

국내 차량의 스카치켈 사이드 그래픽 디자인에 관한연구

-경차의 마티즈와 미니벤 스타렉스 중심으로-

이 창 호

대불대학교

이 창 호

Lee, Chang ho

조선대학교 응용미술학과 동대학원 졸업
27,28회 대한민국 산업디자인전 특선 및 입선
33회 전라남도 미술대전 대상
광주·전남 산업디자인전 회원 및 심사위원 역임
한국비주얼비엔날레 회원 및 심사위원 역임
광주미술협의회전 회원
전국 대학교수 100인 시각이미지전
한·일 한국비주얼디자인전(동경)
백제예술대학, 목포과학대학 강사 역임
현. 대불대학교 시각정보디자인과 조교수

Contents

Abstract

I. 서론

1. 연구목적

II. 본론

1. 스카치 브랜드 명의 유래
2. 국내의 스카치켈 필름의 현황
3. 실용성과 기능성을 겸비한 경차
 - 1)국내경차의 특징
 - 2)마티즈의 특징
 - 3)국내 경차 시장 분석
4. 마티즈 사이드 그래픽 컨셉트
 - 1)동물적 이미지
 - 2)추상적 도형이미지
5. 미래지향적이며 레저용에 맞는 스타렉스
 - 1)미니벤의 경쟁사 상품성 비교
 - 2)스타렉스 특징
 - 3)스타렉스 소비자 구매형태
 - 4)구매 연령층과 색의 선호도
 - 5)스타렉스 사이드 그래픽 컨셉트

III. 결론

IV. 참고문헌

Abstract

The automobile is the necessities of life of modern people and is also like human foot. It is no exaggeration to say that it has been settled as the partner of man's life reflecting our life style, dream and reality beyond its functional dimension as the transportation means. As such an 21st century will be the peak of automobile culture owing to the development of auto related industry and it will approach customers' daily life as it is called as 'moving signboard' and 'moving graphic'. The current target the market the market of sports car, RV car, 4WD, truck, and bus which will lead new auto culture in the keen competition and wait for introduction of the various kinds of concept car due to the various consumption patterns.

The appearance of automobile satisfying the individual consumption inclination and requirements is compulsory in accordance with such a trend and automobile designers are not concerned on the attachment of side graphic, approach the design with the characteristics of car type and consumers select side graphic reflecting their own personality from the same design car. It is very difficult to express the image of dynamic car and that of static car and to pursue the unity of car design and colors is the ultimate goal of side graphic. Side graphic may have different design according to individual style and car concept, create a varied feeling depending on the location of graphic attachment and work to change plane

graphic should be matched to meet the car image by combining speed and natural factors of car.

1. 서 론

1. 연구목적

현대인의 생활에 있어서 자동차는 생활 필수품이며 없어서는 안될 인간의 발과도 같은 존재이다. 단순히 목적지까지 이동하는 기능차원을 뛰어넘어 우리들의 라이프 스타일(Life Style)과 꿈과 현실을 반영하는 삶의 동반자로 자리잡고 있다 해도 과언은 아니다. 이러한 자동차의 대중성과 중요성에서 알 수 있듯이 자동차 관련된 산업의 발달로 인하여 21세기에는 자동차 문화가 최고의 전성기를 맞이할 것이며 '움직이는 광고판', '움직이는 그래픽'이라고 불려도 좋을만큼 고객의 일상속에 자연스럽게 다가와 있다. 현재 국내 자동차 업체는 현재 미래에 대한 준비가 가장 적극적으로 이루어지고 있으며 치열한 경쟁속에서 새로운 자동차 문화를 이끌 경차 및 스포츠카, RV카 및 4WD, 트럭 및 버스 등의 시장 공략을 하고 있으며 다양한 소비 패턴으로 인한 여러 종류의 컨셉트카의 출고를 기다리고 있는 입장이다.

