

# 내장타일 디자인 개발에 대한 연구

## A Study on the Development of the Wall Tile Design

김 명 근

서울기능대학 시각디자인 전임강사

## I. 서론

- 1-1. 연구목적
- 1-2. 연구방법 및 범위

## II. 내장타일 종류 및 시장현황

- 2-1. 내장타일의 종류 및 분류
- 2-2. 내장타일 제조공정
- 2-3. 내장타일 시장현황
  - (1) 국내시장현황
  - (2) 국외시장현황
  - (3) 소비자 구매성향

## III. 내장타일 디자인 개발에 대한 분석

- 3-1. 내장타일 업체별 디자인실 현황
- 3-2. 내장타일 디자인 분석
  - (1) 규격
  - (2) Color
  - (3) Pattern
  - (4) 특징

## IV. 내장타일 개발방향

- 4-1. 디자인 방향
- 4-2. 기술개발 방향
- 4-3. 인력개발 방향

## V. 결론

### 참고문헌

### Keywords

3RD firing, Natural Color, Living space

## ABSTRACT

Although the wall tile, which is the finishing material, has been used in many parts of the living space, there has been no attention to the process of research, production and marketing.

Owing to the elevation of living tastes and the betterment of housing is causing a lot of interest and care about the finishing material in the inner part of housing, the interest on the wall tile has been remarkably increased. Even to the designers who are specializing in design, the wall tile industrial field has considered as only a ceramics, therefore it has not been indifferent to.

With the background of the above, being conducted researches for causing interest and understanding in the wall tile industries with the various approach focusing on the importance of design, the desirable roles and direction of design in the wall the tile field, this study shows the development and desirable future of the wall tile industries in our country.

## 논문요약

건축물의 마감재료인 내장타일은 생활공간에 많은 부분에 쓰여지고 있지만 제품이 연구되고 생산되고 판매되는 과정에 대해서는 별로 많은 관심을 가지지 못했다.

생활문화의 발전과 주택의 고급화는 실내공간에서 차지하는 마감재에 많은 느낌과 관심을 가지게 되어 타일에 대한 관심도 매우 높아지게 되었다.

특히 디자인을 전공하는 디자이너들에게는 타일산업은 단지 요업분야로만 생각되어져 있어 별로 큰 관심의 대상이 아니었다.

이러한 사고의 바탕으로 본 연구는 타일산업에서 차지하는 디자인의 비중과, 디자인 방향과 역할을 여러각도에서 접근하여 우리나라 타일산업의 발전과 미래를 제시하고자 한다.

# 1. 서론

## 1-1. 연구목적

생활환경요소에 많은 부분들이 직·간접적으로 인간의 활동과 생활리듬에 변화를 가져다 준다.

특히 인간의 가장 기본적인 요소의 하나인 주거공간과 생활공간은 형태와 기능과 느낌에 따라 감성변화와 행동변화에 많은 차이를 가져올 수 있다.

우리의 생활 변화도 국제시장개방화에 따라 문화의 질적인 향상과 의식구조가 상당히 바뀌고 주거공간의 문화도 과거의 것에 반복되는 것이 아니고 새롭고 신선한 것을 추구하며 다양화되고 개성 있는 색상과 디자인을 요구하게 되었다.

따라서 건축마감재의 하나인 내장타일에 대한 개념과 의식변화도 미적인 감각에 많은 관심을 가지게 되었다.

내장타일은 각 가정의 욕실이나, 주방, 현관입구 등 우리주변에서 쉽게 접할 수 있는 건축마감재이고 재질의 특성상, 내화, 내수성을 갖고 있으므로 열, 약품, 온도 등에 잘 견디며 형상과 크기를 자유롭게 만들 수 있으며 표면의 더러움을 쉽게 세척할 수 있어 관리가 용이한 천연재료이다.

또한 색상과 패턴은 다양화시킬 수 있어 다양한 디자인 표현이 가능하여 건축물의 마감재와 장식재료로서의 의미가 크다. 그러나 전통적으로 우리나라는 목조건물의 양식구조 변천에 따라 서양의 석재건축에 비해 타일사용이 늦었으나 주거형태의 변화와 아파트 문화에 익숙해진 소비자들은 공간의 미적구성과 세련되고 아름다운 감각적 타일을 요구하기 시작하였다.

과거의 기능중심에서 고감각 상품 중심으로, 단순소비에서 복합소비로, 가치의존에서 가치 창조적으로, 동질성 감각에서 개성을 강조하는 이질성 감각으로, 이성중심의 사고에서 감성중심의 방향으로 가고 있는 현대문명의 흐름에 따라 소비자의 기호나 의식에 여러 가치를 내포할 수 있다.<sup>1)</sup>

이러한 변화들로 인해 타일 수명이 짧아지고 다양화 되면서 생산방식도 소량다품종으로 변해가고 있으며 기업체마다 디자인에 대한 의식과 첨단제조 설비 보유를 더욱더 서두르게 만들고 있다.

