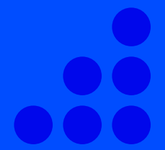
Creative
Active
Design
괴산!

안조근
elan760@jwu.ac.kr

RISE 기반 '지역 거점 디자인센터'

괴산 혁신의 새로운 청사진 프로젝트 제안



Creative
Active
Design 괴산!

CONTENTS

목차

01

사업 배경과 필요성

*제안 사업명

*사업 배경

*사업 필요성

02

주요 사업 내용

*디자인 컨설팅 및 지원

*지역 특화 상품 개발

*지역 이미지 개선 및 홍보

*지역 환경 및 공공디자인 개선

03

기대 효과

*기업의 매출 증대 및 경쟁력 강화

*젊고 창의적인 이미지 확립

*지역 관광 및 경제 활력 증대

*지역의 창의적 일자리 창출

04

사업 예시

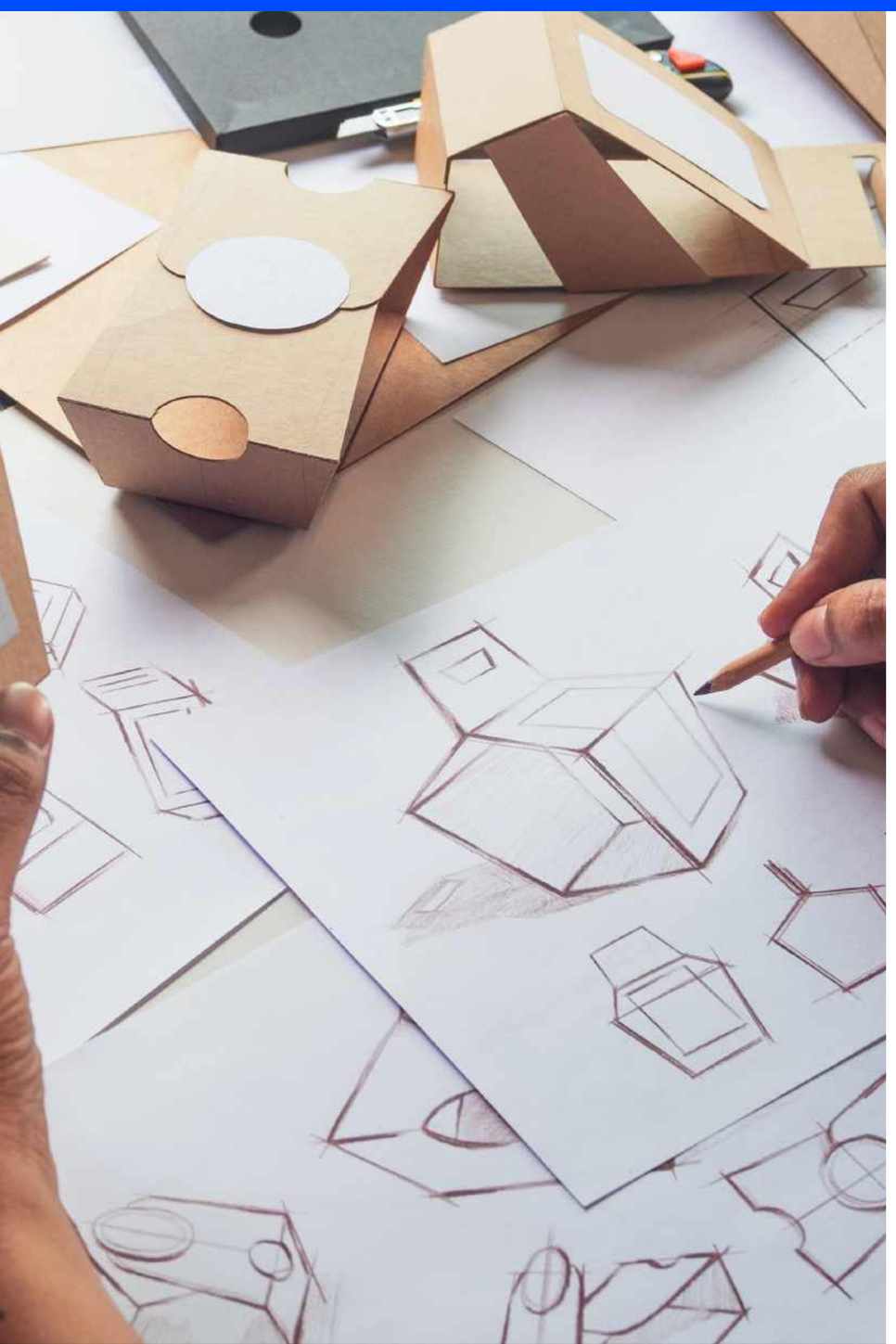
*동양헬스클럽

*목도양조장

*청인약방

01

사업 배경과 필요성



제안 사업명

[지역 거점 디자인센터 설립 및 활성화]

지역 특성화
및
차별화의 중심
디자인센터

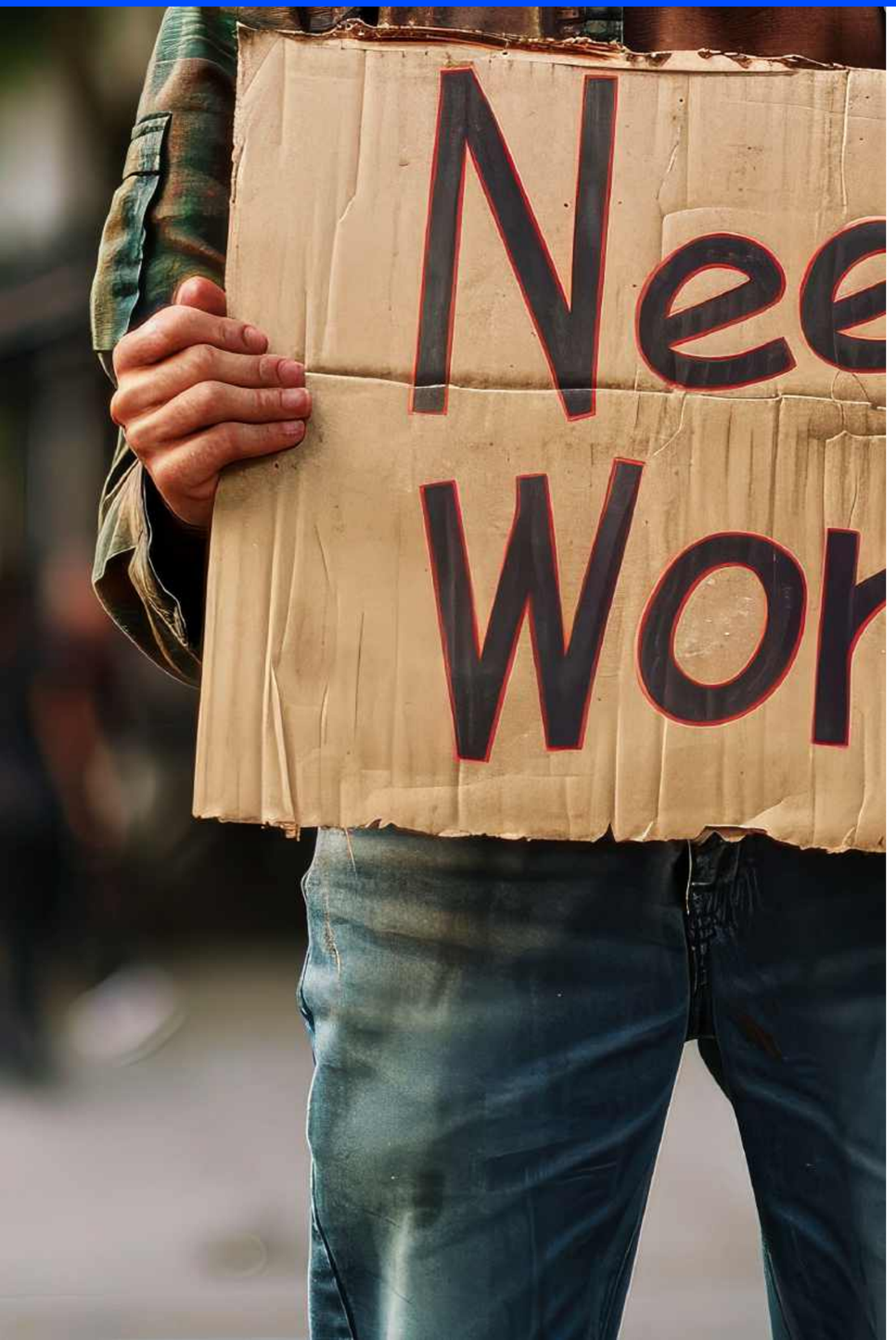
- 디자인 컨설팅 및 지원
- 지역 특화 상품 개발
- 디자인 교육 프로그램 운영
- 지역 이미지 개선 및 홍보
- 지역 환경 및 공공디자인 개선



