

# 지역 브랜드 개발을 위한 디자인의 역할에 관한 연구

-시각 디자인 소재 및 개발전략을 중심으로-

A study of design's roll for local brand development



김영식 (Kim, Young Sik)

경북도립 경도대학 디지털디자인과

**논문요약**

**Abstract**

**I. 서론**

- 1. 연구 배경 및 목적
- 2. 연구 내용 및 방법

**II. 지역 브랜드에 관한 이론적 고찰**

- 1. 지역 브랜드의 개념과 정의
- 2. 지역 브랜드의 필요성과 효과

**III. 지역 브랜드 현황 및 사례연구**

- 1. 자치단체의 지역 브랜드 현황
- 2. 국내, 외 지역 브랜드 사례연구

**IV. 지역 브랜드 개발을 위한 디자인 역할**

- 1. 지역 브랜드를 위한 디자인 소재
- 2. 지역 브랜드를 위한 디자인의 개발 전략

**V. 결론**

**참고문헌**

**(keyword)**

local brand, development, strategy

**논문요약**

1970년대 이후 해외에서는 지역브랜드가 활성화 되었으나, 우리나라는 1992년 이후 지방자치가 부활, 실시되면서 중앙정부의 정책적 결정이 각 지역으로 이전되면서 지역의 아이덴티티의 확립, 지역 특성을 고려한 새로운 문화산업 활동, 지역경제 활성화 등으로 지역브랜드 개발을 위한 디자인의 역할이 날로 증가하고 있다.

지역 브랜드는 자사제품을 다른 제품과 차별화하고, 효과적으로 판매하기 위한 수단으로 활용되어 온 상품 브랜드 개념을 확장하여 발전시킨 것으로, 프로덕트 브랜드, 플레이스 브랜드, 이미지 브랜드로 구분된다.

지역 브랜드 화 하는 대표적 수단인 지역 특산품과 지역 슬로건, 지역 축제 등은 1997년대에 90여개에서 2005년 600여개가 운영되고 있는 것으로 알려져 있으나 통계에 잡히지 않은 것까지 합하면 약 1000여개의 각종 행사가 전국에서 운영되고 있는 것으로 추정되고 있다. 그러나 지역 브랜드의 개발 전략, 지역 주체성, 차별화 등의 부재로 정작 사람들의 발길을 끌어당기는 지역 브랜드는 그리 많아 보이지 않는다.

이에 지역브랜드 개발을 위한 지역 브랜드 아이덴티티를 정립, 지역 브랜드 자원의 개발 및 디자인의 역할을 검토 ,제안하고자 한다.

**Abstract**

After 1970's, The local's brand were activated in foreign countries however, after 1992 Korea revived a local self-governing system. So the central government's policy decision was transferred at each region. So the design's role for local brand was increased more and more. (foundation of local identity, culture industry activity considering local characteristics, local economic activation.)

The local brand differentiate their products with other products and the local brand is developed notion for effective sale. It is classified product brand, place brand and image brand.

The standard way for local brand, a local special product, slogan and festival are known to everybody that it is operated from 90 (in 1997) to 600 (in 2005) but, it is estimated 1000 ( various events are

operated at the whole county) but it seem that there is no attractive festival because of absence of local brand development strategy, discrimination and identity. Therefore I will propose and review design's role, local brand resources and local brand identity for local brand's development.

## I. 서론

### 1. 연구 배경 과 목적

지역브랜드는 자사 제품을 다른 제품과 차별화하고 효과적으로 판매하기 위한 수단으로서 활용되어 온 상품 브랜드 개념을 확장하여 발전시킨 것으로 특정 지역을 하나의 소비되는 상품으로 인식하고 각종 지역 이미지를 활용하여 차별화 및 정체성을 창출하는 것이다.

현대사회에서의 브랜드는 기업 경영과 소비생활에 중요한 위치에 있으며, 기업의 시장 가치 상당 부분이 브랜드에 의해 창출되고 있다.

이러한 브랜드 창출 범위는 국가, 지역, 도시, 기업, 상품 등으로 우리나라의 경우 국가는 한국 이미지를 Images of Korea, 한국의 문화 상징 이미지 Best10 등으로 선정하여 이미지화하여 관리하고 있고 지역 및 도시의 경우도 CI, 슬로건, 지역 특산품, 유, 무형문화재, 지역축제 등을 지역 발전 수단으로 지역 브랜드를 개발하고 있으며, 지역의 경쟁력 향상을 위한 노력을 아끼지 않고 있다.

그러나 지역 브랜드는 이미 형성된 지역 이미지를 브랜드화 한다는 점에서 기업에서의 브랜드 전략과는 디자인 소재, 개발 전략 측면에서 다른 접근방법이 필요하다.

또한 전국 1000여개의 차별화 되지 않은 지역축제와 전시 행정적인 행사유치, 지역 브랜드 소재, 전략에 대한 인식 부족, 계획성 없는 홍보마케팅 활동, 지역 구성원의 호응 없는 정책 등으로 해결해야 할 과제들이 많이 있다. 본 연구의 목적은 지역 브랜드를 통해 자치단체의 지역 이미지 및 정체성을 정립하고, 차별화와 지역 경쟁력을 창출하는 지역 브랜드 개발을 위한 디자인의 역할을 제시하고자 한다.

### 2. 연구 내용 및 방법

지역 브랜드 개발을 위한 디자인의 역할에 관한 연구로서 제 1장 연구 배경, 목적 및 연구내용, 방법을 정하고,

제 2장에서는 지역 브랜드의 개념 과 정의 및 지역 브랜드가 대두되게 된 필요성과 주민, 지방정부, 관계집단 등에 따른 효과를 고찰해 본다.

제 3장에서는 지역 브랜드 현황 및 사례연구 에서는 지역 브랜드 현황은 우리나라 지방 자치단체의 지역 이미지 경쟁력을 위해 시행하고 있는 특성 있는 브랜드 슬로건, CI, 지역 축제현황을 제시 하였으며, 지역 브랜드 성공 연구사례로 뉴욕 I♥NT 이미지 브랜드와 함평 나비 대축제의 프로덕트 브랜드, 경기 세계 도자기 비엔날레의 플레이스 브랜드를 분석하였다.

제 4장에서는 지역 브랜드 개발을 위한 디자인 역할을 위해 지역 브랜드 현황과 사례 분석을 바탕으로 지역 브랜드를 위한 디자인 모티브, 디자인 소재 및 개발 전략을 제시하고, 제 5장 결론을 맺는다.

