

로고 리디자인

비주얼아이데이션

목차

01. 브랜드 선정

- 타겟층 설정

02. 기존 로고 디자인 분석

- 로고 문제점/개선점

03. SWOT 분석

- 경쟁사 분석

04. 컨셉(concept)

- 모티프 이미지 선정, 마인드맵/키워드, 콘셉트 도출

05. 브랜드 리디자인

- 아이디어 스케치, 리디자인 금지사항/변형사항, 목업(Mock up)

01. 브랜드 선정

-리디자인

[환경/패션], 국내, CI

래코드

-브랜드 네이밍 뜻: 버려지는 재고에 디자이너의 아이디어를 더해 RE(재)탄생 시킴과 지속 가능한 문화(CODE)를 전파하고자 하는 의미를 담았다.

-매년 소각되어 버려지는 재고 상품들을 해체하고 재조립하는 해체주의

-버려지는 옷들을 업사이클 하여 자연을 위해 순환을 만들고 낭비가 아닌 가치 있는 소비를 고객들에게 제안하고자 노력하는 브랜드 슬로건을 내세우고 있다.



RE:CODE

타겟층 설정

연령대: 25~39세(밀레니얼 + Z세대 초반)

특징: 가치 소비에 적극적이다.

환경, 윤리, 사회 문제에 관심 많다.

새로운 브랜드 경험, 한정판, 스토리 있는 제품을 선호한다.

온라인 쇼핑, sns를 통한 정보 탐색에 능숙하다.

패션에서 개성+윤리적 만족감을 동시에 추구한다.

설정이유: MZ세대는 ESG,친환경,윤리적 소비를 라이프스타일로
받아들이는 세대

SNS 바이럴, 커뮤니티 참여-> 브랜드 확산에 강점을 둔다.

성별&문화적 성향

-성별: 남녀 모두

래코드 제품군 자체가 젠더리스 디자인, 미니멀, 베이직 스타일 중심

남성) 미니멀룩, 심플 스트리트룩 선호, 디자인/핏 중시

여성) 가치소비 + 패션 감각/ 컬러, 코디 등 다양성 중시

-문화적 성향

가치소비 지향: 캠페인, 팝업스토어, 리사이클 프로젝트에 참여 의향 있음, 브랜드와 함께 만드는 경험을 가치 있게 여긴다.

02. 기존 로고 디자인 분석

기본형태/ 구성: 중심 심볼- 동심원 형태의 원형마크, 반복과 순환, 순환적 가치를 강조하는 메시지를 담고있음

워드마크- RE;CODE라는 브랜드명이 대문자로 간결하게 배치되어 있다. 다시 재구성한다라는 의미로 브랜드의 업사이클링 정체성을 상기시키는 네이밍

디자인 의도 및 철학 반영: 순환과 재탄생의 상징- 원형심볼은 지속 가능성+순환, 쓰임의 연속성을 그래픽으로 표현 간결함 속 메시지 전달- 레이아웃은 불필요한 요소를 모두 배제하고 심볼과 브랜드명만으로 구성되어 있음(메시지가 단단하고 명확하게 전달됨)

타이포그래피: 폰트 스타일-단순한 산세리프 계열의 대문자 형태(강인하고 안정적인 인상을 준다.)

문장 부호의 활용-RE;CODE에서 세미클론을 사용함
(시각적 포인트 제공, 재구분을 의미하는 분리와 연결의 사용성을 가진다.)

색상활용: 모노크롬 중심 구성

흑백 혹은 회색 등 단색 계열을 주로 사용하여 깔끔하고 절제된 인상을 준다.

심볼 대비 활용

-배경과 글씨, 심볼 사이의 명확한 대비는 가독성을 높인다.

(심볼의 상징성을 더욱 강조함)

브랜드 아이덴티티와의 연결

-업사이클링 철학의 시각화

브랜드가 '업사이클'이라는 중심 메시지를 가진 만큼, 원형을 통해 '순환 재탄생'을 표현한 점

-유연한 로고 시스템

-리브랜딩 과정에서 워드마크가 다른 브랜드 로고와도 조화롭게 어울릴 수 있도록 설계했다

활용성과 확장성

-다양한 매체에서의 유연한 사용

단독 사용에도 강한 임팩트를 주고, 협업이나 다른 브랜드와의 결합에서도 조화롭게 적용될 수 있도록

디자인 주장했음을 확인할 수 있다.

