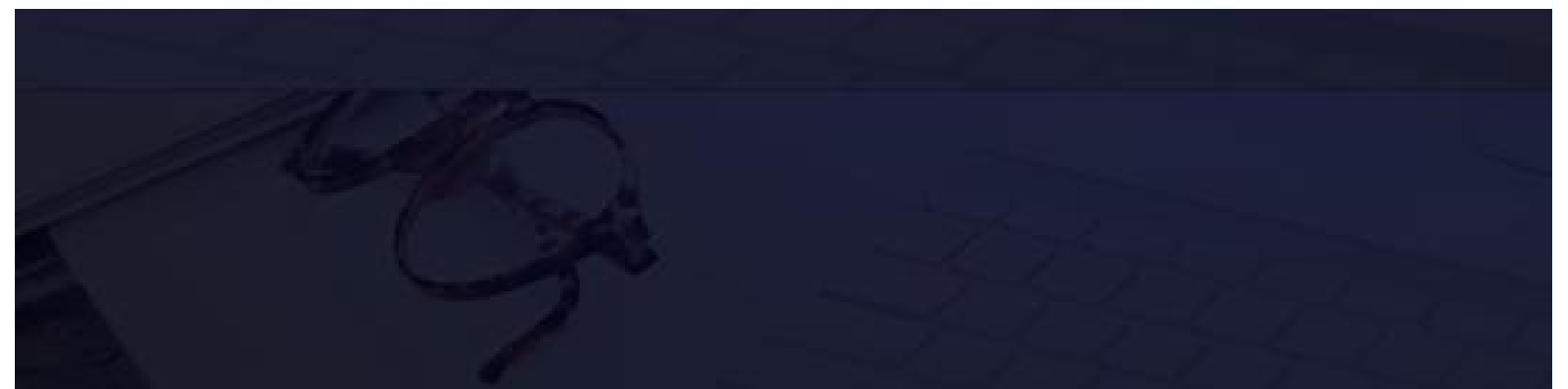




# 아이덴티티 디자인 개발

브랜드 베이직 시스템





## 학습목표

- 아이덴티티 시그니처에 대해 이해하고 설명할 수 있다.
- 브랜드 적용 색상 및 서체에 대해 이해하고 설명할 수 있다.
- 디자인의 과정에 대해 이해하고 설명할 수 있다.

## 학습내용

- 아이덴티티 시그니처
- 브랜드 전용 색상 및 서체
- 디자인의 과정



## 브랜드 디자인

### ◆ 시각적 체계 형성

- 자산 가치를 높이는 역할

### ◆ 심벌

### ◆ 마크

### ◆ 심벌마크

### ◆ 로고

### ◆ 엠블럼

### ◆ 휘장

- 소비자와 브랜드가 접촉하는 채널에 적용
  - ❖ 브랜드의 메시지 전달

### ◆ 브랜드 아이덴티티

- 일관된 시각적 경험 제공
  - ❖ 브랜드 이미지와 가치를 높임



## 기본시스템(Basic System)

### ◆ 심벌마크

### ◆ 로고타이프

### ◆ 시그니처

### ◆ 색상체계

### ◆ 지정서체

### ◆ 그래픽 모티프

### ◆ 캐릭터



## 브랜드 디자인의 개발 항목 사례

### ◆ 아이덴티티 채널 영역

- 자산 가치를 높이는 역할
  - ❖ 베이직 시스템 Basic System
    - 심벌 & 로고 타입
    - 시그니처
    - 서체
    - 컬러
  - ❖ 애플리케이션 시스템 Application System
    - 스테이션너리
    - 사이니지
    - 물품류
    - 차량
  - ❖ 커뮤니케이션 시스템 Communication System
    - 이미지
    - 프로모션



## 시그니처 제시

### ◆ 심벌

- 시그니처 구성

### ◆ 로고

- 코퍼레이트 네임을 명확하게 표시
  - ❖ 어플리케이션과 매체의 다양함에 대응

### ◆ 가이드라인

- 조합 방식, 비율 규정
  - ❖ 그 외의 비율을 사용 할 필요가 있는 경우
    - 관리부서의 승인 후 사용한다는 문구 명시



## 시그니처 사례



### 영문 시그니처



영문 시그니처 A



영문 시그니처 B

출처 : © 2023 BNCW INC. All Right Reserved. (BNCW사와 저작권 협의 완료)



