

## 중소기업 지도 사업 주력, 실력·공로 인정받아

### 농협 공동브랜드작업 통한 디자인마케팅력 강화 추진

우리 사회의 경제구조 속에서 중소기업 내지는 개인사업을 경영하며 성공에 가깝게 가기란 그리 쉬운 일은 아니다.

사활을 걸고 어렵게 개발해 놓은 기술이나 제품은 대기업의 투자로 인해 너무나 손쉽게 그들의 것이 되어버리고 마는 경우가 허다하고 아무리 중소기업고유업종이 지정되어 있어도 대기업 앞에서는 무의미한 단어가 되어버리는 일이 종종 있기 때문이다.

지금까지 중소기업들이 개발한 기술을 대기업에게 고스란히 넘겨주어야 했던 것은 물량공세에 밀리는 경향도 있었지만, 소비자들에게 그 기술

및 제품을 인식시킬 수 있는 적절한 투자를 스스로 택하지 못했던 원인도 있었다고 여겨진다.

최근, 어떤 특징을 가진 제품이 출시될 경우 이와 유사한 기능을 가진 제품들이 회사명과 이름만 바꿔달고 등장해 소비자들을 혼란시키는 경우가 많은데 그만큼 기술이 평준화되었다는 것일테고 이로 인해 소비자들의 선택기준이 제품의 기능보다는 시각적인 부분으로 옮겨가면서 디자인이 경쟁력의 중심부에 떠오르고 있다는데 중소기업들도 디자인에 대한 투자와 저렴한 가격 등으로 대기업에 대응할 수 있는 자구책을 만들어가고 있는데 이러한 움직임은 대중적인 추



▲ 리드컴의 구성원들 (가운데 이권식 사장)

세에만 의한 것이 아니라 디자인계의 앞선 투자와 노력이 어우러져 만들어진 것을 분명히 해야 할 것이다.

94년부터 한국산업디자인진흥원을 중심으로 많은 디자인 회사들이 참여해 지금까지 이어져 오고 있는 중소기업개발사업이 그것인데, 초반의 어려움을 극복하고 이제 그 틀을 갖추어 가고 있다.

1994년 9월에 설립된 리드콤 역시 중소기업 개발사업에 적극적인 모습을 보이며 디자인의 진흥은 물론, 우리 경제의 초석인 중소기업의 입지를 탄탄히 하는데 큰 역할을 해내고 있다.

지난 3월 2일에는 한국산업디자인진흥원에서 그동안 중소기업개발사업에 전념해 왔으며 최근 2년간 연속 A를 받은 디자이너들을 대상으로 TOP 10 디자이너를 선정했는데 리드콤의 이권식 사장이 그 대상이 되어 그간 리드콤의 노력이 재평가를 받은 바 있다.

이권식 사장이 패키지디자인에 대한 관심을 갖게 됐고, 8년간의 노하우를 쌓아온 제일제당을 떠나며 설립한 리드콤은 11명의 디자이너들이 패키지디자인과 인쇄물 제작 등을 주로 하는 업체이다.

식품 분야의 중소기업 지원을 주로 해 온 리드콤은 최근 농협의 공동브랜드 개발에 참여했다.

시장개방 이후 국내 농산물 시장의 위기를 농협제품에 대한 소비자 신뢰 회복으로 반전시킴을 목적으로 한 이번 작업은 단위농협 위주의 낙후된 디자인을 통합·관리함으로써 상품력을 강화하고 제품군별로 통일된 이미지를 부여해 진열시 임팩트 효과 및 시너지 효과를 창출하고자