## II. 지역 브랜드에 관한 이론적 고찰

### 1. 지역 브랜드의 개념과 정의

브랜드는 이미지, 마케팅의 대표적 수단이며, 브랜드를 통해 경쟁 지역과 상품을 차별화하고 고객 선호도 및 수입 증가를 높일 수 있다.

‘브랜드는 Brandr(to burn)’에서 유래된 말로, 영어로 색슨족이 불에 달군 인두로 자기 소유의 가축에 낙인을 찍어 자기 것임을 구분 지었던 것에서 유래된 것으로 구입자에게 제공되는 상품이나 서비스의 이름으로 다른 경쟁자들과 차별화하기 위하여 사용하는 독특한 이름이나 상징물 즉 이름, 용어, 문자, 기호, 심벌, 디자인 등을 총칭한다.

브랜드는 국가로부터 시작해 지역, 도시, 기업, 사업, 제품군, 개별 제품/서비스 등으로 그 범위가 점점 협소해진다. 지역브랜드란 이렇게 브랜드 개념을 장소나 공간 개념과 관련시켜 관광이나 지역개발 영역에서 다루는 것이다. 즉, 지역 브랜드는 국가 브랜드, 도시 브랜드 등을 모두 포괄적으로 의미하는 말이기도 하다.<sup>1)</sup>

1) 지역 경쟁력 강화를 위한 지역 브랜드 개발 전략, 임경 수, 한중일, 도시행정학보, 제16집, 2003.12

범위	구분
↑ 광범 ↓ 협소	국가
	지역
	도시
	기업
	사업
	제품군
	개별 제품/서비스

[표 1] 지역 브랜드의 계층

거시적인 흐름에서 보면 Globalization과 Localization이라는 측면이 서로 강조되면서 Global(또는Globalization)이라는 합성어가 탄생하였다. 과거 성장 위주의 로드맵이나 어느 특정 산업 위주의 지역 발전 전략은 환경 파괴와 같은 결과를 초래하였고, 최근의 지식산업 위주의 지역 발전 역시 선진 지역을 중심으로만 가능한 것이어서 여러 가지 문제를 드러내고 있다.

그러나 발전 중심의 사고는 지역 브랜드를 사고하는데 있어서 가장 기본이 되는 형태라고 보여 진다.

지역 브랜드란 ‘특정 지역을 하나의 소비되는 상품으로 인식하고 지역의 각종 인프라·자산·특성을 발굴하여 지역이 나타내고자 하는 정체성을 갖는 차별화되고 독특한 이미지로 만들어 타 지역과 다른 것으로 식별시키기 위한 총체적인 것’을 말한다. 좁은 의미로는 특정 지역을 다른 지역과 구별시키기 위해 사용하는 지역의 명칭·디자인 혹은 그들의 결합체 등 유형적인 것을 말하지만, 넓은 의미로는 도시가 가지고 있는 자산, 시민, 조직을 통해 전달되는 다양한 무형적 것을 포함한다.<sup>2)</sup>

예를 들면 지역의 자연조건, 지리적 환경, 인적요소 및 역사적 요소가 결합된 지역 특산품, 장소 마케팅, 지역 축제, 지방 특성화 전략 등이 있으며, 브랜드 개념을 장소, 지역과 연계 확장하여 사용하는 경우로 지역 이미지를 제고하고 지역경제를 활성화하고자 하는 다양한 방식의 노력들이라고 할 수 있다.

이러한 이유로 전국 16개 광역시와 234개 자치단체에서는 고유한 특산품, 유, 무형 문화재, 자연유산, 축제, 이벤트 등을 지역 브랜드로 개발하는 작업을 활발하게 추진하고 있다. 지역 브랜드 개발을 통해서 관광객과 투자자를 유치함으로써 주민의 소득자원을 개발하고 지역산업의 발전을 도모하여 삶의 질을 향상시킴과 동시에 주민들의 지역에 대한 자부심을 갖게 하고자 하는 효과를 기대하는 것이다.

지역 브랜드에는 제주감귤, 충주사과, 나주배 등 지역 특산품을 잘 만들어서 브랜드 화 하는 프로덕트 브랜드(Product Brand)와 서울 인사동, 부산 국제 영화제, 경주 세계 문화엑스포 등 장소가 브랜드가 되는 플레이스 브랜드(Place Brand), 그리고 캐릭터, 슬로건 등 지역 전체의 아이덴티티를 만드는 이미지 브랜드(Image Brand)로 구분 할 수 있다.

## 2. 지역 브랜드의 필요성과 효과

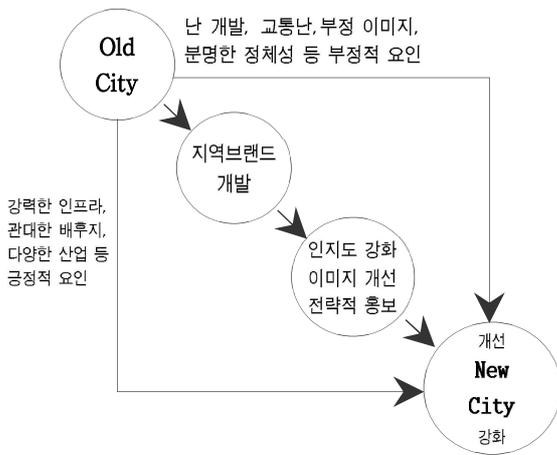
### 1) 지역 브랜드의 필요성

지역 브랜드는 자사 제품을 다른 제품과 차별화하고, 효과적으로 판매하기 위한 수단으로서 활용되어 온 상품 브랜드 개념을 확장하여 발전시킨 것으로 해외에서는 1970년대 이후부터 본격적으로 지역 브랜드가 논의되고 실천되었으나, 한국은 1990년대 중반 이후부터 지방자치가 시작되면서 지역의 아이덴티티를 어떻게 만들어 나갈 것인가에만 초점을 두었으나, 최근에서야 마케팅과 브랜드 전략 차원에서 상품화 통한 지역 경제 활성화 하고자 하는 중요한 전략으로 받아들여지고 있다. 지역 발전 전략으로서 지역 브랜드가 대두되게 된 것은 세계화, 지방화, 탈 경계화의 전개과정에서 과거에는 고전적 지역 성장모형은 그 지역의 자연, 인문, 사회적 조건의 비교 우위에 의해서 판단되었으나, 이후 지역간, 소득 간, 산업격차에 비교 우위 성장은 사회적 불균형을 심화시켜 왔다.

