

# 그린 브랜딩

## Green Branding

### 이장섭 Lee Jangsop

서울대학교 디자인학부 시각디자인전공 부교수  
Associate Professor, Seoul National University

그린 브랜딩, 형용모순?  
그린 워싱  
그린 워싱을 넘어서는 고민

- 1) 전 생애주기를 고려했는가
- 2) 성과의 범위를 넘어서지 않게
- 3) 그린 아이덴티티로 자리 잡게

디스크를 위한 그린 브랜딩  
불완전을 인정하는 그린 브랜딩

p-ISSN. 2765-2572

e-ISSN. 2765-7825

투고일 2023년 12월 30일

심사일 2024년 1월 15일

게재확정일 2024년 2월 15일

Received Date 30 December 2023

Reviewed Date 15 January 2024

Accepted Date 15 February 2024

소개

그린 브랜딩은 사실여부를 떠나 그 시도만으로도 견제가 될 수 있는 상황에서, 과장과 거짓된 브랜딩은 그린 워싱으로 분류되어 강력한 비판을 받는다. 신뢰도 높은 브랜드들의 그린 워싱이 연이어 밝혀지면서 그린 워싱에 대한 사회적인 이해도와 분별력은 점점 높아진다. 기업과 브랜드에 대한 실망감은 커지고, 친환경 전환이 필수적인 기업들도 그린 워싱 리스크에 위축되는 상황이 반복된다. 그린 워싱의 지나친 경계가 저속된다면 소비자들은 반복되는 실망감이 환경 회의주의로 이어질 수 있고, 브랜드가 그린 브랜딩 시도에 위축된다면 중요한 현실경제의 친환경 전환은 뜨거운 논란 뒤로 숨게 될 것이다. 그렇다면 그린 워싱의 함정에 빠지지 않는 브랜드의 해법이 필요하다. 거짓과 속임수에 해당하는 그린 워싱은 사라져야 하는 것이 맞지만, 과장과 오해에서 시작되는 그린 워싱은 피할 수 있다.

Introduction

In a world where even an attempt to engage in green branding can be challenged, regardless of its veracity, exaggerated and false branding can be considered greenwashing and become the subject of severe criticism. The social perception and discernment of greenwashing have been enhanced now that more trusted brands have been caught greenwashing. Disappointment of corporations and brands grows over the risk of being accused of greenwashing, resulting in companies that should go green being repeatedly discouraged. Excessive caution toward greenwashing might make consumers repeatedly disappointed and lead them to become environmental skeptics. If brands become reluctant to go green, the critical issue of the real economy transition to become more environmentally friendly will be lost amidst the heated debate. Then, there should be a way for brands to avoid the greenwashing trap. While false and deceptive greenwashing should be eliminated, accusations of greenwashing that arise from exaggeration and misunderstanding can be averted.

기후위기의 경고를 매일 접하고 개인의 실천과 변화가 반복적으로 요구된다. 모든 분야에서 친환경은 일상이 되었다. 환경보호라는 투박한 표현이 ‘그린’과 ‘에코’로 대체되었다가, 기업들에게 CSR, CSV라는 사회공헌의 이름으로 선택적 책임을 물었고, 여기에서 진화한 ESG는 선택이 아닌 경영의 필수가 되었다. 그리고 세계가 함께 약속한 지속가능발전목표(SDGs)에서는 국가와 기업과 개인들이 친환경을 필수적인 삶의 지향점으로 삼고 있는 상황이 오늘이다. **그린 브랜딩은 이러한 녹색 진화의 과정에서 방어적으로, 선택적으로, 능동적으로, 필수적으로 등장한다.**

### 그린 브랜딩, 형용모순?

이렇게 등장한 ‘그린 브랜딩’은 ‘대상의 친환경적인 가치를 통해 브랜드 평판을 높이는 일’이라고 정의할 수 있고 전문적인 영역을 의미하는 중립적인 표현이다. 그런데 이 단어를 접할 때 떠오르는 각자의 심상은 너무 다르다.

