



홍삼인삼패키지 브랜드 아이덴티티를 위한 한글 캘리그래피 개발

Development of Hangeul Calligraphy for Brand Identity of Red Ginseng Package

김혜정 / 중부대학교 산업디자인학과 교수

본 연구는 한국상품문화학회 논문집에 게재된 내용으로 홍삼인삼 제품을 생산하는 지역단위 영세 중소기업의 브랜드 아이덴티티(brand identity)를 위하여 우리나라 고유의 문화 이미지를 대표하는 한글을 이용한 캘리그래피를 개발하는데 그 목적이 있다. 이를 통해 홍삼인삼 제품이 국가 브랜드를 주도할 수 있도록 하는데 기여하고 한글의 국제화는 물론, 기업들이 소비자에게 가까이 다가갈 수 있는 브랜드 디자인(brand design)을 개발하고, 개발된 브랜드 아이덴티티(brand identity)를 활용하여 소비자로부터 지속적인 관심과 선택을 받을 수 있도록 도움을 주는데 그 의의가 있다.

본 고에서는 홍삼인삼패키지 브랜드별 패키지디자인 사례를 중심으로 논문의 일부 내용을 살펴 보도록 한다.

- 편집자 주 -

1. 서론

본 연구는 2013년 3월부터 2014년 2월까지 홍삼인삼 제품을 생산하는 지역단위 영세중소기업의 브랜드 아이덴티티(brand identity) 향상을 위하여 우리나라 고유의 문화 이미지를 대표하는 한글을 이용한 캘리그래피를 개발하기 위하여 다음과 같은 연구대상 및 연구방법을 통하여 진행되었다.

1) 1단계(기업현황 분석) : 충남 금산, 충북 증평, 경북 풍기 등에 소재한 홍삼인삼 제품을 생산하는 중소기업 9개를 연구대상으로 주요

생산제품의 캘리그래피 브랜드 및 디자인을 살펴보고 이에 대한 문제점을 도출하였다.

2) 2단계(캘리그래피 제작) : ① 원도 제작, ② 원도 입력, ③ 폰트(font) 제작, ④ 검수, ⑤ 폰트(font) 데이터 작업, ⑥ 제품패키지 제작 등을 통해 캘리그래피를 제작하였다.

1. 홍삼인삼패키지 브랜드 아이덴티티 주요사례

1-1. 충남 금산 홍삼인삼 패키지브랜드

충남 금산에 소재한 A업체는 홍삼인삼 전문

[그림 1] A업체의 홍삼인삼패키지 사례



[그림 2] B업체의 홍삼인삼패키지 사례



제조업체로서 홍삼인삼 제품을 생산하고 있다. 다양한 생산품목에 따라 디자인 변화도 보이고 있다(그림 1) 참조).

제품의 전반적인 홍삼인삼패키지는 디자인에 많은 변화를 주지 않고 색상에 아이덴티티를 적용하고 있다. 홍삼농축액, 홍삼액, 홍삼정 등 대표적 상품은 브랜드에 한글과 한자를 사용한 캘리그래피를 적용하고 있다. 홍삼액은 2차 동일한 후속상품이 나왔지만 브랜드에 캘리그래피 아이덴티티가 적용되지 않고 해당업체에서 출시되는 다른 제품과의 브랜드 아이덴티티도 상대적으로 부족하다.

충남 금산에 소재한 B업체는 홍삼인삼전문제조업체로서 홍삼선물세트, 홍삼농축액, 홍삼천과, 홍삼액 등 다양한 제품을 생산하고 있다(그림 2) 참조).

해당업체는 홍삼인삼 제품의 특성을 고려하여 고급스러운 패키지 디자인을 시도하고 있다.

브랜드는 한글과 한자를 활용한 캘리그래피를 적용했으나 각 제품에 브랜드 아이덴티티가 다소 미흡한 편이다. 고려홍삼천과는 한 브랜드에 3가지 유형의 캘리그래피를 복합적으로 사용하고 있다. 또한 한글과 한문이 혼용되고 있다.

충남 금산에 소재한 C업체는 홍삼인삼 전문제조업체로서 다양한 홍삼 인삼 제품을 생산하고 있다(그림 3) 참조).

다양한 생산품목에 따라 디자인의 변화도 많이 보이고 있다. 홍삼인삼 패키지는 전반적으로 브랜드의 크기나 위치가 상품에서 중요한 디자인 요소인데 제품에 일관성이 다소 부족한 디자인을 보이고 있다.