## 시각화

### ◆ 분석

### ◆ 귀납

- 디자인을 통한 변환
  - ❖ 브랜드 인식의 메인 비주얼 시스템의 디자인

### ◆ 창의성

### ◆ 아이디어

- 표준규범, 사용지침
  - ❖ 많은 디자인 내용과 다양한 디테일을 담은 디자인 프로세싱 포함



## 메인 비주얼 시스템 디자인

### ◆ 로고 디자인

- 로고의 그래픽 디자인
- 로고의 서체 디자인과 로고의 조합 규범

### ◆ 서체 디자인

- 제1어종서체 디자인(언어, 숫자, 문장부호)
- 제2어종(영어) 서체 디자인
- 기타 어종 폰트 디자인

### ◆ 컬러 시스템

- 표준컬러(CMYK 파라미터, RGB 파라미터, Pantone 컬러)
- 파생컬러와 사용규범

### ◆ 보조 그래픽 디자인

- 보조 그래픽 디자인
- 문양 장식
- 사용규범



## 활용지침제시

### ◆ 로고

### ◆ 심벌

### ◆ 시그니처

- 통일된 색채 관리
  - ❖ 아이덴티티 확보할 수 있도록 안내



출처 : © 2023 BNCW INC. All Right Reserved.



## 브랜드 이미지의 아이덴티티를 강하게 전달하는 역할

- ◆ 정확한 색상 관리
- ◆ 일관성 있는 색상 재현
  - 가이드 · 활용을 위한 문구 필요







## 'B'기업의 리브랜딩 - 개념화 단계

---



### 'B'기업의 경영 방식

#### ◆ 판매에 집중

- 회사가 브랜드 아이덴티티의 전시에는 별로 신경 쓰지 않았음...
- 단지 하나의 로고만 있었을 뿐, 아이덴티티 시스템이 없었음
- B.K는 여전히... “브랜드 이름을 보존하면 좋겠다”

#### ◆ 완전한 브랜드 문화 시스템을 세워야 함

#### ◆ 국제화 스타일과 일본식 미학주의를 겸비해야 함

#### ◆ 브랜드 이름을 그대로 유지하고 영어로 전시

#### ◆ 로고에는 도형 부호가 하나 더 있어야 함

#### ◆ 로고는 깔끔하고 식별하기 쉽고 개성화할 것

#### ◆ 재료의 디자인은 고급스러운 질감이 보여야 함

- 문화 시스템(Culture System)
- 예술 스타일(Artistic Style)
- 브랜드 유전자의 연속(Brand Genes)
- 로고의 형식(Form)
- 비주얼 특징(Sensory)
- 소재 전시(Material)



