

# 2022 42nd Graduation Exhibition Mokwon University

2022 42ND Graduation Exhibition  
Mokwon University  
VISUAL COMMUNICATION DESIGN



10.18-24

목원대 시각커뮤니케이션디자인학과

OPENING 18:00

MOKWON UNIVERSITY MUSEUM OF ART

목원대학교 미술관

(대전광역시 서구 도안북로 88)

advertising  
package

brand identity  
motion graphic

editorial



## BANIKIT

바니킷은 1-2인 위주의 소가구 형태가 점차 늘어남에 따라 적당한 양으로 베이킹을 즐기는 사람들을 위한 브랜드이다.  
모듈형태의 재료와 베이킹 믹스를 제공하여 손쉽게 빠르게 집에서 혹은 야외에서 베이킹을 즐길 수 있도록 목표하였다.

**Baking**  
제과제빵

+

**Mini**  
소형의

+

**Kit**  
키트

=

**BANIKIT**

## Logo Design



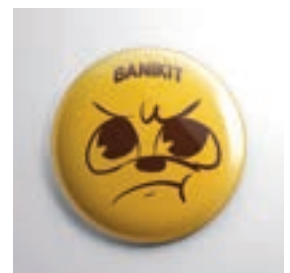
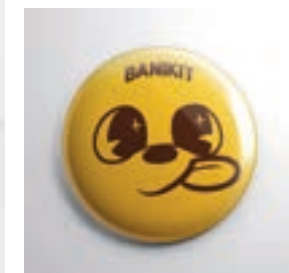
## Motif Image

프라모델과 같은 모듈형태로 제공되는 베이킹도구 프레임을 기본형태로 잡고 바니킷 로고의 일부 알파벳을 베이킹도구로 표현하였다.

## Color

#efa625

#a94720







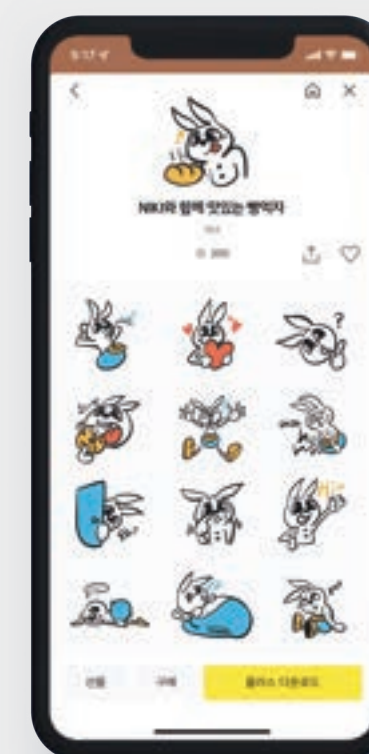
## Advertising Design

모듈형 도구키트는 바니킷의 아이덴티티를 살려 다양한 도구와 제과제품들을 프레임에 연결시켜 나타낸 제품 광고이다. 우측 포스터는 브랜드의 대표캐릭터인 NIKI를 활용하여 생동감 넘치는 베이킹과정과 관련된 이미지들을 표현한 아트 포스터이다.



## Character

대표캐릭터인 NIKI를 활용하여 메신저에서 쓸 수 있는 이모티콘을 제작하였다. 사람들이 쉽게 접근하기 쉽게끔 디지털 드로잉을 사용했다.







## Package Design

캐릭터 NIKI와 레트로한 분위기의 컷만화를 활용하여 모듈형 도구키트와 믹스제품이 들어가는 박스로 제작하였다.

## Editorial Design

캐릭터 NIKI와 BI의 오브제를 활용하여 브랜드 스토리와 제품의 특징을 소개한 브랜드 리플렛.



## Motion Graphics

단순하지만 깔끔한 라인으로만 이루어진 오브제를 통해 모듈형 도구 키트를 활용하여 손쉽게 사용하고 즐길 수 있는 브랜드의 특징을 모션그래픽으로 표현하였다.

S#1



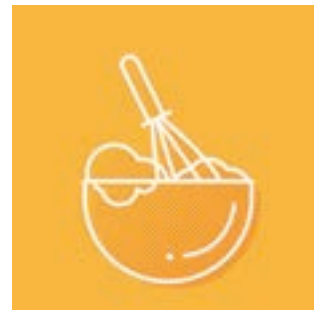
S#2



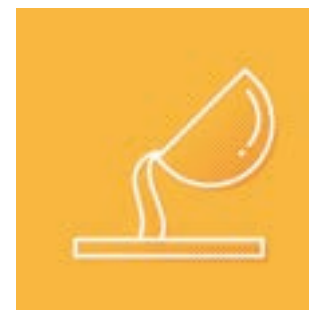
S#3



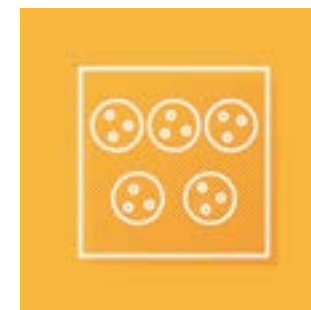
S#4



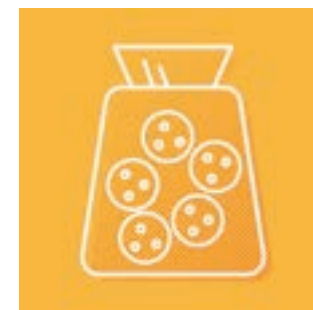
S#5



S#6



S#7



S#8





advertising  
package

brand identity  
ux/ui

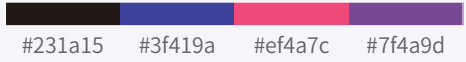
editorial



Brand Concept



Brand Color



Logo Design



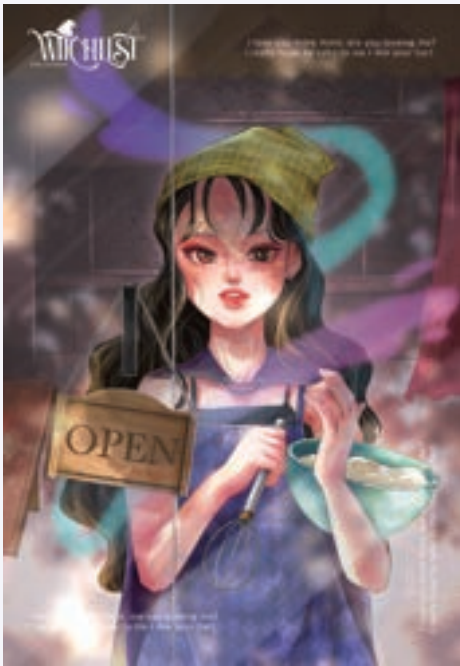
마녀의 모자와 디저트를 비슷한 모양으로 보이게 만들어서 대칭으로 배치하고 마법의 자유로운 곡선과 반짝이는 느낌을 로고에 적용시켜 판타지적인 마녀의 디저트 가게라는 이미지로 보이게 하였다.

Brand Story

WITCH+LIST의 합성어로 마녀의 디저트 리스트를 보여준다는 의미의 네이밍이다. 판타지 소설 같은 비주얼로 마녀가 만드는 환상적인 디저트의 맛이 있다는 컨셉으로 예쁘고 독특한 선물용 굿즈와 위치리스트의 탄생을 보여주는 비주얼 스토리가 있다.



마녀의 레시피 발견



마녀의 견습생



위치리스트의 탄생

Editorial

디저트를 사면 쿠폰을 뿔 수 있는 기회가 있는 이벤트 페이지로, 내 취향대로 적힌 멘트를 뿔으면 반전의 디저트가 나오는 재미가 있는 쿠폰이다.







# Calender Design

각 계절에 맞는 디저트와 계절감의 분위기를 일러스트로 그려 낸 캘린더 디자인을 하였다.



# Advertising

계절에 어울리는 디저트와 마녀의 판타지적 요소가 들어간 일러스트 광고다.





UI/UX Design

위치리스트의 스토리와 상품을 볼 수 있는 웹사이트이다. 상품을 구매하면 주는 '모자적립' 이벤트로 위치리스트의 특별한 굿즈를 만나볼 수 있다.



Jelly Package



Candy Package



Macaron Package



Package Design

젤리를 담은 병 패키지, 고깔모자를 쓴 마녀가 돋보이는 사탕 패키지, 삼각형 모양의 마카롱 패키지, 마카롱 패키지 3개를 담을 수 있는 큰 마카롱 패키지가 있다.

Graphic Motif

각 색깔별로 어울리는 맛과 마녀의 표정을 형상화하였다. 다양한 표정을 찾는 재미가 있는 그래픽이다.





advertising  
package

brand identity  
motion graphics

editorial

## Overview

BOE Games \_ 카드를 사용하는 턴제 게임

게임 중 희노애락 속의 오묘한 플레이어들의 감정을 섞어 찰나의 짜릿한 순간을 경험하고 간직할 수 있는 보드게임이다.

BOE Games만의 세계관을 확장하여 스토리 라인을 구성해 플레이어의 상상력을 증폭시켜 경험 아이덴티티를 구축하였다.

Mentality

Moment

Experience

## Logo Design

ver. 01

BOE  
GAMES

ver. 02

BOE  
GAMES

## Motif Image

'Be On Edge'(날 서있다, 예민하다)의 줄임말로 플레이어들 간의 심리를 의미한다.

게임 속 공격으로 사용되는 총에 영감을 받아 조준하는 형태와 총알이 발사되는 느낌을 표현하였다.

## Color

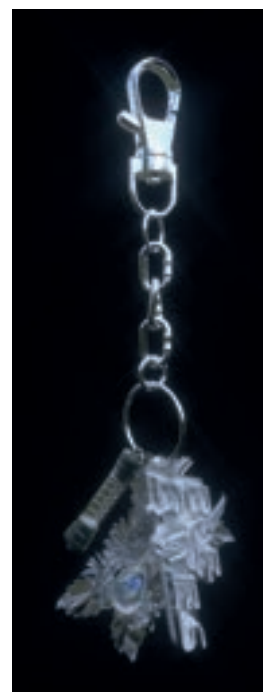
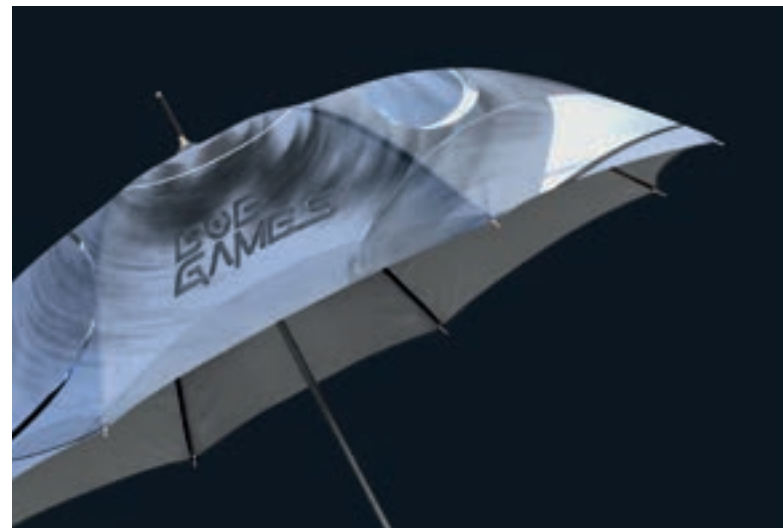
게임의 스토리 배경인 우주를 메인으로 가져가기 위해 푸른 계열의 블랙과 화이트 그리고 에너지를 뜻하는 스카이 블루를 주된 컬러로 사용하였다.

#000e1c

#2E4F9E

#ffffff

## Pattern



## Editorial

게임 속 배경과 스토리, 게임 진행 방법과 카드 설명을 담았다.  
우주 속에서 진행되는 게임의 몰입도를 위하여 우주 속에서 탐험하고 있는 듯한 느낌을 전달하는 것에 큰 틀을 주고 작업하였다.



Advertising

BOE Games가 구축한 세계의 순간.



단순히 카드를 사용하는 게임이 아닌 짧고 강렬한 장면을 연출하여 플레이어들 간의 오가는 대화와 눈에 보이지 않는 신경전을 시각적으로 표현했다.







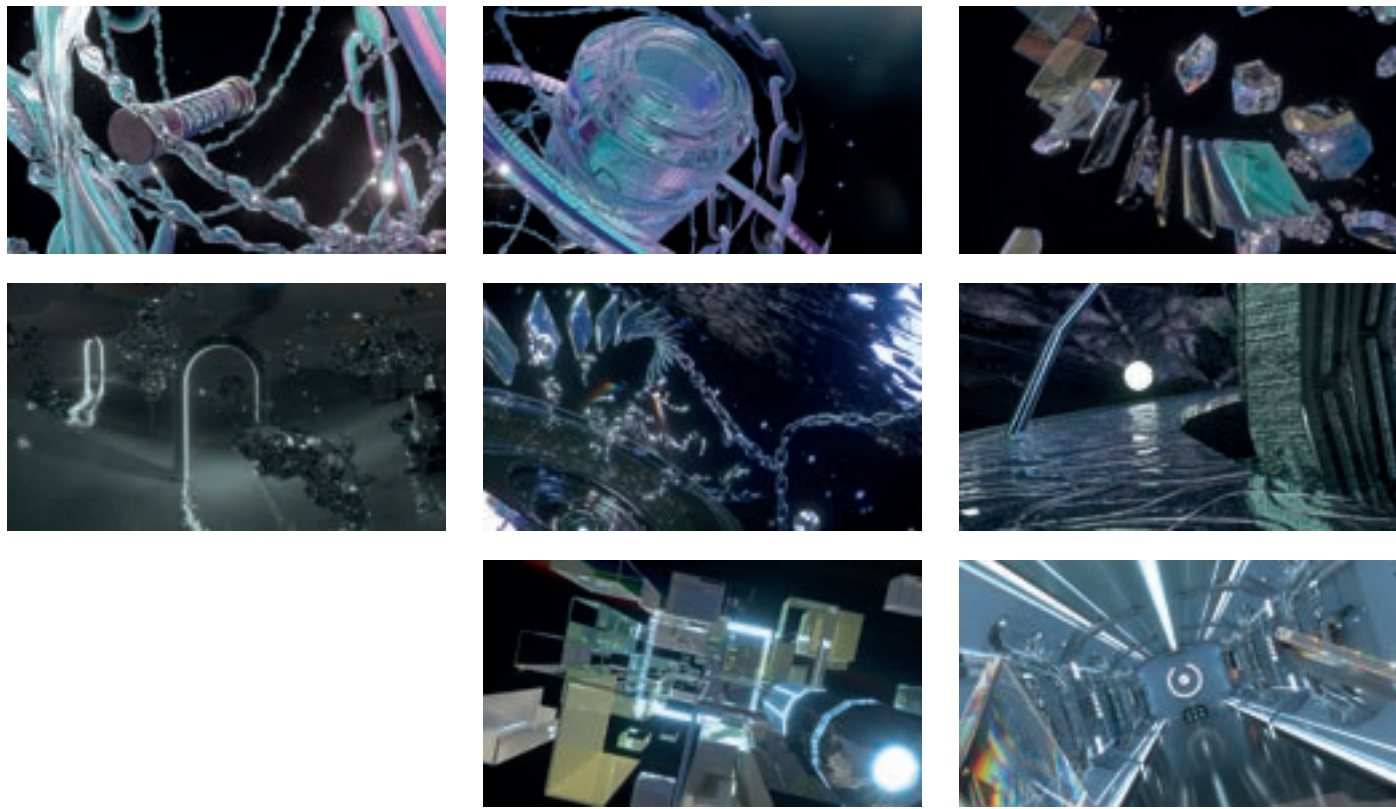
### Package

게임의 배경인 SF(Science Fiction)의 느낌을 살려주기 위해 어두운 배경에 포인트 컬러를 통일하고 3d로 제작한 오브젝트를 서체가 어우러지게 제작하였다.



### Motion Graphics

BOE Games의 세계관이 만들어지는 과정을 담은 영상이다. 보다 영롱하고 신비로운 우주를 담기 위해 3D로 작업하여 게임의 스토리 세계를 만들고 생명의 근원인 에너지부터 카드가 차원의 문을 통해 전쟁을 준비하는 과정을 담았다.







Brand Identity

치솟는 채솟값에 대한 걱정과 건강한 식습관을 위해 집에서 직접 채소를 길러 먹는 홈파밍 (Home farming)에 대한 2030세대들의 관심도가 높아지고 있다. 브랜드 SEEDBOMB은 가드너들에게 가드닝의 즐거움과 재배의 기쁨을 선물하고, 초보 가드너들에게 가드닝 가이드가 되어준다.



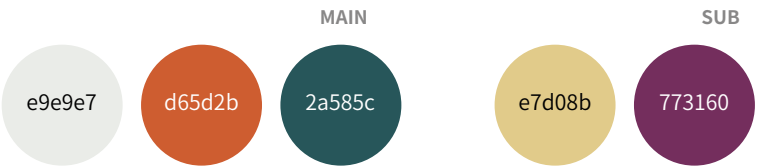
Logo Design

SEEDBOMB의 브랜드 목표인 즐거움을 동적으로 표현하고, 식물을 상징하는 잎파리 모양을 더해 식물 재배를 위한 브랜드 SEEDBOMB의 아이덴티티를 나타냈다.

Brand Name

씨앗이 갈라지고 그 사이에서 싹이 자라는 발아 현상을 폭탄이 터져 폭발하는 것에 비유하였다.

Color



Brand Concept

평범한 씨앗과는 다른 SEEDBOMB만의 조금은 특별한 씨앗을 통해 가드닝에 대한 재미와 즐거움을 더한다.

Project Goal

재미 요소를 더해 가드닝의 장벽을 낮추고 누구나 쉽게 나만의 텃밭을 가꿔 식물을 기를 수 있다. 식물의 성장과 재배의 기쁨을 느낄 수 있고, 직접 기른 채소로 더욱 건강한 식탁을 만들 수 있다.





Advertising Design

‘가드닝에 새로운 즐거움을 더하다.’, ‘씨앗 폭탄을 던져봐!’ 두 가지 슬로건을 내세운 포스터로  
익사이팅한 스포츠와 음악적 요소를 더해 다양한 즐거움을 선사하는 SEEDBOMB을 표현했다.





Package Design

SEEDBOMB의 트레이드 마크인 씨앗폭탄이 폭발하는 듯한 일러스트를 패턴처럼 활용하여 각종 채소 씨앗의 패키지를 제작하였다.



