

휴대용 전자기기 소재에 나타난 칼라 트렌드 현황 및 예측
- 플라스틱 소재를 중심으로 -

Color Trends Prediction Relating to the Handy Electronic Product Materials
- Focused on the Plastics Materials -

최우석(Woo-Seok Choi)

성심외국어대학 디자인학부 광고디자인전공

1. 서론

(要約)

2. 국내·외 관련기술의 현황

- 2.1 소재 및 칼라 트렌드의 현황
- 2.2 지식공유시스템의 필요성
- 2.3 칼라 트렌드 개발의 목표
- 2.4 칼라 트렌드 개발의 추진전략

본 연구의 목적은 디자인경영 개념을 도입하여 플라스틱 소재를 중심으로 휴대용 전자기기 소재에 나타난 칼라 트렌드를 우리나라와 일본지역 실지조사를 통해서 칼라 트렌드의 현황 및 예측하는데 있다. 경영의 개념을 디자인에 결합, 도입시킴으로서 우리나라 기업들이 보다 더 합리적이고 체계적인 디자인 프로세스 관리에 대한 사고의 전환을 시도하였고, 또한 디자인 지식공유시스템을 통한 중소기업, 가전업체, 전문기관 및 관련단체와의 지식 공유화 방안을 제시하고자 하였다. 플라스틱 소재에 나타난 칼라 트렌드 조사 결과, Cybertic, Purity 및 Colorful 경향 등 3가지 경향을 보여주고 있으며, 감성마케팅 전략으로서의 칼라 및 표면처리 추진방향은 고급화, 다양화, 그리고 차별화 등에 초점을 두고 있는 것으로 나타났다. 마지막으로, 칼라 트렌드 DB 구축방안을 제시하였다.

3. 플라스틱 소재에 나타난 칼라 트렌드 조사

- 3.1 칼라 트렌드 조사
- 3.2 조사분석 결과
- 3.3 칼라 트렌드의 Theme
- 3.4 감성 마케팅전략으로써의 칼라 및 표면처리 트렌드

(Abstract)

4. 칼라 트렌드 DB 구축방안

- 4.1 시스템 구성도
- 4.2 시스템 구축시 고려사항

The purpose of this paper is to describe and predict the color trends of the handy electronic plastics product materials using design management based on a field survey in Korea and Japan. It is attempted to suggest more rational, systematic design process management of Korean firms, and to provide sharing of design knowledge management system among small businesses, home appliances, and the related organizations. Results of color trends survey shown plastics materials are cybertic, purity, and colorful trends. In addition, as emotional marketing strategy the trends of color and face processing are high quality, variety, and difference. Finally, this paper also suggests the way of DB building of color trends.

5. 결론

(Keyword)

참고문헌

Color trends prediction, handy electronic plastics materials, design management,

1. 서론

21세기 정보화시대의 소비자는 자신들의 삶의 질(Quality of Life)을 추구하는데 대한 관심이 점차 높아지고 있다. 선택할 수 있는 제품이 주변에 많이 있고, 그 제품에 대한 정보 또한 시간적으로는 거의 순간적으로, 지리적으로는 초 광역적으로 이루어지는 디지털 환경이야말로 소비자의 기호를 더한층 성숙시켜 가고 있는 것이다. 특히 정보화 시대에 있어서 주류를 이루는 소비자층으로 어릴 때부터 디지털 환경에 익숙해 있는 n세대의 경우 디자인, 색상, 형태, 맛, 향기, 느낌 등의 감각적 요소가 제품 선택의 주요 요인으로 부각되고 있다. 그러므로 이제는 기업이 만들어 내는 다양한 상품들이 단순히 기능만으로 만족되어지는 이성적 가치의 범위를 벗어나 감성적 가치 즉, 제품의 매력적 특성이 판매와 직결되고 있기 때문에 오늘날에 있어서 디자인이 기업의 영속성을 보장해 주는 중요한 요소가 되고 있다.

또한 우리 사회가 공장에서의 대량 생산시대를 거쳐 다품종 소량생산의 감성문화 사회로 전환됨에 따라 디자인은 기업의 가치를 좌우하는 핵심역량으로 부각되고 있다. 21세기는 토지, 공장, 기계 등 유형자산보다는 기업의 기술력, 지적 자산, 네트워크, 브랜드 등 무형자산에 대한 투자가 더욱 중요한 시대이다. 인터넷의 확산에 따라 시장에서의 힘의 중심이 고객으로 급속히 이전되고 있으며, 고객중심(Customer-centered) 경영은 기업의 필수적인 생존전략이 되고 있다. 따라서 고객의 가치 창출을 지향하는 혁신적 마케팅의 주요 수단으로서 디자인이 기업의 핵심역량으로 부각되고 있는 것이다.

