

예산군 황새브랜드 활용집

Yesan Count Stork B.I Standards Manual



예산군 황새브랜드 연구 기관 및 연구진

- 연구의뢰기관

예산군

- 연구수행기관

충남발전연구원 공공디자인센터

- 연구기간

2010. 7. 2 ~ 2010. 12. 28

- 연구책임

권영현 (충남발전연구원 공공디자인센터/연구위원)

- 연구진

이충훈 (충남발전연구원 공공디자인센터/연구위원)

유학렬 (충남발전연구원 공간계획연구부/책임연구원)

정옥식 (충남발전연구원 환경생태연구부/책임연구원)

김호연 (충남발전연구원 공공디자인센터/초빙연구원)

- 외부연구진

사희민 (한남대학교 디자인과 교수)

- 자문위원

박영환 (한남대학교 국문학과 교수)

윤홍렬 (남서울대학교 디자인과 교수)

김병익 (K2B국제특허법률사무소 대표변리사)

박시룡 (한국황새복원센터 소장)

활용집의 내용

예산군 황새브랜드 활용집은 기본편(Basic System)과 응용(Application System)으로 구성되어 있다. 기본편은 브랜드 심벌 및 로고, 여러 브랜드 유형, 전용색상, 캐릭터 등 주요 시각적 요소로 구성되었다. 응용편에는 브랜드를 실제 활용할 수 있는 농산물 포장과 홍보물 등에 활용되는 사례를 수록하였다.

예산군의 친환경 이미지를 형성하는 기본편의 시각 정보 요소들이 일관성 있게 활용될 수 있도록 각 항목을 올바르게 적용하여 활용하여야 하며, 본 활용집의 활용은 예산군 황새브랜드의 실행과 관리를 전담하는 부서와 협의하여 사용하여야 한다.

활용집 관리규정

본 활용집은 예산군 황새브랜드의 모든 시각 및 공간 매체에 대한 이미지 활용집이며, 이미지 향상을 위해 면밀히 검토된 관리 규정이므로 올바르게 이해하여 정확하게 활용하여야 한다.

본 활용집은 예산군을 대표하는 자원인 황새 브랜드의 관리 규정집이므로 외부에 무단 유출되거나 복제되지 않도록 한다.

본 활용집에 수록된 내용은 어떠한 부분도 임의로 해석하거나 내용을 변경하여 사용할 수 없으며, 응용하여 사용할 경우에는 브랜드 관리부서와 협의를 거쳐야 한다.

관리번호	관리부서
예산군 황새브랜드 활용집 80-	
	관리자 :

기본편

Basic Standards

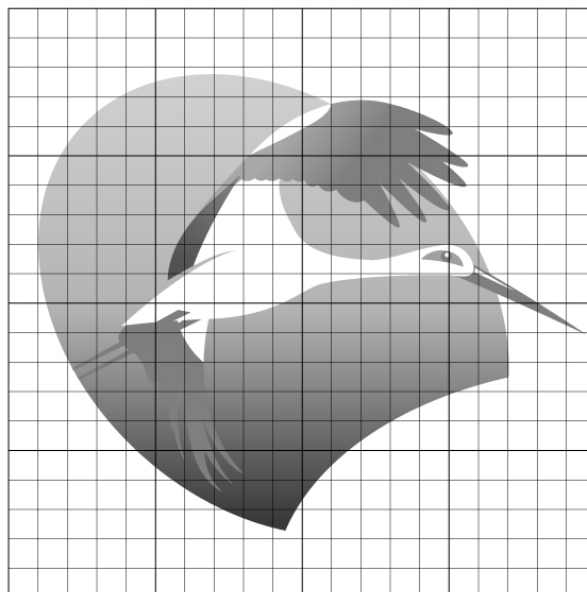
BS 01	심벌마크
BS 02	로고타입 국문 1, 2
BS 03	로고타입 영문 1, 2
BS 04	시그니처 국문가로형 1, 2
BS 05	시그니처 국문조합형 1, 2
BS 06	시그니처 국문상하형 1, 2
BS 07	시그니처 영문가로형 1, 2
BS 08	시그니처 영문조합형 1, 2
BS 09	시그니처 영문상하형 1, 2
BS 10	시그니처 혼용가로형 1, 2
BS 11	시그니처 혼용상하형 1, 2
BS 12	시그니처 여백규정 1
BS 13	시그니처 여백규정 2
BS 14	단색규정 흑백 1
BS 15	단색규정 흑백 2
BS 16	단색규정 별색 1, 2
BS 17	시그니처 금지규정
BS 18	전용색상
BS 19	엠블렘
BS 20	캐릭터 기본형
BS 21	캐릭터 응용형 1, 2, 3
BS 22	캐릭터 응용형 4, 5, 6

심벌마크

심벌마크(Symbol Mark)는 예산 황새의 이미지를 상징하는 가장 대표적인 요소로서 상징물의 활용 및 적용에 있어 핵심이 되는 커뮤니케이션 요소이다.

심벌마크(Symbol Mark)의 의미는 청정 자연인 예산으로 황새가 여유있는 날개짓으로 되돌아오는 모습을 형상화 하였으며, 브랜드의 성격에 맞게 우아한 날개짓의 유형과 힘찬 날개짓 형상으로 절제된 동세와 예산 황새의 기품을 연출하고 있다.

심벌마크(Symbol Mark)는 예산 황새의 이미지를 인식시키는 공식 표식이므로 CD-ROM에 수록된 데이터를 매뉴얼의 항목별 적용 규정에 따라 정확하게 사용하여야 한다.



• 심벌마크 그리드 시스템

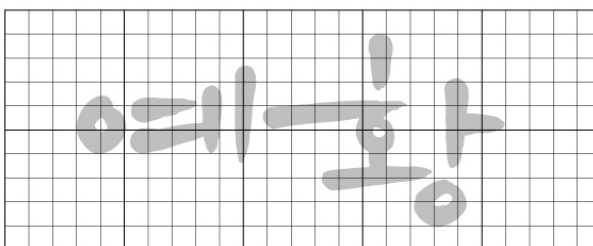
• 최소 사용규정 (mm)



로고타입 국문 1, 2

로고타입(Logo Type)은 심벌마크와 함께 예산 황새의 이미지를 상징하는 중요한 기본 요소이다. 로고타입은(Logo Type)은 심벌마크와 조합하여 사용하는 것을 원칙으로 두 요소의 조합성을 고려하여 디자인되었으므로 로고타입은(Logo Type) 만을 단독으로 사용 할 경우에는 반드시 관리부서와 협의하여 사용하여야 한다. 활용은 원칙적으로 CD-ROM에 수록된 데이터를 재생하여 사용하여야 한다.

예-호랑

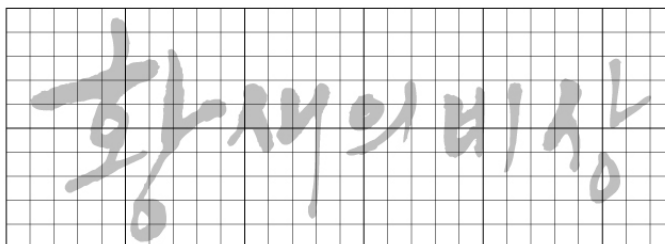


• 최소 사용규정 (mm)

예-호랑

18

황새의비상



• 최소 사용규정 (mm)

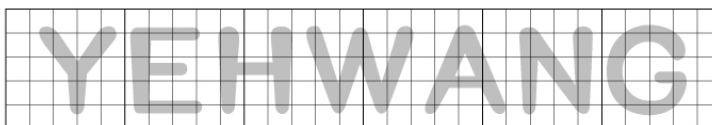
황새의비상

25

로고타입 영문 1, 2

로고타입(Logo Type) 영문형은 브랜드의 활용 영역이 국내를 넘어 해외 시장을 겨냥하기 위한 유형이다. 영어권 시장 뿐 아니라 범 국제적인 용도로 영문형의 사용을 원칙으로 한다. 국내 시장의 용도로는 로고타입 영문형을 단독으로 사용하는 것은 바람직하지 않으며 확장하여 사용할 경우에는 반드시 관리부서와 협의하여 사용하여야 한다. 활용은 원칙적으로 CD-ROM에 수록된 데이터를 재생하여 사용하여야 한다.