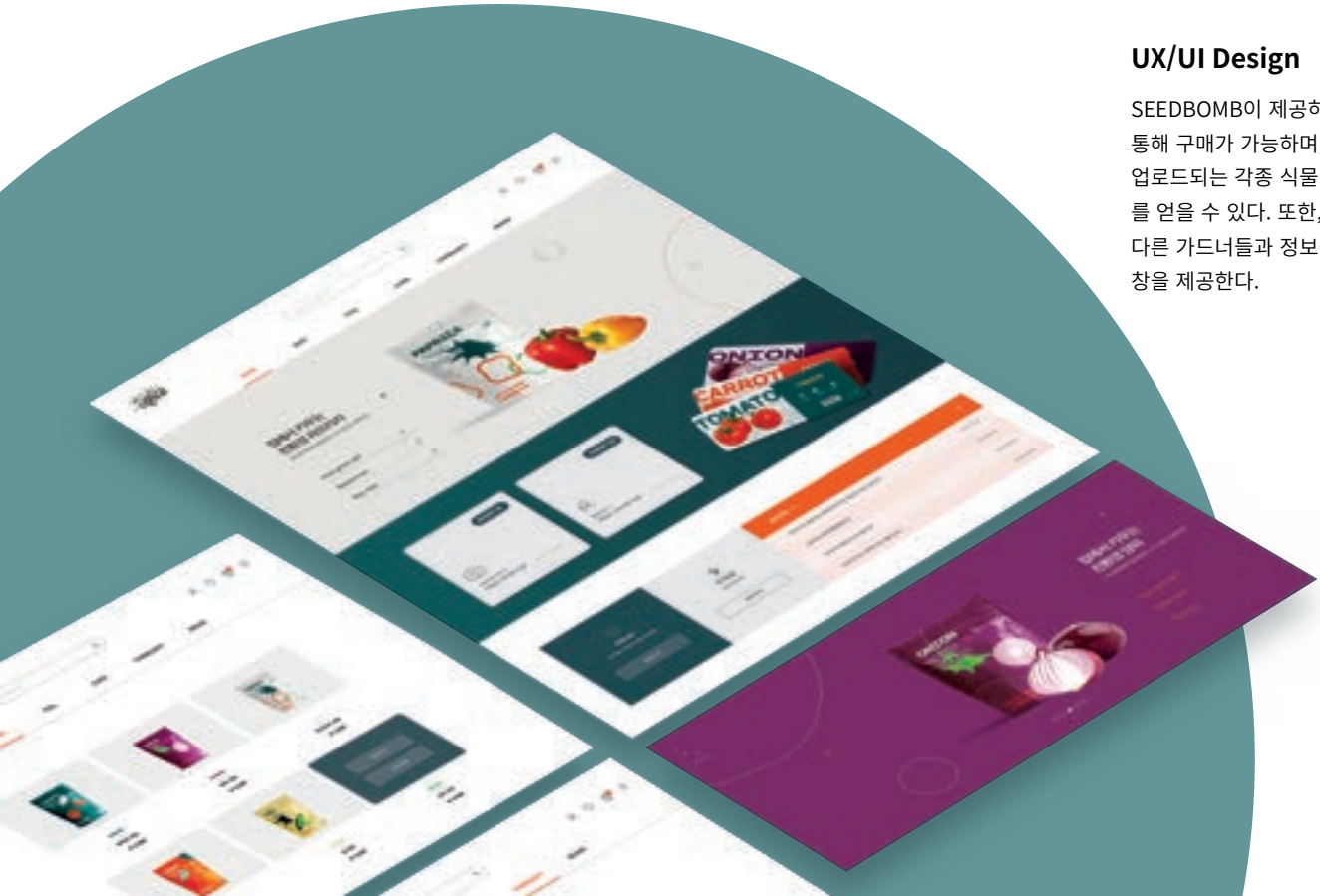
Editorial Design

초보 가드너들을 위해 SEEDBOMB에서 제작한 가이드북으로 텃밭을 가꾸기 위한 기본 정보와 채소 재배 방법 등을 제공하며 채소 재배를 위한 올바른 환경 조성을 돕는다.



UX/UI Design

SEEDBOMB이 제공하는 제품들은 홈페이지를 통해 구매가 가능하며, 홈페이지에 매주 새롭게 업로드되는 각종 식물에 대한 자료를 통해 정보를 얻을 수 있다. 또한, 커뮤니티 페이지를 통해 다른 가드너들과 정보를 교환할 수 있는 소통의 창을 제공한다.





advertising  
package

brand identity  
ux/ui

editorial

## “반려견의 행복과 건강을 위해”

반려견은 평생 건강하게만 살아가진 않는다.  
페트펫은 어느날 갑자기 병을 가지게 된 반려견을 위해,  
그리고 그 반려견을 키우는 반려인을 위한 반려견 돌봄 브랜드이다.

PAT  
쓰다듬다

+

PET  
반려동물

=

PATPET

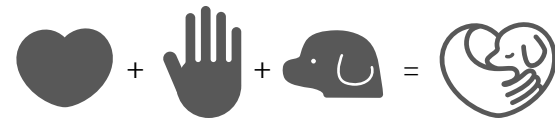


### Logo Design

브랜드와 관련있는 강아지의 실루엣을 심볼 이미지로 제작하여 브랜드와 관련성을 높였다. 유동적이고 소프트한 느낌의 심볼과 반대로 비교적 딱딱하고 정제된 느낌의 로고타입을 사용하여 전문성이 드러나도록 디자인 했다. 로고타입 E의 가운데는 치료를 나타내는 십자가 이미지를 사용해 브랜드 정체성을 강조하였다.

### Image Motif

돌봄을 나타낼 수 있는 손길과 강아지의 모습을 하트의 형태로 표현해 반려견을 돌보는 페트펫의 의미를 나타낸다.



### Pattern



### Color



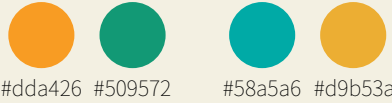




Advertising Design

페트팻은 반려견의 행복과 건강을 추구하는 브랜드이다. 부드러운 색감과 반려인에게 안겨 편안해지는 강아지의 모습을 표현해 브랜드의 이미지를 나타내었다.

Color System



Editorial Design

반려견을 키우는 사람들을 위한 반려견 질병 가이드 리플렛으로 이미지와 함께 관련 정보를 확인할 수 있다.





Package Design

반려견의 건강을 위한 영양제와 기능성 사료를  
각 제품의 특성에 맞게 디자인 하였다.



Daily Care

매일매일 챙기는 식사로 건강도 함께 챙기는 반려견 전용 기능성 사료의 패키지 디자인이다.  
각각의 케어 부분에 맞춘 일러스트와 색상을 사용해 패키지 기능의 명시성을 높였다.



Project color

반려견을 위한 영양제 패키지로 컬러와 이미지를 통해  
어떤 질병과 관련된 제품인지 명확하게 인식할 수 있도록 디자인 하였다.

Color



UX/UI Design

페트펫 앱은 반려견의 건강을 기록하고  
관리하며 사람들과 정보를 공유하거나  
소통할 수 있는 반려견 건강 관리 앱 이다.

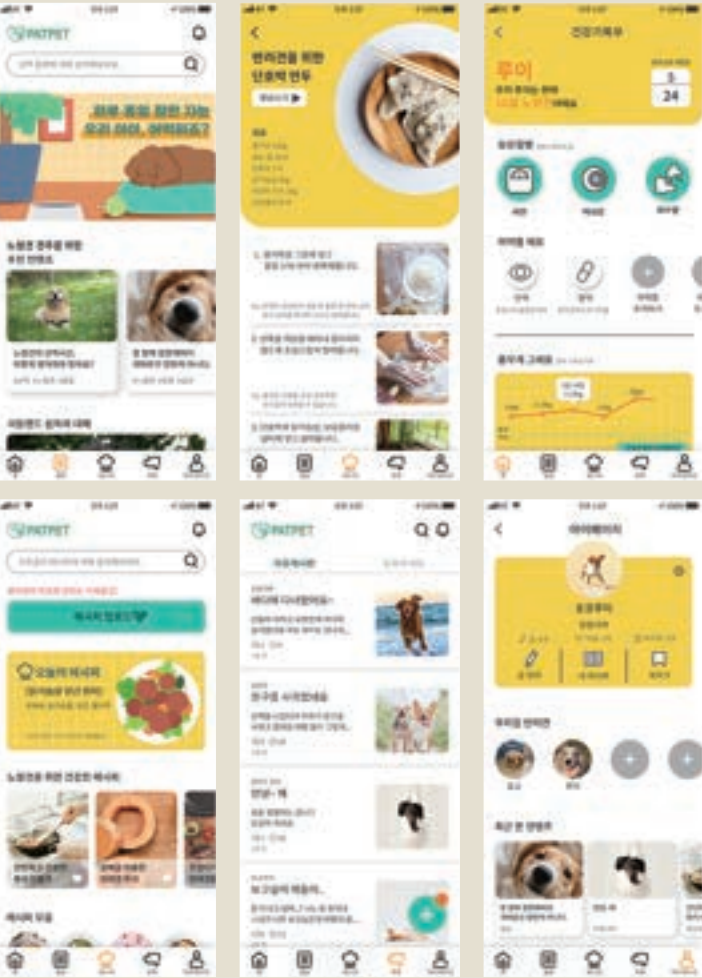
Splash



Main



Sub



Color System



Font

Noto Sans KR Demilight  
Noto Sans KR Regular  
Noto Sans KR Bold

Icon





advertising  
package

brand identity  
ux/ui

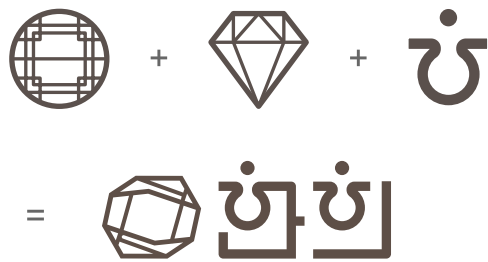
editorial

## Brand Identity



## Logo Design

전통 문양과 보석 이미지를 결합한 심볼, 붓글씨를 모티브로 자음과 모음을 자연스럽게 연결한 폰트를 제작하여 로고를 디자인하였다.



## Brand Name

브랜드 네임 '한희'는 한나라 한(韓)과 빛날 희(熙)를 결합한 합성어로, 우리나라의 빛나는 대표 전통 주얼리 브랜드를 의미한다.

## Brand Concept

한희는 우리나라 전통 주얼리 브랜드로, 우리나라의 다양한 전통 요소를 현대에 맞춰 주얼리에 자연스럽게 녹여 넣은 브랜드이다.

전통성

세련됨

다양성

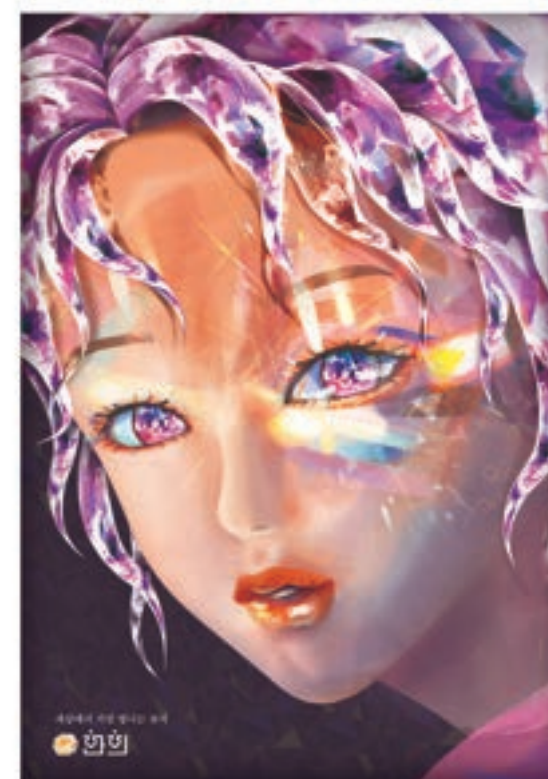
## Brand Color



## Pattern







## Advertising Design

주얼리가 가진 보석의 이미지와 반짝거리고 빛나는 모습을 헤어와 눈동자에 녹여냄으로써 브랜드의 특성을 극대화시켜 표현하였다.

## Editorial Design

한희 브랜드에 대한 설명과 한희의 제품을 소개하는 내용이 담긴 리플렛이다.

## Main Color





Package Design & Illust

서랍형 주얼리 패키지

메인 패키지는 서랍형 박스로 기획, 대중적인 박스와 차별성을 주었다. 수수하고 깨끗한 일러스트와 전체적으로 조화로운 컬러들을 조합하여 디자인하였다.



Sub Package Design

날개형 주얼리 패키지 & 액세서리 클리너

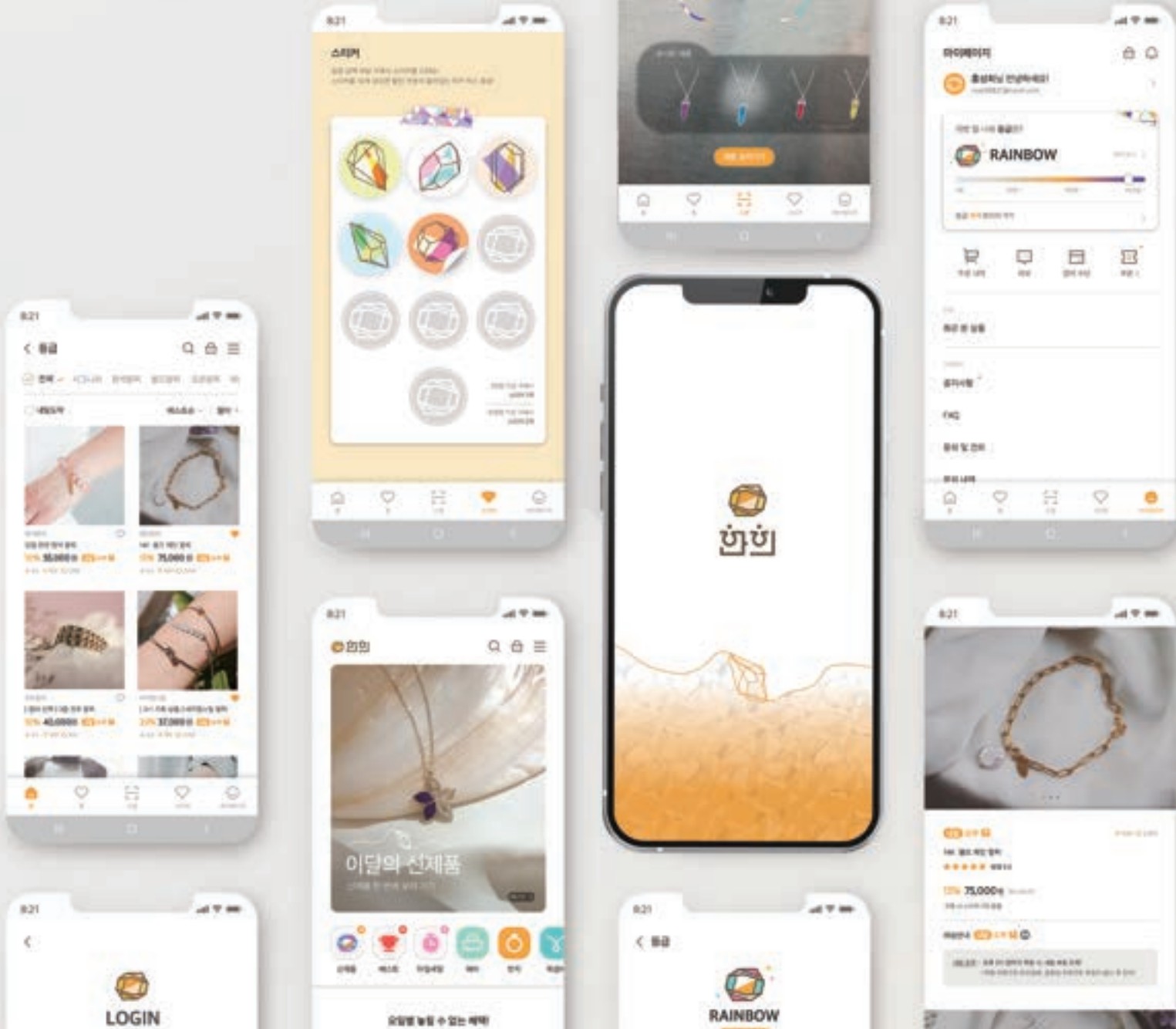
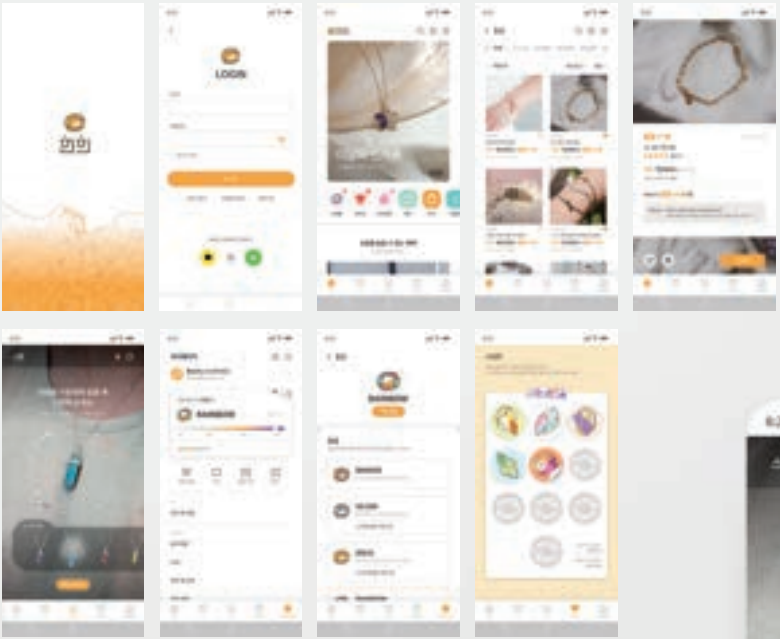
일러스트에 들어간 전통 요소인 호랑이, 무궁화, 학 일러스트를 활용하여 패키지를 디자인하였다.



UX/UI Design

제품을 스캔하거나 스티커를 모아 할인쿠폰을 받는 등 한희만의 아이덴티티를 담아 어플을 제작했다.

App Icon





advertising  
editorial

brand identity  
package

character

Kitty + Puppy + Angel

||

KIPPYANGEL

반려동물 사후 수습 키트

### Overview

우리 곁을 지켜주는 반려동물들의 시간은 우리의 시간보다 빠르다.  
영원할 것만 같았던 순간에 갑작스레 곁을 떠나 떠나면 여행을 떠날 아이들을 위해  
보호자가 알아두어야 할 아이들의 마지막 준비를 담아둔 반려동물 사후 수습 키트 브랜드이다.

### Brand Story

많은 보호자들은 무지개 다리 너머는 더이상 아프지 않고 수 많은 친구들과 함께 뛰어놀 수 있는 곳이라 한다.  
이러한 보호자들의 바람을 담아 'KIPPYANGEL'은 죽음을 슬프게만 생각하지 말자는 브랜드 스토리를 담고 있다.

