

환경디자인 중심의 CI개발에 관한 연구

국가공업지구 시화공업단지내 산업용재 전문유통단지
시화센터 CI개발 사례를 중심으로

이경석

상지대학교 생활미술과 교수

제1장 서론

1. 연구의 목적
2. 연구의 방법
3. 연구의 범위

제2장 일반기업 CI와 시화센터 CI의 차이

1. 일반적 CI의 개념
2. 시화센터의 CI

제3장 기존 공구상가의 환경이미지 분석

1. 기존 공구상가의 현장조사 실시
2. 시흥 기계공구상가의 환경이미지 분석
3. 안산산업용재 유통센터의 환경이미지 분석
4. 구로 기계공구상가의 환경이미지 분석
5. 시흥·안산·구로의 환경이미지 종합 분석

제4장 환경디자인 개발을 위한 설문조사 결과 분석

1. 설문조사의 실시
2. 소비자 설문조사 결과
3. 상가점포주 설문조사 결과
4. 개발자 관계직원 설문조사 결과
5. 설문조사 결과 요약

제5장 디자인 컨셉트의 도출

1. 기본디자인 요소의 환경적 측면
2. 시화센터의 환경디자인적 요소
3. 환경요소의 디자인 계획

제6장 기본디자인 체계의 개발

1. 기본디자인 요소의 조형이미지 추출
2. 기본디자인 요소의 구성체계

제7장 응용디자인 체계의 개발

1. 수퍼그래픽
2. 사인체계
3. 환경조형물

제8장 결론

초록

산업사회의 시작과 더불어 근대기업의 탄생과 같이 생겨난 CI는 시장상황의 변화에 따라 경쟁력 강화를 위한 수단으로 실시하게 되었다. 시장환경이 점차 첨단화·다변화·다양화·세분화되기 시작하면서 CI 또한 기업의 특성에 따라 그 양상이 달라지고 있다. CI의 핵심인 아이덴티티란 기업이미지의 지속적 축적의 결과로 사람들이 기업에 대해 품는 감정이나 의지의 총화로서 곧 잠재매상이자 잠재자산인 것이다. 기업의 아이덴티티를 확립하기 위해서는 회사와 관련된 각종 시각물들의 체계적 통제가 필요하며 기업에 따라 시각물의 특성이 다르기 때문에 CI의 개발방향도 달라지게 된다.

시화센터는 32개동의 공구상가, 3개동의 동력상가, 5개동의 철재상가와 2개동의 지원상가로 이루어진 산업용재 전문유통상가이다. 따라서 이미지의 주된 요소는 당연히 건물과 여러가지 환경물일 수밖에 없기 때문에 환경디자인 측면에서의 CI가 실시되어야 하는 것이다. 각각의 기능동을 시각적으로 구별하여 하나의 아이덴티티로 체계화하는 작업이 본 연구의 중심내용이다. 본 연구는 현장조사와 설문조사를 거쳐 환경적응에 적합한 기능적 시각체계를 개발한다.

제1장 서론

1. 연구의 목적

산업사회에서 기업이 성장함에 따라 시장에서의 경쟁력 강화를 위해 제품과 기업의 이미지 통제가 필요하게 되었으며, 오늘날 다양화되고 감성적 소비지향이 된 소비자들의 변화는 기업으로 하여금 새로운 가치관을 추구하지 않을 수 없게 하였다. CI는 산업혁명 이후 1907년 독일의 산업발전을 상징하는 대기업 AEG가 시장 경쟁력 확보를 위해 건축가인 피터 베렌스에 의해 실시한 이래 미국, 일본, 영국, 프랑스 등 나름대로의 특성에 맞게 발전되어 왔다.

정보화시대의 CI는 새로운 기업문화의 형성과 함께 다양하고 개성있는 기업특성을 표현하여 전달하는 일종의 기업미를 창출하지 않으면 안될 상황에 놓이게 되었다. 감성을 자극하는 미가 정보화시대에서 기업의 각종 변화에 발맞추어 형성되었다는 것은 자연스러운 현상이라고 할 수 있다. 기업미는 기업의 정보전달효과를 높일 뿐만 아니라 좋은 이미지와 이로 인한 기업간의 차별화를 누릴 수 있게 된다. 제품의 가격이나 질에 대한 근본적인 문제는 더 이상 제품선택의 절대적인 기준으로서 작용하지 않는다. 그것을 생산하는 기업이 어떠한 이미지를 가지고 있으며 제품이 팔리는 장소와 그 제품의 이미지가 어떠한가가 더 중요한 선택기준이 되었다.

기업이미지란 사람들이 기업에 대해 품는 감정이나 의지의 총화로서 곧 잠재매상이자 잠재자산인 것이다. 일반적으로 구매가 성립되기 위해서는 상품이나 기업에 대해 호의나 신뢰가 기본적으로 형성되어야만 한다. 이러한 이미지들이 생기려면 우선은 그 기업이나 제품의 존재가 알려져야 한다. 기업이 사람들에게 이미지를 주기 위해서는 회사의 건물, 판매원, 상품의 패키지 등 회사와 관련된 각종 시각물들이 체계적으로 통일화되어야 하며 기업의 특성에 따라 CI의 개발방향도 달라지게 된다.

시화지원센터는 43동의 대규모 산업용채 전문유통단지로서 이미지의 주된 요소는 당연히 건물과 여러가지 환경물일 수밖에 없기 때문에 환경디자인 측면에서의 CI가 실시되어야 하는 것이다. 따라서 본 논문의 목적은 환경디자인 측면의 CI개발 과정에 대해 연구하는 것이다.

2. 연구의 방법

2-1 기존 공구상가 현장조사 실시

목적- 기존 공구상가의 제반 시각환경 점검

실시장소- 안산 산업용채 유통센터, 시흥 기계공구상가, 구로 기계공구상가

조사방법- 시각물 촬영 및 환경평가

2-2 유관업체 현장조사 실시

목적- 유사집단의 제반 시각환경 사례 점검

실시장소- 종묘주차장, 동대문주차장, 가락동농수산물시장, 전자랜드

조사방법- 시각물 촬영 및 환경평가

2-3 시화지원센터 건설부지 현장답사

목적- 지리적 특성 및 환경 파악

2-4 소비자 의식조사

조사내용- 기존 공구상가에 대한 환경이미지 및 불만 사항과 공구상가에 대한 기대 사항 등

대상- 시흥, 안산, 구로 이용자 100명(시흥 30, 안산 40, 구로 30)

