

해외 향수 용기 디자인의 미니멀리즘과 맥시멀리즘
비교 분석에 관한 연구

A Study of Comparative Analysis on
Minimalism and Maximalism in Cosmetics Container Design

저 자 : 강용원(Kang, Youg Won)

안양대학교 화장품발명디자인학과 교수

axlekang@naver.com

목차

1. 서 론

- 1.1. 연구배경 및 목적
- 1.2. 연구방법 및 범위

2. 이론적 배경

- 2.1. 해외 향수 시장의 동향
- 2.2. 미니멀리즘의 조형적 특징
- 2.3. 맥시멀리즘의 조형적 특징

3. 해외 향수 제품의 미니멀리즘과 맥시멀리즘에 대한 비교 분석

- 3.1. 향수 용기디자인의 미니멀리즘과 맥시멀리즘 표현요소 분석

4. 설문 조사 및 분석

- 4.1. 분석범위와 방법
- 4.2. 해외 향수 용기디자인의 미니멀리즘과 맥시멀리즘 분석 및 설문조사
 - 4.2.1. 샤넬
 - 4.2.2. 조말론
 - 4.2.3. 딥디크
 - 4.2.4. 불가리
 - 4.2.5. 구찌
 - 4.2.6. 랑방

5. 결 론

참고문헌

(요약)

현재 사회는 다양한 정세성과 복잡하고 다양한 삶의 형태로 이어지고 있다. 이를 크게 분류하면 심플하고 간소한 삶을 추구하는 미니멀리즘과 웅장함과 거대함, 지나친 장식을 추구하는 맥시멀리즘이 함께 공존한다. 이러한 미니멀리즘과 맥시멀리즘은 향수 용기디자인에서도 나타나고 있다. 이에 본 연구는 디자인 분야에서 밀접한 연관성을 갖고 있는 미니멀리즘과 맥시멀리즘이 해외 향수 브랜드에 어떠한 특징을 나타내고 있는지를 분석하면서 조형적 특징을 분

류하고 향수 용기디자인의 트렌드에 대하여 연구하고자 한다. 해외 향수 브랜드 선정은 가장 최근 자료인 향수 2019년 향수 브랜드 평판 1-6위로 한정지어 진행하였고 향수에 적용된 미니멀리즘과 맥시멀리즘의 특징의 설문조사를 진행하여 결과를 도출하였다. 설문조사 방식은 2020년 11월 1일부터 12월 12일 동안 온라인을 통해 20대 여대생 총 123명을 설문조사하였으며 그 중 유효한 108명의 설문조사를 토대로 분석하였다. 결론적으로 향수 브랜드 평판 1-3위인 샤넬, 조말론, 딥디크는 미니멀리즘에 가까우며, 4-6위인 불가리, 구찌, 랑방은 맥시멀리즘에 가까운 결과를 나타냈다. 또한 향수 용기 디자인에 적용된 미니멀리즘과 맥시멀리즘은 구분이 명확하지 않다는 것이 특징이다. 현 시대는 미니멀리즘과 맥시멀리즘의 공존이 이루어지고 있으며 향수 용기디자인에도 적용되면서 나타나고 있다. 또한 향수 용기디자인에 적용된 미니멀리즘과 맥시멀리즘의 특징은 변화 차이를 구분 짓는 것에 대해서 한정적이다. 이처럼 미니멀리즘과 맥시멀리즘의 특징이 향수 용기 디자인에 어떠한 특징이 나타나게 되었는지 살펴보았다. 본 연구를 바탕으로 향수 용기 디자인의 개선방안을 모색하고 경쟁력 있는 차별화된 디자인 개발에 기초자료로 활용되었으면 한다.

주제어 : 미니멀리즘, 맥시멀리즘, 향수 용기디자인

(Abstract)

Currently, society coexists with minimalism, which pursues a simple and simple life in a complex and colorful environment, and Maximism, which pursues grandeur and grandeur, and excessive decoration. These minimalism and maximalism are also appearing in perfume container design. Therefore, this study tries to classify the formative characteristics and study the trend of perfume container design by analyzing what features minimalism and maximalism, which are closely related in the field of design, are showing in foreign perfume brands. The selection of foreign perfume brands was limited to 1st to 6th place in perfume brand reputation in 2019 and the results were derived by conducting surveys on the characteristics of minimalism and maximalism applied to perfumes. A total

of 123 female college students in their 20s were surveyed online for 12 days from November 1st to 12th, 2020 and analyzed based on a survey of 108 of them. In conclusion, Chanel, Jo Malone and Diptyque, ranked 1st and 3rd in perfume brand reputation, are close to minimalism, while Bulgari, Gucci and Langbang, ranked 4th and 6th, have shown near-maximalism. Also, the minimalism and maximalism applied to the perfume container design are characterized by the lack of clarity of distinction. The present era is manifested by the coexistence of minimalism and maximalism and the application of perfume container design. Also, the characteristics of minimalism and maximalism applied to perfume container design are limited to distinguishing the difference between changes. So we looked at what features of minimalism and maximalism have come to be in the design of perfume containers. Based on this study, we hope to find ways to improve the design of perfume containers and use them as basic data for developing competitive differentiated designs.

Keyword : Minimalism, Maximalism, Perfume Container Design

1. 서론

1.1. 연구배경 및 목적

2020년 ‘코로나19’라는 초유의 사태로, 전 세계는 지금까지 경험해 보지 못한 엄청난 변화와 혼돈, 불확실한 미래, 그리고 공포에 직면해 있다. ‘코로나19’는 우리에게 ‘포스트 코로나19시대’, ‘언택트(Untact)’ 문화, 새로운 가치 표준(New Normal)이라는 시대적 패러다임 변화의 Key-word Issue를 제공하고 있다. 변화하는 시대적 패러다임 상황에서 소비자와 사회가 요구하는 니즈가 급속하게 변화하고 다양화됨에 따라 다양한 소비자 니즈와 새로운 가치 창출 인자를 발굴하고 융복합하는 거시적 관점의 노력이 필요하다.

