

조화로운 도시경관 창출을 위한 "SIGN디자인" 적용 방안

-광양시 칠성 인덕로를 중심으로-

The Application Plan of "Sign Design" to Create the Harmonious City's Landscape

- Focused on the Gwangyang Chilsung induc Street -

주저자 : 김철우

전남대학교 미술학과 부교수

Kim, Chul-woo

Chonnam National University Professor

공동저자 : 윤재성

전남대학교 시각정보디자인학과 부교수

Yun, Jae-Sung

Chonnam National University Professor

교신저자 : 최경옥

경남과학기술대학교 원예학과 부교수

Choi, kyong-Ok

Gyeongnam National University Professor

* This Study was Financially Supported by Chonnam National University 2010

1. 서론

2. 이론적 고찰

- 2.1. SIGN 디자인의 개념
- 2.2. SIGN 디자인 사례분석

3. 연구방법 및 절차

- 3.1. 조사대상 및 일반적 특성

4. 실증분석

- 4.1. 분석 및 결과

5. 결론 및 제언

참고문헌

논문요약

사인디자인(Sign Design)은 도시경관과 건물, 인간과의 관계에서 중요한 커뮤니티를 형성하고 있다.

사인은 이윤창출을 위하여 상점의 특성과 상품 판매의욕을 증대시키는 역할을 하며, 시각요소를 기본으로 조형성이 가미된 광고 효과를 극대화 하고 있다.

사인은 인류에게 친근감 있고 역동적이면서도 부드러운 문화를 파생시키고 아름다운 조형성을 근간으로 광고와 브랜드 효과를 통하여 부가가치를 증대시키는 역할을 하고 있다.

사인 디자인의 표현방식은 업종이나 건물과의 조화 위치, 재료의 선택, 서체의 선택, 색채의 적용에 따라 다양한 연출이 가능하다. 특히, 디지털 시대의 "LED" 활용은 첨단화 현상을 보이고 있으며, 아날로그적 표현과 대조적인 특징을 나타내고 있다.

사인디자인은 도시와 인간의 감정을 소통시키는 중요 매체로서 걷고 싶은 거리, 행복한 거리, 다시 찾고 싶은 거리 연출을 위한 디자인으로 이루어져야 한다.

사인디자인은 시각, 촉각, 청각에 대한 호소력이 있으며, 상품 구매의사 유도와 브랜드별 선호도에 대한 직접적인 영향을 미치는 중요한 디자인 요소로 자리하고 있다.

본 연구에서는 광양시 칠성 인덕로를 중심으로 사인디자인의 적용사례분석과 사인디자인의 시각적 요소, 조형성, 설치형태, 상품구매 등을 연구하였다.

또한 성별 교차분석, 세대별 교차분석 빈도분석을 토대로 조화로운 도시경관 창출을 위한 바람직한 사인디자인 방향을 모색하였다.

향후 사인디자인은 개발에서 설치에 이르기까지 도시경관 속에서 생존하는 인간의 행복을 위한 생동감 있는 디자인 연출에 대하여 지속적인 연구와 노력이 이루어져야 할 것이다.

주제어

SIGN디자인, 도시경관, 조형성,

Abstract

The Sign Design forms the important community in relation to the city's landscape, buildings, and human. The Sign plays the role of increasing the selling desire and the character of goods for the creation of profits, and it maximizes the effectiveness of advertising added the formative character based on the visual elements.

The Sign derives the intimate, dynamic, and soft culture to the human, and it plays the role of increasing the added value through the advertising based on the formative character and the brand effectiveness.

The expression method of the Sign Design can be directed variously by the type of business, harmonious location with buildings, choice of materials, choice of the style of handwriting, and the application of the color. Especially, the using of "LED" in the digital age is become the most advanced phenomenon, and it is contrastive to the expression by the analog.

The Sign Design shall be the design to produce the

street want to walk, happy street, and the street to visit again as the important medium communicating the feeling of human with the city.

The Sign Design has the appeal for the sense of sight, touch, and hearing, and it is being formed the important element that influences directly to the inducing the selling desire of goods and the preference by the brand.

In this study, the analysis of application examples of Sign Design with Indeokro, Chilseong-ri, Gwangyng City as the center was performed, and the visual elements of Sign Design, the formative character, type of installation, and buying goods were studied. In addition, based on the crossing analysis by sex, and generation, and frequency analysis, the direction of proper Sign Design was groped to create the harmonious city's landscape.