-브랜드 지속성 강조

온라인 공식 사이트, 오프라인 팝업스토어, 전시 등 다양한 접점에서 동일한 로고가 활용되며
브랜드 통일성을 유지하고 있다.

-장단점

장점: 브랜드 철학과 로고 디자인 사이의 높은 일관성

텍스트, 심볼의 조화로 시각적 메시지 전달이 효과적이다.

미니멀한 디자인은 다양한 환경에 적절히 적용될 수 있다.

단점: 지나치게 절제 된 스타일- 감성적 깊이가 다소 부족하게 느껴질 수 있다. 타깃에 따라 강한 개성을 원하는 경우 조금 신중한 선택이 필요할 수 있다.

기존 로고 문제점

친환경, 지속가능성 이미지 부족

-> 단순한 형태의 로고라 브랜드 철학(업사이클링, 환경)을 직관적으로 느끼기 어렵다.

시각적 개성 부족

-> 심플하지만 다른 지속가능 패션 브랜드 로고(cos, muji, 유니클로)와 유사한 단순 타이포 로고, 개성 희석 가능성이 있다.

세미클론 의미 전달력 한계

-> RE;의 세미클론은 브랜드 철학을 아는 사람에게 의미가 전달되지만, 모르는 사람에게는 그냥 특이한 문장부호처럼 보인다.

개선 포인트

1. 지속가능성 모티프 추가

: 로고에 재활용 화살표, 원형 구조 추가

'순환'을 떠올리는 심볼을 함께 사용해 브랜드 정체성 강화

2. 세미클론 활용

: 세미클론을 디자인적으로 강조해 "새로운 연결, 지속"을 상징하는 심볼화

3. 컬러 다양화: 블랙/화이트 뿐 아니라 자연을 상징하는 컬러
(그린, 베이지, 브라운) 세컨더리 팔레트 도입

4. 폰트 커스터마이징: 'RE;CODE'글자 일부를 변형해 브랜드만의
독창적인 시그니처 폰트 제작

5. 심볼 + 워드마크 조합 (단순 텍스트 외에 단순 심볼로도 사용할 수 있는
로고 시스템 구축, 작은 레벨, 앱 아이콘에도 사용 가능하다.)

03. SWOT 분석

S[강점]

브랜드 철학 명확
-업사이클링, 지속
가능함
-심플한 기존로고
구조
-국내 지속가능 패
션 대표 브랜드

W[약점]

기존 로고 개성
부족
-블랙, 화이트 타이
포 중심
-세미클론 의미
이해도 낮음
감성적 연결
약함

O[기회]

지속가능 패션
시장 성장
글로벌 확장 가능성
디지털 브랜딩
활용

T[위협]

경쟁사 브랜드
증가
지속가능 패션
그린워싱 우려
기존 고객의
거부감

경쟁사 조사



FREITAG®



FREITAG®

프라이탁: 다양한 디자인의 업사이클링 브랜드
-차별화된 강점: 화학 섬유가 지속 가능한 친환경 제품으로
재탄생 한다는 점이 부각된다.
-많이 팔릴수록 자연순환에 기여하는 브랜드
: 순환, 한번 생산된 제품이 사용된 후 버려지는 게 아니라,
다시 활용돼 새로운 가치를 갖게 되는 것

[로고 디자인 분석]

로고 대부분 검정색 직사각형 배경 위에 흰색 대문자 워드마크
FREITAG로 구성된다.

매우 간결한 구성, 브랜드의 인식력이 뛰어나다, 어떤 재질이나
배경에도 쉽게 적용 가능하다.

장점: 브랜드의 철학과 배경을 모티프로 한 진정성 있는 디자인
텍스처와 소재에 상관없이 돋보이는 시각 대비
글로벌 브랜드로서 통일된 아이덴티티 유지

단점: 지나치게 절제된 구성은 일부 소비자들에게는 개성 부족으로
느껴질 수도 있다.