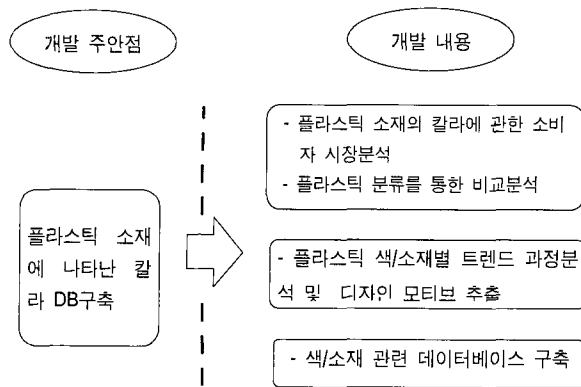
선진국의 경우 신제품 개발시, 특히 휴대용 전자기기 제품은 매우 감성적인 분야이므로 인간공학, 감성공학, 미학, 철학 등 다양한 전공자로 구성되어 기획, 조사연구 등 트렌드 예측을 통해 합리적이고 체계적인 디자인 프로세스 관리를 실시하여 제품을 개발하나, 우리나라 기업들은 대부분 신제품 개발시 조사분석, 리서치, 기획력 등 유형분석을 제대로 실시할 인력 부족으로 인하여 디자인 기초연구 분야에서 체계화되어 있지 않으며, 그나마 대부분의 기업에서의 구성원은 디자이너 출신만으로 구성되어 있어 합리적이고 체계적인 디자인 프로세스 관리가 부족한 실정이다¹⁾. 특히 신제품을 개발하여 대기업 지배하의 시장에 침투시키려 하는 대다수의 중소기업의 경우 경쟁력 있는 디자인을 개발하는 데 있어서 인적 및 자금 측면의 여유가 없는 것으로 관찰되고 있다. 따라서 기업들이 경쟁기업과의 경쟁에서 우위를 유지하기 위해서는 혁신적 디자인의 개발과 그에 기반을 두는 전략적 디자인 프로세스 관리 실천이 필수 불가결한 요인이라 할 수 있다.

이에 더하여, 연구의 방법론적 측면에서 지금까지의 디자이너의 주관에 의한 디자인 개발과 현상분석 위주의 단편적 데이터에 의존하여 추출한 디자인 트렌드 예측 방법은 과거 그 어느 때 보다도 빠른 속도로 변화되고 있는 오늘날 소비자의 욕구를 충족시킬 수 없으므로, 지금까지의 주관적인 접근방법에서 탈피하여 보다 더 객관적이고 합리적인 접근방법이 요구되

고 있다.

따라서 본 연구에서는 플라스틱 소재를 사용하는 휴대용 전자기기 제품 디자인의 경우를 선정, 단순히 어떤 소재, 색상이 유행할 것인가 하는 단기적인 트렌드 현황 분석 및 한 걸음 더 나아가 소비자의 감성을 만족시킬 수 있는 칼라 트렌드를 예측하고, 데이터베이스 구축 방안을 제시하고자 한다.

또한 연구에서는 디자인이 생산 및 마케팅을 따라가는 식의 기존의 디자인 개념을 넘어서서 개성과 삶의 질을 추구하는 현대의 감성적 소비자가 원하는 가치창출을 통해 디자인 영역에 경영학적인 접근방법을 접목시키는 디자인 경영학적 접근방법을 시도한다²⁾. 즉 디자인 자원을 기업활동의 핵심요소로 간주하고 기업 목표 달성을 위해 기업 디자인에 대한 정책 및 조직체제의 정비, 그리고 평가 등을 포함한 디자인 자원을 운용하는데 필요한 일련의 지식체계의 개발을 목표로 한다. <그림 1>은 본 연구의 연구모형을 보여주고 있다.



<그림 1> 연구모형

2. 국내·외 관련기술의 현황

2.1 소재 및 칼라 트렌드의 현황

21세기 초 현재에 있어서도 우리나라의 휴대용 전자기기는 아직도 세계시장에서는 디자인 우선으로 선택되어 제품화되기보다는 가격조건에 의해 선택되어지는 경향이 강한데, 이는 그동안 질보다는 양적 팽창에만 초점을 두어 기술개발보다는 제품생산에만 집중된 기업정책의 결과라 할 수 있다. 디자인을 경영전략적 수단으로 활용하여 새로운 비전과 가치를 창출함으로써 기업의 목표를 달성하고 생활문화를 창달하기 위해 경영자, 디자이너, 그리고 관련분야의 전문가들이 활용할 수 있는 지식체계를 연구해야 할 시점에 와 있다고 할 수 있다.

본 연구에서 다루고자 하는 주제인 휴대용 전자기기 플라스틱 소재들은 그 특성상 시대적 경향에 가장 민감하게 대응해야 할 제품군이므로 그만큼 소재 특성의 중요성이 높다고 볼 수 있으나, 플라스틱 산업의 사출성형의 성형사이클에 대한 기술, 형태의 변형, 성형품의 포장 등 기술적 낙후성을 이해한다면 디자이너들만의 책임으로 돌리기에는 그 중요성이 너무 크다

1) 정경원, 디자인경영, 한그라픽스, p. 12, 1999.

2) 조동성·이동현, 디자인 디자인산업 디자인정책, 디자인하우스, p. 6, 1996.

고 할 수 있다.