### Brand Logo Design

반려동물이 떠나게 되면 '무지개 다리'를 건넜다고 표현한다.  
그러한 표현에서 따온 '무지개'와 천사의 '날개'를 결합하여  
로고를 제작했다.



### Colour

#3C3C3B #0096DC #FFE900 #E53012





Don't worry,  
We'er on the rainbow bridge



반려동물 사후 수습 키트  
**KIPPYANGEL**



Don't worry,  
We'er on the rainbow bridge



반려동물 사후 수습 키트  
**KIPPYANGEL**



## Advertising Design

보호자가 알아야 할 모든 것이 키트에 담겨있다는 의미를 나타내었다.



Package Design

'KIPPYANGEL'의 반려동물 사후 수습 키트인 '우리들의 마지막 여행 - RAINBOW KIT'.  
드로잉을 기반으로 제작하였다.

우리들의 마지막 여행  
RAINBOW KIT

반려동물 사후 수습 키트



Character & Emotion

'KIPPYANGEL'의 캐릭터로 강아지와 고양이를 모티브한 캐릭터.  
강아지 '예뻐'와 고양이 '노을이' 이다.





advertising  
package

brand identity  
ux/ui

editorial

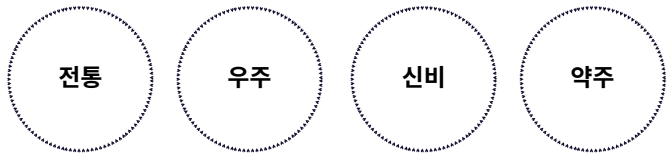


• Brand Story

한울담은 우주를뜻하는 순우리말인 한울과 못 담(潭)이 합쳐져 우주에 괴어있는 물 이라는뜻으로 탄생되었으며, 우주에있는 물을 그대로 가지고 술을 만들었다는 의미를 가지고있다.

동양의 신비를 담은 한울담 의 전통주는 우주기(宇宙氣)를 담아 마시면 맑고 순도가높은 기운을 주어 한국의 신비로움과 우주의 맑은기운을 느낄수있게 만들었으며, 식용 필색소를 넣어 정말 우주에서 가지고온 물 처럼 보이는 전통주 브랜드이다.

• Brand Concept



→ 전통과 우주의 조화,  
그리고 신비로운 약주가 한울담의 대표컨셉이다.

• Logo Design



• Logo Identity



한울담의 로고는 한국문양을 활용해 전통의 느낌을 살리는것에 집중했으며 울의 ㄴ자를 돌려 신비함을 표현했다.

• Pattern







Advertsing Design

한국의 민화 '일월오봉도'와 우주를 융합시켜 한울담의 전통적이며 신비스러운 분위기를 표현하고자하였다.



Advertsing Design

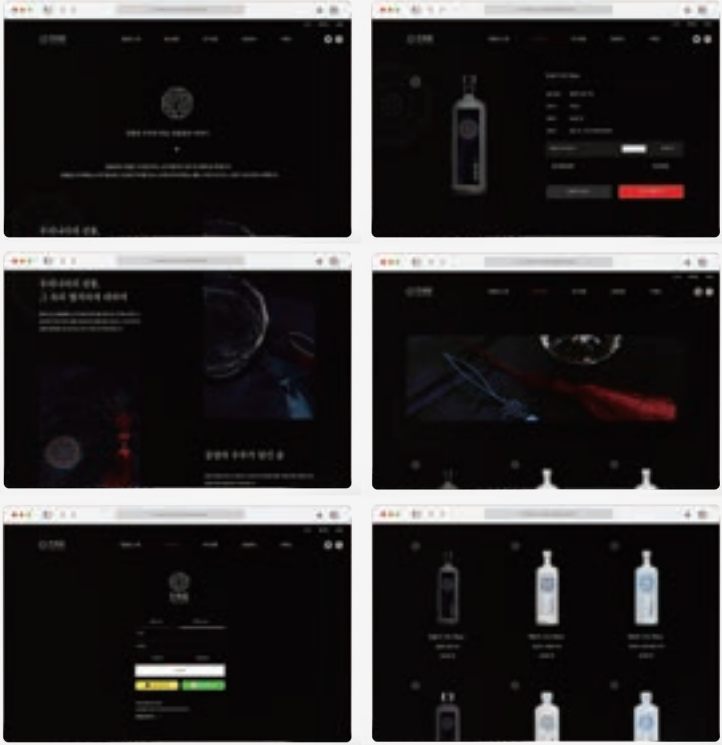
동양별자리 3원28수의 사방신 백호자리와 청룡자리를 민화처럼 표현하여 백울주와 청울주의 이야기를 그리고자했다





### Advertsing Design

동양별자리인 3원28수의 사방신중 동방의 청룡, 서방의 백호를 보여주는 전통주패키지와 단청을 이용하여 한울담을 대표하는 한울주를 디자인하였으며, 전통주를 담은 가방은 노리개를 배합하여 한국의 전통이 느껴지게 디자인하였다.



### UX/UI Design

한울담 웹페이지이다. 한울담의 고급스럽고 깊은느낌을 주기위해 전체적으로 어둡게 디자인하였으며 한울담이 어떤 브랜드인지 설명해주는 페이지와 한울담의 전통주들을 판매하고 배송까지 하는 서비스를 하고있다.



### Editorial Design

한울담 제품들과 그에따른 이야기들이 적혀있는 리플렛이라서 한울담화 라고되었으며, 한울담의 대표술들의 맛과 특징에대한 설명이 적혀져있다.



advertising  
package

brand identity  
ux/ui

editorial

Overview

跡 (あと-ATO) 발자취, 자취(어떤 것이 남긴 표시나 자리)  
향은 보이지도 잡히지도 않지만 우리에게 수많은 기억과 감정을 각인시키고,  
나아가 우리 삶 속에서 떠오르는 향기가 하나씩 있기 마련이다. 향을 피움과  
동시에 힐링이 되기도 하며 자신만의 공간에서 다채로운 경험을 할 수 있다.

추억

힐링

자연

Logo Design



Application



Motif Image

인센스의 향기가 흘러가는 것을 곡선을 이용하여 디자인하였다.

Color



- \* 인센스 치유의 특징에 상쾌하고 매우 차분함
- \* 영원, 활기, 재충전, 생명 보전의 의미
- \* 긴장을 풀어 주고 안정되는 느낌
- \* 투명하며 가벼운 향기, 기체의 느낌

Pattern







## Advertising Design

Flower와 Fruit로 화사하고 향기로운 ATO의 시그니처 인센스를 광고하는 포스터이다. 향을 피웠을 때 퍼져나가는 꽃과 과일 향의 싱그러움을 표현하였다.



Package Design

ATO INCENSE PACKAGE

ATO의 컨셉인 추억을 향기에 담아 표현하기 위해  
추억과 필름 카메라의 필름을 연관시켜 디자인하였다.



Leaflet Design

ATO INCENSE LEAFLET

인센스 사용에 있어서 필요한 Tip과 브랜드에  
대한 내용을 담은 Leaflet Design



Ui/ux Design

ATO Application

인센스 ATO에 대한 브랜드 app Design. 두 가지의 향을  
선택하여 한 번에 즐길 수 있으며 나만의 취향을 찾고, 그  
에 맞는 마이페이지가 설정되는ATO의 Application이다.



Overview

monglong은 ‘음악과 와인에 취하다’는 의미를 담은 LP바이며 와인을 마시며 LP를 구입하고 감상할 수 있는 20대가 타겟층이다. 주로 저녁에 술을 마시며 음악을 듣기에, 늦은 밤별들을 바라보며 와인을 마시고 음악을 듣는 로맨틱한 모습을 브랜드의 이미지로 삼았다.



Logo Design



Color

#1d1d1b

#c30d23

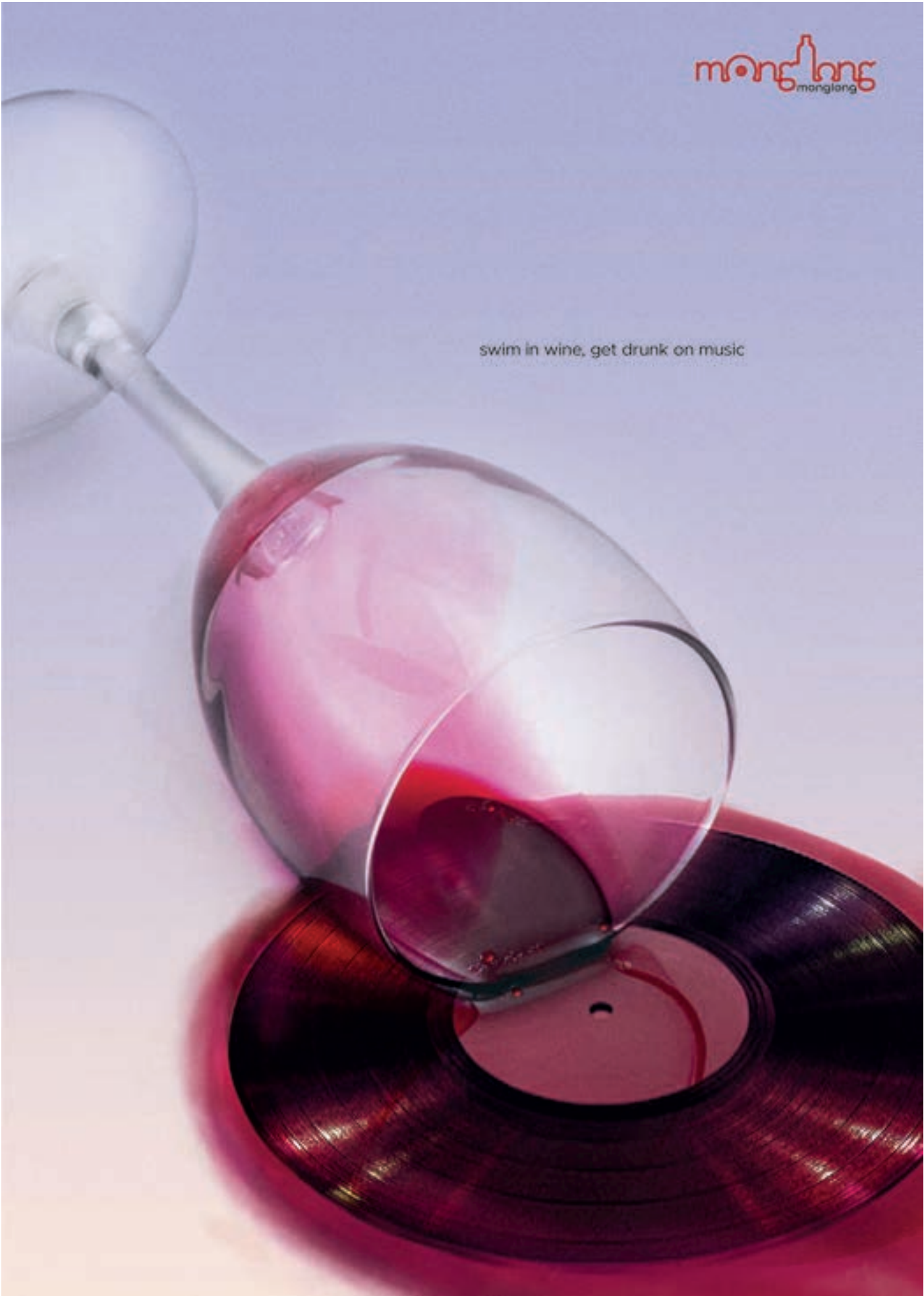
Motif Image

브랜드 monglong은 젊은 감성을 소유한 소비자들에게 편안함이 담긴 몽롱한 밤의 분위기를 전달하는 목적을 갖고 있다.





Advertising Design 와인과 바이닐을 결합한 이미지 포스터 디자인을 진행하였다.





Package Design

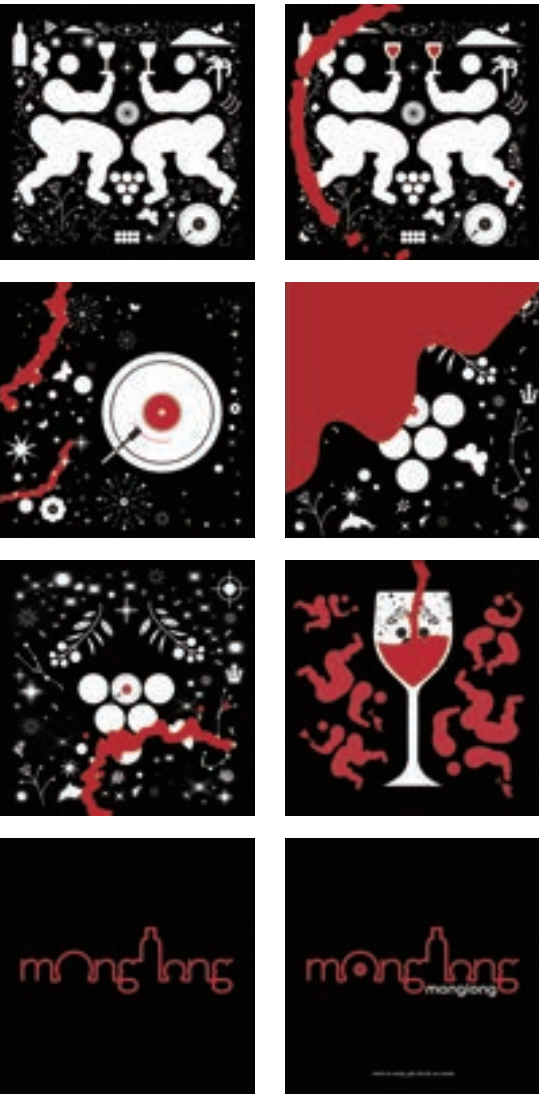
Monglong's Wine

와인의 어려운 이미지를 보다 편안하고 트렌디한 느낌을 담아 디자인한 와인 패키지이다.



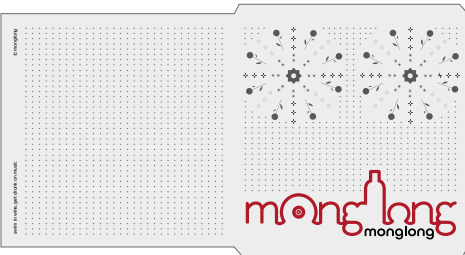
Motion Graphic

브랜드 컨셉의 일러스트들을 활용하여 22초 가량의 모션 그래픽 영상을 제작하였다.



Editorial Design

monglong의 브랜드, 와인, 바이닐에 대해 설명하는 LP 모양의 브로서를 제작하였다.





advertising  
package

brand identity  
motion graphic

editorial

## Overview

멸망 D-365, 만약 지구가 멸망한다면 세상은 어떻게 변할까? 지금으로부터 가깝고도 먼 미래 2047년. 그것이 실제로 이루어진다. 사랑하는 연인을 잃고 새로운 행성으로 탐사를 떠난 주인공. 물이 90%이상인 행성에서 만나는 미지의 생물들. 지구는 과연 어떤 운명을 맞이할것인가.

## Logo Design



## Motif Image

좋아하는 게임인 서브노티카에서 큰 영향을 받았다.



노아의 방주

나침반

## Color

심해를 나타내는 어두운 남색과 한줄기 빛을 나타내는 노란색이다.



0b254e

f3e588

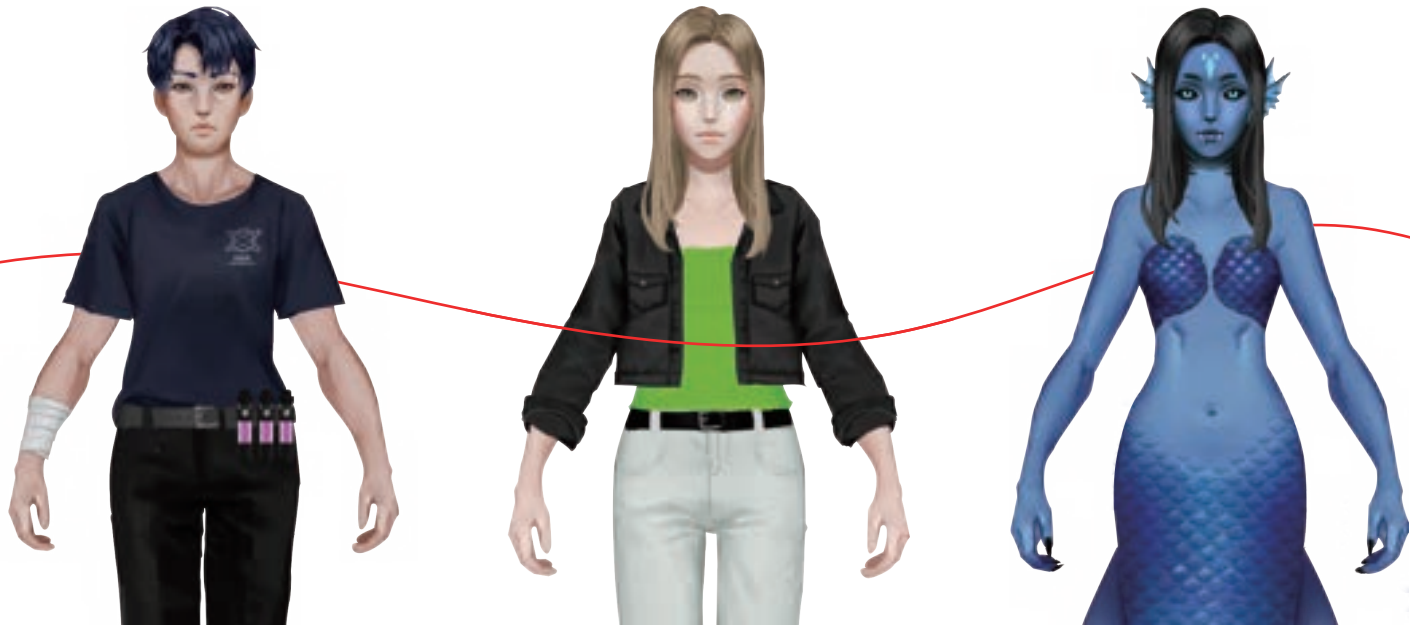
cfcfcf

## Character

권재영 생물학자이다. 연인을 잃고 새로 발견된 행성으로 차출된다.

윤다비 시민군에 의해 살해당했으나, TD-370행성에서 부활한다.

테리 다비의 환생체. 위기의 상황에서 재영을 지켜준다. 행성의 탐사에 큰 도움을 준다.



## Brand Identity







# Advertising Design

노아2047의 게임 포스터 2종

노아2047은 아포칼립스 어드벤처 게임이다.  
3d를 이용한 캐릭터위주의 포스터와 일러스트를 이용한배경설명을 위한 포스터를 만들었다.





## Package Design

컬러 염색약

각각 캐릭터에게 특정한 한가지씩 컨셉을 부여하여 6종의 캐릭터 일러스트 패키지를 만들었다.

