



Brand Identity Design Guidelines

이따갈게 브랜드 아이덴티티 디자인 가이드라인 · Basic System · v1.0 · 2026-10-14
디자인 서찬미 · 기준본 docs/brand/BRAND.md

LOGO SIGNATURE

시그니처

이따갈게의 시그니처는 링 핀 심볼과 한글 워드마크를 가로로 결합한 형태다. 심볼은 손님이 "이따 갈게" 하고 들를 가게의 위치를, 워드마크는 서비스 이름을 나타낸다. 모든 매체에서 이 원본 파일을 그대로 사용하며, 비례·색·간격을 임의로 바꾸지 않는다.



구성

심볼	링 핀 — 이응(ㅇ) 링 + 지도 핀 꼬리. 벽돌 오렌지 #D14F26
워드마크	"이따갈게" — 학교안심 모험가 B(700) 클리프, 워드마크 그레이 #44413E
비례	핀 높이 = 글자 높이 × 1.6 · 핀-글자 간격 ≈ 핀 폭 × 0.4 · 전체 592 : 144
원본	docs/brand/logo/260923 이따갈게 로고 (심볼+텍스트).svg (AI 원본은 디자인 폴더)

여백 규정 (Clear Space)



X = 심볼(핀) 폭의 1/2. 이 안에 다른 글자·그림·테두리를 두지 않는다. 세로형·박스는 판(또는 글자) 폭의 1/4.

최소 크기

가로 락업	높이 24px(6mm) 이상
세로형·박스	정사각 96px(25mm) 이상
심볼 단독	48px 이하 자리는 심볼만 — 글자 로고는 32px 아래에서 쓰지 않는다

LOGO VARIATIONS

로고 변형

매체와 자리에 따라 쓰는 변형 9종이다. 가로
락업이 기본이고, 정사각에 가까운 자리는 세로형.
박스, 작은 자리는 심볼·파비콘을 쓴다. 워드
단독형은 심볼이 따로 있는 자리에서만 쓴다. 모든
변형은 docs/brand/logo/ 의 파일을 그대로
쓴다.



한글 혼합형 가로 (1)
로고 - 한글 혼합형 (가로) (1)



한글 혼합형 가로 (2)
로고 - 한글 혼합형 (가로) (2)



영문 혼합형 가로 (1)
로고 - 영문 혼합형 (가로) (1)



영문 혼합형 가로 (2)
로고 - 영문 혼합형 (가로) (2)



혼합형 세로 (1)
로고 - 혼합형 세로 (1)



혼합형 세로 (2)
로고 - 혼합형 세로 (2)



박스 (1)
로고 - 박스 (1)



박스 (2)
로고 - 박스 (2)



심볼
로고 - 심볼



한글 워드 (1)
로고 - 한글 워드 (1)



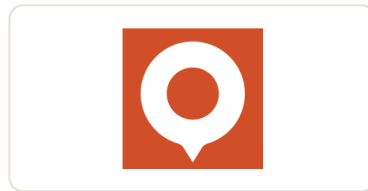
한글 워드 (2)
로고 - 한글 워드 (2)



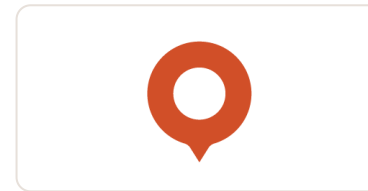
영문 워드 (1)
로고 - 영문 워드 (1)



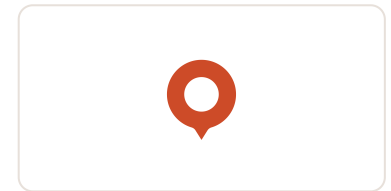
영문 워드 (2)
로고 - 영문 워드 (2)



파비콘 (1)
파비콘 (1)



파비콘 (2)
파비콘 (2)



인스타그램 프로필
인스타그램 프로필

파일명 끝 (1) = 글자 그레이 #44413E, (2) = 글자 오렌지 #D14F26. 핀은 언제나 오렌지. 기본은 (1), (2)는 한 화면에 오렌지 면이 없을 때만 쓴다. 영문형은 영문 문맥에서만.

