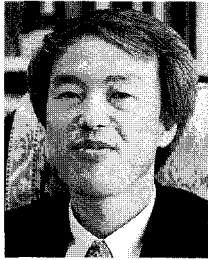




패키지디자인업계



임 중 응
(주)농심 / 상무이사

수익성 향상 · 신수요 창출

지난 IMF체제 속에 우리의 기업들은 세계적인 경기불황을 겪어 내면서 나름대로의 자구책을 강구해내지 않을 수 없었다. 기업들은 가장 먼저 광고비와 고객서비스 홍보등에 지출되는 마케팅 비용을 대폭 줄이고 신제품 출시에 신중해졌으며, 이러한 정책은 다시 소비위축으로 연결되어 시장의 축소와 함께 패키지 디자인 업계에도 심각한 영향을 끼치게 되었다.

호황기 때와는 달리 이러한 한정된 시장 수요와 제한적 마케팅 자원은 어찌 보면 패키지 업계의 불황의 원인으로 보기 쉽다. 그러나 이제는 좀 더 달리 생각 해볼 필요가 있다. 기업 입장에서 제품은 필수 불가변의 요건일 수밖에 없으며, 패키지 디자인의 전략적 개발에 의한 부가가치의 창출, 광고, 홍보 효과를 노린다면 패키지 디자인의 중요성과 전문성이 더욱 절실할 수 밖에 없기 때문이다. 불황기 속에서도 히트상품을 출시해내고 기업성장을 이루어 가는 기업들의 마케팅 전략을 잘 살펴보면 자사 브랜드의 파워를 향상 시키는 것에 아낌없는 투자와 집중적인 개발을 하여 그 방법적인 차원에서 패키지 디자인을 적극 이용하고 있다는 공통 분모를 찾을 수 있다. 그러므로 디자인계는 오히려 전략적인 디자인으로 마케팅 효과를 극대화 시키는 방법적이고 적극적인 대응책을 마련해야 할 것이다. '적극적인 마케팅'이란, 제품을 만들어 내고 소비자에게 상품의 구매를 권하는 소극적인 개념의 마케팅을 넘어 소비자가 원하는 제품을 만들어 내고 소비자의 욕구에 민감히 대처하는 소비자와의 '심리전'이라고 표현 할 수 있다.

패키지디자인업계

최근의 소비 성향은 뚜렷이 상반된 이중 곡선을 그리고 있다. 그 하나는 인터넷이나 매스미디어의 발달로 신속하고 손쉬워진 구매 욕구의 충족이다. 최근에 가속화된 인터넷 쇼핑이나 홈쇼핑의 손쉬운 구매 형태와 테이크 아웃을 즐기는 신세대의 소비형태를 예로 들 수 있다. 세계적인 테이크 아웃 커피 전문 브랜드인 '스타벅스'의 메뉴에는 자신의 취향에 맞게 다양한 커피를 고를 수 있다. 스타벅스의 로고가 선명하게 인쇄되어 있는 컵을 들고 다니는 신세대들의 모습은 '자유로움'의 상징이 되어 하나의 소비문화로 빠르게 자리매김하였다.

반면에 다양한 가치관 속에서 자신을 표현하고 주체성을 찾고자 하는 욕구가 높아지면서 자신의 가치를 소위 '명품' 브랜드를 고집하는 데에서 찾으려하는 성향을 보이고 있다. 명품 브랜드인 샤넬, 구찌 등의 최근의 신상품들을 살펴보면 고유 브랜드와 제품의 특성은 유지되 새롭고 독특한 패키지 디자인을 전략적으로 이용하여 신상품들을 출시하고 있는 것을 볼 수 있을 것이다. 이러한 현재의 소비시장의 특성 또한 역동적인 마케팅 시장의 흐름의 한 부분일 수 있으며, 지금도 소비자는 언제나 변하고 있고(새로운 소비세대가 성장하고 있으며) 그 욕구 또한 다양해 질 것이다.

소비자들은 다양한 이유에서 구매 동기를 갖는다. 남들도 다 하나씩은 가지고 있는 것이라는 이유로 구매하기도 하고, 때로는 남들이 갖지 않은 흔치 않은 것을 소유한다는 데서 자긍심을 느끼기도 한다. 특정 캐릭터나 소재를 포장 소재로 응용한 제품들은 콜렉터들에게 좋은 수집 상품으로 어필할 수도 있으며 어떤 이들은 단순히 남들보다 발 빠르게 신상품을 소유하는 것을 즐기기도 한다. 넘쳐나는 상품들의 범람과 혼란 속에서 다양한 소비자의 욕구에 부합하는 패키지 디자인이야말로 상품의 부가가치와 오리지널리티를 창출해 내는 가장 핵심적인 요소인 것이다. 단위 포장 형태를 콤팩트하게 하는 것만으로도 엄청난 물류비용을 줄일 수도 있고 독특하고 새로운 디자인만으로도 고 부가가치의 차별성 있는 신상품을 만들 수 있다. 그렇기 때문에 디자이너는 최고의 마케터이자 상품 개발자가 되어야 하며, 우리는 바로 이 것에서 해결점을 찾아야 할 것이다.

디자인 부가가치 상품이 신제품으로 출시되어 수익성의 향상과 신규 수요를 창출해 낼 때 비로소 패키지 디자인에 의한 시장과 소비의 확대, 그리고 경제 성장으로 이어질 수 있을 것이다. 그리고 신년이야말로 패키지 디자인 업계가 그 중추적 역할을 담당하는 전환점이 되리라 기대하여 본다. [ko]