

## 농업디자인 관련 연구동향 및 시사점

농산품부문 디자인 연구를 중심으로

Tendency and Suggestion Point of Study Related to Agricultural Design  
Focusing on Design Research in Agricultural Products Sector

주 저 자 : 하봉수 (Ha, Bong Soo)

동양대학교

see@daum.net

---

접수일자 2018. 11. 29. / 심사완료일자 2018. 12. 21. / 게재확정일자 2018. 12. 26.

본 논문은 2017년 동양대학교 교내연구비를 지원받아 수행되었음.

## Abstract

The phenomenon of quantitative increase of study on agricultural design based on 6th industrialization of agriculture is recently noted. This dissertation searched the direction & role of agricultural design which is really helpful for agriculturists by investigating the tendency of preceding study related to agricultural design. The study analyzed theoretic study & preceding study in parallel and the analytic data took 30 dissertations in domestic journals in sector of agricultural product out of preceding study for 10 recent years. Although preceding study is largely divided into 3 areas such as study on the method to develop package design(strategy), study on the case of improving package design, study related to education on package design, etc., most focus on package design, showing definite phenomenon of concentration on study theme. Thus, the area of quest needs to be divided in order to make general base on agricultural design. Further, when it comes to study contents, universal standard tends to be intensively handled such as indicated matter, law, design guide, etc. After all, study contents need to be deepened so that they may be applied to individual plantation or farmhouse based on such universal standard. While education for agriculturist to understand design and to convert sense is significant, cooperation with expert group is also important for high added value of agricultural product. In such meaning, it is necessary to establish expert design group. In conclusion, although it is important to solve the current task, package design, we think that the role of design should be intensified as solution(for example. Farm Identity Program) which enhances internal motive so that agriculturists are self-motivated with pride & satisfaction instead of sense of obligation or responsibility based on the comprehension of farmers, agricultural product & agricultural site, which can be said to the fundamental of agriculture in order to attain the goal, namely, realization of welfare agricultural town through activation of the 6th industry.

## Keyword

Agricultural Design, 6th Industrialization of Agriculture, Package Design, Farm(Village) Identity Program

---

## 요약

최근 농업의 6차산업화를 화두로 한 농업디자인에 대한 연구의 양적 증가 현상이 주목된다. 본고는 농업디자인 관련 선행연구의 동향을 고찰함으로써 진정으로 농업인들에게 도움이 되는 농업디자인의 방향과 역할을 모색했다. 연구는 이론연구와 선행연구 분석을 병행했고, 분석 자료는 최근 10년 사이에 보고된 연구 중 농산품 부문 국내학술지논문 30편을 대상으로 했다.

선행연구는 포장디자인 개발방안(전략) 연구, 포장디자인 개선사례 연구, 포장디자인 교육관련 연구 등 3가지 영역으로 대별되지만, 대부분 포장디자인을 대상으로 하고 있어 연구주제의 편중현상이 뚜렷하다. 따라서 농업디자인에 대한 근본적 토대를 만들기 위해서는 탐구영역의 다양화가 필요하다. 또한 연구내용을 보면, 표시사항, 법령, 디자인가이드 등 범용적 기준을 다루는 경향이 많다. 이제는 이러한 범용적 기준을 토대로 개별 농장이나 농가단위에 적용할 수 있도록 연구대상의 개별화, 심층화가 필요하다. 그리고 농업인의 디자인 이해 및 의식전환을 위한 교육도 필요하지만 농산품의 고부가가치화를 위해서는 전문가 그룹과의 지속적인 협업이 중요하다. 그런 차원에서 디자인 전문집단의 구성이 필요한 시점이라고 사료된다.

결론적으로 포장디자인이라는 당면 과제를 해결하는 것도 중요하지만, 6차산업 활성화를 통한 복지농촌 실현이라는 목표를 달성하기 위해서는 농업의 근본이라고 할 수 있는 농자(農者)와 농산품, 농업 현장에 대한 충분한 이해를 기반으로 의무감이나 책임감에서 '해야 하는 것이 아니라 농업인 스스로 '하고 싶도록', 그래서 자긍심과 뿌듯함을 느낄 수 있도록 내적 동기를 강화시키는 솔루션(예를 들면, 농장이미지통합계획)으로 농업디자인의 역할이 심화되어야 할 것으로 사료된다.

## 목차

### 1. 서론

- 1-1. 연구 배경 및 목적
- 1-2. 연구 방법 및 절차

### 2. 농업과 디자인

- 2-1. 농업의 6차산업화
- 2-2. 농업디자인과 그 역할

### 3. 연구동향 분석 및 제언

- 3-1. 기존연구의 주요내용 요약
- 3-2. 연구동향 및 시사점
- 3-3. 제언

### 4. 결론

### 참고문헌

### 1. 서론

#### 1-1. 연구 배경 및 목적

학술연구정보서비스(RISS)를 이용하거나 선행연구의 Reference를 참고하면, 디자인을 접목하여 농업의 부가가치를 높이려는 탐구가 오래전부터 진행되어 왔다는 것을 알 수 있다.<sup>1)</sup> 그중에서도 최근 10년 사이 농업 디자인이라는 개념 정의와 함께 관련 연구의 양적 증가가 눈에 띄게 많아졌다. 이처럼 농업디자인과 관련된 연구의 증가는 농업의 6차산업화와 함께 디자인이 농업의 고부가가치화와 복지농촌 실현을 위한 전략적 무기가 될 수 있다는 판단에 연유한 것이라 생각한다.

실제 농촌 소도시에 소재한 대학 소속의 연구자로서는 디자인과 농업의 융합이 무엇보다 중요한 시기라는 점을 절실히 공감하고 있다. 그러나 현실적으로 대부분의 농업인은 디자인의 필요성에 대해서는 인식하지만 비용적인 측면에서 부담을 많이 가지고 있는 것도 사실이다. 때문에 정부지원사업에 의존하려는 경향이 강하고, 다행히 지원사업의 수혜를 받아도 결과적으로 일회성 디자인에 그쳐 지속적으로 제품의 가치를 향상시

켜가지 못하는 경우를 종종 목도한다.

이러한 배경에서 최근 농업디자인 관련 선행연구를 수집, 조사하여 농업디자인에 대한 전반적인 연구동향을 파악함과 동시에 현실적으로 농촌에 그리고 농업인들에게 디자인을 어떻게 접목시켜 나가는 것이 효과적일지 고찰하고자 한다.

#### 1-2. 연구 방법 및 절차

연구는 이론연구와 선행연구 분석을 병행하여 이루어졌고, 분석 자료는 [표 1]과 같이 최근 10년 사이의 농업디자인 관련 연구논문 30편을 대상으로 했다. 자료 수집은 '농업+디자인', '6차산업+디자인'을 키워드로 RISS를 통해 검색한 결과 중에서 국내학술지논문만을 대상으로 했다.