COLOR VARIATIONS BACKGROUNDS

배경 색상

로고는 흰색·크림 바탕 위에 기본 색(그레이 글자 + 오렌지 핀)으로 쓰는 것을 원칙으로 한다.
오렌지·짙은 갈색처럼 어두운 브랜드 색 위에서는 크림 단색으로 바꾼다. 사진·패턴 위에는 올리지 않으며, 꼭 필요하면 크림 판을 깔고 그 위에 놓는다. 오렌지 글자 (2)는 화면에 오렌지 면이 없을 때만 쓴다.



White



Cream · 웹 #FCFAF8



Cream · 인쇄 #FCF1EA



Orange #D14F26 — 크림 단색



Brown #4F2F22 — 크림 단색



White — 오렌지 글자 (2)

Backgrounds

White



Cream



Orange



Brown



COLOR SYSTEM

컬러 시스템

벽돌 오렌지는 동네 가게의 온기를, 잉크와 크림은 종이 위 글씨 같은 편안함을 나타낸다. 메인 3색이 모든 매체의 기본이고, 서브 색은 면·테두리·보조 글자에만 쓴다. 상태색은 영업중·경고·오류 같은 기능 표시 전용이며 꾸밈으로 쓰지 않는다. 크림은 화면(#FCFAF8)과 종이(#FCF1EA)에서 값이 다르다.

Main Color Palette

이따갈게 Orange

벽돌 오렌지 · --primary
HEX #D14F26
RGB 209 79 38
HSL 14 69% 48%

이따갈게 Ink

잉크 · --foreground
HEX #251D18
RGB 37 29 24
HSL 23 21% 12%

이따갈게 Cream

크림(웹) · --background
HEX #FCFAF8
RGB 252 250 248
HSL 30 40% 98%
인쇄 #FCF1EA · RGB 252 241 234

Sub Color Palette

Wordmark Gray

워드마크 전용
HEX #44413E
RGB 68 65 62
HSL 30 5% 25%

Brown

짙은 갈색 · --brand-ink
HEX #4F2F22
RGB 79 47 34
HSL 17 40% 22%

Soft

연한 살구 · --brand-soft
HEX #FEEEE7
RGB 254 238 231
HSL 18 92% 95%

Muted

흐린 글자
HEX #766960
RGB 118 105 96
HSL 25 10% 42%

Border

테두리
HEX #E7E0DA
RGB 231 224 218
HSL 28 21% 88%

State Color Palette

기능 전용 — 마케팅·로그오에 쓰지 않는다

Open

영업중 · --success
HEX #358D64
RGB 53 141 100
HSL 152 45% 38%

Warning

경고 · --warning
HEX #DA950B
RGB 218 149 11
HSL 40 90% 45%

Danger

위험 · --destructive
HEX #DC2828
RGB 220 40 40
HSL 0 72% 51%

Category Color Palette

업종 핀 · BS.06

커피
#D14F26

바
#BB4876

타치노미
#7B68B5

콘도
#43B9AE

초콜릿
#E6AB43

독립서점
#5BB6E0

공방
#3F62B5

그 외
#766960

비율: 크림 70 · 잉크/갈색 20 · 오렌지 10. 오렌지는 면이 아니라 점으로, 한 화면에 오렌지 면은 하나. 웹 토큰은 src/app/globals.css(HSL). CMYK-Pantone 값은 인쇄 교정 후 확정한다.

TYPOGRAPHY

서체

제목은 학교안심 모험가, 본문은 Pretendard 두
서체만 쓴다. 모험가는 로고 워드마크와 같은
글꼴이라 헤드라인에 쓰면 로고와 지면이 한
목소리로 읽힌다. 모험가를 본문 크기로 쓰지 않고,
Pretendard 를 제목에 쓰지 않는다. 장식 서체
들은 가게 이야기 섹션 안에서만 허용한다.

Primary — 학교안심 모험가 OTF

이따갈게

사장님과 대화
해보세요

늦선 방문도 조금 더 가볍게!

가나다라마바사 아자차카타파하 1234567890

B (700) 로고 워드마크 · 타이틀 · 헤드라인

R (400) 서브 타이틀

라이선스 OFL — 상업·임베딩·로고(BI/CI) 사용 가능, 폰트 파일 판매만
금지. 교육저작권지원센터 배포

파일 docs/brand/fonts/HakgyoansimMoheomgaOTFB.otf · ...
R.otf

Secondary — Pretendard

우리 동네 가게 사장님에게
방문 전에 물어보세요

영업시간·메뉴·주차·예약 같은 궁금한 것을 사장님
페르소나가 가게의 최신 정보로 답해요. 잘못된
답은 사장님이 직접 고칩니다.