내장타일 디자인 개발에 대한 개념도 이러한 상황조건하에서 새롭게 구성하고 연구하여 시대적 변화에 대응하는 제품차별화 전략을 연구하고자 하는데 그 목적을 두고자 한다.

## 1-2. 연구방향

타일업계는 지난 수년간 건설경기의 호황으로 인하여 비교적 외적인 성장을 유지하여 왔으나 정작 불어 닥친 국제화, 시장 개방 정책과 국내·외적으로 인한 정치적·경제적 불안으로 매우 어려운 시기를 맞이하게 되었다.

특히 무한경쟁시대로 접어들면서 국제화의 노력 없이는 생존의 불가능과 내수시장조차 시설과다 증대로 인한 공급의 양적 증대로 더욱더 치열한 경쟁적 상태에 놓이게 되었다.

이러한 위기감 속에서 디자인과 브랜드의 인지도를 국제화와 고부가 가치제품으로 생산하여 경쟁력을 갖추기 위한 기업의 전략적 구상과 개발 투자는 매우 활발해졌다.

따라서 본논문은 내장타일의 국내·외적인 영향과 변화를 인지하고 소비자 시장수요 변화를 예측하므로써 기업체별 디자인실 운영 실태와 연도별 제품의 디자인 요소와 특징을 분석하여 개발방향을 설정하고 국제화 시대의 경쟁력 회복에 부응할 수 있도록 연구의 방향과 의의를 갖고자 한다.

# II. 내장타일종류 및 시장현황

## 2-1. 내장타일 종류 및 분류

(1) 호칭명에 따른 분류(용도에 따른 호칭)

내장타일, 외장타일, 바닥타일, 모자이크 타일

(2) 소지질에 의한 구분(표1)

소지의 질	흡수율	상태	비고
자기질	3%이하	거의 흡수 없음	바닥타일
석기질	5%이하	점점(약간)흡수	내장타일
토기질	18%이하	어느정도흡수	클링커타일 8%이하

(3) 호칭명과 소지의 질(표2)

호칭명	소지의 질
내장타일	자기질, 석기질, 토기질
외장타일	자기질, 석기질
바닥타일	자기질, 석기질
모자이크타일	자기질

(4) 유약 유무에 따른 구분

-시유(施釉)타일 무유(撫釉)타일<sup>2)</sup>

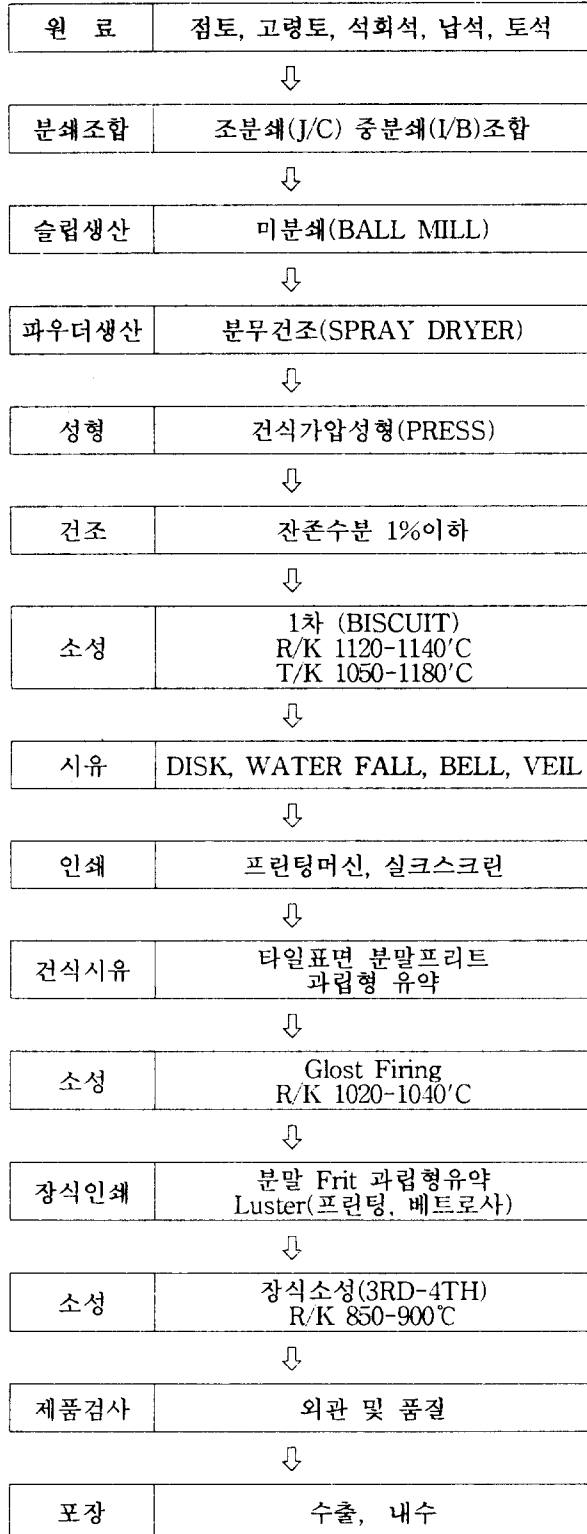
1) 월간 세라믹스 6월호, 1993, p.92

2) 성장기업(주) 타일시방서, 1995, p.4

## 2-2. 내장타일 제조공정

내장타일 제조공정은 여러 가지 요소를 많이 거치지만 그중에서도 부분적으로 나누어 보면 (표3)과 같이 구분지어 분류할 수 있다.