워드마크 중심으로 구성되어 있어 심볼 중심의 로고 형태가
필요함

(보조적인 디자인 요소가 필요할 수 있다.)



patagonia®

파타고니아: 미국의 친환경 아웃도어 브랜드

-사명: 최고의 제품을 만들되 불필요한 환경 피해를 유발
시키지 않으며, 사업을 통하여 환경위기에 대한 공감대
형성/ 해결 방안 실행

[로고 디자인 분석]

로고: 피츠 로이 산의 실루엣 사용(창업자가 직접 등반한 경험
에 기반한 디자인)

배경: 태양이 떠오르거나 지는 듯한 하늘 색을 나타내는 주황,
보라, 파랑의 그라데이션이 사용되어 자연의 아름다움,
브랜드의 아웃도어 정체성을 강조함

타이포그래피: 워드마크는 Belwe Bold 계열의 세리프체, 손글씨의
따뜻함, 튼튼함이 함께 느껴짐
간결하면서도 견고한 서체

색상과 대비: 짙은 파랑,보라 하늘, 검은 산 실루엣, 흰색 워드마크
의 대비(시각적 임팩트가 강함)

장점: 자연 환경 메시지 명확- 로고 속 피츠로이 산맥 실루엣이
브랜드의 자연, 아웃도어 정체성을 직관적으로보여준다.

컬러 활용 탁월- 보라, 주황, 파랑 등 그라데이션 컬러로 황혼의 하늘을 표현한다.
(감성적, 드라마틱하다.)

단점: 복잡한 형태- 산맥 실루엣과 컬러 그라데이션은 소형 사이즈 적용 시 식별력 떨어질 수 있다.
- 컬러 의존도 높음: 흑백버전으로 사용 시 브랜드의 고유 감성이 약해질 수 있다.
클래식한 타이포: 젊고 모던한 브랜드 이미지와는 살짝 거리감이 느껴질 수 있다.



블랙야크
[로고 디자인 분석]
트레킹 및 기술 중심 브랜드 정체성 시각화



BLACK YAK®

구성 및 디자인 스타일: 심플하고 추상화된 형태, 강한 인지도와
시각적 존재감
흑백 대비와 레드 포인트 컬러가 더해져 시각
임팩트 강화
로고: 진정성, 강인함, 기술 중심이라는 브랜드 핵심 가치를 시각적 요소로
통합한다.
산과 야크, 높은 대비 색채 사용

장점: 강한 아이덴티티- 야크(산양)심볼이 브랜드명을 직관적으로 시각화
강인함, 모험심, 산악 이미지를 즉시 연상
단점: 복잡한 심볼 디테일- 야크 일러스트가 디테일이 많아 아주 작은 사이즈로 볼 때
식별력이 떨어질 수 있다.

카네이테이
[로고 디자인 분석]

타이포그래피: 두꺼운 산세리프(Bold Sans-serif)글꼴
-힘 있고 안정감 있는 인상을 주며, 브랜드의 견고함, 내구성 강조
모든 글자 대문자 (All Caps)
-존재감과 강한 개성을 표현, 스트리트 감성 + 아웃도어 브랜드의 강인함을
부각한다.
-간격: 글자 간격이 좁아 응집력과 단단한 인상을 줌
-직각 위주의 형태: 각지고 직선적인 구조로 브랜드의 남성적/공업적 감각을
강조함
-장점: 강렬하고 견고한 인상

두꺼운 산세리프체, 심플/직관적, 활용도 높음, 현대적, 미니멀 감각
-단점: 브랜드 스토리 전달 부족, 개성 부족, 단조로움, 감성적 연결 부족

KANEITEI

PLEATS MAMA

플리츠마마-폐자원을 재활용한 원사로 가방이나 액세서리
제작하는 친환경 브랜드

[로고 디자인 분석]

형태: 심플한 워드마크 타입

불필요한 장식 최소화, 깔끔한 텍스트 기반 로고

브랜드의 미니멀하고 지속 가능한 가치를 시각적으로 표현

글자 간격이 넓고 정돈된 구조

: 여유로움, 친환경적, 안정감 전달

폰트: 산세리프 계열(세리프 없음, 깔끔한 글꼴)