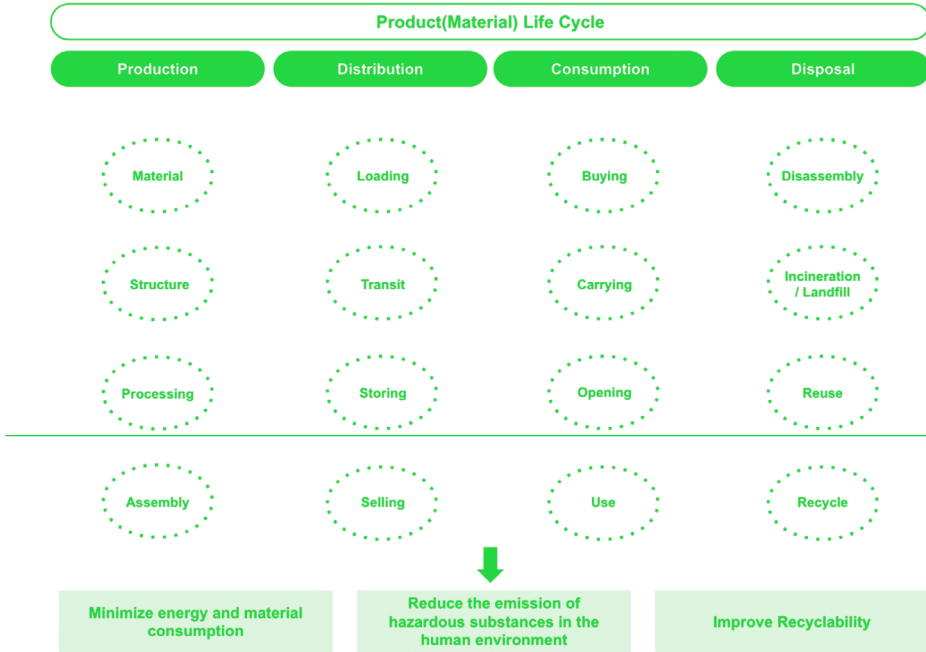
‘세상을 이롭게 하는 진실한 실천’에서부터 ‘범죄나 다름없는 소비자 기만’까지 넓게 해석된다. 왜 이러한 간극이 생기는지를 따져보면 ‘친환경’에 대한 가치판단에 기초한다는 것을 알 수 있다. 환경문제를 바라보는 각자의 태도는 낙관과 비판, 실천과 방관, 관심과 냉소 사이에서 복잡하게 자리 잡고 있다. 지구의 환경 위기가 원천적으로 해결하기 너무 어려운 문제라는 것을 전제하면 이러한 가치관의 난립은 당연한 것이고, 다시 돌아가서 그린 브랜딩은 견제의 대상이 되는 것이 자연스럽다.

### 그린 워싱

그린 브랜딩은 사실여부를 떠나 그 시도만으로도 견제가 될 수 있는 상황에서, 과장과 거짓된 브랜딩은 그린 워싱으로 분류되어 강력한 비판을 받는다. 신뢰도 높은 브랜드들의 그린 워싱이 연이어 밝혀지면서 그린 워싱에 대한 사회적 이해도와 분별력은 점점 높아진다. 기업과 브랜드에 대한 실망감은 커지고, 친환경 전환이 필수적인 기업들도 그린 워싱 리스크에 위축되는 상황이 반복된다. **그린 워싱의 지나친 경계가 저속된다면 소비자들은 반복되는 실망감이 환경 회의주의로 이어질 수 있고, 브랜드가 그린 브랜딩 시도에 위축된다면 중요한 현실경제의 친환경 전환은 뜨거운 논란 뒤로 숨게 될 것이다.**

### 그린 워싱을 넘어서는 고민

그렇다면 그린 워싱의 함정에 빠지지 않는 브랜드의 해법이 필요하다. 거짓과 속임수에 해당하는 그린 워싱은 사라져야 하는 것이 맞지만, 과장과 오해에서 시작되는 그린 워싱은 피할 수 있다.



〈그림 1〉 전과정기반 순환디자인가이드라인 중 프로세스 다이어그램 ©2022 DISCO Lab

### 1) 전 생애주기를 고려했는가

브랜드의 친환경 시도가 과연 정말 환경에 유효한가를 단편적으로 평가하지 않고 브랜드의 전 생애주기를 기준으로 평가하는 것이다. 환경공학에서 전과정평가(LCA, Life Cycle Assessment)가 하는 역할을 참고해 볼 수 있다. LCA는 제품과 서비스 대상의 원료에서부터, 생산, 유통, 사용, 폐기의 전 과정을 기준으로 변화의 가치를 평가하는데 이러한 총체적인 관점에서 브랜드의 시도를 평가하는 것이다.