내장타일 제조공정도(표3)



## 2-3. 내장타일 시장현황

### (1) 국내시장 현황

국내타일 산업은 1970년대 초에 도기질 타일을 생산 하면서 국내시장을 중심으로 발전하였다.

초기의 경우 수공업적인 생산방식으로 도기질 타일을 생산하기 시작하였으며 제품의 종류도 매우 단조로운 형태를 띠고 있었다.

이후 80년대 접어들면서 국내타일업체는 자기 타일을 본격화하기 시작하였다.

이 시기의 주요 생산 설비와 기술은 타일선진국인 이탈리아, 일본에서 도입하였으며 디자인도 거의 모든 것이 외국것의 모방이었으며 외국 필름을 구입하여 제품을 생산하기도 하였다.

6공화국들어 2백만호 주택건설정책이 본격 실시된 89년에는 내장타일생산량이 5백 60만평이었고 또한 문민정부 출범 첫해인 93년에는 2백 50만호 주택건설 정책에 따라 1천 40만평으로 86%나 증가하였다.<sup>3)</sup> 이처럼 주택건설 정책에 따라 아파트용 타일수요가 급격히 늘어나면서 각기업체마다 시설 투자와 디자인실의 본격적인 운영과 디자인에 대한 관심을 가지게 되었다.

소득향상과 주택의 고급화로 인하여 주거환경의 변화와 수입자유화에 의해 다양한 선진제품을 접하므로써 타일에 대한 기본 개념이 완전히 바뀌게 되었다.

이러한 변화로 내장타일 소비패턴이 다양화되어 지고 미적감각과 개성있는 색상과 디자인 기능별 공간에 따른 차별화된 타일과 세대별 감각에 맞는 타일을 요구하기 시작하였으며 이로 인해 타일 디자인의 수명은 짧아지고 다양화 되면서 생산방식도 소량다품종으로 변하여 가고 있다.

이러한 디자인 변화와 욕구는 제조업체의 증설과 시설개체에 따라 품질이 대등해지면서 타일디자인 개발에 의한 자사제품의 우위확보에 나서기 위해 디자인 연구와 노력과 투자가 더욱더 가속화 되어 가고 있다.

### (2) 국외시장 현황

국내타일 생산업체는 그동안 국내 시장의 호황으로 양적 생산에만 치중한 나머지 품질 고품위화와 신제품개발에 매우 소홀했다.

3) 월간 세라믹스 4월호, 1994, p.162

이러한 가운데 UR타결과 국제시장의 개방화에 따라 급속한 시장 환경 변화를 맞이하면서 심각한 전환기를 맞이하였다.

시장환경의 변화는 국내의 양적인 확대에서 발생하고 있는 문제와 국제화 면에서 나타나는 질적인 문제로 집약된다 하겠다.

국제 타일시장도 전세계의 불황과 세계 각국의 타일생산업체의 과다증대로 인해 경쟁은 더욱 치열하면서 디자인과 가격을 내세운 새로운 세계 시장 판도를 개척하고자 혈안이 되어 있다.

일찍이 타일산업의 선진국인 이탈리아와 스페인은 국제적인 대형타일전시회를 개최하여 자국의 타일에 대한 새로운 이미지를 전세계에 홍보하면서 새롭고 다양한 기법의 타일을 선보이므로써 전세계의 관심을 불러일으키고 있다.

전시회의 내용도 각요소에 따라 디자인 분야, 기계분야, 유약분야 등 타일생산에 관련된 모든 복합적인 요소의 개발이 타일 개발에 대한 부분적인 요소에 전문성을 가지게 되었다. 각 부분별로 전문화되어 연구하고 서로 협력하며 산학협동이 원만하게 이루어지고 있다.

또한 이탈리아는 타일회사의 공동 출자금으로 타일에 관련된 전반적인 요소를 교육시킬 수 있는 교육기관을 만들어 전문 인력을 배출하고 있으며, 전문적인 타일연구소 및 디자인 관련업체가 전세계의 타일 시장의 방향을 이끌어 가고 있다.

디자인의 고급화로 인한 세계시장 공략은 다양한 제품의 디자인, 제품의 질적 우수성, 심지어 손으로 직접 제작한 수공예 타일의 개발은 중동시장의 부유한 국가를 상대로 많은 수익을 올리고 있다.