고려천홍삼절편골드, 고려홍삼인절편, 고려6년근황제홍삼정, 고려홍삼분말 등 대표적 상품들에서도 패키지 디자인이 복잡해 보인다. 브랜드는 한글과 한자를 활용한 캘리그래픽을 적용하려 했으나 한 제품 안에서 다양한 서체의 변화가 있다.



[그림 3] C업체의 홍삼인삼패키지 사례



[그림 4] D업체의 홍삼인삼패키지 사례



1-2. 충북 증평 홍삼인삼 패키지브랜드

충북 증평에 소재한 D업체는 비교적 전문화된 홍삼인삼 업체로서 다양한 생산품목에 따라 디자인 변화도 많이 보이고 있다((그림 4) 참조).

홍삼액 순수, 홍삼젤리, 홍삼캔디, 봉밀절편홍삼 등을 생산하고 있다. 출시되는 제품에서 보면, 전반적으로 디자인아이덴티티 시스템 적용이 다소 부족해 보인다.

홍삼젤리와 홍삼캔디는 유사 품목이지만 각각의 브랜드 캘리그래피 표현으로 연계성이 일부 부족하다. 홍삼액 순수는 캘리그래피가 강조된 디자인으로 브랜드 특징과 이미지를 한눈에 파악할 수 있도록 주목성을 높이고 있지만 캘리그래피의 효과적인 사용은 다소 부족하다. 봉밀절편홍삼은 디지털 폰트와 캘리그래피가 같이 사용되어 홍삼젤리를 강조하여 브랜드의 가독성을 높여 한 점이 돋보인다.

충북 증평에 소재한 E업체는 공동체 단위 조합으로 홍삼인삼 전문제조업체이다.

생산품목으로 어린이용 착한홍삼 키즈앤, 한미인, 홍삼정프레스, 홍예지인 등 다양한 제품을 출시하고 있다((그림 5) 참조).

해당업체는 업체의 규모도 있는 만큼 홍삼인삼 제품의 특성을 고려하여 정리되고 소비자 흥미유발이 고려된 패키지 디자인을 했다. 제품의 브랜드 캘리그래피는 보편적으로 한글과 한문을 구분해 사용하여 브랜드 이미지를 강조 했고 깔끔하고 세련되게 디자인된 각각의 제품은 다른 업체와 차별화 되었다.

1-3. 경북 풍기 홍삼인삼 패키지브랜드

경북 풍기에 위치한 F업체는 홍삼인삼 전문제조업체로서 다양한 홍삼 인삼 제품을 생산하고 있다. 생산 품목에 따라 디자인의 변화도 많이

[그림 5] E업체의 홍삼인삼패키지 사례



[그림 6] F업체의 홍삼인삼패키지 사례



보이고 있다([그림 6] 참조).

홍삼인삼패키지는 전반적으로 레이아웃 요소인 크기나 위치가 상품에서 중요한 디자인 요소인데 제품에 일관성이 없는 디자인을 보이고 있다. 어린이홍삼, 홍삼젤리, 홍삼청, 홍삼액 등 대표적 상품들에서도 패키지디자인이 해당업체에 대한 지속적인 정보력을 주는 시각 요소가 부족하다. 브랜드는 한글을 적용하여 캘리그래피가 패키지디자인에 이미지처럼 크게 사용했으나 캘리그래피의 강점이 부각되지 않았다. 어린이 홍삼을 제외한 3가지 제품에서 홍삼캘리그래피에 대한 브랜드 아이덴티티 적용에 진행되지 않고 있다. 경북 풍기에 위치한 G업체는 홍삼인삼전문제조업체로서 홍삼 인삼 제품을 생산하고 있다. 다양한 생산 품목에 따라 디자인 변화도 보이고 있다([그림 7] 참조).

제품의 전반적인 홍삼인삼패키지는 디자인에 각기 다른 디자인으로 제작되었다.

어린이홍삼, 홍삼액, 홍삼순, 무농약홍삼액 등 대표적 상품은 브랜드에 한글을 사용한 캘리그래피를 적용 했다. 홍삼액은 2차 동일한 후속상품이 나왔지만 브랜드에 캘리그래피 아이덴티티가 적용되지 않고 해당업체에서 출시되는 다른

[그림 7] G업체의 홍삼인삼패키지 사례





[그림 8] H업체의 홍삼인삼패키지 사례

홍삼액	진홍삼액
홍삼아이	홍삼정

제품과의 아이덴티티도 부족하다. 경북 풍기에 위치한 H업체는 공동체 단위 조합으로 홍삼인삼 전문제조업체이다.

생산품목으로 어린이용 홍삼아이, 진홍삼액, 홍삼액, 홍삼정 등 다양한 제품을 출시하고 있다 ([그림 8] 참조).

