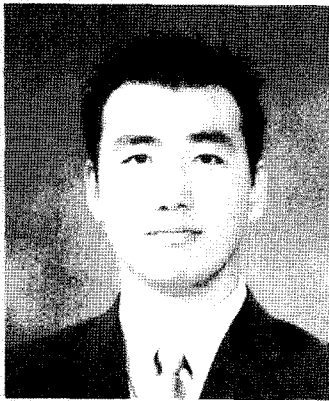


## 스파크 2008 팬타어워드 플래티넘상 수상 지속 가능한 유니버설 디자인 설계



정 영 수

애경산업 디자인센터 디자인팀 대리

애경의 대표적인 세탁세제 '스파크'가 2008 팬타어워드 (PENTAWARDS)에서 생활용품 카테고리 내 1위인 플래티넘상을 수상, "어느 나라를 막론하고 언어가 필요 없이도 제품의 용도를 아주 명확히 알 수 있는 진정한 유니버설 디자인"이라는 극찬을 받는 등 열광적인 호응을 얻었다.

글로벌 패키지디자인 공모전인 팬타어워드는 세계의 우수한 회사들과 디자인 전문업체가 참가하는 패키지 디자인 어워드로 이번 디자인 어워드에는 세계 39개국에서 6백88점의 작품이 출품, 국내 기업 중에서는 애경이 수상했다.

애경산업 디자인센터 정영수 대리에게 수상 소감 및 스파크 패키지디자인에 대한 견해를 들어보았다.

편집자 주

애경 스파크 패키지디자인에 대한 디자인 컨셉과 장점을 소개해 주십시오.

스파크 드림은 기능적인 부분만을 강조하는 기존 세제의 이미지에서 벗어나 소비자들에게 감성적인 세제로 접근했습니다. 즉, 한번 쓰고 버리는 용기가 아닌 재사용을 유도하는 지속가능디자인을 함께 추구한 것입니다.

기존 세탁기와 잘 어울릴 수 있도록 드림세탁기를 모티브로 하여 세제라는 것을 쉽고 강력하게 전달하였고 투명창을 활용하여 캡을 열지 않아도 소비자가 사용량을 쉽게 확

인할 수 있도록 디자인했습니다.

스푼도 캡에 고정되어 사용 시 세제가 손에 묻지 않아 사용과정에서 소비자 마음을 배려하였습니다. 용기는 다 쓴 후 리필(Refill) 하여 리사이클링(Recycling)을 할 수도 있고, 재사용이 가능합니다.

### 포장 및 디자인 개발 과정에서 어려웠던 점은 어떤 부분이셨는지요?

기존의 제품에서 탈피하여 독창적이고 차별화된 디자인을 하기 위해선 모든 디자이너들은 하



나같이 같은 고민을 할 것입니다. 참신하고 획기적인 디자인도 중요하지만 현실적으로 가능한 지 또는 기능적으로 문제가 없는지, 이 모든 것을 고려해서 디자인을 해야 합니다.

스파크 드럼 역시 기존 세제용기의 고정관념을 깨는 것이 가장 어려웠습니다. 단순히 세제용기가 아닌 소비자들의 마음을 사로잡을 수 있는 참신한 아이디어가 필요했습니다.

일례로 용기 전면을 커다란 투명창으로 디자인 하면서 전면 그래픽 사이즈를 줄이는 어려움이 있었습니다. 혹시나 소비자들이 브랜드를 알아보지 못할까 하는 걱정도 했지만, 매장에서는 반응은 달랐습니다.

한눈에 들어오는 세탁기 디자인은 스파크를 한층 업그레이드 시켜주면서 분말세제 용기디자인의 새로운 장을 열어 주었습니다.

### 제품 포장 및 디자인에 있어서 가장 중요하게 생각하시는 부분을 말씀해 주십시오.

패키지 디자이너의 역할은 환경문제가 대두되면서 그 중요성이 더해가고 있습니다. 애경에서 추구하는 환경에 기여하는 디자이너의 역할도 지속가능디자인의 실천이라고 할 수 있습니다.

스파크 드럼용기가 그 시발점에 있는 제품이라고 볼 수 있으며, 한 달 만에 버려지는, 혹은 구입 즉시 쓰레기가 되는 일회성 패키지가 아닌, 지니

## 분말 세제 용기디자인 새로운 장 열어

고 싶어 하는, 갖고 싶은 패키지로 디자인하고자 하였습니다.

지속가능디자인을 통해 세탁실에서 지저분하고 숨어있는 기존의 세제용기와 달리 세탁기 앞에서 당당하게 인테리어의 일부가 된 스파크 드럼을 만날 수 있을 것입니다.

### 제품 패키지 개발 계획을 말씀해 주십시오.

마트에 가면 하루가 멀다고 새로운 제품들이 쏟아져 나옵니다. 이제는 단순히 예쁘고 화려한 디자인이 아닌 소비자들의 감성을 자극시키는 디자인이 부각되는 시대입니다.

제품을 사러 온 소비자가 반드시 제품을 구입하는 것도 아니고, 제품을 살 생각이 없던 소비자가 반드시 제품을 구입하지 않는 것도 아닙니다.

소비자의 마음은 소비자 자신도 모릅니다. 일등브랜드 제품을 사러 온 소비자가 감성에 끌려 제품을 사도록 만드는 것. 그것이 앞으로 현 시대가 원하는 감성디자인이라고 생각합니다. 앞으로 더 나아가 소비자를 배려하고 환경을 생각하면서 창의적인 유니버설디자인을 하고자 노력 할 것입니다.

### 향후 계획에 대해 말씀해 주십시오.

저희 애경 디자인센터는 지속적으로 고정된 패러다임을 바꾸는 디자인을 하기 위해 참신한 아이디어를 독려하고 존중하는 문화를 확산시킬 예정이며 제품의 라이프 사이클의 전 과정인 판매시점, 사용시점, 사용 후 시점에도 소비자의 숨은 요구까지 만족 시켜 주는 디자인을 하고자 지속적으로 노력 할 예정입니다.

또한, 환경을 생각하고 미래를 준비하는 지속 가능한 패키지에 관해서도 디자인센터의 신기술파트에서 지속적으로 연구하고 있습니다.

생활 속의 언제 어디서나 쉽게 만날 수 있는 애경 디자인을 통해 많은 분들이 즐거워질 수 있게 되길 기대하고 노력하겠습니다. ☺

**신제품 및 업체 소개**

**월간 포장계 편집실**

**(02)2026-8655~9**

**E-mail : kopac@chollian.net**