

은평구의 지역 특색 분석을 통한 도시 브랜드 및 슬로건 제시

김선빈, 김아영, 서영욱, 안영상, 안희서, 이민규, 이승헌



서론

한 지역의 대표 슬로건은 관광객들의 첫 인상에 지대한 영향을 미치며 도시 경쟁력을 제고할 수 있는 효과적인 수단이다. 현재 은평구의 지역 슬로건은 '내일의 중심, 변화의 은평'으로, 관광 목적으로 방문한 외부인 뿐만 아니라 은평구 거주민 역시 슬로건의 존재나 함의를 제대로 인지하고 있지 못하다. 또한 은평구 지역의 공공 시설물 등에 있어서도 슬로건 및 도시 이미지가 제대로 활용되지 않음을 파악했다. 이에 은평구가 한층 더 발전해 나가기 위해 슬로건의 변화가 필요하다고 판단하여 본 연구를 진행하였다.

이론적 배경

- 슬로건은 어떻게 만들어야 하는가?

브랜드 슬로건은 언어로 구성되어 있어 심벌 로고에 비해 브랜드를 기억하게 하는 힘을 가지고 있으며, 지역을 대표하면서도 차별화되어야 한다는 특징을 지닌다. 슬로건은 하나의 중요한 메시지를 담고, 슬로건을 구체적으로 명확하게 표현해야 하며, 사실에 기초하여 표현해야 한다. 슬로건의 우수 사례로 미국의 라스베이거스가 있다.

- 슬로건과 지역 경제 간 상관관계

디자인 경영은 기업의 미적 가치뿐만 아니라 독창적 분위기를 조성하여 중장기적 투자 성격을 갖도록 유도할 수 있다. 또한 적절한 슬로건이 세련된 도시 분위기를 조성하여 관광 산업 활성화 및 지역 경제에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다는 연구 결과가 있었다. 이러한 결과는 디자인과 슬로건이 지역 경제의 활성화에 기여할 수 있음을 시사한다.

- 도시 브랜딩과 슬로건

비전주구적 슬로건인지 커뮤니케이션용 슬로건인지에 따라 계획 수립 및 브랜딩 과정이 구분된다. 주변 경관과 랜드마크가 성공적 조화를 이룬 사례로 아일랜드 더블린, 독일 함부르크, 덴마크 코펜하겐, 일본 요코하마 등이 있다.



- 슬로건 개발에 대한 기호학적 분석

도시 슬로건은 시각적으로 이해하기 쉽게 구성되어야 한다. 국내에서는 도시명을 포함하여 3개 이하의 단어로 구성되는 경향이 있다. 또한 도시 슬로건은 도시의 특징을 상징적으로 나타내야 한다. 기호학적 측면에서는 도시 이미지를 대표하는 기호들로 이뤄져야 하며, 이는 사람들이 도시에 대해 전반적으로 느끼는 인상을 나타낸다.

연구방법

- 자료조사 및 답사

은평구의 랜드마크 후보로 선정된 지역들의 장점을 알아보기 위해 답사를 진행했다. 자료조사의 경우 은평구를 대표할 수 있는 건물이나 자연환경이 은평구의 자연친화 및 미래지향적 특성, 문화와 조화를 이루고 있는지 등을 중심으로 자료조사를 진행했다.

- 설문조사

신뢰수준 90%, 오차범위 5%로 282명의 시민을 대상으로 설문조사를 진행했고, 도시 이미지 형성에서 슬로건의 중요성, 현재 슬로건에 대한 평가, 슬로건에 반영되면 좋을 은평구의 랜드마크에 대한 의견을 수렴했다.

연구 내용

1. 은평구의 특성 및 슬로건

(1) 은평구의 슬로건

- 슬로건



은평구의 슬로건인 '내일의 중심 변화의 은평'은, 빠르게 발전해 나가고 있는 은평구의 특성을 기반으로 하여 미래에는 대한민국의 중심적 도시로 성장해 나갈 것이라는 긍정적 전망을 담고 있다.