플라스틱 소재에 표현되는 칼라는 우선 소재의 원료에 염료를 섞어 사출해 내는 방법과 사출된 제품에 착색을 하는 방법으로 나눌 수 있다. 전자의 경우 성형성이 좋으며 대량생산이 가능한 반투명 플라스틱 소재로 만든 제품이 최근 급격히 증가하는 추세에 발맞추어, 많은 우리나라 제품에도 소재의 원료에 염료를 섞어 사출해 내는 방법을 적용하여 상품화하고 있다. 그러나 선진국의 경우를 살펴보면 일본의 경우 이미 10년 전에 원료에 염료를 섞어 사출해 상품화된 소재이며, 미국 듀폰사에서는 두께가 일정하지 않는 플라스틱을 사출할 경우 수축의 불량이 발생하지 않는 사린 플라스틱 소재가 개발되어 제품에 활용하고 있다. 후자의 사출된 제품에 착색을 하는 방법의 경우는 최근 제품을 보는 방향에 따라 색상이 변하는 소재의 도료라든가, 제품표면에 입체감이 느껴지게 하는 도료, 제품표면에서 향기가 나게 하는 도료 등의 플라스틱 소재가 개발되어 제품에 활용하는 등 새로운 밀레니엄 트렌드의 경향에 맞추어 보다 제품의 차별성을 부각시킬 수 있는 고부가가치 신상품, 신소재개발 기술이 요구되고 있는 실정이다.

2.2 지식공유시스템의 필요성

우리나라에서 소재 및 칼라 관련 전문연구기관이나 단체의 경우는 '이화여대 색채연구소', '삼성 Fashion 연구소', '한국섬유센터연구소', 'IRI 리서치', '한국패션연구소', '한국유행색협회', '한국염색기술연구소', '한국색채협회' 등 전문기관 및 단체 등이 있으나, 대부분 패션 관련 분야에 치중하고 있으며, 플라스틱 제품에 특화된 소재 및 칼라 연구는 일부 페인트 제조회사의 칼라연구소를 제외하고는 전문기관이 전무한 현실이다.

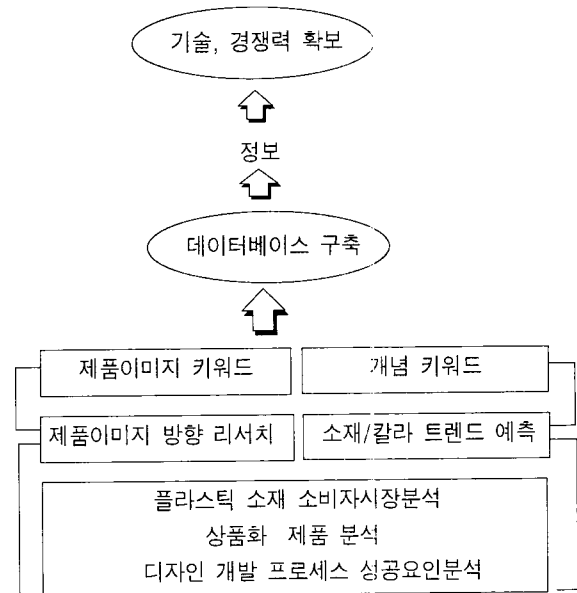
휴대용 전자기기 제조업체의 경우는 그나마 대기업의 디자인실에서 자체적으로 Color Lab.을 운영하고 있어서, 다소 체계적인 소재 및 칼라 트렌드의 분석 및 조사를 통한 예측을 실시하고 있으나, 대부분의 중소기업은 체계적인 플라스틱 소재의 칼라 트렌드 분석 및 조사조차 이루어지지 못하고 있는 실정이다. 또한 비교적 체계적으로 관리하고 있는 대기업과는 달리 중소기업의 경우 디자인 개발과정에 있어서 개발공정에 대한 체계적이고 과학적인 관리가 미비하나 외부로부터 지원을 받기에는 비용과 인력의 부족으로 매우 어려운 실정이다. 더욱이 휴대용 전자기기 제품 패턴 사출 및 도장작업 업체를 연결하는 종합적인 정보 네트워크의 구축이 부재하며, 관련 전문기관이나 단체와의 지식공유도 미흡하여 디자인 개발정보에 대한 효율적이고 효과적인 활용이 이루어지지 못하고 있는 실정이다.

최근 들어 디지털기기, 컴퓨터 주변기기의 성장으로 1998년 대비 수출은 33%, 내수는 27% 수준의 성장률을 기록하듯이 많은 제품을 출시하여 기술력을 과시하고 있다. 그러나 우리나라의 경우 플라스틱 소재의 칼라에 대한 개관적이고 합리적인 접근방법 없이 대부분 제품의 우수성에만 몰두한다든지, 소비자의 트렌드에 대한 정확한 재해석과 시장상황을 예측하지 못함으로써 신상품 도입에 따른 실패율로 인하여 기업뿐만

아니라 디자인의 경쟁력을 저해시키고 있다. 현재 대부분 플라스틱 성형성은 좋으나 PC 및 디지털 휴대용 전자기기 등에서 많이 활용하고 있는 ABS나 PC 소재는 70% 이상 사용되고 있으며, 특히 ABS는 강질 및 연질 ABS 등 소재특성으로 형성화할 수 있는 제품분야에서 다양한 재질 및 소재로 활용되고 있으나, 성형조건이 까다롭기 때문에 여러 각도에서 분석과 연구가 이루어져야 한다. 따라서 본 연구의 결과로부터 도출되는 플라스틱 소재의 칼라에 대한 디자인 트렌드 가치의 데이터베이스 구축을 통한 관련 중소기업, 가전업체, 전문기관 및 관련단체와의 지식의 공유화는 반드시 필요하다고 본다.