해당업체는 업체의 규모도 있는 만큼 홍삼인삼 제품의 특성을 고려하여 정리되고 소비자 인지도를 높일 수 있는 패키지 디자인을 하고 있다. 제품의 브랜드 캘리그래피는 보편적으로 한글과 영문으로 구분해 사용하여 홍삼정의 영문은 깔끔하고 세련되게 브랜드 이미지를 강조했고, 디자인된 각각의 제품은 다른 업체와 차별화되었다.

하지만 출시된 제품에서 해당업체를 지속적으로 인지할 수 있는 브랜드 캘리그래피 아이덴티티는 다소 부족하다.

1-4. 문제점 분석

충남 금산, 충북 증평, 경북 풍기 등에 소재한 홍삼인삼 제품을 생산하는 중소기업 8개를 대상으로 캘리그래피 브랜드 아이덴티티 및 디자인 현황을 분석한 결과, 다음과 같은 문제점이 도출되었다.

첫째, 일관된 브랜드 아이덴티티의 적용이 미흡하다. 대부분의 제조업체의 디자인 패키지에서 해당업체를 지속적으로 인지할 수 있는 브랜드 캘리그래피 아이덴티티가 부족한 것으로 나타났다.

한 제품 안에서 다양한 서체의 변화는 복잡하고 브랜드 가독성 및 명시성이 없어 시각적 안정감을 줄 수 없다. 패키지디자인이 일관된 브랜드 아이덴티티의 적용을 목표로 조형적으로 조화 있게 디자인되어야 브랜드 전달 뿐만 아니라 제품의 가치 제고가 가능하다.

둘째, 한글과 한자의 혼용에 따른 시각적 효과의 감소이다. 일부 제조업체에서 한글과 한문이 혼용되면서 캘리그래피의 일관성이 상대적으로 부족한 현상이 나타나고 있다. 이는 소비자의 브랜드 인지도나 집중도의 저하를 초래할 수 있다. 소비자의 브랜드 인지도나 집중도가 저하되어 지속인 브랜드 아이덴티티를 느낄 수 없어 결과적으로 기업의 브랜드 인지도 상승은 어렵게 된다.

셋째, 한글 캘리그래피 폰트(font) 미개발에 따른 시각적 효과가 부족하다.

한글은 한자나 영자와는 달리 다양한 글씨체를 기초로 심미적, 조형적 요소가 강조되는 문자이다. 따라서 한글 캘리그래피를 제작할 때 한글의 특성을 고려하여야 소비자는 기업의 제품에

브랜드 아이덴티티를 느끼고 인식할 수 있는 기회를 가지게 된다.

2. 홍삼인삼패키지 한글 캘리그래피 개발

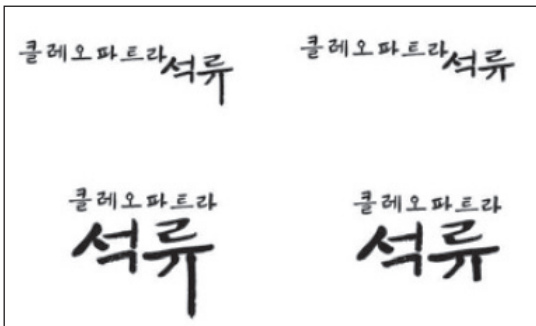
2-1. 한글 캘리그래피 적용

개발된 한글 캘리그래피(calligraphy) 폰트(font)를 사용하여 다양한 글자 표현에 적용해 봄으로써 홍삼인삼패키지 브랜드 아이덴티티 향상을 모색할 수 있다는 것을 실증하였다(〔그림 9〕,〔그림 10〕,〔그림 11〕,〔그림 12〕,〔그림 13〕,〔그림 14〕 참조).

II. 결론

본 연구는 홍삼인삼 제품을 생산하는 지역단위 영세 중소기업의 브랜드 아이덴티티(brand identity)를 위하여 우리나라 고유의 문화 이미지를 대표하는 한글을 이용한 캘리그래피를 개발하는데 그 목적이 있다. 이를 위하여 2013년 3월부터 2014년 2월까지 홍삼인삼패키지 브랜드 아이덴티티를 위한 한글 캘리그래피 개발을

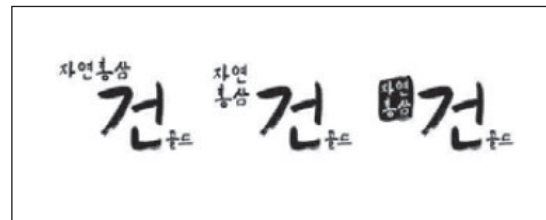
〔그림 9〕 한글 캘리그래피 적용(1)