## Editorial Design

행성TD-370 생물 도감

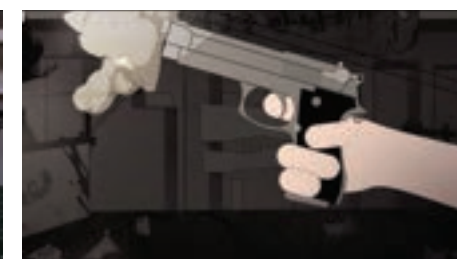
TD-370에 사는 10여종의 생물도감이다. 위험도, 번식, 먹이 등등을 기록 할 수 있다.



## Motion Graphic

NOA2047의 게임 트레일러

미국애니메이션의 그림체와 반실사 배경을 합쳐 만든 모션그래픽이다. 게임의 초반의 스토리를 담고있다.





advertising  
package

brand identity  
ux/ui

editorial

### Brand Story

HAND + IDENTITY의 합성어로 언제 어디서나 내가 원할때 나만의 네일 아이덴티티를 의미한다.  
창의적이고 자유로운 아름다움을 추구하는 사람들을 위해 함께하는 셀프 네일 브랜드이다.

# handity

### Logo Design

로고타입은 창의적이고 본연의 아름다움을 나타낼 수 있는  
handity의 브랜드 감성과 섬세한 곡선을 이용해 디자인했다.

### Brand Value

Creative

독창적이고 실험적인 디자인

Identity

개인의 개성과 취향이 담긴

sharing

새롭게 디자인의 다양성을 공유하는

창의적인 본연의  
아름다움을 위한 곳  
a place for creative original me

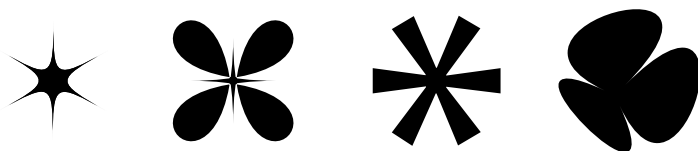
### Color system

handity black #000000

handity grey #8c8c8c

handity white #ffffff

### Brand Pattern







Advertising

네일 폴리쉬와 브랜드 패턴을 이용해 제작한 그래픽 포스터



Advertising

개인의 개성과 취향이 피어나는 HANDITY FESTA 그래픽 포스터





#### \* Dessert Series Package

평범한 단일 색상 디자인의 젤네일이 아닌 달콤하고 싱그러운 디저트들로 색다른 네일을 보여주는 젤네일 스티커 패키지



#### \* Seasonal Series Package

계절에 따라 바뀌는 네일, 봄부터 겨울까지 사계절 일러스트가 담긴 네일 폴리쉬 패키지.



#### \* Editorial

핸디티의 브랜드 아이덴티티와 디저트 시리즈 패키지를 취향에 따라 제품을 소개하는 3단 리플렛



handity

#### \* Ui · Ux

handity의 제품을 온라인으로 구매하고 VR 서비스로 구매 전 제품을 체험할 수 있도록 했다. 그 외에도 다양한 이벤트 네일 큐레이션을 정보를 전달한다.

#### TEST & VR

TEST 기능을 통해 자신의 네일 웨임과 디자인 등 취향을 디테일하게 알아내 최적의 제품을 추천해준다. 추천해준 네일 제품을 카메라를 통해 가상으로 체험할 수 있도록 했다.





advertising  
package

brand identity  
ux/ui

editorial

Main name



Sub name

magimus  
마법의 샤워

6B84C2 B4C8E8

MAGIMUS  
magical shower



- 거품의 둥근 모습을 형상화



- 담겨있는 욕조를 형상화

Brand story

마지무스는 씻는 순간 만큼은 마법에 빠지고 황홀한 기분과 편안함을 느낄 수 있도록 만든 스파 브랜드이다. 일과 학업으로 인해 지친 현대인들에게 마법을 펼쳐줄 것이다.

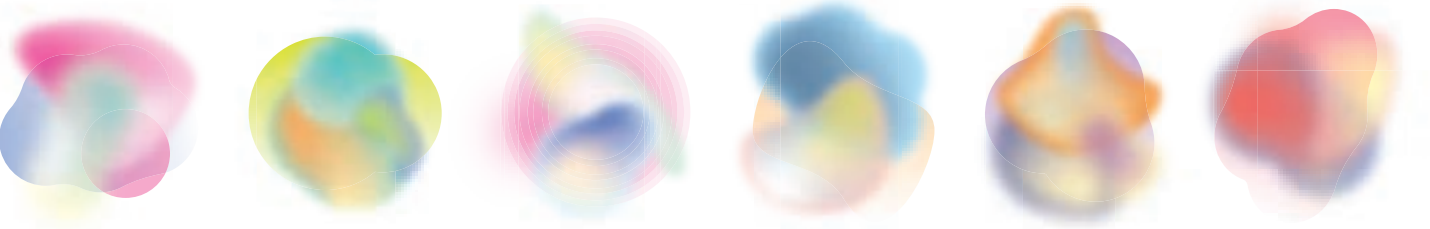
Logo design

서체 모서리를 둥글게 표현해서 거품의 둥글고 부드러운 형태를 표현하고자 했고, 또 로고를 전체적으로 감싸서 욕조를 표현했다. 결과적으로 'MAGIMUS' 가 욕조 안에 들어가 보이게끔 디자인 하였다.

Brand slogan

Do you want to fall into a magic ?

Pattern



• BI Design





#### • Advertising poster Design

로고 뜻인 마법 거품을 추상적으로 그려내 전체적으로 거품의 이미지가 형상화 되게끔 디자인 하였고, 중간 중간 배쓰밤의 향기를 연상케 하는 일러스트를 넣어 완성도를 높였다.





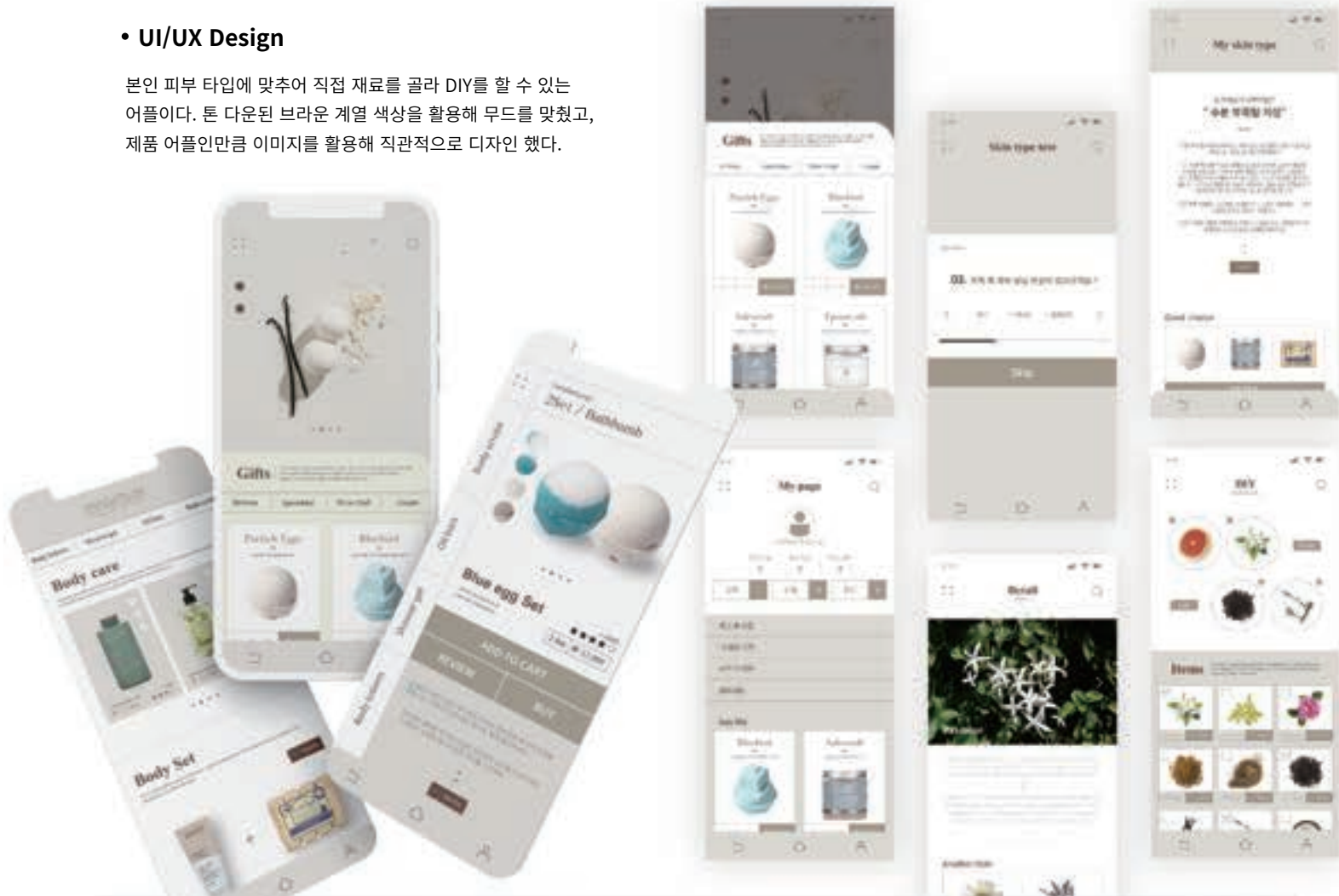
### • Package Design

배쓰밤의 주요 패키지로 총 3개입, 6개입 으로 구성되어 있다. 거품을 형상화하여 전체적으로 부드럽고 몽환적인 분위기를 자아냈다.



### • UI/UX Design

본인 피부 타입에 맞추어 직접 재료를 골라 DIY를 할 수 있는 어플이다. 톤 다운된 브라운 계열 색상을 활용해 무드를 맞췄고, 제품 어플인만큼 이미지를 활용해 직관적으로 디자인 했다.



### • Brochure Design

주요 제품인 배쓰밤 종류를 보여주는 가이드로 각 제품마다의 특징과 재료 성분을 알려줘서 구매할 때 필요한 정보를 준다.



advertising  
package

brand identity  
ux/ui

editorial

Overview

우주여행은 더 이상 상상이 아닌 현실로 성큼 다가왔다.  
가까운 미래에 누구나 가능하게 될 우주여행을 위해, 우주 여행을 전문으로 하는 플랫폼 ‘아스텔라’입니다.

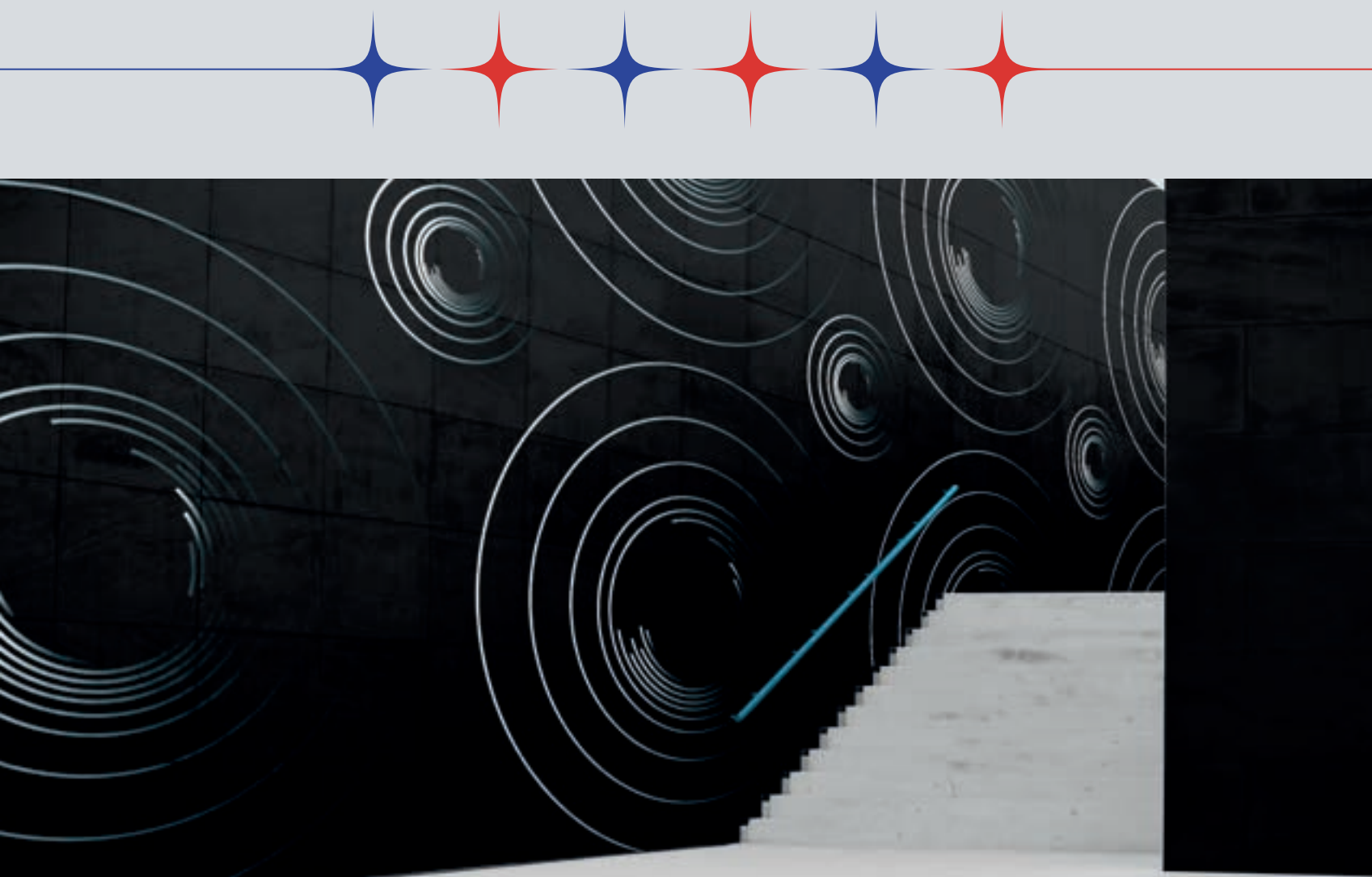
Logo Design



별을 뜻하는 그리스어 Astro-와 stella의 합성. 별들이 모인 우주를 다른 말로 표현하였다.  
로고 디자인은 우주의 아름다운 반짝임을 표현하는 그래픽과 같이 하였다.

Color

#323B8F #E30617

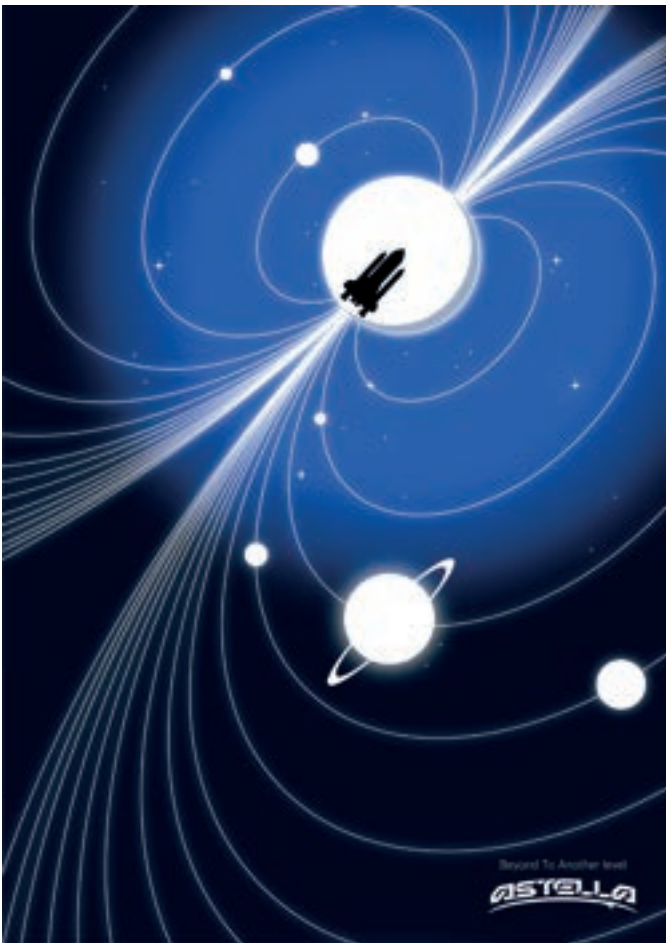


Brand Identity

까만 우주의 끝 없이 쏟아지는 별과 그 빛나는 별빛을  
단순화 하여 브랜드 아이덴티티에 녹여냈다.







### Advertising Design

우주 여행은 현재 가능하나 보편화되지 않아 누군가에겐 여전히 신비로움과 호기심으로 가득 찬 곳이다. 아직 많은 사람들이 가지 못한 이 우주를 신비하게 표현하여 이 여행이 또 다른 모험이 되도록 표현하였다.



### Editorial Design

우주 여행을 위한 간단한 가이드 및 여행을 권유하는 리플렛이다. 여행 시작 전 설렘을 돋우기 위해 각 행성의 ASMR을 같이 제공하여 더욱 풍부한 경험을 선사한다.