두께감이 너무 얇지 않다, 견고함 + 신뢰감

둥근 곡선이 강조되어 부드럽고 친근한 느낌을 전달

색상: 블랙, 딥그레이 계열(기본 로고)

서브컬러 활용 시 뉴트럴 톤, 파스텔 톤 사용

친환경, 따뜻함, 자연을 연상시키는 감성 강화

지속가능성 강조: 과시적이지 않고 자연스럽게 브랜드 정체성 표현

장점: 심플하고 직관적이다, 환경적 가치를 반영한다, 다양한 활용성,

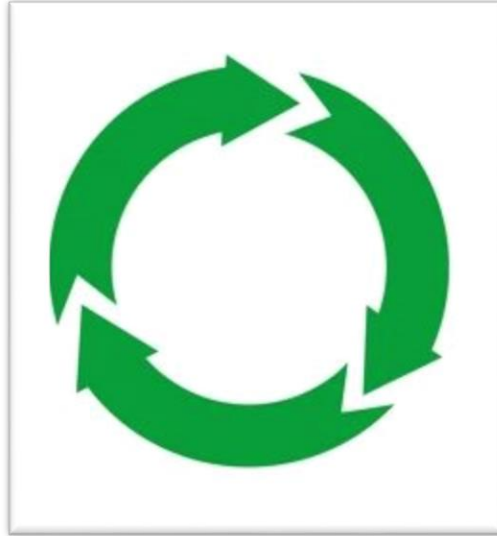
패션 브랜드와의 어울림

단점: 개성 부족(단순한 타이포 로고), 스토리 부족(업사이클링, 환경 메시지를 시각적으로
바로 드러내지 못함, 로고만 보서는 브랜드 철학을 알기 어렵다), 해외 확장 시 한계
(pleatsmama라는 영문 조합이 직관적으로 패션, 친환경을 떠올리게 하지 않아 해외
시장에서 인식이 약할 수 있다.)

