

브랜드 체계화 · 고급화 통해 소비자 구매욕구 자극 대한민국산업전람회 국무총리상 수상



양 재 희(위), 이 진 양(아래)

프리랜서, 이엔디자인

한국디자인진흥원이 지난 달 2일 개최한 제39회 대한민국산업디자인전람회 시상식에서 패키지디자인부분 35개 팀이 입상 이상의 수상을 했으며 이중 양재희, 이진양 씨의 '주방문화의 고급화와 브랜드 아이덴티티를 위한 목기제품 패키지 디자인'은 국무총리상을 수상하는 쾌거를 낳았다.

이에 주디자이너인 양재희 씨를 만나 제품 디자인 컨셉 및 패키지 디자인에 대한 견해를 들어보았다.

“아직 많이 부족하고 배워나가야 하는 저희에게 큰상을 주셔서 너무 감사드리고 항상 지켜봐주시고 관심을 가져주시는 교수님, 선생님 선후배님들, 저희를 알고 계신 여러분들께 감사드립니다.”

양재희 씨는 “디자이너로서의 책임감을 느끼고 더욱 열심히 노력하라는 채찍질로 여겨 좋은 자리에서 더욱 좋은 디자인을 하도록 노력하겠다”고 소감을 밝혔다.

지난 해 한양대학교 디자인대학원을 졸업한 양재희 씨는 98년 제5회 팩스타(PACKSTAR) 우수상(Shoot)을 비롯, 99년 제34회 대한민국산업디자인전람회 입선(Dear), 2000년 한국비주얼디자인대전(전국 공모전) 특선(Green Package), 제36, 37회 대한민국

산업디자인전람회에서 수상하는 등 디자인 업계의 젊은 인재로 자리매김하고 있다.

이번 '주방문화의 고급화와 브랜드 아이덴티티를 위한 목기제품 패키지 디자인'의 부디자이너로 역할을 다한 이진양 씨 역시 제38회 대한민국의산업디자인전람회 산업디자인진흥원장상(kotaz), 제39회 대한민국산업디자인전람회 국무총리상(Wooden)을 수상한 전력이 있다.

양재희 씨는 "소비자 각자의 개인 스타일이 부각되어 가는 현대 사회를 바라보는 관심 분야와 견해가 비슷해 함께 제품디자인을 하게 됐다"고 밝히면서 "패키지 디자인의 아이템으로 개인의 생활과 환경에 유의한 주방용 목기 제품을 선택하게 됐다"고 말했다.

양재희 씨는 주방 목기 제품이 환경적인 측면과 사용하는 소비자의 측면 등 다각적인 면에서 장점을 갖고 있기 때문에 브랜드의 구조적인 체계화와 고급화를 통해 소비자의 소비 욕구를 자극시키는데 작용을 할 수 있다고 판단, 이를 통해 제품의 다양화를 이룰 수 있고 브랜드 인지도가 상승하는 효과를 낼 수 있다는 신념 아래 패키지 디자인 개발에 착수하게 된다.

'주방문화의 고급화와 브랜드 아이덴티티를 위한 목기제품 패키지 디자인'은 제품의 특징을 살리기 위하여 제품 군별로 통일성있는 컬러와 면분할을 하여 지기구조와 공간에 알맞게 사용했다는 장점이 있다.

지기구조에 있어서도 과도한 변형을 한 지기구조가 아닌 소비자가 단순하고 빠르게 쉽게 제품의 정보를 확인하는데 용이하도록 보여지게 디자인을 했으며, 목기 제품의 간결하면서도 자연적인 형태를 이용해 주방 목기 제품의 감각미를 추구하고 보관과 유통의 편리를 위한 실용적 지기구조를 갖췄다.

양재희 씨는 "패키지 디자인이라는 분야는 브랜드 이미지 구축을 하는데 있어 중요한 역할을 할 뿐만 아니라 효과적으로 브랜드의 이미지 기업의 이미지를 전달할 수 있는 소비자와의 커뮤니케이션 역할의 장"이라고 말한다.

디자인에 대한 기업과 일반인의 인식이 개선되고 그에 응당한 투자와 업계의 관심어린 시선이 있을 때 더욱 기쁨있고 누구나 공감할 수 있는 브랜드의 가치를 발휘하는 디자인이 탄생할 것이라는 양재희 씨.

그는 "시각 정보화 사회에서 효율적인 브랜드 커뮤니케이션은 패키지디자인"이라고 밝히면서 "시도하지 않았던 여러 분야의 패키지디자인 개발을 통해 발전하는 디자이너로 거듭나고 싶다"고 포부를 밝혔다.

늘 처음과 같은 마음으로 디자인에 임하겠다고 밝히는 양재희 씨 그의 바램대로 패키지디자인이 브랜드 커뮤니케이션으로 한층 거듭나기를 기대해 본다. [K]

박초혜 기자