YEHWANG



• 최소 사용규정 (mm)

YEHWANG

27

SORE OF STORK



• 최소 사용규정 (mm)

SORE OF STORK

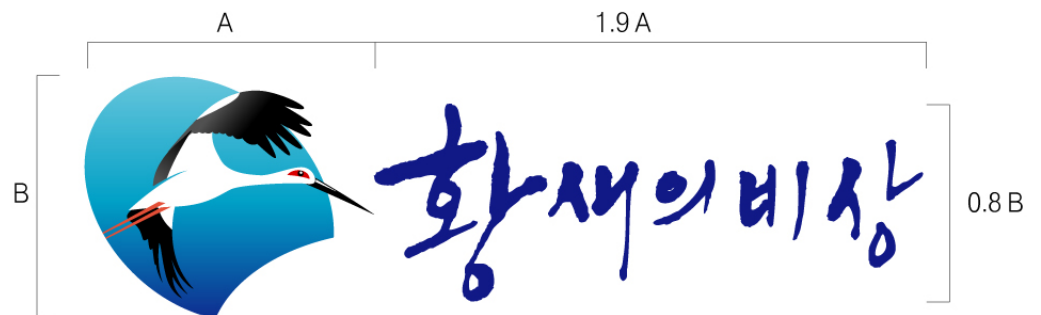
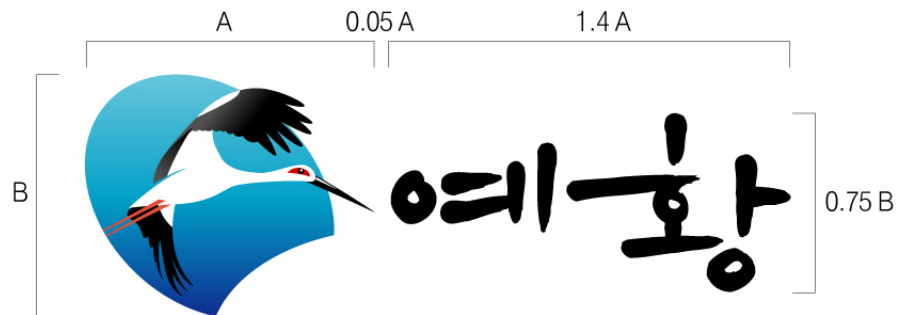
36

시그니처 국문가로형 1, 2

시그니처 조합은 예산 황새 브랜드의 기본 요소인 심벌마크와 로고타입을 다양한 유형으로 조합할 때 일정한 규칙에 따라 통일되게 형성하기 위한 법례이다.

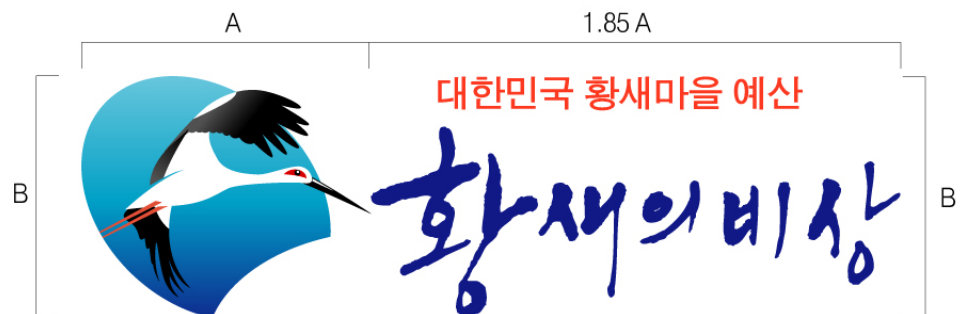
시그니처는 적용될 매체나 상황에 따라 적합한 유형을 선택하여 사용하며 예시된 조합의 비례 간격이나 비율을 임의로 조정하여 사용 할 수 없다. 시그니처 국문가로형은 가장 일반적인 조합 형태로 포장과 광고 등에 활용하는 유형이다.

시그니처를 활용할 때에는 매뉴얼 CD-ROM에 수록된 데이터를 재생하여 활용하여야 한다.



시그니처 국문조합형 1, 2

시그니처 국문조합형은 국문가로형에 브랜드 캐치프레이즈인 대한민국 황새마을 예산이라는 문구를 조합한 형태로 브랜드의 의미와 용도를 명확하고 간략하게 설명해 주는 기능을 한다. 옥외 광고 등 브랜드 출범 초기에 효과적으로 활용하여 브랜드의 인지도 향상과 확산에 기여할 수 있다.
시그니처를 활용할 때에는 매뉴얼 CD-ROM에 수록된 데이터를 재생하여 활용하여야 한다.



시그니처 국문상하형 1, 2

시그니처 국문상하형은 심벌 하단에 로고타입을 조합한 형태로 적용 영역이 좁거나 일상적인 브랜드가 아니라 포장재의 상단 모서리 등에 부착하는 인증 마크 유형이다. 포장재 등에 활용 뿐 아니라 인쇄매체나 영상 매체 등의 광고에 사용하기에도 적합한 유형의 조합이다.

시그니처를 활용할 때에는 매뉴얼 CD-ROM에 수록된 데이터를 재생하여 활용하여야 한다.



시그니처 영문가로형 1, 2

시그니처 영문가로형은 예산 황새 브랜드의 해외 시장을 위한 유형이다. 영어권 시장 뿐 아니라 범 국제적인 용도로 영문형의 사용을 원칙으로 한다. 국내 시장의 용도로는 로고타입 영문형을 단독으로 사용하는 것은 바람직하지 않으며 확장하여 사용할 경우에는 반드시 관리부서와 협의하여 사용하여야 한다. 활용은 원칙적으로 CD-ROM에 수록된 데이터를 재생하여 사용하여야 한다.



시그니처 영문조합형 1, 2

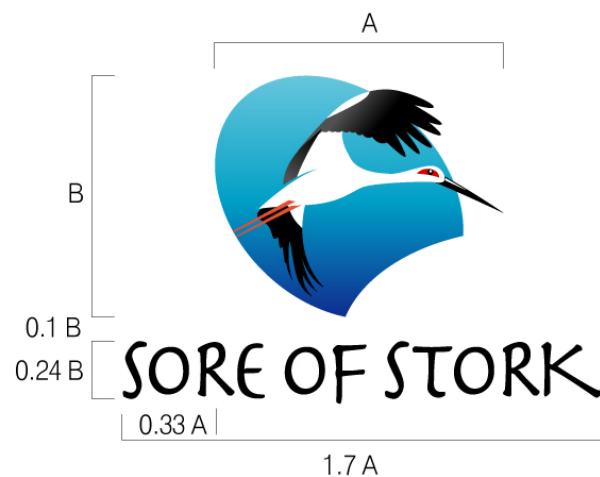
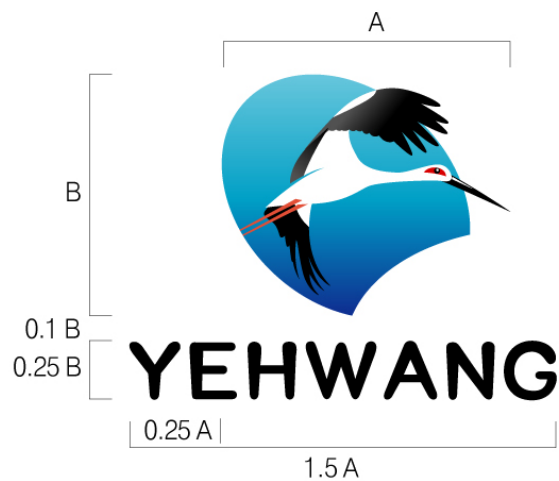
시그니처 영문조합형은 영문가로형에 브랜드 캐치프레이즈인 대한민국 황새마을 예산의 영문 표현 문구를 조합한 형태로 브랜드의 의미와 용도를 명확하고 간략하게 설명해 주는 기능을 한다. 해외 현지의 옥외 광고 등 브랜드 출범 초기에 효과적으로 활용하여 브랜드의 인지도 향상과 확산에 기여할 수 있다. 시그니처를 활용할 때에는 매뉴얼 CD-ROM에 수록된 데이터를 재생하여 활용하여야 한다.