### Package Design

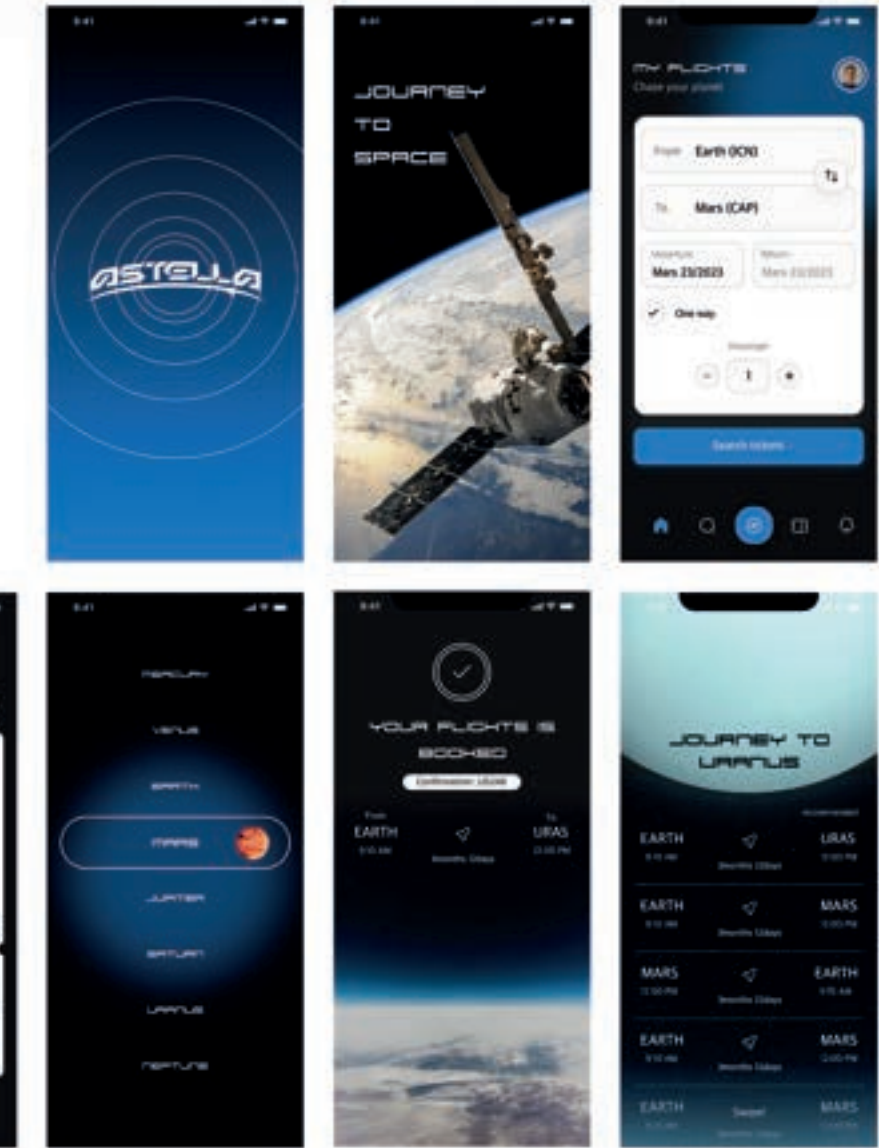
여행 중 섭취 가능한 우주 식품 및 음료를 위한 디자인이다.  
식품엔 우주를 향해 가는 여정의 순간을 패키지에 담아내었다.

음료엔 우주 라는 키워드를 떠올리면 연상되는 요소들을 이용해 구성하였고  
또한 각 패키지마다 행성의 고유 색깔을 따라 완성시켰다.



### UI Design

더욱 편안한 여행을 위한 예약서비스이다.  
간편한 예약 부터 디테일한 비행정보까지 이용 가능하다.  
또한 우리가 몰랐던 행성에 대한 정보를 제공 받을 수 있다.





advertising  
package

brand identity  
motion graphics

editorial

## 파이릿츠 크루

파이릿츠 크루는 해적을 메인컨셉으로 크루 안에 다양하고 매력적인 캐릭터들과 함께 모험을 하는 어드벤처 게임이다.

# PIRATES

## Color Variation



Black

white

Another Color

## Logo Design

파이릿츠 크루는 해적을 의미하는 “pirates” 와 집단을 뜻하는 “Crew” 가 합쳐진 용어로 해적 집단을 의미한다.



## Brand Stroy

파이릿츠 크루는 여러지역과 마을과 던전을 탐험하면서 함께 모험을 하고싶은 인원들이 자유롭게 조직을 만든 해적집단이다.

## Color



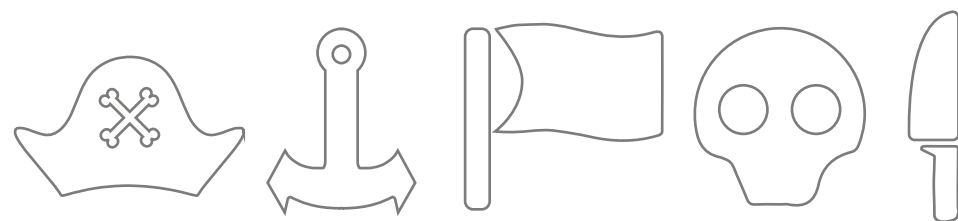
#190608



#ed2b38

## Motif

파이릿츠 크루 로고의 모티브는 해적을 연상시키는 이미지에 영감을 받아 제작했다.







Advertising  
파이릿츠 크루의 캐릭터들 위주로 광고 포스터 제작



Package Design

각각의 캐릭터들의 엠블렘 제작후 에너지 드링크 와 미니피규어박스 적용

- RED  
#EC1D3C
- ORANGE  
#F68B21
- BLUE  
#027DC1





## RED

레드는 해적에 가장가까운 디자인을 갖고있는 캐릭터입니다.  
가장 해적에 가까운 캐릭터를 원했으며 그것이 레드 캐릭터의 탄생배경이죠.



## BLUE

블루는 해적의 난폭함과 무자비함을 표현하고싶었습니다.  
그래서 강력한 건틀릿을 갖고있는 캐릭터가 탄생을 했죠



## ORANGE

오렌지는 레드와 블루의 제작후 서포터의 캐릭터가 필요했습니다.  
그래서 다양한 악물을 다뤄 팀원에게 서포터를 해주는 오렌지가 탄생을 했습니다.



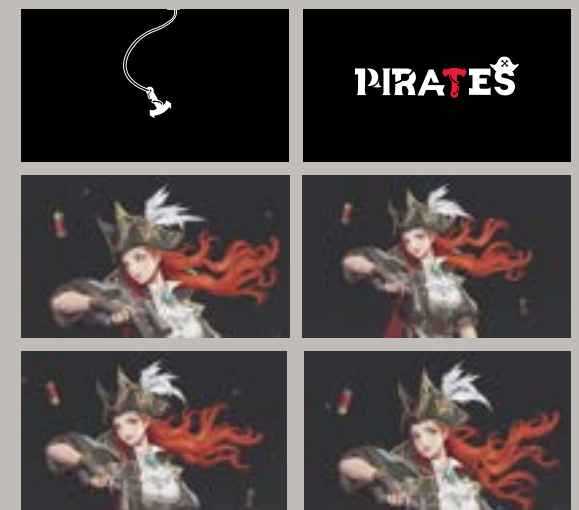
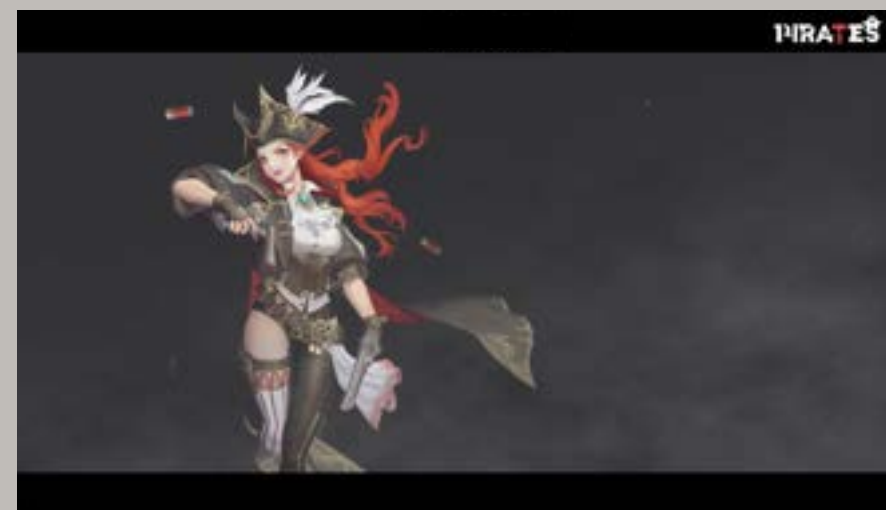
## Character

해적의 이미지를 살리면서 캐릭터의 각각의 컨셉에 따라 세련되게 캐릭터 디자인을 하였다.



## Editorial

각각의 캐릭터들의 시트 디자인 시안등  
캐릭터들의 이야기가 담겨있는 아트북이다.



## Motion graphics

캐릭터의 동세와 다양한 표정변화로 영상을 구상하였다.



poster  
package

brand identity  
ux/ui

editorial

# KIROK

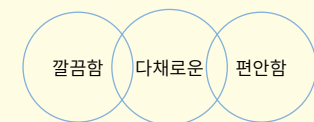
## Brand story

KIROK은 요즘 사람들에게 멀어진  
손으로 끄적이는 무언가를 통해 모든 감정(기쁨, 우울, 분노 등)들을 속에만 담아두지 않고  
각자의 평범하든 평범하지 않은 일상 전부를 기록하는 행위로 모든 것들을 담아내는 브랜드

## Logo design

일반적으로 볼 수 있는 고딕체와 손글씨가 합쳐진 로고

## Brand concept



## Brand name

기록하다의 한국어를 영어로 나타내 탄생한 네이밍

## Brand color

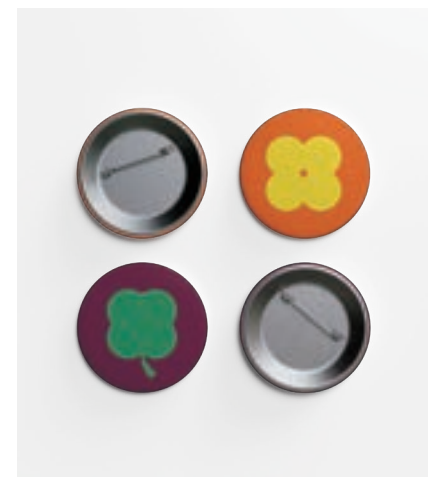
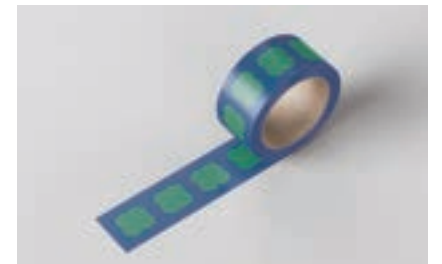


#3aa3db #3aa3db #fedf20

삼원색을 사용한다.



KIROK brand identity design



### 안정을 의미

원이 주는 형태에서의 편안함과 노란 색상의 따뜻함을 통해 우울한 감정에서 안정을 찾아주는 마음을 담았다.



### 행운을 의미

네잎클로버의 형태를 형상화해 행운과 행복을 가져다준다는 의미를 담았다.



### 일상을 의미

평소에 볼 법한 도형을 형상화해 모든 일상을 기록으로 담아내라는 마음을 담았다.

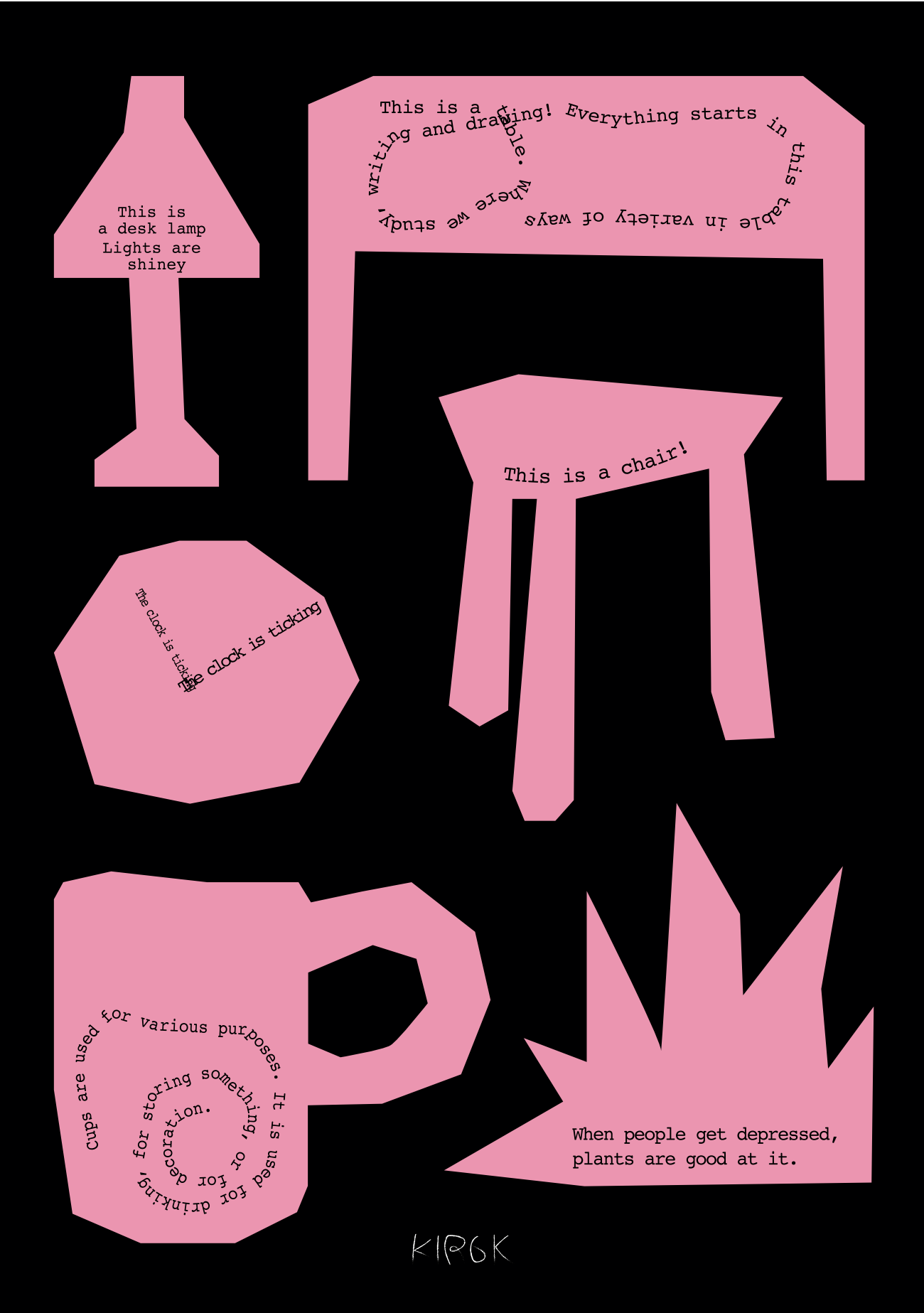


Poster 01



위 포스터는 식물을 컨셉으로 연필로 드로잉 한 느낌을 주었다. 식물이 사람들을 위로하듯이 드로잉을 보며 마음이 편해지길 바란다.

Poster 02



위 포스터는 [IN MY ROOM]을 주제로 드로잉이 아닌 타이포를 이용해 옆의 포스터와 대조되도록 재미있게 표현했다.





## Graphic motive

픽셀의 느낌과 선과 면이 어울리도록 제작했다. 로고와 일러스트의 컬러조합에 신경써서 디자인했다.

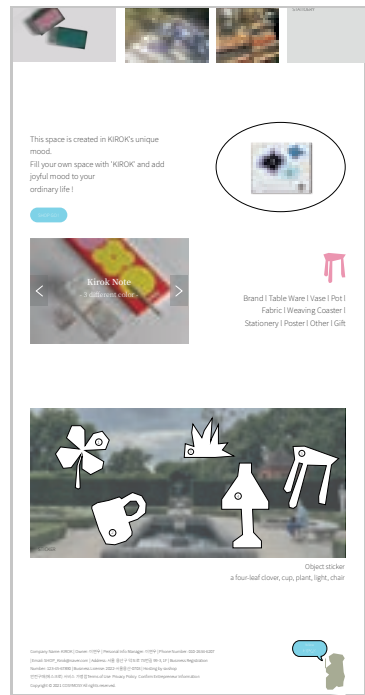
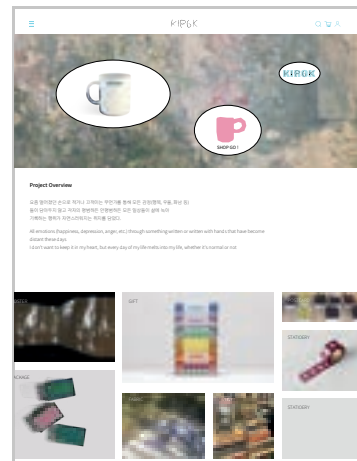
## Package

기록을 하기 위해선 적을 수 있는 도구가 필요하다. 다양한 선과 면을 활용하여 연필꽃이와 화병의 조화로움을 실제로 끄적거린 느낌처럼 픽셀화 시켜 나타냈다.



## Editorial

직사각형 형태의 6페이지로 접힌 리플렛을 활용하여 달력을 제작했다. 색깔 펜을 활용한 컨셉으로 자연, 소품, 장소 등 다양한 요소들을 그래픽적으로 표현했다.



## Web design

KIROK 웹사이트 디자인

브랜드 소개와 제품 소개 등으로 구성했으며, 따뜻한 색감을 통해 젊은층을 타겟으로 이목을 끌 수 있도록 구성했다.



advertising  
package

brand identity  
ux/ui

editorial

## Overview

잊고있던 추억을 담은 옛날 과자점  
새로운 추억을 담아내는 옛날 과자점

잊고있던 우리의 옛날과자들을 현대의 트렌드의 맞춰 건강한 재료로 만들어내는 담주당은 어른들에게는 잠시 잊고있던 과거의 추억을 불러일으키고, 젊은 사람들에게는 새로운 경험으로 색다른 추억을 선물해 줌으로써 모든 세대가 같이 즐길 수 있는 옛날 과자점이다.