전과정이 평가의 기준이 되면 브랜드가 어렵게 이루어낸 성과가 기대보다 축소되는 경험을 하게 되겠지만 이러한 관점의 변화가 과장과 의도치 않은 성과 부풀리기를 예방하게 된다. 그리고 전과정을 기반하여

성장한 친환경 전환의 안목은 브랜드의 다음 시도가 더 큰 효과를 이끌어내는 기틀이 된다.

### 2) 성과의 범위를 넘어서지 않게

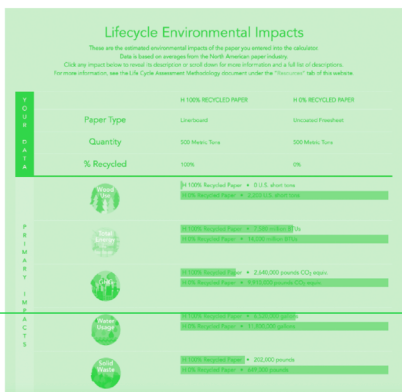
그다음에는 전과정을 기준으로 한 성과의 범위를 사실 그대로 발표하면 된다. 투입되는 노력에 대비하여 예상보다 작은 성과를 있는 그대로 보여주는 결정은 어렵다. 어려운 결정의 순간에 선택되는 가치들에 따라 브랜드의 정체성은 구체화된다. 이때 브랜드는 시도와 성과를 과장하지 않고 사실 그대로 공개하고 작은 노력을 지속하는 모습을 보여주는 것으로도 소비자의 평판은 쌓이게 된다.

## 4. 환경영향 평가

## 4.2. 환경영향 평가

500ton의 일반 필프용지를 100% 재생지로 전환할때의 환경영향 평가

<https://calculator.environmentalpaper.org/>



- 종이의 유형을 Uncoated Freesheet에서 소핑백 용지에 가까운 Linerboard로 교체 (비교대상인 기존 용지는 백오조지이기 때문에 Uncoated Freesheet로 적용함)
- AOCC 50% + 현대백화점 폐지 50%는 모두 재생지 원료이기 때문에 100% 재생원료를 사용하는 것으로 계산하였음 (감원대 류정용 교수님 자료)

목재사용량 (단위 : ton)

효과 : 2000톤 / 나무 13,200 그루에 해당하는 양

CO2 배출량 (단위 : ton CO2eq. 또는 kg CO2eq.)

효과 : 3298 ton CO2eq. = 3297616 kg CO2eq. / 661대의 차량이 1년간 발생시키는 양  
\* carbon dioxide equivalent(CO2eq.) 온실가스 배출량을 대표 온실가스인 이산화탄소 환산

에너지 사용량 (단위 : Kcal)

효과 : 1618895452 Kcal = 약 16억 1천 9백만 kcal = 1619000000Kcal / 7670대의 냉장고가 일년간 사용하는 에너지 양

물사용량 (단위 : Liter)

효과 : 19987000 L / 3800대의 세탁기가 일년간 사용하는 물의 양

폐기물 발생 (단위 : kg)

효과 : 202000 kg / 101800명의 사람이 하루에 버리는 쓰레기 양

〈그림 2〉 현대백화점 자원순환 프로젝트 보고서 중 환경영향 평가표 ©2022 DISCO Lab

## 3) 그린 아이덴티티로 자리 잡게

브랜드의 정직하게 공개되는 성과와 노력이 소비자의 긍정적인 반응과 교감하게 되는 그린 브랜딩 경험은 친환경을 대하는 브랜드만의 태도로 형성된다. 친환경에 대한 개인의 가치관이 모두 다르듯 브랜드도 브랜드만의 고유한 친환경 가치관을 형성하게 되는 단계로 성장하게 된다. 모든 브랜드가 한순간에 성숙한 전환을 목표로 하는 것이 아닌, 각자의 능력과 비전에 맞는 그린 아이덴티티를 만들어가는 과정으로 이어진다.

