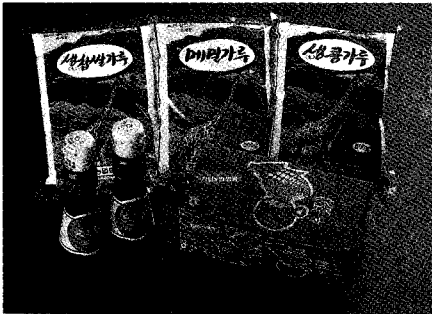
를 습득하도록 하는 것이다.

현재 한국존슨사와 일하고 있다는 CD'S는 준비, 테스트, 평가면에서 철저한 이 회사와의 공동작업에서 배우는 것이 많다고 한다. 가장 차이가 많이 나는 부분에 대해 경영자의 인식의 차이라고 지적하는 권 사장은 우리나라도 패키지 디자인에 대한 경영자들의 인식제고가 급선무라고 밝혔다.

CD'S의 대표적인 패키지디자인으로 우선 풀무원의 제품들을 들 수 있는데 1차식품을 패키지화한 첫번째 사례였다는 점에서 일단 눈길을 끌 수 있었다. 이에 더해 제품의 신선도와 풀무원의 이미지를 제대로 이끌어 낸 디자인으로 시장에 유통 중이던 일반 공산품보다 우수한 패키지 디자인이 집중을 받았던 예로 기업의 심볼을 패키지 아이덴티티 시스템에 활용함으로써 상품



▲ CD'S에서 진행해 풀무원의 이미지가 된 풀무원 패키지 디자인



▼ 기린농협의 매출을 800배 증가시킨 가루곡식류, 유지류, 차류 패키지디자인

▲ 변경전



을 통한 기업이미지 전달을 성공적으로 실천한 디자인이다. 다양한 제품의 패키지디자인 통일화를 통해 풀무원 브랜드의 이미지자산을 확대해 온 CD'S의 대표적인 제품이라 할 수 있다.

CD'S에서 가장 성공적인 사례로 들고 있는 기린농협의 지역특산물 패키지디자인 개선사례는 이전에 패키지가 아무런 의미도 담지 못하는 조금은 황당한 디자인이었던 것에 반해 이미지 통일화작업을 통한 패키지의 개선만으로 무려 800배의 매출이익을 올린 제품이다.

어린이를 타겟으로 하는 한성기업의 뿌비또는 상품의 판매가 단순히 디자인 그 자체요소 뿐 아니라 광고, 홍보, 판촉활동에 이르는 다양한

요소들이 유기적으로 연결될 때 최대효과를 발휘한다는 관점에서 유명만화 캐릭터를 선정, 패키지와 광고, 판촉 등이 연계되는 종합 캠페인성 패키지전략으로 전개된 제품으로 96 애니메이션 국제 전시회에 출품되기도 했다.

무궁화유지(주)의 백의민족 패키지디자인은 깨끗한 우리 민족을 의미하는 '백의민족'이라는 브랜드명에 맞게 상품 로고 속에 하늘, 강, 산의 자연이미지를 접목시켜 하나의 독특한 캐릭터로 탄생시킨 제품으로 일관된 이미지로 소비자들에게 깊이 인식될 수 있도록 전략적인 접근을 시도하고 있다.

한 제품이 나오기까지 한 디자이너가 아이디

어 스케치를 최소 50장에서 200장까지 그리도록 하고 있다는 CD'S는 많이 그럴수록 좋은 디자인이 나올 수 있다는 확신을 가지고 많은 스케치를 하도록 하고 있으며 이 스케치들을 가지고 제품의 컨셉회의를 진행, 제품을 완성시킨다.

CD'S는 신입사원을 뽑을 때 입사시험을 치루는데 1차 실기시험에서는 제품이 완성되기까지의 스케치와 완성작을 모두 심사해 재학 당시 디자이너로서의 자세를 어떻게, 제대로 배웠는가를 중점적으로 심사한다고 한다. 2차 면접시험에서는 마케팅용어 등 전문용어에 대한 질문 등 디자인의 마케팅화를 주도할 수 있는 소양을 갖춘 디자이너를 선발하고자 노력하고 있는데 마케팅의 한 부속품으로 전략할 수 있는 패키지 디자인을 마케팅 자체로 자리잡아 가도록 노력하는 CD'S의 바람이 그대로 반영되어 있다.

CD'S의 권 사장은 최근 일고 있는 업계의 한국적 디자인의 경향에 대해 "한국의 이미지가 담긴 제품에 대해서는 한국적 색감이나 이미지가 담긴 한국적 디자인이 가능한 일인지 모르지만, 전자제품이나 패션 등 세계적으로 공통분모를



▲한성기업 부비또의 날개, 단위, 세트포장 디자인



▲경쟁제품과 디자인 차별화가 돋보이는 무궁화의 '백의민족'

지닌 제품에 대해서는 디자인이 세계화가 되어야 한다고 생각합니다"라고 의견을 밝히고 한국적 디자인으로 세계를 제패하려면 우선 우리의 이미지를 담아 세계로 진출할 수 있는 한국적 제품의 생산이 우선되어야 할 것이라고 덧붙였다.

마지막으로 포장산업계와 패키지디자인업계의 유기적인 관계를 강조하는 권 사장은 "두 업계가 유기적인 연관을 맺을 경우 포장산업계는 디자인에 필요한 원단과 인쇄 등에 관련된 우수한 기술을 개발하고 디자이너들은 클라이언트와의 만남에서 그 우수성을 설명하고 연결해 나가는 공존체계가 성립될 수 있을 것입니다"라고 강조했다.

신입사원을 뽑을 때부터 시작해 하나의 디자인을 완성하기 위해 정밀한 과정을 거치면서 완성도를 더해가고 선진포장을 우리 것으로 소화해 내려는 CD'S가 실력을 갖춘 토털그래픽디자인 전문클럽으로 거듭 날 수 있을 것임을 확신하며, 이러한 노력의 결실이 패키지 디자인업계의 발전된 모습으로 투영될 수 있기를 기대해 본다. [K]

윤지은 기자