시그니처 영문상하형 1, 2

시그니처 영문상하형은 심벌 하단에 로고타입을 조합한 형태로 적용 영역이 좁거나 일상적인 브랜드가 아니라 포장재의 상단 모서리 등에 부착하는 인증 마크 유형이다. 해외용 포장재 등에 활용 뿐 아니라 인쇄매체나 영상 매체 등의 광고에 사용하기에도 적합한 유형의 조합이다.

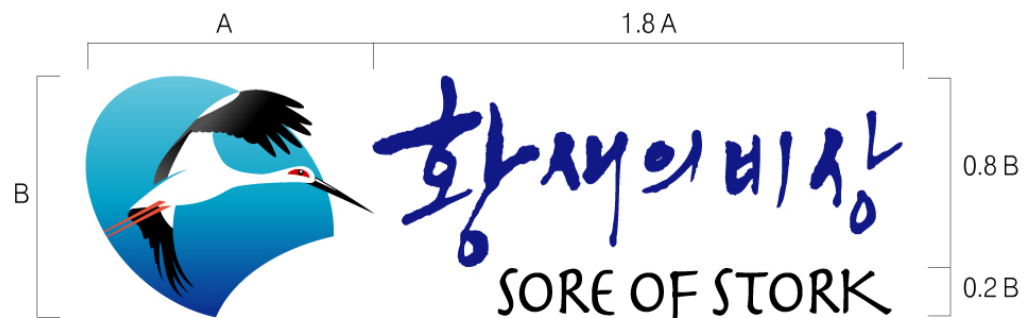
시그니처를 활용할 때에는 매뉴얼 CD-ROM에 수록된 데이터를 재생하여 활용하여야 한다.



시그니처 혼용가로형 1, 2

시그니처 혼용가로형은 국문가로형 하단에 영문 로고타입을 조합한 형태로 국내용을 원칙으로 하되 해외 수출용으로 사용하여도 무방한 유형이다. 포장재 등에 활용 뿐 아니라 인쇄매체나 영상 매체 등의 광고에 광범위하게 사용하기에 적합한 유형의 조합이다.

시그니처를 활용할 때에는 매뉴얼 CD-ROM에 수록된 데이터를 재생하여 활용하여야 한다.



시그니처 혼용상하형 1, 2

시그니처 혼용상하형은 국문상하형 하단에 영문 로고타입을 조합한 형태로 국내용을 원칙으로 하되 해외 수출용으로 사용하여도 무방한 유형이다. 좁은 영역 및 인증마크류의 표기에 적합한 유형의 조합이다. 시그니처를 활용할 때에는 매뉴얼 CD-ROM에 수록된 데이터를 재생하여 활용하여야 한다.

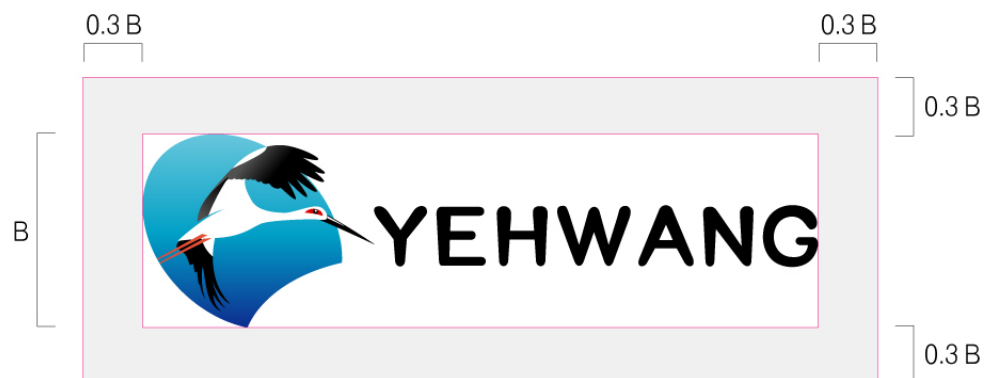


시그니처 여백규정 1

예산 황새 브랜드 시그니처를 활용할 때에는 사방에 일정한 여백을 확보하여야 한다.

시그니처를 둘러싸고 있는 여백에는 다른 문자나 그래픽 요소가 들어갈 수 없으며 아래에 예시한 최소한의 공간을 확보하여 배치하여야 한다.

일반적으로 상하 좌우 여백은 심벌 높이의 30%를 적용 한다.

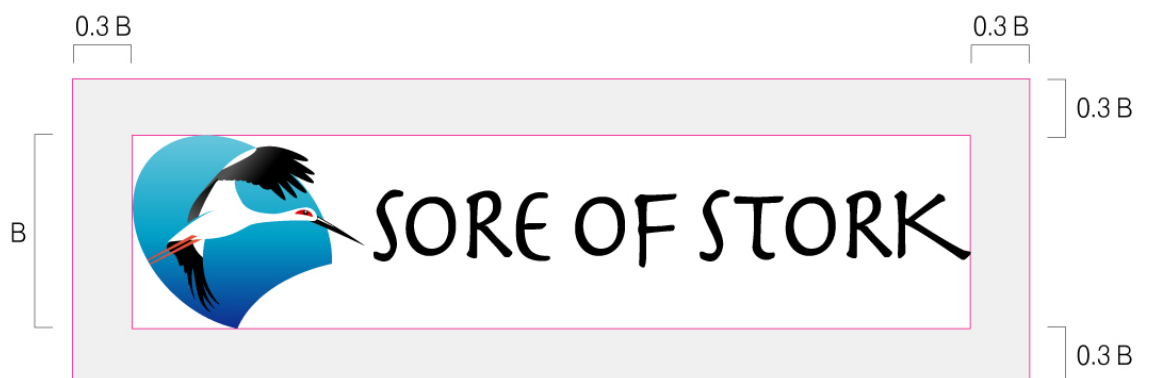
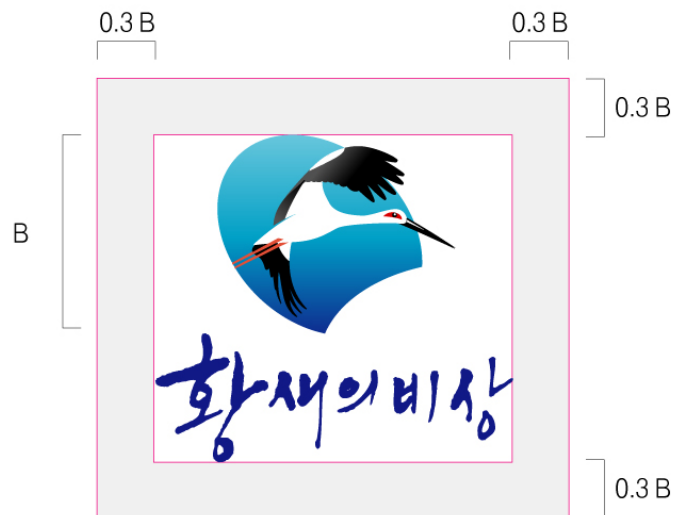


시그니처 여백규정 2

예산 황새 브랜드 시그니처를 활용할 때에는 사방에 일정한 여백을 확보하여야 한다.