1960년대에 미술계에서 본격적으로 시작된 미니멀리즘은 60년이 지난 현재까지 미술계, 패션계, 전자/

전기, 자동차 외에 ‘미니멀 라이프’ 등 사회 전반의 주류를 이루는 트렌드다. 단순한 라인과 간결한 형태를 기본으로 삼았고, 컬러에선 모노톤이 주를 이뤘다. 대표적인 트렌드 중 하나인 미니멀리즘은 장식을 배제하고 단순한 라인과 간결한 형태를 기본으로 삼았고, 컬러에선 모노톤 적용 등의 조형적 특징으로 이루어졌지만 21세기는 밀레니엄의 도래와 더불어 밝고 화려하고 장식적인 조형의 트렌드가 부상하기 시작했다. 급속하게 변화하고 다양성을 추구하는 소비자 니즈와 미니멀리즘에 대한 실증과 감성적 영역에 기반한 새롭고, 신선하며, 폭 넓은 차별성 등의 반 미니멀리즘을 주도하는 트렌드가 맥시멀리즘이다.

시대적 패러다임 변화의 Key-word Issue의 새로운 경계점인 미니멀리즘과 맥시멀리즘은 화장품 용기 디자인 분야에서도 나타나게 되었다. 화장품 산업 중에서도 용기 디자인의 요소가 가장 부각되는 부분은 단연 향수라고 할 수 있으며 향수는 많은 디자이너들의 뷰티 문화의 중요한 역할을 수행하고 있다. 이에 본 연구는 향수 용기 디자인 분야에서 시대적 패러다임 변화의 새로운 경계점인 미니멀리즘과 맥시멀리즘이 해외 향수 브랜드에서 어떠한 특징을 나타내고 있는지 이해하고, 조형적 특징을 분류하고 분석하여 ‘포스트 코로나19 시대’의 소비자들의 잠재적 니즈를 발굴하고 새로운 가치를 창출하는 핵심 동인으로 활용하는데 목적을 둔다.

1.2. 연구방법 및 범위

본 연구는 참고문헌 및 선행 연구 자료를 통해 자료를 수집하였다. 미니멀리즘과 맥시멀리즘의 특징과 향수 용기 디자인의 표현 요소의 특징을 설문조사로 진행하고 분석 및 결과 도출하여 결론을 내리고자 한다. 본 연구는 총 5장으로 구성한다. 각 장의 연구 내용은 다음과 같다. 제 1장 서론에서는 연구배경 및 목적, 연구범위 및 방법을 통해 연구에 대한 논지를 제시한다. 제 2장에서는 이론적 배경으로 해외 향수 시장의 동향, 미니멀리즘의 조형적 특징, 맥시멀리즘의 조형적 특징에 대해서 알아본다. 제 3장에서는 향수 용기 디자인의 미니멀리즘과 맥시멀리즘 표현 요소를 분석한다. 제 4장에서는 분석 범위와 방법을 언급하면서 설문조사를 진행한다. 해외 향수 브랜드의 선정은 가장 최근 자료인 2019년 해외 향수 브랜드 평판 1-6위로 한정해서 진행하고자 한다. 설문조사를 진행한 결과를 도출한다. 설문조사 방식은 2020년 11월 1일부터 12일까지 12일 동안 온라인을 통

해 20대 여대생 총 123명에게 진행한다. 이 중에 유효한 108명의 설문조사를 토대로 분석을 하였다. 제 5장에서는 미니멀리즘과 맥시멀리즘이 향수 용기디자인에 어떠한 특징을 나타내고 있는지에 대해 언급하면서 결론짓는다.

2. 이론적 배경

2.1. 향수 시장의 동향

아일랜드 더블린에 소재한 시장조사기관 리서치&마켓이 2020년 3월에 ‘향수시장: 2019~2024년 글로벌 업계 트렌드, 마켓세어, 시장규모, 성장, 기회 및 전망’ 보고서에서 향수의 글로벌 마켓이 오는 2024년에 이르르면 480억 달러 규모로 확대될 수 있을 것이라는 전망했다. 2018년 388억 달러 볼륨에 도달했던 향수 시장이 앞으로도 연평균 3.6%의 준수한 성장세를 이어갈 수 있을 것이라 예상된다. 보고서는 향수시장의 성장을 견인하고 있는 요인들로 퍼스널 그루밍 트렌드의 고조와 함께 젊음을 지향하는 (youth-oriented) 수요의 확대, 이국적인 향수를 원하는 소비자들의 니즈 부각 등을 꼽았다. 또한 현재 향수시장은 매스 마켓용 향수보다 프리미엄급 향수가 더 높은 마켓 세어를 점유하고 있는 것으로 나타났다. 성별로는 여성용 향수의 비중이 가장 높고, 뒤이어 남성용 향수와 남/녀공용(unisex) 향수의 순으로 분포도를 형성하고 있는 것으로 파악된다고 보고서는 전하고 있다. 글로벌 시장조사 전문기관 유로 모니터에 따르면, 국내 향수 시장 규모는 2013년 4,400억원 수준에서 매년 6% 이상 성장하고 있으며 2023년 6,500억원을 돌파할 것으로 전망된다(한국경제, 2020.12.18, A15). 또 다른 조사에 따르면 국민 총생산(GNP)이 상승세로 이루어지면 향수 시장은 비례적으로 상승한다는 결과를 내놓았다. 이에 국내 화장품 회사들은 자사의 향수 개발에 박차를 가하고 있다. 이것은 여전히 국내 향수 시장의 80%를 해외 유명 명품 브랜드들이 차지하는 것은 현실인 실정이다. 따라서 여전히 국내 향수 시장은 해외 브랜드의 의존도가 높은 것이 현실이다. 최근 들어 국내의 향수 유통과정과 소비 행동에 많은 변화가 이루어졌다. 향수 시장은 대표적으로 대리점에서 전문점으로 이어지는 CJ올리브영, GS왓슨스 등의 헬스&뷰티 드럭스토어, 백화점 향수 전문 매장 채널, 편집숍, 멀티숍 등 다양한 유통 과정이 생성되어 향수 유통 시장에서 강력하게 진행되고 있는 추세이다. 그 중에서도 인터넷 오픈 마켓 또는 소셜 커머스 가격 중심의 시장이