이러한 추세에 맞추어 개인 소비성향과 욕구를 충족시켜 줄 자동차의 출현이 필수적이며 자동차 디자이너들은 사이드 그래픽의 부착에 관여하지 않고 차종의 개성으로서 디자인에 접근해가고 있으며 소비자들은 똑같은 디자인 차종에서 자신의 개성을 살려 사이드 그래픽(Side Graphic)을 선택하게 된다. 동적인 차의 이미지와 정적인 차의 이미지를 표현한다는 것은 매우 어려운 일이며 차량의 디자인과 색상의 통일성을 추구한다는 것은 사이드 그

래픽의 궁극적인 목적일 것이다. 사이드 그래픽은 개인의 스타일과 차의 컨셉트에 따라 디자인을 달리 할 수 있다. 그래픽은 어느 위치에 부착하느냐에 따라 전체적인 느낌을 달리 할 수 있으며 평면적인 그래픽을 입체화 시켜주는 작업이 중요하다. 차의 스피드함과 자연적인 요소를 조합하여 차의 이미지에 맞게 직선적 이미지와 곡선적 이미지를 잘 소화 시켜야한다.

II. 본 론

1. 스카치 브랜드명의 유래

미네소타 태생의 딕,드류(Dick drew)는 1921년, 미네소타 대학(University of Minnesota)에서 1년 긴 기술훈련을 받은후 3M에 입사했다. 그 당시에는 자동차 차체에 두 가지 색을 칠하는 것이 유행이었다. 자동차가 두 가지색상으로 칠해질 색상의 경계를 깨끗이 마무리 하기 위해 한쪽으로 칠하는 동안 다른 한쪽은 덮어두어야 했다. 이렇게 다른 한쪽의 차체를 보호하기 위해 1920년대에 가장 일반적으로 사용했던것은 신문지였다. 그러나 신문지를 붙여놓기 위해 사용한 풀이 문제였다. 집에서 만든 풀은 너무 끈끈하게 달라붙어서 나중에 이를 긁어 내려면 차체가 손상되기 일 수였다. 고객 가까이에서 3M제품이 잘 쓰이고 있는지를 늘 관찰해 오던 드류는 1925년 어느날 이렇게 귀찮은 마스킹 페인트 작업에 염증이 난 한 페인트공에게서 터져나오는 불만과 짜증을 들었다. 드류는 회사에 들어가 경영진에게 자신의 아이디어를 제시했다. 당시 필요한 것은 확실하게 붙어 있으면서도 땔때에는 잔재가 남지않고 잘벗겨지는 마스킹테이프 였다. 즉 솔벤트가 라카에 침투되지 않아 밑부분의 페인트칠을 망치지 않으면서 두개의 색상사이의 섬세한 마무리를 할 수 있는 강력한 테이프였

다. 드류와 그의 연구원들은 린시드 오일 다양한 종류의 송진, 검치클, 나프,등 수많은 접착성이 물질을 가지고 실험을 계속했다. 그 결과 양직의 목공용 풀성분에 글리세린을 첨가하여 접착성이 지속 되도록 하는 공식을 도출해 냈었다.이로 인해 페인트칠을 예리하고 깨끗하게 마무리할 수 있게 되었으며 이 테이프는 처음엔 단순히 '3M비건조(Non-Drying) 테이프' 라고 불렸다.

그후 이 새로운 제품에 '스카치 브랜드' 마스킹 테이프 라는 이름이 붙여졌는데 그 유래로서 그럴듯한 일화가 하나 있다. 마스킹 테이프 출시 초기, 회사는 경제성을 이유로 중앙은 그냥 놔둔채 2인치 스트립의 양쪽 가장자리에만 접착제를 발라 한쪽 끝은 마스킹 종이에, 다른 한쪽 끝은 차체에 부착하게 했다.