▲ 보령농협의 브랜드 심플

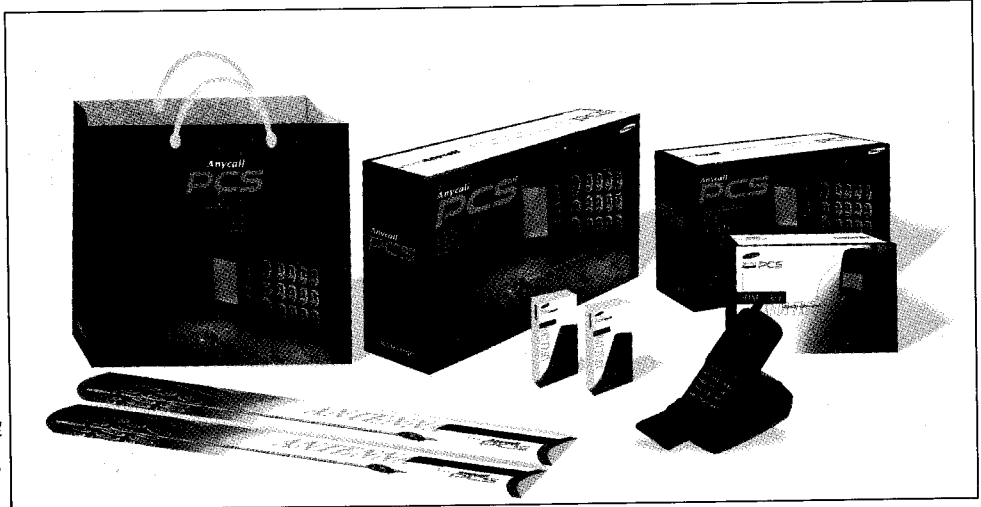


▲ 21세기 임실군의 비전을 형상화한 브랜드 심플

추진됐다.

이번에 리드콤이 개발에 참여한 곳은 보령시와 임실군인데 보령시의 경우, '만세보령'이라는 네임으로 송이·느타리버섯에 적용되며 생산자부터 일반소비자에 이르는 모든 과정에 만족스러운 디자인이 요구되므로 보편적 방향성을 설정했다. 또한 제품군별로 색상을 달리해 차별성을 두었고, 기존 포맷을 타제품에 적용할 경우 일러스트와 제품명만 바꾸면 되도록 디자인의 편리성을 더했다.

이 사장은 보령농협과 보령시의 의견을 종합해야 했는데, 클라이언트의 요구가 너무 다양해 어려움이 있긴 했지만, 이를 적절히 수용하고 표현하는 문제해결의 중심에 선 디자이너의 역할이 충분히 발휘되어 인상이 깊게 남는 프로젝트라며 작업 후의 느낌을 전했다.



▶ 연구작품용으로 개발한 삼성 애니콜 PCS 패키지

‘열매의 고장’이라는 네임을 갖게 된 임실농협의 공동브랜드 개발은 성수산, 섬진강, 충효의 고장인 지역특성을 이미지화함을 중심에 두고, 단순하고 세련된 이미지를 전달하고자 했다.

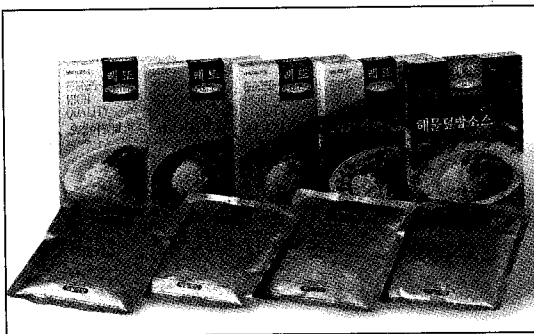
색상구성의 경우 농협의 기본컬러인 녹색과 청정성·하늘·강을 표현하는 청색, 열매·희망·태양을 뜻하는 적색을 동시에 전개해 나갔다. 임실농협의 브랜드심볼은 21세기 임실군의 비전인 복지농촌 실현을 상징하는 떠오르는 태양과 산, 나무를 부정형의 자연스러움으로 표현, 깔끔함과

친근한 이미지를 시각화했다. 또한 농산물을 잘 영글게 하는 태양과 임실을 결합, 임실군이 신선한 천연열매의 고장임을 표현하고 있다.

“다른 때보다 더욱 신중해야 했고, 어려움이 많았는데 끝나고 나니 노력과 어려움만큼이나 의의가 깊은 디자인으로 기억에 남습니다”라는 이 사장은 보령시의 경우 그 대상을 확대해 수협과 축협에 대한 공동브랜드 개발에도 뜻을 두고 각 기관별로 색상을 차별화해 추진하고 있다고 밝혔다.

