

## 4차시 디자인을 최소화하다

### 학습 내용

1. 이케아의 민주적 디자인 철학
2. 이케아의 스테디셀러, 빌리 책장

## 1. 이케아의 민주적 디자인 철학

### 1-1. 스칸디나비안 디자인 철학

지리 환경적 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 기온 낮고 일조량 적음</li> <li>● 인구밀도 낮음</li> <li>● 자연 훼손 적음</li> <li>● 목재 풍부함</li> </ul>
사회적 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 업무시간 짧고 퇴근 빠름</li> <li>● 집에서 머무는 시간이 김</li> <li>● 실용성, 심미성 모두 추구</li> <li>● 자연친화적 삶 향유</li> </ul>
역사적 특징 및 국가적 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>● (스웨덴) ‘디자인 민주주의’: 모두가 누릴 수 있는 실용적이고 합리적인 디자인</li> <li>● (덴마크) ‘기능주의 디자인’: 효율적인 디자인을 추구하며 체계적으로 디자이너 육성</li> </ul>

	디자인 철학 및 특징
⇒	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 주거 공간에 대한 관심이 크고 인테리어 및 가구 발달</li> <li>● 장인 정신이 깃들어 질리지 않고 세련된 디자인</li> <li>● 목재 사용으로 견고함과 따뜻한 분위기 조성</li> <li>● 곡선 형태로 기능을 충족하며 부드러움과 자연스러움 배가</li> </ul>

스칸디나비아 국가는 지리적 특성 덕분에 여타 유럽 국가들과 다른 문화권을 이루고 있다. 위도가 높은 지역에 위치하고 있어 겨울이 길고 여름에도 서늘한 날씨를 유지하며, 일출이 늦고 일몰이 빠른 극야와 그 반대로 해가 지지 않는 백야 현상이 나타난다. 일반적으로 경

제생활 수준이 매우 높기로 유명한데, 1970~80년대 경기 침체를 겪고 이를 회복하는 과정에서 굳건한 경제 체계와 건전한 복지 제도를 확립했기 때문이다.

그리고 경제 수준만큼이나 높은 삶의 질을 추구하기 때문에, 주당 근무 시간은 40시간 이내이며 이른 시간부터 업무를 시작하여 오후 4시, 늦어도 5시면 퇴근하는 것이 일반적이다. 이러한 환경 속에서, 가족을 중시하고 평화로움을 사랑하는 사람들은 많은 시간을 집 안에서 보내게 되었고 스칸디나비아에서 자연스레 인테리어가 발달하고 가구에 대한 관심이 증대되었다.

스칸디나비아 사람들에게 집은 자신과 가족이 지내는 공간임과 동시에 사회적 공간이기도 하다. 스칸디나비아 사람들은 우리나라와 유사하게 자신과 공통 집단에 속한 사람들과 깊은 관계를 맺는 사회성을 지니고 있다. 인구 밀도가 낮아 큰 도시가 없고, 게다가 음주에 대한 법적 제재도 강한 편이라 유흥 문화가 발달하지 않았기 때문에 외식을 하거나 큰 파티를 벌이는 대신 자신과 가까운 친구들을 집에 초대하여 함께 식사를 하고 소소하게 친목을 다지는 경우가 많다. 이러한 이유에서 스칸디나비안 가구는 기능뿐 아니라 심미적 측면까지 종합적으로 고려하여 발달하게 되었다.

스칸디나비안 가구에서 가장 쉽게 찾을 수 있는 특징은 목재의 사용이다. 특별한 연유가 있다가보다는 북유럽의 자연 자원 중 목재가 매우 풍부하기 때문에 발생한 현상이지만, 이는 질리지 않는 아름다움이라는 철학을 실천하기 위한 최적의 소재 선택이라 할 수 있다. 스칸디나비아의 추운 기후와 겨울의 적은 일조량, 어두운 조명으로 인해 자칫 무겁고 우울해 질 수 있는 실내의 분위기에 원목 재질을 그대로 살린 가구를 배치함으로써 따뜻함과 안락함이 유지된다.