자동차의 페인트 칠을 하는 사람들에게 이런 3M의 구두쇠 정신은 새로운 난제를 부가되었다. 부분적으로 접착제를 바른 테이프는 접착력이 떨어졌고 이로 인해 3M에 대한 불만이 생기게 되었다. 어느날, 페인트 칠을 하는 한 사람이 3M영업 사원에게 "접착제를 왜 그렇게 스코틀랜드 사람들(Scotch)처럼 인색하게 씹니까?" 라고 불평을 하여 그 이후로 스카치가 공식 명칭처럼 따라다니게 되었던 것이다. '스카치 브랜드'의 매출은 첫째 16만 4천 달러에서 꾸준한성장을 보여 1935년에는 115만 달러를 기록했고 그 이후 수백만 달러 이상의 매출액을 유지하고 있다. 또한 3M의 테이프 산업은 기초적인 마스킹 테이프로부터 발전에 발전을 거듭, 가정과 산업현장에서 다양한 용도로 쓰여지는 수백가지에 달하는 감압성 테이프들에 이르기까지 미래의 발판으로서 성장하고 있다.

2. 국내의 스카치셀 필름

(Scotchcal HighPerformance Film)의 현황

스카치셀은 페인트 대신에 사용되는 외장용 필름으로 자

외선에 강해 색상이 변색되지 않으므로 자동차 외관을 보다 화려하게 만들고 접착력의 변화가 없어 수명이 길며 다양한 형태로 사용되어 자동차 외장의 새로운 차원을 창조하는 필름으로써 엠블렘, 우드그레인, 외장용그래픽 등 여러 용도의 사용을 예로 들 수 있으나, 아직은 국내에 보편화 되어 있지 않다. 국내 스카치캘 디자인(Scotchcal)의 현황은 차량 출고후 대략적인 디자인을 인쇄업체에 의뢰하여 완성시키는 경우와 인쇄업체에서 직접 모델을 확인하고 AP Tape붙친 후 러프 스케치를 통해 디자인하는 경우가 있다. 차량 제조업체에서 스카치캘 디자인을 등한시하는 경향으로 하청업체가 주가되어 디자인을 하고 있다. 이에 일본책을 참고하여 디자인을 변형시키는 경우가 빈번한 관계로 한국적 이미지에 대한 연구와 개발이 필요한 시기라 할 수 있다. 국외 스카치캘 디자인 흐름을 보면 일본은 Grey 계통 또는 단색으로 디자인 되어 칙칙하다는 느낌이 들 정도지만 차에 부착시 메치가 잘되고 고급스러운 이미지 까지 느낄 수 있다는 것은 차의 특성을 잘 살리면서 고급스러움과 스피드함을 잘 접목시킨 것이라 할 수 있다. 미국은 화려하고 다양한 이미지로 차종의 다양화와 각기 다른 개성의 특이성으로 화려하고 다양한 이미지가 많은 것으로 보인다. 유럽은 원색의 컬러를 3도에서 4도 정도 사용하는 것이 보편적이다.

3. 실용성과 기능성을 겸비한 경차

1). 국내 경차의 특징

경자동차는 영어로 미니카(MINI CAR)로 번역된다. 세계적으로 미니카의 뿌리는 2차대전 직후로 거슬러 올라가서 찾을 수 있다. 서독의 거품차 (Bubble car), 이탈리아의 피아트차들, 프랑스의 시트트로앵 2CV로 대표되는 배기량 500cc전후의 차들이다.