## 'B'기업의 리브랜딩 - 개념화 단계

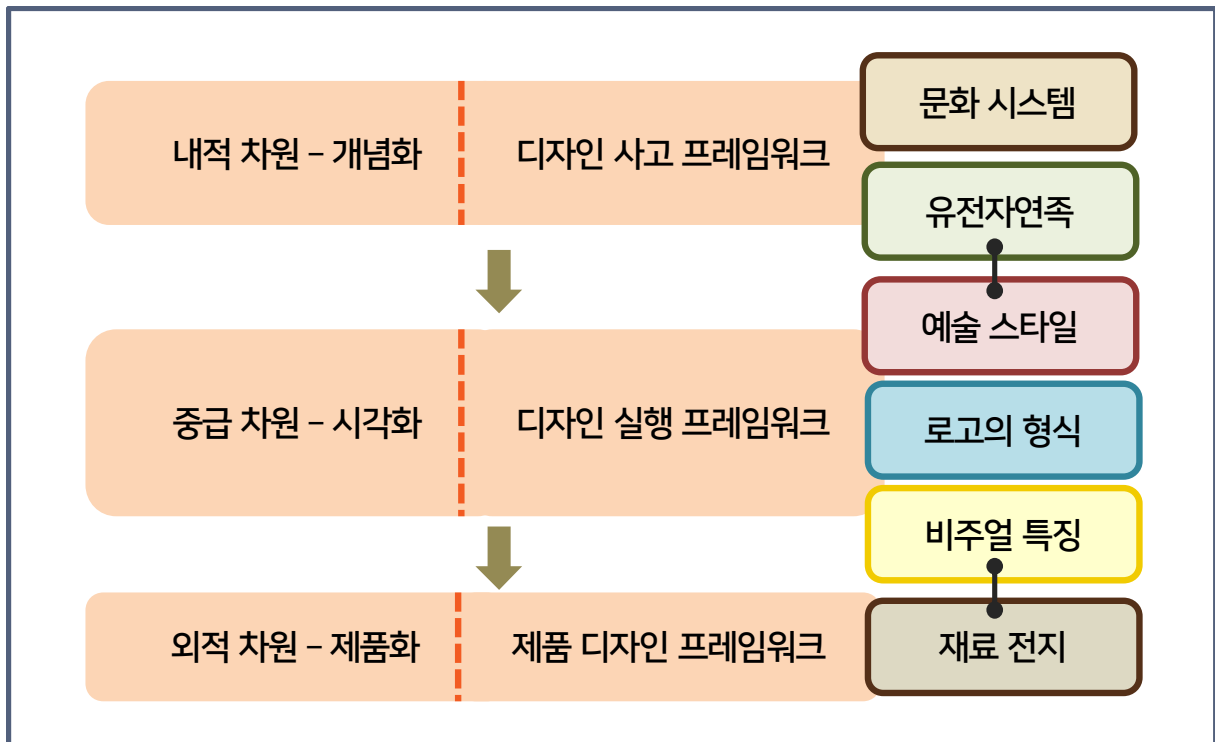


### 아이덴티티 디자인 요구사항

요구 번호	우선 순위	키워드	디자인 요구
No.1	I	문화 시스템 Culture System	브랜드 컨셉, 가치관, 전망
No.2	II	예술 스타일 Artistic Style	국제화 + 일본식 미학주의
No.3	III	브랜드 유전자의 연속 Brand Genes	'B'라는 브랜드 이름을 유지하기
No.4	IV	로고의 형식 Form	브랜드 이름 + 도형
No.5	V	비주얼 특징 Visual Feature	브랜드의 로고 : 깔끔하고 식별하기 쉽고 개성화
No.6	VI	소재의 전시 Material	브랜드의 소재 : 고급스러운 질감



### 디자인 프로세스 및 CBI 디자인 모델





## 'B'기업의 리브랜드 - 개념화 단계

---



### 크로스 컬처럴 초상 중에 정리된 I.T.S.T.I 표현 요소

#### ◆ 전부 자료에서 구현해야 하는 것은 아님

- 내용
- 종류
- 특징

❖ 적합한 디자인 표현 요소 선택

#### ◆ 완전한 브랜드 문화 시스템 구축

- 브랜드 특색
- 핵심 경쟁력
- 경영 이념
- 전망

#### ◆ 브랜드 문화 시스템

- 일본의 현지화 특징
- 중국 소비 집단의 아이덴티티

❖ 디자인 팀 내부의 '브레인스토밍'이 특히 중요

#### ◆ 디자인 협조를 맡은 일본 멤버

- 'B'기업의 기업 문화
- 일본의 의료 미용에 관련된 정보

#### ◆ 중국 디자이너

- 중국 소비자들의 심리적 특징
- 중국 소비자들의 행위적 특징

❖ 일본식 미학주의를 배우고 연구해야 함



### Triple-A 이론 활용

- ◆ 일본의 기업 문화
- ◆ 일본식 미학주의
- ◆ 일본의 의료 미용
  - 귀납추리 방정식
  - 역추리 방정식
    - ❖ 브랜드 문화 시스템 결정
- ◆ 임시 연구팀 구성
  - 워크숍 수강생
  - 직원
- ◆ 완성해야 할 미션
  - 기업 문화
  - 일본 의료 미용 지식



### Triple-A 이론의 사용

#### ◆ 유효성 Availability

- 고유 지식의 학습과 응용
  - ❖ 일본 의료 미용의 핵심 개념
  - ❖ 일본 미학의 예술적 특징
  - ❖ 일본 문화에 대한 고정관념(Stereotype)