방법- 설문지에 의한 자기기록식

2-5 점포주 의식조사 실시

조사내용- 공구상가에 대한 환경이미지 및 불만 사항과 공구상가에 대한 기대 사항 등

대상- 시흥, 안산, 구로 점포주 100명(시흥 30, 안산 40, 구로 30)

방법- 설문지에 의한 자기기록식

2-6 개발자 의식조사 실시

조사내용- 공구상가에 대한 환경이미지 및 공구상가에 대한 기대 사항 등

대상- 두산건설 시화사업소 임직원 15명

방법- 설문지에 의한 자기기록식

2-7 시각 모티브 개발

기본 시각 시스템 개발을 위한 시각 모티브의 개발

2-8 기본디자인 시스템의 개발

환경디자인 전개의 기본요소가 되는 시각물 개발

2-9 응용디자인 시스템의 개발

각종 환경요소에 디자인 적용

3. 연구의 범위

기본디자인으로 심벌, 로고, 전용서체, 전용색채, 그래픽 모티브 등을 개발하며 응용디자인으로는 환경조형물, 스트리트퍼니처, 수퍼그래픽, 사인류 등을 개발한다.

기본디자인에서 그래픽 모티브의 개발과 심벌의 개발은 환경디자인의 기본요소로 작용되며 환경에 활용도가 높은 그래픽 모티브에 중점을 두어 연구하게 된다. 응용디자인에서는 전체 환경 분위기를 주도하게 되는 수퍼그래픽과 환경조형물들을 중심으로 연구한다.

제2장 일반기업 CI와 시화지원센터 CI의 차이

1. 일반적 CI의 개념

CIP(Corporate Identity Program) 또는 CI(Corporate Identity, Identification)라는 용어는 '기업의 독자적인 존재증명' 또는 '기업의 자아동일성'으로 번역될 수 있다. CI의 정의를 요약, 인용해 보면 다음과 같다. CI란 '미래전략' '기업 존재가치의 발견' '회사의 사풍을 만드는 것' '기업의 자기발견 및 자기실현 프로그램' '자아확립' 등이다.

이와 같이 기업 CI는 기본적 과제로서 다음과 같은 중요한 면을 검토할 필요가 있다.

첫째, 기업이 스스로의 입장과 자신의 의지를 확인한다.

둘째, 명확한 목표와 비전을 가지고 그것을 사회로부터 인정받는다.

셋째, 아이덴티티를 회사 내외에 정확하고 긍정적 이미지로 전달한다.

기업 CI는 기업의 장기적 경영전략이면서 그 존재가치를 발견하는 것이고, 기업에 대한 호감을 심어주는 것이다. 또한 회사의 사풍을 만들 뿐만 아니라 동시에 기업문화와 커뮤니케이션 전략을 실현시키는 프로그램이다.

기업 CI의 도입동기에는 다음의 몇가지들이 있다.

회사의 창립, 최고경영자 교체에 의한 경영철학과 이념의 변화, 사내 분위기 쇄신과 기업체질의 활성화, 사업확장에 의한 주력사업의 변화, 국제시장 진출 또는 국내시장 진출 등의 새로운 시장진출, 부정적이거나 낙후된 이미지의 개선, 시장경쟁력의 강화 등이다.

그밖에 각 기업의 특수성에 따라 다른 방향에서 도입이 필요한 경우도 있었으나 무엇보다도 기업 CI의 특징은 최고경영자의 확고한 필요의식과 추진력이 전제되어야 하며 이는 경영전략으로서의 기업이미지나 브랜드 이미지, 또는 제품이미지로 나타나게 된다.

2. 시화센터의 CI

CI의 도입은 결국 여러가지 응용항목에 의해 소비자들과 만나게 된다. 시화센터는 43개동의 건물로 이루어진 환경요인이 주 응용항목이며 일반기업의 CI작업과는 달리 시화공단이라는 특정지역을 사업배경으로 한 산업용재 전문유통단지라는 구조상의 특수성이 있다. 그러므로 시화센터의 CI작업은 지역의 자연환경, 건립된 건축물의 양식, 주변여건 등 시화센터 고유의 기능적 특성과 영업성격이 우선적으로 고려되어 거기에 맞는 기본 시각물과 응용시스템이 개발되어야 한다.

평면적으로 예쁘게 정돈된 이미지 통일작업의 비중보다 기능적으로 효율적으로 편리한 입체적 환경디자인의 측면이 강조되어야 한다.

시화센터의 CI는 조형적으로 차별화되며 환경디자인에 적용하기에 적합한 시각요소를 개발하여 쾌적하고 기능적인 새로운 환경을 창조하는 것이다.

제3장 기존 공구상가의 환경이미지 분석

1. 기존 공구상가 현장조사 실시

현장조사의 실시 목적은 기존 공구상가의 제반 시각환경을 점검하여 환경 이미지의 문제점과 해결해야 할 점을 찾아내는 것이며 현장조사 대상은 시흥 기계공구상가, 안산 산업용재 유통센터, 구로 기계공구상가 등 3개 지역이다.

조사내용은 색채계획, 사인체계, 스트리트퍼니처, 수퍼그래픽, 관리체계 등의 5가지 항목이다.

2. 시흥 기계공구상가의 환경이미지 분석

2-1 색채계획

- 건물, 사인, 스트리트퍼니처간의 색채통일성 결여
- 건물내외부간의 색채이미지 연계성 결여
- 색채차별화 부족

2-2 사인체계

- 동선유도의 연속성, 크기, 색채, 서체의 통일성 부족
- 지원상가 안내도의 효용성 및 조형성 결여
- 점포 광고물의 난립으로 공공사인의 기능상실
- 건물 내부의 무질서한 광고물 부착으로 공공사인의 기능상실 및 실내미관 저해

2-3 스트리트퍼니처

- 상가단지 입구 주차티켓 발매소의 디자인 결여
- 공중전화 부스, 가판대 등의 일관성 결여
- 공공게시판의 디자인이 주변환경과 부조화

2-4 수퍼그래픽

- 건물의 수퍼그래픽 적용이 산발적이고 목적성 결여

2-5 관리체계

- 관리부재로 인한 간판의 난립으로 단지 환경이미지가 혼란
- 점포 앞의 물품적재로 차량통행 및 영업활동 장애
- 점포 광고물의 난립으로 공공사인의 기능상실
- 점주간판과 돌출간판의 일관성 없는 부착

3. 안산 산업용재 유통센터의 환경이미지 분석

3-1 색채계획

- 색채의 소극적 사용으로 생동감 결여
- 건물 내외부간의 색채이미지 연계성 결여

- 건물 내부 색상으로서의 적합성 결여 (흰색 일변도)