- 브랜드 이미지



은평구의 브랜드 이미지는 '북한산근숲, 은평'이라는 문구와 북한산을 상징하는 세 개의 요소로 이루어져 있다. 은평구청에 따르면 그린은 북한산의 우수한 자연경관과 안정을, 블루는 깨끗한 환경과 활력감을, 샌드는 숨쉬는 대지와 다양한 문화를 의미한다.

(2) 은평구의 특성

- 은평구의 자연환경

은평구는 북한산과 여러 산들로 이루어진 수려한 자연환경을 자랑하며, 특히 북한산 둘레길은 다양한 산책로와 문화유적이 어우러져 도심에서 즐거운 시간을 보낼 수 있는 최적의 장소로 알려져 있다. 불광천은 은평구의 대표적인 하천으로, 주민들에게 휴식처가 되면서 자연도시의 아름다움을 더욱 강조하고 있다.

- 은평구의 문화

은평구는 다양한 문화시설로 활기찬 문화 생활을 즐길 수 있는 곳으로, 공연장, 전시관, 영화관, 도서관 등이 주요 시설로 도심에서 다채로운 예술과 문화를 즐길 수 있다. 은평문화원과 은평문화예술회관은 지역 예술을 촉진하기 위해 다양한 행사와 강좌를 제공하며, 청소년수련관은 복합문화공간으로 활용되고 체육시설로도 활동 중이다. 은평 한옥마을은 전통적인 한옥의 장점을 유지하면서도 현대적인 주거형태로 개발되어, 미래 도시에서의 발전된 주거형 한옥을 나타내고 있으며, 외국인 관광객들의 인기를 얻고 있다.

2. 은평구 주요 랜드마크에 대한 분석

- 은평한옥마을 및 진관사

진관사는 은평구 진관동의 65,500제곱미터 한옥지정구역으로, 북한산과 하나고교에 인접하며 연신내와 구파발로부터 일정 거리에 위치하고 있다. 은평한옥마을은 다양한 주거문화를 조성하고 '한옥 붐'을 확대하기 위한 계획으로 추진되었으며, 시 조례에 따라 한옥 밀집지로 정해지고 가구당 1억원의 보조금 등이 제공되어 주거문화 조성을 지원하고 있다. 이 지역은 상업적 목적보다 문화, 자연, 예술을 알리기 위한 시설들이 많이 형성되어 있으며, 문화재청의 투자로 사찰 입장료가 폐지되어 진관사의 입장료 감면으로 방문객이 늘어나고 주변 상권이 활성화되고 있다.

- 구파발역 롯데몰

은평구 구파발역 근처의 롯데몰은 지역 상권을 활발하게 형성하며 서북부 최대 쇼핑몰로서 롯데마트 은평점, 롯데월드 언더씨킹덤 등의 시설이 입주해 유동 인구가 증가하였다. 그러나 롯데몰은 은평구 독특한 특성을 나타내지 않고, 다른 대형 쇼핑몰과의 차별성이 부족하여 은평구의 랜드마크로는 한계가 있다. 랜드마크는 도시의 특성을 대표하는 곳으로, 롯데몰이 은평구를 대표한다면 단일 기업에 의존하는 형태로 지역 경제에 부정적인 영향을 미칠 우려가 있다.