시그니처를 둘러싸고 있는 여백에는 다른 문자나 그래픽 요소가 들어갈 수 없으며 아래에 예시한 최소한의 공간을 확보하여 배치하여야 한다.

일반적으로 상하 좌우 여백은 심벌 높이의 30%를 적용 한다.



단색규정 흑백 1

심벌 및 로고타입의 단색 흑백 표현은 원색 표현이 불가능한 경우의 표현 방법에 대한 규정이다. 문서 등에 삽이되는 경우나 부득이 흑백 색상만으로 표현하는 신문 등의 매체에 활용 할 경우에 정확한 흑백 농도를 예시와같이 하여야 한다. 각 유형이 공통된 색상으로 지정되어 있다.

편집용 데이터로 활용할 때에는 흑백 모두에서 CD-ROM에 수록된 데이터를 재생하여 활용하여야 한다.



단색규정 흑백 2

심벌 및 로고타입의 단색 흑백 표현은 원색 표현이 불가능한 경우의 표현 방법에 대한 규정이다. 문서 등에 삽이되는 경우나 부득이 흑백 색상만으로 표현하는 신문 등의 매체에 활용 할 경우에 정확한 흑백 농도를 예시와같이 하여야 한다. 각 유형이 공통된 색상으로 지정되어 있다.

편집용 데이터로 활용할 때에는 흑백 모두에서 CD-ROM에 수록된 데이터를 재생하여 활용하여야 한다.



단색규정 별색 1, 2

심벌 및 로고타입의 단색 별색 표현은 사원색 표현이 아닌 별색 표현 방법의 예시를 보여주고 있다. 예산 황새 브랜드에서 제시하는 색상과 흑색만으로 표현하는 방법으로 플렉스 인쇄 방법이 사용되는 포장재 등에 유용하게 활용 할 수 있다.

다른 별색을 확장 활용하고 싶을 때에는 반드시 담당 부서와 협의하여 사용하도록 한다.

황새 연두 적용



황새 군청 적용



황새 금색 적용



금색 위에 흑색 오버 프린트

시그니처 금지규정

시그니처 규정을 벗어나 사용자가 임의로 변형하거나 왜곡하여 사용하게 되면 예산 황새 브랜드의 이미지 손상을 가져오게 된다.

이미지의 통일성을 유지하기 위해서는 시그니처의 적용이 항상 올바르게 일관되게 이루어져야 한다. 아래의 예시는 예산 황새 브랜드를 잘못 사용하는 대표적인 예로 이러한 사용은 절대 금한다.



예산황새

구성요소의 크기를 변형한 예



황새의비상

시그니처를 기울여서 사용한 예



예산황새

로고타입 색상을 변경한 예



황새의비상

심벌을 임의로 회전한 예



예산황

로고타입 서체를 변형한 예



황새의비상

그림자를 적용한 예



예산황새

심벌 색상을 변경한 예



황새의비상

로고타입을 외곽선으로 표현한 예



예산황새

시그니처를 가로 또는 세로로 왜곡한 예



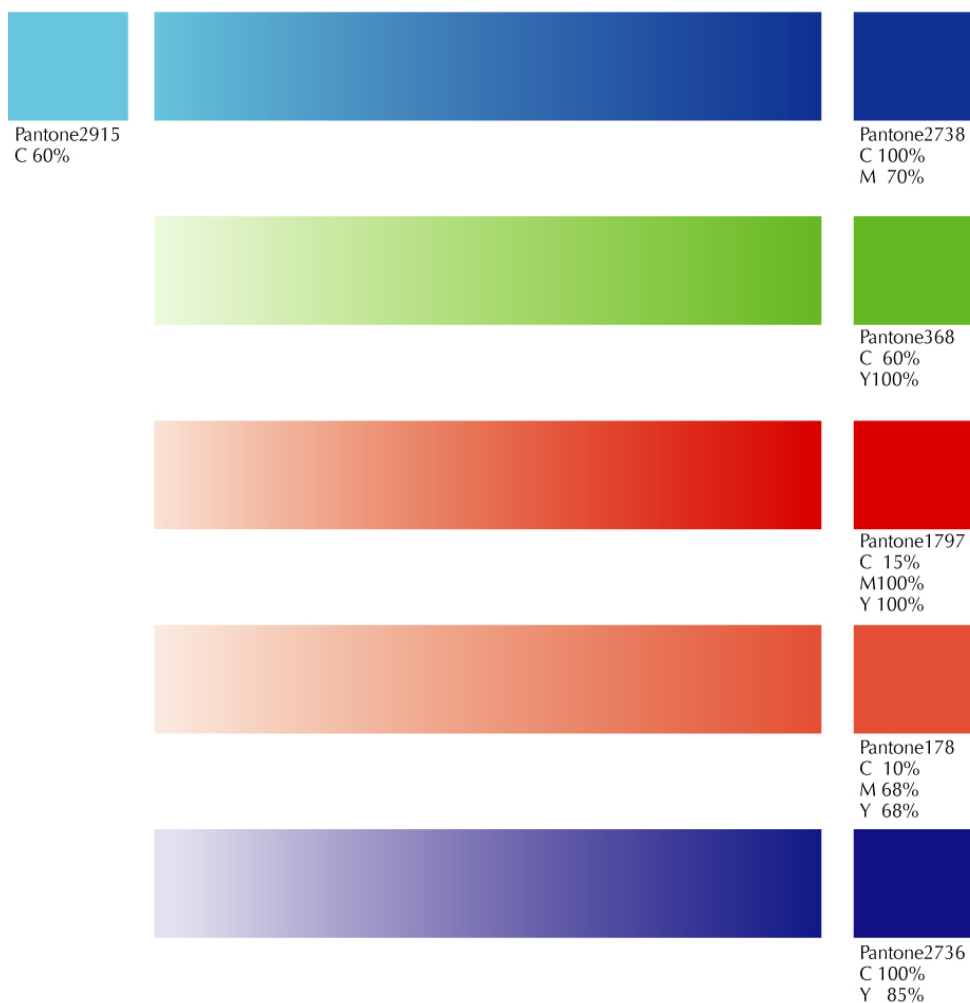
복잡한 배경 위에 적용한 예

전용색상

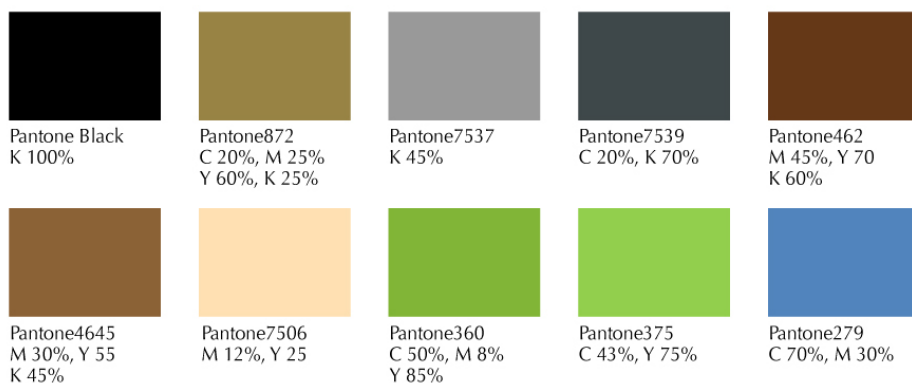
전용색상은 심벌마크, 로고타입과 더불어 예산 황새 브랜드 이미지를 형성하는 중요한 요소이다. 전용색상의 효과적인 사용을 위해서는 인쇄방식, 잉크의 농도, 인쇄지질 등을 세심히 검토하여 매뉴얼에서 제시하는 표준 색상이 표현될 수 있도록 주의를 기울여 관리하여야 한다.

인쇄 공정에서의 정확한 색상 재현을 위해서는 컴퓨터 모니터 색상이 아닌 실제 색상 견본 (팬톤 컬러 칩)과 대조하여 색감의 동일 여부를 판단하여야 한다.

