

# 비주얼 중심 가미, 소비자 재구매 촉진 디자인

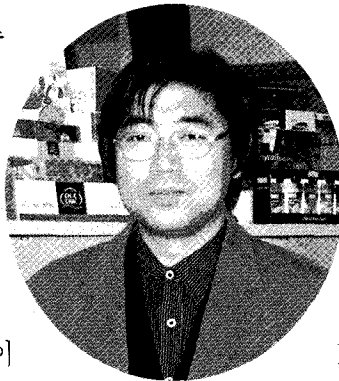
## 제 1회 한용교패키지디자인상 수상

이 권 식 / 리드컴 대표

**〔사〕** 한국패키지디자인협회가 주관하는 한용교패키지디자인상이 제 1회 수상자를 배출했다.

(사)한국포장협회 한용교 명예회장이 회사한 1억원을 재원으로 지난 2년여간의 준비기간을 거쳐 수상자를 배출한 이 상은 현재 (사)한국포장협회에서 주관해 올해로 3회째를 맞고 있는 한용교포장인상과 함께 포장업계를 대표하는 시상제도로 자리매김할 것으로 관련업계의 기대를 모으고 있다.

첫 수상자로 공동선정된 리드컴의 이권식 사장은 "추천해주신 분들과 심사위원분들께 감사의 뜻을 전하고 싶습니다. 그리고 저희 리드컴 직원들의 믿음과 탄탄한 뒷받침이 없었다면 이런 의미있는 상도 수상할 수 없었으리라 생각합니다. 이 자리를 빌어 직원들에게 그간의 감사의 인사를 전하고 싶습니다"라며 제 1회 수상자로 선정된 것이 더욱 노력하라는 의미로 새겨진다는 말로 앞으로 더 열심히 하겠다는 다짐을 새로이 했다.



현재 (사)한국패키지디자인협회 법인분과위원장을 맡아 산업디자인기반기술과제 프로젝트의 총괄 책임을 맡고 있는 이 사장은 99년 2월 한국산업디자인진흥원이 주관한 중소기업 지원 우수디자이너 TOP 10에 선정된 바 있기도 하다.

항상 소비자의 입장에서 생각하고, 판매자의 컨셉을 중요하게 생각한다는 이 사장은 "저희 리드컴의 디자인은 비주얼 효과를 최대화해 소비자로 하여금 재구매를 유도하는 것을 가장 큰 목표로 삼고 있습니다" 라면서 최근에는 캐릭터와 심볼 등을 중심으로 인상적인 디자인의 생산에 중점을 두고 있다고 설명했다.

홍익대학교에서 시각디자인을 전공한 이 사장은 "대학에 다닐 때는 포장디자인에 대한 관심보다는 일러스트레이션에 관심이 많았습니다. 당시 대학을 다니던 학생들의 일반적인 경향이기도 했지요"라는 말로 광고디자인 등에 비해 큰 비중을 갖지 못한 채 지금까지 이어지고 있는 국내 패키지디자인의 위상을 실

## 캐릭터 활용 패키지 개발 자체 상품가치화 추진

감케 했다.

졸업 후 이 사장은 제일제당 디자인실에 입사하게 되는데, 제일제당 디자인실 업무의 80~90%가 패키지디자인과 관련되어 있었고 이로 인해 자연스럽게 패키지디자인 업무를 접할 수 있었다.

“막상 실전에서 접하다 보니 많은 매력을 느끼게 되었고, 실력을 쌓고 입지를 키우는 의미로 전시회나 공모전에도 여러 번 출품하는 한편, 실험적 디자인을 생산하기 위한 노력을 기울였던 시기였습니다”라는 이 사장은 그간의 노하우를 바탕으로 패키지디자인전문회사인 리드콤을 설립, 본격적인 패키지디자이너로 거듭나게 된다.

또한 이와 동시에 호서대학교에서는 겸임교수로, 그리고 단국대학교, 인하대학교 등에서 패키지디자인을 강의하면서 후학양성에 정성을 기울이고 있기도 하다.

자신이 디자인한 상품이 매출증진에 직접적인 도움이 되어 패키지디자인 본연의 역할인 마케팅력이 인정받았을 때 가장 큰 보람을 느낀다는 이 사장은 지금 시기에 패키지디자이너들에게 있어 가장 중요한 것은 업계에서 실

질적인 마케팅적 마인드를 키우는 한편, 패키지디자인업계의 인재를 양성하기 위해 기존 인자들이 풍부한 자료를 갖추기 위한 체계화함과 많은 기회를 제공해 줄 수 있는 기반을 다져야 한다고 강조하면서 그 예로 더욱 다양하고 권위있는 시상제도의 확충을 제안하기도 했다.

앞으로 캐릭터를 활용한 패키지상품을 개발, 패키지 자체의 상품적 가치증진을 본격적으로 추진할 예정이라는 이 사장은 가깝게는 '소비자 구매행동에 미치는 포장디자인 전략 연구'를 주제로 한 '99 산업디자인기반 기술과제를 완료하고 장기적으로는 사이버공간에서 소비자들에게 더 나은 환경의 패키지디자인을 제공하는 한편, 국제경쟁력을 강화하는데 주력하겠다는 계획을 밝혔다.

현재에 충실하고 미래를 대비할 줄 아는 디자이너인 이권식 사장의 마인드가 한용교 패키지디자인상 제 1회 수상자의 의미를 더해주었다. [K]

윤지은 기자