사업 배경

1. 인구구조 변화와 지방 소멸 위기

- 출산율 감소와 초고령화 사회로의 진입중
- 인구 감소 속도가 가속화
- 수도권 집중화로 청년층과 경제활동 인구의 유출이 심화
- 지역 경제와 생활 기반의 약화
- 지역 경제 위기를 넘어 국가적 지방 소멸의 위기



사업 배경

2. 양질의 일자리 부족

- 지역 내 소상공인과 중소기업의 고용 창출 능력 취약
- 지속 가능한 일자리의 부족
- 양질의 일자리 부재와 미래 성장 비전이 없는 현실
- 청년층이 지역을 떠나는 주된 이유로 작용



사업 배경

3. 지역 산업 구조의 한계

- 괴산은 농업 중심의 전통적 산업 구조
- 고부가가치 창출이 어려움
- 디지털 전환과 4차 산업혁명 시대에 대한 대응 취약
- 첨단 산업 생태계 구축이 미흡할 수 밖에 없는 구조



사업 배경

4. 침체된 지역 이미지

- 괴산은 '정적'이고 '노화된' 이미지로 각인
- 부족한 교통 인프라와 관광 접근성
- 외부 인구 유입과 경제 교류를 저해하는 요인
- 젊은층을 유인할 지역 명소(Hot Place)의 부재



사업 배경

5. 괴산군의 지역 자원과 잠재력

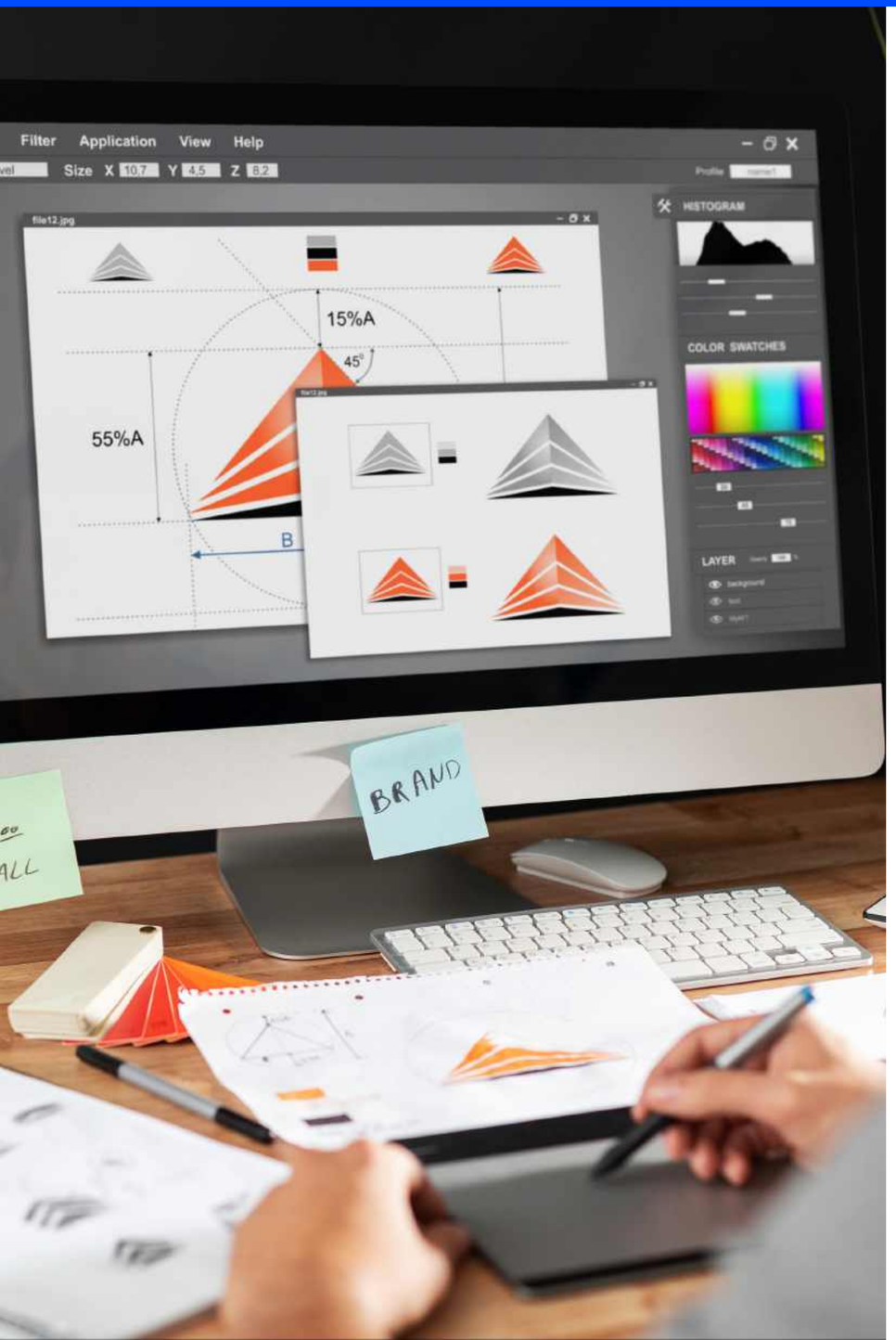
- 고추, 배추, 옥수수, 미선나무 등 우수한 특산물
- 문광저수지, 산막이 옛길, 국립공원 등 우수한 관광 자원
- 중원대학교 및 학생군사학교
- 젊은 인구와 창의적 자원을 활용할 기반이 마련



사업 필요성

1. 인구 유출 방지와 경제 활성화

- 청년층 유출과 고령화로 인한 지역 경제의 위축 심화
- 괴산군의 지속 가능성을 위협
- 지역 기반 산업의 혁신이 요구됨
- 양질의 일자리 창출이 필요
- 외부 인구를 유입할 비전 제시 필요



사업 필요성

2. 소상공인 및 중소기업 경쟁력 강화

- 지역 내 소상공인과 중소기업의 디자인 경쟁력 부족
- 종합적이고 전문적인 디자인 지원 필요
- 브랜딩, 제품 개발, 시제품 제작, 마케팅 전략, 기술 이전
- 지역 기업의 대외 경쟁력 강화



사업 필요성

3. 괴산군 브랜드 이미지 개선 필요

- 정적이고 침체된 느낌의 괴산군 이미지
- 관광객 유치와 경제 교류 및 활성화에 부정적 요인으로 작용
- 젊고, 창의적이며, 역동적인 이미지 구축이 요구됨
- 지역의 장점을 부각 시키고 이미지의 업그레이드 필요



사업 필요성

4. 4차 산업혁명과 지역 자원의 융합

- 디지털 기술과 지역 특산물의 융합 모델 개발
- 고부가가치 상품 개발이 필요
- 괴산만의 체험형 관광 상품 개발로 6차산업 활성화
- 디지털 전환 기반의 경제 모델 구축
- 지역 산업 생태계의 경쟁력을 확보