• 주 색



• 보조색



엠블럼

예산항새 브랜드의 기본 요소인 엠블럼은 심벌마크와 로고타입을 집약적으로 구성한 표식으로 적은 크기로 인상적이고 격조있게 활용하기 위한 항목이다.

포장재 등에 인쇄를 통하여 삽입할 수 있고 이미 제작된 포장재에 라벨 형식으로 제작하여 적합한 공간에 부착할 수 있다.



캐릭터 기본형

캐릭터는 예산 황새 브랜드를 대중에게 보다 친근하게 홍보하는데 효과적인 홍보물이다. 예산 황새의 우아함과 청정 환경을 '예'와 '황'이로 상징있게 표현했다. 메인 캐릭터 외에 제시된 서브 캐릭터는 상황에 따라 재구성하여 분위기를 연출 할 수 있다.

캐릭터는 홍보 대상에 따라 적합한 유형을 선택하여 사용할 수 있으며, 반드시 매뉴얼 CD-ROM에 수록된 데이터를 활용해야 한다.

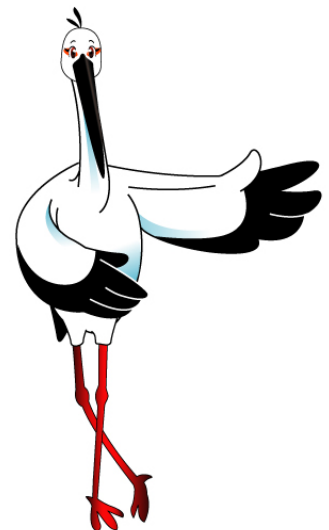
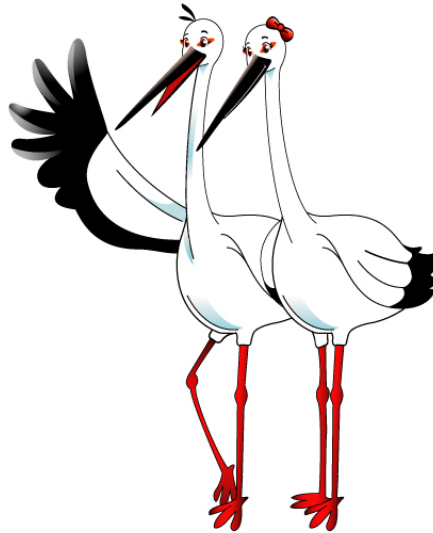
기본형



서브캐릭터

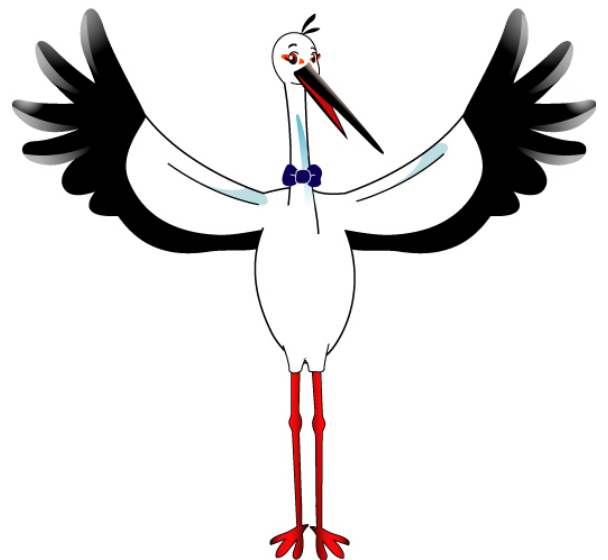
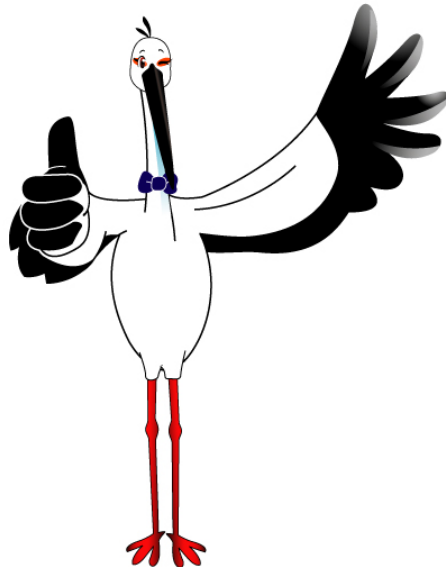
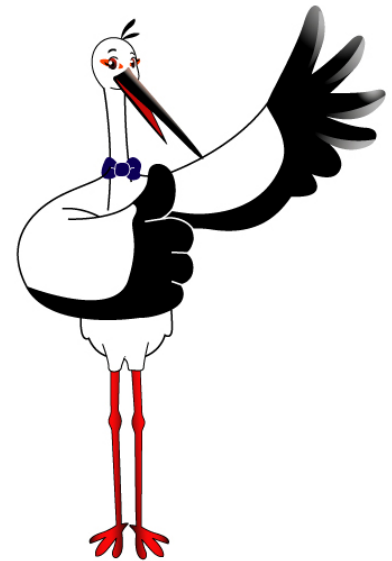
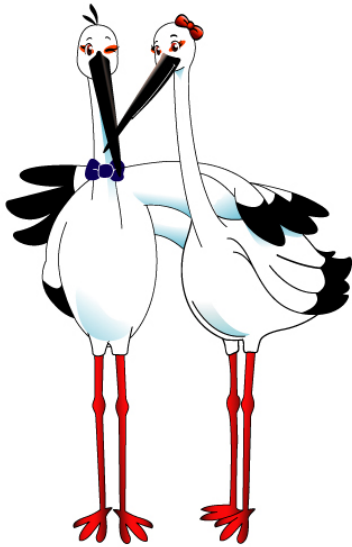
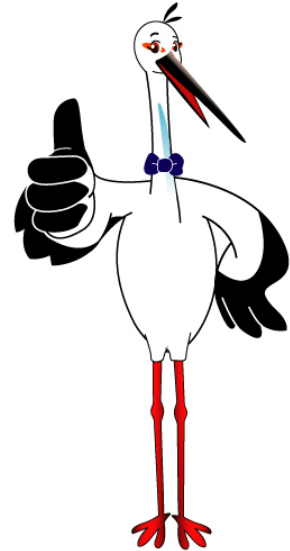
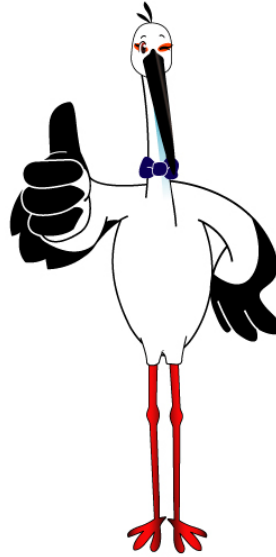
캐릭터 응용형 1, 2, 3

캐릭터 기본형 외에 응용형은 사용 목적에 따라 활용 할 수 있는 유형으로 보다 친근하게 메시지를 전달 할 수 있는 수단 이다. 캐릭터 응용형은 활용 대상에 따라 적합한 유형을 선택하여 사용할 수 있으며, 반드시 매뉴얼 CD-ROM에 수록된 데이터를 활용해야 한다.