## 디스코를 위한 그린 브랜딩

순환디자인 연구실 디스코(DISCO, Design lab In Social & Circular Objectives)는 우리의 시도와 협업이 불완전할 수 있음을 전제하고 2018년부터 활동을 시작했다. 긴 시간 동안 원천적으로 풀리지 않는 문제들에 갇혀 있다고 생각했고, 어려운 과정을 거쳐 찾아낸 작은 성과들을 부풀리고 싶었고, 그 욕심을 억제하고 현실을 제대로 보기 위해서는 전과정에 대한 이해가 필요했다. 있는 그대로의 작은 성과를 공유하는 것으로도 응원과 평판이 생겨나는 것을 경험했다.

이 과정들을 반복하면서 우리를 지속시키기 위한 정체성이 자연스럽게 좁혀졌고 의식적으로 찾기도 했다.



〈그림 3〉 보틀캠퍼스 캠페인 ©2023 DISCO Lab

우리는 불완전함을 전제하고 장기적이어야 하고 이 모순적인 논쟁에서 우울함과 회의주의에 빠지지 않는 정체성이 필요 했다. 우리만의 그린 아이덴티티를 찾는 노력을 했고 ‘재기발랄함’과 ‘행동’에서 찾았다. 재기발랄한 실천적 연구실, 디스코

충분한 명분이 있다. 그린 브랜딩은 완전함을 전제하지 않고 정직한 공유를 통해 소비자들과 함께 성장해 가는 브랜딩이어야 하고, 이 전환이 가능할 때 브랜드는 꼭 맞는 그린 아이덴티티를 찾고 공고히 하게 된다.

### 불완전을 인정하는 그린 브랜딩

그린 브랜딩을 포함한 환경에 대한 문제는 치열하게 논쟁적이고, 태생적으로 풀리지 않는 모순이면서, 정치적이기도 하여 어렵기만 한 문제로 보인다. 동시에 그 어떤 쟁점보다 미래적이고 포용적인 희망이 함께 있다.