뒤늦게 타일시장에 뛰어들어 중국산제품은 값싼 노동 인력을 바탕으로 전세계의 시장을 값싼 가격으로 공략하고 있으므로 국내타일업체의 전망에 적신호를 보내면서 이제 내수시장만으로는 시장유지가 힘들고 제품의 고급화, 기능화, 전문화로 시장마케팅 전략을 내세워야 할 때이다.

이탈리아 타일시장 다음으로 스페인에서도 우수한 장인정신을 바탕으로 세계건축장식전을 개최하여 세계의 모든 바이어들을 맞이하여 세계타일 시장에 판매를 촉진하고 있으며 디자인에 있어서도 특징적 주제를 설정하여 모든 타일업체들이 그에 맞춰 디자인 방향을 설정하고 또한 인터넷서널 타일 공모전을 개최하여 전세계의 디자이너들의 관심과 흥분을 자아내게 하며 한해동안 신개발에 공로가 큰 회사를 선정하여 시상하는 제도를 마련하여 국가적인 차원에서 특정산업분야로 지원하고 있다.

### (3) 소비자 구매성향

우리나라도 이제 OECD가입에 따라 명목상 선진국 대열에 들어섰다.

그간 경제 성장의 발전과 함께 여유있는 생활문화가 향상되고 해외여행 자유화에 따라 국제적인 안목이 구비되고 시장개방에 의한 수입품의 다양한 디자인을 접함과 국제적인 행사 등으로 전체적 국민의식이 한층 향상 되었으며 또한 소득향상에 따른 주택의 고급화로 주거환경에 대한 관심이 한층 고조되고 있다.

문화의 구성도 단순소비에서 복합소비(물적재화에 서비스와 결합된 것) 내구성 소비에서 소모성소비(일회용품소비)방향으로 가고 있으며 제품에 관한 소비자의 선택기준이 되는 것은 가격, 품질, 디자인, 브랜드명 등 여러 가지 요소가 이루어져 있고 특히 디자인에 의한 선택이 보편화 되어지면서 디자인의 중요성이 매우 크다고 볼 수 있다.

미적인 감각도 다양한 모든 제품의 변화와 문화에 익숙해져 있어 칼라나 디자인에 있어서도 화려하고 대담하고 강력한 색상의 톤과 추상적인 낭만적인 특징적 요소의 배합으로 이루어진 다양화 요구가 디자인의 개발을 더욱더 촉진시키고 있다.

특히 욕실공간에 대한 개념도 부분적 디자인 의도에서 복합적 구성요소로서 진행되어 가면서 하나의 휴식공간과 문화공간으로서 그 역할과 가치성이 더해 가고 있으며 사용자의 의향과 목적에 따라 주문형 요구가 증가하고 있다. 또한 시공에 있어서도 한제품으로 국한된 것이 아니라 여러 가지 패턴을 다양하게 복합시켜 공간을 연출시키고자 하는 경향이 많이 나타나고 있다.

## III. 내장타일 디자인 개발에 대한 분석

### 3-1. 내장타일 업체별 디자인실 현황

내수시장 위주로만 생산을 하여온 국내 내장타일업체는 모든 시장 변화의 흐름에 따라 고급품 유럽타일과 값싼 중국산 타일의 중간적 위치에서 새로운 돌파구를 마련하지 못하면 경쟁력에서 살아남지 못하는 급급한 상황에 처하게 되자 최근들어 디자이너 충원과 디자인에 관련된 최신장비인 컴퓨터도입과 디자인실 강화 투자 움직임이 경쟁적으로 활발해지고 있다

현재 타일업계 디자인실에서 근무하는 인원은 총 50명 정도에 이른다. 디자이너는 제품디자인, 시각디자인, 공예등 관련 분야전공자와 여기에도

요업과, 화공과, 무기재료과 출신의 개발실, 실험실 보조인원까지 합하면 타일디자인 관련 인원은 70 명선을 넘어서고 있다.

디자인 개발도 필요한 관련 기자재 도입으로 활발하다. 지금까지 수작업 및 제판카메라에 의존하고 있었으나 컴퓨터 도입으로 디자인 개발의 다양화 단계에 들어서고 있다.

이러한 디자인실의 인원 및 기자재 강화로 지난해까지도 90%이상 타일 선진국의 제품을 카피만을 하던 것을 올해부터는 자체 디자인 개발을 30~50% 선으로 늘리고 있다.<sup>4)</sup>

이러한 디자인 개발 강화 움직임은 제품의 Life cycle이 짧아지고 소비자가 원하는 타일의 종류가 다양해지고 지속되는 불황에 대응하고자 하는 긴박한 현상으로 받아들여지고 있다.

또한 자사고유 디자인 브랜드를 수요자층에 인식시키고 제품의 다양성으로 시장 개척의 필요성이 절실히 요구되고 있기 때문이다.