성장하면서 중요시되고 있다. 스마트 폰의 발달로 인해 인터넷 모바일 사용자가 더욱 커지고 있음으로 인터넷 오픈 마켓, 소셜 커머스 등 가격 중심의 시장인 모바일 시장 성장이 눈에 보이는 것이 현실이다(장운진, 2017, p.28). 그에 따라서 향수는 각 제품마다 특유의 향을 지니고 있으며, 소비자들의 시선을 사로잡는 향수의 특징을 살려주는 것이 향수 패키지디자인의 역할이다. 디자인은 인간 생활과 분리 할 수 없는 존재이며 생활을 풍요롭게 해주는 수단이 되었다. 우리 발견 이후 향수 패키지는 많은 발전이 되었으며, 향수 패키지는 소비자의 욕구를 자극하면서 향수의 원래의 값어치 보다 더욱 높게 향상 시켜주는 역할을 하고 있다. [표1]과 같이 연도별로 시대 특징과 각 시대의 트렌드에 따라 향수 용기 변천의 특징에 대해서 살펴 볼 수 있다.

[표1] 1900년 이후 나타난 향수 연도별 분류

연도 별	이미지	특징
1900~1959		1900년대 초기 -기존의 유리 방식과는 다른 형태로 패키지 제작 -기존의 유리 장식은 세밀한 양각이 이루어짐
		1920년대 ~1950년대 -정형적인 형태와 단순성이 보이는 디자인을 추구함
1960~1979		-소비자의 여가 활동이 높아지면서 소비자의 니즈를 파악하여 디자인함 -기존보다는 세련미와 여유로움이 느껴지는 디자인 형식
1980~1990		-합성 향수의 대중화가 진행됨에 따라 대량생산, 다양한 디자인 선보임 -자연이나 인체를 응용하는 브랜드 많아짐
1991~2000		1990년대 전반기 자연과 인체의 선을 응용한 기하학적 형태의 향수 패키지 많아짐
		1990년대 중반 이후 기종의 소재와는 다른 소재를 개발 및 다양한 색채 첨가하여 다른 양상의 디자인을 선보임
2000~2011		채도가 밝은 색상이 사용됨, 다양한 향이 공존하는 시대로 접어 들음.

2.2. 미니멀리즘의 조형적 특징

미니멀리즘이란 극소화, 최소화 뜻을 의미한다. 예술에서 미니멀리즘이란 예술의 한 양상으로 바라보는 것이 아닌 전후 예술의 다양성 속에서 비평적 사고와 창조를 통해 짧은 기간에 걸쳐 일어난 역사적 순간을 지칭한다(황현진, 2017, p.9).

미니멀리즘의 태동은 세계 1차 대전 후, 1918년이다. 전후 독일은 폐허가 된 도시를 빨리 재건해야 했다. 이런 시대적 요구로 탄생한 디자인 학교가 바우하우스(Bauhaus)다. 건축가 발터 그리피우스가 세우긴 했지만, 정신적 토대가 된 건 바실리 칸딘스키다. 그는 가장 기초적인 형태에 집중했다. 점, 선, 면, 원과 같은 단순하고, 순수한 조형 요소만으로도 감동을 줄 수 있다고 믿었다. 추상회화의 시작이고, 구성주의의 발단이었다. 바우하우스에서 칸딘스키의 수학적 명료함은 정신적 철학이 되어 디자인을 심플하게 만들었다. 장식을 배제하고, 거추장스러운 요소는 제거했다. 바우하우스 건축물은 네모 반듯했고, 파사드는 유리창으로 채워졌다. 이런 결과로 공사 기간의 단축은 물론, 유리로 된 파사드는 자연 채광의 역할까지 해 효율적이었다. 현대 건축양식에서 이 고전적 방식은 아직도 중요한 디자인 요소다. 미니멀리즘의 대단한 영속성(timeless)이다.



[그림1] 바우하우스, 칸딘스키

이와 같이 미니멀리즘을 표현하는 요소는 다음과 같다. 첫째, 단순성은 미니멀리즘을 대표하는 조형성이다. 단일한 색채와 형태는 안전성과 통일감을 가지며 본질의 의미를 되돌아 볼 수 있게 하는 미니멀리즘의 가장 특징적인 조형성을 포괄한다. 둘째, 순수성은 그래픽 요소의 최소화를 의미한다. 절제된 표현과 레이아웃의 단순화, 불필요한 이미지나 내용이 삭제된 것을 의미한다. 셋째, 단일성은 라벨이나 구조물 등을 중심으로 기하학적 선이나 패턴의 반복을 피하는 것을 의미한다. 넷째, 환원성은 재료와 형태의 본질적인 요소로의 되돌아가길 원하는 특징이다(황현진,

2017, pp.16-23). 다섯째, 환경성은 제품의 제작과정의 최소의 비용 절감이 특징이다. 바우하우스를 대표하는 디자이너인 마르셀 브로이어 작품인 ‘바실리체어’는 합리적인 가격, 청소와 관리의 용이성, 이동의 간편함, 튼튼한 구조가 장점이었다. 이것이 미니멀리즘이 추구하는 지향점이다.