캐릭터 응용형 4, 5, 6

캐릭터 기본형 외에 응용형은 사용 목적에 따라 활용 할 수 있는 유형으로 보다 친근하게 메시지를 전달 할 수 있는 수단 이다. 캐릭터 응용형은 활용 대상에 따라 적합한 유형을 선택하여 사용할 수 있으며, 반드시 매뉴얼 CD-ROM에 수록된 데이터를 활용해야 한다



응용편

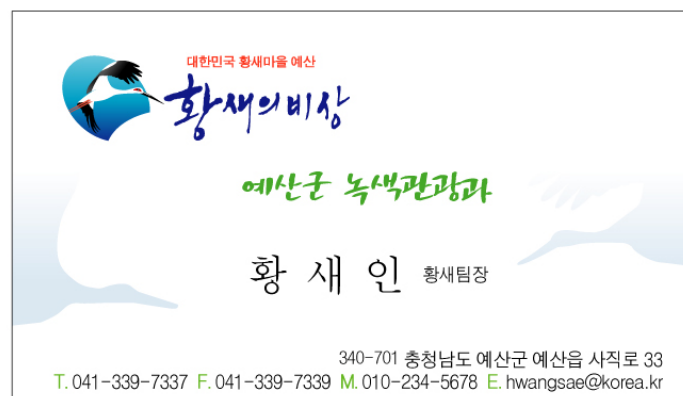
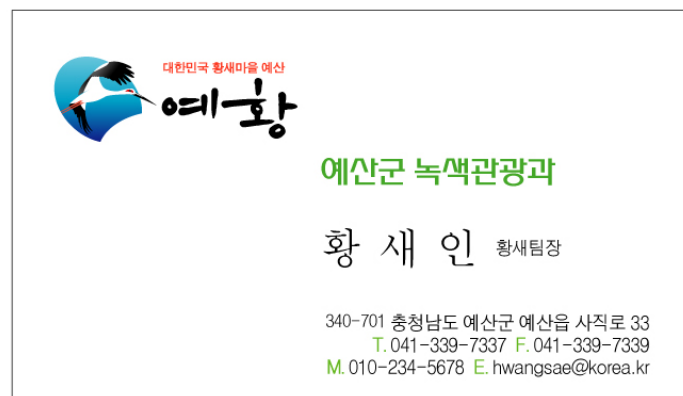
Application Standards

AS 01	명함 1, 2
AS 02	레터헤드 1, 2
AS 03	소봉투 1, 2
AS 04	대봉투 1, 2
AS 05	광고포맷
AS 06	현수막
AS 07	택시표시등 1, 2
AS 08	옥외광고 1, 2
AS 09	포장활용 1
AS 10	포장활용 2
AS 11	포장활용 3
AS 12	포장활용 4
AS 13	포장활용 5

명함 1, 2

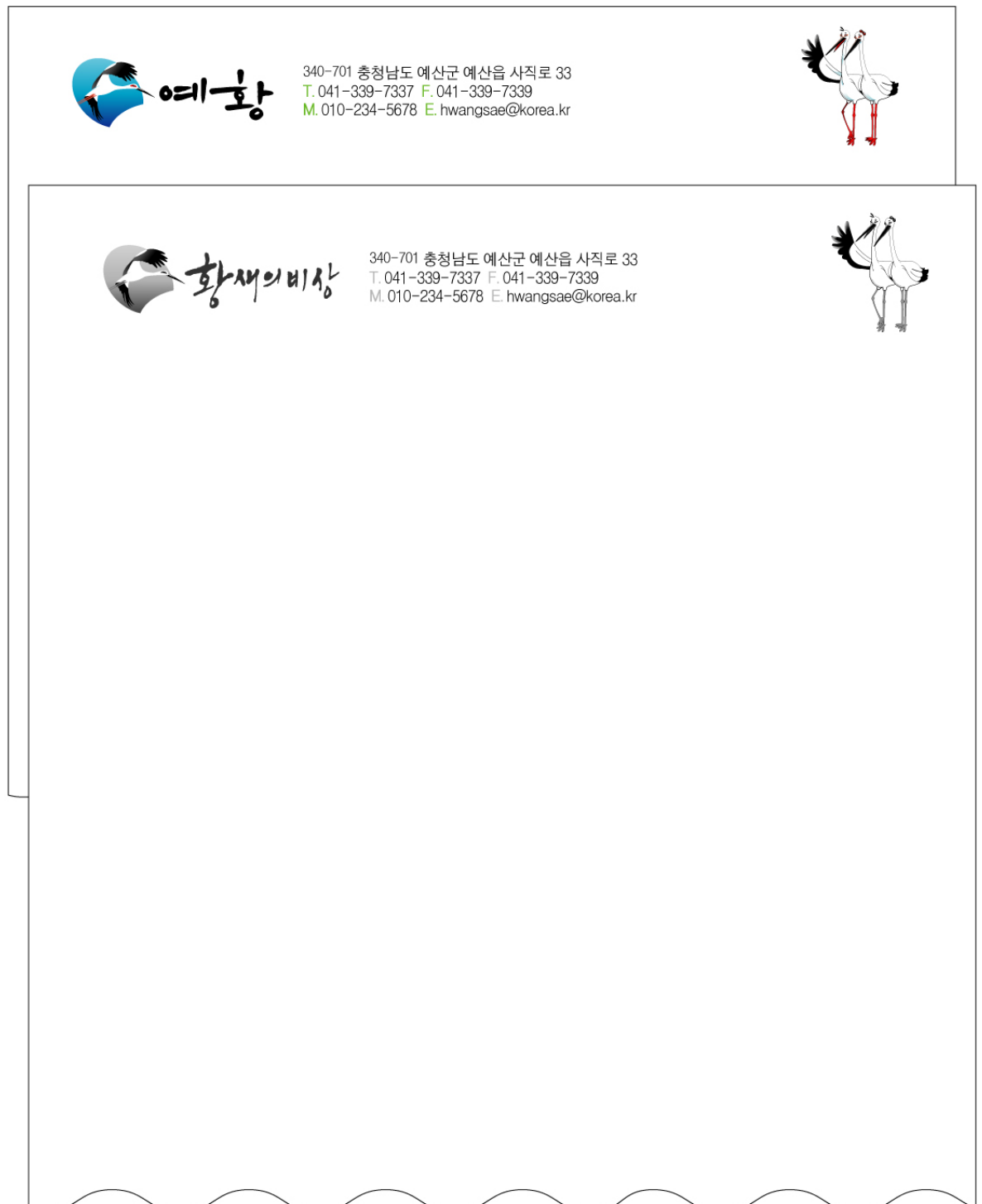
명함은 예산 황새 브랜드를 대표하여 대외활동에서 처음으로 접하며 가장 빈번하게 이루어지는 커뮤니케이션 수단으로 첫 인상을 전달하는 중요한 역할을 한다.

각 단체별 상징체계와 조합하여 활용하되 시그니처의 위치는 일관된 형식과 위치에 삽입하여 제작되어야 한다.



레터헤드 1, 2

레터헤드는 예산 황새 브랜드의 메시지를 담아 전달하는 매체로서 일괄적인 형태의 관리와 운영이 필요하다. 컬러 표현이 불가능한 경우에는 흑백이 활용이 오히려 효율적이다.