자료 선정은 디자인을 통해 농업의 부가가치를 높이려는 농업디자인이 지향하는 목적에 부합되는 내용을 기준으로 1차적으로 선별했고, 특히 논지를 명확히 하기 위하여 농촌디자인 영역 중 농촌 부문(마을 만들기, 농촌관광, 공공디자인, 농기구디자인 등)에 대한 연구는 제외하고, 농산품 부문(제품, 포장, 유통 등)의 연구만을 연구대상으로 선별하여 분석했다.

연구는 [그림 1]과 같이 농산품 부문에 한정된 30

1) 농업디자인 측면에서 초기 연구자료를 살펴보면, 김형위(1997), 박일재(1999), 최충식 외(2002), 정훈 외(2005), 최치권(2007), 문수근(2007) 등 다수가 있다.

편의 연구논문을 수차례 속독하고 비교하는 과정을 통해 연구 주제 및 주장을 해독하고, 이를 주제나 내용 별로 유형을 분류했다. 이를 토대로 전체적으로 파악되는 공통된 경향을 비롯해 개별적 특이점 등을 검토해 시사점을 도출하고 이를 바탕으로 농업디자인에 대한 접근 방법 및 관점의 전환을 제안했다.



[그림 1] 연구방법 및 절차

[표 1] 동향분석을 위한 연구논문 리스트

No	저자(연도)	제목
1	이철희 외 (2011)	디자인 시대의 감성 농업
2	양용준 외 (2011)	중평군 셀러드용 수삼의 상품화를 위한 브랜드디자인 연구
3	이종선 외 (2012)	지역특산물 브랜드 개발을 위한 사전진단모형연구
4	채혜성 외 (2013)	농촌마을 농특산물 포장디자인 개선을 위한 사렛 개발 및 효과
5	김은경 외 (2013)	수요 및 선호도조사에 따른 농산물 포장 디자인 개발 전략 연구
6	김태곤 외(2013)	농업의 6차산업화 개념설정과 창업방법
7	이승환 (2013)	과실 유통 안전성을 위한 일체형 난좌 및 포장디자인에 대한 연구
8	진혜련 외 (2013)	농업·농촌 6차 산업 활성화를 위한 농촌 관광마을 농특산물 포장디자인 현황분석 및 개선방안 연구
9	진혜련 외 (2014)	6차 산업형 농촌관광마을 활성화를 위한 농업인 공급자 농특산물 포장디자인 의식 분석
10	권혜숙 외 (2015)	농수산물을 활용한 6차산업화 공적지원 프로그램에 관한 연구
11	김곡미 (2015)	농업 6차 산업 활성화를 위한 포장디자인 분석 및 발전전략 연구
12	김곡미 (2015)	온라인 판매를 위한 농산물 브랜드네이밍과 포장디자인에 관한 연구
13	김신혜 (2015)	UX 관점에서 바라본 6차 융복합산업 활성화 방안-대표적 6차산업 웹사이트 사례를 통하여
14	김용구 외 (2015)	농업 디자인의 새로운 정의와 개념 정립
15	김용구 외 (2015)	농업디자인의 분류와 활용방안에 관한 연구
16	오재훈 외 (2015)	디자인 관점에서 제주도의 미래경쟁력 강화를 위한 연구

17	진혜련 (2015)	농업인 디자인 교육 프로그램 실태분석을 통한 개선방향 연구
18	진혜련 외 (2015)	농특산물 포장디자인 지원 현황분석 및 지원사업 프로세스 개발 연구
19	김덕현 외 (2016)	농산물 유통채널별 농업경영체의 상품포장재 차별화 및 결정요인 분석
20	이승환 (2016)	6차산업 활성화를 위한 지역 브랜드 이미지 연구
21	진혜련 외 (2016)	농업인 포장디자인 교육 의식 분석을 통한 역량강화 교육프로그램 표준안 개발
22	진혜련 외 (2016)	농업인 포장 디자인 역량강화를 위한 교육프로그램 시범적용 평가
23	진혜련 외 (2016)	농업인 브랜드디자인 교육 역량강화 방안 연구
24	진혜련 외 (2016)	농촌 농특산물 포장디자인 개선에 따른 소비자 의견 평가
25	김곡미 (2017)	스마트 팜 농업 기술개발에 따른 농산물 포장디자인에 관한 연구
26	김곡미 (2017)	농수축산 경쟁력을 향상시킬 수 있는 친환경 상품 포장소재에 관한 연구
27	김휘녕 외 (2017)	농촌지역 마을상품 패키지디자인 개선 사례연구
28	이승환 (2017)	6차산업 활성화를 위한 농업인전문 교육 서비스 환경 만족도 조사
29	인미애 외 (2017)	지속가능형 농식품 포장디자인을 위한 범용화 요소·요소 도출
30	채혜성 외 (2017)	Nvivo를 활용한 6차 산업화 농특산물 포장디자인 개선방안 연구

## 2. 농업과 디자인

### 2-1. 농업의 6차산업화

농산물 시장개방과 같은 글로벌 요인을 비롯해 농촌의 고령화와 생산성 저하, 도시와 농촌간의 소득격차 심화, 농산물에 대한 소비자의 소비패턴 변화, 그리고 다른 지역과의 차별적 경쟁력 확보까지 다양하게 산적된 문제를 해결하기 위해 농업의 6차산업화가 추진되고 있다. 6차 산업화는 농업인과 농촌주민 주도로 지역에 부존하는 다양한 자원(농산물, 자연자원, 인재, 역사, 문화 등)을 활용하여 생산에서 가공, 판매, 교류 등을 수직적으로 통합하여 새로운 가치를 창출하는 비즈니스를 말한다.<sup>2)</sup> 결국 6차산업화 패러다임은 1차 농산물 생산을 기반으로 2차 농식품 제조, 가공, 브랜드, 포장 디자인, 3차 판매, 유통, 숙박, 관광 등 다양한 영역으로 확대하여 농업의 종합산업화<sup>3)</sup>를 통해 복지농촌 구현을 지향하고 있다.

2) 권용덕, 농업의 6차 산업화와 추진과제, 경남발전 지역논단, No.133, 2014, pp.57-70.

3) 유학렬, 농업 6차산업화의 필요성과 활성화를 위한 과제, 국토연구원, 2013, pp.29-35.