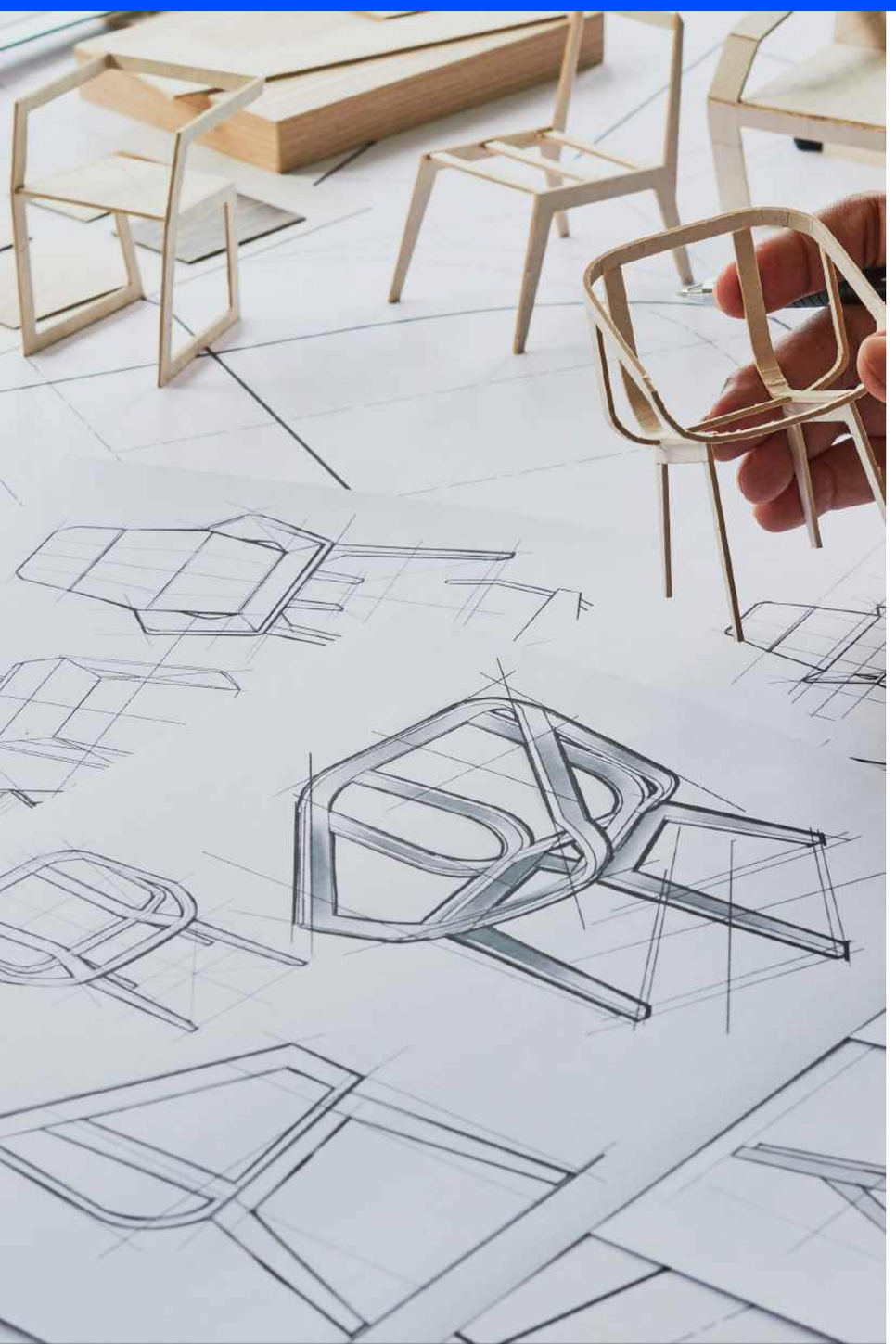
사업 필요성

5. 지역 특성화 전략과 지속 가능한 발전

- 농업 자원, 관광 자원, 문화 자원을 활용한 특성화 전략 필요
- 디자인센터와 괴산군의 유기적, 지속적인 협업
- 지역특화 상품 개발과 브랜딩, 창의적 교육 프로그램 운영
- 지속 가능하고 확장성 있는 성장 발전 전략 수립

02

주요 사업 내용



주요 사업 내용

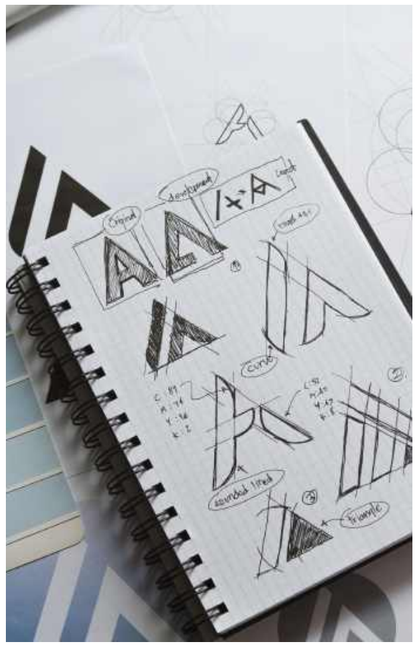
1. 디자인 컨설팅 및 지원

지역 소상공인 및 중소기업의 디자인 역량 강화와 상품,서비스의 고부가가치화를 통해 경쟁력 있는 시장 진출 지원

- CI/BI 개발
- 패키지 디자인
- 제품 디자인 및 시제품 제작
- 홍보물 제작
- 디자인 컨설팅

CI/BI 개발

기업 및 브랜드의 정체성을 확립하는 로고, 심볼, 슬로건 개발



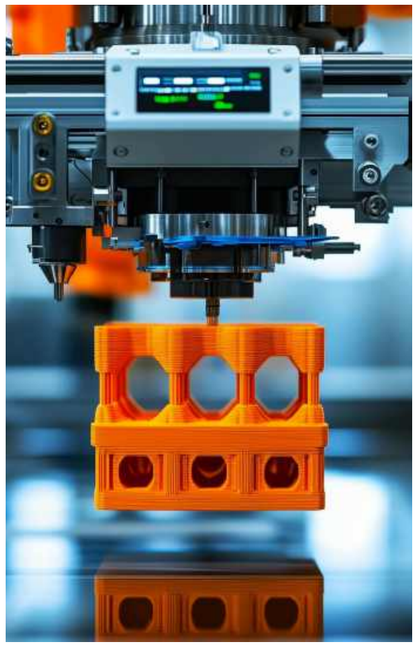
패키지 디자인

지역 특산물 및 관광 상품의 포장 디자인 개선



제품 디자인

아이디어 스케치, 모델링,랜더링, 3D 프린팅, CMF전략 수립, 시제품 제작



광고/홍보물

광고 포스터, 브로슈어, 영상 콘텐츠, SNS 홍보물 제작



디자인 컨설팅

고객 니즈와 시장 트렌드를 반영한 맞춤형 디자인 전략 제공



적용 예시

괴산 고추 농가

- 모던하고 고품위의 브랜드 개발과 고추 가루 포장 디자인 리뉴얼
- QR코드를 활용한 상품 정보 제공과 스토리텔링 강화

지역 전통 떡집

- 신규 로고 및 패키지 디자인 적용으로 프리미엄 제품화 추구
- 전통적인 감성과 현대적인 미감을 결합한 디자인 적용

괴산 미선나무 활용업체

- 사용자가 쉽고 편리하게 조작할 수 있는 농기구 디자인 개선
- 안전성을 고려한 기능적 제품 디자인 제공

소규모 농기구 제조사

- 미선나무를 활용한 기능성 화장품, 향초와 방향제의 패키지와 브랜딩 지원

관광지 기념품 판매점

- 주요 관광지별 특장점을 테마로 한 다양한 굿즈 디자인 개발



주요 사업 내용

2. 지역 특화 상품 개발

괴산 특산물과 관광 자원을 활용해 차별화된 고부가가치 상품을 개발하고, 지역 자원의 경제적 잠재력을 극대화

- 특산물 기반 상품 개발
- 관광 기념품 제작
- 체험형 상품 개발
- 고급화 및 프리미엄화 전략
- 지속 가능성 강조

특산물 기반 상품

괴산 청결고추,
대학찰옥수수, 절임배추,
미선나무 등 지역 특산물을
활용한 차별화된 제품 개발



관광 기념품

관내 유명 관광지 및 지역
축제 홍보를 위한 굿즈 및
체험형 문화관광 상품 개발



체험형 상품

6차산업 기반 콘텐츠, DIY
키트, 유기농 제품, 환경
친화적 상품 개발



프리미엄화 전략

디자인 지원을 통해 지역
자원의 가치를 높이고
상품성을 강화하는 프리미엄
상품 개발 전략 수립



지속 가능성

친환경 소재개발 및 자원
재활용이 가능한 상품 개발로
지속 가능성 확보



적용 예시

미선나무 기반 제품

- 관상용 묘목포트,생분해성 화분, 방향제, 기능성 화장품(로션, 크림, 에센스, 마스크팩 등) 개발
- 미선나무 추출물의 기능성을 활용한 브랜드 런칭