1980년대 이후 지역 경쟁체제 강화, 지방중심 개발을 추구하면서 지역의 특성을 강조한 첨단 과학도시, 전통과 문화 도시 등의 개성의 다원화가 필요하였다.

또한 문화수요의 증대와 지역 활성화 측면에서 소득 수준이 향상되면서 여가와 관광에 대한 욕구가 증대하고, ‘삶의 질’과 쾌적한 생활공간을 추구하는 경향이 커지면서 문화적 수요가 크게 증대 되었으며, 지역 활성화는 각 지역의 특색을 가지고 그곳에 사는 주민들의 아이디어, 자금, 노력을 통하여 지역 정체성을 확보 및 경쟁력을 창출하고 있다고 할 수 있다.

2) <http://www.inubrand.co.kr>



[표2] 지역 브랜드의 필요성

## 2) 지역 브랜드의 효과

지역 브랜드 활성화에 따른 효과는 지방정부에 대한 효과, 주민에 대한 효과, 관계집단에 대한 효과 등으로 크게 세 가지로 구분할 수 있다.

첫째, 지방정부에 대한 효과는 정책의 일관성 유지, 경영관리의 경제성 확보, 지역 공공 서비스의 차별화, 독특한 지역 문화의 형성, 도시환경의 개선 등의 효과를 얻을 수 있다.

둘째, 주민에 대한 효과는 지역 브랜드와 주민들이 커뮤니케이션을 통하여 나누는 공감기 주민으로 하여금 긍지와 자부심을 갖게 하고, 살고 싶은 이미지로 그 지역을 기억하게 한다. 또 지역 주민에 의한 지역 문화 확립 및 지역 내 커뮤니케이션이 활성화되어 지역 주민의 애향심 향상과 사기가 앙양되며, 지역에 대한 인지도와 선호도를 향상시켜 긍정적인 이미지를 형성하여 거주 주민 유치 효과를 기대할 수 있다.

셋째, 관계집단에 대한 효과는 각종 사회단체와 기업들이 활동 지역을 선택함에 있어 영향을 줄 수 있다. 지역의 좋은 이미지는 미래 비전에 대한 기대감을 조성하고 기업들의 투자유치를 활성화 시킬 수 있다.<sup>3)</sup>

## III. 지역 브랜드 현황 및 사례연구

### 1. 자치단체의 지역 브랜드 현황

지방자치가 출범한지 14년이 되는 지금, 지역의 경쟁력을 위한 다양한 형태의 지역 브랜드 개발 계획들이 시

3) 지역 진흥을 위한 디자인 개발 프로그램, 하상오, 디자인학연구, 제45호, 2002.2

행되고 있다. 전국 16개 광역시 및 243개 자치단체가 지역 발전을 위한 전략적 수단으로 활용되고 있는 도시 CIP(City Identity Program), 도시 브랜드 슬로건, 지역 축제 등이 대표적인 지역 브랜드의 경쟁력을 높이기 위한 가장 중요한 수단으로 인식되고 있다.



[그림1] 도시 브랜드 슬로건 현황

이에 전국 자치단체의 지역 브랜드 운영 현황 중 2002년 서울시, 2004년 대전시 와 부산, 울산시 등으로 확산되고 있는 도시 브랜드 슬로건 8개와 전국 16개 광역시 CI 및 2005년 문화관광부의 전국 지역축제 현황 600여개 중 자치단체마다 유사하고 중복된 문화제, 예술제, 꽃 관련 축제 등을 제외하고 특색있는 230여개의 대표적인 현황을 제시하였다.



[그림2] 전국 광역시 CI 현황

지역명	시군	축제명	개최시기	최초연도	종류
서울시	서울시	하이서울페스티벌	10월	2006	문화예술
	서울시	월드컵공원연세축제	10.7-(10일)	2002	문화예술
	강동구	세계통과의레페스티벌	6.17(4일)	2000	문화예술
	강서구	의성"허준"축제	10.8-(2일)	1999	기타
	서대문	서대문형무소역사관예술제	9월말(4일)	2001	문화예술
	동대문	서울시악령시축제	5월(2일)	1995	관광특산
	마포구	한국실협예술제	10.21-(3일)	2002	문화예술
	동작구	장승제	10.2-(3일)	1991	전통민속
	용산구	세계홈스테이축제	7.5-(5일)	2004	기타
	종로구	인사전문문화축제	5월(8일)	1988	기타
	강동구	강동선사문화축제	10.1-(16일)	1996	전통민속
광주시	광주시	518청소년문화제	5월(1일)	2004	문화예술
	광주시	광주비엔날레	9.8(65일)	1995	문화예술
	동구	추억의7080총장로축제	10.27(4일)	2004	문화예술
	남구	효사랑65축제	5월(2일)	2003	문화예술
	남구	고색윙글이축제	2.22-(2일)	1983	전통민속
대구시	대구시	달맞이언덕축제	4월(3일)	1999	문화예술
	대구시	섬유축제	10월(6일)	1984	관광특산
	중구	남산인쇄문화축제	10월중(3일)	2000	문화예술
	달성군	비슬산꽃밭축제	4.16-(9일)	1997	관광특산
대전시	유성구	유성건강페스티벌	10월(2일)	2001	관광특산
	대전시	대전유머페스티벌	10.10(3일)	2000	기타
부산시	부산시	부산국제영화제	10.10-(9일)	1996	문화예술
	서구	송도바다축제	8.3-(2일)	1995	관광특산
	동구	좌천동가구축제	10월중(10일)	1992	관광특산
	사하구	노을속의 문화축제	8.14(2일)	2004	문화예술
	동래구	동래총렬제	10월초(5일)	1995	기타
	해운대	달맞이언덕축제	8.6-(3일)	1998	문화예술
	해운대	해운대비치페스티벌	8.2-(3일)	1983	관광특산
	해운대	송정해변축제	8.1-(4일)	1996	관광특산
	사상구	사상장변축제	5월(2일)	2000	문화예술
	금정구	범어사개산문예대제전	10월중(4일)	2002	기타
	연제구	은천문화축제	4.2(2일)	2003	관광특산
	강서구	가덕도승어들어축제	4월(3일)	2000	관광특산
	강서구	명지시절전어축제	9월초(3일)	2001	관광특산
	기장군	기장갯마을마당극축제	7월말(4일)	1996	문화예술
	기장군	기장벌치축제	4월중(3일)	1997	관광특산
	기장군	기장봉정어축제	10월중(3일)	2000	관광특산
울산시	중구	차없는거리문화축제	10.14-(3일)	2001	기타
	동구	동구해변축제	7.23-(6일)	2000	문화관광
	북구	노동문화축제	10월(2일)	2003	기타
	북구	정자해변영화축제	7월말(3일)	2003	문화예술
	울주	웅기축제	10.30(2일)	2000	전통문화
	울주	언양.봉계한우불고기축제	10월(3-5일)	1999	특산품