국내 자동차 문화의 흐름을 보면 미국의 문화와 흡사하다고 볼 수 있다. 하지만 실질적으로 미국과 우리의 상황은 매우 차이가 난다. 지평선이 보일 정도로 광활한 미국의 대륙에 비해 국내는 좁고 복잡하다. 크로스 컨트롤 기능이 발달할 수 밖에 없는 쪽 뺨은 고속도로가 미국을 대표한다면 우리는 커브가 많고 잔재미를 주는 산길이 대부분이다. 그런 점에서 보면 국내 상황은 미국보다는 유럽에 훨씬 가깝다고 볼 수 있다. 그런 상황에서 인기를 얻고 있는 모델에서도 차이가 난다. 미국에서는 주차공간에 신경 쓰지 않고 짐을 편하게 실을 수 있는 픽업 트럭이나 미니밴이 인기를 얻고 있다. 폴 사이즈 밴이나 픽업 트럭등이 비즈니스카로 쓰이는 특이한 현상을 보인다. 그것과 달리 국내도로는 좁고 복잡하다. 주차공간 또한 협소하다. 기름값도 만만치 않다. 갈수록 심각해 지는 교통난, 주차난, 기름값이나 각종 세금에 부담을 생각한다면 경차의 선호도가 높아져야한다. 작고 앙증맞은 경차는 직장여성, 젊은층과 농어촌, 도시의 자영업자의 배달용으로 많이 애용되고 있다. 이들은 기동성이 높고 주차하기 편리하고 특히 농촌에 경차가 보급되면 농어촌에 레저산업등 3차산업이 활발히 일어나 고용효과를 높이며 농촌인구가 농사나 부업활동 외의 부업등으로 부가가치가 높은 생산활동을 겸할 수 있기에 많이 애용되고 있다.

국내 경차는 800cc이하의 차로 규정되어 있고, 경차에 대한 혜택을 보자면 차를 살 때 내야하는 등록세는 5%인데 경차는 2%만 내면되고 또한 1가구 2차 증과세가 면제되고 지역개발 공채 매입을 50%싸게 낼수 있다. 오너를 대상으로 1년에 한번씩 부과되는 면허세의 경우는 인구 50만 이상의 도시에 살며 1/3기타 지역은 50%안하된다. 종합보험료에서는 소형차에 비해 10%적게 낼 수 있다. 고속도로 통행료 50%할인되고, 공영주차장 요금 50%할인되는 혜택을 누린다. 승용차중 우선 경차의 판매 증가가 예상되고 있다. 지속적인 휘발유 인상으로 인한 운영비 증

가와 소비절약 분위기에 따른 경차이미지 쇄신이 주요 원 인이다.

2). 마티즈의 특징

세계적인 메이커 벤츠가 혼신의 힘을 기울여 개발한 소형 차 벤츠 A-Class가 전고가 높은 스타일로 말미암아 급차 선 변경 테스트 중 뒤집어지는 사고가 발생하여 세계의 이 목을 집중시킨바 있습니다. 즉 경차에 대한 경험부족으로 차고를 너무 높게 설계함으로써 코너링시 전복되는 현상 이 일어난 것입니다. 마티즈는 148mm의 적절한 전고를 확보로 무게중심이 낮아 코너링시 매우 안정되어 있습니다. 물론 급차선변경 Test도 거뜬히 통과했으며 마티즈는 경제적이면서 주차면적은 큰 승용차의 절반정도이다. 주차하기 힘든 복잡한 도심에서도 작은 공간만 있으면 주차 가 가능하며 최근에 있어 경차에 중요성이 더욱 부각되고 정부에서도 경차에 대한 보급확대를 위해 다양한 경차 활성화 방안이 검토되고 있다.

- 가구 2차 중과세 제외
- 지역개발 공채 : 51%할인
- 등록세할인 : 5%~2%
- 면허세할인 : 33%~50%
- 종합협료 인하 : 소형차대비 10%

마티즈는 시야가 넓어 사고를 미연에 예방하며 넓은 시야 확보로 초보자 및 여성 운전자들도 방어 운전이 쉽우며 특히 넓은 후방시야는 불의의 사고를 예방하는 중요한 포인트입니다. 마티즈는 상용개념으로 설계된 높은차체에 좁은 뒷창의 타경차와 달리 폭넓은 후방 시계를 확보하고 기동력과 순발력이 생명인 경차가 대관령 같은 고개길을 힘겨워 한다면 답답한 일이다. 경승용차의 엔진은 가벼우면서도 출력은 높아야 하는 까다로운 조건에다 당연히 연비도 좋아야 하며 동급 최고의 출력으로 동급 최고 속도를 자랑하는 마티즈의 기동력은 가볍고 단단한 차체에 전회

전역에서 뛰어난 토크를 발휘하는 능률 높은 M-Tec엔진, 공기 저항이 적은 승용스타일은 마티즈 기술에서 나오는 것이다.