In the future, the Sign Design from the development to the installation shall be performed the continuous studying and effort for the producing the dynamic design for the human happiness in the city's landscape.

Key word

Sign Design, City's Landscape, Formative Character

1 서론

21세기 문화산업은 도시 속에서 인간과 자연 그리고 건축물과의 상호 생활 관계에서 이루어지고 있다. 수도권 문화와 구별되는 지역의 특색을 고려한 새로운 문화 창출과 친환경적인 도시경관을 이루기 위해 지방 자치제도는 디자인 환경개선에 많은 비중을 두고 있다. 특히 상업지역에서는 과도한 사인디자인의 설치가 상품구매자나 이용자들에게 불쾌감을 주는 원인을 제공하기도 한다.

사인디자인은 시각정보전달 매체의 역할과 상품구매자나 이용자들에게 행복과 만족감을 제공해야 한다. 도시와 건축물 조경시설물, 사람과 사인디자인이 조화롭게 이루어지는 편리하고 다시 찾고 싶은 공간으로 구성되어져야 하며, 직접적인 시각전달 효과와 도시 속에서 공익성이 부여된 즐거움과 사랑이 넘치는 활기찬 문화를 창출해야 한다.

광양은 삼국시대에 마한에 속했으며, 고려시대에 광양현으로 개칭하고 1995년 광양군과 동광양시가 통합하여 광양시¹⁾가 되었다. 광양은 전남의 동부권과 서부권을 연결하는 해상교통의 요충지로 새로운 국제무역 산업지대로 부상하고 있다.

본 연구에서는 전통과 역사가 살아 숨쉬고 상업과 친환경산업을 중심으로 다양한 삶의 형태가 이루어지는 칠성 인덕로를 중심으로 사인디자인의 적용 사례분석과 사인디자인의 시각적 요소, 조형성, 설치 형태, 상품구매 등을 연구하였다.

또한 성별 교차분석, 세대별 교차분석 빈도분석을 토대로 조화로운 도시경관 창출을 위한 바람직한 사인디자인 적용 방안을 도출하였으며, 이를 토대로 향후, 디자인 적용에 기여하고자 한다.

본 연구는 특정지역을 선정하였기에 사인디자인 전반에 대한 디자인 적용방안으로 평가하기에는 부족하며, 연구지역에 대한 사인디자인의 사례분석과 연구자의 연구결과는 향후 디자인개발에 조금 이나마 기여하기를 바란다.

2. 이론적 고찰

2.1. SIGN디자인의 개념

사인(Sign)의 사전적 의미는 “기호”를 말한다.³⁾ 국

1) <http://ask.nate.com>

2) <http://www.gwangyang.go.kr>

내에서는 판(板)에 써서 보인다. 는 뜻에서 간판이라는 말을 사용한다. 즉 사인은 매장이나 공장의 업종을 표시하고 손님을 불러들이기 위해 건물 외부에 설치한 구조물⁴⁾이라고 정의한다.

김정옥의 논문(2010)⁵⁾에서는 고밀도 상업지구의 사인은 과다경쟁으로 인해 대형화되고 무분별한 수량과 크기로 인해 시각적 공해요소가 될 수 있기에 사인디자인의 최적화 개선 방안에 대하여 국문사용, 지역색채 적용, 도시미관과의 연계성 등에 대하여 연구하였다.

오준영의 논문(2009)에서는 상업지역의 대부분의 간판들은 공공성과 공익성, 편의성보다는 상업목적의 도구로서 명시성만을 강조하고 있으며, 이를 위한 개선방향은 도시경관의 중요성과 건물과 시설물의 동일색상 사용으로 도시와 디자인의 조화를 강조하였다.

현대사회에서 정보는 의사소통 외에 대부분 시각을 통하여 전달된다. 따라서 기호화된 이미지로 메시지를 알리는 사인(Sign)은 필요한 커뮤니케이션의 수단이라고 할 수 있다. 특히 급변하는 산업사회는 경제활동이 더욱 활발해지며 다양하며, 사인의 중요성은 더욱 부각되고 있는 실정이다. 또한 상업도시에서의 사인은 도시미관을 결정짓는 중요한 요소로서 지역의 문화수준을 가늠할 수 있는 시각적 매체로 급부상 되었다. 이때의 사인을 단지 경제활동의 수단에서 벗어나 지역의 특성과 문화적 특성을 표현하는 도시의 얼굴⁶⁾이라고 할 수 있다.