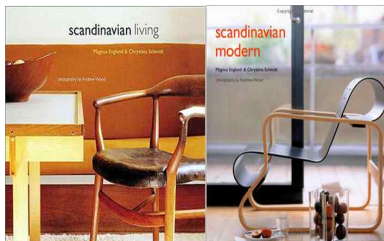
화려한 기교를 뽐내기 위한 장식은 전혀 없지만, 감각적인 색상을 사용해 경쾌함을 만들어내는 것 또한 스칸디나비안 디자인에서 눈에 띄는 점이다. 가구 및 인테리어 전반에서 보이는 색채는 음영이나 질감 표현을 사용하지 않으며, 마치 페인트로 뒤덮여 칠한 듯 깔끔한 느낌이다. 불투명한 색감은 견고한 느낌을 더해준다. 색상은 포인트 컬러로 작용하는 만큼 쾌활하고, 원색적이고, 청량한 느낌을 주는 색을 사용하며, 한 가지 가구에 여러 가지 색깔을 사용하지 않는다.

종종 단색 이외에 패턴이 사용되는 경우도 있지만, 점진적이거나 동적인 느낌을 주는 패턴은 거의 전무하고 대신 기하학적 패턴이나 동물, 꽃, 잎사귀, 나무 등 자연물을 매우 단순화하여 나타낸다. 목재와 자연물이 주는 극히 자연적인 느낌, 그리고 이와 매우 대조적으로 깔끔한 형태와 단순한 색상이 주는 현대적인 느낌이 조화를 이루면서 스칸디나비안 가구는 몇 십 년 전에 만들어진 작품일지라도 세련되고 편안하고 질리지 않는 가치를 담아낸다.



스칸디나비안 가구의 또 다른 특징은 유려한 형태이다. 전체적인 형태를 보았을 때에도 무언가 예사롭지 않은 듯한 느낌을 주지만, 부분 부분을 꼼꼼히 뜯어 살펴보면 유려하다는 수식어가 왜 따라붙는지 알 수 있다. 가령 의자 등받이만 본다고 해도, 정면에서 볼 때의 실루엣, 위쪽이나 옆쪽에서 볼 때 등판이 휘어진 정도, 안장과 이루는 각도 등 세세한 부분까지 모두 매끄러운 모습을 유지함을 알 수 있다. 특히 팔걸이가 있는 의자의 경우 등판, 팔걸이, 다리로 이어지는 곡선과 굴곡을 느껴보면 스칸디나비안 가구 디자인에서 추구하는 형태적 아름다움을 오롯이 느낄 수 있다.

틀에 맞춰 성형을 하거나 재가공을 할 수 있는 플라스틱, 금속 같은 다른 소재와는 달리, 자연소재인 나무를 깎아 유려한 디자인을 표현한다는 일은 기술적으로 매우 어렵다. 탁월한 디자인을 지닌 스칸디나비아 명품 가구를 잘 살펴보면, 나무의 이음새가 거의 보이지 않고 전체가 하나로 매끄럽게 이어져 있음을 알 수 있다. 조각조각 조립한 인조 공작물의 느낌 대신 자연 그대로를 가져온 것처럼 편안함을 주는 부분이자 장인 정신이 드러나는 부분이다.



북유럽에서는 19세기 초중반부터 실용성을 강조하는 디자인을 추구해 왔다. 중립국을 표방해 제 2차 세계대전의 영향을 받지 않고 일찍이 경제성장을 이룬 스웨덴 경우, 평등한 사회를 추구하는 사회민주주의(Social Democracy) 정부 주도로 1930년대부터 ‘삶의 질을 향상시키기 위한 디자인’을 위한 노력이 있었다. ‘디자인 민주주의’라는 개념 아래 모두가 누릴 수 있는 실용적이고 합리적인 디자인을 위해 중산층을 위한 가구를 특별히 디자인하고, 신문이나 잡지를 통해 장기적인 디자인 특집을 진행하여 좋은 디자인이란 무엇인지 소개하고 디자인 감각을 국민적 기본 소양으로 갖추도록 했다.