마티즈는 경차의 최대 약점인 실내공간의 한계를 극복하여 소형차 수준의 동급최대의 실내 활용공간을 확보 만큼 시트도 커서 장거리 운전시 편안하다.

98 유럽 신안전 법규를 기준으로 하여 새로운 안전 개념 실현으로 컴퓨터 안전설계에 의한 고강성 차체구조와 차체의 47%에 달하는 고장력 강판 적용등 측면 충돌 테스트는 물론 충격력이 가장 큰 정면 부분(40% off set)충돌테스트를 기준으로 개발한 마티즈는 국내 법규는 물론 유럽 안전법규를 만족하는 안전도까지 확보했다.

무게를 낮추고 안전도를 높인 장력강도가 뛰어난 신소재 고장력강판은 충돌시 충격을 완화해 주면서 마티즈는 힘을 많이 받는 언더바디와 엔진룸등 기본차체 구조의 국내 최대의 첨단소재를 사용하였다.

대우가 국내 최초로 개발한 세미 오토는 클러치를 밟지 않아 오토처럼 편하면서도 연비, 최고속도, 가속성능 등은 수동변속기와 동등한 수준의 최첨단 전자제어 방식의 변속기입니다. 마티즈의 세미 오토는 출발시 및 변속시 시동이 꺼지지 않으면서 기어 중립 상태에서만 시동이 켜지기 때문에 초보운전자도 안심하고 운전할 수 있습니다.

마티즈 세미 오토(Semi Auto)는

- 클러치를 밟지 않아 발이 편합니다.
- 출발시 및 주행변속시에 시동을 꺼뜨릴 염려가 없습니다.
- 수동변속기와 동일한 연비로 유지비가 저렴합니다.
- 오토처럼 편안하면서 운전의 즐거움을 느낄 수 있습니다.
- 중립상태에서만 시동이 켜지니까 안심할 수 있습니다.

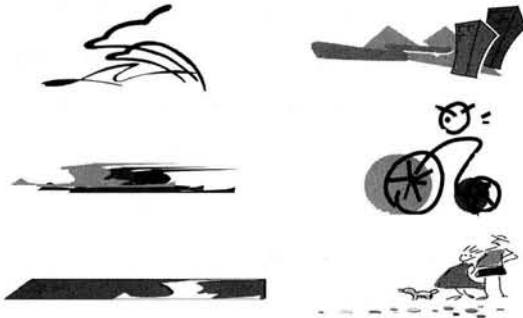
3. 국내 경차 시장분석

〈표1〉

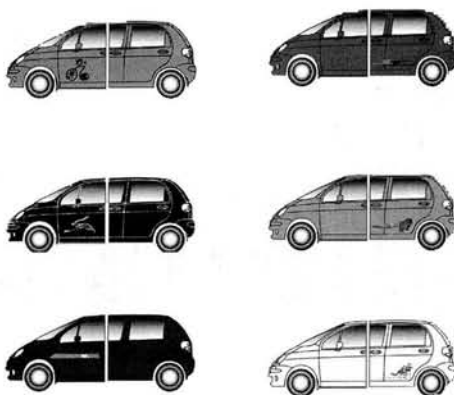
차종	ATOZ(현대)	MATIZ(대우)
차의 특징	가운데로 물린 모양과 캐릭터라인과 지붕까지 치솟은 데일램프 4기통이며 짐칸이 넓어서 도시의 자영업자의 비즈니스용으로 많이 사용되고 있다.	형태가 귀여우며 감쪽한 선과 스피드한 곡선처리가 아름다우며 주행거리가 많이 요구되는 사람과 젊은 여성과 스타일을 원하는 사람에게 필요한 차이점.
구매 연령층	20대초~30대초	20대초~30대초
판매실적	2천대~4천대	1만대
가장 많이 팔린 색상	빨간색	금모래색, 녹색