2.3 칼라 트렌드 개발의 목표

본 연구는 소비자 가치창조형 디자인경영 차원에서 기업이 상품을 개발함에 있어 반드시 요구되는 감성적 트렌드 중 감각적 감성에 해당하는 제품군 중 플라스틱 소재를 중심으로 휴대용 전자기기에 나타난 칼라 트렌드 예측 및 기술·경쟁력 확보를 위한 데이터베이스를 구축방안을 제시한다. <그림 2>는 칼라 트렌드 예측을 위한 흐름도를 보여주고 있다.



<그림 2> 개발목적

휴대용 전자기기 플라스틱 소재를 중심으로 소재의 시대적 특성 및 성질 분류, 착색과 조색, 표면처리방법 등 플라스틱 소재 개념을 정립하고, 기존 플라스틱 소재에 나타난 칼라의 트렌드 재해석을 통한 자료를 취합, 분석하여 데이터베이스를 구축한다. 또한 구축된 데이터베이스를 통해 사용자의 감성이 교감될 수 있는 제품을 디자인하는데 있어서 플라스틱 소재의 칼라에 초점을 둔 전략적 디자인 개발 프로세스 관리에 대한 모델을 제시하고자 한다.

2.4 칼라 트렌드 개발의 추진전략

(1) 디자인경영 측면

소비자 형태 분석을 하는데 있어서 경영학적인 접근방법을 채택하여 소비자계층을 분류 분석한다. 즉 새로운 것에 대한 끊임없는 갈망, 일시적인 유행에 민감하나 아직은 순수함을 지

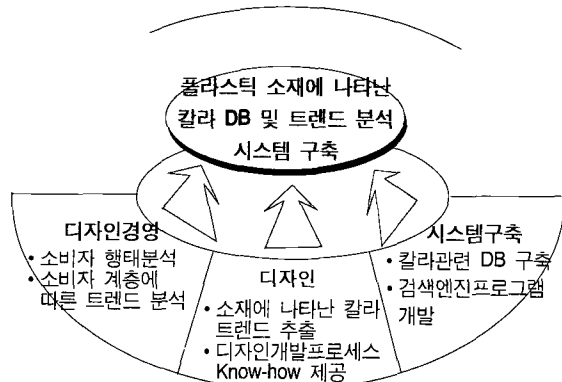
년 n세대와 윤택하고 세련된 생활영위와 자신의 존재에 대해 정직하며 정신적 안정감을 가진 기존 세대, 그리고 Silver 세대로 나누어 그룹별로 소비자 취향 분석을 통하여 소비자의 욕구를 충족시키는 제품디자인 트렌드를 분석하고자 한다³⁾.

(2) 디자인 측면

이러한 디자인경영 접근방법에 의하여 제품디자인 데이터베이스 구축, 트렌드 파악 및 예측을 시도하고자 한다. 부연하면 본 연구의 연구대상은 플라스틱 소재를 사용하는 휴대용 전자기기를 선택하여 소재에 나타난 칼라 트렌드를 예측, 21세기형 휴대용 전자기기 칼라 디자인 개발에 필요한 모티브를 추출, 제공하며 이를 통해 중소기업 및 관련단체에 칼라디자인 개발 프로세스에 대한 노하우를 제공하고자 한다.

(3) 시스템 구축 측면

기존의 휴대용 전자기기 소재에 나타난 칼라에 관련된 자료를 정리하여 데이터베이스화하여 중소기업에 필요로 하는 자료를 제공한다. 또한 구축된 데이터베이스를 기초로 하여 향후 휴대용 전자기기의 칼라 트렌드를 예측하는데 활용할 수 있는 시스템을 구축하기 위한 기초 자료를 제공하고자 한다. <그림 3>은 시스템 구축을 위한 추진전략을 보여주고 있다.



<그림 3> 추진전략

3. 플라스틱 소재에 나타난 칼라 트렌드 조사

최근 각 기업들의 마케팅 활동으로 감성마케팅의 경향이 두드러지고 있다. 이는 날로 치열해 지고있는 시장경쟁에서 소비자의 마음을 끌 수 있는 제품개발을 통해 기업의 영속성을 보장받기 위한 수단으로 사용되고 있는데, 이를 위해서는 시대적 트렌드를 제대로 파악할 수 있는 능력, 트렌드에 맞는 Hit 제품을 개발 할 수 있는 능력, 그리고, 시장에 성공적으로 출시할 수 있는 종합적인 마케팅 능력이 필요하다. 치열한 판매 시장에서 소비자의 기호는 다양화, 고급화되어 가고 있으며, 기능만으로 만족되어지는 시대를 벗어나 제품의 매력적 특성이 판매와 직결되고 있는 것이다. 이것은 디자인 활동에 있어서도 시대 트렌드의 정확한 예측과 구현이 성공적 디자인개발의 열쇠임을 말하는 것이며, 트렌드에 있어서는 소재와 칼라

가 매우 중요한 위치를 차지한다. 이에 칼라 유행의 흐름을 분석하여 주로 플라스틱을 주 소재로 사용하는 소형 모바일 제품에 있어서의 차세대 디자인 개발방향을 예측해 보고자 한다.