2.2. SIGN디자인 사례분석

본 논문의 연구사례분석은 2011. 3월 10일부터 20일까지 광양시 칠성 인덕로 사인디자인분석[표 1] 150m에 있는 47개 업종을 대상으로 사인디자인에 관하여 한정 분석하였다. 업종은 기계8개, 문화시설 7개, 제약의료 7개, 교육학원 6개 순으로 조사되었다.

글자표기색채는 White 18개, 사인디자인의 바탕색채는 White 13개로 높은 비중을 차지하였다. 재료는 아크릴 43개로 대부분을 차지하였다. 설치형태는 평면구성 36개로 입체형에 비하여 높게 조사되었다. 조명방식은 간접조명이 43개로 조사되었다.

서체적용은 고딕체 13개, 필기체 및 손글씨 6개 굴림체 6개, 명조체 4개로 조사되었다. 서체쓰기 형식은 가로형이 38개, 가로세로 혼합형 8개, 세로형은 1개로 조사되었다.

디자인 표현요소는 심볼과 문자형식의 조합형이 23개, 문자 14개, 문자와 그래픽의 조화 7개, 문자와 캐릭터 3개로 조사되었다. 글자색은 1색 적용이 32개, 2색 11개, 3색 3개로 조사되었다. 바탕색은 1색 적용이 39개, 2색 8개로 조사되었다.

사례조사 분석에서 살펴본 바와 같이 도시경관과 건물색채와의 부조화 현상, 크기 및 형태의 불균형적인 모습으로 조사되었다. 따라서 타 지역의 사인디자인이 지속적으로 개선되었거나 진행되어지고 있는 지역에 비해 사인디자인의 개선이 필요한 지역으로 분석되었다.

구분	세부항목										계
업종	정보통신	전기전자	차량	문화시설	음료주류	제과	기계	식품	레저		47
	1	1	2	7	1	1	8	2	2		
	마트	연구소	화장품	잡화	미용	교육학원	제약의료	금융보험	문구		
	2	1	1	1	2	6	7	2	1		
글자표기색채	R	G. R	Y	B	P. G	W. B	B	B	R. B		47
	1	1	4	2	1	1	1	4	1		
	W	V	B. R	W Y	V. R. G	W. O	Y.+ B	G. O			
	18	0	4	4	1	1	1	1			
바탕색채	R	O	Y	O W	B	B	G	P	G	W. G	47
	4	1	2	2	2	2	5	1	1	13	
	B	B	P. R	G. B	B. R	B. R	W. B	B. G	없음		
	1	1	1	1	1	1	3	1			
재료	크릴		나무		돌		철		네온		47
	43		0		1		0		3		
설치	입체			평면			입체와 평면			47	
	4			36			7				
조명방식	직접		간접		발광조명		기타		47		
	0		43		3		1				
서체적용	고딕체	명조체	필기 및 손글씨	영문	굴림체	기타		47			

3) 박대순(1993), 현대디자인 용어사전, 디자인오피스, p. 142.
 4) 오준영(2009), 상업지역에서의 간판디자인의 방향에 대한 연구, 울산대학교, 석사논문
 5) 김정옥(2010), 고밀도 상업지구 사인디자인 연구, 단국대학교 석사논문,
 6)전게서, p4.

	13	4	6	7	6	11	
서체 쓰기 형식	가로	세로		가로세로 병용	기타		47
	38	1		8	0		
디자인 요소	심볼+ 문자	문자	문자+ 캐릭터	문자+ 그래픽	기타		47
	23	14	3	7	0		
글자 색채	1색	2색	3색	4색		47	
	32	11	3	0			
바탕 색채	1색	2색	3색	4색		47	
	39	8	0	0			

[표 1] 광양시 칠성 인덕로 사인디자인 분석

3. 연구방법 및 절차

3.1. 조사대상 및 일반적 특성

본 연구의 조사대상은 국내에 거주하는 자를 대상으로 설문에 관한 사전 정보를 정확하게 설명한 후 설문지를 작성하게 하였다.

설문항 작성은 김정옥(20010) 오준영(2009)의 논문을 근거로 작성하였다.

1차 설문조사 기간은 2011년 3월 20일부터 4월 3일 까지 조사하였다. 내용의 타당도를 검토하기 위하여 20명중 16명 이상(80% 이상의 일치도)의 동의를 통하여 확정되었다. 검토자는 디자인 관련교수 4명 디자인제작 실무자 8명 관련전공자 8명으로 구성하여 인터뷰 및 설문조사를 실시하였다.

2차 설문조사 기간은 2011년 4월 2일부터 5월 25일까지 실시하였다.

