

순천시 이미지 통합 계획(CI)에 관한 연구

김제중, 송진희

호남대학교 산업디자인학과

kim, je-joong / song, Jean-hee

Dept. of Industrial Design, Honam Univ

• keywords : Community Identity of Suncheon, Symbol, Logo, Color.

1. 서론

이미지 통합 계획은 CI(Corporate Identity), 혹은 CIP(Corporate Identity Program)라고 한다. 자치단체 이미지 통합계획(CI)의 필요성은 지방자치제와 더불어 1995년부터 본격화 되었다. 전국적으로 각 시, 군의 상품이 치열한 경쟁을 벌이는 가운데 지역의 이미지와 상품을 다른 지역과 차별화해서 소비자(관광객)에게 알리는 것은 이제 그 지역의 삶의 질을 결정하는 중요한 동기가 되고 있다. 대기업이나 중소기업에서 자사상품의 경쟁력을 강화하기 위해서 자신들만의 유니크하고 독창적인 상호나 심벌을 마련하여 모든 시각적 이미지를 통일하듯이 이제 각 자치단체에서도 기업과 똑같은 경제마인드로 '내고장 살리기'를 위해 소비자나 방문객에게 가장 빠르게 자신의 고장을 인식시킬 수 있는 시각적 이미지의 통합, 즉 이미지 통합계획을 도입하고 있는 것이다.

자치단체에서는 이미지 통합을 통하여 그 지역상품의 브랜드 파워 향상도 기대하고 있다. 유럽과 일본에서는 오래전부터 자치단체의 이미지 통합계획을 실시하여 지역의 얼굴을 만들고 이미지 통합에 많은 노력을 기울이고 있다.

1. 연구목적

본 연구에서는 2000년 6월 ~ 2001년 8월까지 1년 2개월 동안 수행하였던 전라남도 순천시 CI개발 사업 사례를 소개하고 그 과정과 내용을 중심으로 결과물을 제시한다. 순천시는 1995년이래 승주군을 통합하여 새로운 이미지가 필요하였으며 송광사, 선암사, 낙안읍성, 순천만등의 천혜의 관광자원을 보존하고 있어 시민들에 대한 자긍심과 애郷심을 고취시키고 국내외 관광객들에게 순천시만의 개성있는 이미지를 보여줄 수 있도록 CI 프로그램을 개발 도입하였다.

따라서 본 연구의 목적은 순천시CI 개발 사례를 통하여 장차 CI 개발에 관심을 갖고 있는 후발 자치단체들에게 CI 개발전략 수립과 그의 효율적인 추진을 위해 도움이 될 수 있는 기초자료를 제시하고 더 나아가 타 연구자들에게는 자치단체 CI 개발의 접근방법을 제시하기 위해서 이루어 졌다.

2. 연구범위, 방법 및 제한점

순천시의 시민과 국내외 관광객들에 대해 관광도시로서 거듭나기 위한 방법으로 순천시의 적극적인 관광 이미지를 표현하기 위해 본 연구의 범위는 노출 빈도가 높은 디자인 시스템 시정형 CI 담당 부서와 협의하여 아래와 같이 선정하였다.

1) 기본 시스템 - 상징마크, 상징색상, 전용서체, 로고타입, 시그니춰, 마스코트, 전용패턴등.

2) 응용시스템 - 서식류 10종, 증서류 5종, 청사 외부사인류 7종, 청사 내부사인류 4종, 관광안내 사인류 3종, 차량류 5종, 홍보용품류 4종 유니폼류 2종등이다.

연구 방법은 국내외에서 발간된 논문과 서적등의 참고자료들을 수집 검토한후 순천시의 군정방침과 사업계획및 국내외의 CI 개발 사례를 조사하여 참고하였다.

그리고 순천시 CI의 컨셉을 추출하기 위하여 설문조사를 실시하고 순천의 관광지과 명소를 직접 현장방문을 한 후 이를 토대로 디자인 시스템을 개발하였다.

디자인 시스템의 핵심인 상징마크는 개발된 시안의 객관적인 타당성을 알아보기 위해 1, 2차 프리젠테이션후 선정된 안으로 3차 주민 선호도 조사를 한 후 시정의 CI 담당부서와 협의하여 최종안을 결정하였다.

3. 순천시 CI 개발 연구

1) 순천시 현황분석

조사결과 현재 순천시 이미지에는 취약한 기반 시설, 지역의 정체성과 고유성 부족이라는 부정적 측면과 쾌적한 자연환경과 다양한 문화자원을 지니고 있다는 긍정적 측면이 동시에 존재한다.

순천시의 위상을 정리해보면 문화, 예술, 교통, 교육, 전통의 시로서 상징적인 의미를 가지고 있는 반면 극복해야할 과제도 많다.

순천시의 현재위상과 미래상을 분석해보고 그 안에서 슬로건과 컨셉을 추출해낸다. 추출된 컨셉에 따라 표현전략을 찾아낸다. 쾌적성, 정체성, 경제성을 순천시 발전계획의 기본이념으로 하고 아름다운 '환경도시, 격조 높은 문화도시, 튼튼한 경제도시를 만들어서 금지높고 풍요로운 순천시를 건설한다는 것이 궁극적인 "순천시 미래상"이다. 순천시 CI Concept은 순천시정의 목표인 '문화가 꽃피는 풍요로운 순천'을 기본으로 역사, 교육, 관광의 각부분에서 타지역을 선도하는 '탁월한 리더(great leader)'로 한다.