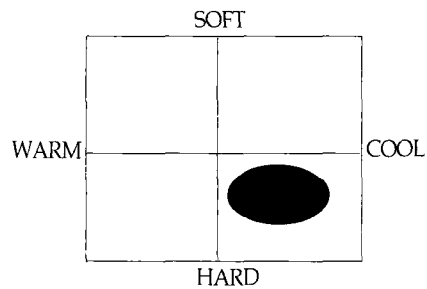
3.1 칼라 트렌드 조사

플라스틱 소재에 나타난 휴대용 전자기기의 칼라 트렌드 경향을 조사하기 위하여 2000년 3월부터 7월까지 5개월 동안 국내 지역과 일본지역 두 나라를 대상으로 실시하였다. 구체적으로 국내에서는 2개 양판점(전자랜드, 테크노마트), 3개 백화점(롯데백화점, 갤러리아백화점, 신세계백화점), 전자전문점(삼성, LG, 대우전자 등 가전3사) 및 카메라 직매장을 대상으로 조사하였고, 일본지역으로는 2개 양판점(아끼하바라, 요도바시), 3개 백화점(세이부, 이세당, 마루이마루이), 도큐한즈 잡화점을 대상으로 플라스틱 소재를 중심으로 휴대용 전자기기 소재에 나타난 칼라 트렌드를 현장에서 직접 조사하였다.

3.2 조사분석 결과

대부분 기업에서 트렌드 발주 및 예측시 나라별, 지역별로 글로벌한 메인 키워드 요소를 설정하여 제품개발 트렌드를 분석하듯, 본 연구에서도 나라별, 지역별 특성에 적합한 휴대용 가전기기 제품에 대해 메인 요소 중 퍼센트가 높은 3가지를 샘플로 설정하여 조사, 연구하여 키워드를 설정하여 조사분석을 하였다. 이런 일련의 과정을 통한 샘플링 조사분석은 현상적으로 유형에 민감한 휴대용 전자기기 제품에 한하여 제품을 다양하게 전시, 판매하는 양산점 및 백화점을 대상으로 플라스틱 소재 칼라 트렌드를 조사한 결과, 다음의 3가지 트렌드로 나타났다. 소재를 대상으로 칼라 트렌드 조사분석을 할 때 여러 가지 키워드가 많이 나타나지만 Cool-Warm 측면과 Soft-Hard 측면을 바탕으로 분석한 결과 Cybertic, Purity, Colorful 등 3가지 경향 요인이 전체의 80% 이상을 차지하고 있으므로 이 들 3가지 경향을 주요 트렌드라 할 수 있다.

(1) Cybertic 경향



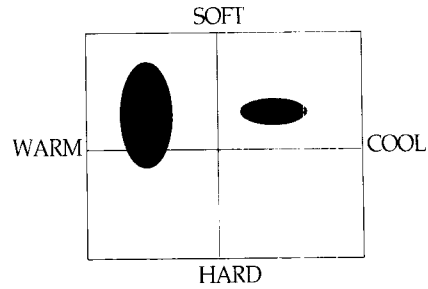
<그림 4> Cybertic 경향

<그림 4>에서 보는 바와 같이, 일반적인 경향은 금속적인 탁하고 차가운 칼라에 부드럽고 따뜻한 칼라의 접목이 시도되는 것으로 나타났으며, 특히 과거와 현재, 인공과 자연 (Techno+Natural), 서양과 동양, 남성과 여성, 차가움과 따뜻함, 꿈과 현실 등 Fusion경향이 뚜렷하게 나타났다.

Play by Light 측면에서는 시간적 경과나 보는 방향에 따른 물리적인 변화가 디자인적 요소로 이용되고, 색깔의 극적 연출이나 새로운 재질의 시도가 돋보였다. 이미지 측면에서는

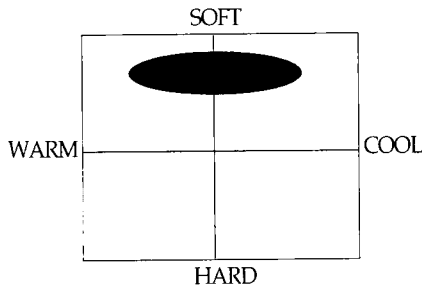
3) 전경련 산업디자인 특별위원회, Design Trend, 전경련 디자인특별위원회, 1999.

사이버한, 강한, 신비로운, 켈트한, 몽환적인, Fusion, Cross-culture, Techno-Natural, Metallic, 우주적인, 첨단적인, 디지털한 컨셉이 강조되고 있으며, 칼라 측면에서는 빛에 의한 효과를 얻을 수 있는 도로, 톤 차이를 많이 준 극적 효과가 많이 사용되었다. 또한 소재 측면에서는 빛에 의한 효과를 얻을 수 있는 소재가 주로 사용되고 있으며, 스타일 측면에서는 극적 효과를 위한 단순한 형태, 정교한 디테일과 그래픽, 마지막으로 User 측면에서는 첨단기능과 신기술에 대한 관심과 욕구가 강하며, 사이버 환경에 익숙한 n세대가 돋보였다.



<그림 6> Colorful 경향

(2) Purity 경향



<그림 5> Purity 경향

일반적인 경향으로는 Mineral gray나 Off-white(Colored white)한 색상이 주류를 이루고 있으며, Creamy beige와 다양한 skin color/natural한 이미지, 연그린, 연블루, 연보라/물의 맑고 부드러운 이미지, Colored-black과 Gray/부분적 high contrast로 절제미, 투명, White, Gold, Silver 등 고급스럽고 정제된 이미지 등이 주를 이루고 있다. <그림 5>는 purity 경향을 보여주고 있다.