설문항의 구성은 일반 사항 4문항, 사인디자인의 조형성 및 인식에 관한 사항 13문항, 사인디자인과 상품판매와의 관계에 관한 사항 16문항으로 구성되었다.

설문통계 프로그램은 SPSS 15.0을 사용하였다. 설문조사를 통해 설문에 응답한 표본은 성별, 연령별, 학력별로 분석해 보면 [표 2]와 같다.

연구대상의 인원은 전체 250명 이었으며, 여성이 132명 52.8%였고 남성이 118명 47.2%였다. 연령분포는 10대 84명 33.6%, 20대 70명 28.0%, 30대 96명 38.4% 이상으로 분류 하였다.

학력은 중·고등학생이 80명 32.0%, 대학생 76명 30.4% 대학. 원 졸업 94명 37.6%였다. 직업은 학생이 156명 62.4%, 사무직10명 4.0%, 전문직이 16명 6.4% 주부가 31명 12.4%, 자영업 19명 7.6%, 기타 6

명 2.4%로 조사하였다.

구분	세부항목	N	%
성별	여성	132	52.8
	남성	118	47.2
	계	250	100
연령별	10대	84	33.6
	20대	70	28.0
	30대 이상	96	38.4
	계	250	100
학력별	중·고등학생	80	32.0
	대학생	76	30.4
	대학. 원 졸업	94	37.6
	계	250	100
직업별	학생	156	62.4
	사무직	10	4.0
	전문직	16	6.4
	주부	31	12.4
	자영업	19	7.6
	기타	6	2.4
	계	250	100

[표 2] 표본의 일반적 사항

4. 실증분석

4.1. 분석 및 결과

본 논문의 연구자는 사인디자인 개선의 필요성 분석을 통하여 바람직한 사인디자인의 적용 방안을 모색하고자 특정지역을 대상으로 실증분석을 하였다.

또한 세부분항별로 성별, 세대별 교차분석과 빈도 분석을 하였으며, 타당성과 신뢰도를 높이고자 하였다.

광양시와 가장 어울리는 색채[표 3]은 전체 Green 57명 22.8%, 여성35명 26.5%, 남성 22명 18.6%, 10대 22명 26.2%, 20대 7명 10.0%, 30대 이상이 28명 29.2%로 조사되었다. 이는 조사 대상 250명중에서 광양시 거주자166명 66.4%, 기타 지역 거주자 84명 33.6%의 통계로 이루어졌으며, 향후 디자인 정책 반영에 기여하기를 바란다.

구분	세부항목						계	
Red	여성			남성			N	%
	N	%		N	%			
	14	10.6		16	13.6		30	12.0
	10대		20대		30대			
	N	%		N	%			
	7	8.3	9	12.9	14	14.6		
Orange	여성			남성			N	%
	N	%		N	%			
	14	10.6		11	9.3		25	10.0
	10대		20대		30대			
	N	%		N	%			
	3	3.6	11	15.7	11	11.5		
Yellow	여성			남성			N	%
	N	%		N	%			
	21	15.9		18	15.3		39	15.6
	10대		20대		30대			
	N	%		N	%			
	24	28.6	4	5.7	11	11.5		
Blue	여성			남성			N	%
	N	%		N	%			
	23	17.4		20	16.9		43	17.2
	10대		20대		30대			
	N	%		N	%			
	17	20.2	8	11.4	18	18.8		
P. Blue	여성			남성			N	%
	N	%		N	%			
	7	5.3		6	5.1		13	5.2
	10대		20대		30대			
	N	%		N	%			
	1	1.2	8	11.4	4	4.2		
Green	여성			남성			N	%
	N	%		N	%			
	35	26.5		22	18.6		57	22.8
	10대		20대		30대			
	N	%		N	%			
	22	26.2	7	10.0	28	29.2		
L. Brown	여성			남성			N	%
	N	%		N	%			
	3	2.3		9	7.6		12	4.8
	10대		20대		30대			
	N	%		N	%			
	2	2.4	8	11.4	2	2.1		
Brown	여성			남성			N	%
	N	%		N	%			
	4	3.0		2	1.7		6	2.4
	10대		20대		30대			
	N	%		N	%			
	0	0.0	4	5.7	2	2.1		
Black	여성			남성			N	%
	N	%		N	%			
	2	1.5		3	2.5		5	2.0
	10대		20대		30대			
	N	%		N	%			
	0	0.0	3	4.3	2	2.1		
White	여성			남성			N	%
	N	%		N	%			
	4	3.0		4	3.4		8	3.2
	10대		20대		30대			
	N	%		N	%			
	5	6.0	2	2.9	1	1.0		
Violet	여성			남성			N	%
	N	%		N	%			