덴마크 경우에도 디자인과 제조 산업을 국가의 핵심 역량으로 발전시키고자 ‘덴마크 기능주의’라는 모토 아래 효율적인 디자인을 위해 일찍부터 투자를 아끼지 않았다. 디자이너들은 개인이 원하는 디자인을 자유롭게 시도하며 제작공정에 참여하는 분위기였고, 중소기업도

의 기업들이 이 프리랜서 디자이너들을 적극 활용하는 긍정적인 발전 구조가 자리를 잡았다. 특히 정부는 1960년대 덴마크 왕립예술학교 내 가구 학교(The Furniture School at the Royal Danish Academy of Fine Arts)가 설립되어 가구 디자인 분야에서 많은 인재들을 육성했는데, 이를 통해 덴마크는 스칸디나비아 특유의 휴머니즘이 담긴 가구로 미국 등 해외에서 큰 인기를 얻었고 수출을 통해 경제 발전에 크게 기여할 수 있었다.



수 많은 디자이너들이 단순하면서도 매력적인 형태를 추구한 까닭은 곡선을 사용하여 편안함을 주고 삶을 윤택하게 만드는 디자인을 만들기 위해서였다. 최신 가공 기술과 실현 가능성만으로 가구를 디자인했다면 나올 수 없었던 작품들이 이를 반증한다. 또한, 무거워서 이동이 불편한 가구는 실용적이지 못하기 때문에 불필요하게 두꺼운 부분을 만들지 않으며 가벼운 목재 소재를 사용한다는 점을 알 수 있다.

아래로 갈수록 좁아지는 다리의 경우 스칸디나비아 지역의 기후를 고려한 실용적 디자인의 좋은 사례라고 할 수 있다. 스칸디나비아 국가들은 반도라는 지리적 특성상 대부분의 도시가 해안에 가까워 습도가 높으며, 긴 겨울 동안 눈과 비가 많이 내리기 때문에 목재 가구가 뒤틀리거나 갈라지는 등 손상될 가능성이 크다. 따라서 바닥에 닿는 면을 최소화하기 위해 아래로 갈수록 얇아지는 다리를 디자인하고, 면 전체가 바닥에 닿는 일이 없도록 옷장이나 침대에도 작은 다리를 붙였다.

즉, 스칸디나비안 가구는 본연의 기능을 다하면서 자연스럽고 편안함을 추구하는 근본 철학을 충실히 따르고 있다. 이러한 문화적 코드를 형성하는 데에는 지리적, 사회적, 역사적 특성 등 필연적 요소들이 골고루 반영되었다. 그리고 의도적이고 정책적인 디자인 산업에 대한 지원이 더해져 공학적이면서 미적 디자인을 발전시킬 수 있었다.

#### 1-2. 이케아의 민주적 디자인 철학

“북유럽 디자인은 ‘아름다움’을 위해 탄생하지 않았다. 이탈리아 디자인처럼 화려하지도 않고 프랑스 디자인처럼 우아하거나 로맨틱하지도 않다. 그저 이곳 사람들이 일상의 모습을 그대로 투영한 실용적인 작업들이 디자인으로 승화된 것이다. 그렇기 때문에 1950년대에 만들어진 북유럽 디자인이나 오늘날 생산되는 디자인 모두 똑같이 모던하다고 느낄 수 있다

특히, 이케아는 ‘민주적 디자인’을 추구한다. 많은 사람들이 적절한 품질과 실용적 디자인을 가진 가구를 저렴하게 구입해 사용할 수 있게 하는 것이다. 이런 목적에 맞게끔 이케아는

디자인을 해서 대량생산, 대량소비를 통해 가격을 더욱 낮춘다.

우리는 스칸디나비안 디자인 하면 기능성(functionality), 심플함(simplicity), 미니멀리즘(minimalism)을 연상하게 된다. 국가별로 보면, 덴마크, 스웨덴, 핀란드, 노르웨이에서 디자인 되고 생산되는 제품이다.