3. 설문조사 결과

은평구 랜드마크와 슬로건에 대한 설문조사

설문시간은 약 9분정도 소요 될 것으로 예상됩니다. 감사합니다.

| | |
|-------|---|
| (1) | 귀하께서 진관사(은평구 진관동 소재)에 대해 어떻게 생각하시나요? ○ 매우불만족 ○ 불만족 ○ 보통 ○ 만족 ○ 매우만족 |
| (2) | 귀하께서 롯데몰(은평구 구파발동 소재)에 대해 어떻게 생각하시나요? ○ 매우불만족 ○ 불만족 ○ 보통 ○ 만족 ○ 매우만족 |
| (3) | 귀하께서 서울혁신파크(은평구 녹번동 소재)에 대해 어떻게 생각하시나요? ○ 매우불만족 ○ 불만족 ○ 보통 ○ 만족 ○ 매우만족 |
| (4) | 한 도시의 슬로건이 도시의 비전 및 미래와 관련하여 어느 정도의 중요성을 가리냐고 생각하시나요? ○ 매우중요하지않음 ○ 중요하지않음 ○ 보통 ○ 중요 ○ 매우중요 |
| (4-1) | 4번에서 체크한 중요성에 대해 그정게 생각하시는 이유를 짧은장 정도로 간단히 써주세요. |
| (5) | 현재 은평구 슬로건이 무엇인지 알고 계신가요? ○ 예 ○ 아니요 |
| (6) | 현재 슬로건에 대한 귀하의 호감도를 체크해주세요. ○ 매우불만족 ○ 불만족 ○ 보통 ○ 만족 ○ 매우만족 |
| (7) | 한 슬로건이 은평구의 특성과 랜드마크를 잘 반영하고 있다고 생각하시나요? ○ 매우불만족 ○ 불만족 ○ 보통 ○ 만족 ○ 매우만족 |



| | 1번 질문 | 2번 질문 | 3번 질문 | 4번 질문 | 5번 질문 | 6번 질문 | 7번 질문 |
|---|-------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|
| 1 | 5 | 4 | 0 | 0 | 91(Y) | 10 | 15 |
| 2 | 21 | 0 | 18 | 21 | 191(N) | 59 | 53 |
| 3 | 57 | 51 | 164 | 62 | | 130 | 137 |
| 4 | 105 | 100 | 54 | 130 | | 59 | 61 |
| 5 | 94 | 127 | 46 | 69 | | 24 | 16 |

현재 은평구 슬로건이 무엇인지 알고 있는지를 물어보는 질문이었던 5번 문항은 '그렇다'(Y)라고 답한 주민의 수보다 '그렇지 않다'(N)라고 답한 수가 약 2배가 많았으므로 현재 슬로건이 은평구 주민에게도 유의미한 인상을 나타내고 있지 않다는 결론이 도출되었다.

이를 위해 은평구에서 랜드마크로 여겨질 수 있는 후보들을 선정했고, 그 결과 진관사, 롯데몰, 은평혁신파크(예정)으로 결정됐다. 1, 2, 3번 질문은 각각 진관사, 롯데몰, 은평혁신파크에 대한 지역 주민들의 선호도를 파악하기 위해 진행했다. 그 결과 1번 질문 점수 평균은 3.92907801, 2번 질문 점수 평균은 4.22695035, 3번 질문 점수 평균은 3.45390071으로 나타났다. 1, 2, 3번 질문의 결과를 비교했을 때, 3번이 가장 낮은 점수를 획득했기 때문에 슬로건 반영에 있어 이는 제외했다.

결과 및 고찰

선호도를 포함해 설문조사를 진행한 결과 랜드마크 후보로 설정했던 진관사, 롯데몰, 은평 혁신파크 중 진관사와 롯데몰이 선호도가 높았다. 심층적 인터뷰를 진행한 결과 한옥마을, 진관사, 북한산이 은평구를 가장 잘 나타내는 것 같다는 의견이 많았으며 이를 글씨체에 반영하여 자연친화적이면서도 고풍스러운 느낌을 주는 글씨체가 좋을 것 같다는 답변을 들을 수 있었다. 물론 선호도 조사로 이루어진 위의 설문조사에 따르면 은평 롯데몰이 4점대로 가장 높은 평균 점수를 보이고 있으나 심층적 인터뷰 결과 자연과 진관사의 이미지가 강조되었으므로 실제 주민들의 이러한 정서를 반영하여 슬로건에 진관사와 자연을 담는 것을 채택하게 되었다.