Violet	2		1.5		2		1.7		N	%	
	10대			20대		30대					
	N	%		N	%		N	%			
	0	0.0	1	1.4	3	3.1					
기타	여성			남성			N	%			
	N	%		N	%						
	3	2.3		5	4.2		8	3.2			
	10대		20대		30대						
	N	%		N	%						
	3	3.6	5	7.1	0	0.0					
계									250	100	

[표 3] 광양시와 어울리는 색채

사인디자인에서 글자 및 바탕 선호색채[표 4]는 Black과 White가 각각 47명 18.8%로 조사되었으며, 바탕선호색채는 White가 107명 42.8%로 높은 비중을 차지하였다. 글자배경은 강한 대비효과와 밝고 깨끗한 색채를 선호하는 것으로 조사되었다

구분	세부항목	N	%
글자 선호색	Red	26	10.4
	Orange	23	9.2
	Yellow	27	10.8
	Blue	32	12.8
	P. Blue	13	5.2
	Green	19	7.6
	L. Brown	3	1.2
	Brown	2	0.8
	Black	47	18.8
	White	47	18.8
	Violet	5	2.0
	기타	6	2.4
	계	250	100
바탕 선호색	Red	5	2.0
	Orange	12	4.8
	Yellow	30	12.0
	Blue	36	14.4
	P. Blue	6	2.4
	Green	24	9.6
	L. Brown	1	0.4
	Brown	6	2.4
	Black	13	5.2
	White	107	42.8
	Violet	5	2.0
	기타	5	2.0
	계	250	100

[표 4] 사인디자인 글자 및 바탕 선호색채

사인디자인의 이미지 및 조형성[표 5]에서 글자 표기방식은 한글표기 123명 49.2%, 한글 영어 혼용 표기 99명 39.6%로 한글과 영문의 혼용표기를 선호

하는 것으로 조사 되었다.

타이포그래피 표현에서는 글자와 그래픽이미지의 조화와 가독성을 중시한 균형과 개성의 조화가 각각 113명 45.2%로 조사되었으며, 사인디자인의 바람직한 방향은 도시경관과 건축물과의 조화로운 표현이 80명 32.0%, 지역특성 및 차별화 57명 22.8%, 사인디자인에서 어울리는 서체는 필기체 및 손글씨 137명 54.8%로 사례분석에서 고딕체 표기 적용과는 다른 양상으로 조사되었다.

글씨방향은 205명 82.5%가 가로방향을 선호하였고, 사인디자인 표현요소는 색채 82명 32.8%, 심볼마크 74명 29.6%로 조사되었다. 사인디자인에서 고객들에게 전달해야하는 궁극적인 이미지는 상징적이미지 126명 50.4%로 정확한 업종의 상징적 표현과 브랜드 선호와 밀접한 관계가 있는 것으로 조사되었다.

구분	세부항목사항	여성		남성		계	
		N	%	N	%	N	%
글자 표기 방식	한글표기	63	47.7	60	50.8	123	49.2
	영어표기	12	9.1	9	7.6	21	8.4
	한글과 영어 혼용표기	54	40.9	45	38.1	99	39.6
	한문표기	2	1.5	2	1.7	4	1.6
	기타	1	0.8	2	1.7	3	1.2
	계	132	100	118	100	250	100
글자 표현	글자와 그래픽이미지	56	42.4	57	48.3	113	45.2
	가독성을 중시한 균형과 개성	65	49.2	48	40.7	113	45.2
	서체 글자수	10	7.6	13	11.0	23	9.2
	기타	1	0.8	0	0.0	1	0.4
	계	132	100	118	100	250	100
	사인디자인의 방향	도시경관과 조화	48	36.4	32	27.1	80
지역특성 및 차별화 전략		31	23.5	26	22.0	57	22.8
지역특성을 반영한 색채		25	18.9	25	21.2	50	20.0
건물 공간과 조화		24	18.2	29	24.6	53	21.2
다양한 재료와 조형성		4	3.0	5	4.2	9	3.6
기타		0	0.0	1	0.8	1	0.4
계		132	100	118	100	250	100
어울	고딕체스타일	36	27.3	24	20.3	60	24.0