최근, 소비자의 구매기준이 농업 생산물의 품질이나 양적 가치에서 웰빙과 같은 감성으로 이동하면서 디자인이 농산물 구매의 막대한 영향력을 행사하는 수단으로 등장하였다.<sup>4)</sup> 이러한 시대적 트렌드에 맞춰 브랜드와 포장디자인 개선을 통해 농산품의 판매증대를 꾀하는 노력이 집중적으로 이루어지고 있다. 뿐만 아니라 농산물 자체를 디자인 요소로 활용하는 사례, 이른바 논이 캔버스가 되고 벼가 붓이 되어 만들어 낸 ‘논아트’로 농산물과 농촌마을을 홍보하기도 하고,<sup>5)</sup> 자신의 농장에서 결혼식<sup>6)</sup>을 거행하면서 농업인으로서의 정체성과 농장의 브랜드이미지를 제고하는 등의 실험적인 시도도 발견된다. 이처럼 디자인은 농업인과 농산물, 그리고 농업 현장의 부가가치를 제고하여 농촌 경제를 활성화하는 감성적 수단으로서 주목받고 있다

## 2-2. 농업디자인과 그 역할

기본적으로 디자인은 기성개념에서 벗어난 독창적인 아이디어와 실천적 행위를 바탕으로 새롭고 차별적이며 유익한 것을 추구하는 것이라 할 수 있다. 이러한 디자인에 대한 사회적 기대로 인해 기업경영의 전략적 수단으로 정착된 지 이미 오래되었고 작금에는 농업경영에 까지 확산되고 있는 실정이다.

근래 들어 정립된 농업디자인이라는 개념을 보면, ‘생산자(농민)가 생산 활동과 생산물 전달과정에 있어 나타나는 STYLE(형태), SERVICE(서비스), SYSTEM(시스템)’을 의미한다. 즉 농업과 관련된 산업의 디자인으로 농촌자원(장소, 대상, 사람, 시간)을 연계하여 스타일, 서비스, 시스템화 하는 것이라 할 수 있다.<sup>7)</sup> 이러한 농업디자인은 크게 농산품 부문(제품, 포장, 유통)과 농촌부문(농가, 마을 지역)으로 그 영역을 구분할 수 있다. 구체적으로 농산품 부문의 제품디자인은 농산물이 가지고 있는 다양한 색깔과 모양 등의 디자인 요소를 활용하여 제품화하는 것을 의미하고, 포장디자인은 농산물 포장재의 종류, 형태에 디자인적 요소를 접목하는

4) 오재훈, 나건, 디자인 관점에서 제주도의 미래경쟁력 강화를 위한 연구, 상품문화디자인학연구, No.42, 2015, p.68.

5) 이철희, 박기도, 박정관, 안옥선, 조우석, 디자인 시대의 감성 농업, RDA Interrobang 2, 2011, p.4.

6) 長岡淳一, 阿部岳, 『農業をデザインで変える』, (株)瀬戸内人, 2017, pp.76-79.

7) 김용구, 조광수, 농업디자인의 분류와 활용방안에 관한 연구, 아시아디지털아트앤디자인학회 학술대회 자료집, 2015, p.382.

것, 그리고 유통디자인은 농산물 판매점 건물, 실내 매장, 판촉물 등 유통전반에 대한 디자인과 스토리를 접목하는 것을 말한다. 한편 농촌디자인은 농가에서 마을에 이르기까지 자연환경과 전통문화 그리고 생산자의 특별한 스토리 등의 감성디자인 요소를 활용하여 농촌의 부가가치를 창출하는 것을 의미한다.<sup>8)</sup>

이러한 농업디자인이라는 개념의 근간을 살펴보면, ‘생산자(농민)’와 ‘농촌자원’이라는 두 축을 바탕으로 하고 있는 것을 알 수 있다. 그렇기 때문에 농업과 디자인의 최초의 접점은 농업인, 농업 현장에 있다고 할 수 있고, 그들의 생각과 의지, 가치관을 이해하고 공감하기 위한 농업인과 디자이너간의 관계형성이 농업디자인의 출발점이라고 할 수 있다. 결국 농업디자인은 농업의 근본이라고 할 수 있는 농자(農者)와 농산물, 농업 현장에 대한 충실한 이해라는 토대위에서 농산품의 장점을 효과적으로 전달하여 소비자의 마음을 사로잡는 감성적 솔루션이 되어야 할 것이다.

## 3. 연구동향 분석 및 시사점

### 3-1. 기존연구의 주요내용 요약

[표 1]과 같이 30편의 연구논문을 각각 출력하여 수차례 숙독과정을 거쳐 연구목적을 비롯해 대상과 방법, 그리고 제안점 등을 심층적으로 고찰하였다. 그 결과 기존연구는 크게 ‘포장디자인 개선방안 및 전략제안’을 중심으로 한 연구[표 2]와 ‘포장디자인 개발 및 개선사례’를 중심으로 한 연구[표 3], 그리고 농업인을 위한 ‘디자인 관련 교육’을 중심으로 한 연구[표 4] 등 세 가지의 주제와 기타[표 5]로 분류할 수 있다. 기타에는 농업디자인에 대한 개념정의와 영역분류 등 토대적 연구를 비롯해 개별사례에 초점을 맞춘 연구 등이 있다.

[표 2] 포장디자인 개선방안 및 전략제안 중심 연구의 주요 내용 요약

저자	주요내용
⑤김은정 외(2013)	포장디자인에 대한 수요 및 선호도 조사(농업인 127명, 소비자 261명)를 토대로 포장디자인 전략 제안. 요지는 소비자 요구사항인 심미성, 기능성, 지역성, 경제성, 지속성 등이 강조된 전략 수립과 지역 경제성 및 신뢰감을 포함한 ‘농촌다움’의 감성적 이미지 표출 강조.
⑧진혜련 외(2013)	농촌관광마을의 포장디자인을 조사해 개선방안 제안. 주요내용은 i)마을 정체성이 반영된 통일

8) 이철희, 박기도, 박정관, 안옥선, 조우석, Ibid., p.6.

	된 디자인표본 제작 및 공동 적용. ii) 6가지 필수표기사항 기입. iii) 용도별 포장디자인 개선. iv) 장류, 가공류의 원활한 판매구조를 위한 포장디자인 및 법제도 개선.
⑪김국미 (2015)	농산물(쌀) 포장디자인 사례의 한일 비교를 통해 개선방안 및 전략 제안. 개선방안은 i) 유통환경을 고려한 포장종류 연구, 제품 속성에 맞는 포장재 개발, 포장구조 연구로 차별화된 규격 개발. ii) 창의적이고 차별화된 표현. iii) 수출용 포장디자인 연구개발. 브랜드개발 전략은 i) 농업인의 자발적 개선노력 필요. ii) 정보공유를 위한 세미나워크숍과 수준별 교육프로그램 설계. iii) 전문가의 지속적 연구와 정부지원, 전문가와 연계해 국제 경쟁력을 가진 포장재 개발.
⑨김덕현 외(2016)	직접 및 간접유통 농가(112가구)를 대상으로 설문 실시, 농식품 포장재 재질과 포장디자인 개선 제안. 주요내용은 i) 택배 물류는 유통구조를 고려해 견고하게 제작, 비택배 물류는 표기 규정 준수. ii) 간접유통은 상품의 우수성을 강조한 디자인. iii) 유통채널별로 표기내용을 달리할 것.
⑫김국미 (2017)	스마트 팜의 생산환경을 고려해 '딸기 포장디자인' 시제품 개발과 이를 통한 전략 제안. 주요내용은 i) 농업환경, 스마트 제어시스템에 맞는 부자재 활용. ii) 노동력 절감을 위한 원터치 타입의 지기구조 개발. iii) 농업기술의 선진화를 위한 포장소재와 차별화된 디자인 개발.
⑨인미애 외(2017)	농산물 포장디자인의 경쟁력 강화와 자원 낭비를 억제하는 포장디자인 범용화 요인-요소 제안. i) 경제성-포장크기, 지기구조. ii) 환경성-인쇄방식, 활용도. iii) 공용성-공용화된 그래픽.
⑩채혜성 외(2017)	포장디자인 공모전 출품작(41점)에 대한 전문가 의견을 바탕으로 농산물 포장디자인의 개선방안 제안. 내용은 i) 시각커뮤니케이션을 다루는 전문 디자이너의 보충을 위해 정책적 지원과 홍보. ii) 법적표기사항 지도를 위한 전문 컨설팅. iii) 포장은 개발과정부터 소비자 의견 반영하고 지속적 소통채널 마련. iv) 브랜드는 6차산업화 이전 교육.