Play by Textile 측면에서는 재질의 자연스러운 표현을 중시함. 칼라, 형태 등의 요소는 재질의 순수한 특성을 표현하기 위한 수단으로 사용되고 있으며, 이미지 측면에서는 순수한, 비칠 듯한, 깨끗한, 청아한, 절제된, 숭고한, Minimal, Creamy, Chic, Soft-cool, 촉감적인 경향을 보이고 있다. 또한 칼라 측면에서는 부드러운 파스텔 톤의 튀지 않는 색, 자연에서 볼 수 있는 정제된 색 등이 돋보였으며, 소재 측면에서는 유리, 도자기, 금속, 가죽, 천 등 순수한 질감이 잘 드러나는 Natural한 소재 등이 주를 이루고 있다. 마지막으로, 스타일 측면에서는 꾸밈없이 자연스럽고 단순화된 형태가 주이었으며, 사용자 측면에서는 지적이고 조용한 성격의 사람들은 세련미를 추구하고, 고급제품을 선호하고, 상류지향의 가치관에 편승하여 두터운 대중성 등으로 나타났다.

(3) Colorful 경향

일반적인 경향은 주색과 액센트색의 대비효과로 이미지 연출을 보이고 있으며, Yellow, Yellow-green, Orange가 우세하고 Vitamin, Candy 등이 주를 이루고 있으며, 저채도 블루, 연두, 하늘색, Aqua, 투명/반투명의 효과로 신선함(물), Red purple, 꽃분홍, White/Pretty한 이미지 등이 주로 나타났다.

Play by Color 측면에서는 색을 이용한 변화의 강조로 감각적 디자인을 추구함. 재질과 형태 등의 다른 요소들은 색의 다양한 느낌을 표현하는 보조적 역할 등의 경향을 보이고 있으며, 이미지 측면에서는 쾌활한, 발랄한, 유희적인, 귀여운, 활동적인, 흥분된, 과감한, 자유로운, 일탈적인, 외향적인 경향이 주를 이루고 있다. 칼라 측면에서는 반대색이나 보색 등의 배색 효과를 사용하여, 각각의 칼라들이 서로 돋보이게 하고, 소재 측면에서는 유리, 고무, 반투명 플라스틱, 비닐 등 칼라의 감각적 표현을 위한 다양한 소재가 사용되고 있다. 마지막으로 스타일 측면에서는 칼라를 돋보이게 하는 단순 또는 과장된 형태가 많이 보이고 있으며, 사용자 측면에서는 형식을 거부하고 자유로움을 추구하는 사람들로, 역동적이고 생기 발랄한 젊은 세대 등이 주로 관심을 보이고 있다. <그림7>에서 <그림 10>에서 다양한 제품들의 칼라 트렌드를 보여주고 있다.

3.3. 칼라 트렌드의 Theme

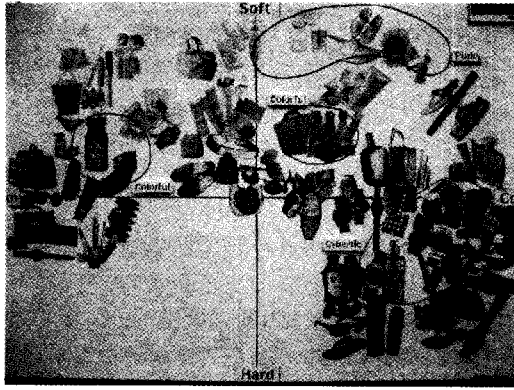
오늘날 메가트렌드 키워드는 삼성디자인연구소에서 실시한 '디지털 메가 트렌드연구'(1999)에서 나타난 칼라 트렌드의 테마를 바탕으로 스타일 칼라 Texture 등에 영향을 미칠 수 있는 현상이나, 영감의 요소들을 구분하여 표현하면 다음과 같다.

(1) Macro Theme 측면에서는 칼라 트렌드의 테마는 다음과 같은 키워드로 표현될 수 있다.

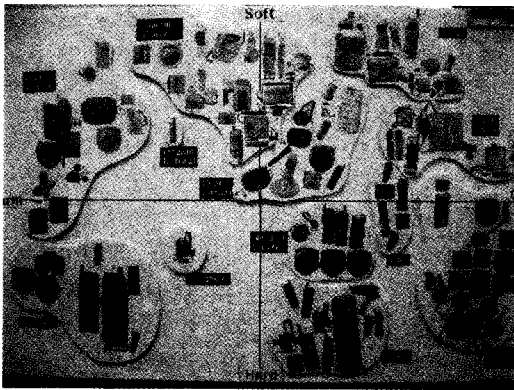
- Culture Fusion
- Origin, Body, Sprit
- Retro
- Romanticism
- Sophisticated Life
- Cyber, Psychedelic

(2) Micro Theme 측면에서 칼라 트렌드의 테마는 다음과 같다.