Pretendard Variable 100~900 · 가나다라마바사 ABCDEFG
abcdefg 1234567890

700 소제목 · 버튼 · 강조 (tracking-tight)

400 본문 · 안내 · UI 전부 (word-break: keep-all)

적용 웹·앱 전체. CDN v1.3.9, 폴백 Noto Sans KR → 시스템

장식 서체 — 가게 이야기 안에서만

THEFACESHOP 잉크립퀴드(사장님 한마디 26/33px) · 송암 이형식(싸인 28px). 로고·슬로건·
제목에 쓰지 않는다(라이선스). 장평·기울기·두께·테두리 변형 금지.

CATEGORY PINS

업종 핀

지도 위에서 가게를 업종별로 구분하는 핀이다.
로고 심볼과 같은 실루엣에 업종 아이콘을
흰색으로 넣고, 바탕을 업종 색으로 칠한다. 색은
서로 멀리 떨어지도록 골랐고(2026-10-14
재배치), 전용 핀이 없는 업종은 회색 링 핀을 쓴다.
인스타 카드에서 업종을 나타낼 때도 같은 색을
쓴다.



실루엣	로고 심볼과 같은 링 핀. viewBox 69.7 × 80.8, 링 반지름 12, 꼬리 끝이 아래 중앙(지도 좌표), 높이/너비 1.173
아이콘	흰색 단색, 바탕은 업종 색 단색. 그림자는 핀 바깥 CSS drop-shadow 만
선택 상태	26px → 32px, 안쪽 원을 연한 살구 #FEEEE7, 가운데 점

쓰는 곳	지도 랜딩 마커 · 업종 필터 칩 · 가게 상세 테두리 · 인스타 업종 카드
원본	docs/brand/pins/이따갈게 핀 - <업종>.svg (디자이너 AI 원본에서 내보냄)
코드	src/lib/map-pin.ts — 공방·독립서점 색, 타치노미 종류는 2026-10-14 기준 미반영(개발자 적용 예정)

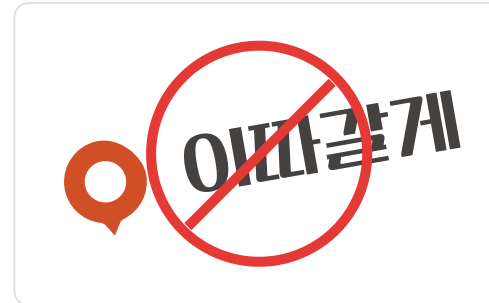
INCORRECT USAGE

사용금지 규정

로고의 일관성을 해치는 사용 예다. 비례·각도·색·효과를 바꾸거나, 핀과 글자를 따로 조합하거나, 다른 서체로 다시 치는 것을 금지한다. 2026-08에 코드로 만든 구 워드마크(public/logo*.svg)도 새 자료에 쓰지 않는다. 여기 없는 변형이 필요하다면 디자이너와 먼저 상의한다.



비율을 임의로 바꾸는 경우



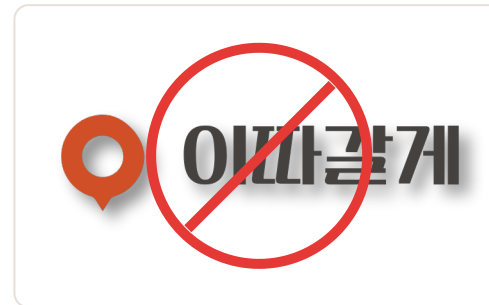
기울이거나 회전하는 경우



규정 이외의 색을 쓰는 경우



외곽선을 두르는 경우



그림자·효과를 넣는 경우



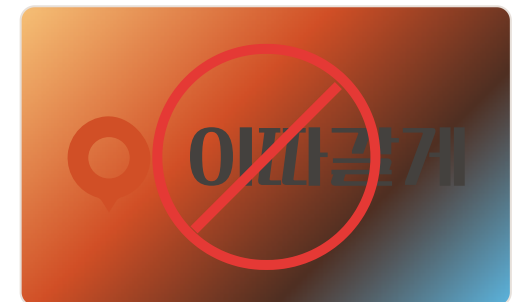
핀과 글자 비율을 바꾸는 경우



다른 서체로 다시 치는 경우



구 워드마크를 쓰는 경우



사진·패턴 위에 올리는 경우

허용되는 변형은 BS.02의 9종뿐이다. 어두운 바탕에서는 BS.03의 크림 단색만 쓴다. 사진 위에 꼭 올려야 하면 크림 판을 깔고 BS.01 여백 규정을 지킨다.