[그림2] 미니멀리즘의 대표 이미지

2.3. 맥시멀리즘의 조형적 특징

맥시멀리즘이란 미니멀리즘의 반대되는 개념으로 최대주의, 극대주의, 웅장함과 거대함, 지나친 장식, 혼잡, 질적으로 나타난다(황현진, 2017, p.12). 인간의 감성에 충실하고 과거와 전통에 대한 관심을 드러내는 맥시멀리즘은 과거와 미래, 전통과 퓨전에 대한 관심이 다양한 양식으로 연출되거나 재구성되어 맥시멀리즘으로 표현된다(황현진, 2017, p.12).

‘맥시멀리즘(maximalism)’이란 주로 미술계와 패션계에서만 주로 사용하던 디자인 Key-word였다. 최근 미니멀리즘과 대비되며, 새로운 라이프 스타일로 떠올랐다. ‘미니멀 라이프’에 대한 반작용으로 맥시멀한 삶을 추구하는 사람들이 늘어나고 있는 것이다. 맥시멀리즘을 추구하는 맥시멀리스트들은 좋아하는 소품이나 옷, 화장품, 전자기기 등을 많이 소유하는 삶을 영위한다. 의류업계에서 맥시멀리즘을 이끄는 브랜드는 구찌다. 구찌는 미니멀리즘의 절제와 시크(chic), 무뚝뚝하고, 표현에 인색한 디자인적 특성을 과감하게 탈피하는 유의미한 변화를 시도했다. 맥시멀리즘을 최대한 부각하여 개성을 드러내는 장식을 최대화하고, 화려하고 과장된 표현으로 풍부한 디자인 요소의 접목으로 새로움을 추구하고 개성을 자랑하는 파격적인 제품을 출시했다. 이러한 탈 미니멀리

즘을 추구하는 영역은 디지털 가전과 IT, 자동차 디자인 등으로 이전되었다. 자동차 메이커에서 탈 미니멀리즘을 공격적으로 제시한 회사는 도요타 렉서스다. 도요차 렉서스의 LF-GH 모델은 파격적이다. 웅장하고 날카로운 스핀들 그릴과 싱글 프레임으로 시작해서 에이프런, 사이드 스커트, 리어램프로 이어지는 방대한 크롬 가니쉬(Garnish)로 차체 전체를 장식했다. 또한 3차원 조형을 극대화하여 자동차 디자인에 화려함을 선사했고, 소비자의 즐거움을 선사했다. 이러한 렉서스의 맥시멀리즘 디자인은 글로벌 자동차 메이커들에게 급속하게 전이되는 상황이다. 현대의 2020년 신형 그랜저도 맥시멀리즘 요소를 적용한 사례이다.



[그림3] 맥시멀리즘의 대표 이미지

이와 같이 맥시멀리즘을 표현하는 요소는 다음과 같다. 첫째, 과장성은 주로 압도적인 크기의 형태적 과장을 의미하면서, 과도한 수직적 장식의 누적으로 인하여 형태의 확대로 분류된다. 과시의 심리가 반영된 것으로 시선을 끌고 강렬한 인상을 남기는 것이 특징이다. 둘째, 장식성은 치장, 화려한 장식, 단순하지 않은 복잡한 무늬, 차별화된 기준과는 다른 소재, 최고급 품질, 복합 재료를 사용함으로써 기준과는 다른 최고의 아이টে임을 창조할 수 있게 하며 아이디어를 표현한다. 셋째, 혼합성은 다양한 색상과 패턴, 여러 이질적인 소재들의 혼합으로 표현되어 기준과는 다른 발전을 꾀하는 것이 특징이다. 넷째, 실험성은 기존의 고정관념들이나 제약적 한계를 넘어 디자인하는 것을 의미하며 자유로운 상상력, 무한한 창의력 표현이 특징이다(황현진, 2017, pp.26-30). 다섯째, 제품의 제작과정의 최대 비용을 의미하는 환경성이 있다.

3. 해외 향수 제품의 미니멀리즘과 맥시멀리즘에 대한 비교 분석

3.1. 화장품 용기디자인의 미니멀리즘과 맥시멀리즘의 표현요소 특징

소비자에 있어 향수 용기 디자인은 향수 구매에 주요 요인으로 작용한다. 향수 용기 디자인을 구성하는 용기의 겉 표면의 컬러, 후가공, 용기 형태(이미지형식), 인쇄 및 레이아웃, 소재의 표현 요소로 구분할 수 있다. 또한 화장품 용기디자인에 적용된 미니멀리즘과 맥시멀리즘의 표현 특징을 [표2]와 같이 정리하였다.