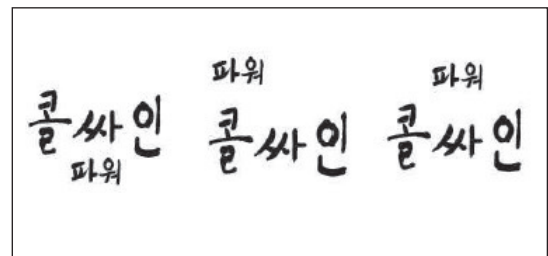
〔그림 10〕 한글 캘리그래피 적용(2)



〔그림 11〕 한글 캘리그래피 적용(3)



〔그림 12〕 한글 캘리그래피 적용(4)



위하여 1단계 기업현황 분석, 2단계 캘리그래피 제작 등의 연구방법을 통하여 진행되었다. 이를 통하여 도출된 연구결과는 다음과 같다.

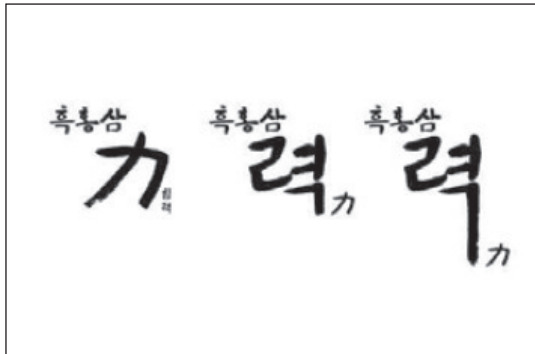
첫째, 홍삼인삼 제품을 생산하는 지역단위영세 중소기업의 브랜드 아이덴티티(brand identity)는 ① 일관된 브랜드 아이덴티티의 적



[그림 13] 한글 캘리그래피 적용(5)



[그림 14] 한글 캘리그래피 적용(6)



용이 미흡하고, ② 한글과 한자의 혼용에 따른 시각적 효과의 감소가 있으며, ③ 한글 캘리그래피 전용서체 미개발에 따른 시각적 효과가 부족하다.

둘째, 우리나라 고유의 문화 이미지를 대표하는 한글을 이용한 캘리그래피는 ① 한글글씨체(폰트) 구상 및 스케치, 자형의 선택 및 밑그림을 창작하는 원도 제작, ② 스캐너를 사용하여 창작된 원도를 고해상도로 입력, ③ 스캐닝 원도 데이터, 폰트 편집(font editing), 폰트(font) 검수 등을 통한 최종 폰트 데이터(font data) 완

성, ④ 개발된 한글캘리그래피(calligraphy) 폰트(font)를 사용하여 다양한 글자 표현에 적용 등을 통해 제작될 수 있다.

본 연구는 홍삼인삼 패키지에 있어서 전용 서체가 갖는 의미를 이해하고 캘리그래피 원도 제작을 디지털적 응용이 가능한 시스템으로 제작해 기업이 향후 지속적인 브랜드 아이덴티티를 활용 가능하도록 하고 후속연구를 발전시키는데 기여했다는데 그 의의를 찾을 수 있다.

홍삼인삼패키지 브랜드 아이덴티티를 위한 한글 캘리그래피 개발을 통해 ① 일관된 브랜드 아이덴티티의 적용이 가능하게 되었고, ② 한글과 한자의 혼용 보다는 다양한 한글 표현을 통한 의미 전달이 용이해졌으며, ③ 한글 캘리그래피 폰트(font) 개발로 향후 한글 캘리그래피 폰트(font)에 대한 관심과 적용이 더욱 활발해질 수 있는 계기가 마련되었다.

브랜드 아이덴티티는 소비자들의 구매 및 소비패턴 변화에 신속하게 대응하는 능력을 가능하게 하므로 적극적인 마케팅을 행하며 차별성과 주목성이 강조된 브랜드 인지도와 함께 기업의 이미지 구축을 할 수 있다.

신제품 제작의 기획부터 마케팅까지 캘리그래피 시스템으로 홍삼인삼 관련 제품의 브랜드에 일관된 스타일로 기업에 완성도 높은 패키지 디자인을 제공하여 브랜드의 독창성, 차별성을 강조할 수 있을 것이다.

나아가 이를 통해 체계화된 기업의 브랜드 이미지는 경쟁업체와 차별화할 수 있는 수단이고 소비자의 구매 행동에 영향을 주며 커뮤니케이션 전략에 유리하고 효과적으로 활용될 수 있을 것이다. 