3-2 색인체계

- 동선유도의 연속성, 크기, 색채, 서체의 통일성 부족
- 지원상가 안내도의 효용성 및 조형성 결여
- 주차유도 사인의 연계성 및 조형성 결여
- 건물 동 표시의 가독성, 명시성 결여
- 건물 내부의 공공사인의 조악함
- 주차안내 사인의 절대적 부족

3-3 스트리트퍼니처

- 공중전화 박스, 쓰레기통 개수 부족과 조형성 결여
- 스트리트퍼니처간의 유기적 환경계획 결여
- 스트리트퍼니처와 주변환경과의 부조화

3-4 수퍼그래픽

- 건물 동·호수 표시를 위한 수퍼그래픽의 조형성 결여
- 수퍼그래픽을 위한 그래픽 패턴의 목적성이 결여되어 있고 활용 범위가 제한

3-5 관리체계

- 관리부재로 인한 간판의 난립으로 전체 환경이미지가 혼란
- 점포 앞의 물품적재로 차량통행 및 영업활동 장애
- 점포 광고물의 난립으로 공공사인의 기능상실
- 점두간판과 돌출간판의 일관성 없는 부착

4. 구로 기계공구상가의 환경이미지 분석

4-1 색채계획

- 색채계획 부재

4-2 사인체계

- 사인 위치선정의 부적절
- 종합안내사인의 슬림화로 조형성 및 기능성 상실
- 각종 점포 광고간판 난립

4-3 스트리트퍼니처

- 스트리트퍼니처 개념 부재

4-4 수퍼그래픽

- 수퍼그래픽 개념 부재

4-5 관리체계

- 관리부재로 인한 간판의 난립으로 단지 환경이미지가 혼란

- 점포 앞의 물품적재로 차량통행 및 영업활동 장애
- 점포 광고물의 난립으로 공공사인의 기능상실
- 점두간판과 돌출간판의 일관성 없는 부착

5. 시흥·안산·구로의 환경이미지 종합 분석

5-1 색채계획

- 건물 내외부간의 색채이미지 연계성 결여
- 건물, 사인, 스트리트퍼니처간의 색채 연계성 결여
- 색채가 환경디자인의 주요 요소로서 인상 깊게 사용되지 못함

5-2 사인체계

- 동선유도의 연속성, 사인의 크기, 사인 내부 디자인 통일성 부족
- 지원상가 안내표시판의 효용성 및 조형성 결여
- 주차유도 사인의 연계성 및 조형성 결여
- 점포 광고물의 난립으로 인해 공공사인의 기능상실

5-3 스트리트퍼니처

- 스트리트퍼니처(공중전화 박스, 쓰레기통, 벤치)간의 디자인 통일성 결여
- 스트리트퍼니처와 주변환경과의 부조화

5-4 수퍼그래픽

- 조형성 결여
- 기능적 목적성이 결여

5-5 관리체계

- 관리부재로 인한 간판의 난립으로 전체 환경이미지가 혼란
- 점포 앞의 물품적재로 차량통행 및 영업활동 장애
- 점포 광고물의 난립으로 공공사인의 기능상실
- 점두간판과 돌출간판의 일관성 없는 부착

제4장 환경디자인 개발을 위한 설문조사 결과 분석

1. 설문조사의 실시

1-1 조사의 목적

시화지원센터의 바람직한 환경디자인 개발을 위해 시화지원센터 개발자, 기존 공구상가의 임점상인, 소비자 등의 관계자들의 의식조사를 통하여 공구센터의 환경의 기능적 측면과 조형적 측면에서의 요구사항을 파악한다.

1-2 조사의 내용

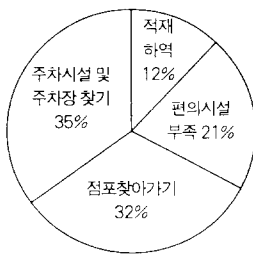
- 시화센터 개발자에 대한 의식조사 및 기본 시각이미지 조사
- 시흥,안산,구로의 입점상인의 공구센터 환경에 대한 인식조사 및 공구센터 기본 시각이미지 조사
- 공구센터 환경에 대한 인식조사 및 기본 시각이미지 조사

1-3 조사의 대상 및 범위

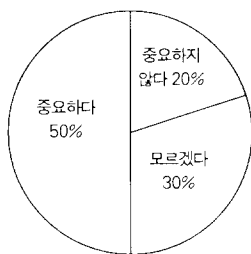
- 개발자 관계직원
- 입점상인: 시흥 기계공구상가(30Sample)
안산 산업용재 유통단지(40Sample)

소비자 설문조사 결과

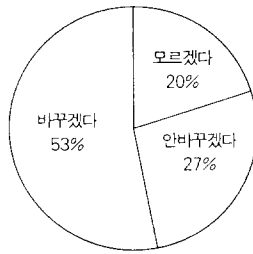
공구센터에서 가장 불편하게 느끼고 개선해야 된다고 생각하는 부분은?



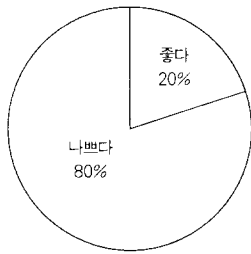
공구센터의 환경디자인에 대하여



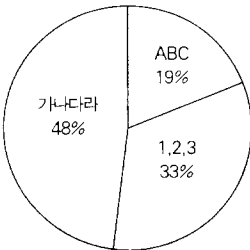
환경디자인이 개선된 상가가 있다면 거래선을 바꾸겠는가?



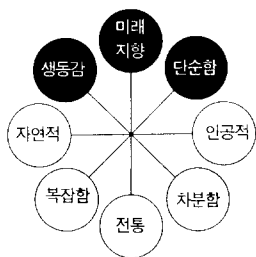
기존 공구센터의 안내표시판 체계는?



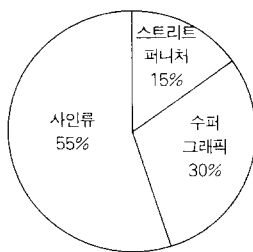
동·호수 표시를 위한 기호로 적당한 것은?