옥수수 부산물 업사이클링

- 옥수수 껍질로 만든 친환경 식기 및 인테리어 소품
- 옥수수 수염을 활용한 차(tea) 상품화

청결고추 캐릭터 활용

- 괴산 청결고추를 모티브로 한 캐릭터 문구류(노트, 펜) 제작
- 관광 기념품으로 판매될 마그넷 및 키링 개발

문광저수지 굿즈 개발

- 4계절과 야경을 주제로 한 엽서, 캘린더, 텀블러 제작
- QR코드로 저수지 관련 정보를 제공하는 스마트 굿즈

6차산업 체험 키트

- 초보 농업인을 위한 고추 키우기 DIY 키트
- 옥수수와 배추, 고추 등을 활용한 밀키트 개발



주요 사업 내용

3. 디자인 교육 프로그램 운영

지역민, 소상공인, 학생에게 창의적 역량과 실무 기술을 교육해 디자인 활용 능력을 높이고 자생력을 강화

- 디자인 기초 교육
- 첨단 기술 교육
- 체험형 창의 활동
- 학생 진로 연계 프로그램
- 멘토링 및 창업 교육

디자인 기초 교육

브랜딩, 로고 제작,
멀티미디어 콘텐츠 디자인 등
기초 디자인 강좌 제공



첨단 기술 교육

3D 모델링&랜더링, 3D
프린팅, UX/UI 설계, 디지털
마케팅 등 실습 심화 교육



체험형 창의 활동

DIY 키트 제작, 소품 디자인
워크숍, 메이커톤 등 참여형
프로그램



진로 연계

초·중·고 학생 대상 진로 탐색
및 체험 기반 교육



멘토링/창업 교육

지역기반 소상공인 및 기업과
연계한 창업 및 비즈니스
고도화 모델 교육



적용 예시

3D 프린팅 워크숍

- 소상공인 대상 제품 프로토타입 제작 교육
- 학생과 청년 대상 3D 프린팅 활용 창업 강좌

디지털 콘텐츠 제작 강좌

- 지역 상점 홍보용 SNS 콘텐츠 제작법 교육
- 유튜브 채널 운영 및 영상 편집 실습 제공

체험형 창작 프로그램

- 어린이 대상 미선나무 미니 화분 만들기
- 주민 대상 업사이클링 DIY 워크숍 운영

청년 창업 아카데미

- 지역 자원을 활용한 창업 기획부터 실행까지의 종합 과정 운영
- 창업 성공 사례 발표와 전문가 강연 병행

지역 특화 디자인 공모전

- 괴산 특산물과 관광 자원을 주제로 한 디자인 공모전 개최



주요 사업 내용

4. 지역 이미지 개선 및 홍보

젊고 창의적이며 생동감 넘치는 괴산으로의 이미지메이킹 과정을 통해 관광객 유치 및 지역 경제 활성화를 도모

- 브랜드 이미지 통합
- 디지털 홍보 캠페인
- 관광 콘텐츠 제작
- 지역 축제와 연계한 홍보
- 전국 규모 공모전 개최

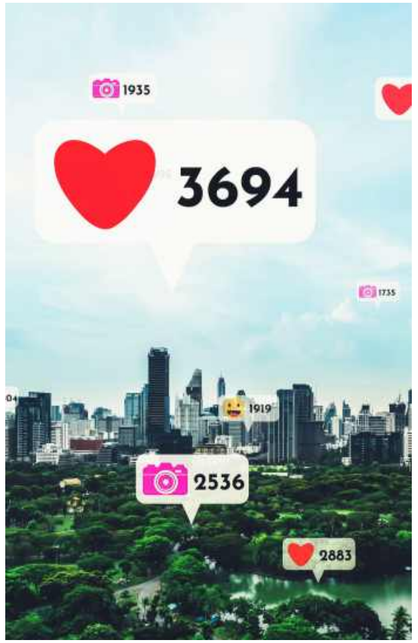
브랜드이미지 통합

괴산군의 정체성을 담은
로고, 슬로건, 색채 체계,
무료배포용 전용서체 개발



디지털 홍보

인스타그램, 유튜브, X 등
SNS용 디지털 광고를 활용한
홍보 강화



관광 콘텐츠

지역내 유명 관광지와 자원을
주제로 한 홍보 영상 및 관련
콘텐츠 개발



지역 축제 홍보

지역 축제를 활용한 브랜딩과
굿즈개발로 관광자원의
상품화



아이디어 공모전

괴산군의 브랜드와 연계한
아이디어 공모전을 통해
지속적인 외부 관심 유도



적용 예시

괴산군 브랜드 로고 개발

- "Creative / Active / Design 괴산!" 슬로건을 반영한 새로운 로고 제작

디지털 홍보 영상 제작

- 괴산 사계절의 아름다움과 관광지를 주제로 한 유튜브 영상 시리즈 제작

SNS 기반 캠페인

- #DesignGoes괴산 해시태그를 활용한 소셜미디어 홍보 캠페인

지역 축제 홍보물 제작

- 다양한 지역 축제를 위한 포스터, 배너, 홍보 브로슈어 제작

아이디어 공모전 개최

- 괴산 특산물 기반 상품 아이디어 공모전으로 우수 디자인 상품화



주요 사업 내용

5. 지역 환경 및 공공디자인 개선