인천시	인천시	인천해양축제	8월초(3일)	2003	기타
	인천시	인천국제의날축제	10.3(3일)	2002	기타
	인천시	인천국제클라임마인축제	9월(7일)	1996	문화예술
	인천시	인천음식축제	9월중(4일)	2002	관광특산
	중구	월미관광특구문화축제	10월중(3일)	2003	관광특산
	남구	미디어문화축제	10월(3일)	2004	기타
	부평구	부평풍물대축제	5월(7일)	1997	전통민속
	강화군	강화고인돌문화축제	10월초(4일)	1998	전통민속
	강화군	삼랑성역사문화축제	10월중(4일)	2001	전통민속
	강화군	선원사노동영양꽃축제	7월말(8일)	2003	관광특산
	강화군	강화도새우젓축제	10월초(3일)	2004	관광특산
경기도	경기도	경기도세계도자기비엔날레	4월(58일)	2001	문화예술
	고양시	고양꽃박람회	4월(15일)	1997	문화예술
	수원시	수원화성문화제	10.7-(4일)	1963	관광특산
	성남시	세계민속예술축제	8.19-(9일)	2001	문화예술
	부천시	부천국제판타스틱영화제	7월중(12일)	1998	문화예술
	부천시	부천국제학생애니메이션페스티벌	11.4-(5일)	1999	문화예술
	안양시	사이버문화축제	6월(2일)	2002	기타
	평택시	평택농업축제	11월(3일)	미상	관광특산
	안산시	단원미술제	10월중(20일)	1999	전통화문
	용인시	용인사이버페스티벌	9.30-(3일)	2000	기타
	광명시	월드뮤직축제	9-11월중	2004	문화예술
	화성시	경조효행문화제	5월(3일)	2002	문화예술
	화성시	별빛축제 및 마린투어	8월(2일)	2004	기타
	이천시	이천도자기축제	4.23-(58일)	1987	관광특산
	이천시	장호원복숭아축제	9.23-(3일)	1997	관광특산
	김포시	김포농업인의날축제	10월하(3일)	1995	관광특산
	광주시	광주생활도자기축제	4.23(58일)	1998	문화예술
	광주시	광주문화봉어찜축제	5.6-(10일)	미상	관광특산
	광주시	퇴촌도마토축제	6.24-(3일)	2003	관광특산
	안성시	남사당바우덕이축제	10.5-(5일)	2001	전통민속
	안성시	안성죽산국제예술제	6.24(5일)	1995	문화예술
	의왕시	의왕어린이축제	5.3-(3일)	2004	문화예술
	여주군	여주도자기박람회	4.23-(58일)	1990	관광특산
	여주군	여주천서리막국수축제	9월초(5-7일)	1996	관광특산
	여주군	여주천상명품전	10.2(5일)	1998	관광특산
	여주군	세종문화관잔치	10.1-(59일)	1962	문화예술
	양평군	은행나무축제	10월(7일)	2000	관광특산
	과천시	통기타와 영화의 만남	8.6-(9일)	2003	문화예술
	과천시	토리아리과학축제	4.17-(3일)	2003	기타
	남양주	다산문화제	10.10-(3일)	1986	전통민속
	파주시	헤이리페스티벌	9.24-(16일)	2003	문화예술
	파주시	어린이책한마당	9.30-(10일)	2003	문화예술
	포천시	산경호수명성산역새꽃축제	10.8-(2일)	1997	관광특산
	동두천	동두천락페스티벌	8월중순(3일)	1999	문화예술

	가평군	북한강축제	8.12-(3일)	2004	기타
	의정부	평화예술제	6.1-(12일)	1993	문화예술
	연천군	DMZ민통선예술제	8.14-(2일)	1999	문화예술
충북	청주시	청주직지축제	4.15-17(3일)	2003	전통문화
	충주시	수안보온천제	4월중(3일)	1985	관광특산
	충주시	세계무술축제	10월(3일)	1997	문화예술
	충주시	충주호수축제	8월(5일)	2002	관광특산
	제천시	의림지겨울페스티벌	1.21-23(3일)	2004	기타
	제천시	청소년노전축제	8월초(3일)	2005	기타
	제천시	제천약조건강축제	10월초(3일)	2004	관광특산
	청원군	세종대왕조경약수축제	5.2-(5일)	2003	관광특산
	청원군	청원생명쌀유채꽃축제	4.23-5.15(23일)	2004	문화예술
	청원군	시민의날빛 청원문화제	10.1-(4일)	1988	문화예술
	보은군	속리산가을한마당축제	10월중순(2일)	1997	관광특산
	증평군	인삼, 항공우주축제	10월(3일)	1992	전통민속
	진천군	세계태권도화랑문화축제	5월(7일)	2002	문화관광
	진천군	생거진천농다리축제	7월(3일)	2000	문화관광
	괴산군	괴산청결고추축제	8월하순(3일)	2001	특산품
	진천군	괴산문화제행사	10월(3일)	1980	문화예술
	음성군	전국품바축제	4.22-(3일)	2000	관광특산
	음성군	음성청결고추축제	9월(3일)	1996	특산품
	단양군	소백산철쭉제	5.14-(16일)	1983	관광특산
	단양군	단양마늘5일장한마당	7.6-(5일)	1999	관광특산
	영동군	영동곶감페스티벌	12월중(2-3일)	2003	관광특산
충남	충남	만해제	10.1-(3일)	1995	문화예술
	천안시	천안홍터령축제	9월말(5일)	2003	문화예술
	공주시	계룡산산신제	4-5월주(4일)	1998	전통민속
	공주시	마곡사신록축제	4월중(3일)	2004	관광특산
	아산시	외암민속마을짚풀문화제	10월(3일)	2000	전통문화
	서산시	서산해미읍성병영체험축제	4.29(3일)	2000	전통민속
	논산시	딸기축제	4.8-(3일)	1997	관광특산
	논산시	양촌곶감축제	11월중(2일)	2003	관광특산
	금산군	금산인삼축제	9월(10일)	1989	관광특산
	부여군	은산별신제	3월(5일)	미상	전통민속
	부여군	백마강수막축제	6.2-(2일)	1995	관광특산
	서천군	동백꽃주꾸미축제	3.26-(14일)	2000	관광특산
	서천군	홍원향전어축제	9.24-(14일)	2000	관광특산
	홍성군	내포사랑근축제	10월(3일)	2005	문화예술
	홍성군	대하축제	9-10월(40일)	1996	관광특산
	홍성군	광천토굴새우젓조선김대축제	10월(10일)	1996	관광특산
	태안군	안면도현대예술축제	4.30-(6일)	1998	문화예술
	태안군	백사장대하축제	10월(15일)	2000	관광특산
	청양군	고추, 구기자축제	9월(2일)	2000	관광특산
	예산군	추사문화제	10월(2일)	1996	문화예술
	보령시	보령머드축제	7월(7일)	1998	관광특산