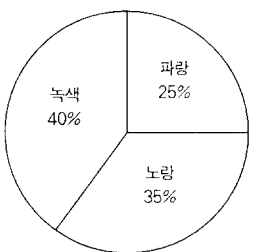
공구센터의 환경디자인 방향



환경디자인 요소의 중요도



공구센터의 바람직한 색상은



구로 기계공구상가(30Sample)

- 최종소비자: 시흥 기계공구상가(30Sample)
- 안산 산업용재 유통단지(40Sample)
- 구로 기계공구상가(30Sample)

1-4 조사의 방법

설문지를 통한 개별면접조사

2. 소비자 설문조사 결과

소비자들은 기존의 공구센터에서 주차시설, 점포찾아가기를 가장 불편한 점으로 느끼고 있으며 제반 안내표시판 및 환경디자인에 대해 강한 불만을 갖고 있다. 공구센터에서 환경디자인의 역할이 중요하다는 것과 특히 사인류 디자인의 중요성에 대해 의견의 일치를 보이고 있다.

3. 상가점포주 설문조사 결과

상가점포주들은 현 공구센터에서 주차안내 시스템이 우선적으로 개선되어야 하며 더불어 제반 안내 사인에 대해 잘 되어 있지 않다고 생각한다. 환경 디자인이 잘 되어 있으면 영업에 도움이 될 것이며 미관과 질서를 위해 점포간판의 규격화가 필요하다고 보고 있다.

기존 공구센터에서 개선되어야 할 점은 환경시설물이나 점포간판, 주차안내시스템, 그밖의 사인체계, 전반적인 색상 등 디자인으로 해결해야 할 문제들이 대부분이다. 또한 대부분의 응답자가 환경디자인을 통해서 타 공구상가보다 우위를 확보하여 영업에 이익이 된다고 믿고 있다.

4. 개발자 관계직원 설문조사 결과

개발자 관계직원들은 시화센터의 CI가 편의성을 극대화하기 위해 심미적이기보다 기능적인 방향으로 전개되어야 한다고 생각하며 특히 사인류 디자인이 중요하고, 장기적인 관점에서 관리 측면에서의 규제가 꼭 필요하다고 생각하고 있다.

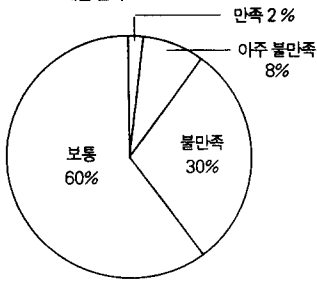
5. 설문조사 결과 요약

5-1 기존의 공구센터에 대한 불편·불만 사항

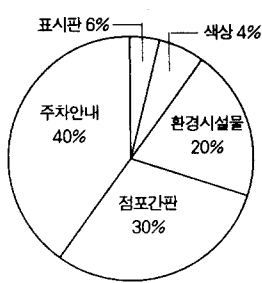
기존의 3개 공구센터에서 주차시설 및 주차안내 표시판에 대해 35%가 불만을 표시하였으며 무질서한 점포간판 및 안내표시판의 미비로 인한 불편함에서는 88%가 불만을 가지고 있다. 이러한 사인체계에 대한 불편함은 점포찾기에 대해서도 32%가 어려움을 겪는다고 응답하게 하였다. 공구센터 주위환경의 청결도, 편의도, 쾌적감, 안전성에 대해서는 80~90%가 불만을 표시하고 있다.

환경디자인이 중요하다고 대답한 응답자는 50%이며 그 이유는 점포주의 경우에 46%가 우월성을 확보하여 영업활동에 도움이 되기 때문이

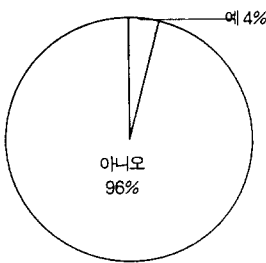
기존 공구센터의 환경디자인에 대한 만족도



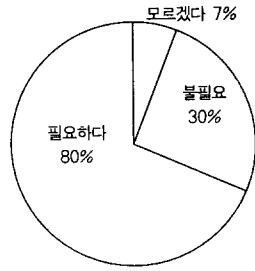
기존 공구센터에서 개선되어야 할 점



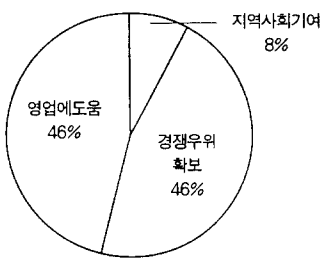
안내사인온 잘 되었는가?



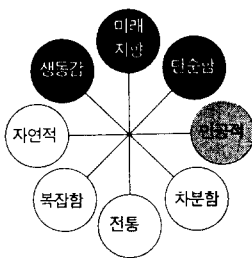
점포간판의 규격화 필요성



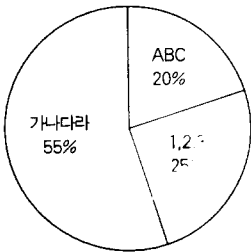
환경디자인으로 얻게될 이익



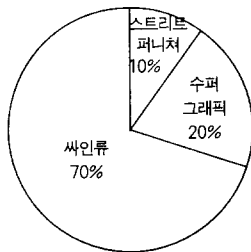
공구센터의 환경디자인 방향



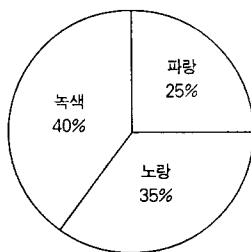
동호수 표시를 위한기호로 적당한 것은?



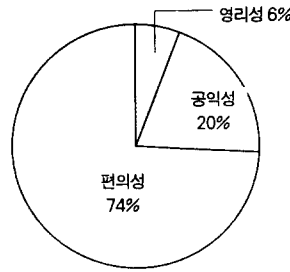
환경디자인 요소의 중요도



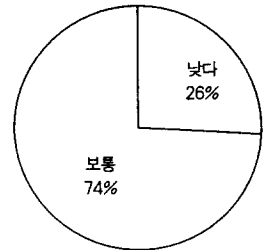
공구센터의 바람직한 색상은



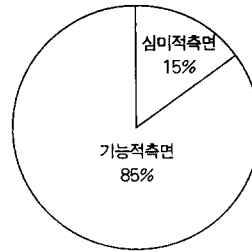
시화센터 C의 목적은?



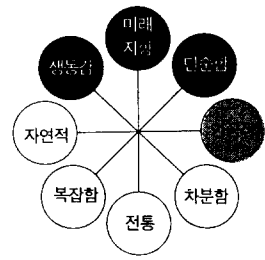
입주자 및 이용자의 문화적 수준은?