브랜드의 관점에서 이 가치는 소비자의 견제와 지원을 함께 받으면서 높여 나가야 할

## 한국디자인사학회

주소	서울시 마포구 동교로 19길 22, 우. 04001
전화	02 2285 0789
웹사이트	designhistory.kr
페이스북	url.kr/hj8C74
인스타그램	@designhistory.kr
이메일	k.designhistory@gmail.com
고문	박영정, 정병규, 조의환, 최봉영, 하선규, 한재준
정회원	강승연, 강주현, 강현주, 강혜승, 강희경, 고산, 고선정, 구모아, 구민호, 구신화, 구자은, 구정연, 권오경, 권준호, 금빛내림, 김경선, 김경옥, 김경원, 김경진, 김경철, 김기창, 김나무, 김대연, 김도희, 김동빈, 김미리내, 김민영, 김민정, 김민지, 김보섭, 김상규, 김성근, 김성천, 김성훈, 김소연, 김신, 김어진, 김영철, 김예니, 김윤태, 김은영, 김의래, 김인근, 김재민, 김정혜, 김종균, 김준영, 김지원, 김태룡, 김태현, 김태호, 김하은, 김한솔, 김현미, 김현석, 김현주, 김형경, 김형재, 김호정, 김홍성, 노성일, 노유니아, 문미화, 문사라, 문시현, 문희재, 민병걸, 민본, 박도윤, 박세훈, 박소민, 박순정, 박신영, 박연미, 박용훈, 박유선, 박지나, 박지은, 박재희, 박활성, 서경원, 서민경, 서승연, 서진솔, 서희정, 석재원, 손다정, 손채영, 송진원, 스티븐베크, 신석규, 신예원, 심대기, 아네카코플스, 안마노, 안병학, 안영주, 양효정, 엄윤영, 오동우, 오주은, 오창섭, 용세라, 유명상, 윤상진, 윤성원, 윤여경, 윤영호, 윤우진, 윤주현, 윤충근, 윤현학, 이건하, 이기섭, 이나미, 이동훈, 이시현, 이애리, 이연수, 이연옥, 이연지, 이예린, 이예반, 이우용, 이원재, 이윤아, 이인수, 이장섭, 이재옥, 이지원1, 이지원2, 이철민, 이혜원, 이현승, 이현정, 이현주, 이혜민, 이혜원, 임원우, 임지연, 임학래, 자라야사드, 장문정, 장정옥, 전가경, 전종현, 정하나, 정미정, 정수인, 정영훈, 정유미, 정은혜, 정이삭, 정재완, 정지은, 정형원, 제임스채, 조옥남, 조현신, 조혜연, 조혜영, 채병록, 최병일, 최수빈, 최우호, 최호랑, 최희선, 하시연, 한기현, 허대찬, 허민재, 홍은주, 홍주희, 황선영, 황수진, 황윤정, 황주원
준회원	강룡지, 김가연, 김미혜, 김윤, 김은지, 김의경, 김현아, 박정모, 박채현, 서유경, 서지현, 성다솜, 신경숙, 신재호, 애민, 유소설, 유원선, 유은, 이민, 이상현, 이승호, 이아현, 이야호, 이종혁, 이진우, 조화라, 최연교, 하민아, 한나은, 현재호, 홍준기, 황지은 (2024년 2월 29일 기준)
기업회원	더씨이드, 뎁스북스, 더블디, 두성중이, 디자인인트로, 삼원특수지, 산돌, 안그라픽스, 원더미디어, 이은콘텐즈, 인덱스숍, 일상의실천, CDR어소시에이즈, 직지소프트, 코르푸스
임원	4대 (2024-2025) 회장 (조혜영) 부회장 (안마노, 허민재)
이사	정책홍보 (장인기, 이혜원, 허대찬) 학술 (나소미, 박지나, 송주영, 정유미, 정이삭, 정재완) 교육 (오주은, 고선정, 김소연, 김한솔) 전시 (강승연, 김도희, 윤충근, 엄윤영) 국제교류 (이윤아, 진진영, 장문정, 정영훈, 오성일, 서희정, 황윤정, 이선옥) 감사 (임학래)
상설위원회	논문편집위원회 (위원장: 안영주, 위원: 강혜승, 노유니아, 박지은, 오동우, 임지연, 최희선) 연구윤리위원회 (위원장: 김동빈, 위원: 금 내림, 윤여경) 학술지기획편집위원회 (위원장: 안병학, 위원: 양효정)
특별위원회	디자인아카이브위원회 (위원장: 김태현, 위원: 유명상) 디자인기술사위원회 (위원장: 강현주, 위원: 김성천) 디자인역사문화위원회 (위원장: 조현신) 디자인엑티비즘위원회 (위원장: 김영철) 디자인박물관설립위원회 (위원장: 오창섭)
사무국	사무총장 (강주현) 사무국장 (고산, 손채영, 서주현) 홍보이사 (홍주희, 박윤서, 뉴스레터팀(제임스채, 문희채)) 홍보국장 (윤우진)