4. 마티즈 사이드 그래픽 컨셉트

1) 동물적 이미지

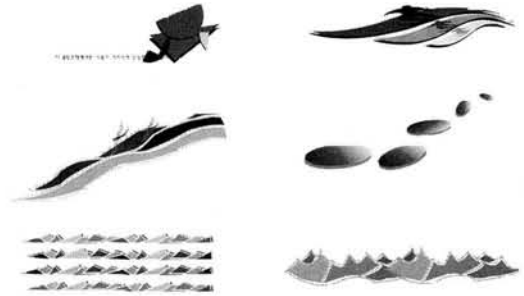


〈그림 1〉동물의 이미지 컨셉

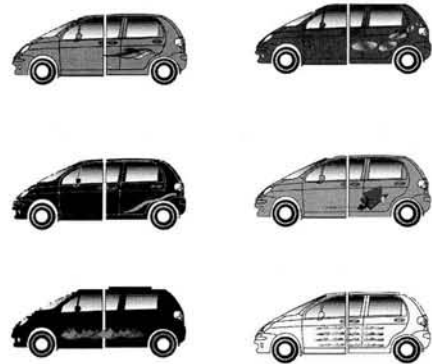


〈그림 2〉동물의 이미지 사이드 그래픽

2) 추상적 도형이미지



〈그림3〉추상적도형 이미지



〈그림4〉추상적도형 이미지 사이드 그래픽

5. 미래지향적이며 레저용에 맞는 스타렉스

승용차와 화물차 사이를 매우며 자신만의 영역을 지키고 있는밴, 갈수록 세련되고 승용차에 가까워져 있다. 미니버스, 소형승합차, 원박스카,반 미니가 불더라도 버스의 어감은 너무 웅장하고 소형 승합차라는 법률용어는 딱딱하다. 원박스라는 표현은 유리하고 밴은 짐차라는 의미가 크다. 중형차 정도의 면적에 많은 사람을 태우는 차라는 선전성마저 느끼게 한다. 공간 효율이 좋은 차는 자원절약에 효율적이고 환경보호에도 도움이 되기에 미래지향적이다. 우리 주변의 밴은 크기나 컨셉트에서 아직 짐차의 이미지가 짙다. 상용과 승용의 중간자 역할이지만 아직 SUV에

비해 떨어지는 품위도 부인할 수 없다.

그만큼 고급스러운 장비를 갖추고 부드러운 차가 되었다. 늘씬한자에 승용차와 다른없는 진정한 승용차 분위기에 미니밴이 나오더라도 현재의 밴이 맡아야 할 영역은 그대로 남을 것이다. 인원수송이나 사업목적에 충실한 다용도 차로서다. 미니밴이 나와도 택배차와 유치원버스는 지금의 밴이 쓰일 것이다. 오늘이 시승차들의 일꾼으로서의 역할과 미니밴에 가까워지려는 승용 감각을 모두 갖춘 차로의 의미를 두고 싶습니다.

1) 미니밴의 경쟁사 상품성 비교

· 주역모델 (BUAN · SVX급 기준)

〈표2〉주력모델

항목	ITEM	STRAX	GRACE	ISTANA	PREGIO
주요제원	전장	5035	4790	4820	4890
	전폭	1820	1690	1810	1855
	전고	1965	1955	1970	2000
	실내 장 폭 고	1565 1610 1375	1650 1520 1365	1570 1605 1460	1780 1615 1365
	비교	중등	중등	중등	중등
안전성 및 승차감	BODY TYPE BUMPER	BONNET 2.5 MPH	C/OVER GENERAL	2.5 MPH	GENERAL
	비교	절대우세	열세	열세	열세
편의성 및 고급성	파워 스티어링 틸트 스티어링 보조 MAT	● ● 12 oz	— — 12 oz	● — —	— — —
	비교	절대우세	우세	열세	열세
	정비성	절대우세	열세	열세	열세
동력성능	최대출력 (PS)	83	83	95	90
	최대토크 (Kg.m)	17.0	17.0	19.6	19.5
	비교	열세	열세	열세	열세