강원	영월군	김삿갓문화근잔지	10.8-(3일)	1998	전통문화
	영월군	동강뱃목축제	7월초(3일)	2003	관광특산
	인제군	황태축제	2.26-(7일)	1999	특산품
	인제군	하늘내린인제레포츠클러스터	7.1-14(14)	2003	기타
	태백시	태백산눈축제	1.21-(10일)	1992	관광특산
	태백시	태백산철쭉제	6월(5일)	1986	관광특산
	태백시	태백산 톨시네마페스티벌	8월(8일)	1997	문화예술
	화천군	물의나라 화천 쪽배축제	7.23-(16일)	2002	관광특산
	정선군	석탄문화제	6월(2일)	1995	관광문화
	정선군	아우라지뱃목축제	7.30-(3일)	1993	관광특산
	양양군	양양연어축제	10.23-(2일)	1997	관광특산
	춘천시	막국수축제	8.5-(5일)	1996	관광특산
	춘천시	춘천에니타운페스티벌	10.30-(5일)	1997	문화예술
	춘천시	닭갈비축제	5월(5일)	2004	관광특산
	양구군	도솔산전적문화제	6.17-(3일)	1997	문화축제
	강릉시	강릉단오제	5.3-(5일)	1967	전통문화
	강릉시	여름바다예술제	7.10-(40일)	1997	문화예술
	강릉시	오경어축제	8.5-(3일)	미상	관광특산
	강릉시	경포대벚꽃축제	4월(7일)	1990	관광특산
	강릉시	강릉국제관광민속제	6.11-27(17)	2004	문화예술
	홍천군	홍천찰옥수수축제	7월말-(3일)	1997	관광특산
	홍천군	인삼축제	10.15-(3일)	2003	관광특산
	속초시	속초해양페스티벌	7월(7일)	2001	해양관광
	속초시	학사영순두부축제	10월(3일)	2003	특산품
	속초시	실악논꽃축제	1월(2일)	1996	관광특산
	철원군	한탄강여름축제	7.24(9일)	2003	관광레저
	철원군	해바라기축제	12월(15일)	2004	관광특산
	동해시	동해오징어축제	8월초(3일)	1997	관광특산
	평창군	강원감자근잔지	8.11-14(4일)	1997	관광특산
	평창군	대관령눈꽃축제	1.27-(4일)	1993	관광특산
	원주시	원주국제마파루(세계명화광파르)	9월중(3일)	2004	문화예술
	원주시	생명축제	11월(4일)	1999	전통민속
	원주시	장난감축제	10월(3일)	미상	기타
	삼척시	해변동굴축제	8월(3일)	2003	관광특산
	횡성군	횡성한우축제	9.26-(5일)	1981	특산품
	횡성군	안흥전병축제	10.9(2일)	1999	특산품
	고성군	고성명태축제	2월(4일)	1999	특산품
경북	경주시	경주세계문화엑스포	8월(60일)	1998	문화예술
	경주시	한국의술과떡잔치	4월(5일)	2002	관광특산
	포항시	세계해병전우인축제	7-8월(3일)	2004	관광특산
	포항시	포항과메기축제	12월(3일)	1999	관광특산
	김천시	김천포도축제	7월-(9일)	2000	관광특산
	안동시	안동국제탈춤축제	10.1-(10일)	1968	전통민속
	영주시	풍기인삼축제	7.30-(9일)	2004	특산품
	영주시	부석사화엄축제	5.1(30일)	2003	문화예술

	상주시	상주자전거축제	10월초(3일)	1999	관광특산
	영천시	영천한약축제	10월(5일)	2003	관광특산
	영천시	영천포도축제	8(3일)	1998	관광특산
	문경시	문경마운틴페스티벌	8.20-(4일)	2003	관광특산
	경산시	갓바위축제	10월(3일)	2000	관광특산
	청송군	주왕산수달래축제	4.30-(3일)	1986	일반축제
	청송군	청송사과축제	10.21-(3일)	2004	관광특산
	영양군	영양고추문화축제	9-10월(3일)	2000	관광특산
	영덕군	영덕대게축제	4.15-(3일)	1998	관광특산
	청도군	청도소싸움축제	8월	1997	전통민속
	성주군	참외축제	4.29-(3일)	2004	관광특산
	칠곡군	아카시아벌꿀축제	5.7-(5일)	1999	관광특산
	봉화군	봉화송이축제	9월(5일)	1999	관광특산
	울진군	울진대게축제	4월초(3일)	2000	관광특산
	울진군	울진송이축제	10월초(3일)	2000	관광특산
	울릉군	오징어축제	8월(4일)	2000	관광특산
	의성군	마늘축제	10.7(2일)	1983	특산품
경남	하동군	새미골막사밭축제	5월	미상	관광특산
	창원시	한산대첩기념제	8월(5일)	미상	기타
	마산시	마산어시장축제	9월중(3일)	2000	기타
	마산시	마산국화박람회	10월하순(7일)	2000	기타
	진주시	진주논개제	5.27-(3일)	2002	문화예술
	진해시	진해군항제	3.26-(10일)	1963	관광특산
	통영시	한산대첩축제	8.14-(4일)	1962	전통민속
	사천시	사천항공주수산업축전	10.26-(5일)	2004	기타
	김해시	가락문화제	4.22-(5일)	1963	문화예술
	김해시	허황옥실버문화축제	10월중(3일)	2003	기타
	거제시	옥포대첩기념대전	6.16-(3일)	1962	전통민속
	거제시	해양스포츠"세계로바다로"	7월말-8월초	1994	기타
	통영시	통영나전칠기축제	10월(4일)	1999	관광특산
	의령군	의병제전	4.20-(4일)	1972	전통민속
	창녕군	3.1민속문화제	2.28-(4일)	1961	전통민속
	고성군	소가야문화제	10.1-(3일)	1959	문화예술
	고성군	공룡나라축제	4.30-(9일)	2000	관광특산
	남해군	섬머페스티벌	7.29-(3일)	2004	문화예술
	남해군	이충무공노랑해전승첩제	11.18-(3일)	2000	문화예술
	하동군	참송어축제	10월(3일)	2001	관광특산
	하동군	약양대봉감축제	10월말-(3일)	2000	관광특산
	함양군	함양물레방아축제	10.15-(3일)	1962	문화예술
전북	전북도	전주세계소리축제	9.27-10.3(7일)	2000	전통민속
	전주시	전주풍남제	4.30-5.5(6일)	1959	전통민속
	전주시	대한민국전통술축제	4.30-(6일)	2004	전통민속
	전주시	전주한옥마을김장축제	11월(9일)	미상	전통민속
	군산시	군산세계철새관광페스티벌	12.1-(5일)	미상	관광특산
	군산시	군산주꾸미축제	3.25-(7일)	미상	관광특산