## Design History Society of Korea

Office	22, Donggyo-ro 19-gil, Mapo-gu, Seoul, 04001, Korea
Phone	+82(0)2 2285 0789
Website	designhistory.kr
Facebook	url.kr/hj8C74
Instagram	@designhistory.kr
E-mail	k.designhistory@gmail.com
Advisor	Park Youngjung, Chung Byoungkyoo, Cho Euiwhan, Choi Bongyoung, Ha Sunkyu, Han Jaejoon
Regular Member	Kang Sungyoum, Kang Juhyun, Kang Hyeonjoo, Kang Hyesung, Kang Heekyung, Ko San, Ko Sunjung, Ku Moa, Gu Minho, Ku Shinhwa, Ku Jaeun, Helen Jungyeon Ku, Kwon Ohkyung, Kwon Joonho, Kum Bpittnaehryeom, Kymn Kyungsun, Kim Kyoungok, Kim Kyungwon, Kim Kyungjin, Kim Kyungchul, Kim Kichang, Kim Namoo, Kim Daeyoun, Kim Dohee, Kim Dongbin, Kim Mirinae, Kim Minyoung, Kim Minjung, Kim Minji, Kim Bosub, Kim Sangkyu, Kim Seonggohn, Kim Sungchun, Kim Sunghoon, Kim Soyoun, Kim Shin, Kim Eojin, Kim Youngchul, Kim Yeni, Kim Yoontae, Kim Eunyoung, Kim Euriae, Kim Ingeun, Kim Jaemin, Kim Jeonghye, Kim Jongkyun, Kim Junyoung, Kim Jiwon, Kim Taeryong, Kim Taehyun, Kim Taeho, Kim Haeun, Kim Hansol, Kim Hyunmee, Kyle Kim, Kim Hyunzoo, Kim Hyungkyung, Kim Hyungjae, Kim Hojeong, Jin Hongcheng, Noh Sungil, Roh Junia, Moon Mihwa, Moon Sarah, Moon Sihyeon, Moon Heechea, Min Byunggeol, Min Bon, Park Doyun, Park Sehoon, Park Somin, Park Soonjeong, Park Shinyeong, Park Yeonmi, Park Yonghoon, Park Yuseon, Park Jina, Park Jjeun, Park Chaehee, Park Hwalsung, Suh Kyungwon, Seo Minjyung, Suh Seungyeon, Seo Jinsol, Suh Heejung, Seok Jaewon, Son Dajung, Sohn Mirabel Chaeyoung, Song Jinwon, Stephen J Beckett, Shin Seokgyu, Shin Yewon, Shim Daeki, Anneke Coppoolse, Ahn Mano, Ahn Byunghak, Ahn Youngjoo, Yang Hyojung, Um Yunyoung, Oh Dongwoo, Oh Jueun, Oh Changsup, Yong Sera, Yu Myungsang, Yoon Sangjin, Yoon Seongwon, Yoon Yeokyoung, Yoon Youngho, Yoon Woojin, Yoon Joohyun, Yoon Choonggeun, Yoon Ted Hyunhak, Lee Gunha, Lee Kisup, Rhee Nami, Lee Donghoon, Lee Sihyeon, Lee Aeri, Lee Yeonsoo, Lee Yeonwook, Lee Yeonji, Lee Yeron, Lee Yeban, Lee Wooyong, Lee Wonjae, Lee Yunah, Lee Insu, Lee Jangsup, Lee Jaeok, Lee Jiwon 1, Lee Jiwon 2, Yi Chulmin, Lee Haewon, Lee Hyunsong, Lee Hyunjung, Lee Hyunju, Lee Haemin, Lee Rene Hyewon, Lim Wonwoo, Im Jiyeon, Lim Haklae, Zara Arshad, Jang Moonjung, Jang Jungok, Kay Jun, Jung Hana, Harry Jun, Jeong Mijeong, Jeong Sooinn, Jung Younghun, Jung Yumi, Jung Eunhye, Jung Isak, Jeong Jaewan, Jeong Jieun, Jung Hyungwon, James H. Chae, Jo Oknim, Cho Hyunshin, Cho Hyeeyeon, Cho Haeyoung, Chae Byungrok, Choi Byoungil, Choi Subin, Choi Yoonho, Choi Horang, Choi Heeseon, Ha Siyeon, Han Kihyun, Heo Daechan, Huh Minjae, Hong Eunjoo, Hong Juhee, Whang Sunyoung, Hwang Sujin, Hwang Yunjung, Hwang Juwon
Associate Member	Kang Ryunji, Kim Gayeon, Kim Mihye, Kim Yoon, Kim Eunji, Kim Euikyung, Kim Hyuna, Park Jeongmo, Park Chaehyun, Seo Yukyung, Suh Jihyun, Sung Dasom, Shin Kyungsook, Shin Jaeho, Aimin, Liu Xiaoxue, Yu Wonseon, Yu Eun, Lee Min, Lee Sanghyun, Lee Seunggho, Lee Ahhyun, Lee Yahoo, Lee Jonghyuk, Lee Jinwoo, Jo Hwara, Ha Mina, Han Naeun, Hyun Jaeho, Hong Junki, Hwang Jieun (February 28, 2023)
Corporate Member	The Seed, Thanks Books, Double-D, Doosung Paper, Design Intro, Samwon Paper, Sandoll, CDR Associates, Ahn Graphics, Wonder Medium, Eeun Contents, Index Shop, Everyday Practice, Jilki Soft, Corpus
Board	Chairperson (Cho Haeyoung) Vice-chair (Ahn Mano, Huh Minjae)
Director	Policy (Chang Inkee, Lee Rene Hyewon, Heo Daechan) Academy (Nah Somi, Park Jina, Song Jooyoung, Jung Yumi, Jung Isak, Jung Jaewan) Education (Oh Jueun, Ko Sunjung, Kim Soyeon, Kim Hansol) Exhibition (Kang Sungyoum, Kim Dohee, Yoon Choonggeun, Um Yunyoung) Exchange (Lee Yunah, Jin Jinyoung, Jang Moonjung, Jung Younghun, Noh Sungi, Suh Heejung, Hwang Yunjung, Lee Seonok) Public Relations (Hong Juhee, Park Yunseo, Newsletter Team (James H. Chae, Moon Heechea)) Auditor (Lim Haklae)
Standing Committee	Thesis Editorial Committee (Head: Ahn Youngjoo, Members: Kang Hyesung, Roh Junia, Park Jieun, Oh Dongwoo, Im Jiyeon, Choi Heesun) Research Ethics Committee (Head: Kim Dongbin, Members: Keum Bpittnaehryeom, Yoon Yeokyoung) Journal Editing Board (Head: Ahn Byunghak, Member: Yang Hyojung)
Special Committee	Design Archive (Head: Kim Taehyun, Member: Yoo Myungsang) Oral History Research (Head: Kang Hyeonjoo, Member: Kim Sungchun) Cultural History of Design (Head: Cho Hyunshin) Design Activism (Head: Kim Youngchul) Design Museum (Head: Oh Changsup)
Office	Director-General (Kang Juhyun) Secretariat (Ko San, Son Mirabel Chaeyoung, Seo Juhyun) PR (Yoon Woojin)