## Logo Design



다  
문  
당

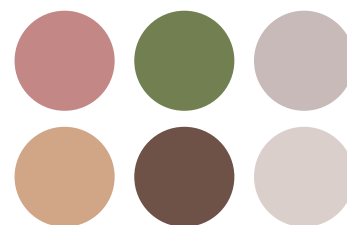
## Brand Keyword

추억

잇다

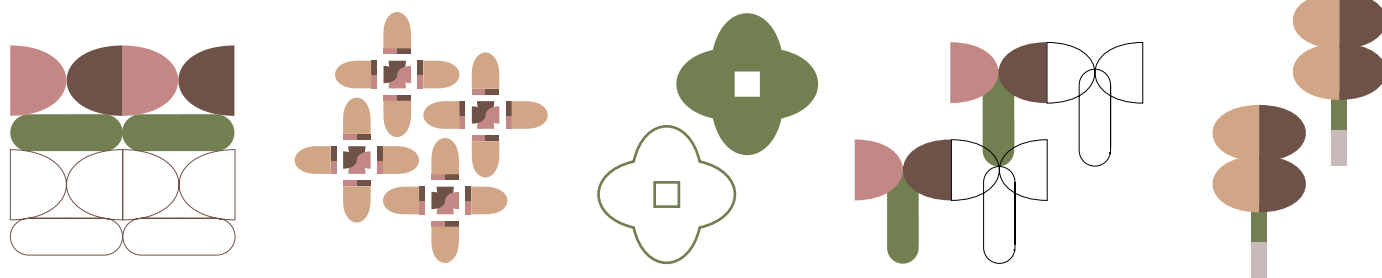
즐기다

### Color



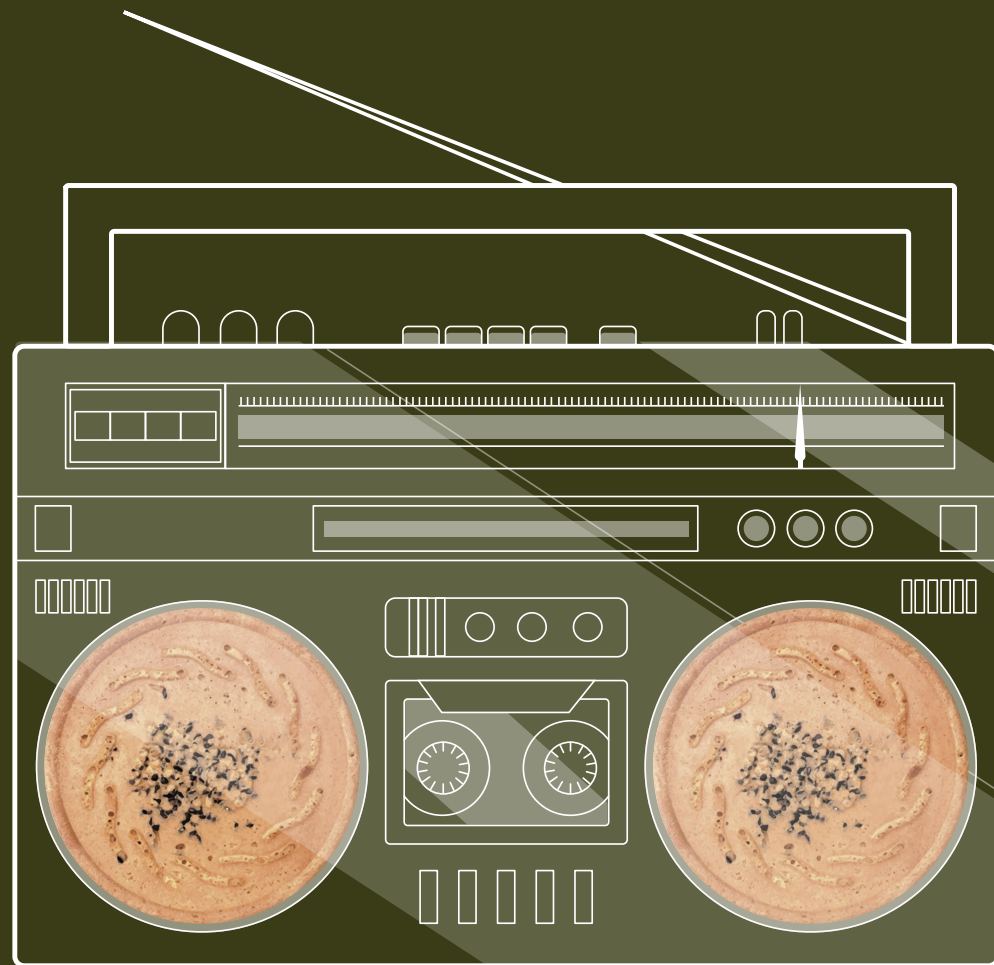
## Pattern

담추당의 심볼을 여러방식으로 조합해 다양한 패턴을 만들었다.

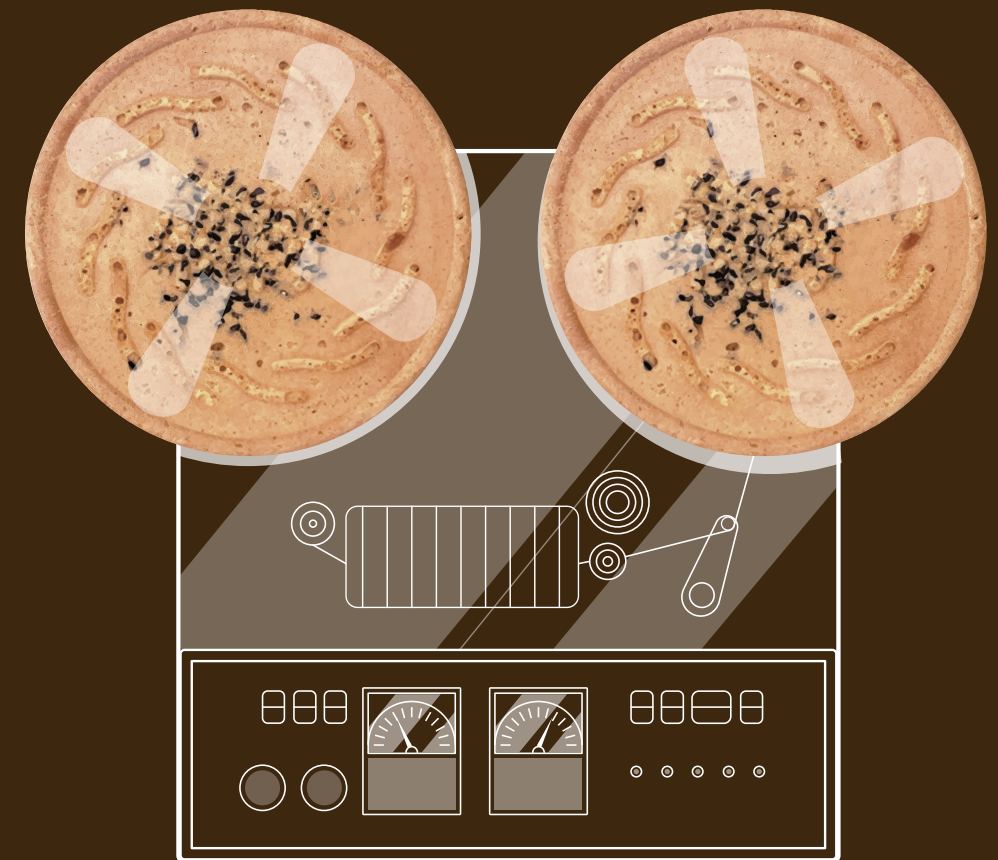




Turn on  
your memories !



Bring back  
your memories !



### Advertising Design

어떤 추억과 연관된 노래를 들으면 잊고있다가도 그때의 기분이나 기억이 떠오르듯이 추억을 불러일으키는 요소로 레트로 카세트를 이용했다. 잊고있던 과거의 추억들이 담추당의 대표과자인 전병으로 인해 리플레이 된다는 의미로 표현했다.



Package Design

담추당의 대표 과자인 전병, 오란다, 대롱과자의 패키지. 다양한 연령대의 고객들을 위해 뉴트로 컨셉의 색감과 패턴으로 디자인했다.



Editorial Design

담추당과 담추당의 과자를 소개함으로써 담추당의 과자를 주문하거나 선물하고자 하는 고객들을 위한 리플렛.



UX/UI Design

담추당의 멤버십 어플. 다양한 연령대의 사용자들을 위해 명확하고 깔끔한 UX/UI로 디자인했다.





advertising  
package

brand identity  
character

editorial



MAYA

환영을 뜻 하는  
종교적 단어

+

NEON

네온기체

### Logo Design

디자인 소품을 판매하는 브랜드로 상상으로 그려나간다는 의미를 담고자 MAON에 연필을 삽입해 표현하였다.

### Brand Name

환영이라는 뜻의 마야와 네온의 온의 합성어로 환영을 키다, 환영의 세계를 그리다 라는 의미를 가지고 있다.

### Color



#4ec5f1



#0c2742



#fcc651



#fcc651

### Brand Story

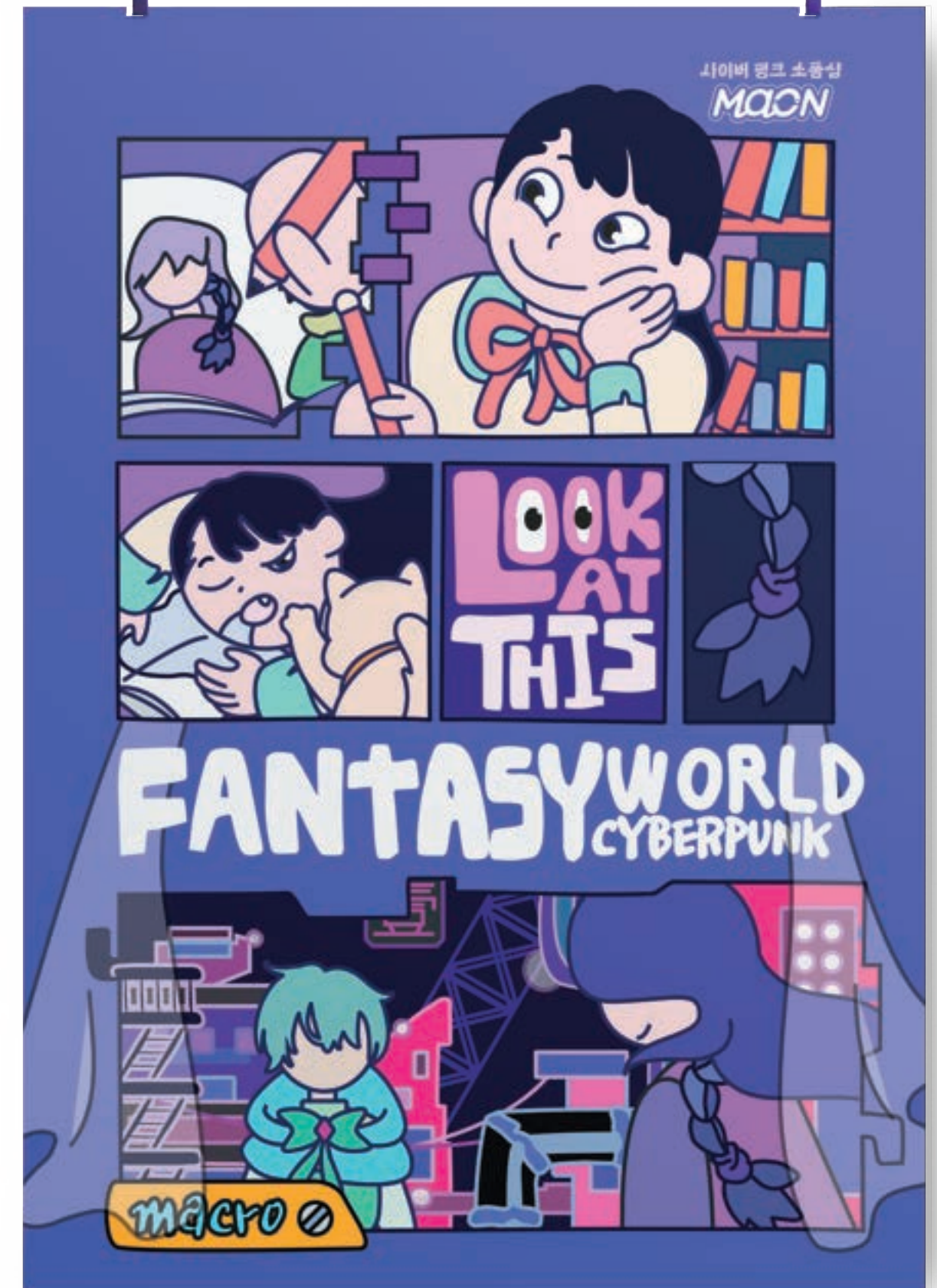
마온은 로봇이 지배하는 세계로 4명의 캐릭터들이 인간의 권리를 찾기위해 레지스탕스 활동을 하는 스토리이다.

### Brand Concept

마온은 사이버펑크 컨셉의 소품샵으로 자체적으로 브랜드 캐릭터 상품을 제작한다. 사이버펑크라는 트렌드를 겨냥한 브랜드이다.







### Advertising Design

사이버펑크를 바탕으로 세계관을 가진 마온의 스토리를 담아낸 아트포스터이다.  
지나친 발전으로 로봇의 지배를 받는 마온의 세계에서 독립을 꿈꾸는 이들의 스토리를 담아내었다.



Editorial Design

브랜드 스토리와 캐릭터 설정, 색상 등의 정보를 풀어낸 설정 집이다.  
세계관에 대한 이해와 소비자와 생각의 소통을 할 수 있도록 다양한 질문과 이미지가 삽입되어 있다.



Character Design

디스토피아 배경에 부합하도록 캐릭터를 설정했다. 3D캐릭터에서는 사이버 느낌을, 2D작업에서는 오밀조밀한 귀여운 느낌을 강조했다.

인티제  
INTEGER

무리의 리더로 갈 곳 잃은 아이들의 보호자 역할이다. 대범하고 장난스럽지만 남에게 헌신적이다.



넛  
NUT

로봇에 의해 부모와 헤어졌다. 시원스럽지만 게으른 성격. 재밌어야 움직인다. 제일 걱정없이 산다.

감마  
GAMMA

인티제와 소꿉친구로 가족에게 버림받았다. 무심한 성격이지만 인티제가 남을 위해 희생하는 모습을 보곤 애정에 대한 감정을 생각해본다.



제타  
ZETA

특이한 성격 덕에 주위에 사람이 없다. 무리에 들어오면서 교류의 즐거움을 알게된다.

Package Design

디스토피아+사이버 세계관에 필요한 제품들로 3D캐릭터를 이용해 사이버틱한 느낌을 더 살려서 제작했다.



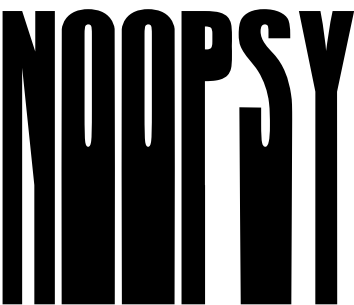


advertising  
package

brand identity  
motion graphic

editorial

Logo Design



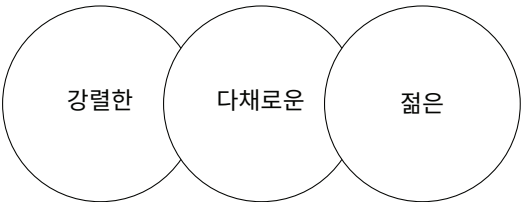
Brand Identity

Tipsy 와 Ameno의 합성어로 술에 취해 신난다는 뜻의 위스키 브랜드 'NOOPSY'가 탄생했다. 볼드한 서체를 길게 늘어뜨려 하나의 면으로서 브랜드 정체성을 나타낼 수 있는 그래픽 이미지들을 삽입해 로고를 보는 재미도 더했다.

Brand Pattern



Brand Concept



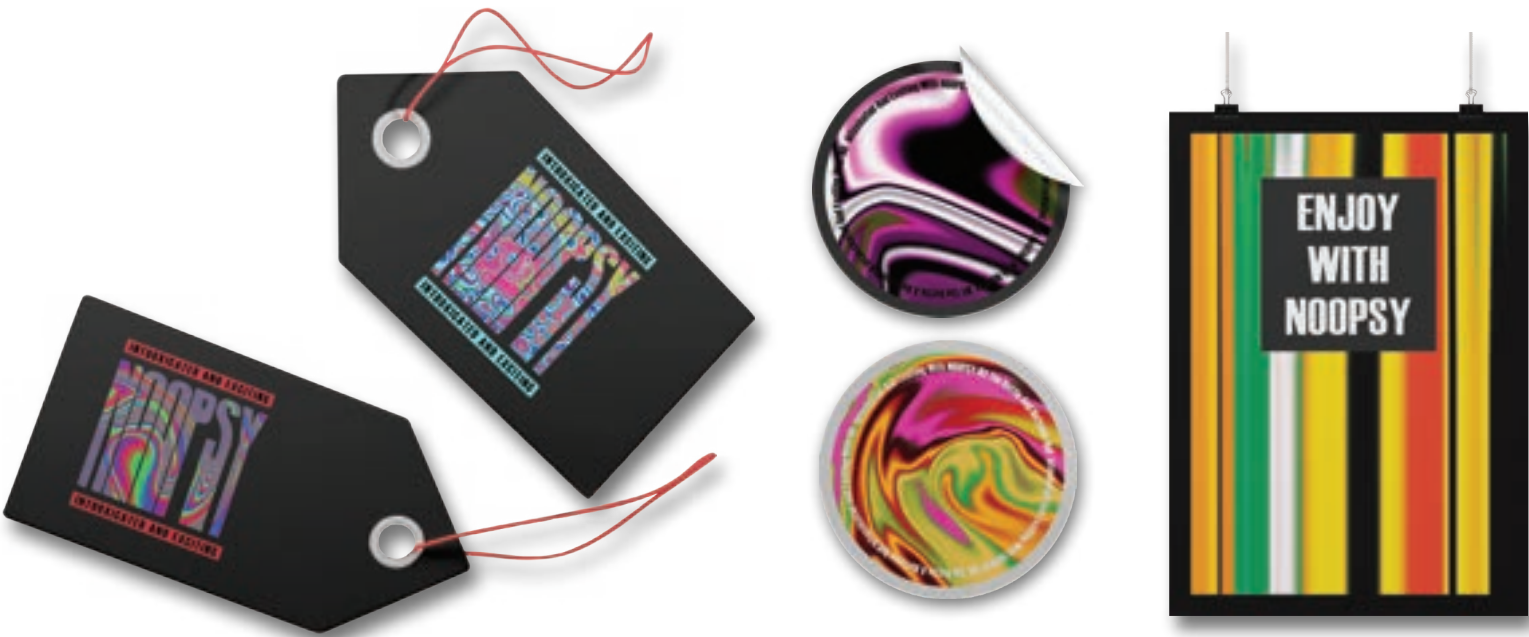
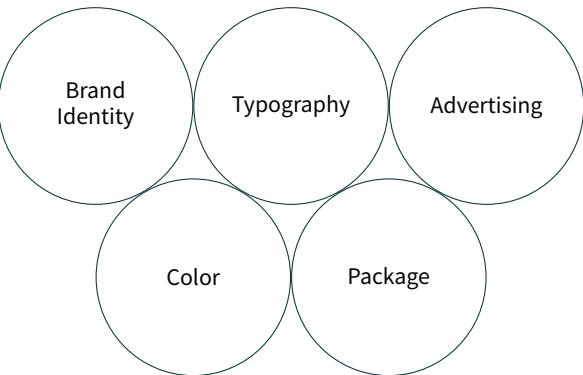
"뻔한 일상을 특별한 순간으로"

'NOOPSY'는 젊은 세대를 타겟으로 오늘 하루쯤은 즐겁게 놀아보자는 브랜드 아이덴티티에 걸맞게 다채롭고 강렬한 색감과 그래픽으로 소비자들의 눈과 입을 즐겁게 만들어주는 위스키 브랜드이다.