하였다. 9/11 이후에 이 말은 새로운 의미를 가지게 되었다. 뉴욕인들이 그들의 영웅과 생존자와 희생자들을 찬양하며, 세계가 그들에게 동정과 연대를 표현하는 의미로서 통용되고 있는 것이다.

'I Love New York' 재건 캠페인에는 'New Day' 텔레비전 광고, '비즈니스 리더의 약속' 광고, 'I♥NY Culture' 캠페인, 'I♥NY Theater' 캠페인, 'Chinatown Promotion' 등이 포함되어 있다. 그 결과 2003년 I♥NY 캠페인은 위기에 처한 '뉴욕 경제회복 광고 파워 상'을 뉴욕 광고클럽 상을 수상하였으며, 뉴욕의 도시 브랜드 뿐 아니라 미국을 상징하는 문화 아이콘으로 자리 잡았다.<sup>4)</sup>

### 함평 나비 대축제 프로덕트 브랜드

함평군은 인구 4만여명, 농, 수산업등 1차 산업 종사 인구 70%, 농산물 수출업 총 11개 업체, 재정자립도 13%의 농업지역으로 산업기반이 취약하고 관광자원이 부족한 전형적인 농업지역이다. 적어도 나비가 등장한 1999년 이전까지는 이런 수치들이 함평의 어두운 지표이다. 함평은 1990년대 말부터 친환경 농업 추진, 생태 학습관 자원 개발, 곤충산업 육성 등 3대 핵심과제를 선정, 유일한 '자산'인 농업을 승부수로 지역 경제 활성화를 도모하고 나섰다. 1998년 이후 함평친 정화사업으로 생긴 1,000만 평의 유채꽃 단지를 배경으로 기획된 유채꽃 축제가 해마다 봄이면 전국의 가족단위 행락객을 끌어 모으는 함평 나비 대축제로 전환된 것은 지역의 정체성 확립과 청정한 환경과 나비를 접목시켜 친환경 농업군 으로서의 이미지를 대내, 외 부각시켜 프로덕트 브랜드를 제고한 사례라 할 수 있다.

관광의 불모지였던 함평군은 '나비'라는 환경 상징 테마를 활용하여 기획한 '함평 나비 대축제'를 통해 청정지역으로서의 이미지를 정립하고 홍보하는 지역 마케팅을 추진하여 지금까지 8차례에 걸쳐 축제를 개최하여 700만 명의 관광객을 유치하고 직, 간접적으로 약 500억원의 경영 수입을 올렸다.

생태 관광 축제로 자리 매김한 함평 나비 대축제를 통해 함평군의 대표 상징물이 된 '나비'의 이미지를 이용한 브랜드 나르다(Nareda)는 나비가 날다, 브랜드가 뜨다 의 의미를 지니고 있다.



【그림4】 함평 나비 대축제 프로덕트 브랜드

Nareda 브랜드 인지도 제고를 위해 매년 나비상품 공모전 개최 및 산업디자인 전문회사 누브티스 연구 영역으로 섬유류 23품목 111종, 액세서리 12품목 85종, 문구류 3품목 5종, 도자기류 13품목 13종, 피혁제품 7품목 9종 총 58품목 223종 상품화 하는데 성공하였다.<sup>5)</sup>

함평군 나비 대축제의 성공요인 나비 아이템 이미지화, 다양한 홍보, 마케팅 기법 도입, 나비 테마의 편의성, 단일상품 다기능 가치창출, 지역 주민의 적극적인 참여와 협조, 친환경 부존자원 극대화 등으로 요약 할 수 있다. 함평 나비 대축제는 이제 그 자체로 하나의 산업이 되었다. 그 파급효과는 대단해서 '함평=나비 · 곤충산업=친환경농업'이라는 지역이미지를 창출함으로써 함평에서 생산되는 상품은 그 자체로 친환경이라는 이미지가 심어졌다.

함평 나비 대축제는 환상, 동화, 환경, 어린이, 추억 등 나비이미지를 철저히 반영한 축제로 공원을 조성하고 사람들을 모으는 모든 과정이 정교한 마케팅의 결과로 나비를 주제로 테마의 간결하고 명확한 브랜드 상품 파급으로 지치단체 브랜드의 이미지를 탈퇴하여 2008년 함평 세계 나비 · 곤충 엑스포를 준비하고 있다.

### 경기 세계 도자기 비엔날레 플레이스 브랜드

경기도의 세계 도자기 비엔날레는 도자기 생산지로 유명했던 여주, 이천, 광주의 지역적 특성과 경기도가 공동으로 협력하여 광역 자치단체가 추진한 도자기 축제이다.

비엔날레 운영은 여주, 이천, 광주의 도자 성격에 따라 차별화하여 이천은 예술도자로 도자예술의 세계적 경향, 현대 미술로서 예술적 가능성을 조명하며, 광주는 전통도자로 한국 도자 전통 및 우수성을 조명하며, 여주는 생활도자로 도자와 생활의 관계 · 의미와 쓰임의 기능성 등으로 구성, 운영하였다.

4) 꿈틀거리는 지역 브랜드, 월간디자인, 2005.4

5) 디자인 브랜드 경영 우수 사례, 한국디자인진흥원, 2003.