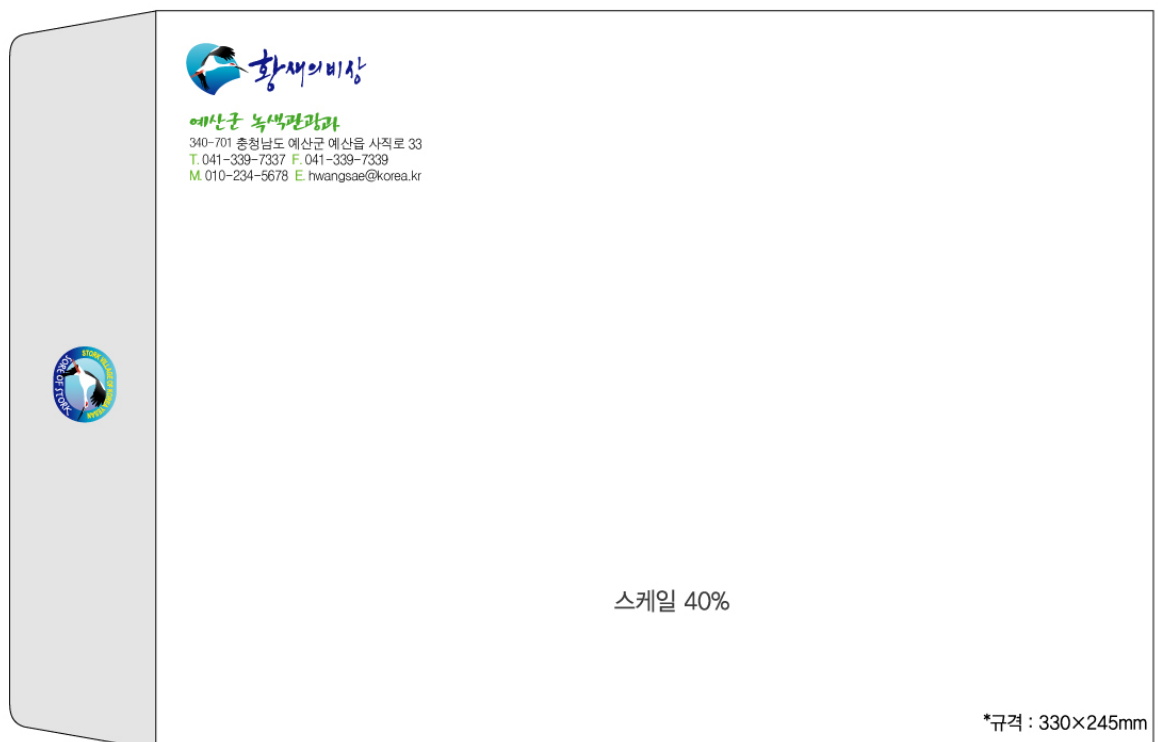
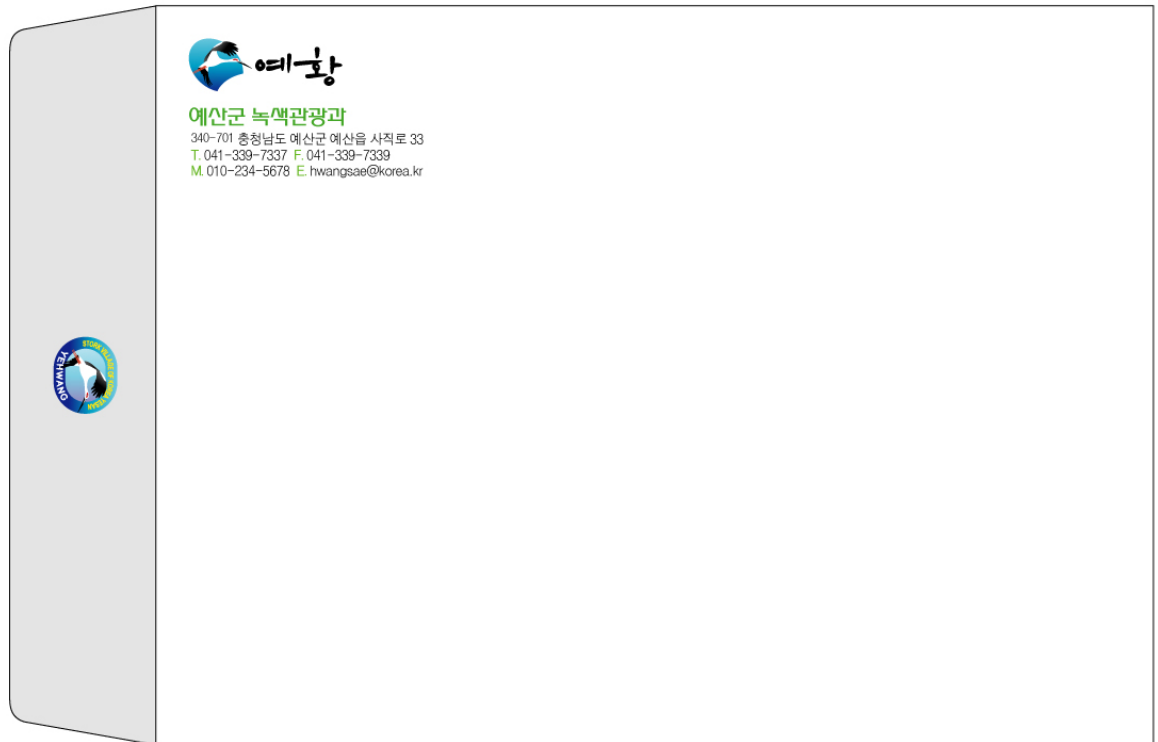
소봉투 1, 2

업무용 봉투는 예산 황새 브랜드의 메시지를 담아 전달하는 매체로서 일괄적인 형태의 관리와 운영이 필요하다. 아래 예시는 관련 단체에서 사용되는 예시로 앰블렘을 활용한 경우이다.



대봉투 1, 2

업무용 봉투는 예산 황새 브랜드의 메시지를 담아 전달하는 매체로서 일괄적인 형태의 관리와 운영이 필요하다. 아래 예시는 관련 단체에서 사용되는 예시로 앰블렘을 활용한 경우이다.



스케일 40%

*규격 : 330×245mm

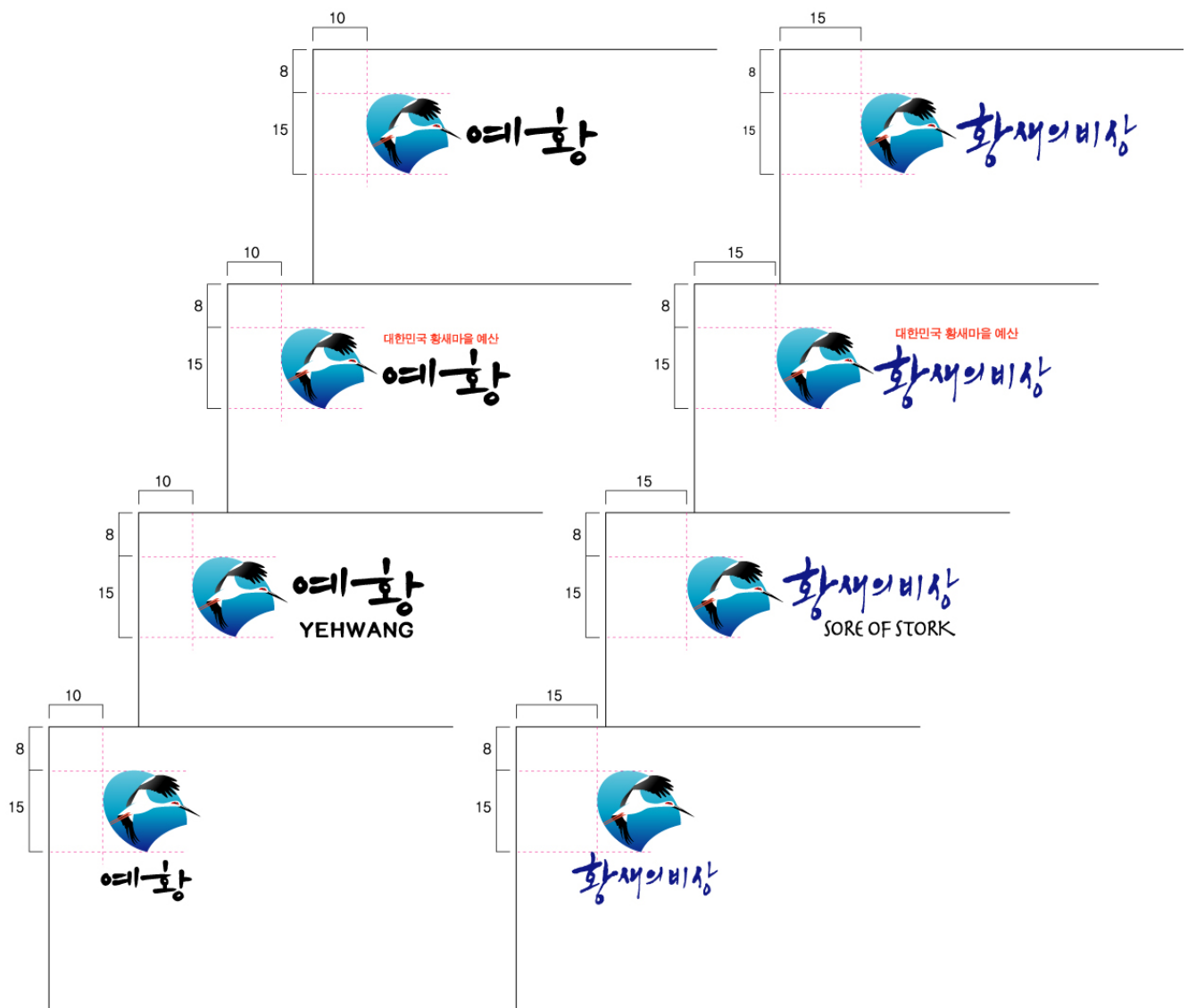
광고포맷

잡지광고를 게재할 때에 일정한 포맷의 시그니처를 배치함으로써 예산 황새 브랜드의 일관된 아이덴티티를 구축할 수 있다.