1920년대 유럽에서 불던 기능주의(프랑스의 르코르뷔지에와 독일의 월터 그로피우스, 바우 하우스)와 1930년대 모더니즘의 영향을 받아 1930년대부터 스칸디나비안 디자인이 생겨났으며, 1950년대와 1960년대에 스칸디나비아 경제가 호황을 누리면서 스칸디나비안 디자인도 전성기를 이룬다. 1930년대에는 덴마크의 아르네 야콥센(Arne Jacobsen), 베르너 판톤(Verner Panton), 핀란드의 알바 알토(Alvar Aalto) 등 건축가, 가구디자이너들이 각광을 받았다. 그러다가 화려한 이탈리아 디자인에 밀리다가 1990년대에 와서 전 세계적으로 인간과 자연에 대한 관심이 늘어나면서 스칸디나비아 디자인이 다시 각광을 받게 된다.

뛰어난 스칸디나비안 디자이너에게 수여하는 루닝 상(Lunning Prize)은 1951년부터 1970년까지 수여되었는데 이 상은 스칸디나비안 디자인을 전 세계에 확산시키는데 크게 기여했다. 그리고 2006년 들어 포럼 AID 상(Forum AID Award)이 다시 생겨 북유럽 디자인을 활성화시키고 있다.

평상시에 우리가 사용하는 물건이 기능적이고 아름다워야 하는 것은 부자의 특권이 아니라 모든 사람도 향유해야 한다는 아이디어는 모더니즘과 기능주의의 핵심 테마인데 스칸디나비안 디자인에서는 더욱 그렇다. 1950년대에 북유럽에서 사회민주주의가 크게 부상했는데 이러한 정치적인 이념이 스칸디나비안 디자인이 많이 나오게 된 하나의 이유이다. 그리고 저렴한 자재와 대량생산 방법이 나온 것도 확산의 이유가 되었다.

스웨덴 디자인은 인접국인 덴마크 디자인, 핀란드 디자인에 비해 어떤 다른 독특한 특징을 지니고 있을까? 덴마크 디자인은 좀더 기능주의에 철저하고 좀더 고급인 경우가 많다. 핀란드 디자인은 좀더 화사하고 친환경적인 경우가 많다. 반면에 스웨덴 디자인은 좀더 많은 사람들이 사용할 수 있도록 저렴한 민주적 디자인 성격이 짙다.

물론 이케아 가구는 다수를 위한 제품으로 매우 낮은 가격에 판매되므로 철저한 민주적 디자인이라 할 수 있다. 스웨덴 사회민주당의 페르 알빈 한손(Per Albin Hansson) 당수가 1928년부터 주장해온 ‘국민의 가정(folkhemmet)’이라는 비전에 가장 잘 부합하는 경제적 사회민주주의 표상이라 해도 전혀 무리가 없다. 사회민주당은 1932년에 집권하여 1976년까지 44년간 장기 집권하면서 안락한 가정을 상징하는 ‘국민의 가정’을 중심으로 복지국가를 만들어 나갔다. 그리고 1950년대와 1960년대 ‘황금의 스웨덴 복지 국가’ 시대를 구가했다. 그런 의미에서 이케아 디자인은 단순한 미적 활동이 아니라 스웨덴의 사회변화, 나아가 전 세계의 사회변화를 위한 도구였다.

이케아 가구의 반대는 밀라노 가구이다. 밀라노 가구는 대중의 니즈와는 아랑곳하지 않고 화려함과 고가로 사람들에게 어필하기 때문이다.

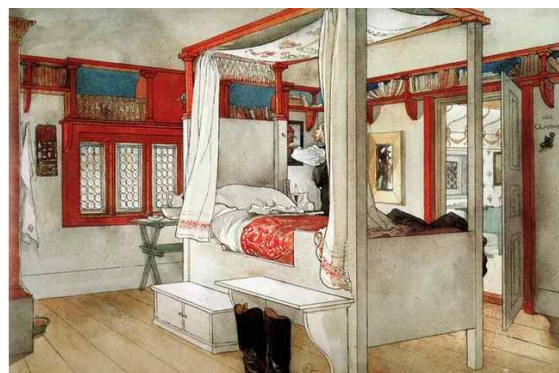
### 사례 : 스웨덴 가정 양식의 선구자 (동영상)

#### - 칼 라손

이케아가 나오기 전에 스웨덴에서는 집안을 가꾸기 위한 실용적인 디자인의 가구, 인테리어의 중요성이 크게 강조되었다. 사회혁명가라 불려도 전혀 손색이 없는 칼 라손과 엘렌 케이 가 바로 그런 사람이다.