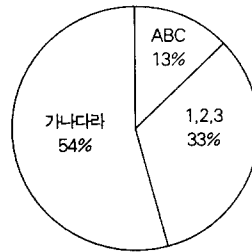
환경디자인 측면에서 고려 할 사항



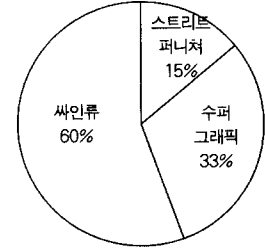
공구센터의 환경디자인 방향



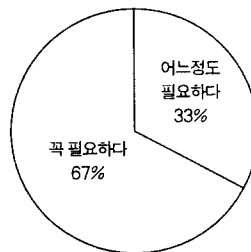
동호수 표시를 위한기호로 적당한 것은?



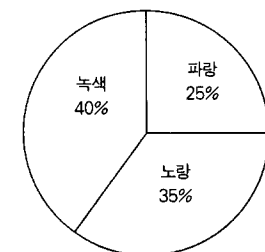
환경디자인 요소의 중요도



관리측면의 규제



공구센터의 바람직한 색상은



라고 응답했다. 또한 소비자들은 환경디자인이 잘된 공구센터가 생긴다면 거래선을 바꿀 용의가 있다고 응답한 비율이 46%를 나타내고 있다.

5-2 새로운 시화센터에 대한 기대사항

시화센터의 바람직한 색채를 묻는 질문에서는 녹색(40%), 노란색(35%), 파란색(25%) 순으로 적합하다고 응답하였다. 동·호수를 표시하는 기호로서는 1,2,3,4와 같은 아라비아숫자가 적합하다고 응답한 사람이 47%이며 한글의 가나 다 라가 적합하다고 응답한 사람도 42%로 나타나

고 있다.

시화센터 환경디자인의 중요요소로는 사인류라고 응답한 사람이 63%로 대다수를 차지했고, 수퍼그래픽도 27%가 중요하다고 응답하였으며 그밖의 10%가 스트리트퍼니처라고 대답하였다. 환경디자인에 있어서 심미성과 기능성의 비중을 묻는 질문에서는 85%가 기능성이 중요하다고 응답하였다.

5-3 설문조사를 토대로 한 디자인 반영 요인

시화센터의 디자인 문제는 대부분 환경적인 요인으로 다음과 같은 부분에서 중점적으로 디자인되어야 한다.

- 상가영업 형태에 따른 시각적 차별화
- 사인 및 색채계획의 세밀한 배려에 의한 상가내 사각지대의 해소
- 체계적 주차 유도사인 시스템의 구축
- 상가이용시 교통과 거리 요인이 중요함과 함께 향후 전체적인 환경 디자인의 비중 확대
- 지원상가의 환경활성화로 슬림화 방지
- 타 공구상가와 경쟁상황을 시각적 단차 차별화로 극복
- 단순하고 기능적인 환경체계, 밝고 현대적인 분위기를 통하여 상가 전체의 활성화를 도모
- 체계적 관리에 의한 쾌적한 상가환경의 유지

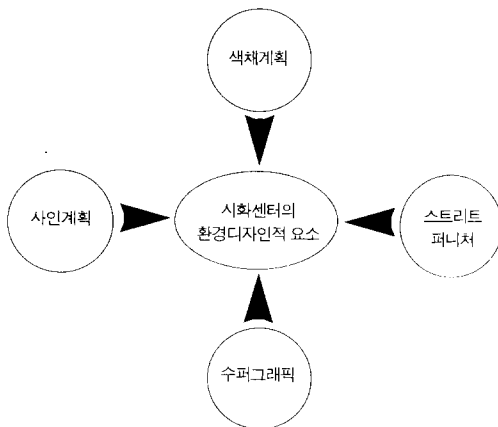
제5장 디자인 컨셉트의 도출

1. 기본디자인 요소의 환경적 측면

기능과 미의 합리적 조화를 궁극적 아이덴티티의 목표로 한 시각적 표현전략은 입체적 환경디자인의 기능적 측면을 고려하여 조형적으로 차별화된 시각요소를 개발해야 한다. 시화지원센터는 공구상가·동력상가·철재상가라는 3개의 기능동과 지원상가의 기능적 특성을 조형적으로, 색상체계로 구별할 수 있는 시각체계이어야 한다.

2. 시화센터의 환경디자인적 요소

(그림 1) 시화센터의 환경디자인적 요소



3. 환경요소의 디자인 계획

3-1 색채계획

시화센터의 시각체계에 있어서도 색채계획은 가장 기본적인 작업이라 할 수 있다. 시화센터의 업종별 구분, 사인체계의 정보전달 효율성, 아이덴티티를 형성하는 통일된 색채계획이 필요하다.

3-2 수퍼그래픽

시각적으로 가장 많이 노출되는 건물의 벽면은 전체 환경에 큰 비중을 차지하게 된다. 동·호수를 알리는 기능적인 면과 쾌적함을 주는 통일된 이미지의 미적 표현이 된다.

3-3 사인계획

사인 시스템은 정보제공의 효율성이라는 의미 못지않게 환경미학적 측면과 자체 디자인의 심미적 요구 충족이라는 문제를 해결해 가야 한다는 양면적인 시각을 띠고 있다. 즉 시간이 경과함에 따라 거주자 및 자주 방문하는 사람에게는 정보제공 차원의 사인의 의미는 점차 약화되고 환경미학적 측면이 중요하게 된다. 다만 신규방문자나 시화지원센터의 이용률이 낮은 사람에게는 여전히 중요한 표시 커뮤니케이션의 역할을 하게 된다.

3-4 스트리트 퍼니처

스트리트퍼니처는 기본적으로 기능적인 역할을 고려하지만 놓이게 될 장소와 함께 위의 3가지 환경적 요인을 충분히 반영하여 이것 역시 하나의 아이덴티티가 이루어져야 한다.

제6장 기본디자인 체계의 개발

1. 기본디자인 요소의 조형이미지 추출

기본디자인 요소의 개발은 공구상가 이미지, 동력상가 이미지, 철재상가 이미지, 지원상가 이미지 등으로 구분된 4개 기능동 각각의 이미지와 이 4개의 조형요소들을 유기적으로 조화시키기 위한 방법들을 연구하였다.