뿐만아니라 세계시장 개방화 속에서 살아남기 위해 내수 및 수출시장 개척을 위해서라도 디자인에 대한 관심과 기대는 현 국내 타일업체의 지상과제로 등장하고 있다. 내장타일 업체별 현황을 살펴보면 다음과 같다. (표4)참조

내장타일 업체별 디자인실 현황 (표4)

업 체 명	디자이너 수	디자이너 전공	기기보유대수	비고
동서산업	7	산업디자인 6명, 조소1명	맥켄토시8대	
삼영산업	6	산업디자인 4명, 도예2명	IBM 3대	
극동요업	4	도예2명, 금속공예 1명, 산업디자인 1명	IBM 3대	
삼 현	4	산업디자인 4명	맥켄토시3대	
대림요업	5	산업디자인 5명	맥켄토시1대	
대림통상	3	금예1명, 도예2명	카메라 수작업	
이화산업	2	산업디자인2명	IBM 1대	
대호타일	2	산업디자인2명	IBM 2대	
대일요업	2	산업디자인2명	맥켄토시2대	
대경요업	2	섬유디자인1명, 기타1명	카메라 수작업	
삼 원	1	산업미술	"	
천광산업	1	응용 미술	"	
대동산업	1	맥켄토시 오퍼레이터	맥켄토시 1대	
대보요업	1	산업디자인	맥켄토시 1대	
천일요업	실험실인원4	무기재료 전공자		실험실에서 디자인 업무 병행
선경산업	실험실인원8	무기재료 전공자		
태화요업	실험실인원4	무기재료 전공자		

4) 동서산업(주) 디자인개발전략, 1996.

### 3-2. 내장타일 디자인 분석

내장타일은 용도에 따라 다양화되고 고급화되면서 형태, 규격, 디자인 면에서도 새로운 방법으로 제시되고 있다.

또한 가옥의 형태도 가족의 공유공간에서 벗어나 부부만의 독립된 욕실문화가 일반화되면서 공간에 대한 관심과 가치성으로 새로운 형태 변화를 요구하고 있다. 이에 따라 욕실내부구조도 예술적 문화적 가치성을 중요시하여 욕조나 변기, 금구류, 바닥타일과 내장타일의 조화있는 균형을 요구하므로 토탈 디자인 개념으로 연구되고 있다.

#### (1) 규격

80년대 이전까지는 108×108mm 규격의 생산이 주류를 이루다 150×150mm 규격이 90년대 초반까지 많이 보급되었다. 이후 대리석 문양의 150×200mm, 200×200mm 규격이 많이 보급되었고 최근에는 추상적이고 기하학적인 문양의 200×250mm, 300×300mm, 250×400mm, 300×400mm 등으로 대형화 되면서 소형규격의 감소추세가 눈에 띄며, 정사각형 형태의 딱딱하고 둔해보이는 규격보다는 시선의 흐름이 위에서 아래로 흐르는 직사각형 형태의 감각적이고 부드러운 200×250mm 규격이 보편화되면서 일부제한적이고 한정적인 타일의 이미지를 새롭게 변신시켜나가고 있다. 또한 타일의 규격은 바닥타일과 내장타일의 경계면이 연결되면서 조화를 이루므로 바닥타일과 연계성을 잘 고려하여야 하며 타일 시공자의 시공 편의를 고려하여 디자인된 타일규격이나 특성을 잘 고려하여야 한다.

#### (2) Color

타일에 대한 일반적인 이미지는 깨끗하고 위생적인 개념의 white 단색 개념이 보편적이면서 Ivory 색이나 Beige 칼라로 전향되어갔다.

그러나 타일에 패턴양식이 개발되면서부터 색상도 다양하게 나타나게 되었다.

90년대 이후에는 파스텔톤의 옅은 Green, Brown, Gray 등의 색상이 보편화되었고, 근래에는 타일의 개념을 벗어난 벽지 형태의 추상적이고 환상적인 그래픽 무늬 디자인이 개발되면서 휴식공간으로써의 욕실의 분위기를 같이 느낄 수 있도록 다양한 색상의 조화로 이루어지고 있다.

또한 고급타일 일수록 Ruby, Dark Green, Chestnut Red, Black 등 강렬한 이미지의 색에 고급패턴 안료인 Gold, Silver문양이 조화를 이루면서 새로운

타일의 개념이 바뀌게 되었다.

또한 옅은색과 진한색의 혼합과 내장 타일에 강렬한 색상의 포인트를 강조하면서 자유롭고 다양한 색상배합의 조화를 요구하게 되었다.

자연석의 이미지를 강하게 비치면서 인공적인 타일의 개념을 자연석처럼 아름다운 형태로 발전시킨 Natural Color, Terracotta Color, Luster 등 조가비와 금속성과 같은 색상이 점차적으로 선보이고 있다.