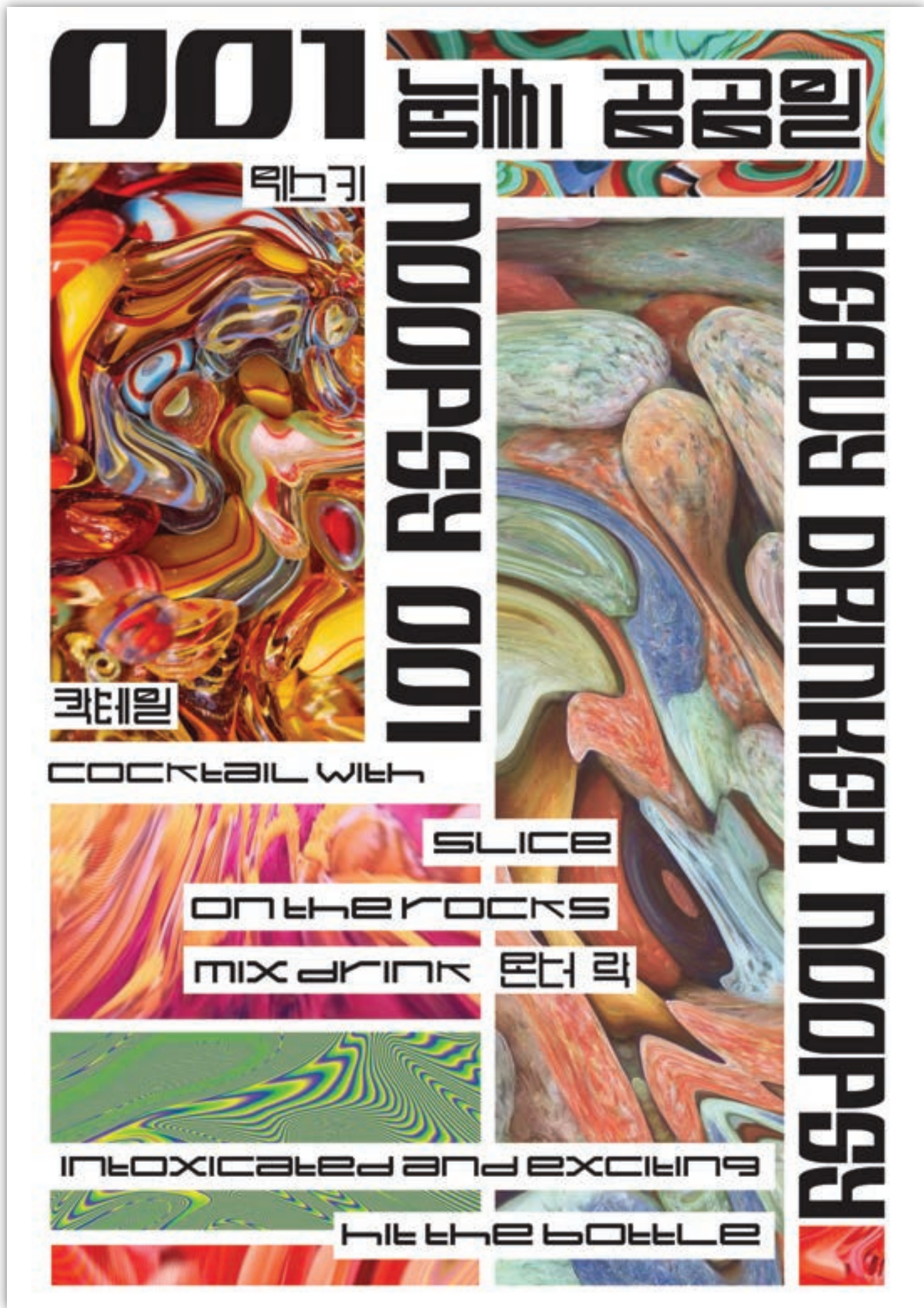
Project Goal

"특별함을 마시자"

기존의 위스키 브랜드와 차별화를 두기 위해 'NOOPSY' 의 아이덴티티를 보다 강렬하고 구체적이게 표현하고자 했다. 이런 모습을 여러 매체에 담아냈다.

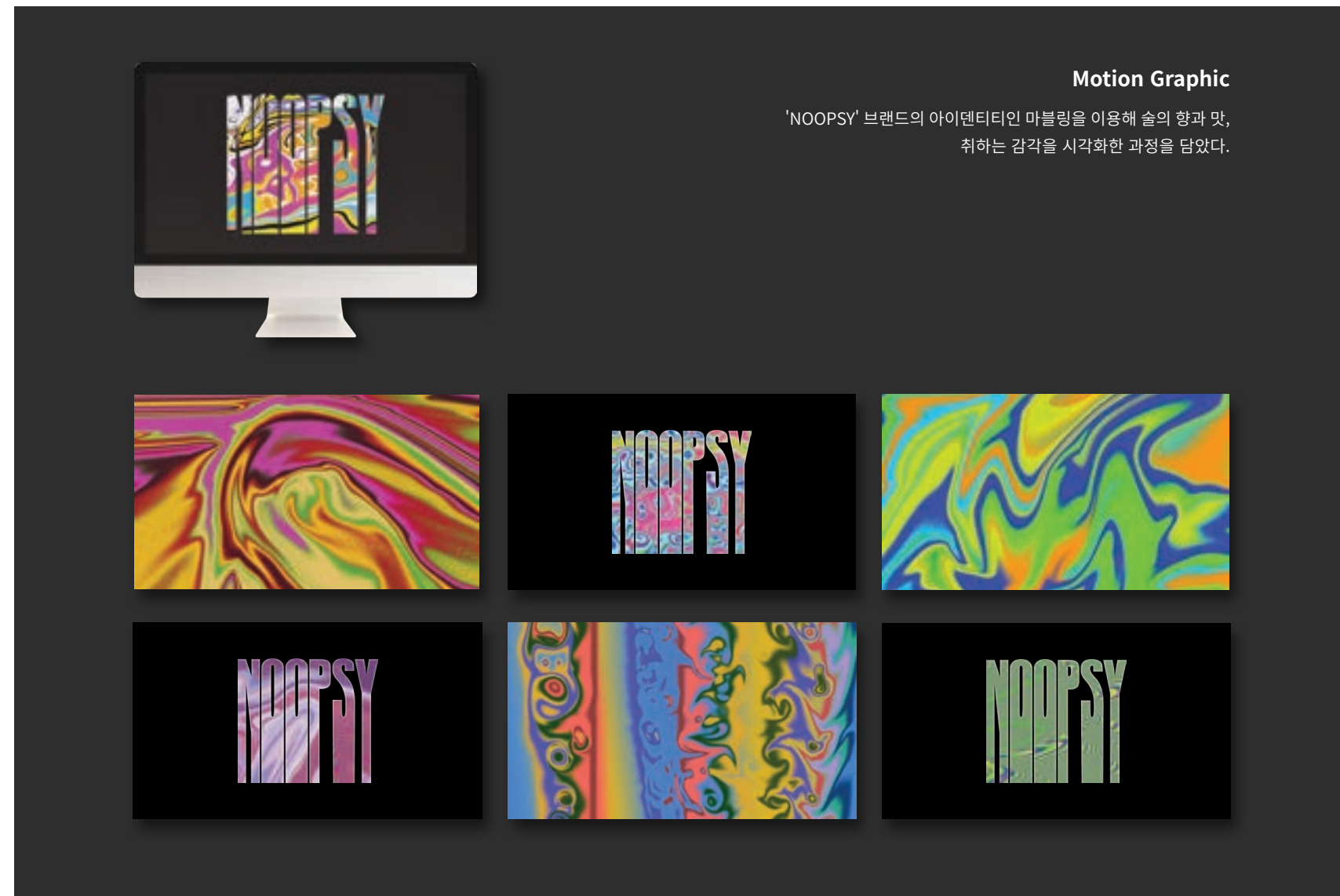






## Advertising Design

'NOOPSY' 위스키의 아이덴티티를 나타내는 그래픽 이미지들과 다양한 타이포, 카피 문구를 이용해 아트포스터 형태로 제작했다.



## Motion Graphic

'NOOPSY' 브랜드의 아이덴티티인 마블링을 이용해 술의 향과 맛, 취하는 감각을 시각화한 과정을 담았다.





### Package Design

마블링 기법으로 취하는 감각과 신나는 감정을 시각화함으로써 'NOOPSY' 브랜드의 아이덴티티를 강조했다. 작은병 라인들은 병 뒤에 라벨을 붙여 마블링 그래픽 이미지를 한층 더 돋보이게 만들었다.



### Editorial Design

'NOOPSY' 브랜드 소개와 더불어 2022 졸업 전시회의 초대장을 디자인했다. 전시회에 오지 못해 'NOOPSY' 를 경험하지 못하는 사람들을 위한 브랜드 소개 페이지와 2022 졸업전시회를 홍보하는 문구를 넣어 초대장을 만들었다.



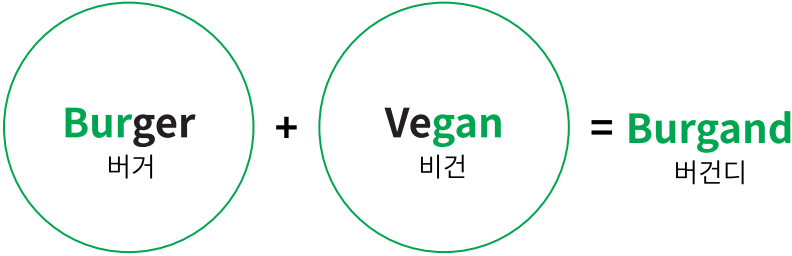
advertising  
package

brand identity  
ux/ui

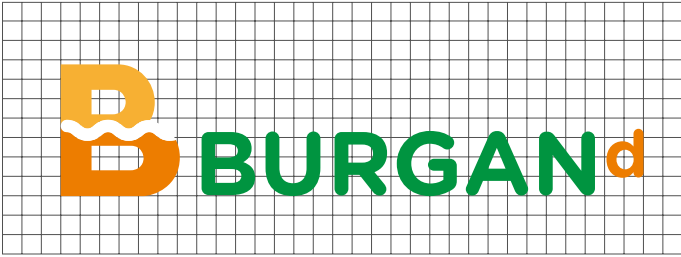
editorial

Overview

비건 컨셉의 버거 브랜드.  
신선한 채소를 재료로 하여 체중 감량을 목표로 하는 다이어터들이나 기존에 당뇨나 고혈압 등 질환을 가진 사람들도 부담없이 즐길 수 있고 먹으면 몸이 클렌징 되는 기분을 줄 수 있는 브랜드이다.



Logo Design



Color



Pattern





IT'S OK. IT'S VEGAN!



Burger From Garden  
**BURGAN**<sup>d</sup>

IT'S OK. IT'S VEGAN!



Burger From Garden  
**BURGAN**<sup>d</sup>

#### Advertisment

패스트푸드를 먹어도 비건버거라 해롭지 않다는 느낌을 표현하려 제작한  
광고 포스터



Package Design

버건디 컬러주스

비건버거와 함께 즐길수 있는 과채음료 5종을 2가지 버전으로 디자인 하였다.  
상단의 주스는 재료의 셰이프대로 라벨을 제작하였고, 하단의 주스는 야채 일러스트를 배치 후 음료에 포함된 것에 색을주었다.



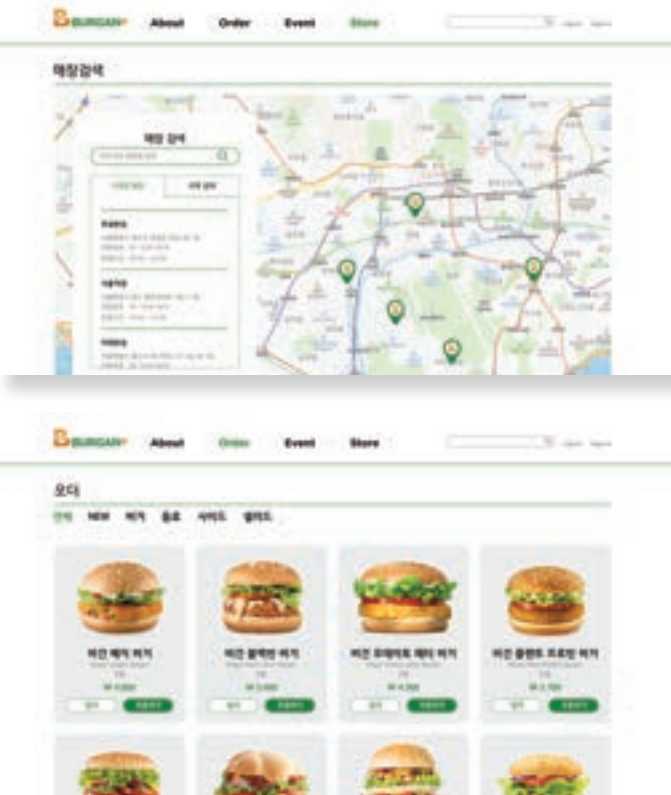
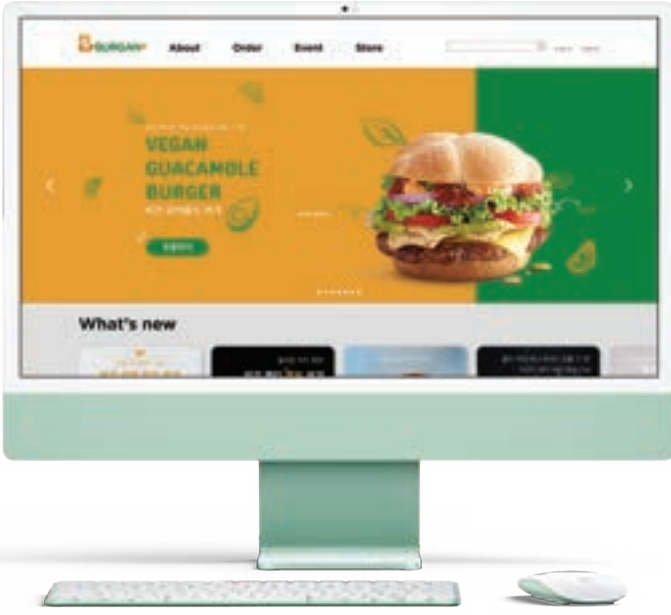
Editorial

버거의 특징을 살린 책을 제작하기 위해 내지를 색지로 사용하여 책배쪽이 버거처럼 보이게 하였다. 채식주의에 관한 글과 비건버거, 비건주스레시피를 담은 책을 제작하였다.



Web design

버건디의 웹사이트를 디자인하였다. 브랜드 컬러를 활용에 통일성을 높이고 웹에서 주문이 가능한 기능을 추가하여 제작하였다.





advertising  
package

brand identity  
editorial

character

## Overview

유아의 자극에 약한 피부는 건강한 케어가 필요하다.  
소니드는 소중한 아이를 위한, 부드럽고 따뜻한 감성을 추구하는  
유아 바디용품 브랜드이다.

## Logo Design

SONEED  
SONEED

## Color



## Motif Image

부드러운 구름과 가벼운 느낌의 깃털을 사용하여  
소니드의 부드럽고 따뜻한 이미지와 제품의 특성을  
로고에 담았다.

## Pattern







### Advertising Design

소니드는 유아 바디용품 브랜드로 로션과 비누 제품이 있다.  
패키지를 건물의 모습으로 활용하여  
아이들이 제품을 사용하는 상황들을 표현했다.





## Package Design

소니드 바디로션 & 스킨

유아를 위한 로션과 비누 제품을  
향과 사용방법을 연상시키는 아기자기한 일러스트를 활용하여  
제작하였다.

## Editorial Design

제품에 대한 상세 정보가 궁금한 소비자들을 위한 리플렛이다.  
제품의 성분과 사용법 등  
다양한 정보를 확인할 수 있다.



## Character Design

부드러운 구름을 모티브로 제작한 캐릭터,  
아이들에게 친근하게 느껴지는 이미지로 제작했다.





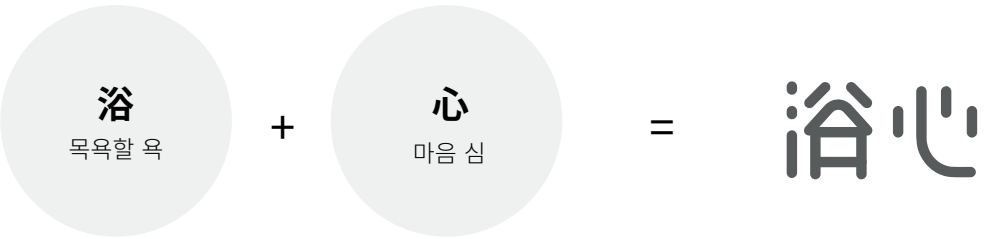
advertising  
package

brand identity  
ux/ui

editorial

## Overview

지친 현대인들에게 힐링은 빠질수없는 부분으로 자리잡았다.  
입욕제로 지친 몸뿐만이 아니라 마음까지 씻어내준다는  
욕심으로 비롯된 브랜드가 바로 “욕심(浴心)” 이다.



## Logo Design



## Motif Image

욕심의 한자와 자연을 상징하는 숲의 모습을 합성하여  
지친몸과 마음을 자연의 향으로 씻어내준다는 의미



## Pattern



## Color







Advertising Design1



Advertising Design2

다양한 색의 욕심들

욕심이라는브랜드만의 힐링을 다양한 색감과 패턴을 이용한 그림으로 표현하였다.



Editorial Design





Packge Design

입욕제가 물에 퍼지는 모습을 시각적으로 표현하였으며, 들어가는 주재료를 패턴화시켜 제작 하였다

Image

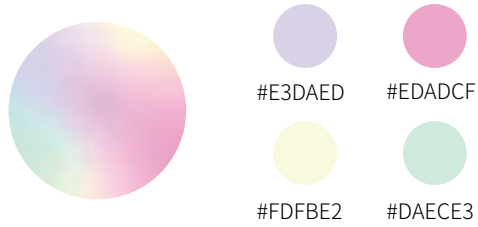


UX/UI Design

내손안에 힐링

입욕제가 물에퍼지는 모습을 시각적으로 표현하였으며, 들어가는 주재료를 패턴화시켜 제작 하였다

Color System



Icon Design





advertising  
package

brand identity  
motion graphic

editorial

## Brand Identity

매일을 완벽할 필요없이 조금 멍청하고 실없지만 웃으며 살아가길 바라는 의미를 지닌 소품샵이다.  
지루하고 바쁜 일상 속에서 즐거움을 줄 수 있는 브랜드로, “LIFE IS GOOFY”라는 슬로건을 가진다.

## Logo Design

볼드하고 둥근 형태의 타이포 디자인과 메인 캐릭터의 더듬이를 결합한 로고로 브랜드의 장난스러운 이미지를 표현하였다.

## Brand Name

GOOFY는 바보같은, 실없는 이라는 의미를 지닌 “goof”라는 단어에서 파생된 네이밍이다.

## Brand Differeriation

GOOFY는 즐거움을 추구하는 브랜드로 패키지와 제품간의 불일치성으로 재미를 주는 차별성이 있다. 기프트 브랜드의 성향을 띤다.