[표2] 화장품 용기디자인의 미니멀리즘과 맥시멀리즘의 용어 정리

표현 특징	용기 디자인에서의 특징	미니멀리즘 용어	맥시멀리즘 용어
형태성	-심플한 형태 혹은 과장된 형태 -크기나 면적의 단순화	단순성	과장성
명료성	-그래픽요소의 최소화(색채, 타이포그래피, 컨셉, 일러스트, 사진 등)의 절제된 표현 -레이아웃의 단순화 -불필요한 이미지나 내용의 생략	순수성	장식성
반복성	-라벨 혹은 형태의 기하학적 라인, 패턴의 양상 -단일한 구성이 규칙적으로 반복적으로 표현 -계층적으로 쌓아 올려지거나 늘어 놓은 구조	단일성	혼합성
사물성	-특수한 재질에 의한 표현기법 -제품의 고유특성의 전달	환원성	실험성
환경성	-제작과정의 최소, 최대 -재처리 과정의 최소, 최대	환경성	환경성

4. 설문조사 및 분석

4.1. 분석범위와 방법

해외 향수 브랜드 선정은 가장 최근 자료인 2019년 향수 브랜드 평판에 근거하여 1~6위의 브랜드로 선정하였다.

[표3] 향수 브랜드 평판 2019년 빅데이터 분석결과

순위	향수 브랜드	참여지수	소통지수	커뮤니티 지수	브랜드평판지수
1	샤넬	654,345	1,31,273	1,293,571	3,079,189

2	조말론	748,010	901,682	1,063,153	2,712,845
3	딤디크	303,724	512,273	512,351	1,328,348
4	불가리	294,423	401,432	553,302	1,249,156
5	구쨌	151,567	458,025	633,015	1,242,607
6	랑방	162,571	389,996	521,104	1,073,671

1위인 샤넬 향수 브랜드는 참여지수 654,345, 소통지수 1,131,273, 커뮤니티지수 1,293,571가 되면서 브랜드 평판지수 3,073,189로 분석됐다. 2위인 조말론 향수 브랜드는 참여지수 748,010, 소통지수 901,682, 커뮤니티 지수 1,063,153이 되면서 브랜드 평판지수 2,712,845로 분석됐다. 3위인 딤디크 향수 브랜드는 참여지수 303,724, 소통지수 512,273, 커뮤니티 지수 512,351이 되면서 브랜드 평판지수 1,328,348로 분석됐다. 4위인 불가리 향수 브랜드는 참여지수 294,423, 소통지수 401,432, 커뮤니티 지수 553,302가 되면서 브랜드 평판지수 1,249,156로 분석됐다. 5위인 구쨌 향수 브랜드는 참여지수 151,567, 소통지수 458,025, 커뮤니티 지수 633,015가 되면서 브랜드 평판지수 1,242,607로 분석됐다. 6위인 랑방 향수 브랜드는 참여 지수 162,271, 소통지수 389,996, 커뮤니티 지수 521,104가 되면서 브랜드 평판 지수 1,073,671로 분석됐다.

이를 바탕으로 브랜드 평판지수가 높은 순위대로 향수에 적용된 미니멀리즘과 맥시멀리즘의 특징을 분석하고 화장품 용기 디자인 표현 요소를 분석하면서 설문을 진행하였다.

분석방법은 20대 여성을 대상으로 하였으며, 설문 방법은 온라인 설문지를 작성하여 SNS를 통해 배포하였다. 설문지 응답자 123명 중 주요한 설문 108개의 설문조사를 바탕으로 SPSS 프로그램을 이용하여 통계 자료를 산출하였다. 화장품 용기 디자인에 나타난 표현 요소를 평가하기 위해 5점 척도인 1~5단계로 작성하여 결과를 분석해 보았다. 형태성, 명료성, 반복성, 사물성, 환경성의 요인은 5점 척도로 구분지어 점수가 낮을수록 미니멀리즘에 가까우며 점수가 높을수록 맥시멀리즘에 가까게 점수화된다.

4.2. 해외 향수 용기 디자인의 미니멀리즘과 맥시멀리즘 분석 및 설문조사

4.2.1. 샤넬

샤넬 브랜드는 세계 3대 명품 브랜드에 손꼽힐 만큼 엄청난 명성을 유지하고 있는 브랜드이다. 샤넬의 대표 향수는 샹스 오팡드르 오 드 빠르팡이다. 감각적인 플로럴 프루티 향수이며, 자스민 애플루트와 로즈 에센스의 생기로 빛나는 감각적인 향수이다. 샤넬 샹스 오팡드르 오 드 빠르팡의 분석 결과는 [표4]와 같다.

[표4] 샤넬 대표 향수 패키지디자인 분석



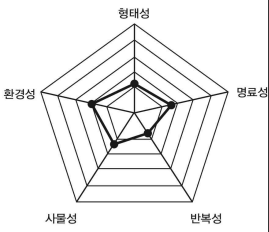
샤넬 샹스 오팡드르 오 드 빠르팡				
패키지 디자인 이미지				
				
형태	디자인 속성	디자인 특징		
	컬러/후가공	용기: 투명 도입구 : 금색 캡 : 은색 용액: 색상 있음 후가공: 금색 로고		
	형태	원형, 사각 캡		
	소재/재질	유리		
	인쇄/레이아웃	실크인쇄(별색/금색), 브랜드 가운데 정렬,		
		형태성은 원형으로 비교적 단순한 형태에 해당됨. 명료성은 레이아웃이 단순화되어 있고, 단일성과 향수의 일반적인 용기를 사용하고 있음		
형태성	명료성	반복성	사물성	환경성
0.85	1.25	1.25	1.5	1.75

4.2.2. 조말론

조말론 런던은 본토 영국의 정통 스타일의 독창적이고 품격 높은 고급 향수 브랜드이다. 1994년에 탄생한 조말론 런던은 모던한 정통 영국의 스타일을 구현하면서 전 세계적으로 사랑 받고 있는 실정이다. 체와 참신함, 우아함과 과감함, 고상함과 위트, 상반되는 매력을 지니는 동시에 조말론 런던은 다른 곳에서 만날 수 없

는 특별한 서비스를 제공한다고 하는 것이 조말론 런던의 브랜드 개요이다. 조말론 런던의 대표 향수는 블랙베리앤베이다. 분석결과는 [표5]와 같다.