**[표 3] 포장디자인 개발 및 개선 중심 연구의 주요내용 요약**

저자	주요내용
⑫양용준 외(2011)	수삼 브랜드 '진생채'의 포장디자인 개발을 통해 시장 경쟁력 강화방안 고찰. 요지는 i) '진생채'는 인삼 브랜드로 연상되기 어려워 브랜드 관리가 필요. ii) 고가임에도 호감도가 높아 유통기한을 늘릴 수 있는 기술을 적용하면 시장경쟁력 기대됨. iii) 브랜드와 포장디자인 개발로 기존 대비 약 1.5배의 가격형성이 가능. iv) '진생채'는 지역 브랜드이미지 향상에 기여.
④진혜련 (2013)	농특산물 포장디자인 개선을 위해 고라데이미를 대상지로 샤레(Charette) 프로그램을 실행해서 현장 참여형 작업방식, 농민들과의 직접 대면을 통한 협력, 재능기부를 통한 농촌사회 발전기여 등의 효과를 밝힘.
⑦이승환 (2013)	일체형 난좌 지기구조 개발과 단위포장의 다양화, 시각적 요소를 적용한 통합된 이미지의 디자인 실현으로 과실 포장디자인의 차별화 실현. 프리미엄급 특화상품으로 경쟁력 증대와 난좌 제거를 통해 환경비용 감소에 기여.

⑫김국미 (2015)	온라인 판매를 위한 '계란 포장디자인의 컨셉트 제안. 주요내용은 i) 임팩트 있는 브랜드네이밍 제작. ii) 친근한 이미지의 캐릭터 제작, 활용. iii) 소비자에게 신뢰를 줄 수 있는 친환경 이미지의 패턴디자인. iv) 유통에 적절한 지기구조 채용.
⑫진혜련 외(2016)	기 제안한 '포장디자인 표준 가이드'의 실용화를 지향한 시제품 제작과 의견조사를 통한 효과 검증. 결과로 i) 포장디자인과 구매요인, 신뢰도와의 관련성에 대해 높게 인식. ii) 포장디자인의 중요도는 72.6%가 매우 높게 인식. iii) 만족도는 3종 모두 70% 이상 만족, 그 중 발효류에 대해서는 88.6%가 만족. iv) 적합성은 3종 모두 70% 이상 긍정 평가. v) 기능 충족도는 운반 편리성과 상품성에서, 요건 충족도는 경제성에서 긍정적 평가.
⑫김국미 (2017)	외국 포장디자인과의 비교조사를 통해 경쟁력 향상을 위한 친환경 포장소재 탐구. 요지는 i) 유통환경에 대응한 포장소재 적용을 위한 신소재 개발. ii) 창의적 아이디어 도출과 소비자 트렌드를 감안한 차별화된 시각표현. iii) 수출용 포장디자인의 지속적 연구개발.
⑫김희영 외(2017)	향토산업마을(10곳)의 주력상품 패키지 개선연구를 통해 개선사항 고찰. 요지로 i) 공통점은 농특산물의 포장디자인 수요 증가, 지속가능성 증대. ii) 문제점은 주된 판매처가 지역 판매장에 한정, 판매처의 요구에 대응 미흡, 마을고유의 스토리텔링 부족, 법적 표시사항 준수이식 결여.

**[표 4] 포장디자인 관련 교육 중심 연구의 주요내용 요약**

저자	주요내용
⑩진혜련 외(2014)	농촌관광마을의 농특산물 판매현황, 포장디자인에 대한 주민조사를 통해 교육의 필요성 고찰. 그 결과 i) 포장디자인 용도는 택배용(63.5%)이 1위. ii) 만족도(1.5%)는 매우 낮고, 필요도(80.5%) 및 중요도(83.5%)는 매우 높음. iii) 디자인은 지역성, 호감성, 편리성 등 중시. iv) 현 포장디자인의 감성이미지는 소박한, 촌스러운, 답뻑한 등이고 선호하는 이미지는 세련된, 깨끗한, 현대적인, 부유한 등. v) 교육경험(26%)은 있지만 만족도 낮고, 향후 참여의향은 95.5%로 높음.
⑩진혜련 (2015)	농업기술센터 중심의 디자인관련 교육프로그램 실태분석을 통해 개선방안 제안. 교육내용 측면 i) '표준 교육과정'의 개발과 보급. ii) '수준별' 및 '단계별' 교육프로그램 개발. 운영 측면 i) 강사와 실습환경 개선을 위해 전문교육기관 연계. ii) 전문강사 양성 방안 검토.
⑫진혜련 외(2016)	농업인 250명을 대상으로 포장디자인 교육이수 여부, 만족도, 활용 및 참여의지, 요구도 등에 대한 인식조사를 통해 포장디자인 역량강화 교육프로그램을 제안. '교육 표준안'은 수준별 및 단계별로 역량을 정의하고 교과목을 구성.
⑫진혜련 외(2016)	기 개발한 포장디자인 교육프로그램의 실용화를 위해 시범운용을 통해 타당성 고찰. 전문가 모니터링에서는 교육내용, 방식, 시간 등에서 평가가 높고, 농업인 평가에서는 과목당 학습목표, 수업내용 적합성, 교육방식, 교육내용, 시간, 활용언어 이해도, 교육자료 등에서 만족도 높음.
⑫진혜련 외(2016)	농업인 브랜드디자인 역량 강화를 위해 농업인과 전문가 의견조사를 실시, 브랜드디자인 교육방안

	제안 주요내용으로 i)농업인 수준을 감안 '대상별' 교육프로그램 개발. ii)프로그램은 입문·심화·응용단계로 구성. iii)교육방법은 이론, 실습, 현장견학, 토론 등을 수준 및 과정별로 적용.
⑳ 이승환 (2017)	농업전문교육과정 '헬스퍼밍' 참가자 22명의 설문조사를 통해 교육효과 밝힘. 그 결과로 i)만족도는 교육내용, 교육자료, 강사역량, 교육방법, 교육환경, 취업·창업효과, 행정 서비스 등의 항목에서 5점 만점에 4점 이상 높게 평가. ii)교육을 통해 자신감, 행복감, 성취감 등의 회복. iii) 사후관리로 브랜드 패키지도자 지원, 정보 제공, 컨설팅 지원 등 희망.