### (3) Pattern

소형타일의 시작으로 처음 생산된 내장타일은 미적인 관심보다는 생산방식과 질에 우선하였으며 백색타일에 부분적으로 전사지에 의한 꽃모양, 기하적문양만이 장식적 역할을 대신하였다.

내장타일의 디자인 도입은 80년대 중반에 들어서면서부터 수요가 늘어나고 대형화 되면서 디자인 응용폭이 넓어졌으며 디자인에 대한 이해와 관심이 높아졌다.

디자인 표현에 있어서도 처음에는 기학적이고 단순하고 꽃, 풍경, 자연물에 대한 일반적인 문양에서 점차적 자연의 유기적 곡선의 응용과 비대칭적 형태, 대리석 문양 등 자연석에 가까워가는 디자인 응용이 활발해졌고 질감에 의한 다채로움이 새로운 패턴양식으로 대두되었다.

2차적 평면에 스크린된 디자인 표면위에 프린트성 안료의 가루를 뿌려 녹아내리면서 생기는 질감이 자연스럽게 엠보싱되는 질감에 대한 새로운 기법의 시도는 타일의 평면적인 기본 개념에 대한 새로운 변형을 가져다 주었다.

타일이 고급화 되어가면서 디자인의 표현방법도 고풍적이고 클래식하며 아르누보형식의 곡선적 타입과 아방가르드타입, 고전주의를 지향하는 의도와 강렬한 색상의 이미지로 신세대 감각의 신선하고 활기차고 대담하고 자유로운 표현의 발상도 타일 디자인의 새로운 변화를 볼 수 있다.

'96년도 스페인에서 열린 CEVISAMA 세계건축장식전의 주테마인 "회상의 재현"에서 선보인 각국의 타일디자인은 르네상스나 아라베스크, 바로크시대의 마울리카장식 기법, 모자이크 또는 아랍의 장식기법을 응용하고 있으며 시대적 미술의 흐름과 특징을 표현하고 있다.<sup>5)</sup>

또한 다량 생산품에 식상하고 기계에 대한 부정적인 반응이 수공예 작품의 예술성 가치를 자극시켜 시스템의 제한적 요소를 받지 않는 다양한 채색과 기법을 응용하여 장식예술로서의 새로운 의미가 주어지고 있으며 한가지 패턴의 모양에서 벗

어나 부분적으로 악센트를 강조하는 띠장타일과 인서트 타일<sup>6)</sup>, 2중 복합타일<sup>7)</sup> 방식도 새로운 공간연결에 대한 변화이며 4각 형태의 제한적 표현구상을 한층 자유롭고 다양하게 연출하도록 개념의 변환을 맞이하고 있다.

### (4) 특징

타일은 우선 위생적이며 가장 관리가 용이하다는 특징을 가지면서 변색되지 않고 오랫동안 문양을 지니고 있어 그 어떤 건축재료보다 생명력이 오랫동안 유지되어 온 것이다.

타일에 대한 일반적인 인식은 평면의 깨끗한 면과 4각형태에 대한 사고가 일반적이었다.

시장의 변화와 경쟁이 치열해지면서부터 여러 가지 방법으로 연구되어지고 있다.

특히 모양에 있어 기본적 4각형태에서 벗어나 다이아몬드형, 육각형 등의 변화와 3차 소성<sup>8)</sup>에 의한 디자인 개발은 타일 패턴에 대한 방향을 완전히 새로운 각도에서 인지되고 표현의 다양성과 디자인의 가치성을 더욱더 높였다.

조가비의 무지개색 빛깔과 금속성 느낌의 라스타 Color효과, 다채로운 색의 조합과 질감에 대한 느낌은 새로운 연구방향을 제시하였다.

시공에 있어서도 한벽면에 한가지 패턴만을 시공하는 것이 아니라 Two-Tone시공으로 느낌의 변화를 자극시켜 공간에 대한 지루함과 신선함을 해소시키고 공간분할의 유도과 특징적 패턴으로 시선을 자극시키는 띠장의 Listello스타일은 원색적이고 화려함으로 획일화되어 있는 분위기에 자극을 주어 신선함을 유도시켜주고 있다.

또한 타일자체만의 여러형태에는 재료의 이질성을 새롭게 변신하고자 천연재료인 자연적, 목재 등과 조화를 시켜 타일이 가지는 한정적 요소를 새로운 느낌과 다양한 변화를 표현해 나가고 있다.

결코 이러한 양상은 여러 가지 모습으로 재현되지만 인간내면의 감성은 새로운 것을 계속적으로 추구해 나가면서 어느 시점에 와서는 다시 과거의 어떤 것을 생각하고 재현해 내며 거기에서 느끼는 향수와 어떤 의미를 자아내는 것이 인간본연의 정신적 가치라 생각하고 많은 변화를 추구하는 선진타일 국가도 부드럽고 고전적이며 고풍 스타일을 재현시켜 새로운 타일기법의 특징으로 연구되어 지고 있다.