【그림5】 경기 세계 도자기 비엔날레 플레이스이미지

제1회 경기 세계 도자기 비엔날레는 2001년 ‘도자의 과거·현재·미래’라는 주제로 84개국 600만 명이 참여했으며, 제2회는 2003년 ‘창조의 열정·전통의 격조·생활의 향기’라는 주제로 68개국 400만 명이 참여했고, 제3회 2005년 경기 방문의해 행사는 ‘문화를 담는 도자기’라는 주제로 67개국 400만 명이 참여했다. 2007년 제4회에는 ‘미래의 아시아를 빛자’라는 주제로 열릴 예정이다.<sup>6)</sup>

세계 도자기 비엔날레 주요행사는 국제공모전, 기획 및 특별 전시, 학술행사, 공연행사, 워크 샵 등 5개 분야 27여개 행사가 거행하였으며, 마스코트인‘도야’를 이용한 캐릭터 상품, 각종 도자소품을 판매하는 도야 아트 숍, 300여개 요장 운영 및 상품관 등을 통한 도자기 판매와 세 지역 농산물인 이천 쌀, 복숭아 등의 농산물 판매량도 크게 늘어 지역경제에도 기여한 것으로 분석되었다. 그러나 2회 행사는 태풍 매미와 소비심리 위축, 3회 때는 교과서 왜곡과 독도문제 등으로 야기된 한·중·일 갈등 속에서도 행사 자체 수치분석은 손해를 보았으나, 사회 문화적 파급효과나 지역경제 전체에 미친 경제적 파급효과는 큰 것으로 판단된다.

경기 세계 도자기 비엔날레의 성공요인은 소비심리 위축과 기상 악화, 독도문제 속에서도 다양한 홍보마케팅 활동, 방문객으로 인한 지역 경제 활성화, 한국 도자기 이미지 극대화, 도자교육 콘텐츠 확인 등으로 요약할 수 있다.

이제 경기 세계 도자기 비엔날레는 지역적인 축제를 뛰어넘어 국제적인 주목을 받는 도자기 행사로 발돋움하고 있다.

#### IV. 지역브랜드 개발을 위한 디자인 역할

##### 1. 지역 브랜드를 위한 디자인 소재

디자인은 인간생활의 향상을 위한 인공 환경을 만들어

내는 총체적 행위의 한 요소이다.

디자인이 우리 생활과 밀접한 관계를 가진 창조적, 사회적인 하나의 예술행위로서, 우리 주변 모두는 디자인으로 이루어져 있으며 넓은 의미로는 인간생활 그 자체가 디자인의 활동영역이라 말할 수 있다. 이렇듯 디자인은 항상 인간의 실제적 삶과 연결되어 인간의 의식적인 노력에 의해서 실물로서 구체화되는 것이기 때문에 현대사회에서 디자인은 그 영역이 확대 되어감에 따라 다양한 의미를 가지면서 발전하게 되어 이제는 우리생활에 디자인과 관련되지 않은 것은 거의 없게 되었다.

우리생활과 밀접한 관련을 갖고 발전해 온 디자인이 지역 브랜드를 통해 기업, 국가, 지방 자치단체의 정체성의 확립, 지역 특성을 고려한 새로운 산업 활동 및 경쟁력 확보 등에 중요한 역할을 하고 있다.

먼저 지역 브랜드 개발을 위한 자치단체의 브랜드 개발 모티브를 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 지역 특산물 및 공산품의 인증 브랜드 개발.

특산물, 수, 공예품, 공산품 등의 특징, 우수성을 비주얼 브랜드 화 하는 것으로 금산 인삼, 안동모시, 춘천 닭갈비, 보령 머드 축제 등이 있다.

둘째, 축제, 비엔날레, 이벤트 행사의 상징 브랜드 개발. 직, 간접의 재정 확충을 위한 정기적 행사의 상징을 브랜드 화 하는 것으로 경기도 세계 도자기 비엔날레, 부산 국제영화제, 부천 국제 판타스틱 영화제 등이 있다.

셋째, 관광 문화 분야의 브랜드 개발.

자치단체의 역사적 사건, 인물, 전설 등의 이미지를 상징, 브랜드 화 하는 것으로 진주 논개제, 영월 김삿갓 문화 잔치, 서대문 형무소 역사관 예술제 등이 있다.

넷째, 지역 특화 산업의 제품과 자치단체의 이미지 통합의 브랜드 개발.

지역 특화 공산품에 대한 자치단체의 특화 상품을 브랜드 화 하는 것으로 대구 섬유축제, 통영 나전칠기축제, 익산 보석 문화 축제 등이 있다.

이러한 자치 단체의 브랜드 개발 모티브를 통한 지역 브랜드 분야별 디자인 소재를 살펴보면 다음과 같다.

##### ① 프로덕트 브랜드 디자인

지역 제품 B.I(Brand Identity) 디자인: 농, 특산물, 수, 공예품, 공산품, 영상, 출판, 연극, 영화 등.

지역제품 캐릭터 디자인: 농, 특산물, 수, 공예품, 공산품 등.

지역제품 패키지디자인: 농, 특산물, 수, 공예품, 공산품 등.

지역 제품 웹 디자인

지역 제품 광고, 홍보 디자인

6) <http://www.gg.go.kr>

② 플레이스 브랜드 디자인

도시환경 디자인: 건축물, 환경 조형물, 스트리트 퍼니처, 사인, 보도, 슈퍼 그래픽 등.

지역 축제 디자인: 문화예술, 전통문화, 지역 특산물, 지역 특성화 등.

지역 개발 디자인: 도심 재개발 및 교외 테마공원, 엑스포, 박람회, 이벤트 등.

③이미지 브랜드 디자인

도시 CIP(City Identity Program) 디자인: 기본 시스템, 응용시스템 등.

도시 브랜드 슬로건 디자인

지역 캐릭터 디자인: 역사적 인물, 동물, 식물 등.

지역 문화 디자인: 유, 무형문화제, 전통 문양 등.

도시 웹 디자인

도시 광고, 홍보 디자인

**2. 지역 브랜드를 위한 디자인 개발 전략**

지역 브랜드를 위한 디자인 개발은 우선적으로 지역의 부존자원을 확인하여 상품성, 차별성, 창출성, 가능성 등을 검토하고 지역 브랜드 개발을 추진하며, 이렇게 추진된 지역 브랜드는 디자인 개발 전략을 통해 지역 아이덴티티 및 지역 경제의 활성화를 제고하므로 지역 경쟁력을 강화하게 된다.

지역 브랜드 개발은 지역 브랜드의 아이덴티티 구축이 전제 되어야 하며, 아래에서 열거하는 합리적 선정기준과 타당성이 총체적으로 결합되어야 한다.