진관사와 자연을 슬로건에 반영하기 위해 슬로건 글씨의 색에 이를 잘 담아낼 필요를 느꼈다. 한옥의 고풍스러운 느낌은 고풍색으로, 은평구의 자연은 초록색 계열의 색으로 나타냈고 은평구 로고에는 한옥의 일러스트와 갈색, 초록색으로 색을 입힘으로써 은평구의 한옥의 고풍스러움과 자연을 모두 담아냈다. 또한 슬로건 배경에 북한산을 넣어 은평구의 자연친화적 분위기를 제고시켰다.



은평구의 슬로건은 최근 도시브랜딩의 흐름에 따라서 대중적 친근감을 얻기 위한 목적의 커뮤니케이션용 슬로건으로 제작되었다. 기존의 은평구 슬로건이 관광객이나 지역구민들에게 제대로 인지되지 못했던 점을 보완하기 위한 것이며, 미래의 발전가능성을 중시하는 은평구의 특성을 고유의 가치와 적절히 조화시켜 전달력을 높이고자 하였다.

결론 및 제언

본 연구는 은평구의 현재 슬로건에 대한 문제점을 인식하고, 이를 개선함으로써 지역 발전에 기여할 수 있는 새로운 슬로건을 제작하는 과정을 탐구했다. 초기 조사에서는 현재 슬로건이 은평구 주민에게 충분한 인식을 얻지 못하고 있으며, 지역의 강점과 가치를 효과적으로 반영하지 못하는 한계점이 있음을 확인했다. 이에 은평구 주민들을 대상으로 한 설문조사를 통해 지역 특성과 주민들의 선호도를 파악하였다. 이 과정을 통해 새로운 슬로건은 은평구에 대한 지역 대표성을 높이고, 주민들에게 미래지향적이고 자연친화적인 이미지를 더욱 강조할 것으로 예상된다.

새로운 슬로건이 지역에 미치는 기대 효과는 상당히 크다. 먼저, 슬로건은 지역 브랜드 이미지를 강화하고 대중들에게 더 친근하게 다가갈 수 있는 기회를 제공한다. 이를 통해 은평구의 이미지가 긍정적으로 변화함으로써 지역의 경제적 성장을 촉진할 수 있을 것으로 기대된다. 또한, 슬로건의 변화는 주민들 간의 소통을 활성화하고 지역사회의 일원으로서의 자부심을 증진시킬 것으로 예상된다. 이러한 예상 효과를 통해 본 연구는 도시 브랜딩의 중요성을 강조하고, 다른 지역에서도 유용한 방법론을 제공함으로써 실질적인 타당성을 확보하고자 한다. 은평구의 슬로건 개선을 통해 얻은 경험과 결과를 바탕으로, 도시의 정체성과 이미지를 향상시키고 지역 발전을 이끌어내는 데에 있어서 다양한 지역들에 도움이 될 것으로 기대한다.

참고문헌

김면, 이성환. (2012). 디자인경영 도입과 추가상승의 상관관계. 한국디자인포럼, (37), 41-52.
황인석, 정은주. (2013). 도시 슬로건 태도에 관한 고찰. 서울도시연구, 14(3), 175-190.
강성중. (2021). 브랜드 관점의 미국 도시 슬로건 사례 연구. 공공디자인연구, (2), 36-42.
신윤천. (2023). 도시 브랜딩과 슬로건. 마케팅, 57(4), 26-36.
황인석, 김도형, 김화경. (2015). 도시 슬로건 수식어가 슬로건 태도에 미치는 영향. 경영과학, 32(3), 105-118.
강지영. "도시 브랜드 슬로건 디자인 개발을 위한 기호학적 분석 및 제언." 국내석사학위논문 한밭대학교 산업대학원, 2020. 대전