리는 서체	명조체스타일	19	14.4	25	21.2	44	17.6
	필기체 및 손글씨 스타일	73	55.3	64	54.2	137	54.8
	기타	4	3.0	5	4.2	9	3.6
	계	132	100	118	100	250	100
글씨 방향	가로방향	113	85.6	92	78.0	205	82.0
	세로방향	12	9.1	18	15.3	30	12.0
	사선방향	6	4.5	7	5.9	13	5.2
	기타	1	0.8	1	0.8	2	0.8
	계	132	100	118	100	250	100
표현 요소	글자	30	22.7	26	22.0	56	22.4
	심볼마크	30	22.7	44	37.3	74	29.6
	색채	50	37.9	32	27.1	82	32.8
	간판의 형태	21	15.9	14	11.9	35	14.0
	기타	1	0.8	2	1.7	3	1.2
	계	132	100	118	100	250	100
	추구하는 이미지	화려한 이미지	4	3.0	5	4.2	9
친근한 이미지		35	26.5	37	31.4	72	28.8
즐거움 이미지		11	8.3	6	5.1	17	6.8
상징적 이미지		68	51.5	58	49.2	126	50.4
조형적 이미지		14	10.6	10	8.5	24	9.6
기타		0	0.0	2	1.7	2	0.8
계		132	100	118	100	250	100

[표 5] 사인디자인의 이미지 및 조형성

사인디자인의 조명 및 설치[표 6]에서 조명방식은 간접조명 163명 65.2%로 직접조명 80명 32.0%보다 높게 조사되었다. 설치형식은 사례분석에서 평면보다는 입체와 평면의 병합형 선호도가 108명 43.2%로 높게 조사되었다.

구분	세부항목	여성		남성		계	
		N	%	N	%	N	%
조명 방식	직접조명	42	31.8	38	32.2	80	32.0
	간접조명	85	64.4	78	66.1	163	65.2

	기타	5	3.8	2	1.7	7	2.8
	계	132	100	118	100	250	100
설치 형식	입체형간판	40	30.3	43	36.4	83	33.2
	평면형간판	26	19.7	26	22.0	52	20.8
	입체와 평면의 병합형 간판	62	47.0	46	39.0	108	43.2
	옥상간판	3	2.3	3	2.5	6	2.4
	기타	1	0.8	0	0.0	1	0.4
	계	132	100	118	100	250	100

[표 6] 사인디자인의 조명 및 설치

사인디자인과 상품구매와의 관계[표 7]에서는 그렇다. 131명 52.4%, 매우 그렇다. 58명 23.2%로 사인 디자인은 상품판매와 직접적인 영향이 있다는 긍정적인 평가로 조사되었다. 또한 상품구매에 영향을 주는 요인으로는 브랜드 선호가 전체응답자중 160명 64.0%, 상품에 대한 신뢰성 53명 21.2%로 조사되었다. 브랜드 가치는 상품구매와 밀접한 관계를 형성하고 있는 것으로 조사되었다.

구분	세부항목	여성		남성		계	
		N	%	N	%	N	%
상품 구매	매우 그렇다	29	22.0	29	24.6	58	23.2
	그렇다	72	54.5	59	50.0	131	52.4
	보통이다	29	22.0	19	16.1	48	19.2
	그렇지 않다	2	1.5	8	6.8	10	4.0
	매우 그렇지 않다	0	0.0	3	2.5	3	1.2
	계	131	100	118	100	250	100
	상품 구매 요인	브랜드이미지	85	64.9	75	67.6	160
주치의 편리성		2	1.5	4	3.6	6	2.4
상품에 대한 신뢰성		29	22.1	24	21.6	53	21.2
AS 및 친절		1	0.8	4	3.6	5	2.0
신제품의 구매가 가능		10	7.6	4	3.6	14	5.6
기타		4	3.1	0	0.0	4	1.6
오류						8	3.2
계		131	100	111	100	250	100

[표 7] 상품구매와 사인디자인

글자와 바탕색채[표 8]에서 조화로운 표현은 3가지 색채 적용 120명 48.0%, 2가지 색채 적용 111명 44.8%로 2-3가지 색채 적용방법을 선호하는 것으로 조사되었다.

구분	세부항목	N	%
색채 적용	1색채 적용	2	0.8
	2색채 적용	111	44.4
	3색채 적용	120	48.0
	4색채 이상 적용	16	6.4
	기타	1	0.4
	계	250	100

[표 8] 글자와 바탕 색채 조화

사인디자인이 상품구매에 영향을 미치는 업종[표 9]에서는 설문 응답자 250명이 3가지 업종을 선택하게 하였으며, 패션. 스포츠 144명 19.2%, 식품 102명 13.6%로 타 업종에 비해 다소 높게 조사되었다.