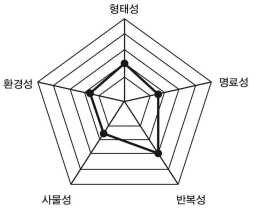
[표5] 조말론 대표 향수 패키지디자인 분석

조말론 블랙베리 앤베이				
패키지 디자인 이미지				
				
형태	디자인 속성	디자인 특징		
	컬러/후가공	용기: 투명 캡: 은색 용액: 투명 후가공: 노란색 라벨지		
	형태	긴 사각라운드, 원형 캡		
	소재/재질	유리		
	인쇄/레이아웃	실크인쇄, 브랜드 가운데 정렬, 심볼 가운데 정렬		
		형태성은 긴 사각라운드의 형태로 단순성이 돋보임. 명료성은 레이아웃이 단순화 되어 있고, 단일성과 향수의 일반적인 재질을 사용하고 있지만 두꺼움이 보임		
형태성	명료성	반복성	사물성	환경성
1.25	1.75	0.85	1.5	2.0

4.2.3. 딥디크

딥디크 향수 브랜드는 2019년에 브랜드 평판이 급 상승하였다. 딥디크 브랜드의 탄생은 홈 데코레이션을 공부하던 3인이 파리 생제르맹 거리에 오픈한 부티크이다. 여행지에서의 추억을 담은 드로잉 라벨로 장식한 향수를 출시해 소비자들에게 많은 사랑을 받고 있는 향수 브랜드 중에 하나이다. 딥디크 향수 분석결과는 [표6]과 같다.

[표6] 딥디크 대표 향수 패키지디자인 분석

딥디크				
패키지 디자인 이미지				
				
형태	디자인 속성	디자인 특징		
	컬러/후가공	용기: 불투명 캡: 검정색 용액: 투명 후가공: 라벨		
	형태	각진 원형, 원형 캡 사용		
	소재/재질	유리		
	인쇄/레이아웃	스티커 부착 텍스트 원형 띠에 정렬 흑백 일러스트 라벨 부착		
		형태성은 각진 원형의 형태, 명료성은 스티커 라벨을 사용하여 순수성이 보임. 하지만 반복성에서 라벨에 사용된 흑백 일러스트에서 혼합성이 제기됨. 향수의 일반적인 재질을 사용하고 있음		
형태성	명료성	반복성	사물성	환경성
2.0	1.75	3.0	1.5	1.75

4.2.4. 불가리

1884년 로마에서 소티리오 불가리가 주얼리 스토어 오픈한 후, 불가리 특유의 스타일은 이탈리아의 탁월한 감각 그 자체로 널리 사랑받았다. 클래식한 디자인과 현대적인 감각이 절묘한 조화를 이루는 독창적인 스타일이 돋보이는 불가리의 디자인은 대담한 스타일과 컬러에 대한 각별한 애정을 쏟아 부으며 명성을 유지한 브랜드에 해당한다. 불가리의 대표 향수인 아메시스트는 2000년대 초반에 출시되었지만, 현재까지도 트렌드를 주도하면서 사랑 받는 향수이다. 불가리 대표 향수 분석 결과는 [표7]과 같다.

[표7] 불가리 대표 향수 패키지디자인 분석


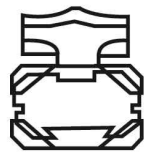
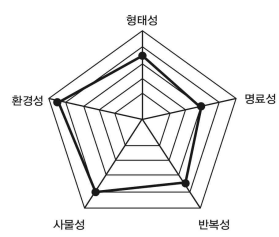
불가리 아메시스트				
패키지 디자인 이미지				
				
형태	디자인 속성	디자인 특징		
	컬러/후가공	용기: 보라색/은색 용액: 알 수 없음 후가공: 은박 인쇄		
	형태	원형이 겹쳐진 형태		
	재질	크리스탈		
	인쇄/레이아웃	은색 부분에 브랜드 로고		
		형태성은 원형이 겹쳐진 형태로 과장성이 보이는 형태임. 장식성으로 보여지는 향수의 형태임. 향수에 불가리 로고가 각인되어 있어 있음. 특수한 재질로 실험성과 제작과정에서 비용성이 큼.		
형태성	명료성	반복성	사물성	환경성
4.0	3.5	3.5	3.5	3.0

4.2.5. 구찌

구찌 브랜드는 1920년대 창립하였으며 가죽제품 전문 매장을 열었다. 1975년에 최초의 구찌 향수가 만들어지게 된다. 1979년에는 액세서리 컬렉션이 런칭되었고, 비버리힐즈의 구찌 매장에 톱스타들이 찾아오면서 럭셔리 브랜드의 명성이 높아졌다. 구찌의 대표 향수는 뱀부 오드 뚜왈렛이다. 이국적인 플로라 노트와 짙은 우디 노트가 어우러져 카리스마를 지닌 여성의 품격을 드러내는 향수로 알려져 있다. 구찌 대표 향수의 분석결과는 [표8]과 같다.