지역성: 지방화에 따른 토속성, 재래성, 민속성, 정체성

경제성: 접근 가능성과 합리적인 경제성, 고부가 가치

차별성: 희소성 있고 개성있는 내용의 가치

연계성: 지역간 경쟁보다는 특색있는 아이템을 가지고 연계

지속성: 기록, 운영 및 진행, 평가에 의한 체계적이고 장기적인 비전으로 지속적으로 추진

참여성: 지치단체 공무원, 지역 문화인, 지역민 등의 참여, 주체간의 호응

다음으로 지역 브랜드의 디자인 개발 전략으로 기획 및 전략 수립, 지역 이미지 확립, 시각화 디자인 시스템 구축, 지역 프로그램 평가 및 관리 등의 과정으로 단계화할 수 있다.

1단계 : 기획 및 전략 수립

자치단체가 긴 안목에서 지역 브랜드 개발과 육성을 위한 단계적 추진 전략을 수립하는 과정으로 지역의 산업, 지역 행정구조 및 지역 브랜드 상품 시장에 대한 이해, 아이디어 수집, 컨셉 개발, 상품화 단계, 종합평가 및 예

측, 관리 등의 장기적 관점에서의 추진을 위한 기획 및 전략을 수립한다.

2단계 : 지역 이미지 확립

지역의 이미지, 정체성, 방향성 모색을 위한 과정으로 지역민의 의견 수렴, 구조화에 의한 미래 비전, 기본 컨셉 및 구상을 포함한 커뮤니케이션 컨셉의 개발 및 지역 경영 이념 등을 지역의 특징적 요소를 개발 할 수 있도록 하는 지역 이미지 확립 단계이다.

3단계 : 시각화 디자인 시스템 구축

시각적 이미지를 표현하여 체계적이고 효과적으로 전달하기 위한 과정으로 프로덕트 브랜드, 플레이스 브랜드, 이미지 브랜드 등의 지역 브랜드 상품 개발 및 커뮤니케이션 시스템, BI 시스템, 포장 시스템, 환경 시스템 개발 과 이벤트의 발굴, 개발, 서비스 및 네트워크 구축 등의 시각커뮤니케이션을 창출한다.

4단계 : 프로그램의 평가와 관리

개발 전략과 실행된 것을 통해 비교, 분석하는 과정으로 표준화 시스템 구성, 관리, 아이덴티티 표현 및 디자인 프로그램 검증, 홍보 마케팅 전략 실행, 관·산·학·민 연계망 구축 등의 피드백 활동이다.

**V. 결론**

지방자치가 실시되면서 지역간 비교우위 창출을 위한 다양한 지역 브랜드 개발 전략이 시도되고 있으나, 많은 자치단체들이 지역 브랜드 개발 과정에서 지역의 아이덴티티 및 차별성이 부족해 아쉽게도 성과가 미미한 경우가 대부분이다.

지역 브랜드 개발은 지역을 상품화하고 지역 경쟁력 제고에 중요한 수단으로 지역 브랜드의 성공을 위해서는 무엇보다 디자인 소재 및 개발전략 측면에서 디자인의 역할이 절실히 요구되고 있다.

따라서 지역 브랜드 개발을 위한 디자인의 역할을 다음과 같이 제안하여 결론으로 제시하고자 한다.

첫째, 지역 브랜드의 상품화는 지역의 문화 정체성, 부존자원, 자연환경 등을 차별화하는 아이디어 상품이어야 한다.

지역의 자원이 상품성이 있다고 하더라도 타 지역과 구분되는 독특한 지역 이미지와 결합되지 않는다면 지역 브랜드로 성공하기 어려우며, 이러한 문제 해결을 위해 참신한 아이템, 콘텐츠의 발굴, 그리고 차별화된 프로그램 개발이 이루어져야 한다.

둘째, 지역 브랜드 개발은 디자인 소재 및 개발 전략의 체계적이고 과학적 프로그램 구축이 필요하다.

산재해 있는 브랜드 이미지를 통합하는 프로그램을 수행하여 지역 발전의 미래 전략으로 활용하여야 하며, 지역 브랜드 개발을 위한 지역 브랜드 개발 모티브, 디자인 소재 및 선정기준, 단계별 개발 전략 등이 이루어져야 한다.

셋째, 지역 브랜드는 브랜드 유산 및 자산을 선택과 집중하여야 한다.

브랜드 유산은 브랜드 개발이 지역에 어떤 유산을 남길 것 인지 고려하고 비전과 지역민, 관광객에게 유익한 경우 창출 가능하고, 브랜드 자산은 지역 브랜드의 구성요소 개발 내용인 브랜드, 디자인, 마케팅, 개발효과와 유기적으로 연결되어 자산 구축에 힘이 모아져야 한다.

넷째, 지역 브랜드는 관·산·학·민의 체계적 인프라 구축이 필요하다.

지역 브랜드의 활성화 및 활용 가치를 높이기 위해서는 지방정부의 지원과 후원, 지역 기업의 브랜드 상품화와 마케팅 수립, 지역 대학의 인재 육성과 문화교육, 지역민의 자발적, 적극적 참여가 필요하다.

이상에서 살펴본 바와 같이 지역 브랜드 개발을 위한 포괄적 디자인의 역할을 제시하였으나, 향후 디자인 소재 및 단계별 개발 전략에 대한 세부적인 연구가 지속되어야 할 것이다.

## 참고문헌

- 1) 월간 디자인 네트, 꿈틀거리는 지역브랜드, 2005.4
- 2) 하상오, 지역진흥을 위한 디자인 개발 프로그램, 디자인학 연구, 제45호. vol15, 2002.2
- 3) 임경수, 한종일, 지역 경쟁력 강화를 위한 지역브랜드 개발 전략, 도시행정학보, 제16집 제3호, 2003.12
- 4) 김영식, 대한민국 문화 상품, 경북예술, 제16호, 2002.10
- 5) 박현택, 한국적 문화 이미지 고양·확대를 위한 문화 상품개발, 디자인학연구, 1998.8
- 6) 김영현, 임창빈, 백운호, 전성복, 지방자치체에 있어서 디자인 사고 확립 및 시행 방안, 제34호, 2000.2
- 7) 박노석, 정지원, 이규백, 지역 특성화를 위한 디자인 접근방법, 디자인학연구, 제34호, 2000.2
- 8) 문화관광부, 전국 지역 축제 현황 보고서, 2005.8
- 9) 한국 디자인 진흥원, 디자인 브랜드 경영 우수 사례, 2003.
- 10) 인큐 브랜드, <http://www.inubrand.co.kr>
- 11) 경기도청, <http://www.gg.go.kr>
- 12) 함평군청, <http://www.inabi.or.kr>
- 13) 누비티스, <http://www.nouveautes.co.kr>