순천시의 현재	지역문화, 관광, 교육, 교통의 중심도시 이나 취약한 기반시설, 다양한 문화자원, 지역의 정체성과 고유성 부족
순천시의 미래	아름다운 환경도시, 격조높은 문화도시, 튼튼한 경제도시, 아시아 태평양 시대를 리드해가는 순천시
슬로건	문화가 꽃피는 풍요로운 순천

Concept	"GREAT Leader" G=Globalism R=Right E=Education A=Art T=Tourism
시정목표	아시아 태평양시대를 열어가는 순천시
표현 Concept	HARMONY (인간과 자연)
표현소재	자연, 상징물, 순천의 미래상 시화, 시목, 시조, 주암호, 상사호, 승선교, 장명석등, 석등, 팔마, 순천만, 흑두루미, 갈대, 낙안읍성, 교육, 문화, 금동, 교통, 비전, 태양, 조계산등

표현전략에서는 순천시의 슬로건과 컨셉을 시각적으로 잘 표현할 수 있도록 표현 컨셉을 인간과 자연의 하모니를 기본으로 한다. 순천시가 아시아 태평양시대를 여는 "GREAT Leader"임을 시각적으로 나타내기 위해 다음과 같은 분석방법 단계를 활용한다.

순천시 자연, 문화, 산업의 아이덴티티를 형성하는 내적 통합(조화)과 타 지역과의 차별화되는 개성있는 이미지를 만드는 외적 차별화를 중점적인 표현전략으로 다루었다. 부정적 단점을 극복하고 장점을 살려서 순천시를 21세기 '탁월한 리더'로 만드는 지름길은 순천시의 자연, 문화, 산업을 조화롭게 발전시키는 일이다. 즉 순천시가 '21세기 탁월한 리더'가 되어야 하므로 핵심인 '리더'를 본 작업 표현 Concept의 Key word로 삼았다. 시각적으로 리더에 도달하는 지름길을 연구하여 작품에 나타냈다.

리더 <Leader>			
Tone&Manner	Color	Shape	Idea
impressive mild	noble bright	soft natural	nature culture

2) 설문조사 결과 분석

설문조사는 순천시 자체 설문조사를 참고하여 필요한 사항은 다시 본 연구팀에서 추가하여 조사를 실시하였다.

4. 순천시 CI 개발 결과

1) 기본 시스템 개발 결과

(1) 상징마크 개발

아이디어 전개과정에서의 CI concept과 표현concept에 따라 상징마크가 개발되었다.

▷ 심벌의 색상은 설문결과 일반인들이 선호하는 색은 녹색과 파랑류이나 거의 모든 자치단체의 색상이 녹색과 파랑을 제외시킨 지역이 없어서 독창성이 부족하다는 생각에 회의결과 순천시의 전통성을 강조하기 위하여 노랑과 브라운 계열로 표현하기로 결정 하였다. 그림1)의 A, B, C안을 가지고 시민들의 선호도 조사를 페이퍼 조사와 인터넷 조사를 통하여 실시 하였다. 조사결과 A안으로 최종결정 되었다.



그림 1) 선호도 조사를 실시했던 3가지 선택안



그림 2) 최종적으로 결정된 학동이를 소재로한 캐릭터와 이를 이용한 응용동작안

5. 결론

순천시의 CI 작업 결과가 실제 활용되어서 그 효과를 극대화시키기 위해서는 다음과 같은 사항을 염두에 두어야 한다.

첫째, CI 사업의 효과를 배가시키기 위해서는 모든 시의 행사나 서류에 이를 사용하여 시각적으로 통일된 순천시의 이미지를 최대한 자주 노출 시켜 시민들 누구나 친숙해지며 자부심을 갖도록 한다.

둘째, 순천시의 특산품이나 관광상품, 기념품을 제작하는 일을 반드시 CI의 통합된 시각적 이미지와 연계성이 있도록 추진한다.

셋째, 시의 홍보관리, 봉사 및 대민 업무의 신뢰성은 필수적이며 참된 시의 이미지 성취는 CI 효과를 증가시킨다.

넷째, 상징마크와 전용서체 마스크트 등은 여러 곳에 응용되므로 반드시 그 비례와 색상, 형태를 원본대로 사진 제판을 통하여 사용하도록 한다.

다섯째, 응용시스템의 경우 제시된 것은 반드시 그 규정을 그대로 준수하며 그 외 발생하는 상황은 시청의 기획실내 CI 담당 부서나 CI 개발 팀과 협의하도록 한다.

결국 이처럼 체계적이고 과학적인 CI 결과의 관리를 통하여 지방화 시대에 순천시의 차별화된 이미지를 확고히 할 수 있다. 아울러 CI의 정확한 적용은 대외적인 인지도를 높여 관광사업의 활성화를 위한 기틀이 마련되며 또한 민, 관의 아이덴티티 형성이 용이하여 모든 시정 사업의 극대화를 이루는 계기가 될 것이다.

따라서 지방화 시대의 자치단체 CI는 무엇보다도 중요한 과제이며, CI 작업은 반드시 전문가를 통해 이루어져야 하며 CI 도입후의 체계적인 관리는 개발 작업 그 자체보다 더 중요한 과제이기도 하다.