[표8] 구찌 대표 향수 패키지디자인 분석

구찌 뱀부 오드 뚜왈렛				
패키지 디자인 이미지				


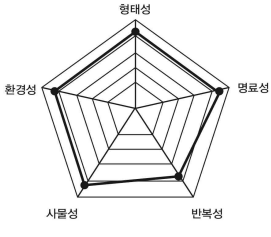
랑방 메리미				
패키지 디자인 이미지				
				
형태	디자인 속성	디자인 특징		
	컬러/후가공	용기: 투명 캡: 은색/유리로 덮힘 용액: 미색 후가공: 은박 인쇄		
	형태	각진 사각형 모양, 각진 사각캡		
	재질	크리스탈		
	인쇄/레이아웃	실크인쇄 브랜드 로고 가운데 정렬, 그 외의 텍스트 또한 가운데 정렬		
		각진 형태의 향수의 형태로 과장성이 돋보임. 장식성이 보여지는 향수의 형태임. 향수의 일반적인 재질로 구성되어 있으나 겹겹이 보여지는 향수의 유리로 실험성이 돋보이며, 제작과정에서 비용성이 커보임.		
형태성	명료성	반복성	사물성	환경성
3.5	3.0	3.5	4.0	4.35

4.2.6. 랑방

1927년 랑방의 설립자인 잔느 랑방이 딸의 30세 생일을 기념하며 출시한 향수로 큰 사랑을 받으며 랑방의 위상을 드높였다. 패션 브랜드인 랑방은 20세기 대표 디자이너 중 한 명인 프랑스 파리의 잔느 랑방이 1889년에 설립한 브랜드이다. 랑방 메리미는 플로럴 화이트 향을 지니고 있다. 분석결과는 [표9]와 같다.

[표9] 랑방 대표 향수 패키지디자인 분석

랑방 메리미				
패키지 디자인 이미지				
				
형태	디자인 속성	디자인 특징		

	컬러/후가공	용기: 투명 캡: 은색 리본: 핑크색 웅액: 투명 후가공: 실크인쇄		
	형태	각진 사각형 모양, 사각 캡 사용		
	재질	크리스탈		
	인쇄/레이아웃	실크인쇄 브랜드 로고 가운데 정렬		
		각진 형태의 향수의 형태로 과장성이 돋보임. 리본이 추가되어 장식성이 보여지는 향수의 형태임. 향수의 일반적인 재질로 구성이 되어 있으나 겹겹이 보여지는 향수의 유리로 실험성이 돋보이며, 제작과정에서 비용성이 커보임.		
형태성	명료성	반복성	사물성	환경성
4.25	4.5	3.75	4.25	4.25

5. 결론

다양한 디자인으로 구성 되어지는 향수 시장에서 소비자의 시선을 사로잡는 향수 용기 디자인의 개발의 중요성이 대두되고 있다. 디자인의 요소 중에 하나인 미니멀리즘과 맥시멀리즘은 향수 용기 디자인에도 영향을 미쳤다. 이에 앞서 분석한 결과를 바탕으로 미니멀리즘과 맥시멀리즘의 특징이 향수 용기 디자인에 어떠한 특징으로 나타나는지에 대해서 분석하였다. 미니멀리즘과 맥시멀리즘의 조형적 요소들이 공존하면서 화장품 용기 디자인이 이루어지고 있다. 향수 브랜드 평판 1~3위인 샤넬, 조말론, 딥디크는 단순하고 심플한 조형에 별도의 장식적인 요소나 형태적인 변화 없이 투명 용기에 브랜드 라벨로 마감하였다. 미니멀리즘의 조형적 특징을 반영한 제품들이다. 4~6위인 불가리, 구찌, 랑방은 파격적인 조형의 변화를 시도하였다. 불투명 재질의 적용과 투톤 처리에 의한 독창성과 다이어몬드 컷 요소의 적용과 장식적인 데코 파트의 적용은 맥시멀리즘의 조형적 특징을 반영한 제품들이다. 1-6위의 향수 용기 디자인을 통해 기본에 충실한 미니멀리즘과 변화와 다양성을 추구하는 맥시멀리즘의 조형의 결과를 도출하고 있다. 미니멀리즘과 맥시멀리즘의 조형적 특징의 선택은 제품이 런칭되는 제품군에 대한 시장 특성과 소비자 니즈를 분석하여 최적의 조형적 요소를 적용하는 것이

중요하다. ‘포스트 코로나19 시대’ 소비자들의 잠재적 니즈를 발굴하고 새로운 가치를 창출하는 핵심 동인으로 미니멀리즘과 맥시멀리즘의 조형적 특징의 이해와 융복합적 레이어드 디자인이 요구된다.

현재 화장품 향수용기 디자인 트렌드를 예측할 때, 미니멀리즘이나? 맥시멀리즘이나?를 패션이나 디지털 가전, IT 기기, 자동차처럼 완벽하게 가능할 수는 없다. 미니멀리즘이 고리타분한 것이고, 맥시멀리즘이 혁신적인 것이라 평할 수도 없다. 얼마 전까지만 해도 디자인 트렌드를 매개로 글로벌 기업들은 경쟁 우위를 점하기 위한 과다한 경쟁을 벌여 왔다. 대부분의 명품 향수 제조 메이커들은 브랜드 파워를 앞세워서 프리미엄급 향수의 높은 시장 세어를 점유하기 위하여 미니멀한 디자인을 채택하고 있다. 절제된 조형에 브랜드 로고나 인쇄 사양을 적용하여 사용자 경험과 제품적 가치를 극대화하고 있다.