2) 스타렉스 특징

스타렉스는 탁월한 안전성 RV차종 중 유일하게 건설교통부 안전시험에 합격하여 국가로 부터 안전성을 공인 받았습니다. ZONE SAFETY(안전공간) 개념에 따라 프론트 엔진의 본네트 타입으로 설계하였으며 듀얼 에어백을 적용 전방 충돌 안전성을 크게 높였습니다. 더불어 사이드 임팩트바/ 세이프티빔을 측면부에 설치하여 만일 발생할 수 있는 사고에 만전을 기했으며 실내 공간 활용 극대화 로 평평한 실내 바닥 설계로 실재공간 활용성을 극대화시

켰으며 1열에서 3열까지 자유로이 이동할 수 있는 워크스루 기능을 설정하였을 뿐만 아니라 최신 시트 메카니즘 적용으로 다양한 시트 변형이 가능하여 움직이는 휴식 공간이 될 수 있도록 최선을 다하였다.

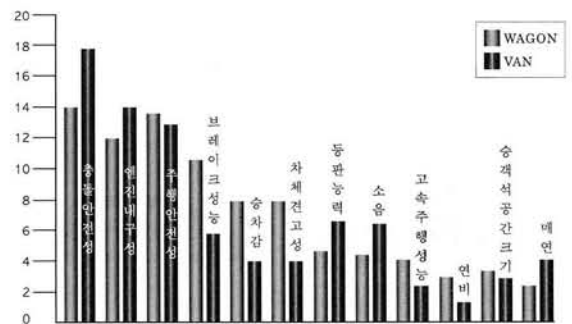
승용차와 동등한 정비성으로 본네트를 연 상태에서 일상 점검 및 엔진의 정비가 가능하므로 정비시간 단축과 정비 비용이 가장 적으며 스타렉스 밴은 본네트 타입의 에어로 다이내믹 스타일 및 각종 고급사양의 적용으로 승용차 감각을 그대로 느낄 수 있다.

엔진이 본네트에 위치하여 실내소음이 승용수준이며 근본적인 엔진소음을 상쇄시켜주는 사일런트 샵프트가 기본적으로 되어 속성이 매우 우수며 긴 축간거리와 넓은 윤거로 동급차중 대비 승차감이 가장 뛰어나며 주행 안전성이 탁월하다.

국내 최초로 트윈스윙도어를 적용하여 화물적하 편리성을 높였으며 리어범퍼에 스텝을 설치하여 화물적하 편리성 및 차체보호를 도모하였다. 승합분류에 의한 저렴한 자동차세와 특호세 면제에 따른 합리적인 차량가격과 시인성이 뛰어나 중앙집중의 크래쉬 패드기능이 있다.

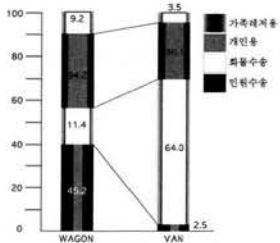
3) 스타렉스 소비자 구매형태

· VAN구입시 고려사항



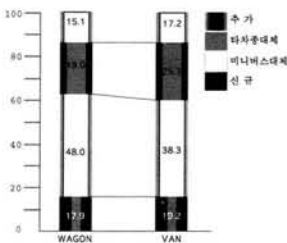
〈표3〉VAN구입시 고려사항

· 사용용도



〈표4〉사용용도

· 구매형태



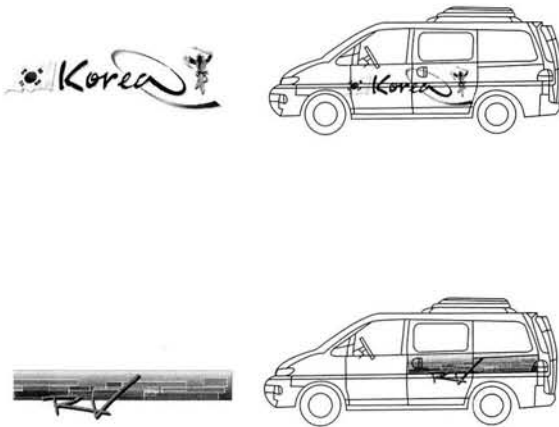
〈표5〉구매형태

4) 구매연령층과 색의 선호도 (조사대상인원:357명)