[표 5] 기타 연구의 주요내용 요약

저자	주요내용
①이철희 외(2011)	농업 경쟁력을 높이는 수단으로 농업디자인의 필요성 주장. 특히, 체형 디자인의 채용, 다양한 분야의 전문가로 구성된 농업디자인 집단의 필요성 역설.
③이종선 외(2012)	지역특산물 공동브랜드 개발에 있어 개발방향과 목표수립을 지원하는 '사전진도모형'을 개발. 모형은 '조직구축 형', '실천우선 형', '상품우선 형', '지역이미지구축 형', '균형적인 전략 형', '초기개발 형' 등 6가지로 진단.
⑥김태근 외(2013)	6차산업화를 위한 창업방법 및 사후 운영방안 제안. 창업 포인터로 지역사정을 반영한 비즈니스 유형 선택, 지역주민의 적극적인 참여와 조직화, 지역자원의 발굴과 시대적 트렌드를 반영한 상품 및 서비스 개발. 운영은 효율성, 공식성, 지속성 등에 대한 객관적 평가와 전문가 조언 권유.
⑩권혜숙 외(2015)	농업의 6차산업화와 관련된 공적지원프로그램 중 '프로세스(7항목)'와 '지원내용(5항목)'에 대한 한일 사례비교를 통해 지원프로그램 관리체계 구축의 필요성 주장.
⑬김신혜 (2015)	6차산업 관련 업체 8곳의 웹사이트에 대한 전문가 설문 및 정성평가를 통해 UX디자인의 도입을 통한 온오프라인 대고객 인터랙션 활성화와 6차 산업간 통합네트워크시스템 구축의 필요성 강조.
⑭김용구 외(2015)	농업 디자인 영역, 농업 자원의 분류와 체계화, 농촌(지향) 요구사항 및 체계화, 농촌자원 및 요구사항을 바탕으로 농촌 사업분야를 도출하고, 이를 토대로 농업디자인 개념을 정립.
⑮김용구 외(2015)	농업디자인에 대한 정의를 토대로 연구 분야별, 연구 방법적 분류, 연구내용 분석 등을 통해 농업디자인 영역을 체계적으로 분류하고 농업디자인의 활용방안을 제시.
⑯오재훈 외(2015)	제주도의 지역특성, 농업디자인 영역 분류, 한일 사례 비교분석을 통해 제주 물자원의 디자인경영 가능성을 제시하는 등 제주도의 6차산업 활성화 방안 제안.
⑰전혜련 외(2015)	158개소 농업기술원(기술센터)에서 추진하는 포장디자인 지원사업을 분석, 단계별(수요조사, 기획, 계획안 작성, 대상선정, 실행, 중간관리, 결과 및 평가, 사후관리) 체크리스트 개발 및 제안.
⑳이승환 (2016)	영주시 지역 이미지와 농산물 이미지조사를 통해 6차산업 활성화를 위한 교육운영지원, 프로그램 운영지원, 서비스관리지원 등 3영역으로 구성된 '원스톱 지원시스템' 모델을 구축하여 제안.

### 3-2. 연구동향 및 시사점

#### 3-2-1. 당면과제 해결을 위한 포장디자인 편중

먼저, 연구내용을 세부적으로 살펴보면 [표 6]과 같이 '포장디자인 개선방안 및 전략제안(A유형)' 중심 연구와 '포장디자인 개발 및 개선사례(B유형)' 중심 연구가 각각 7편으로 나타났고, '디자인 관련 교육(C유형)'에 대한 연구는 총 6편이며, 이중 포장디자인에 관한 교육이 4편을 차지했다. 그리고 농업디자인의 '개념정의 및 영역분류(D유형)' 등 토대연구가 3편, 그 외 기타(E유형)로 7편 등으로 분류할 수 있다.

여기서 주목되는 점은 농업디자인 관련 연구주제가 포장디자인에 집중되고 있는 현상이다. 즉, 전체 30편의 논문 중 18편(60%)이 문제해결을 위한 관점이나 접근 방식은 다르지만, 분명한 것은 농업의 6차산업화나 복지농촌 실현을 위해 가장 중요하고 시급하게 다루어야 할 대상으로 포장디자인에 집중하고 있는 것을 알 수 있다.

[표 6] 주요 연구주제의 유형 및 분포

구분	A유형	B유형	C유형	D유형	E유형
주제	포장디자인 개선방안 및 전략제안	포장디자인 개발 및 개선사례	디자인 관련 교육	개념정의 및 영역분류	그 외
편수 (%)	7편 (23.3%)	7편 (23.3%)	6편 (20%)	3편 (10%)	7편 (23.3%)

주요내용을 살펴보면, A유형의 경우 주로 농업인(소비자) 설문조사와 사례비교를 통해 포장디자인의 개선방안(전략)을 제안하고 있다. 여기서 눈에 띄는 내용들은 소비자의 요구사항(심미성, 기능성 등), 소비자의 의견, 소비자트렌드 등과 같이 '소비자에게 집중된 시점'이다. 그 다음은 제품의 기능적인 측면에서 용도별 포장디자인, 유통구조나 유통채널을 고려한 포장디자인, 수출 등 국제적 경쟁력 제고를 위한 제안, 그리고 농업 디자이너 등 전문가 보충을 위한 제안 등도 이루어지고 있다. 특히, 농업디자인의 자산이라고 할 수 있는 지역성이나 마을의 정체성을 반영한 디자인, 농촌다음의 표출에 대해서도 일부 언급은 하고 있지만 농업인이나 농업현장에 대해 심도 있게 접근한 사례는 발견되지 않는다.