광고에 삽입될 요소로는 심벌, 로고타입, 캐치프레이즈 등 다양하게 할 수 있으며 왼쪽면과 오른쪽면 배치시 각각 다르게 적용한다.

• 왼쪽면 배치시

• 오른쪽면 배치시

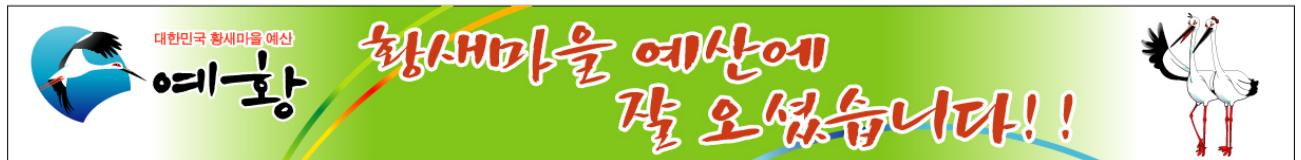


스케일 100%

*규격 : 210×297mm

현수막

현수막은 홍보하려는 내용을 간단하면서도 효율적으로 알릴 수 있는 옥외 홍보매체이다.
관련된 행사나 홍보하기 유리한 지점에 설치하여 황새마을 예산의 이미지를 제고 할 수 있다.



택시표시등 1, 2

이동하는 대중 운송매체인 택시를 활용한 황새 홍보는 지역내의 이미지 파급에는 효율적인 수단이다. 예산군 내 택시 표시등에 황새 브랜드를 삽입하여 보급할 수 있으며 브랜드의 형태에 맞게 구상되었다.



아크릴시트 진공성형/전사

측면 시트지 부착

옥외광고 1, 2

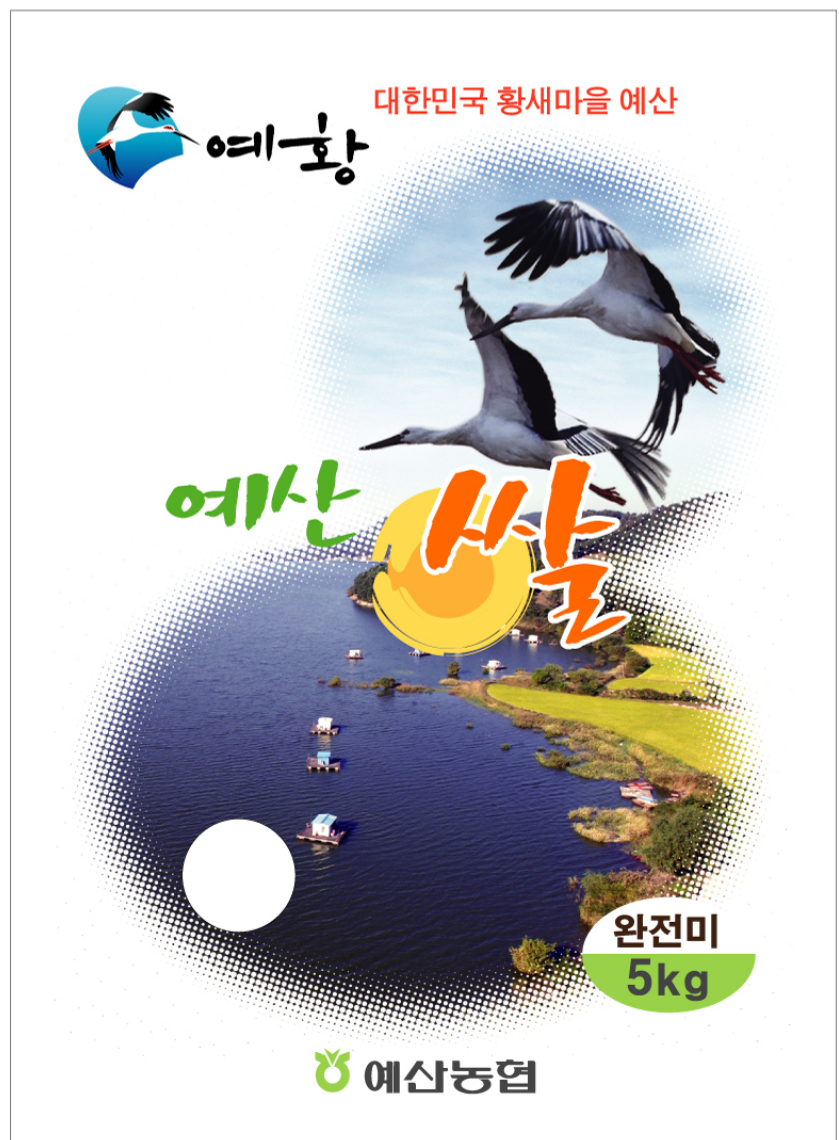
옥외광고는 예산군의 진입로나 주요 지점에 설치되어 내부 주민과 방문객에게 예산 황새 브랜드의 이미지를 강하게 전달해주는 매체이다.

예산군의 청정 이미지를 상징하는 예당호 등을 배경으로 좌측 상단에 브랜드를 배치한 예시이다.



포장활용 1

예산 황새브랜드를 쌀포장 지대에 활용한 예시이다. 쌀지대 재질 및 인쇄방식은 고해상도의 품질을 유지할 수 없기 때문에 정밀하거나 작은 크기의 표현은 피하며 여백 부분을 충분히 두는 것이 바람직하다. 포장 용량에 따라 디자인 모티브를 재 배열하여 사용 할 수 있다.



포장활용 2

예산의 대표적인 특산물인 사과와 포장에 적용한 예이다. 사과 포장재는 골판지와 옵셋인쇄한 판지를 합지한 재질이 일반적이기 때문에 정밀한 표현이 가능하지만 브랜드 심벌의 배경 그라데이션이나 사진의 표현이 저해 되지 않도록 제작 과정에서 유의 하여야 한다.

황새 브랜드는 가급적 배경이 없는 상단 부분에 위치하게 한다.



포장활용 3

신선한 야채류의 포장에 적용한 예이다. 정밀한 표현의 브랜드 심벌과 사진으로 표현 했으므로 제작 과정에서 유의 하여야 한다.

황새 브랜드는 가급적 배경이 없는 상단 부분에 위치하게 한다.



포장활용 4

황새브랜드를 사과 와인 등 고급포장재에 적용한 예시이다. 은박지 재질의 라벨에 황새브랜드를 품격있게 표시하기 위해서는 배경의 은박이 드러나는 기법을 사용하였으며, 별도의 은박 또는 금박의 라벨을 별도 제작하여 부착 할 수 있다.



포장활용 5

황새브랜드를 전체 포장에 아닌 팩포장 등에 부착하는 소형 라벨에 적용한 예이다. 라벨의 특성상 표현 범위가 작기 때문에 엠블렘을 활용하도록 하며 브랜드 부분을 전체 부분과 분리되게 하여 브랜드가 돋보이도록 배치한다.