1-1 공구동의 이미지요소 추출(그림 2)

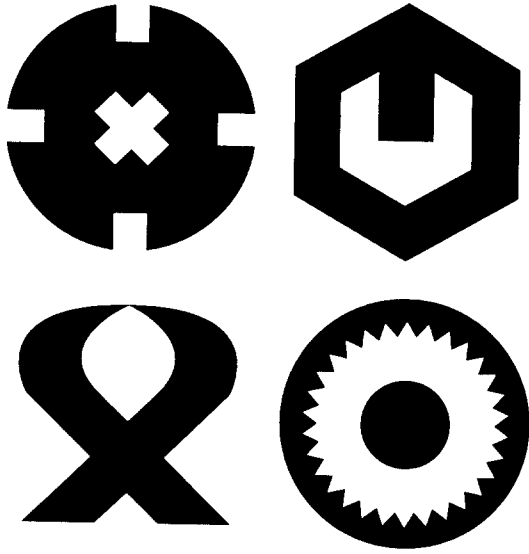
1-2 동력동의 이미지요소 추출(그림 3)

1-3 철재동의 이미지요소 추출(그림 4)

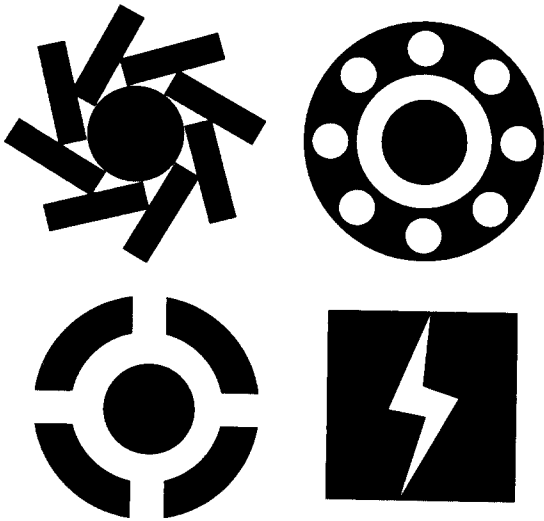
2. 기본디자인 요소의 구성체계

기본디자인 요소는 그래픽모티브, 심벌, 컬러, 로고타입으로 구성된다. 지원상가, 공구상가, 동력상가, 철재상가를 상징하는 4가지로 이루어진 그래픽모티브는 다시 단순화되어 심벌을 구성하게 된다.

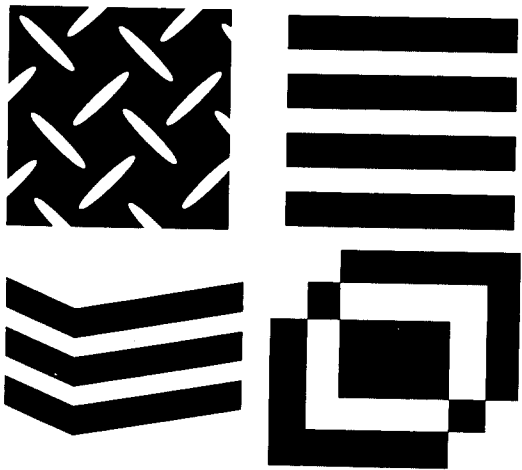
(그림 2) 공구동의 이미지요소 추출



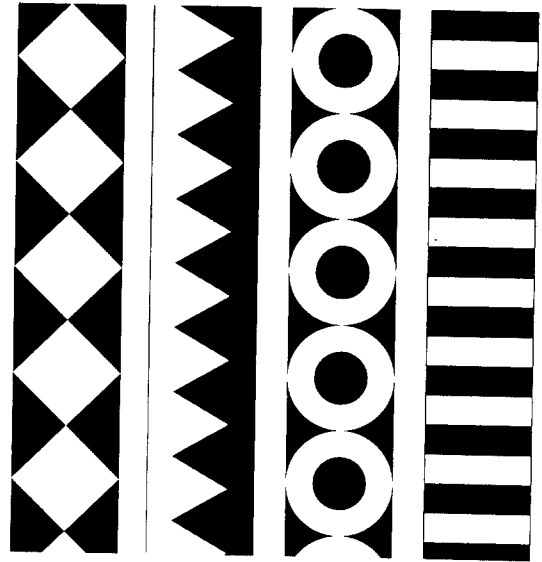
(그림 3) 동력동의 이미지요소 추출



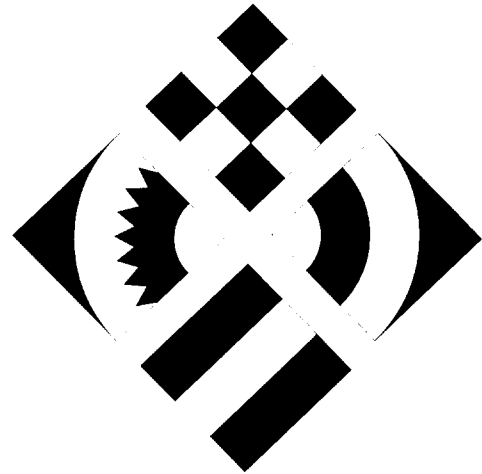
(그림 4) 철재동의 이미지요소 추출



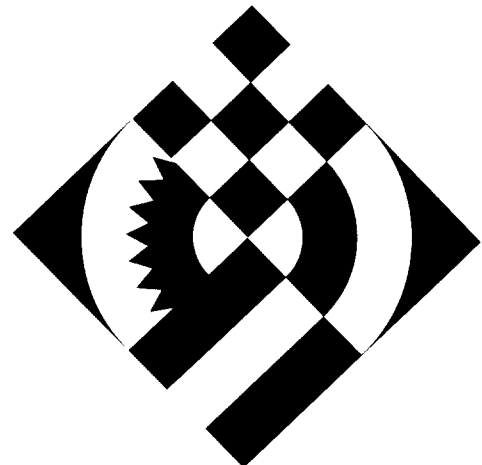
(그림 5) 그래픽 모티프



(그림 6) 심벌의 구성



(그림 7) 심벌



로고타입의 개발은 인쇄매체에 많이 쓰이게 되는 일반 CI의 경우와 달리 외부 환경에 주로 쓰이게 되므로 주목성이 높고 강한 이미지의 굵고 장식 없는 서체가 개발되었다. (그림 8 참조)

(그림8) 로고타입

산 업 용 재 유 통 단 지 시 화 센터

컬러는 공구, 동력, 철재, 지원상가를 기능적으로 구분하는 초록, 주황, 파랑, 노랑을 각각 선정하였다. 지원상가를 나타내는 마름모로 된 요소는 전반적인 환경관련에 적용되는 것으로 주목성이 높은 노랑을 사용하였다. 가장 많은 동으로 이루어진 공구상가를 나타내는 뿔니 형태의 요소에는 안전성이 높은 초록을 사용하였고 동력은 회전력을 나타내는 가장 동적인 형태이므로 황색을 썼다. 철재는 급속 이미지의 파랑을 사용하였다.