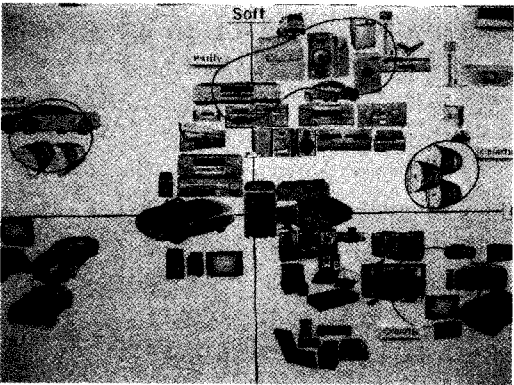
- Refinement
- Moderate Natural
- Water
- Yellow Power
- Perfect Skin
- Technical Effect
- The Far East



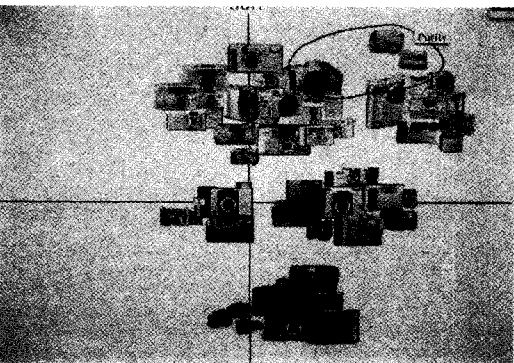
<그림 7> 패션/잡화류



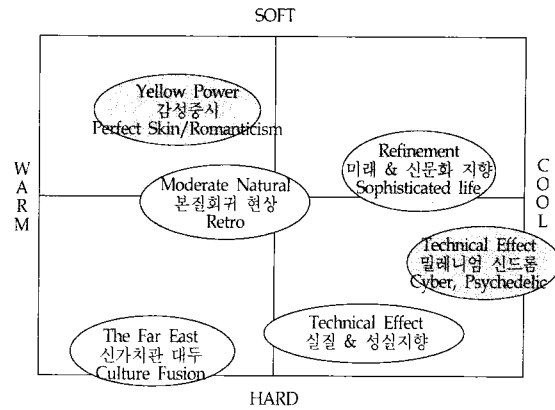
<그림 8> 휴대용 소형제품



<그림 9> 고정형 대형제품



<그림 10> 카메라



<그림 11> 각 Theme의 이미지 포지션

3.4. 감성 마케팅 전략으로서의 칼라 및 표면처리 추진방향

(1) 고급화(High Quality) - Purity & Cyber

칼라 측면에서는 고급스럽고 첨단적인 제품 이미지를 극대화할 수 있는 Main Color, 밝은 Metallic Color(Metalic Silver, Colored Silver) 등이고, 소재 측면에서는 실제의 Metal재질 적용(Aluminum 등 기타금속), 금속의 단단하고 반짝이는 느낌, Metallic 효과(Pearl, 입자, 헤어라인) 등의 경향을 보일 것으로 보인다.

(2) 다양화(Variety) - Colorful & Cyber

칼라 측면에서는 풍부한 상품구색으로 소비자의 구매욕구를 촉진하는 Sub Color, 생명력 있는 신선하고 매력적인 Color (물, 식물, 태양을 Theme로 하는 자연의 색 등)이고, 또한 관련제품군에서도 유사경향이 발견되고 있으며(Mobile Phone, MD Player, PDA 등), 동일제품의 칼라 다양화(트렌드 반영)로 틈새시장 공략, 소비자층 확대의 경향을 보이고 있다.

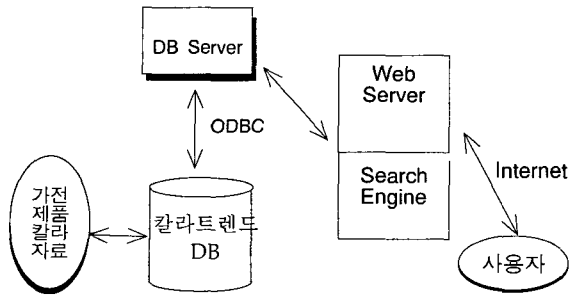
(3) 차별화(Difference) - Originality

제품 특성별로 각 제품의 특성에 맞는 색, 소재, 가공방법의 개발 등 전략수립이 필요하며, 제품특성별 개성창출과 소비자욕구를 반영시킬 필요가 있다. 또한 제품성격의 연속성 유지로 브랜드에 대한 신뢰감을 형성하는 토탈 마케팅(기획, 디자인, 개발, 생산, 판매 등)이 필요하다.

4. 칼라 트렌드 DB 구축방안

4.1 시스템 구성도

<그림 12> 시스템 구성도에서 보는 바와 같이, 플라스틱 소재를 중심으로 휴대용 전자기기 소재에 나타난 칼라 트렌드를 수집, 분석하여 상세한 경향에 대한 데이터와 관련 정보들을 데이터베이스 시켜서 Web 상에서 연동시켜 중소기업, 가전업체, 전문기관 및 관련단체들이 인터넷을 통해 데이터베이스를 공유할 수 있도록 함으로써, 칼라 트렌드 예측관련 데이터베이스에 대한 지식공유시스템을 구축하여 산업경쟁력 향상을 도모해야 할 것이다.



<그림 12> 시스템 구성도

4.2 시스템 구축시 고려사항

이러한 플라스틱 휴대용 전자기기 소재에 대한 칼라 트렌드 지식공유시스템을 다음과 같은 점들에 대하여 고려하여 구축하여야 한다.