6) 타일의 중앙에 특징적, 디자인적 요소를 표현하여 아름다움을 자아내는 타일.

7) 2종류 이상의 타일로 전체공간을 아름답게 연출하는 방법

8) 완제품 타일에 다시 프린팅이나 특수기법으로 제작하여 아름다움을 자아내는 3번 소성한 타일.

5) 월간 세라믹스 5월호, 1996, p.154

(표 5) 연도별 내장타일 디자인 개발 과정

구 분	'93	'94	'95	'96	'97
규 격	150×200 200×250	200×250 200×300	200×250 200×300	200×300 200×250	200×200 200×250 250×400
Color	LT pink Bone Color Gray	Green Pastel tone	Natural Color Terracotta Color Luster 효과 Color	Lt Brown Dk Brown Soft Pink	Gray Brown Pink
Pattern	Marble Onyx	Onyx New Marble Graphic 소재	Antique Design Rustic New Marble	New Marble Antique느낌의 Graphic	New Marble 벽지 Design
특 징	띠장타일의 시공이 시작 단순한 프린트 제품에서 입체 적인 디자인이 요구됨	내장타일의 수입과 소비자의 독특한 COLOR의 선호로 잔잔하고 은은한 PATTERN에서 벗어나기 시작 하였고 소비자의 개성이 강하게 반영	Two-Tone 시공으로 타일의 기 능의 변화가 기대되 며 띠장타일 사용이 증가되고 고급화추세	고전주의 재현 장식성 강조 새로운 변화에 대한 시도 모자이크 형식	부드러운 분위기 강조 천연재료의 재현, 수공예 작품

## IV. 내장타일 개발 방향

### 4-1. 디자인 방향

새로운 시장의 변혁의 물결속에 주거환경문화도 과거의 것에 반복되는 것이 아니라 외부적 환경변화인 고객의 욕구변화, 경쟁사의 대응전략변화, 기술변화 등과 자체내의 기계설비수준, 연구개발수준, 자체기술수준과, 작업인력수준 등 내부자원의 능력과 활용이 모두 고려되어야 한다.

타일은 제한된 4각형태에 한 개체의 독립성을 가지면서 전체적인 구성에 대한 조화와 통일성이 함께 이루어져야 하므로 많은 착오와 디자인 개발에 어려움이 따르기도 한다.

또한 재료의 특수성에 따라 무기재료와 유리성분의 안료와 불의 온도성에 따른 많은 변화가 주어지므로 다각적으로 재료의 성질이나 화학적 반응 등 여러 가지 전문적 요소에 대한 이해와 경험을 필요로 한다. 그간 타일 디자인을 기술적 미비와 시스템의 제한으로 인하여 2차소성의 제한된 디자인 개발에 한정되어 왔으며 타일선진국 제품의 모방과 카피에만 치중한 나머지 뚜렷한 특징을 가진 자사의 고유한 디자인 방향이 없었다.

디자인의 본격적 개발은 3차 소성에 의한 제품 개발로 인해 색상의 화려한 연출과 다양한 기법에 의해 새로운 개념의 타일시장이 형성되어 왔으며 디자인의 폭도 한층 다양하게 응용될 수 있었다.

안료의 성분과 프린터형 기법, 시스템운영에 대

한 전반적인 기술습득으로 새로운 디자인 기법에 대한 이해를 고지시키므로써 다양하고 창의적인 제품을 개발할 수 있다.

또한 타일이 사용되는 공간 형성에서 함께하는 제품과의 연계성을 참고하여 토탈공간디자인 개념으로 형태와 색상과 구성을 조화롭게 일체시켜 나가야 할 것이며, 내용적 요소에 있어서도 우리전통문양을 응용 발전시켜 현대적 감각으로 재구성하여 독창적인 패턴형식과 새로운 기법활용으로 시장의 차별성과 독창성의 관점으로 나아가야 할 것이다.

### 4-2. 기술개발방향

우리의 기술개발전략은 시장주요변화를 예측하고 신제품을 개발하는 진취형이 아니고 신제품의 모방 및 유사제품으로 개발하는 정도였으며 기존모방제품에만 생산성을 높혀 가격인하에 주력하는 방어형 전략으로 진행되어 왔다.

그러나 시장의 급속화 변화와 소비자의 라이프 스타일이 짧기 때문에 방어형 전략은 항상 후발제품의 특성을 면하지 못하고 위험과 불확실성으로 쇠퇴해 갈 것이다.

디자인은 새로운 발상과 참신한 아이디어의 요구와 안료에 대한 가능성의 한계여부까지 변형시켜 새로운 표면방식을 연구하여 내고 이를 위하여 부족한 기술을 보완하는 방안으로 선진국으로부터 디자인 개발방법과 새로운 제품의 흐름과 방향을 정확하게 분석하고 연구되어야 한다.