지역 내 관광지 및 노후화 된 공공시설의 디자인 개선을 통해 쾌적하고 활력 넘치는 지역 이미지를 구축

- 관광지 안내판 개선
- 전통시장 환경 개선
- 공공시설 디자인 개선
- 환경 친화적 디자인
- 지역 재생 프로젝트

관광 안내판

QR코드와 디지털 정보를 활용한 스마트 안내판 제작



전통시장 환경

간판 디자인, 내부 환경 정비, 통합된 시각 디자인 적용



공공시설 디자인

버스승강장, 벤치, 가로등,조형물, 각종 표지판 등의 통합적 디자인 개선



환경친화 디자인

재활용, 재사용 자원을 활용한 환경친화적인 공공디자인 도입



지역 재생 사업

낙후된 지역의 가로 정비 및 외벽과 건물에 벽화, 그래픽 디자인 적용



적용 예시

문광저수지 스마트 안내판

•문광저수지 입구에 관광 정보, 역사적 배경, 지도 등을 제공하는 디지털 안내판 제작

전통시장 리뉴얼

• 전통 시장 점포들에 대한 규격화된 통합 간판과 가로등 조명 디자인 개선

지역내 벤치 디자인

• 지역의 주요 특산물을 모티브로 한 창의적인 벤치 설치

친환경 공공조형물 제작

• 옥수수 부산물을 활용한 재활용 상징조형물 설치

벽화 프로젝트

• 지역 문화와 전통을 반영한 그래픽 아트 벽화로 침체된 거리, 환경 개선

03

기대 효과



기대 효과

1. 지역기업의 매출 증대 및 경쟁력 강화

지역 소상공인
&
기업

- 매출 증대 효과
- 대외 경쟁력 강화

매출 증대 효과

• 디자인 컨설팅, 브랜딩, 패키지 개선 등으로 기업과 소상공인의 제품 및 서비스 품질이 향상되어 시장에서의 판매가 증대됨

• 관광지와 지역 특산물을 활용한 차별화된 상품 개발로 신규 시장 개척과 판로 확대가 가능함

• 지역 기업과 소상공인이 디지털 마케팅 및 SNS 홍보를 활용해 전국 단위의 소비자에게 접근 가능

기업의 경쟁력 강화

• 전문적인 CI/BI 개발과 고급 패키지 디자인 제공으로 브랜드 가치가 상승하고, 대외 신뢰도가 높아짐

• 시제품 제작과 기술 지원을 통해 기존 제품의 품질 개선 및 신제품 개발이 활성화되어 시장 점유율 확대 가능

• 괴산 특산물과 연계한 브랜드화는 농업 기반 소상공인의 부가가치를 극대화함



기대 효과

2. 괴산군의 젊고 창의적인 이미지 확립

괴산군의 이미지

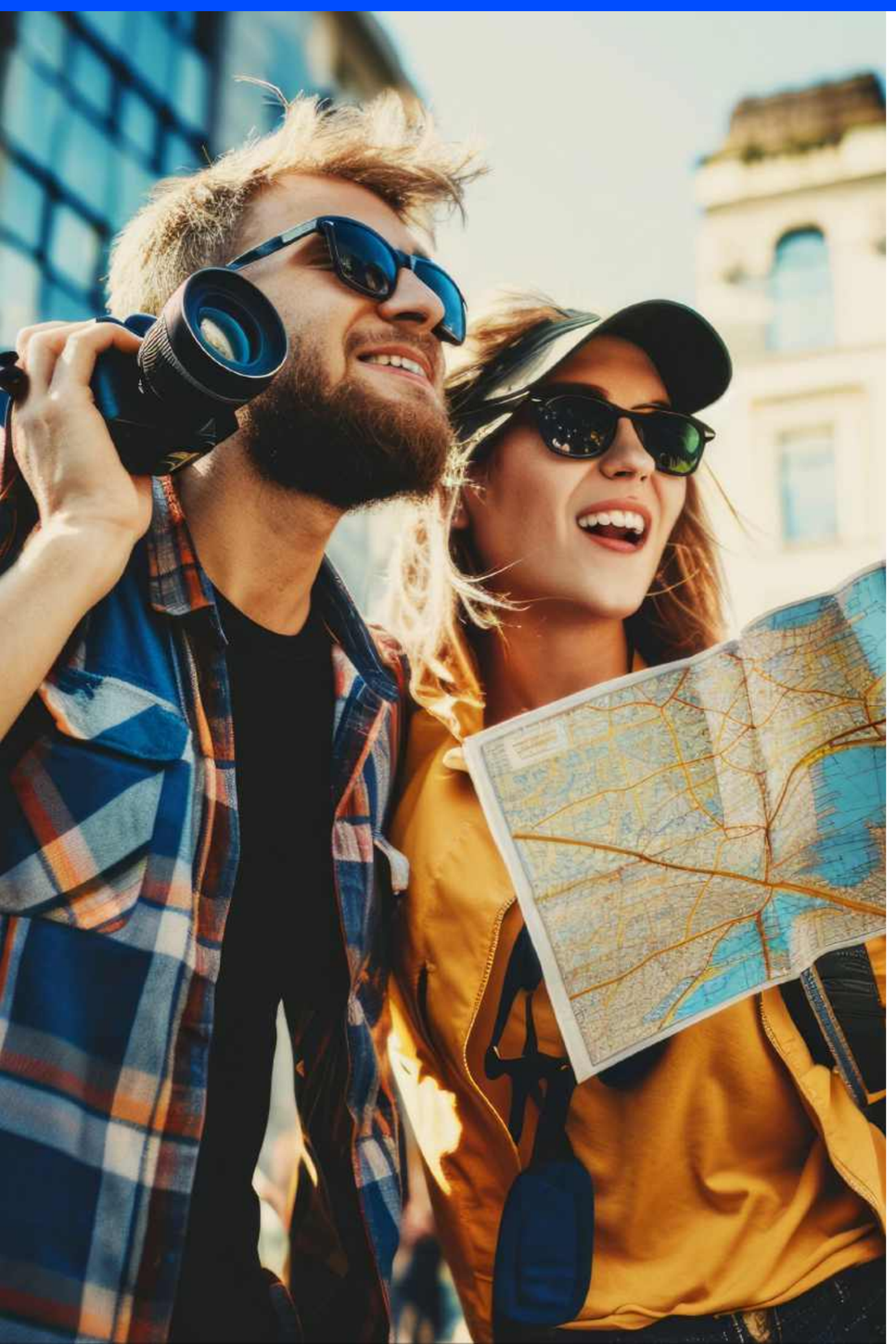
- 새로운 지역 이미지 구축
- 브랜드 정체성 강화

새로운 지역 이미지 구축

- 괴산군의 기존 ‘침체된’, ‘정적인’ 이미지를 벗어나 젊고 창의적이며, 활기찬 이미지를 구축
- “Creative / Active / Design 괴산!”슬로건에 기반한 통합 브랜드 구축으로 지역의 긍정적인 변화 각인

브랜드 정체성 강화

- 괴산군 특산물과 관광 자원을 활용한 홍보물과 디지털 캠페인은 지역 브랜드 정체성을 강화하여 전국적인 인지도 상승 효과
- 인스타그램, 페이스북, 유튜브 등 SNS 기반의 디지털 플랫폼를 통해서 괴산을 홍보함으로써 젊은 세대에게 매력적인 지역으로 자리매김



기대 효과

3. 관광 활성화와 지역 경제 활력 증대

관광객 유입 증대

CAD
괴산!

지역 경제 파급 효과

지역 축제 연계 경제 활성화

관광객 유입 증대

• 문광저수지, 산막이옛길, 쌍곡계곡, 국립공원 등 주요 관광지를 주제로 한 굿즈와 디지털 콘텐츠 개발로 관광객의 관심과 지속적인 방문 유도

• 스마트 안내판과 체험형 관광 상품을 통해 관광객의 만족도를 높이고 재방문율을 증가시킴

지역 축제 연계 경제 활성화

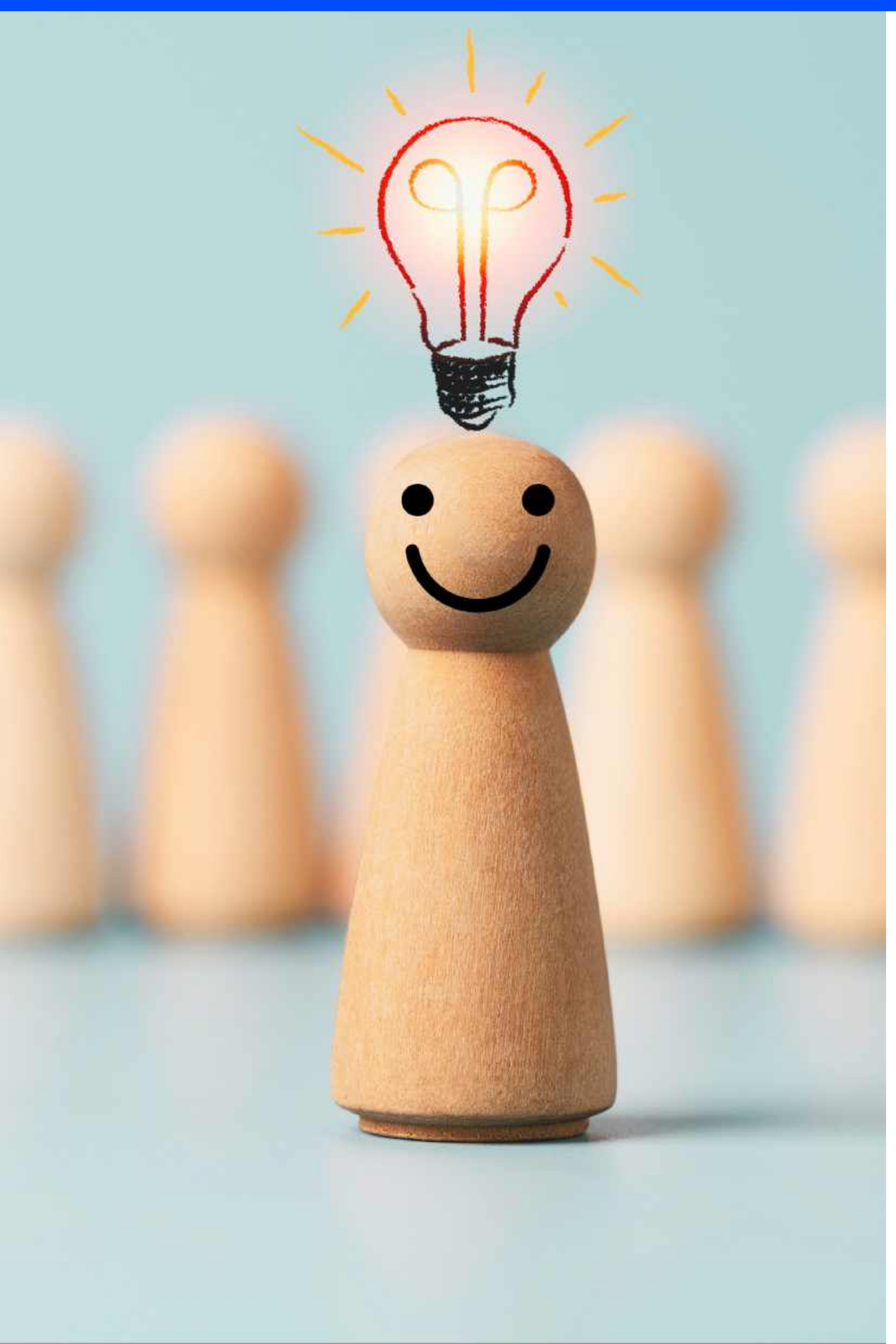
• 괴산군 축제에서 디자인센터가 주도적으로 제작한 굿즈 판매 및 체험 프로그램 운영으로 수익 모델 창출