04. 컨셉(concept)- 모티프 이미지



<https://www.khan.co.kr/article/201706232111005>

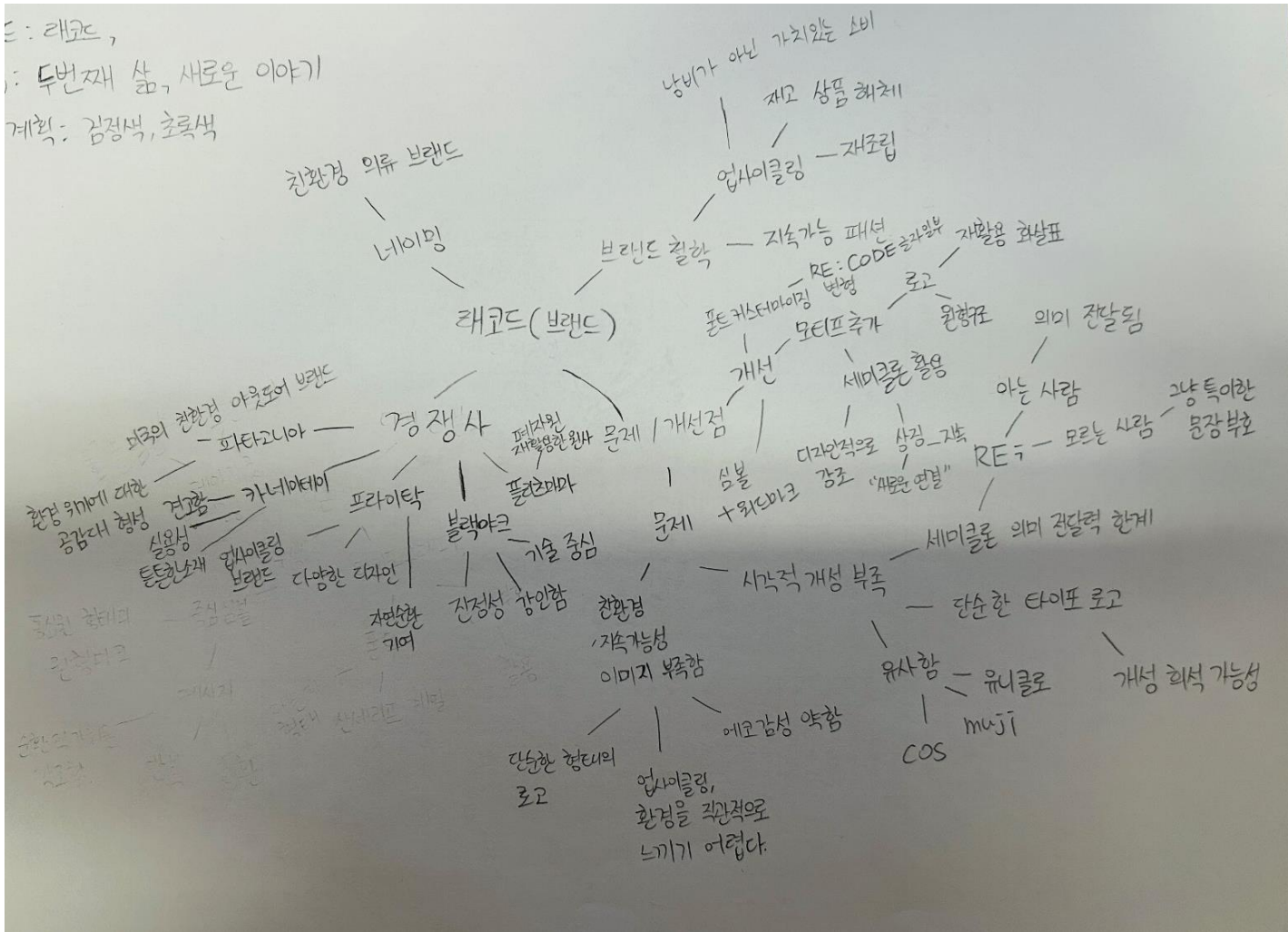


https://www.shutterstock.com/ko/image-illustration/green-arrow-recycle-icon-isolated-on-49517668?dd_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F