B유형의 경우, 실제 시제품 개발 등을 통해 포장디자인의 개선방안을 고찰하고 있는데, 특정 농산품이나

브랜드의 포장디자인, 온라인 유통구조를 고려한 포장 디자인, 농촌의 판매환경을 고려한 포장디자인 개선사항, 그리고 과실포장을 위한 지기구조 개발 등을 주로 다루고 있다. 여기에서도 소비자에게 신뢰를 줄 수 있는 이미지, 소비자 트렌드를 감안한 차별화된 표현을 강조하고 있으며, 마을 고유의 스토리텔링 부족이나 법적 표기사항 준수 의식 결여 등을 문제점으로 지적하고 있지만, 농업인의 철학이나 가치관, 생각 등을 적극적으로 이해하고 반영하려는 시도는 찾아볼 수 없다. 반면, 디자인 관련 교육을 주제로 하는 C유형의 경우, 교육 대상이 농업인이기 때문에 자연스럽게 농업인에게 초점을 맞추고 있다. 그 내용을 살펴보면, 농업인의 환경이나 지식수준 등을 감안한 수준별, 단계별 교육프로그램을 개발하고, 시범운영과정을 거쳐 교육내용, 방식, 시간, 활용언어, 자료 등에서 실효성을 높이고 있다. 뿐만 아니라 교육의 효율적 운영과 진행을 위해 전문강사나 실습환경 개선을 위한 대안도 제시하고 있다.

이상의 연구내용에서 주목되는 것은 농가소득 증대라는 ‘당면 과제’ 해결을 위해 포장디자인에 집중하고 있다는 점과 동시에 어떻게 하면 소비자에게 어필할 수 있을지 ‘소비자’에게 모든 관점이 집중되고 있다는 점이다. 농업의 6차산업화는 말 그대로 1차, 2차, 3차 산업의 융복합 산업이자 농업인과 농촌자원을 근간으로 하는 농업 중심적 산업이다. 그런 차원에서 농업디자인은 다차원적인 영역을 횡단하면서 활성화를 견인하는 감성적 수단으로 작동해야 하지만, 농업인과 농업현장, 농산품이라는 근본자원을 떠나서 생각할 수 있는 문제가 아니다. 결국 소비자에게 어필하기 위한 매체로서 포장디자인에 편중된 연구동향에서 시사하는 점은 농업 디자인에 있어서 ‘현장’ 즉, 농촌, 농업, 농업인에 대해 깊은 이해가 중요하다는 점을 인식하지 못하고 있다는 것이다.

### 3-2-2. 범용적 가치 추구와 공적 지원모델 탐구

A유형의 경우, SNS 등 직거래 유통구조나 물류 유통방식의 차이에 주목한 포장디자인의 문제를 검토하거나, 농업인이 부담스러워하는 비용문제를 최소화하기 위한 포장디자인의 범용화 요인-요소를 도출하는 탐구, 공동브랜드 개발을 위한 체크리스트를 고안, 제한하는 등 범용적 활용성을 지향하는 경향이 발견된다. B유형을 보아도 포장의 지기구조는 물론 포장 재질 및 소재에 관한 연구를 비롯해 온라인 유통을 고려한 포장디자인, 농가의 디자인 비용부담을 줄이고 편리하게 활용할 수 있는 ‘포장디자인 가이드’ 개발 연구 등과 같이

범용적 가치를 추구하는 경향이 뚜렷하다.

뿐만 아니라 6차산업의 활성화를 위한 공적 지원프로그램의 관리체제 구축 검토를 비롯해 정부 및 지원기관 입장에서 포장디자인 지원사업의 효율화를 위한 지원프로세스의 체계화 연구, 또한 포장디자인 실행 가이드 등 농특산품 포장디자인의 완성도를 높여려는 공적 성격의 지원모델에 대한 연구 등을 보면, 정부기관 소속 연구자의 연구내용에서 많이 발견된다. 이들의 연구는 우선 방대한 지역이나 농업인을 대상으로 연구가 진행되는 것이 특징이며, 다루는 주제나 내용도 매우 포괄적이며 범용적 가치를 추구하고 있다.

이러한 공리적 목적을 위한 연구는 많은 대상에게 적용할 수 있는 표준적 수단이 될 수 있다는 측면에서 분명히 의미가 있다고 생각한다. 다만 농업인의 수준이나 농촌 현장은 말 그대로 마을마다 농가마다 다른 경우가 많다. 따라서 이러한 연구 성과를 모든 농촌이나 농업현장에 적용하기에는 한계가 있을 수 있다. 그런 측면에서 보면 기존 연구의 토대위에서 개별 마을이나 농장에 도움이 되는 세부적이면서도 개별적 연구의 필요성이 부각된다고 할 수 있다.

### 3-2-3. 농업디자인의 토대연구

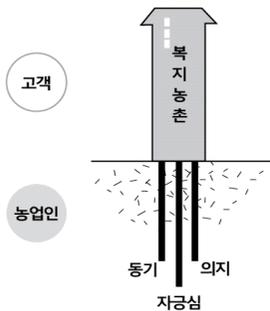
농업디자인에 대한 개념정의나 농업디자인 영역에 대한 이론연구는 근래에 들어 이루어지고 있지만, 디자인의 가치에 대한 이론적 고찰과 농업디자인에 대한 체계적인 영역 분류, 사례소개, 개념정의 등을 통해 농업의 6차산업화를 위한 후속연구의 이론적 토대를 제공하고 있다. 또한, 농촌현장에 있어 디자이너와 함께 하는 참여형 디자인 작업의 가능성을 검토하거나 농산품을 통한 소비자의 행복한 체함을 설계하는 체함디자인에 대한 탐구, 6차산업과 관련된 농업인의 창업 가이드라인 탐구, 그리고 지역 고유의 자산과 정체성을 발견하고 구체화해가는 개별적 사례연구 등도 발견된다. 이러한 개별적 연구는 아직 미미한 상태이지만 개별적이고 현장중심의 농업디자인에 대한 필요성이 서서히 확산되고 있다는 점을 시사한다.

### 3-3. 제언

이상에서 검토한 연구동향 및 시사점을 감안하면, 결국 농업디자인은 영역을 초월한 다양한 전문가와 연구자들의 참여와 이들에 의한 세부적이고 현장 중심적인 연구 활동, 그리고 그러한 연구 성과들을 축적함과 동시에 중·횡단적 융합을 통해 새로운 대안들을 제시하

는 역할에 주력해야 할 것이다. 이를 위해 무엇보다 우선적으로 포장디자인에 대한 편중현상을 제거할 필요가 있다고 생각한다.

농가 수익증대라는 당면과제를 해결하기 위해 ‘소비자에게 어필하는 포장디자인 = 농업디자인이라는 등식이 일반화 되어 있다. 여기서 매출증대를 위해 소비자를 이해하고 이에 대응하려는 노력자체는 분명히 중요한 것이다. 다만, 문제는 농업디자인 관련 연구사례를 보면 농업인이나 농업현장의 목소리에 귀를 기울이고 현장에서 대안을 모색하는 자세를 찾아보기 어렵다는 점이다. 비유적으로 표현하면, 높은 빌딩을 짓기 위해서는 그기에 상응하는 튼튼한 기초가 반드시 필요하다.[그림 2] 마찬가지로 소비자들이 선호하는 제품, 팔리는 농산품을 만들기 위해서는 소비자의 니즈 파악도 중요하지만 농산품이나 농업인 등 현장에 대한 이해도 매우 중요하다고 할 수 있다. 다시 말해 농업인 자체가 자긍심을 갖고 있는 농산품이 아니라면 당연히 소비자에게도 어필할 수 없는 것이다. 그렇기 때문에 농업인들이 농업이나 농산품에 대해 강한 자긍심을 가질 수 있는 방안을 모색하는 것이 농업디자인의 과제로 부각되고, 이를 위해 무엇보다 현장 중심적 문제해결 노력이 필요하다고 사료된다.