구분	세부항목	N	%
업종	정보통신상품	50	6.7
	전기·전자상품	64	8.5
	자동차	62	8.3
	음료·주류	46	6.1
	제과	64	8.5
	식품	102	13.6
	생활용품	49	6.5
	화장품	69	9.2
	패션·스포츠	144	19.2
	제약·의료	19	2.5
	금융·보험	20	2.7
	기업·건설	38	5.1
	공익	21	2.8
	기타	2	0.3
	계	750	100

[표 9] 사인디자인과 상품구매(3가지)

업종별 사인디자인 적용색채[표 10]에서는 Red, Orange, Yellow, Blue, P. Blue, Green, L. Brown, Brown, Black, White, Violet 색채는 1차 예비설문 조사에서 추출된 색채를 기준으로 하였으며, 업종별 사인디자인 적용시 선호도가 높은 색채 2가지만을 요약하여 제시하였다.

정보통신 Blue 65명 26.0%, 전기·전자 Blue 55명 22.0%, 자동차 Black 90명 36.0%, 음료. 주류 Orange 83명 33.2%, 제과 Brown 72명 28.8%, 식품 Green 79명 31.6%, 생활용품 Green 45명 18.0%, 화장품

White 73명 29.2%, 패션·스포츠 Red 52명 20.8%, 제약·의료 White 87명 34.8%, 금융·보험 Blue 54명 21.6%, 기업·건설 Black 41명 16.4%, 공익 Green 54명 21.6%로 조사되었다.

업종별 13가지 색채에서 Blue는 정보통신, 전기·전자, 금융·보험에서 선호도가 매우 높게 조사되었으며, 자동차, 생활용품, 패션·스포츠, 기업·건설에서도 높게 조사되었다. 이러한 현상은 도시경관과 사인디자인에서 Blue는 진취적이고 미래지향적이며, 희망차고 생동감 있는 의미를 내포하고 있는 것으로 조사되었다.

구분	색채	여성		남성		계	
		N	%	N	%	N	%
정보통신	Blue	35	26.5	30	25.4	65	26.0
	Black	25	18.9	14	11.9	39	15.6
전기·전자	Blue	35	26.5	20	16.9	55	22.0
	Black	35	26.5	20	16.9	33	13.2
자동차	Black	53	40.2	37	31.4	90	36.0
	Blue	22	16.7	16	13.6	38	15.2
음료·주류	Orange	48	36.4	35	29.7	83	33.2
	Green	15	11.4	16	13.6	31	12.4
제과	Brown	37	28.0	35	29.7	72	28.8
	Yellow	18	13.6	24	20.3	42	16.8
식품	Green	40	30.3	39	33.1	79	31.6
	Orange	24	18.2	15	12.7	39	15.6
생활용품	Green	26	19.7	19	16.1	45	18.0
	Blue	24	18.2	17	14.4	41	16.4
화장품	White	40	30.3	33	28.0	73	29.2
	Orange	18	13.6	13	11.0	31	12.4
패션·스포츠	Red	25	18.9	27	22.9	52	20.8
	Blue	22	16.7	26	22.0	48	19.2
계약·의료	White	47	35.6	40	33.9	87	34.8
	Green	28	21.2	19	16.1	47	18.8
금융·보험	Blue	33	25.0	21	17.8	54	21.6
	Green	25	18.9	17	14.4	42	16.8
기업·건설	Black	19	14.4	22	18.6	41	16.4
	Blue	20	15.2	19	16.1	39	15.6
공익	Green	34	25.8	20	16.9	54	21.6
	White	19	14.4	25	21.2	44	17.6

[표 10] 업종별 사인디자인 적용색채

사인디자인 실증분석을 토대로 다음과 같이 적용

방안을 요약하고자 한다. 사인디자인 적용사례[표 11] 글자표기는 한글 단독 표기와 한글과 영어의 혼용표기 비율에 대한 선호도가 비슷하였으며, 사인디자인의 상징적 이미지 추구와 필기체 및 손 글씨 디자인을 선호하였다. 특히 입체와 평면의 설치 및 2-3가지 색채적용은 색채와 심볼의 조화로운 표현을 반영하는 것으로 평가되어진다.

업종별 색채적용은 Blue가 높게 선호되는 것으로 조사되었으며, 직접조명보다는 간접조명의 선호와 가로방향의 글자 표기를 선호하였다.