‘주어진 기간을 정확히 지키고 최선을 다해 최고의 제품을 생산한다’는 경영방침으로 직원들을 리드하고 있는 이 사장은 “중소기업의 경우 패키지디자인 개발을 통해 그 회사의 흥망이 좌우되는 경우가 많습니다. 모든 디자인에 임할 때 늘 그렇지만, 특히 중소기업의 패키지디자인 개발 작업은 더욱 신중할 수밖에 없습니다”라며 디자이너로서 가져야 할 책임감을 이야기했다.

하나의 디자인을 탄생시키기 위해서 우선 철저한 시장조사를 거치고 분석단계를 일반적인 횡수



▲ 리드컴이 디자인한 레포 덮밥 시리즈

보다 더하면서 신중함을 기하는 리드콤은 리드콤의 이미지를 상승시키고 디자인의 질을 올리기 위해 결과물에 대한 관리에도 소홀함이 없도록 주력하고 있다.

11명이나 되는 직원들 한사람 한사람에게 실력을 쌓을 수 있는 기회를 골고루 제공하고자 한다는 이 사장은 "직원들에게 외부교육 등에 참가할 것을 권고하는 것이 아니라 스스로 필요한 교육을 찾아 듣도록 하고 회사 측에서는 이에 대한 지원을 하고 있습니다"라고 설명하고 회사에서 이끌어서가 아니라 스스로 이 분야의 프로가 되겠다는 마음가짐이 있어야만이 최고가 될 수 있다고 강조했다.

"직원들에게 스스로의 노력을 강조함은 물론, 회사에서도 직원들에게 좀더 폭넓은 기회를 제공하고자 합니다"라는 이 사장은 올해부터 연 3명 정도씩 해외연수를 계획하고 있다고 밝혔다.

현재 인하대학교와 호서대학교에서 패키지디자인과 그래픽디자인을 강의하고 있기도 한 이 사장은 수업에서 만난 학생들에게서 패키지디



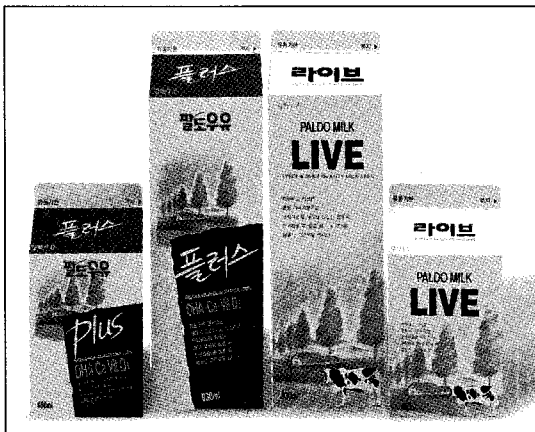
▲ 희망식품의 건어물 시리즈

인을 비롯한 디자인계의 발전을 기대해 볼 수 있어 출강이 매우 즐겁다면서 전문화되고 상품경쟁력을 높이는데 큰 역할을 하는 패키지디자인의 중요성을 학생들에게 이야기하려고 노력한다고 덧붙였다.

"이제 기업으로써의 모습을 갖추었다고 생각합니다. 앞으로는 매년 매출을 증대해 탄탄한 재무구조를 바탕으로 디자인 발전을 위한 투자를 하고 싶고, 많은 이들의 기억에 남는 작품을 만들고 싶습니다"라는 이 사장은 올해부터 차근차근 준비해 2000년에는 테마를 가진 리드콤의 작품전시회를 열고 싶다는 소망을 밝히기도 했다.

많은 사람들이 작은 성공에도 만족감을 표하며 성급함을 보여 본인은 물론, 근간 산업에 큰 영향을 미치기도 한다.

하지만, 결코 작지 않은 그간의 성공을 토대로 단계적인 발전을 준비하는 리드콤의 모습에서 지금의 모습에 이른 디자인계의 발전의 시작즈음이 이런 모습이 아니었을까 하는 즐거운 상상을 해 보았다. **ko** 윤지은 기자



▲ 일러스트를 가미한 팔도우유 제품군