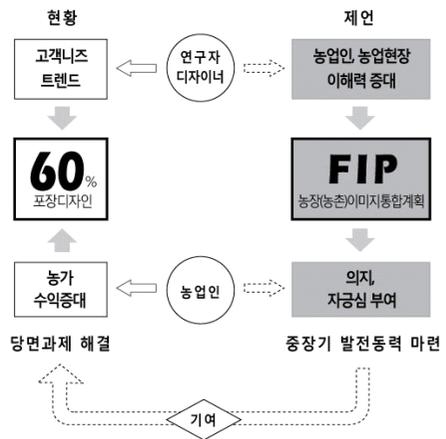
[그림 2] 농업디자인의 지향점

이러한 관점에서 포장디자인 중심의 연구경향을 FIP-브랜드디자인-포장디자인의 방향으로 전환할 것을 제안하고자 한다. 여기서 핵심은 농장(농촌)이미지통합 프로그램(Farm Identity Program)이라는 개념의 제언이다.[그림 3] FIP라는 개념은 기존 널리 알려진 기업 이미지통합전략(Corporate Identity Program)의 개념을 차용한 것으로, 무엇보다도 나가니시 모토9)가 말하

9) 나가니시 모토, 『New DECOMAS』, 손혜민 역, 디자인하우스, 1997, pp.12-25.

는 CI개념에 주목했다. 즉 CI란 ‘자기 인식’과 ‘타자 인식’의 괴리를 메우는 것뿐만 아니라, ‘정보화 시대에 대응한 기업의 존립기반을 확립하는 것’으로, 나아가 ‘기업의 미래 전략을 구축하고 수행해 가는 현대 경영전략’이라는 측면에서 농업(농촌)경영에 있어서도 그대로 수용될 수 있는 유용한 개념이라고 생각한다.

특히, CI는 MI(Mind Identity), BI(Behavior Identity), VI(Visual Identity) 등 3가지 개념을 축으로 하고 있다. 이를 FIP 차원에 접목하면 디자이너와 농업인의 충분한 소통과정을 통해 농업인의 경영이념(MI)을 확립하고, 농업인들의 행동양식(BI)을 규정할 수 있다. 뿐만 아니라 경영이념이나 행동양식을 규정하는 아이콘으로 농장의 시각적 요소에 관한 모든 것을 디자인 차원에서 통일(VI)할 수 있다. 때문에 FIP개념의 도입과정은 농업인과 디자이너 사이에 친숙한 관계형성이 이루어지면서 농업인의 생각이나 경영철학을 명확하게 이해하고, 형상화할 수 있다는 장점이 있다. 이렇게 농장, 농업인의 철학이 응집된 그래픽이미지를 매개로 하여 농장이미지 관리를 체계화 하면, 농업인의 자긍심 고양은 물론 농산품의 브랜드디자인을 비롯해 포장디자인에 이르기까지 브랜드로서 지속적인 개선과 관리가 이루어지면서 농장이나 농산품브랜드의 인지도와 신뢰도 제고로 이어지는 이른바 농업경영의 선순환 고리를 구축하는데 기여할 것으로 기대된다.



[그림 3] 농장(농촌)이미지통합프로그램 제언

#### 4. 결론

본 연구는 농업의 6차산업화라는 화두 속에서 이루어지고 있는 농업디자인에 대한 선행연구의 동향을 고

참함으로써 농업인들에게 도움이 되는 농업디자인의 방향과 역할을 모색한 것이다.

결과적으로 대부분의 연구가 농업인이 현실적으로 요구하는 포장디자인에 대한 전략개선, 포장개선, 교육 관련 내용에 주력하고 있다. 농산물의 제품화에 있어 가장 먼저 직면하는 문제가 포장디자인이고, 이의 개선 및 개발을 통해 인지도 상승과 함께 궁극적으로 농가 수익 증대로 이어지기 때문에 농업인 입장에서는 어찌 면 가장 시급한 과제일 수 있다. 다만, 제고해야 할 점은 포장디자인이라는 ‘급한 불’을 끄는 것도 중요하지만, 6차산업 활성화를 통한 복지농촌 실현을 위해 근본적인 차원에서 접근할 필요가 있다고 사료된다.

여기서 근본적 차원이란 농업디자인의 자산이라고 할 수 있는 농업인, 농업현장에서 출발해서 문제해결을 모색하는 현장 중심적 탐구를 의미하며, 그러한 탐구를 통해 의무감이나 책임감에서 ‘해야 하는 것’이 아니라 농업인 스스로 ‘하고 싶도록’, 그래서 자긍심과 뿌듯함을 느낄 수 있도록 내적 동기를 강화시키는 역할을 해야 할 것이다. 이를 위한 방략으로 본고에서는 농장(농촌)이미지통합프로그램(Farm Identity Program)이라는 새로운 개념을 제안했다. FIP는 농업인에 대한 소통과 이해를 바탕으로 농업인의 자긍심을 고양하는 통일된 시각이미지를 형성화하고 이를 매개로 체계적인 브랜드 관리를 실시함으로써 궁극적으로 농산품의 브랜드인지도 및 신뢰도 향상으로 이어지는 이른바 농업경영의 선순환 고리를 구축하는 토대가 될 것으로 기대된다.

이를 효율적으로 추진하기 위해 전문가의 협력과 지원체제 구축이 필요하다. 그런 측면에서 농촌현장과 농업인에 대한 이해도가 높은 농업디자인 전문가 조직의 구성이 요구된다. 이러한 집단이 결성되면 FIP와 같은 현장 밀착형 디자인프로그램을 충실히 실행할 수 있을 뿐만 아니라 농업디자인과 관련된 연구의 폭을 넓히고 심화시키는데 도움이 될 것으로 기대된다.

한편, 본 연구는 30편이라는 연구논문과 농산품 부분이라는 한정된 범위에서 이루어졌기 때문에 농업디자인 전반으로 일반화하기에는 한계가 있을 것이다. 다만, 소비자들이 선호하는 제품, 팔리는 농산품을 만들기 위해서는 포장디자인 못지않게 농업이나 농산품에 대한 농업인의 높은 자긍심이 뒷받침 될 필요가 있고, 그런 차원에서 농업디자인은 내부자(농업인)와 외부자(소비자) 양측 모두를 끌어안아 상호신뢰를 구축할 수 있도록 양측에 대한 균형 잡힌 시각이 필요하다는 점을 공감하는 자료가 되길 기대한다.