## 엑스트라 아카이브 8

디자인사연구 5권 1호 (통권 8호)

## EXTRA ARCHIVE 8

Journal of Design History Vol. 5, No.1 (Serial Number 8)

펴낸날 2024년 2월 29일  
펴낸곳 주식회사 코르푸스  
서울시 마포구 와우산로 18길 38, 2층  
우. 04067  
펴낸이 양진하  
웹사이트 corpus.kr  
이메일 corpus.publications@gmail.com  
전화.팩스 02 6083 8335  
인스타그램 @corpus.kr

기획 한국디자인사학회  
편집 안병학  
영문 번역 서울대학교 언어교육원  
디자인 안병학, 양효정  
인쇄 효성문화

후원/협찬 더씨이드  
멤즈박스  
더블디  
두성종이  
디자인인트로  
삼원특수지  
산돌  
안그래픽스  
원더미디움  
이은콘텐츠  
인택스숍  
일상의실천  
CDR어소시에이츠  
직지소프트  
코르푸스

Publication February 29, 2024  
Publisher Corpus Inc.  
F2, 38, Wausan-ro 18-gil, Mapo-gu, Seoul,  
04067, Korea  
Publisher Yang Jinha  
Website corpus.kr  
E-mail corpus.publications@gmail.com  
Phone.Fax +82(0)2 6083 8335  
Instagram @corpus.kr

Planner Design History Society of Korea  
Editor Ahn Byunghak  
Translator Language Education Institute,  
Seoul National University  
Designer Ahn Byunghak, Yang Hyojung  
Printer Hyosung Printing

Sponcer The Seed  
Thanks Books  
Double-D  
Doosung Paper  
Design Intro  
Samwon Paper  
Sandoll  
CDR Associates  
Ahn Graphics  
Wonder Medium  
Eeun Contents  
Index Shop  
Everyday Practice  
Jikji Soft  
Corpus

p-ISSN 2765-2572  
e-ISSN 2765-7825

p-ISSN 2765-2572  
e-ISSN 2765-7825

이 책은 사단법인 한국디자인사학회와 주식회사 코르푸스가 공동 기획, 편집하고 주식회사 코르푸스가 발행하는 저널입니다. 이 책에 실린 모든 글과 이미지는 사단법인 한국디자인사학회 윤리규정, 투고규정, 심사규정에 따라 작성되었으며, 사전 협의 없이 무단으로 사용할 수 없습니다.

이 학술지에 실린 모든 원고는 사단법인 한국디자인사학회 웹사이트 (designhistory.kr)와 DBipia(dbpia.co.kr)에서 확인할 수 있습니다.

This journal is co-organized and co-edited by the Design History Society of Korea and Corpus Inc. and published by Corpus Inc.. All text and image in the book composed by the ethics, submission, and review regulations of the Society cannot be allowed for any diversion unless there has been prior consultation.

You can see all manuscripts in this journal on the website of the Design History Society of Korea (designhistory.kr) and on DBipia (dbpia.co.kr).

© Design History Society of Korea, 2024, Seoul, Korea

© 한국디자인사학회, 2024, 서울, 한국