구분	디자인적용사례	출처
한글표기		http://chungmu.com
한글과 영어 혼용 표기		http://www.114mall.kr
글자와 그래픽이미지의 조화		http://5505.ohmynews.com (엄지뉴스)
가독성을 중시한 균형과 개성의 조화		네이버 블로그
도시경관과 건물과의 조화		http://olpost.com/v/680555
2-3 색채		다음 블로그
색채, 심볼, 글자의 조합		네이버 블로그
상징적 이미지		네이버 블로그
가로 방향		http://www.classic-sign.co.kr
고딕체 스타일		네이버 블로그
간접조명		네이버 블로그
입체와 평면의 병합형 간판		http://homy.isup erpage.co.kr

[표 11] 사인디자인 적용사례

5. 결론 및 제언

선행 연구에서 김정옥의 논문(2010)의 결과에서는 문자는 국문지향과 서체크기 및 문자수가 고려되어야 하며, 색상은 지역성이 적용된 색채를 사용함이 바람직하고, 공간과의 조화, 컨셉에 의한 이미지 구축, 재료의 다양성을 요구하였다.

오준영의 논문(2009)의 결과에서는 사인디자인이 공공성, 공익, 편의성이 결여 되었으며, 건축물과 색채의 조화와 다양한 형태의 변화를 추구하여야 한다고 하였다.

위의 선행연구를 배경으로 본 논문에서는 도시경관을 구성하고 있는 건물에서 사인디자인의 실태를 특정지역을 선정하여 현장조사 분석하였다. 생명력 있고 활기찬 조화로운 거리조성을 위하여 보다 구체적인 연구 결과를 통하여 바람직한 사인디자인의 적용방안에 대한 결과는 다음과 같다.

첫째, 사인디자인에 관하여 성별, 세대별 전반에서 우리의 일상과 직접적인 연관을 가지고 있으며, 타이포그래피의 표현은 한글, 한글과 영문의 혼용표기를 선호하였다. 특히 글자와 그래픽이미지의 조화, 가독성을 중시한 균형과 개성의 조화가 서체의 크기 및 글자 수 보다 중요한 요인으로 평가되었다.

둘째, 상품구매와 직접적인 영향을 받는 사인디자인은 고딕체나 명조체보다는 필기체 및 손 글씨를 높게 선호하였으며, 색채는 3가지적용을 선호하였다. 이는 단순한 가독성의 개념보다는 상품의 특성과 개성이 부각된 흥미와 새로움이 표현된 디자인을 추구하고 있기 때문이다. 또한 가로 방향의 표기는 응답자의 80.0%로 아주 높았으며, 색채와 심볼의 표현비중이 타이포그래피보다 높게 조사되어 향후 사인디자인 적용에 비중을 두어야 할 것으로 평가된다.

셋째, 사인디자인의 궁극적으로 도시경관과 건물과 조화롭게 구성되어야 하며, 브랜드 이미지 표현을 강조하였다. 지역특성 및 차별화 전략에 의한 고유한 디자인과 색채, 평면과 입체의 상징적 이미지가 적용된 고객의 편의가 제공 되어지는 디자인 연구가 이루어져야 한다.

본 연구는 광양시 특정지역을 선정하여 대상의 표본이 다양하지 못하였으며, 사인디자인의 일반적 개선 방향에 대한 전반적인 적용보다는 지역과 거리, 건물, 위치에 따라서 세밀한 디자인개발은 필요하리라 본다. 따라서 건물에서 사인디자인의 설치 위치, 크기, 형태, 계절에 따른 조명의 변화, 동선에 따른 동적인 구성 등에 대한 연구가 이루어지기를 희망한다.

참고문헌

- 박대순(1993), 현대D 용어사전, 디자인오피스,
- 이명희(2004), 옥외 광고학원론, 위드 북스
- 오준영(2009), 상업지역에서의 간판디자인의 방향에 대한 연구, 울산대학교, 석사논문
- 김정옥(2010), 고밀도 상업지구 사인디자인 연구, 단국대학교 석사논문.
- 송민정(2008), 한,일 비교분석을 통한 간판디자인 개선 방안에 관한 연구, 성균관대학교 박사논문.
- 박금정(2010), 간판디자인 정비사업의 문제점에 관한 연구, 건국대학교 석사논문.
- Martin Raymond, 박정숙 역(2006), "미래의 소비자들", 에코비스.
- Tom Pearts(2005), "미래를 경영하라". 21세기 북스.
- <http://ask.nate.com>
- <http://www.gwangyang.go.kr>