칼 라손(Carl Larsson)은 1853년에 태어나 국민들의 전폭적인 사랑과 지지를 받으며 화가로 활동하다가 1919년에 죽었지만 21세기가 되어서도 여전히 국민화가다.

19세기 말과 20세기 초에 스웨덴 상황은 아주 나쁘지는 않았다. 하지만 지금처럼 복지 국가도 아니어서 모두 다 잘 살지도 않았고 계층간 정치적, 경제적 불평등이 심했었다. 그래서 자기 집을 못가진 사람도 많았고 집이 있더라도 여유가 없이 비좁고 비위생적으로 사는 경우가 많았다. 그런 상황에서 화가였던 칼 라손은 자신의 전원 집에서 부인 카린(Karin)과 자식 여덟 명과 함께 옹기종기 아기자기하게 사는 모습을 수성물감 그림으로 그려 사람들에게 선보였다. 정원 나무 아래 테이블에서 아침을 먹는 모습, 크리스마스 이브 때 음식 준비하는 모습, 보트를 타며 바이킹 흉내를 내는 모습, 소파에서 책 보는 모습, 피아노 치는 모습을 파스텔 톤으로 그렸다. 부인과 아이들이 모두 그의 모델이었고, 자연과 집안 가구가 모두 세트장이었다. 그는 이런 그림을 모아 ‘집(Ett hem, A home)’이라는 제목으로 1899년 화집을 냈는데 대 히트를 쳤다.



#### - 칼 라손 그림 -

그는 이 집에서 왜 그렇게 훈훈한 그림들을 많이 만들 수 있었을까? 그는 어렸을 때 비참한 빈민가 환경의 집에서 살았기 때문에 부인과 아이들에게는 그런 환경이 아닌 행복하고 안전한 삶이 어떻다는 것을 알려주고 싶어 했다.

칼 라손의 그림을 보면 그 당시 스웨덴 가정의 가구, 인테리어, 소품, 의복, 카펫, 식사, 건물 같은 삶의 방식들이 모두 등장한다. 스웨덴의 대표적 가구업체인 이케아는 스웨덴 양식을 만든 칼 라손에게서 큰 영향을 받았으며, 그래서 칼 라손의 전시회를 재정적으로 후원하기도 했다. 사회개혁가는 정치와 경제 분야에서도 나타날 수 있지만 칼 라손 경우를 보면 가정의 라이프스타일 분야에서도 얼마든지 사회개혁가가 탄생할 수 있다는 것을 알 수 있다.

#### - 엘렌 케이

칼 라손이 활발하게 활동할 무렵 또 한 명의 여성 사회개혁가이자 국민계몽가가 있었다. 엘렌 케이(Ellen Key; 1849~1926)였다. 페미니스트 작가이자 여성 참정권 주장자였던 그녀는 가정 생활, 교육, 윤리에 있어서 자신의 견해를 책이나 기고, 강연을 통해 밝혔는데, 특히 어린이 중심의 교육과 양육을 강조했다.

그녀는 집을 장식한 모양이 그 안에 사는 사람의 발전에 커다란 영향을 미친다는 것을 확신하고, 실내 장식은 소박하고 실용적이어야 하며 과도한 화려함을 절제해야 한다고 주장했다.

그녀는 1899년에 출간된 저서인 ‘모든 사람을 위한 아름다움’에서 이렇게 자신의 신념을 피력했다. “매일 집에서 대하고 사용하는 물건들에서 아름다운 색상과 형태를 체험할 수 있다면 사람들은 일을 더 잘하고, 더 잘 느낄 것이며, 더 행복할 것이다. 그 물건들이 아무리 소박한 것일지라도.”그녀는 ‘만인을 위한 미(skönhet at alla)’를 요구했던 것이다.