또한 벽면의 집착성의 관계를 가진 타일덧면의 발의 형태연구와 뒤틀림 정도, 강도, 규격의 정확성



등 타일의 기술적인 면도 타일을 개발하는데 매우 중요한 요소이므로 다각적인 면에서 연구개발되어져야 한다.

이러한 충족욕구를 수용하기 위해서는 당분간 기술도입 및 교류를 유지하고 국내유관 디자인실 및 기술연구소, 대학연구소 등과 공동으로 연구기술을 개발하여 질적인 우위성을 확보하여 다품종 소량체제의 고급화를 선도해 나가야 할 것이다.

### 4.3. 인력개발 방향

우리나라는 예로부터 타일에 관계되는 도자제품의 경우 찬란한 세계적 문화유산으로서 엄청난 잠재능력을 가지고 있으면서도 그에 대한 노력과 투자와 연구개발의지가 부족하였던 분야중의 하나이다.

최근 자동화 설비로 인하여 절감된 인원의 효율적 활용이 더욱더 요구되고 있으며 이러한 요구에 교육훈련과 기술연수 등 제품에 대한 정확한 개념과 선진제품의 특성을 분석할 수 있는 능력배양이 필요하다. 또한 인적투자도 단기적인 인적투자가 아닌 제품개발과 기업의 장기적인 프로젝트와 발맞춰 긴 안목과 가능성을 가지고 많은 경험과 반복된 시찰조건이 절실히 필요하겠다.

국제화의 노력은 단순한 모방이나 표절에 의한 것보다는 자체 브랜드를 세계에 알리고 제품의 우월성으로 시장을 개척해 나가야 하며 특징적 요소의 장점을 살려 부각시켜 나가야 할 것이다.

풍부한 문화적 자원과 인적자원에 대한 투자와 그 중요성을 새롭게 인식하고 이에 대한 적극적인 투자와 연구가 이루어진다면 뛰어난 두뇌와 손기술의 우수성으로 풍부한 조형력을 가진 우리나라의 양적인력은 세계적인 제품을 만드는 것이 가능하며 국제시장에서의 시장개척을 충분히 기대할 수 있다.

## V. 결론

타일산업은 생활의 발전과 더불어 새로운 인식과 관심을 가지고 소비자들의 구매성향에 다채롭게 연구되어지며 공간조화에 대한 장식성과 예술성은 더욱더 다양해지고 새롭게 발전해 가면서 건축의 최종마감재로서 인간의 의상처럼 패션적 개념으로 이해되어가고 있다.

타일생산에 관련된 기술의 격차는 나날이 좁혀져 차이가 미비한 실정이나 디자인과 새로운 기법

에서는 아직도 많은 차이점을 엿볼 수 있다.

그러나 타일산업에 대한 새로운 인식과 관심을 가지고 다각적 방향에서 연구되어지고 변화시켜 나가면서 새로운 시장을 개척해 나가는 미래산업으로서 충분한 가치와 잠재적 시장을 가지고 있다.

몇년전 부터 동서산업에서는 대학생 타일 디자인 공모전을 개최하여 대학생들로 하여금 타일 디자인에 대한 관심과 호기심을 불러 일으켜 젊은 학생들의 창의적이고 독창적인 디자인 개성이 새롭고 신선하게 받아들여지고 있으며 종합 건축자재 전시회인 경향 하우스페어에서도 타일관련업체들이 출품하여 타일에 대한 새로운 이미지와 관심을 자극시키고 있다.

또한 타일의 국제적 경쟁력 강화를 위해서는 시장환경변화에 적절히 대처하여야 하며 새로운 시장 개척과 새로운 시장을 바탕으로 확장전략의 중요성을 가져야 할 것이며 신기술개발로 새로운 변화를 추구하며 디자인의 양적개발로 인해 제품의 국제화에 대한 인지도를 높이고 세계의 타일시장에서 제품의 평가를 기대하고 전시회 참여와 타일선진국의 산업현장을 견학하고 상호교류와 연수교육을 실시하여 인력개발에 대한 양성도 절실히 요구되고 있다.

특히 정보화 사회에서는 시장형태가 개체적인 소비자 형태와 고객위주의 조직구성, 업무처리방식, 의사결정 방법등을 재구성하여 기업문화를 새롭게 재창조해야 하며 판매활동과 관리체제가 원활히 이루어져 개발과 판매 전략에 서로 충분한 역할관계가 성립되어야 한다.

그러나 무엇보다도 최고 경영자의 디자인 개발 및 인력에 대한 과감한 투자와 기술개발에 대한 의지가 무엇보다도 중요한 시점이라 볼 수 있다.

## 참고문헌

- 월간세락믹스 1994. 1~1997. 2.
- 채수명 지음, 디자인 마케팅, 도서출판국제, 1994.
- 동서산업(주) 디자인개발전략, 1996.
- 정경원 지음, 미래의 경쟁 디자인에 달려 있다
- 성창기업(주) 타일시방서, 1995.