## 참고문헌

1. 김거수, [아이덴티티 디자인 or 로고 디자인 웬만큼 이해하기], 드마북스, 2014
2. 나카니시 모토, [New DECOMAS] 손혜민 역, 디자인하우스, 1999
3. 임경수, [농,살림을 디자인하다], 들녘, 2017
4. 長岡淳一, 阿部岳, [農業をデザインで変える], (株)瀬戸内人, 2017
5. 博報堂 地ブランドプロジェクト編, [地ブランド], 弘文堂, 2013
6. 권혜숙, 도고야스시, 안진근, 농수산물을 활용한 6차산업화 공적지원프로그램에 관한 연구, 한국공간디자인학회논문집, Vol.10, No.4, 2015
7. 김곡미, 온라인 판매를 위한 농산물 브랜드네이밍과 포장디자인에 관한 연구, 상품문화디자인학연구, 40호, 2015
8. 김곡미, 농업 6차 산업 활성화를 위한 포장디자인 분석 및 발전전략 연구, 상품문화디자인학연구, 41호, 2015
9. 김곡미, 스마트 팜 농업 기술개발에 따른 농산물 포장디자인에 관한 연구, 상품문화디자인학연구, 48호, 2017
10. 김곡미, 농수축산 경쟁력을 향상시킬 수 있는 친환경 상품 포장소재에 관한 연구, 상품문화디자인학연구, 51호, 2017
11. 김덕현, 이승현, 손장환, 이수영., 농산물 유통채널별 농업경영체의 상품포장재 차별화 및 결정요인 분석, 상품문화디자인학연구, 46호, 2016
12. 김신혜, UX 관점에서 바라본 6차 융복합산업 활성화 방안, 디지털디자인학연구, Vol.15, No.3, 2015
13. 김용구, 조광수, 농업디자인의 분류와 활용방안에 관한 연구, 아시아디지털아트앤디자인 학회학술대회 자료집, 2015
14. 김용구, 홍정표, 조광수, 농업 디자인의 새로운 정의와 개념 정립, 한국디자인학회 학술발표대회 논문집, 2015
15. 김은정, 서주환, 수요 및 선호도조사에 따른 농산물 포장디자인 개발 전략 연구,

- 디지털디자인학연구, Vol.13, No.3, 2013
16. 김태곤, 허주녕, 양찬영, 농업의 6차산업화 개념설정과 창업방법, 한국농촌경제연구원 농경포커스, 69호, 2013
  17. 김형위, 수출용 농수산식품 포장디자인 개발, 한국포장학회지, Vol.4, No.1, 1997
  18. 김희녕, 홍찬석, 이근하., 농촌지역 마을상품 패키지디자인 개선 사례연구, 한국디자인학회 학술발표대회 논문집, 2017
  19. 문수근, 한국 농산물 브랜드의 활성화 고찰, 한국디자인포럼, 15호, 2007
  20. 박일재, 한국전통문양을 접목한 천연식품 포장개발을 위한 연구, 한국디자인포럼, 4호, 1999
  21. 양용준, 한백진, 증평군 샐러드용 수삼의 상품화를 위한 브랜드디자인 연구, 브랜드디자인학회지, Vol.9, No.3, 2011
  22. 오재훈, 나건, 디자인 관점에서 제주도의 미래경쟁력 강화를 위한 연구, 상품문화디자인학연구, 42호, 2015
  23. 이승환, 과실 유통 안전성을 위한 일체형 난좌 및 포장디자인에 대한 연구, 디자인지식저널, 28호, 2013
  24. 이승환, 6차산업 활성화를 위한 지역 브랜드 이미지 연구. 디지털디자인학연구, Vol.16, No.3, 2016
  25. 이승환, 6차산업 활성화를 위한 농업인전문 교육서비스 환경 만족도 조사, 디지털디자인학연구, Vol.17, No.2, 2017
  26. 이종선, 김승민, 지역특산물 브랜드 개발을 위한 사전진단모형연구, 디지털디자인학연구, Vol.12, No.2, 2012
  27. 이철희, 박기도, 박정관, 안옥선, 조우석, 디자인 시대의 감성 농업, RDA Interrobang 2, 2011
  28. 인미애, 김예슬, 김은주, 지속가능형 농식품 포장디자인을 위한 범용화 요인·요소 도출, 한국디자인문화학회지, Vol.23, No.2, 2017
  29. 정훈, 이순중, 농산물의 브랜드화와 디자인의 역할에 대한 연구, 한국디자인학회 국제학술대회 논문집, 2005
  30. 진혜련, 농업인 디자인 교육 프로그램 실태분석을 통한 개선방향 연구, 기초조형학연구, Vol.16, No.5, 2015
  31. 진혜련, 조록환, 6차 산업형 농촌관광마을 활성화를 위한 농업인 공급자 농특산물 포장디자인 의식 분석, 기초조형학연구, Vol.15, No.2, 2014
  32. 진혜련, 조록환, 농특산물 포장디자인 지원 현황분석 및 지원사업 프로세스 개발 연구, 기초조형학연구, Vol.16, No.3, 2015
  33. 진혜련, 조록환, 채혜성, 농촌 농특산물 포장디자인 개선에 따른 소비자 의견 평가, 상품문화디자인학연구, 45호, 2016
  34. 진혜련, 채혜성, 농업·농촌 6차 산업 활성화를 위한 농촌관광마을 농특산물 포장디자인 현황분석 및 개선방안 연구, 기초조형학연구, Vol.14, No.5, 2013
  35. 진혜련, 채혜성, 농업인 포장디자인 교육 의식 분석을 통한 역량강화 교육프로그램 표준안 개발, 기초조형학연구, Vol.17, No.2, 2016
  36. 진혜련, 채혜성, 농업인 포장 디자인 역량강화를 위한 교육 프로그램 시범 적용 평가, 기초조형학연구, Vol.17, No.5, 2016
  37. 진혜련, 채혜성, 농업인 브랜드디자인 교육 역량강화 방안 연구, 한국디자인학회 학술발표대회 논문집, 2016
  38. 채혜성, 도경록, 진혜련, 홍광우, 이동관, 안옥선, 조록환, 농촌마을 농특산물 포장디자인 개선을 위한 사뮈 개발 및 효과, 한국지역사회생활과학회 학술대회 자료집, 2013
  39. 채혜성, 하은영, 서애은, Nvivo를 활용한 6차 산업화 농특산물 포장디자인 개선방안 연구, 상품문화디자인학연구, 50호, 2017
  40. 최충식, 권영수, 브랜드 차별화를 위한 쌀 포장디자인에 관한 연구, 디자인연구논집, Vol.1, No.1, 2002
  41. 최치권, 지역 농산물의 공동브랜드 개발과 디자인의 의미 확장에 관한 고찰, 디자인지식저널, 4호, 2007