#### - 그레고르 파울손

일상용품의 디자인을 강조한 사람은 또 있다. 1919년 스웨덴 예술노조의 위원장이었던 그레고르 파울손은 제조업자를 위한 소책자 ‘아름다운 일상용품’에서 ‘일상용품을 더 아름답게 (Vachrare Verdagsvara)’라는 캐치프레이즈를 내걸었다. 저임금 노동자들이 그동안 간과되어 왔던 거대한 소비자집단이라는 것을 지적하면서, 제품을 만들 때 디자인을 경쟁력 있는 마케팅 도구로 사용하면 저임금 노동자들에게 훨씬 호소력이 있을 것이라고 역설했다. 그리고 그는 ‘디자인은 그 디자인의 값을 지불할 수 있는 사람만이 아니라 모든 사람을 위한 일’이라며 디자인이 사회 전체에 미치는 공공적 파급 효과도 강조했다.

하지만 이보다 훨씬 앞서 1845년에 설립된 스웨덴 공예디자인협회는 디자인이 사회변화를 위한 촉매로 쓰일 수 있고, 또 쓰여야 한다고 주장했다.

#### 1-3. 이케아의 유명한 디자이너들

이케아가 가구를 처음 만들 때에는 값싼 제품을 만드는데 온 힘을 기울였기 때문에 디자인이 사실 우선순위에서 밀렸다. 창업자 캄프라드 역시 대중에게 많이 팔 수 있는 가구를 원했고 심미안 수준이 높지는 않았다. 그래서 캄프라드는 디자인을 무언가 사치스러운 것, 과도한 것, 거의 무가치한 것으로 생각한 나머지 이케아와 일을 하던 디자이너들로부터 불평을



사기도 했다. 하지만 시간이 지나면서 직원 중에 디자인의 중요성을 강조하는 직원이 늘어났고 외부 디자이너들이 이케아 제품에 좀더 세련된 디자인 감각을 계속 집어 넣기 시작했다.

- 초창기 디자이너, 길리스 룬드그렌

그 동안 이케아의 디자인 상품을 만드는데 기여한 디자이너는 상당히 많은데 이 중에 길리스 룬드그렌은 이케아 초창기부터 매우 오랫동안 기여한 디자이너였다.

길리스 룬드그렌은 직원번호가 004번이다. 4번째로 채용한 직원이라는 것을 말해주는데 1948년에 회계 담당으로 처음 채용한 에른스트 엑스트렘, 그리고 전략 담당으로 채용한 스텐 예테 한손에 이어, 네 번째로 채용한 직원이었다.

젊은 디자이너 길리스 룬드그렌은 카탈로그 제작을 위해 스웨덴 남부의 말뫼에서 광고 회사에 있다가 광고그래픽 전문가로 뽑혔는데, 즉흥적으로 무언가를 떠올리는 데 남다른 재능을 지녔다. 1951년 탁자 사진을 찍는 촬영을 끝내고 포장해 차에 싣으려고 할 때 부피가 커서 문제가 생기자 다리를 떼어 작은 부피로 재포장을 했는데 이것이 이케아의 플랫팩 가구(flatpack furniture)의 시작이 되었다. 그리고 그는 캄프라드의 머릿속에 아른거리는 구상을 펜으로 종이에 쉽게 그려내는 재주를 지녔다. 그래서 그는 누구라도 쉽게 조립할 수 있는 가구를 많이 개발해 내었다.

또 길리스 룬드그렌은 기존 가구 디자인을 변형시켜 색다른 디자인을 만드는 데 귀재였다. 경쟁 가구기업이 디자인 표절 문제로 이케아를 소송하곤 했지만 성공적인 디자인 변형으로 이케아는 혐의에서 벗어날 수 있다. 룬드그렌의 신조는 ‘모든 디자인은 다른 디자인으로부터 배운다’였다.

길리스 룬드그렌이 이케아 초기에 크게 기여한 것은 플랫팩 가구의 본격 도입이었다. 이케아 조립식 가구가 카탈로그에 처음으로 등장한 때는 1953년으로 조립식 테이블 이름은 막스였다. 그는 1958년에 서랍장 토레를 디자인했는데 이 것은 당시 최고의 히트작이 되었다. 원래는 아이방을 위한 가구로 생각하고 디자인했지만 울긋불긋하게 화려한 서랍장은 집안 어디에 놓아도 잘 어울렸기 때문이었다. 1959년에는 조립식으로 레갈이라는 책장을 만들었다. 1970년대 후반 들어서 그는 빌리 책장도 디자인하여 빌리를 이케아의 대표적 상품으로 만드는데 크게 기여했다. 이처럼 그는 다른 누구보다도 이케아 가구를 많이 디자인했다.