• 축제와 연계하여 지역 소상공인 및 기업의 우수제품 홍보와 판매 촉진

지역 경제 파급 효과

• 외부 관광객의 유입으로 지역 숙박업, 음식업, 소매업 등 관련 산업의 매출 증대

• 디자인센터와 관광지, 지역 기업의 유기적 협력을 통해 지역 경제가 활발히 순환되는 구조 형성



기대 효과

4. 디자인 역량 강화와 창의적 일자리 창출

지역민의 창의적 역량 강화

지역거점
디자인센터

청년 정착과 지역 경제 선순환

창의적 일자리 창출

지역민의 창의적 역량 강화

- 지역민, 학생, 소상공인을 대상으로 한 디자인 교육 프로그램으로 창의적 사고와 실무 능력을 배양
- 3D 프린팅, 디지털 콘텐츠 제작, 패키지 디자인 등의 교육을 통해 전문성을 갖춘 인력 양성

창의적 일자리 창출

- 디자인 및 브랜딩 전문가, 디지털 마케팅 전문가, 관광 상품 개발자 등 다양한 일자리 창출
- 창업 지원과 연계된 일자리 제공으로 외부 청년과 전문가의 괴산 유입 효과

청년 정착과 지역 경제 선순환

- 지역 청년이 창업과 일자리를 통해 정착하게 되어 지역 인구 유출 방지 효과
- 청년 창업이 지역 소상공인 및 중소기업과 협력하여 지역 경제 순환 구조 강화

04

사업 예시

BRANDING

2023 괴산로컬콘텐츠 우수디자인 표창수여작

동양헬스클럽

OVERVIEW

동양헬스클럽은 충청북도 괴산군 괴산읍에 위치한 헬스장으로
일제강점기에 체육관으로 지어져 일제의 눈을 피해 독립자금을 모으며
독립운동을 위한 체력을 단련하던 장소로 사용되었던 역사적 건축물이다.

1988년, 이 곳의 역사를 이어받은 진광봉 관장은 동양헬스클럽을 괴산의
자존심이자 선조들에 대한 얼이라 생각하며 현재까지도 사람들에게
건강한 삶을 영위할 수 있도록 운동 지도에 힘쓰고 있다.

PROJECT GOAL

동양헬스클럽의 역사, 더 나아가 우리나라의 과거 아픔을 기억하고 관장
님의 동양헬스클럽에 대한 자부심과 긍지를 캐릭터디자인으로 승화시켜
많은 사람들에게 관심을 유도할 수 있는 디자인을 제안한다.





관장님에게 배우는 운동

동양헬스클럽 진광봉 관장의 50년 운동 구력에서 나오는 노하우를 통해 운동을 가르치는 관장님의 캐릭터를 컨셉으로한 캐릭터 및 인포그래픽 디자인을 제안한다.

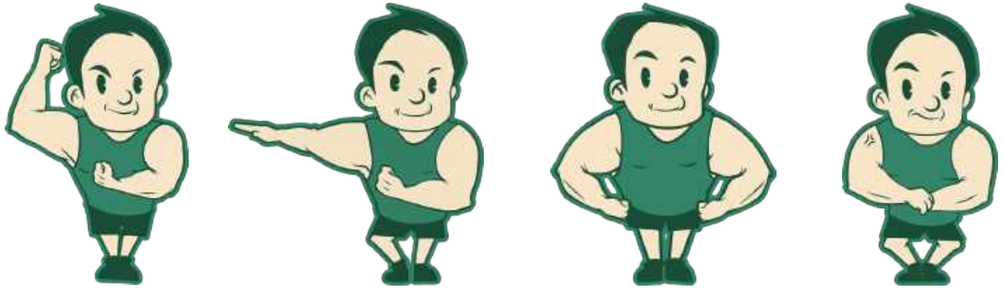
Logo

SINCE 1989
동양헬스클럽
-FITNESS WITH HEART-

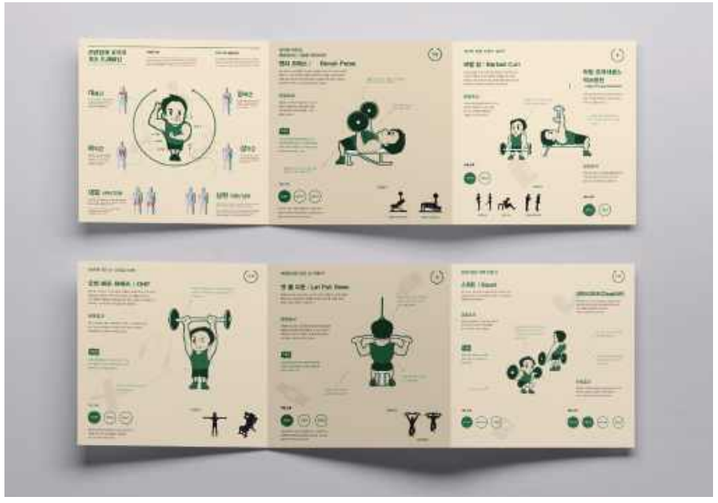
SINCE 1989
-FITNESS WITH HEART-
동양헬스클럽

SINCE 1989
동양헬스클럽

Character











'관장님에게 배우는 운동'이라는 주제의 포스터와 캐릭터를 활용한 8가지 기초 운동에 대한 트레이닝을 인포그래픽을 통해 배울 수 있는 리플렛디자인, 그리고 운동 동작을 하고 있는 캐릭터 티셔츠와 옷 택이 있다.

- 포스터, 리플렛, 옷 택, 티셔츠

BRANDING

목도양조장

OVERVIEW

충청북도 괴산군 불정면에 위치한 목도양조장은 1920년 양조공장을
최초로 시작하여 3대째 운영하고있는 100여년 역사의 양조장이다.
충청북도 등록문화재 제2호로 등록되어 있으며, 일제강점기에 건립된
양조장으로 원형과 관련 설비, 도구 등의 자료들이 잘 보존돼 근대기
양조산업의 변천 과정을 살펴볼 수 있다.

PROJECT GOAL

목도양조장의 역사, 추억을 오늘날의 사람들이 기억하고
그 감정을 공유할 수 있는 디자인을 제안한다.

DESIGN PROJECT

01 목도하다
02 TASTING CULTURE FESTVIAL



목도양조장 역사관

목도하다

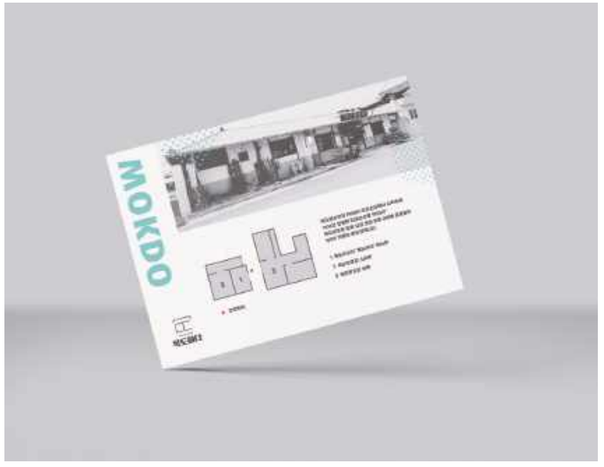
목도하다

'목도하다'는 목도양조장의 오랜 역사와 추억을 느끼고 옛 양조장을 목도한다는 의미의 디자인으로, 목도양조장에서 역사와 분위기를 여유롭게 느낄 수 있다.