<https://www.allurekorea.com/2023/07/23/whats-in-my-shopping-bag/>

마인드맵



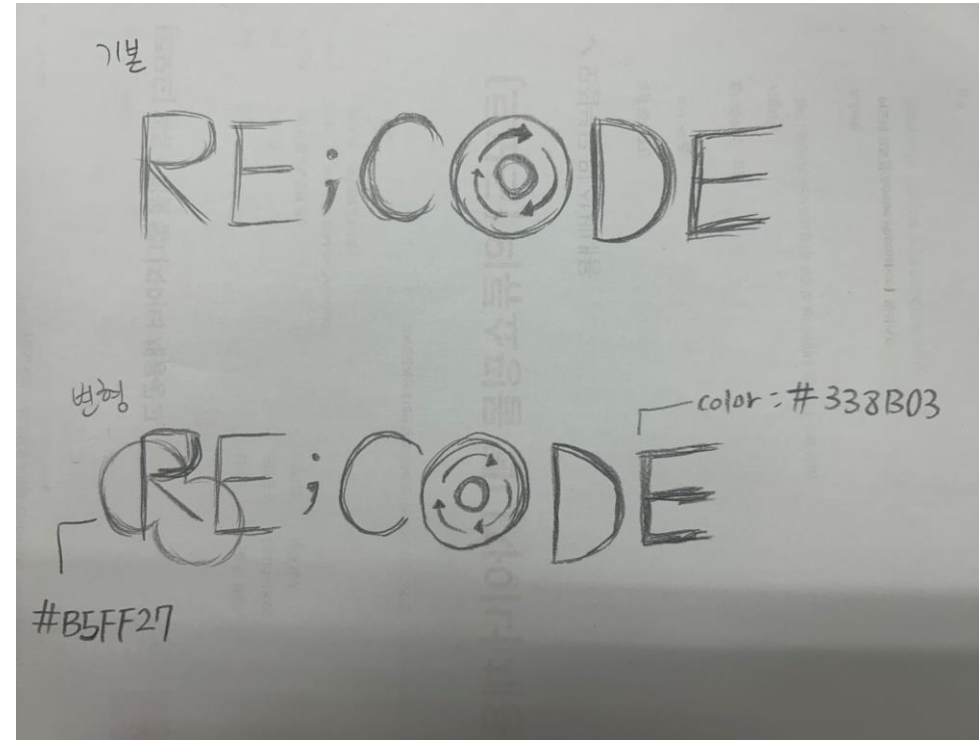
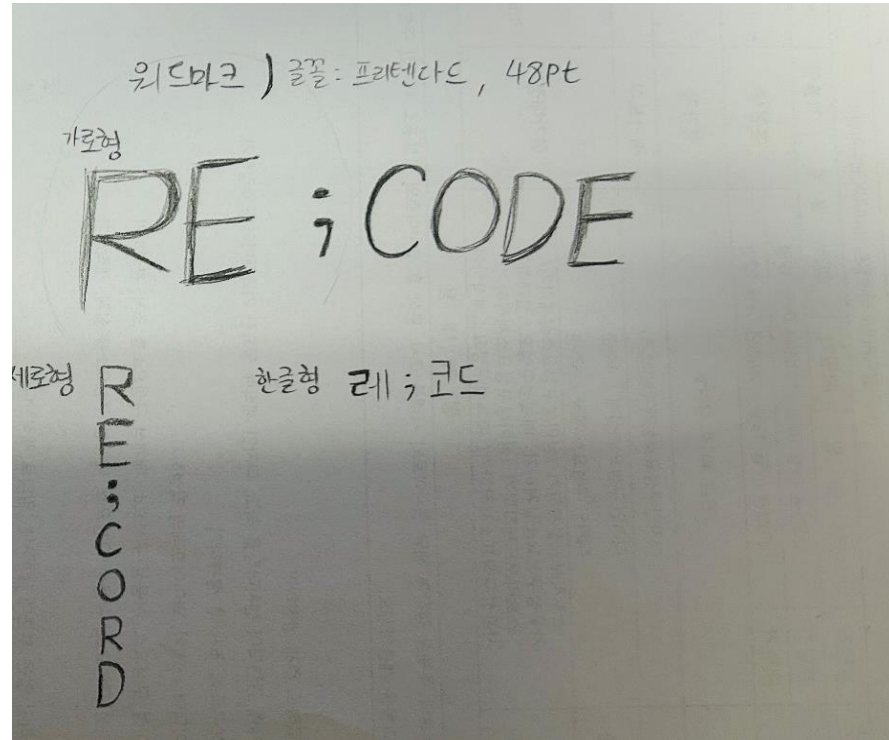
키워드: 가치있는 소비, 친환경, 지속가능성

컨셉: 두번째 삶, 새로운 이야기

컬러계획: 검정색, 초록색

브랜드명: 레코드(의류,환경 브랜드)

아이디어스케치: 심볼/워드마크



05. 레코드 리더디자인



RE; C  DE

Ver1.기본

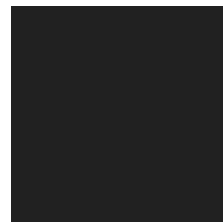
 RE; C  DE

Ver2.변형

RE; C  DE

 RE; C  DE

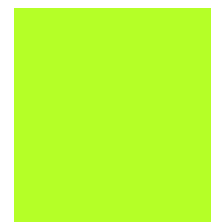
Color code



#212121



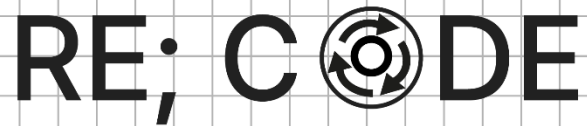
#338B03



#B5FF27



#FFFFFF



RE; C@DE

The logo is displayed on a light gray grid. It consists of the text 'RE; C@DE' in a bold, black, sans-serif font. The '@' symbol is replaced by a circular icon containing three arrows that form a clockwise cycle.