VOICE & TONE

말투와 표기

이따갈게의 말은 동네 가게 사장님이 손님에게 건네는 말과 같아야 한다. 짧고, 존댓말이고, 과장하지 않는다. 손님·사장님·운영팀 세 호칭만 쓰고, AI 는 "페르소나"라고 부른다. 문장 안에서 강조는 "이따갈게" 한 단어에만 오렌지를 쓴다.

일도 바쁜데 응대까지, 바쁘시죠?
우리가게를 알아는 **이따갈게**에
말기세요!

어미	본문·안내는 해요체("~해요 / ~돼요 / ~해 주세요"). 제목·약속을 못 박는 한 문장은 "~합니다" 가능("가게가 손님과 대화합니다"). 법률·고지는 합니다체
호칭	손님 · 사장님 · 운영팀. 고객·유저·업주 x. "점주"는 운영자 화면·법률 문서의 역할어로만
AI 지칭	페르소나(사장님 페르소나 / 페르소나 AI). 챗봇·AI 직원 x
강조	문장 안에서 "이따갈게"만 오렌지. 다른 단어는 굵기로
숫자	가격 "월 9,900원" · 시간 "08:00~17:00"
약속 수위	"답해요"까지. 정확·완벽·실시간 x. 실시간 재고·좌석은 가게 확인 안내를 붙인다

이름 표기

한글	이따갈게 — 띄어쓰기 없음. 로고 안에서만 두 줄
영문	Ittagalge — 문장 안에서는 첫 글자만 대문자, 도메인·해시태그는 소문자 ittagalge
태그라인	GOOD PLACES CLOSER TO YOU — 인쇄물 하단·영문 자료에 대문자로
금지	"이따 갈게"(띄어쓰기) · 잇다갈게 · Ittagalgae · ITTAGALGE

하지 않는 것

- 사장님 실명·얼굴을 쓰지 않는다 — 확인 전 가게는 "{가게명} 사장님"으로만
- 가게 페이지(/[slug], /[slug]/chat)에 제3자 광고·배너를 넣지 않는다
- 상태색(초록·노랑·빨강)을 꾸밈으로 쓰지 않는다
- 장식 서체를 로고·제목에, 모험가를 본문에 쓰지 않는다
- 사장님 대상 자료에서 "앱 설치 없이"를 핵심 메시지로 세우지 않는다 (손님 대상 포스터는 가능)

UI ELEMENTS

형태 · 아이콘

화면과 인쇄물에서 반복되는 작은 형태들의 규칙이다. 카드는 16px, 버튼은 10px, 칩은 완전 원형으로 모서리를 통일하고, 그림자 대신 얇은 테두리로 면을 나눈다. 아이콘은 lucide 한 세트, 색은 잉크 하나다. 오렌지 면은 한 화면에 하나만 둔다.

모서리 · 면



카드	모서리 16px(웹 토큰 --radius 14px → 16px 로 통일 예정), 테두리 0.5px #E7E0DA, 그림자 없음
버튼	모서리 10px. 기본 = 오렌지 면 + 흰 글자, 보조 = 흰 면 + 테두리, 살구 = #FEEEE7 면 + 갈색 글자
칩·알약	완전 원형(9999px). 바탕 #FEEEE7, 선택은 오렌지 테두리, 업종 칩은 업종 색 12% 바탕
면 규칙	오렌지 면은 한 화면에 하나(버튼 또는 띠). 나머지는 크림·흰·살구

아이콘



세트	lucide — 선 2px, 끝 둥글게, 24px 그리드. 화면 아이콘은 전부 여기서
색	잉크 #251D18 한 색. 오렌지 버튼 안에서는 흰색. 아이콘에 오렌지·업종색을 쓰지 않는다(핀만 예외)
번호 배치	오렌지 원 + 흰 숫자(포스터 ①②③)
인쇄물 아이콘	포스터의 라인 일러스트(지도·전화·가게)는 같은 2px 선 굵기에 오렌지 1색 포인트
헤더	높이 56px(--header-h), 왼쪽 가로 락업 24~32px, 모바일 하단 탭 56px