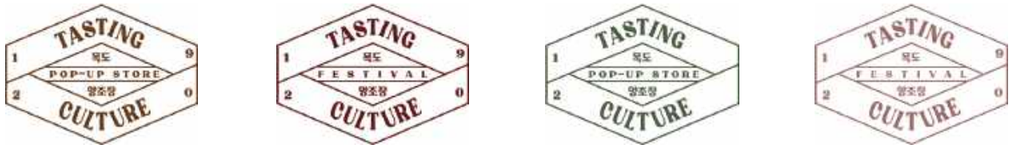




TASTING CULTURE

'TASTING CULTURE'는 목도양조장의 술과 각 지역의 대표음식들을 함께 즐길 수 있는 팝업스토어 및 목도양조장 페스티벌 디자인이다.

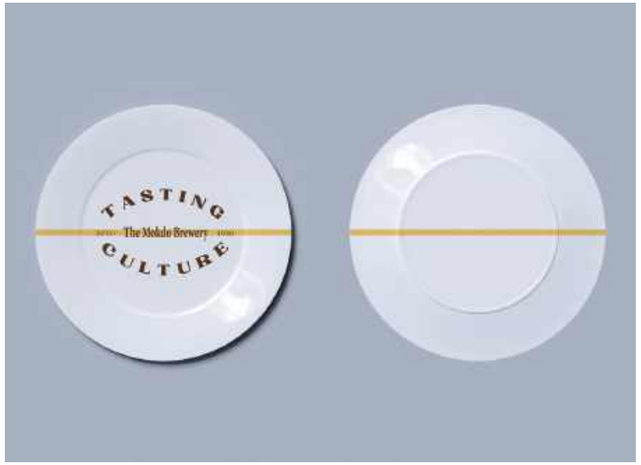
Logo















BRANDING

청인약방

OVERVIEW

청인약방은 충청북도 괴산군 칠성면에 위치한 작은 약방으로 1958년 개업 이후 지금까지 운영하고 있다. 이곳을 운영하는 신종철 약사는 현대적 의료시설이 부족했던 1950년대부터 국민들의 아픈 곳을 낫게하고 수천회의 강연과 교육 등 강사로 활약하여 괴산군 발전에 공헌하였다.

PROJECT GOAL

현대화로 인해 의료시설이 발달하고 약국이 즐비한 오늘날,
잊혀져 가는 약방문화를 기억하기 위해 옛 추억을 회상하고
되새김질할 수 있는 기억에 남는 디자인을 제안한다.



청인약방

추억을 치료하는 청인약방

'추억을 치료하는 청인약방'은 사라져가는 약방문화의 지속적 보존을 위해 청인약방을 연상시키는 추억을 회상하는 소리를 시각화한 디자인이다.













BRANDING

괴산군 노인친화도시브랜드

OVERVIEW

괴산군은 노인인구 비율이 높은 지역 특성을 고려하여 고령친화마을사업을 추진하고 있다. 여러 사업개요 중 괴산은 소도시 청년 기반으로 만들어 갔다면 이제는 자연과 더불어 편의성을 갖춘 고령친화마을을 만드는 것을 목표로 한다.

PROJECT GOAL

괴산군 시내의 시장, 터미널 및 상업지구에 벤치를 설치하고 노인들에게 보행차, 지팡이 등의 대여 사업을 통해 고령친화적 기능의 긍정적 효과를 기대하며 브랜딩디자인을 제안한다.



괴산 노란의자

괴산이 초고령화 사회에 접어들면서 벤치사업을 추진하고 있다.
거동이 불편한 노인들의 편의성을 갖춘 고령친화적 기능과 마을
발전을 위해 친근하고 따뜻한 색감의 디자인을 제안한다.

Logo Version

괴산 노란의자

괴산 노란지팡이

괴산 노란보행차













BRANDING

미동산수목원



OVERVIEW

미동산수목원은 청주시 상당구 미원면의 동쪽에 있는 산이라 붙여진 이름
이며 산림과학박물관, 난대식물원, 목재문화체험장, 산림환경생태관 등
다양한 볼거리와 풍성한 체험거리가 있는 문화체험공간이다.

PROJECT GOAL

기존의 올드한 미동산수목원의 마스코트를 리디자인하여
충북의 대표문화공간이 될 것을 기대한다.







MIDONGSAN VILLAGE

미동산빌리지에는 식물들과 함께 살아가는 여섯 마리의 곤충들이 살고 있다. 이들은 각각의 다른 성격과 직업을 가지며 미동산빌리지를 수호한다.

Character





Character Introduce













BRANDING

못난이농산물브랜드 A

OVERVIEW

못난이 농산물은 농산물 표준 규격에서 벗어난 등급 외 농산물을 가르킨다.
맛과 영양소는 일반 농산물과 크게 차이가 없지만 외관이 아름답고
표준에 부합하는 제품을 선호하는 시장 경쟁에서 밀리는 상품이다.

PROJECT GOAL

못난이농산물의 다양한 장점들을 디자인적 접근을 통한 사회적 인식 개선
과 특별한 브랜드를 구축하여 소비자들에게 해당 제품에 대해 특이성과
가치를 전달한다.





어쩌다 못난이김치 충청북도

어쩌다 못난이김치

국산김치를 사용하여 우리의 배추농가와 김치산업을 발전시키고자 소비자에게 친숙히 다가갈 수 있는 김장을 하시는 어머니와 농부 캐릭터디자인을 제안한다.

Character



김장하시는 어머니



배추들고 있는 농부



김치들고 있는 어머니



어머니와 농부가 함께
으쌰으쌰하고 있는 모습





BRANDING

못난이농산물브랜드 B

"못난이 인형에 추억과 재미, 그리고 귀여움을 더하다"

'못난이 인형'이라고 하면 옛 추억을 떠올리고 재미를 느낄 수 있듯이
못난이농산물 또한 귀여운 농산물 캐릭터를 통해 못난이농산물브랜드에
대한 긍정적 인식을 제고하고, 훗날 대표 마스코트가 될 것을 기대한다.





못난이 농산물

흔히 알고 있는 '못난이 인형'을 바탕으로 추억을 회상하고 재미와 귀여움을 가미한 컨셉의 못난이농산물 캐릭터를 제안하여 못난이 농산물의 긍정적 인식을 제고한다.

Character



배배 고순이 감이 김돌이

Graphic



Package









BRANDING

지역특산품
천연꿀 패키지디자인

OVERVIEW

천연꿀은 꿀벌이 꽃의 꿀을 모아서 만은 꿀로, 어떠한 인위적인 처리나
첨가물 없이 자연 그대로의 상태를 가지고 있으며 이는 신경통이나
빈혈, 피부미용, 피로회복 등 다양한 이로운 성분을 지닌다.

PROJECT GOAL

'꿀은 나이든 기성세대나 노인들이 먹는 간식' 이라는 선입견을 탈피하여
2~30대 MZ세대들을 겨냥한 친근한 천연꿀 패키지디자인을 제안한다.

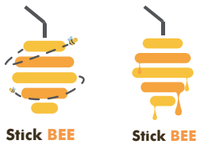




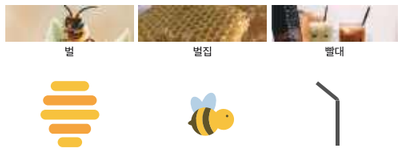
Stick BEE

평상시 꿀은 나이가 많은 어르신들의 간식이라는 인식이 강하다.
2,30대 젊은 MZ세대들을 겨냥하여, 꿀들 간단하게 먹을 수 있는 컨셉의 디자인을 제안한다.