4개의 기능동으로 분류된 시화센터 CI의 기본요소 개발은 4개의 기능동에 효율적으로 적용할 수 있도록 4개의 기능동을 상징하는 4개의 조형요소로 심벌과 그래픽모티프를 구성하였고 여기에 맞추어 컬러체계도 4개의 기능동을 구별하여 각 기능동의 고유컬러를 갖도록 하였다.

제7장 응용디자인 체계의 개발

1. 슈퍼그래픽

공구, 동력, 철재를 상징하는 그래픽모티프와 심벌 구성요소로 각 기능동을 구별하였으며 여기에 기능동 고유의 색상을 적용하였다. (그림 9, 10, 11 참조)

1-1 공구동 슈퍼그래픽 (그림 9)

1-2 동력동 슈퍼그래픽 (그림 10)

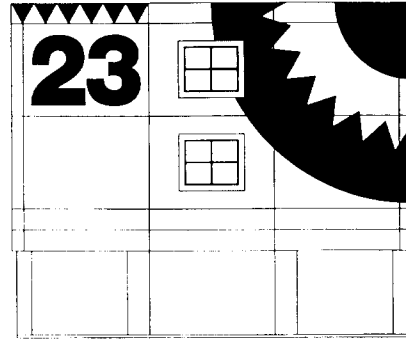
1-3 철재동 슈퍼그래픽 (그림 11)

2. 사인체계

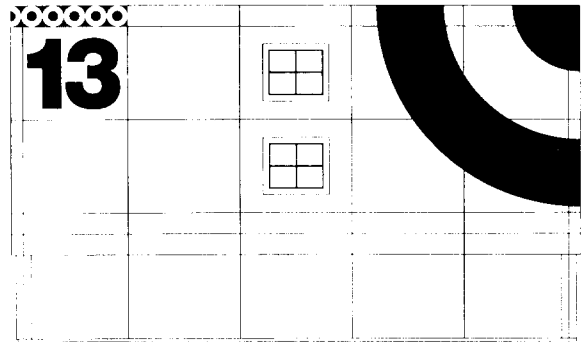
2-1 단지안내도

단지안내도는 시화센터를 이용하는 고객에게 시화센터의 전체 구조를 알리는 표식기능을 하게 된다. 시화센터 전체구조의 특성은 기능동별로 그 기능동의 고유색상으로 구별한다. (그림 12 참조)