#### ◆ 접근성 Accessibility

- 정보를 획득하는 방법
- 지식을 배우는 방식
  - ❖ B 기업의 직원 및 Workshop 회원의 협조를 통해 기업과 업계에 관한 정보를 얻음

#### ◆ 적용가능성 Applicability

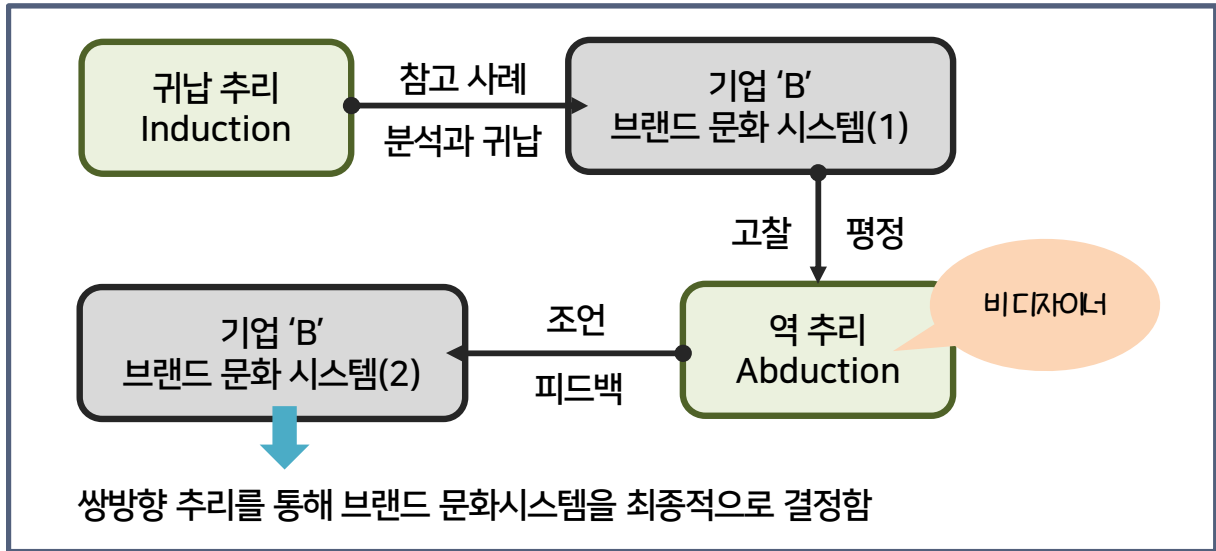
- 특정 상황에서의 적용가능성
  - ❖ 참고 사례의 분석과 고찰
  - ❖ 임시 연구팀의 피드백



## 'B'기업의 리브랜드 - 개념화 단계



### 디자인 귀납 추리 방정식의 사용



### 'B' 기업의 브랜드 문화시스템

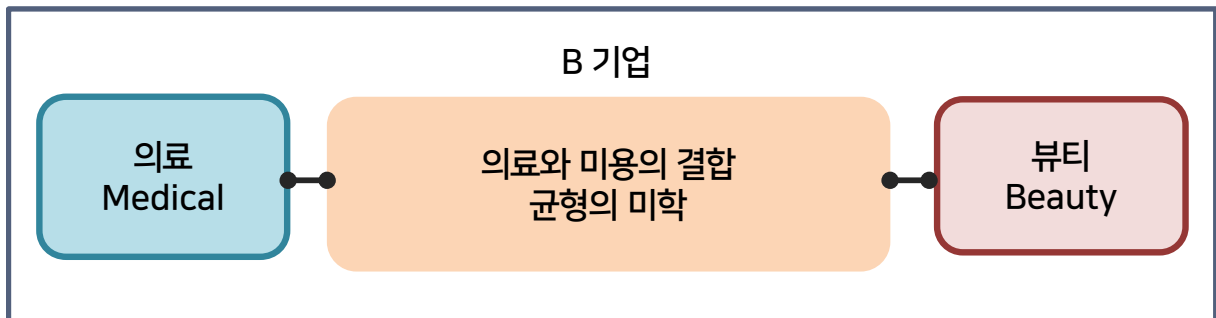
#### ◆ 균형

- 핵심 개념

#### ◆ 극치

- 브랜드 컨셉

#### ◆ '균형'의 핵심 개념



#### ◆ '극치'를 추구하는 컨셉(일본 로컬 문화 특징의 표현)

- 디테일
- 정교함
- 완벽함

❖ "미의 극치는 일본에서" (Extreme Beauty from Japan)