- 1970년대 이후 이케아의 여러 디자이너들

1970년대에 들어 와서는 더욱 다양한 디자이너들이 참여하여 이케아 상품을 디자인하게 되었다.

. 일본인 디자이너 노부루 나타무라는 1970년대에 흔들의자 궤양을 디자인 하여 이케아의 고전으로 자리잡게 했다.

- . 덴마크 디자이너 넬스 감멜고르는 1970년대부터 이케아에서 일을 하면서 1985년 소파 모멘트를 디자인하여 큰 호평을 받았다.
- . 페테라 뢰잉은 할로겐램프 피아니노를 디자인하여 1986년에 ‘우수 스웨덴 디자인’ 상을 수상하였다.

1994년 이케아는 밀라노에서 열린 가구 박람회에는 도전적인 PS 시리즈를 전시했는데 여기에 출품한 토마스 산텔은 바퀴 달린 서랍장, 독특한 상자형 의자를 디자인하여 디자인의 고전으로 인정받았다. 또 스테판 이터보른, 토카스 에릭손의 작품도 출품해 좋은 반응을 얻었다.

1990년대에 이케아 디자이너들은 18세기 후반 구스타브3세 시기의 가구에서 영감을 받아 새로운 디자인 가구들을 출시했다. 1771년부터 1792년까지 집권했던 구스타브3세 시기에는 당시 유행하던 금색 위주의 로코코에서 벗어나 회색, 파랑, 노랑 컬러를 중심으로 단순한 우아함을 추구하는 인테리어가 유행을 끌었던 것이다. 이처럼 이케아는 과거의 양식에서 아이디어를 얻어 새로운 디자인 상품을 만들어내기도 한다.

현재 이케아의 가구 스타일로는 네 가지가 있다.

- . 컨추리하우스 스타일
- . 고전적 스칸디나비아 스타일
- . 미니멀리즘의 모던 스타일
- . 저렴하고 단순한 청년-스웨덴 스타일

이케아는 과거에 컨추리하우스 스타일과 고전적 스칸디나비아 스타일을 가구를 많이 팔았는데 점차 미니멀리즘의 모던 스타일과 청년-스웨덴 스타일의 가구 매출 비중이 늘어나고 있다.

## 2. 이케아의 스테디셀러, 빌리 책장

### 2-1. 이케아의 빌리 책장

우리는 이케아의 빌리 책장 하면 이런 것들이 생각난다.

- . 현재까지 이케아 회사의 최대 베스트셀러 상품
- . 이케아가 만든 조립식 가구 중 최초
- . 이케아가 만든 책장 중 최초

이케아가 현재까지 이케아 회사의 최대 베스트셀러 상품은 맞지만, 빌리(Billy)는 이케아가 만든 최초의 조립식 가구도 아니고 최초의 책장도 아니다. 최초의 조립식 가구는 1953년에 나온 주방 수납 시스템으로 막스였고, 최초의 조립식 책장은 1959년에 나온 레갈이다.

이케아는 1970년에 과일상자와 바나나 박스로 만든 이바르 책장을 선보였다. 이바르는 래커 칠을 하지 않은 소나무 판자 때문에 정식 책장 같은 모양이었지만 안전을 위해 벽에 고정시켜야 했다. 이바르는 알바 알토와 아르네 야콥센의 의자 이후 스칸디나비아를 주도하는 가구가 되었고 현재까지도 판매되고 있다. 하지만 1970년대 후반에 접어들면서 지하철 수납장 같은 인상을 풍기게 되면서 1978년에 새로운 빌리 책장이 탄생하게 된다.



빌리 책장은 매우 자유자재로 조립할 수 있다. 가운데 보드의 높이를 조절할 수도 있고 가운데 칸막이를 넣을 수도 있다. 시간이 지나면서 빌리 책장은 다양한 시리즈를 내놓았는데 그 중 일부를 보면 다음과 같다.