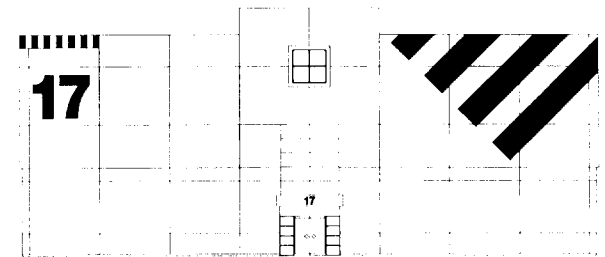
(그림9) 공구동 슈퍼그래픽



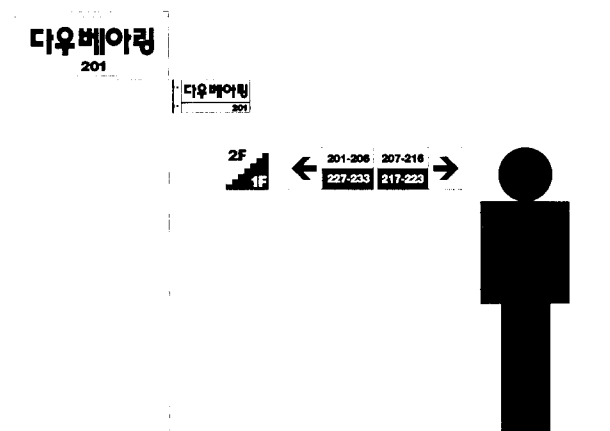
(그림 10) 동력동 슈퍼그래픽



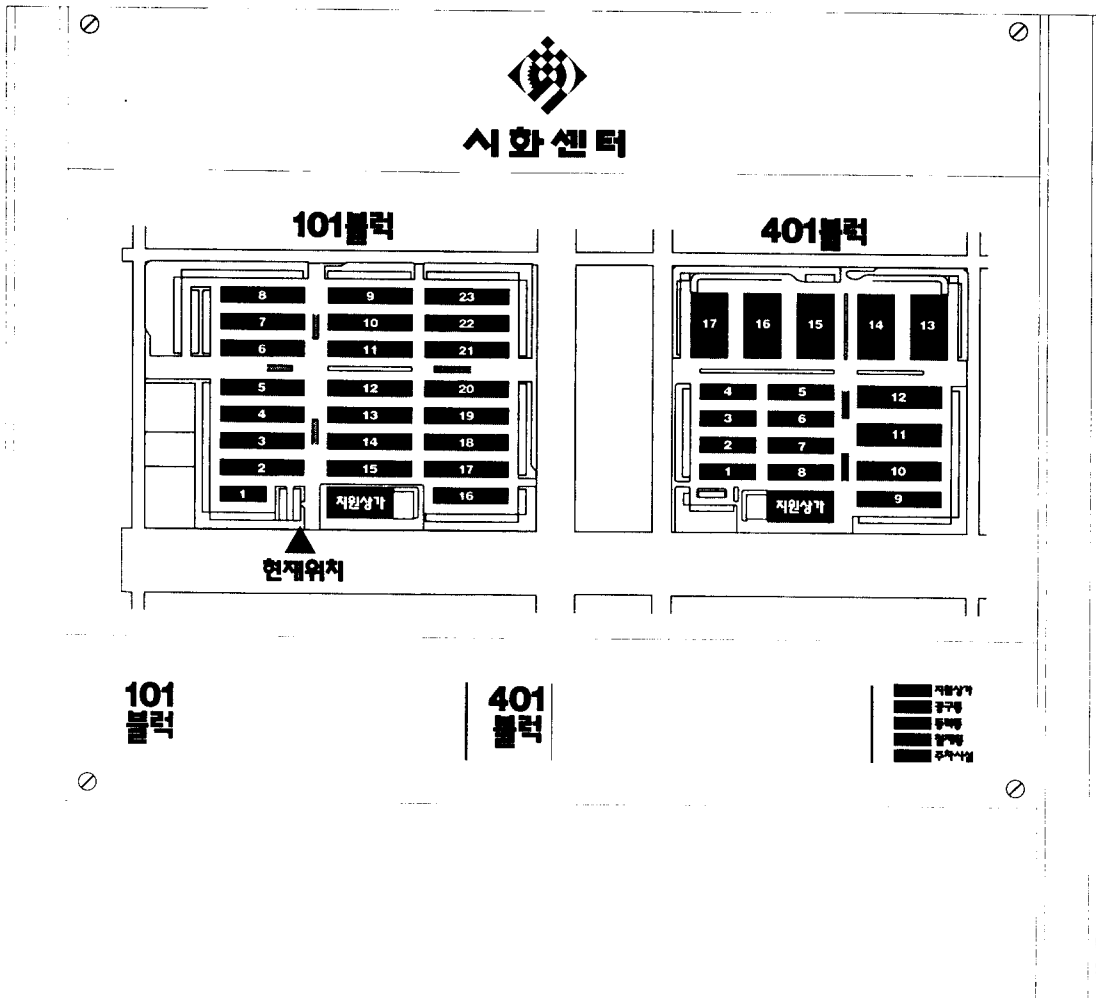
(그림 11) 철재동 슈퍼그래픽



(그림13) 실내 사인류



(그림 12) 단지안내도



(그림 14) 점포정면사인



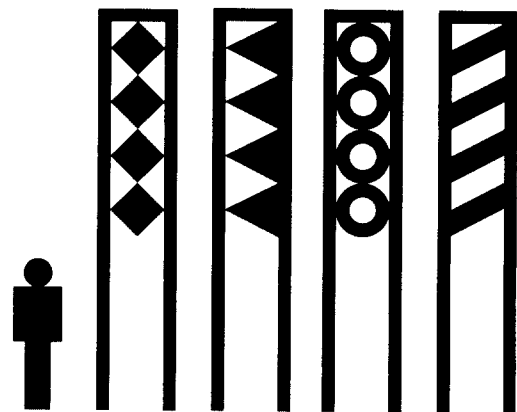
2-2 실내사인류

실내사인류는 근거리에서 보는 정보전달매체로 일정한 포맷과 컬러를 적용하여 일관된 이미지와 효율적인 정보전달이 이루어지도록 하였다. (그림 13 참조)

2-3 점포정면사인

정보전달이라는 기능이 우선되는 점포정면사인은 정보전달 효과와 특히, 일정한 규격과 포맷 부착 위치 등을 규정하여 같은 포맷에 효율적인 이미지 일관성을 유지하도록 하였다. (그림 14 참조)

(그림 15) 환경조형물



3. 환경조형물

각 기능동을 나타내는 그래픽모티브와 칼라를 사용하여 각기능동의 이미지가 연상되도록 하였다. 시화센터의 외곽에 약 20m 간격으로 세워지게

되는 환경조형물은 시화센터의 이미지 프로모션 효과와 시화센터를 차별화시켜 주는 기능을 하게 되는 조형물이다. (그림 15 참조)

제8장 결론

CI는 실시하는 주체에 따라 그 성격과 특성이 아주 달라지기 마련이다. CI는 결국 기업과 관련된 여러가지 응용항목에 의해 소비자와 만나게 되며 그것으로 인해 이미지가 축적되게 된다. 따라서 CI의 핵심인 아이덴티티의 확립은 응용항목의 특성에 맞도록 적절한 프로세스에 의해 개발되어야 하는 것이다.

근래에는 영상매체와 관련된 기업이 많이 등장하게 되었는데 이들은 주로 모니터라는 시각매체를 통해 소비자와 만나게 되므로 기존의 인쇄매체 위주의 시각물을 제작하는 방법으로는 효과적이지 못하다. 시화센터는 시화국가공업지구에 세워지는 산업용채 유통상가와 지원상가로 이루어진 산업의 최일선 현상이다.

일반적인 기업CI와는 달리 환경적인 측면이 중요한 부분을 차지하고 있다. 시화센터는 크게 101단지과 401단지로 나누어진 대규모 산업용채 전문유통단지로서 101단지는 23개동의 공구상가와 1개의 지원상가로 이루어져 있고 401단지는 9개의 공구상가, 3개의 동력상가, 5개의 질세상가와 1개의 지원상가로 이루어져 있다.

시화센터의 환경적 측면은 다음과 같다.

첫째, 시화센터는 43개동의 건물로 이루어진 유통현상이다.

둘째, 각 기능동을 시각적으로 구별하여 목적에 맞게 찾아갈 수 있는 사인시스템이 필요하다.

셋째, 입주자들은 대부분의 시간을 시화센터내에서 보내게 되므로 이들을 위한 생활공간으로서의 쾌적함이 실현되어야 한다.

위의 3가지 측면을 해결하기 위해서 응용항목의 환경적 특성을 고려하여 그래픽모티프와 심벌의 구성 그리고 컬러 등의 기본요소를 개발하였다. 이 기본요소에 의해 슈퍼그래픽과 환경조형물 그리고 컬러로 정돈된 사인체계 등을 개발하였다.

일반적인 CI의 경우 기본항목의 개발이 선행된후 그것이 일괄적으로 응용항목에 적용이 되어 왔으나 시화센터의 CI는 응용항목으로부터 기본항목을 추출했다는 것이다.

산업현장의 복잡하고 지저분하며 뭔가 비능률적인 느낌의 기계공구상가를 기능적이고 미적인 시각환경체계로 바꾸는 연구이다. 시화센터는 표면적으로는 복잡해 보이지만 엄격한 질서 속에서 움직이며 활기가 가득하고 온정이 넘치는 산업인들의 생활현상이 될 수 있는 환경으로 바뀔 때 본 CI의 의의가 있다.

환경중심의 CI로 기능적으로 서로 잘 맞물려 조화있게 돌아가는 기어의 원리처럼 시화센터의 모든 유통현장은 활력이 넘치고 질서있는 하나의 시스템을 만든 것이다.

시화센터의 CI연구는 효율적인 기능을 위한 새로운 환경을 창출하는 인간을 위한 디자인이다.



참고문헌

- "Sign Communication" Publishing Committee, Sign Communication, Kashiwashobo, 1989
- Orange Book, Environmental Design Best Selection3, Graphicsha, 1990
- Orange Book, Environmental Design Best Selection4, Graphicsha, 1991
- "Designing Corporate Symbols", By David E. Carter, Art Direction Book Company, 1989
- 나성숙, 슈퍼그래픽의 이미지와 선호성에 관한 연구, 경희대 대학원, 1992
- 이승연, CI에 있어서의 기업문화 가치 제고에 대한 연구, 서울대 대학원, 1990
- 임승빈, 환경분식론, 서울대학교 출판부, 1991
- 임승빈, 시각적 신호의 예측모델에 관한 연구-환경미의 과학적 접근, 국토계획, 1984