[그림4] 미니멀리즘의 대표 향수 디자인 이미지

한편 남성용 향수나 남/녀 공용(unisex) 향수, ‘니치 향수’ 디자인의 경우에는 시장 차별화 전략과 다양한 소비자의 니즈를 반영한 맥시멀리즘 디자인 적용이 진행되고 있다. “35세 미만 소비자들은 유명인이 뿌리는 향수가 아니라 ‘나만의 향’을 갖고 싶어 한다”면서 “이에 따라 향수 시장이 ‘장인 정신’과 개성이 담긴 고가 니치 향수 아니면 2.5달러에 살 수 있는 초저가 향수로 양분되는 추세”라고 블룸버그 통신은 향수 트렌드를 소개하는 최근 기사에서 보도했다. 맥시멀리즘 디자인을 적용한 향수 디자인은 파격적인 조형의 차별화와 장식적이고 다채로운 데코 파트의 적용 등을 통해 새로운 가치 창출을 위한 공격적인 마케팅을 진행하고 있다.



[그림5] 맥시멀리즘의 대표 향수 디자인 이미지

21세기 후기 포스트모더니즘 시대 이후에 다양성 추구는 전통적인 디자인 트렌드 영역을 파괴하는 계기를 마련했다. 소비자는 디자인 트렌드에 민감할 수도 있고, 개인적 취향을 보수적으로 가져갈 수도 있다. 까다로운 소비자의 입맛을 맞추기 위해 디자인은 트렌드의 경계를 허물고 있다. 과거의 디자인 트렌드는 기존 상품과 신상품을 구분하는 기준이었다면 현재는 그러한 경계는 존재하지 않는다. 모든 제품은 미니멀리즘과 맥시멀리즘으로 디자인을 해석할 수 있지만 서로 공존도 한다. 미니멀리즘과 맥시멀리즘은 다름과 평가절하의 대상이 아닌 동등한 기준에서 소비자의 선택을 기다린다. 수없이 많은 브랜드들의 디자인 조형은 지향하는 바가 다를 뿐이지, 다름이 트렌드에 뒤떨어지거나 틀림이 되지는 않는다. 현재 소비자들은 미니멀리즘과 맥시멀리즘의 다양성과 풍요로운 경계에서 소비를 즐기고 있다.



[그림6] 미니멀리즘과 맥시멀리즘의 경계

이처럼 미니멀리즘과 맥시멀리즘의 특징이 화장품 산업계의 중요한 역할을 하고 있는 향수 용기디자인에 어떠한 특징을 나타내고 있는지 살펴보았다. 본 연구를 바탕으로 향수 용기디자인의 개선방안을 모색하고 경쟁력 있는 차별화된 디자인 개발에 기초자료로 활용되었으면 한다.

참고문헌

- 박채원. (2019). 해외 화장품 브랜드에 따른 향수 패키지디자인의 차별화 전략 분석. **일러스트레이션 포럼**, 20(61), pp.95-103.
- 변혜진, 박선경. (2007). 21세기 맥시멀 룩의 조형미에 관한 연구. **한국패션디자인학회지**, 7(2), pp.169~188.
- 사카이 나오키. (2008). **디자인의 끝: 물건의 진화론**. (정현희 역). 서울: 디자인하우스.
- 손하은. (2001). **향수 용기의 시대별 트렌드 분석에 관한 연구 : 90년대의 용기의 트렌드를 중심으로**. 이화여자대학교 디자인대학원 석사학위논문, 서울.
- 손정민. (2020.09). 불확실한 시대의 디자인, 코로나 충격을 성장으로 이끈다. **디자인이슈리포트**, 48, 한국디자인진흥원.
- 이방원. (2011). **시각커뮤니케이션 크리에이티브 요소로서의 맥시멀리즘(Maximalism)의 표현유형별 효과에 관한 연구**. 홍익대학교 대학원 박사학위논문, 서울.
- 장유진. (2017). **선물 구매자와 직접 사용 구매자간의 향수 용기 디자인 선호도 연구**. 동서대학교 일반대학원 디자인학과 석사학위논문, 부산.
- 황현진. (2017). **미니멀리즘과 맥시멀리즘의 조형성 연구와 메이크업 특성 2014F/W-2017S/S 컬렉션 중심으로**. 건국대학교 예술디자인대학원 뷰티디자인 전공 석사학위논문, 서울.
- <https://www.futurekorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=124712>
- <https://blissminse.tistory.com/2>
- <https://www.gucci.com/kr/ko/pr/beauty/fragrances/womens-fragrances/gucci-bamboo/gucci-bamboo-50ml-eau-de-toilette-p-44338899990099>
- <https://www.yeongnam.com/web/view.php?key=20170324.010400731110001>
- https://m.sivillage.com/shop/initMagazineDetail.siv?disp_ctg_no=M00000008641
- <https://blog.naver.com/mcstorycrew/221599889712>
- <https://blog.naver.com/jhp9922/221891935264>
- <https://blog.naver.com/jurents/221088851057>

- http://luxury.designhouse.co.kr/in_magazine/sub.html?at=view&info_id=67355
- <https://m.blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=fioralove&logNo=20156387189&proxyReferer=https:%2F%2Fwww.google.com%2F>
- https://blog.naver.com/go_mj/221722960261
- <https://blog.naver.com/jurents/221048993880>
- <http://www.carguy.kr/news/articleView.html?idxno=38387>
- https://1boon.kakao.com/ttimes/ttimes_1711301807?fbclid=IwAR09SqfMZQZ3ccwadseoUfIO4LPDZIVxR1pxA43U4ch0Cmnsus8z-fsEtNU
- <https://blog.naver.com/spaceyou13/221846672224>
- http://realty.chosun.com/site/data/html_dir/2019/01/04/2019010402438.html
- <https://blog.naver.com/bananaworks/221598721451>
- <https://blog.naver.com/gitacademy01/221313849231>

전자우편: axlekang@naver.com

원고접수일: 2020년 11월 29일

심사완료일: 2020년 12월 16일

게재결정일: 2020년 12월 22일

3명의 익명(匿名)에 의한 심사.