Logo

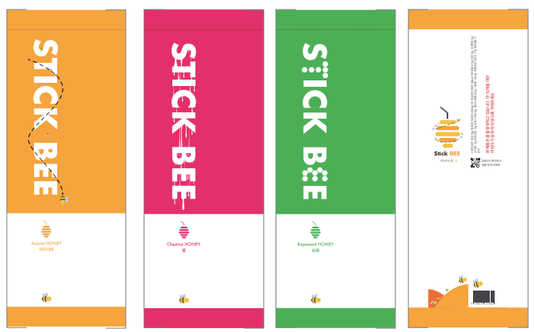


Design Concept



Package













각각의 농산물 캐릭터와 그래픽을 활용하여 박스,파우치,라벨 등 농산물 관련 패키지부터 에코백과 스트링백과 같은 굿즈를 제안한다.

- 박스패키지, 마스킹태이프, 파우치, 미니스트링백

SPACE

충청북도 제1기 공공디자인 재능나눔 서포터즈 장려상 수상작

충청북도 자치연수원



OVERVIEW

충청북도 자치연수원은 1953년 충청북도 공무원 훈련소로 개원하여
1997년 도민교육원과 통합한 후 전문 행정인력 양성은 물론 도민
평생학습과정을 운영하는 등 교육훈련의 중추적 역할을 하고 있다.

PROJECT GOAL

청주시 상당구 가덕면에 위치한 자치연수원의 지역 이전으로 인한 기존
부지를 도지새생을 목적으로 한 복합문화공간으로써 활용하기 위해
농업이 특화된 가덕의 지역특성을 반영한 브랜드 디자인을 제안한다.



가덕 스퀘어

가덕 스퀘어는 농업이 특화된 지역 '가덕'과 복합문화공간을 상징하는 '스퀘어'의 합성어로 가덕의 지역 특색이 풍부한 농업복합문화공간이다.

Logo

gadeok
square

Logo

gadeok square

4 space 6 brand

CULTURE

SMART

FOOD

SHOPPING

Art Block

Garden Stage

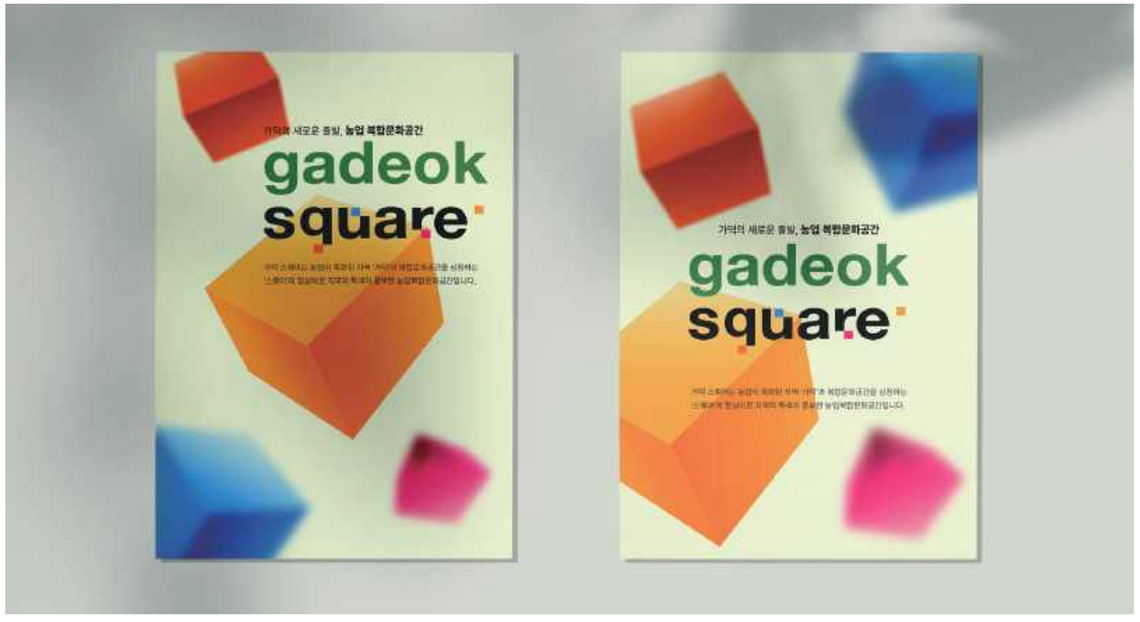
Farmtemporary

Green Oven Art

Cadeok

Root.eat




가덕의 새로운 등장, 농업 복합문화공간
gadeok
square
가덕의 새로운 등장, 농업 복합문화공간
gadeok
square


Root.eat
가덕 특산물 스토어
신선한 가덕, 품요로운 가덕
gadeok
square


Art Block
전시 관람권
ADMIT ONE


2023
가을
열린음악회
2023
Autumn
OPEN CONCERT
2023
가을
열린음악회
2023
Autumn
OPEN CONCERT


가덕 스퀘어
혁신 농업스마트팜
Farmtemporary
gadeok
square


Cadeok

SPACE

충청북도 제1기 공공디자인 재능나눔 서포터즈 장려상 수상작

충청북도 충무시설 A



OVERVIEW

충무시설은 전쟁을 대비하여 만든 일종의 비밀벙커이며 1973년
국방부가 전쟁 대비를 위해 도청사 인근의 야산암반을 깨고
터널형태로 구축한 지하벙커이다.

PROJECT GOAL

충북의 레이크파크 르네상스 대규모사업을 통하여 수십년째
방치되고 있는 지하벙커를 역사와 예술이 공존하는 문화예술
공간으로 탈바꿈한다.



LA LUZ MUSEUM 1973

'LA LUZ MUSEUM 1973'은 스페인어로 빛의 박물관을 의미하며 어두운 내부공간에 다양한 빛을 활용하여 충청북도의 자연경관 및 관광장소를 함께 볼 수 있는 그래픽 전시공간이다.

Slogan

1973
LA LUZ MUSEUM

Slogan

LA LUZ MUSEUM 1973

PERPETUA TITLING MT BOLD

Graphic Motif

옥천 화인산림욕장

괴강 불빛공원

고수 동굴

문광저수지

수옥폭포

청주 정북토성

제천 청풍호반

탄금호 무지개길

청남대











SPACE

충청북도 충무시설 B

"흔적을 찾아 벙커속으로, 벙커의 흔적"

기존의 벙커는 이제 역사속으로, 하지만 끝나지 않았다.
'당산, 생각의벙커' 를 통해 지나온 우리의 역사, 그리고
함께 만들어갈 예술의 흔적을 찾아 벙커로 향한다.









Logo

당산 · 생각의벙커

당산, 생각의 벙커

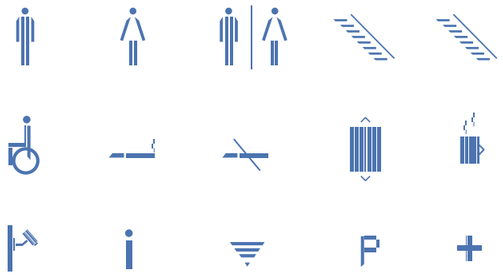
등고선을 활용하여, 시간이 쌓이고 흔적을 만들어가는 과정을 담았다. 벙커의 역사적인 요소와 지나온 시간을 연결시켜 역사와 예술이 공존하는 벙커속에서 둘의 흔적을 찾아 들어간다.

Slogan

흔적을 찾아 벙커속으로

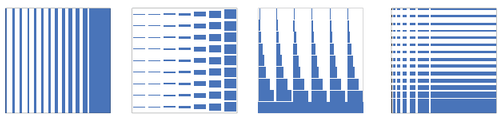
Traces of bunker

Pictogram

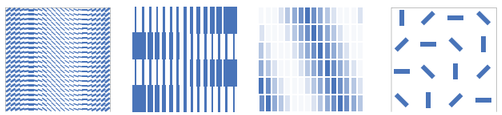


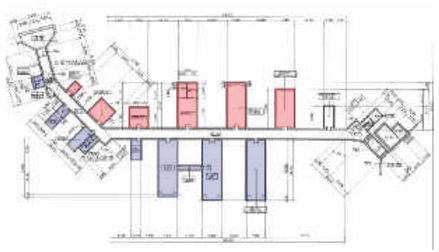
Graphic Motif

A. 과거의 흔적



B. 현대의 각인











감사합니다

THANK YOU