

>>>

디자인에 대한 올바른 인식 강조

기업과 디자이너간의 상호 보완 필요



윤복영
LG생활건강 디자인팀 과장

이번 GD상품전에서 한국디자인진흥원장상을 수상한 LG생활건강 윤복영 디자인팀 과장은 “몇 년 전에도 라끄베르 기초 제품으로 GD상품전에서 한국디자인진흥원상을 수상했는데 또 다시 동일한 상을 받게 되어서 감회가 새롭다”고 말했다.

이번 GD상품전에서 수상한 제품은 오취피토라피, 여성기초화장품으로 “피토라피”는 식물을 뜻하는 피토(PHYTO)와 치료요법의 합성어로 식물에서 나오는 추출물로 피부에 생명력 있는 아름다움을 부여한다는 의미로 식물의 성분과피를 최소화 하는 최첨단 과학기술을 이용해 원 상태 그대로 담아 피부를 생기있고 투명하게 가꾸어주는 화장품이다.

이러한 식물을 이용한 NATURAL 한 컨셉으로 소비자가 느끼는 신뢰감의 전달 방법으로 매, 난, 국, 죽의 사군자 중 대나무의 특성이 회사가 소비자에게 식물의 성분과피를 최소화하여 전달하고자 하는 의지를 표현하고자 할수 있다고 판단해 적용하게 된 것이다.

윤복영 과장은 “대나무는 그 곧은 모양새와 속을 비우고 사철 푸른 빛을 잃지 않는 특성으로 인해, 예로부터 선비들에게 절개와 강직함의 상징으로 사랑을 받아 왔으며, 소

비자에게도 식물성화장품에 대한 품질 신뢰감을 전달하고자 한 것”이라고 설명했다.

제품 디자인은 피토라피가 가지고 있는 자연적, 과학적, 전문적, 느낌을 최대한 부각시키고 재생지인 크라프트팩을 사용하여 기존 화장품과 차별화를 두었으며 재생지의 느낌을 최대한 살릴 수 있도록 면적분할에 따른 그린계통의 색상외의 색상을 최대한 자제하였다.

제품 용기는 대나무 마디에 내용물을 보관하여 소비자에게 전달하고자 하는 마음으로 조형상대나무를 형상화한 것이다.

윤복영 과장은 현 포장디자인에 대해 “디자이너를 위대한 예술가로 인식하고 너무 많은 것을 바라는 기업이나 사업성을 무시하는 개인취향의 디자인에 성취감을 느끼며 사업성을 등한시 하는 디자이너를 볼 수 있습니다.”며 “디자이너는 경영마인드를 배제하는 개인취향의 디자인에 흥미를 가지는 경우를 종종 볼 수 있는데 이는 기업이나 디자이너 모두 디자인에 대한 바른 인식을 갖고 더욱더 매진해야 할 것”이라고 말했다.

항상 소비자가 공감할 수 있는 디자인으로 신뢰를 바탕으로 더욱더 성장하는 LG생활건강 디자인팀이 되길 기대한다. [ko]