APP ICON & FAVICON

아이콘 규격

앱 아이콘·파비콘·프로필 사진은 글자 없이 심볼과 박스형으로만 만든다. 플랫폼마다 가장자리를 깎거나 둥글리므로 안전 영역 안에만 요소를 둔다. 앱 아이콘은 Android 안전 영역(가운데 61%)에 맞춰 글자 블록을 60%로, 애플 터치 아이콘은 심볼 높이를 72%로 잡았다. 모든 파일은 로고 벡터 원본에서 조판했다.



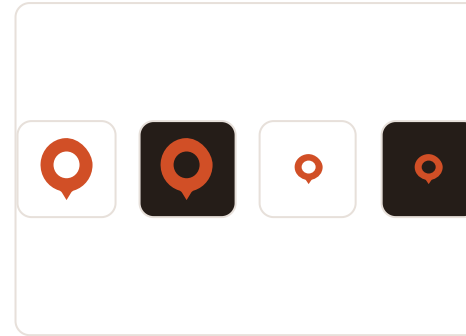
앱 아이콘 1024

오렌지 판 전면 · 글자 블록 60% · 모서리는 OS 가 깎는다



애플 터치 아이콘 180

오렌지 판 + 흰 심볼, 심볼 높이 72%



파비콘 SVG · 32 · 16

심볼 단독 오렌지, 투명 바탕 — 밝은·어두운 탭 모두



프로필 사진 1602

원형 크롭 — 심볼 꼭짓점이 반지름의 76% 안

iOS	1024×1024 PNG, 투명 없음, 모서리를 직접 둥글리지 않는다(시스템 마스크). 글자 블록은 판의 60%
Android	적응형 아이콘 — 108dp 캔버스 중 가운데 66dp(61%)만 안전. 같은 1024 원본을 192·512 로 줄여 manifest 에
애플 터치	180×180, 오렌지 판 + 흰 심볼(심볼 높이 72%). 홈 화면·사파리 북마크
파비콘	favicon.svg(심볼 단독 오렌지, 투명) + favicon-32.png 폴백. 글자 로고는 쓰지 않는다

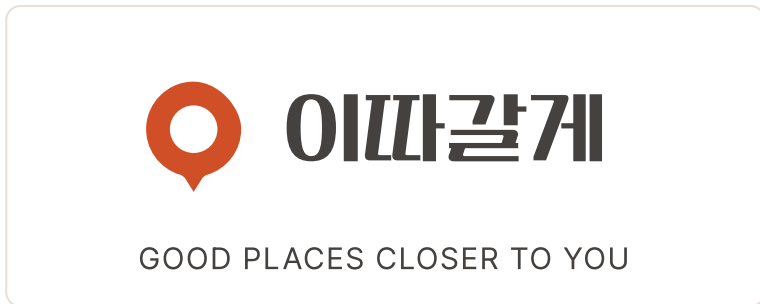
프로필	인스타·카톡 채널 = 인스타그램 프로필.png (1602, 흰 바탕 가운데 심볼). 원형 크롭·스토리 링 여백 확보
파일	docs/brand/logo/이따갈게 앱 아이콘 (1024·512·192).png · 애플 터치 아이콘 (180).png · 파비콘.svg · 파비콘 (32).png — 전부 로고 SVG 에서 조판(2026-10-14)
웹 적용	public/ 에 복사 후 src/app/icon.svg·apple-icon.png·manifest 교체 — 개발자 적용 항목 1번
금지	아이콘에 가로 락업·태그라인 넣기, 판 색 바꾸기, 모서리 미리 둥글리기, 그림자