- . 빌리 스투체(Stutze) : 버팀목
- . 빌리 하이덴라이히(Billy Heidenreich) : 책장 중간중간에 독서대를 부착해 책 안의 내용도 한 눈에 볼 수 있도록 했다
- . 빌리 윌더(Billy Wilder) : 마치 책장 한 가운데에 푸른 색 나뭇가지 하나가 걸쳐 있는 것

같다. 불규칙한 각도로 여러 번 꺾어 있는 가지 위에 책이 놓여 있다.

빌리 책장은 1979년에 출시된 이후 엄청난 인기를 독차지 했다. 수요가 너무 많이 몰려서 공급을 제대로 할 수 없을 정도였다. 그런데 1989년 동독과 서독이 통합되자 통화도 통합되어 이케아는 동독에서 생산되던 빌리를 더 이상 저렴하게 생산할 수 없게 되었다. 그래서 1992년 이케아는 빌리 책장 생산 중단을 발표하고 앞으로는 후속모델로 가격이 약간 올라간 카발리에가 공급될 것이라고 발표했다. 빌리는 책장 90센티미터였고 깊이가 깊지 않은 반면에 80센티미터로 약간 좁아진 반면에 깊이는 몇 센티미터 더 깊어졌다.

하지만 이케아의 이런 조치에 대해 독일 사람들은 어떤 반응을 보였을까? 빌리 책장의 중고 가격이 새 빌리 책장 가격에 비해 두 배 이상으로 폭등하였다. 그리고 독일의 신문 ‘슈테른’은 ‘독일에서 가장 가장 많이 팔린 이 책장이 더 이상 생산되지 않는다. 모두가 빌리를 찾는다’는 기사를 내면서 빌리의 회생을 촉구했다. 또 빌리 책장을 자신의 빌라에서 사용하고 있던 독일 총리였던 헬무트 슈미트도 이케아에 빌리 재생산에 대해 다시 생각해보라는 편지를 보낸다. 이케아는 고객의 열화에 못이겨 책장 넓이를 90센티미터에서 80센티미터로 줄이기만 하고 다른 디자인은 그대로 유지한 채 빌리 생산을 재개한다. 이케아는 빌리를 재출시하면서 이런 광고를 했다. ‘고마워요, 헬무트!’

1992년 4월에 이케아는 빌리 생산 중단을 발표했는데 4개월 후인 1992년 8월에 빌리 생산 재개를 발표했다. 그리고 빌리가 다시 출시되자 단 몇 주만에 빌리 20만 개가 순식간에 팔려 나갔다.

이 빌리 사례는 코카콜라 회사가 1980년대 초반에 뉴코크(New Coke)라는 신상품을 내면서 과거의 코크를 생산하는 것을 중단하자 고객들이 예전 코크도 판매하라는 압력이 들어와 클래식 코크(Classic Coke) 이름으로 다시 판매한 것을 연상케 한다.

2009년에 이케아는 자사의 베스트셀러 제품인 빌리 책장(Billy Bookcase)의 탄생 30주년을 기념하기 위해 책장 서른 개를 시드니의 본다이 해변에 설치하기도 했다. 빌리는 첫 출시 이후 30년 동안 2,800만 개 이상 판매되는 저력을 발휘한다.

영국 경제전문지 이코노미스트는 분기마다 품질, 크기, 재료가 표준화되어 있는 빅맥 햄버거의 각국 가격을 달러로 환산하여 발표하면서 각국의 적정 환율을 제시하면서 현재 환율과 비교한다. 이처럼 버거킹의 빅맥 지수(BigMac Index) 외에도, 스타벅스 톨라떼(tall latte)의 라떼 지수, 코카콜라의 코크 지수, 애플의 아이팟 지수, 그리고 우리나라 상품으로는 오리온의 초코파이 지수, 농심의 신라면 지수가 있다. 그런데 금융정보회사인 블룸버그(Bloomberg)는 이케아의 빌리 가격을 비교해 빌리 지수(Billy Index)를 만든 바 있다.