〈표6〉구매연령층 색의 선호도

	흑 색	감은색	진청색	진녹색
30세 이하	20.5%	11%	6%	62.5%
31~40	20%	30%	8%	42%
41~50	40.5%	38.5%	7%	14%
50세 이상	30.5%	48.5%	5.5%	15.5%

5) 스타렉스 사이드그래픽 컨셉트



〈그림 3〉 한국적이미지 사이드 그래픽

III. 결 론

21세기에는 수송문화의 발달로 경제 수준이 향상됨에 따라 운전의 편의성, 안전성이 증대되어 고객의 라이프 스타일이며 고급화되는 추세이며 최고의 품질과 서비스를 제공 받기를 개인의 소비패턴의 변화로 인해 다양한 소구대 상층이 형성될 것이다.

일반소비자가 선호하는 사이드그래픽은 우선 눈에 띄는 방향에서 붙일 수 있는 작고 귀여운 스타일과 어떤 차종에도 어울릴 수 있는 무난한 스타일의 사이드 그래픽 일 것이다. 일반적으로 스티커를 붙이는 이유는 오래된 차량을 커버하기 위해서나 사고로 인한 긁힌 자국을 대신 보완하기 위해 스티커를 이용한다고 인식되어 있다. 때문에 경차 승용차 보다는 봉고특력이 스티커를 많이 이용하는 차종으로 인식되어 있으며 경승용차는 사이드 그래픽보다는 투톤칼라를 많이 선호하는 경향이 있다.

이러한 점을 보완하기 위해 사이드 그래픽에 대한 인식의 변화를 위해 Good Design이 필요한 시점이다. 우선 차의 사이드 그래픽에서 고려해야 할 점은 차에 대한 특징을 자세히 파악해서 차의 이미지를 확실하게 전달해주며 차가 달리고 있을때의 위치, 크기, 그리고 멈춰 있을때보다 차가 달리고 있을때의 모습을 고려해서 디자인을 전개하는 것이 필요하다. 경차의 마티즈 사이드그래픽은 첫째는 자연적 이미지를 이용하여 원색적인 색상 대비를 통해 깔끔하고 눈에 잘 띄도록 단순한 형태의 그래픽을 사용했으며 둘째는 패턴이나 점, 선, 면을 이용한 세련된 패턴을 사용하였다.

다른 차종에 비해 덩치가 큰 스타렉스는 넓은 면적이 밋밋하고 지루해 보일수 있으므로 그 단점을 보완하여 컨셉을 전개해보았으며 자연의 이미지와 한국의 이미지를 주제컨셉으로 정했으며 스타렉스는 보통 교통수단보다는 여행자나 레이저용으로 대부분 사용하고 있다는걸 알게 되었다.

본 연구에서는 국내 자동차 사이드그래픽이 처한 현실은 아직은 활동적이지 못한 점이 많으나 다양한 소비패턴의 변화로 인해 개인의 개성의 중요시되는 젊은 소비자층에서부터의 변화가 되고 있음을 감지하였으며 한국의 자연적인 소재로한 사이드 그래픽에 대해 관심이 많음을 인식하였다.

IV. 참고문헌

1. 쓰리엠 연구개발, 한국 쓰리엠 홍보부, 1996
2. Automotive Industry center AIC, 자동차기술센터, 1998
3. “타탄(Tartan)의 브랜드 - 3M 이야기”, 1995
4. 월간디자인 244, 1998/10
5. 디자인을위한 색채계획, 미진사, 1995
6. 색채이론과 실제, 도서출판 청우, 1994
7. CAR 카버전, (주)자동차생활, 1998/8,11,12
8. Automotive Design Products, 한국쓰리엠 1997 ~2000