RE; C@DE

The logo is displayed on a light gray grid. It consists of the text 'RE; C@DE' in a bold, green, sans-serif font. The '@' symbol is replaced by a circular icon containing three arrows that form a clockwise cycle. The 'RE;' part of the text is highlighted with a bright green circular glow.

컨셉(concept)

기존 레코드 브랜드의 느낌을 유지하면서
'CODE'에 들어갈 'O' 대신에 심볼을 넣었다.

또 다른 버전에서 환경을 생각하는 브랜드답게
친환경적인 이미지가 생각나게 하는 초록색으로
설정하였다. 'RE;'를 한번 더 강조하기 위해서 포인트로
원 두개가 합쳐져있는 모양을 추가하였다.

기존 로고 브랜드의 텍스트 굵기가 가늘어 좀 더
굵게 하여 'Medium'으로 설정하였다.

금지사항



글자 변형,회전 금지



심볼 변형 금지



심볼 단독 사용

변형사항: 세로형/ 한글형

R
E
;
C

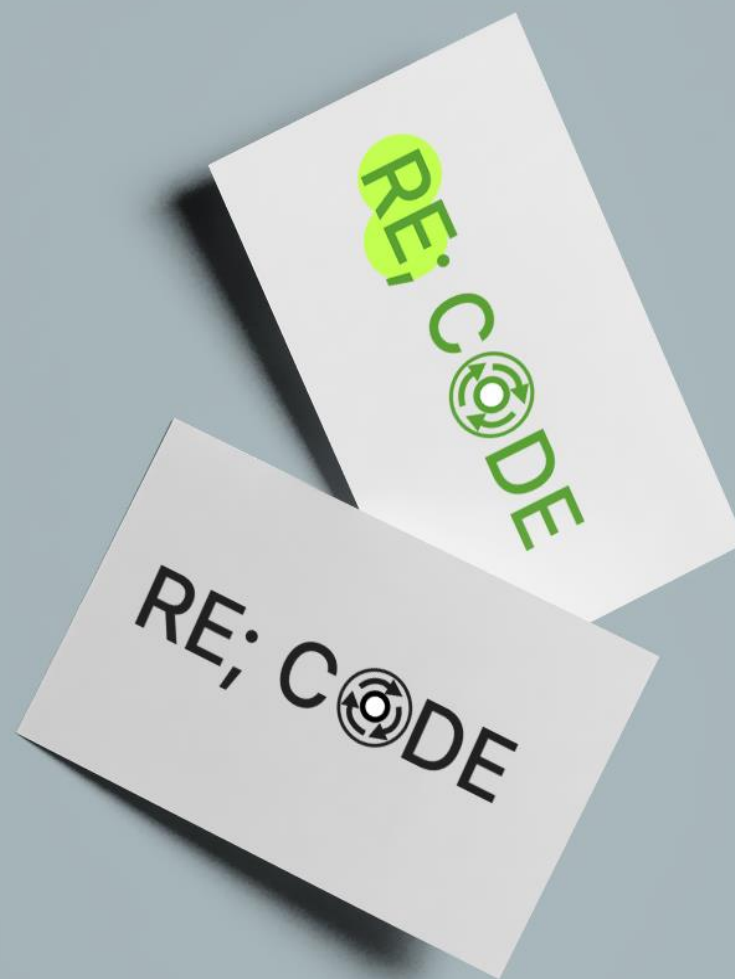
D
E

R
E
;
C

D
E

레 ;코드

레 ;코드







RE; CODE

A photograph of a white billboard at night, mounted on a metal frame with a curved top. The billboard displays the text "RE; CODE" in a black, sans-serif font. The "O" in "CODE" is replaced by a circular icon containing three arrows forming a clockwise loop. The billboard is illuminated from below, and the surrounding environment is dark, showing a street and some distant lights.



RE; CODE

A photograph of a black-framed billboard mounted on a grey, horizontally-ribbed wall. The billboard has a black background and displays the text "RE; CODE" in a bright green, sans-serif font. The "O" in "CODE" is replaced by a circular icon containing three arrows forming a clockwise loop. The billboard is positioned on a sidewalk next to a building, with a doorway visible to the right.