- (1) 칼라 트렌드 데이터베이스를 업계 모두가 공유하기 위해서 사용자의 접근 및 배포의 용이성을 위해 Web 상에서 칼라 트렌드 지식공유시스템을 구축하여야 한다.
- (2) 칼라 트렌드 검색 프로그램은 편리한 사용자 Interface를 제공하며 또한 방대한 자료에 대해 다양한 검색 기능을 제공하도록 설계되어야 한다.
- (3) 칼라 트렌드 DB 지식공유시스템은 유지 보수의 용이성, 확실성, 효율성을 고려하여 디자인되어야 한다.

5. 결론

본 연구는 디자인경영 개념을 바탕으로 휴대용 전자기기 플라스틱 소재에 나타난 칼라 트렌드를 우리나라와 일본지역을 대상으로 현장조사를 통해서 칼라 트렌드 현황 분석 및 예측하는데 그 목적이 있다. 플라스틱 소재에 나타난 칼라 트렌드 조사 결과, Cybertic, Purity 및 Colorful 경향 등 3가지 경향을 보여주고 있다. Cybertic 경향은 차가운 칼라와 따뜻한 칼라의 접목이 시도되고 있으며, 특히 Fusion 경향이 뚜렷하게 보이고 있다. Purity 경향은 Mineral gray나 Colored white한 색상이 주를 이루고 있으며, 또한 고급스럽고 정제된 이미지 등을 보이고 있다. Colorful 경향은 주색과 액센트색의 대비효과로 이미지 연출을 주로 보이고 있는 것으로 나타났다. 그리고 감성마케팅 전략으로서의 칼라 및 표면처리 추진방향은 고급화(Purity & Cyber), 다양화(Colorful & Cyber), 그리고 차별화(Originality) 등에 초점을 두고 있는 것으로 나타났다. 또한 휴대용 전자기기 플라스틱 소재에 나타난 칼라 트렌드에 관한 데이터베이스 구축방안을 제시하였다.

21세기 국제적 감각적인 제품을 선호하는 소비자는 과거 단순히 외국제품을 모방하는 제품은 더 이상 소비자의 욕구를 충족시킬 수 없으며 지금까지와는 전혀 다른 휴대용 전자기기에 적용될 소비자의 취향에 맞는 소재와 칼라의 제품을 요구하고 있다. 이러한 욕구에 부응하여 본 연구에서 제시된 데이터베이스 구축을 통하여 디자인업체들은 이러한 요구에 적극 부응하는 디자인 개발로 급변하는 소비자의 욕구에 충족시킬 수 있도록 기업이 대응할 수 있게 하는 기반을 구축할 수 있을 것이다.

또한 휴대용 전자기기 플라스틱의 칼라 데이터베이스 구축을 통해 중소기업의 디자인 개발 수요를 충족시킴으로써 중소기업의 디자인 경쟁력 제고는 물론 국가경제 차원에서 경쟁력 제고에 크게 기여할 것이다. 디자인 개발 프로세스의 체계적 파악으로 연구방법 기술과 21세기 국내외 시장에서의 고부가가치로 세계화에 기여할 것으로 기대한다.

구축된 데이터베이스를 활용하여 차세대 부가가치가 높은 디지털기기, 컴퓨터 주변기기 등 생활 소품디자인 제품분야 등의 디자인 개발에 활용하여 디자인 개발 생산성을 향상시키는 효과를 가져올 뿐만 아니라 새로운 트렌드를 창조해 나가는 계기를 마련할 것이다.

참고문헌

- 1) 고을한, 제품디자인의 색채관리에 관한 연구, (1996).
- 2) 김경훈, 한국인 트렌드, 새로운 사람들, (1995).
- 3) 김병호, 카메라 제품에 적용 가능한 신도료의 개발, (1997).
- 4) 김호근, 디자인이 경쟁력이다, 한누리미디어, (2001).
- 5) 과학정책관리연구소, 중소기업기술혁신체제, (1997).
- 6) 나이트 비트존, 메가 트렌드 2000, 한국경제신문사, (2000).
- 7) 류승섭, 미국시장 산업기기의 칼라 트렌드 연구, (1998).
- 8) 마이클윌콕스, 색채혼합기법, (1990).
- 9) 박은덕, 우리나라 소비자 제품의 색채계획에 관한 연구, (1990).
- 10) 삼성디자인연구소, 디지털 메가 트렌드 연구, (1999).
- 11) 영내옹이부, 플라스틱 재료, (1998).
- 12) 전경련 산업디자인 특별위원회, Design Trend, 전경련 산업디자인 특별위원회, (1999).
- 13) 전재덕, 플라스틱 디자인, (1985).
- 14) 정경원, 디자인경영, 안그라픽스, (1999).
- 15) 조동성, 이동현, 디자인 디자인산업 디자인정책, 디자인하우스, (1996).
- 16) 클라우스 슈밥, 21세기 예측, (2000).
- 17) 플라스틱 재료총람, 기술공학편집부, (1997).
- 18) 한석우, 산업디자인 트렌드 예측을 위한 전략시스템 구축과 인터페이스 개발에 관한 연구, 서울산업대학교 제품개발연구소, (1997).
- 19) Devito Stephen C., Designing Safer Chemicals, (1996).
- 20) Rudd, C., Liquid Moulding Technologies, (1997).