TAGLINE LOCKUP

태그라인 락업

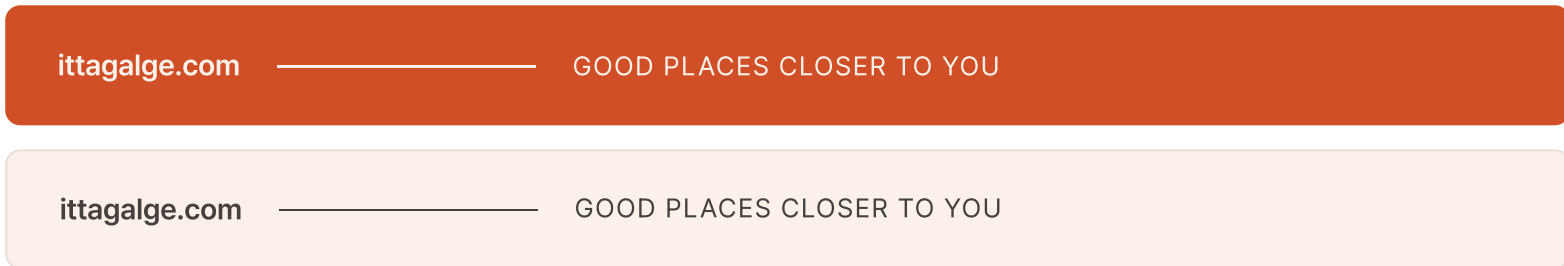
영문 태그라인 GOOD PLACES CLOSER TO YOU 는 로고와 고정된 락업으로만 쓴다. 서체는 본문 서체인 Pretendard Regular 대문자로, 로고 워드마크(모험가)와 대비되게 가늘고 넓게 조판한다. 로고 아래 왼쪽 정렬이 기본이고, 인쇄물 하단에서는 도메인과 함께 한 줄 서명으로 쓴다.

락업 A — 아래 정렬 (기본)



로고 아래 왼쪽 정렬. 로고-태그라인 간격 = X(심볼 폭의 1/2). 태그라인 길이는 로고 폭을 넘지 않는다.

락업 B — 한 줄 서명 (인쇄물 하단)



포스터·POP-배너 하단 락업. 왼쪽 도메인(Pretendard 600) — 얇은 선 — 태그라인. 로고가 같은 면에 따로 있을 때만 쓴다.

규정

서체	Pretendard 400 , 대문자, 자간 +6% — 모험가는 한글 전용이라 영문 태그라인에 쓰지 않는다(포스터와 동일)
크기	대문자 높이 = 심볼 높이 × 0.22. 락업 최소 폭 인쇄 40mm / 디지털 160px, 태그라인 단독 6pt 이상
색	워드마크 그레이 #44413E, 어두운 바탕은 크림 #FCF1EA
금지	로고 옆·위에 놓기 · 굵게 하기 · 한글로 번역 · 모험가·장식 서체로 치기 · 락업을 분해해 재조합

CO-BRANDING

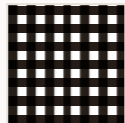
가게와의 공동 표기

이따갈게는 가게와 함께 보이는 일이 많다. 매장에 붙는 POP·스티커는 가게가 주인공이므로 이따갈게는 작게 서명처럼 들어가고, 이따갈게가 내는 포스터·소개서·인스타 카드에서는 두 로고를 같은 무게로 나란히 둔다. 어느 쪽이든 서로의 로고를 상대에 맞춰 바꾸지 않는다.

가게가 주체 — 매장 POP · 스티커 · 안내물

이화로스토리

사장님께 물어보세요



QR을 찍으면 바로 대화가 시작돼요



가게명(또는 가게 로고)이 위·크게. 이따갈게 가로 락업은 하단에 작게(높이 6mm·24px 이상), 다른 요소와 1/2X 이상 띄운다. 가게명은 Pretendard 700-800 으로 — 모험가로 치지 않는다.

순서 주체가 앞·위. 가게 매장물은 가게가, 이따갈게 발행물은 이따갈게가 앞

무게 두 로고의 시각적 크기를 같게. 상대 로고에 맞추려고 우리 로고의 색·비례를 바꾸지 않는다

금지 ×·+·& 연결 기호 · 두 로고를 한 박스에 넣기 · 가게 로고를 옐로우로 칠하기 · 가게명을 모험가로 치기 · 구분선 없이 붙이기

이따갈게가 주체 — 포스터 · 소개서 · 인스타 카드



이따갈게

이화로스토리



이따갈게

가게 로고

왼쪽 이따갈게, 오른쪽 가게. 사이 세로 구분선 1pt #E7E0DA(어두운 바탕은 크림 40%), 선 높이 = 심볼 높이, 선-로고 간격 1/2X. 가게 로고 높이를 심볼 높이에 맞춰 무게를 같게. 로고가 없으면 가게명을 Pretendard 700, 글자 높이 = 워드마크 글자 높이.