## 'B'기업의 리브랜드 - 개념화 단계

---



### 'B' 기업 브랜드 가치관

#### ◆ 균형

- 의학과 미학의 균형

#### ◆ 자연

- 건강 자연의 미학이념

#### ◆ 생태

- 다원화된 의료 미용 생태계

#### ◆ 키(Key)

- 미의 극치로 가는 키

#### ◆ 아이콘

- 일본 미용 의료의 지도자



# 'B'기업의 리브랜딩 - 시각화 단계와 응용 단계



## 메인 비주얼 시스템

### ◆ 시각화 단계의 중요한 미션

- 브랜드 문화 내용
  - ❖ '보일 수 있는' 시각적 정보로 전환
    - 시각화는 목적과 기초가 없는 것이 아님

### ◆ 문자의 폰트

### ◆ 색상의 선택

### ◆ 도형의 형태

- 시각적 원소들의 디자인
  - ❖ 브랜드 문화와 연관을 맺어야 함



## 'B'기업의 브랜드 가치 개념

### ◆ 인용 Quotation

- 일본 문화의 대표적인 시각 소재

### ◆ 모방 Mimicry

- 모방 대상
- 표현 방식
- 표현 풍격

### ◆ 변화 Transformation

- 폰트 / 그래픽
- 컬러 / 스타일








# 'B'기업의 리브랜딩 - 시각화 단계와 응용 단계








## 모방 Mimicry-1

		
의학 의학을 대표하는 기호	미용 여성과 아름다움을 대표하는 기호	일본식 미학 빈 / 간결 / 포용



## 모방 Mimicry-2

가치 요소	관련	모방
Balance	균형 → 대칭	
Icon	대표성 → 일본식 미학	
Key	키 → 가소화 된 부호	
Ecology	생태적 → 순환	
Nature	자연 → 율동감	



# 'B'기업의 리브랜딩 - 시각화 단계와 응용 단계



## 로고개념 설명

### ◆Ecology

- 고리 모양의 도형은 완전한 생태계를 대표함
- 안에서 밖으로 나온 쌍고리 도형은 '성장'을 은유함

### ◆Icon

- 일본 의료 미용의 선도자 및 보급자
- 일본 가문의 표지를 모방

### ◆Nature

- 자연을 숭상하고 '공'과 '포성성'을 강조하는 미학주의
- 곡선의 울동은 생명의 흐름을 상징

### ◆Key

- 기호와 같은 미니멀한 도형
- 식별도 높고 선명한 이미지



## 컬러 기준

### ◆골드색과 검은 색 유지

- 전용 폰트 : 국제화의 요구를 맞출 수 있어야 함



## Source Han Sans

ExtraLight English-Source Han Sans 汉字漢字-思源黑体 日本語-源ノ角ゴシック	Regular English-Source Han Sans 汉字漢字-思源黑体 日本語-源ノ角ゴシック	Heavy English-Source Han Sans 汉字漢字-思源黑体 日本語-源ノ角ゴシック
Light English-Source Han Sans 汉字漢字-思源黑体 日本語-源ノ角ゴシック	Medium English-Source Han Sans 汉字漢字-思源黑体 日本語-源ノ角ゴシック	
Normal English-Source Han Sans 汉字漢字-思源黑体 日本語-源ノ角ゴシック	Bold English-Source Han Sans 汉字漢字-思源黑体 日本語-源ノ角ゴシック	



## 메인 비주얼 시스템 디자인

### ◆ 가장 중요하고 핵심적인 부분

- 브랜드 문화 시스템의 전달 완료
- 제조 기준을 만들어야 하는 상기 · 하기의 중요 단계

### ◆ 거시적 문화 특징

- 브랜드 출처국의 로컬 문화 특징

### ◆ 미시적 문화 특징

- 브랜드 자체의 문화 시스템