## Color

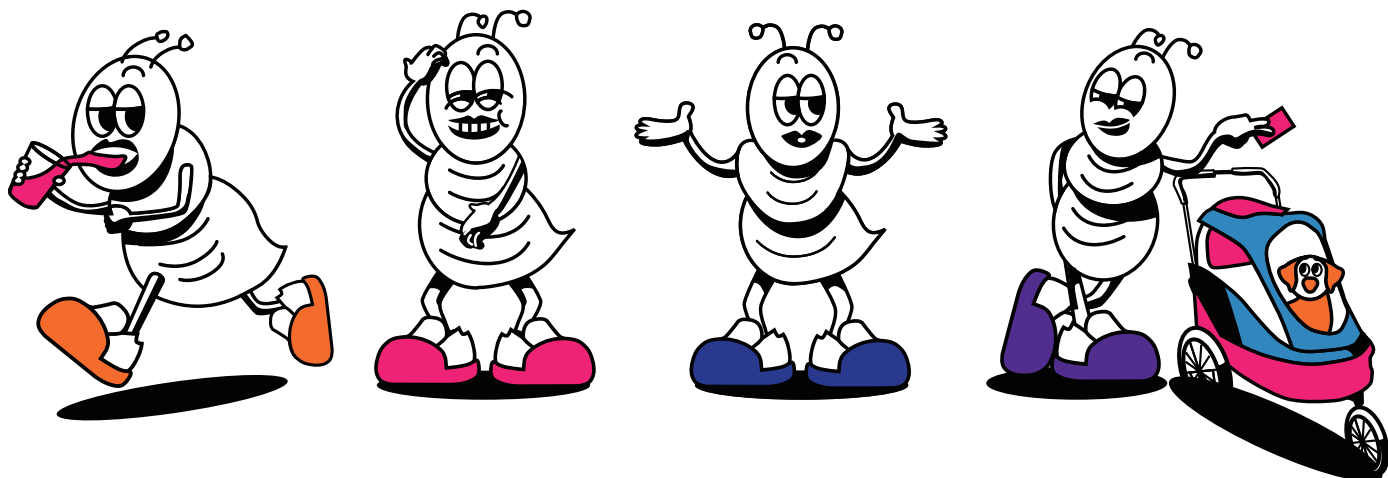


**GOOFY**  
life style select shop



## Character Design

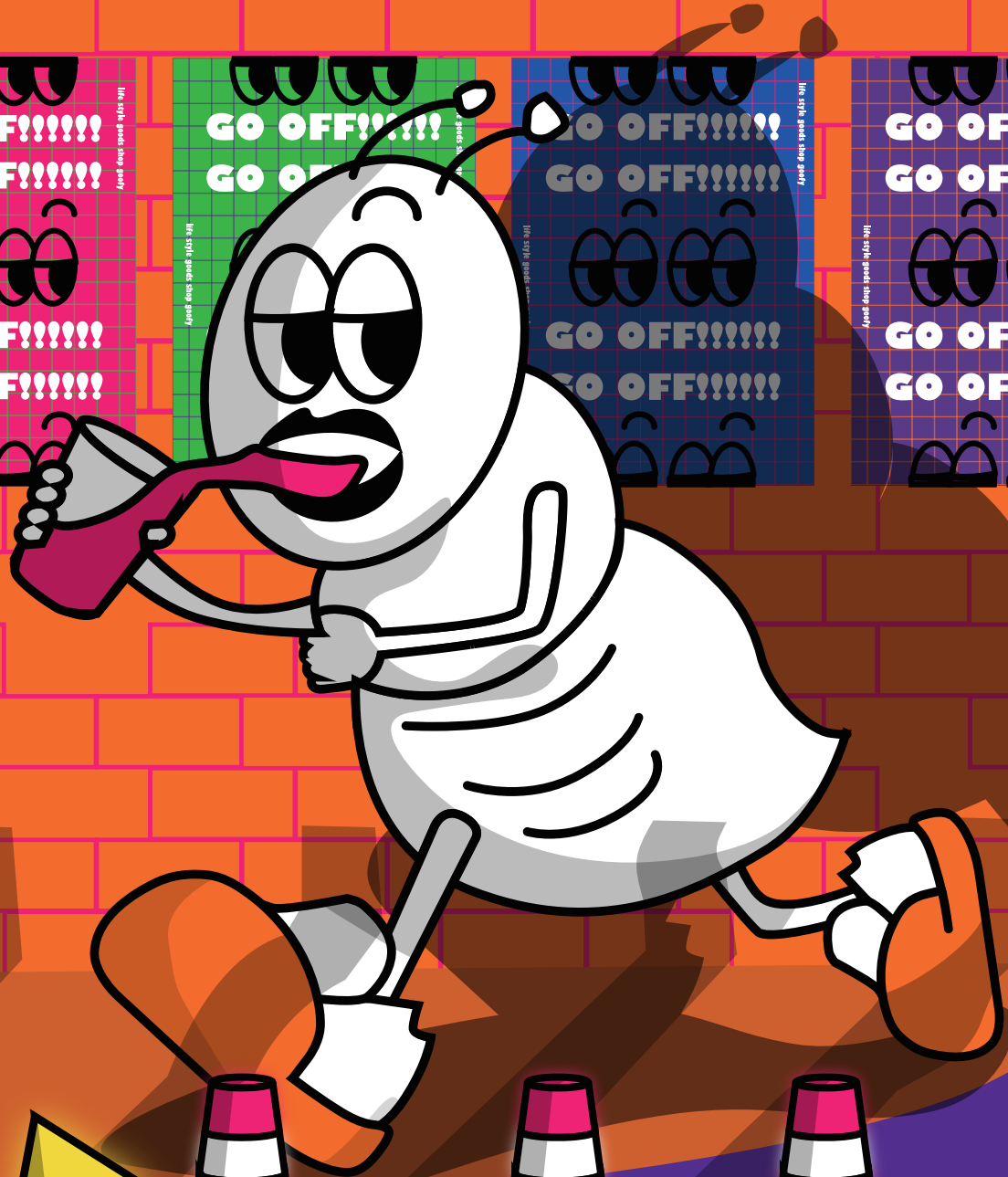
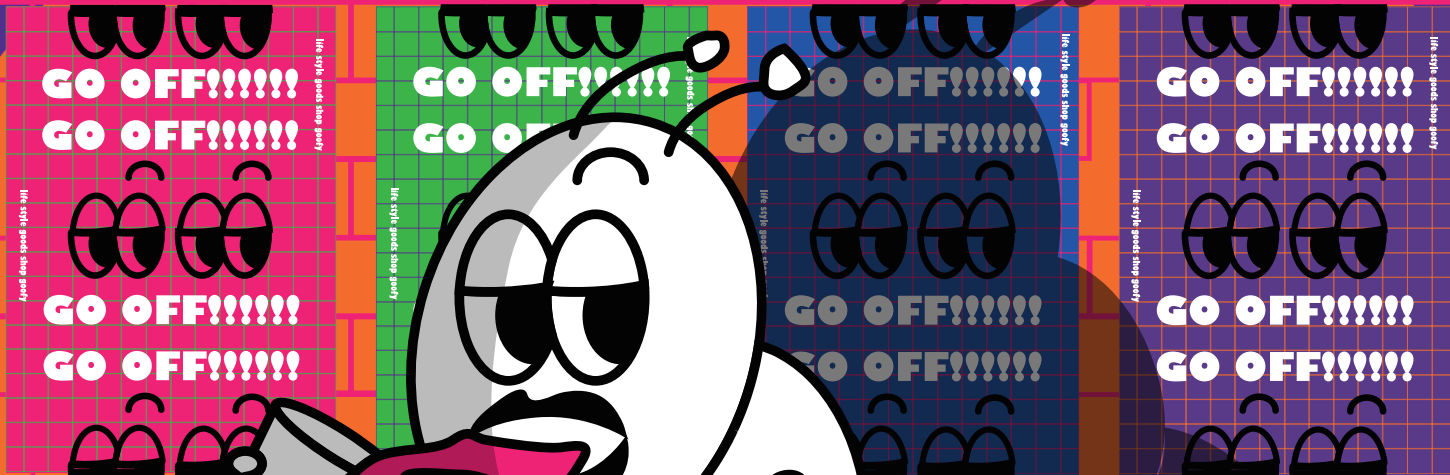
현대인의 일개미 같은 모습에서 벗어나 बे짱이같이 살수 없을까라는 궁금중에서 파생된 캐릭터로 모든것에 연연하지 않는 의도적인 멍청함을 가진 캐릭터이다.







# GOOFF OFFICE!



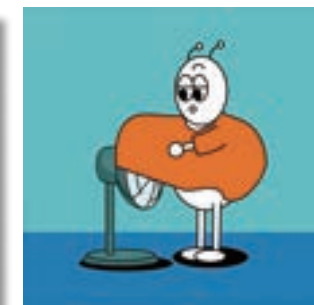
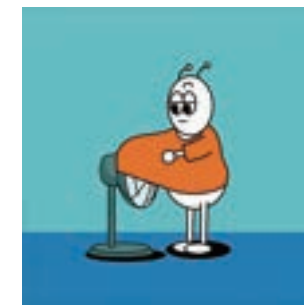
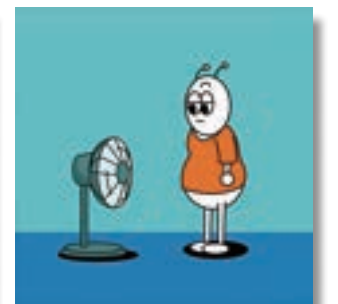
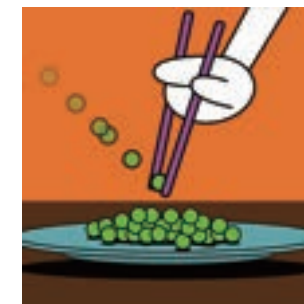
## Advertising Design

GOOF의 메인 컬러와 메인 캐릭터들로 브랜드의 무드를 표현한 아트 포스터이다. 캐릭터들의 다양한 성격을 보여주며 소비자들로 하여금 캐릭터들의 성격과 숨어있는 브랜드 제품들을 찾아보게 만드는 포스터를 제작하였다.



## Motion Graphic Design

인스타그램 및 SNS 홍보용 모션그래픽으로 메인 캐릭터인 GOOFY를 활용해 여러 에피소드를 제작하였다.





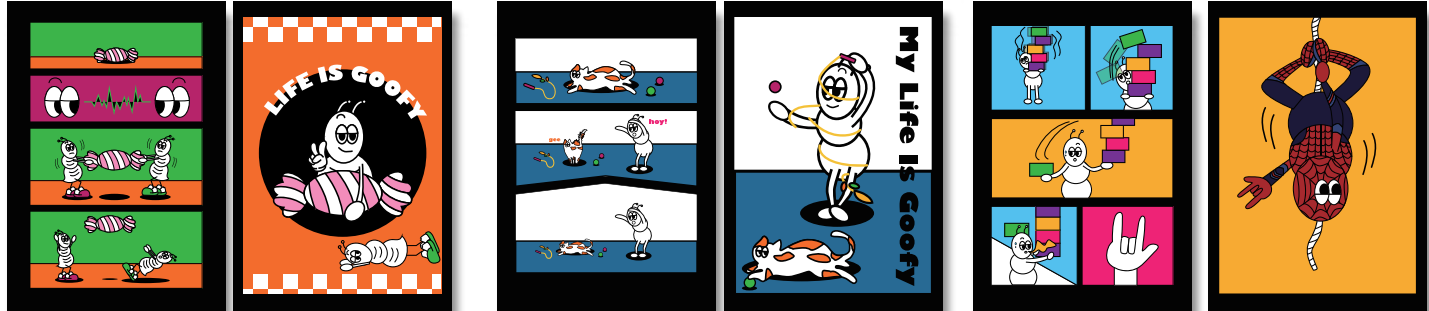
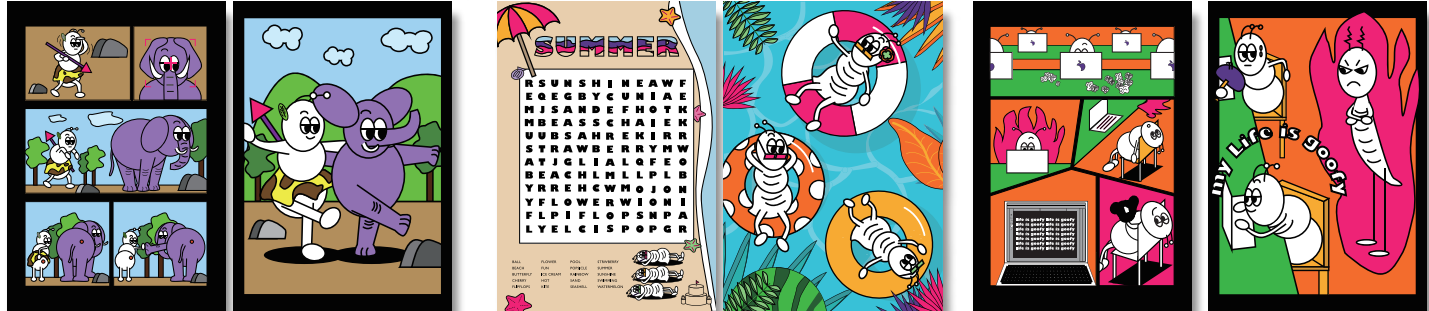
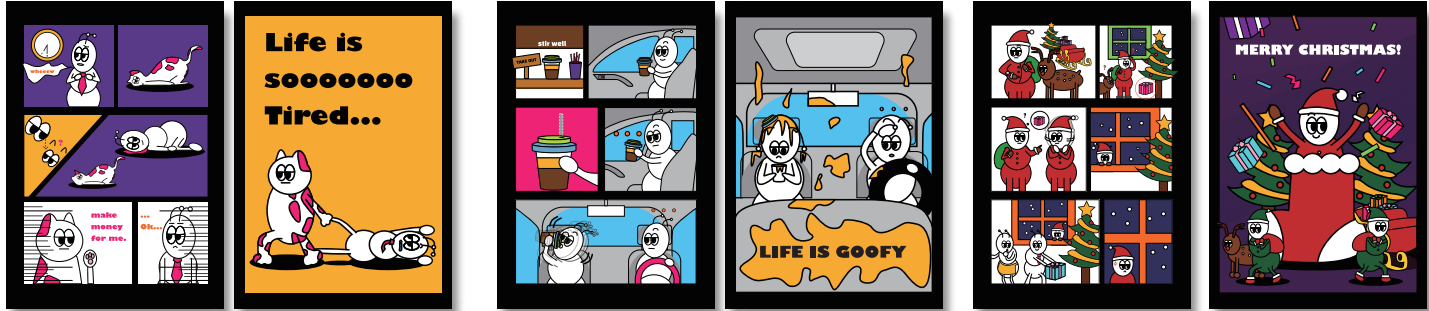
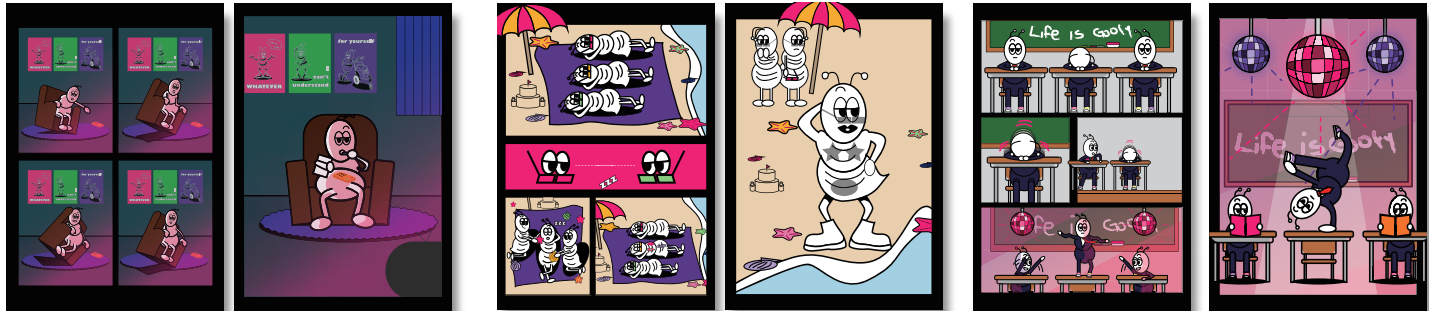
Package Design

메인캐릭터와 컬러로 단순한 일러스트를 이용한 패키지를 제작하였다. 제품과 이름, 패키지의 형태와 제품간의 불일치성으로 GOOF의 차별성과 재미를 표현하였다. 또 숨겨져 있는 제품일러스트를 통해 궁금증을 유발하여 브랜드 공간에 방문한 사람, 선물하는 사람, 선물받는 사람에게 각각 모두 재미를 느낄 수 있게 디자인하였다.



Editorial design

메인 캐릭터 goofy와 그와 연결되는 브랜드의 성격을 코믹북 형식의 포스트 카드 로 제작하였다. 80장분량의 엽서와 세가지의 케이스를 따로 제작해 소비자들이 엽서와 별개로 원하는 케이스를 따로 구매할 수 있도록 제작하였다.





advertising  
package

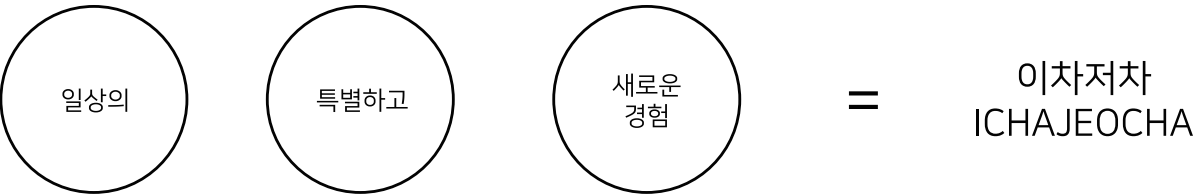
brand identity  
ux/ui

editorial

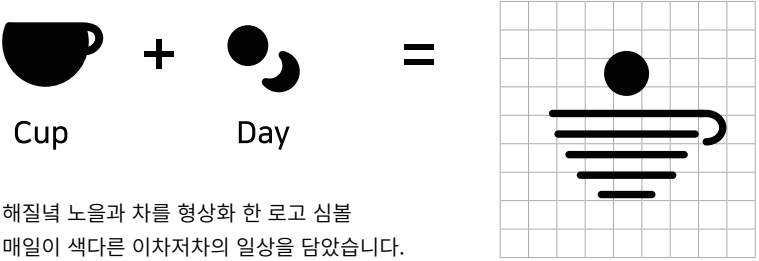
### Overview

'이차저차'는 매일, 매일 색다른 메뉴를 맛볼 수 있는 커스텀 티 브랜드 입니다.  
고객님께서 원하시는 주제의 차를 족석에서 선보이거나, 이차저차만의 시그니처 티를  
판매하여 방문객 분들께 어디서도 겪지 못한 특별한 경험을 선사합니다.

### Value



### Concept



### Logo Design



### Motif



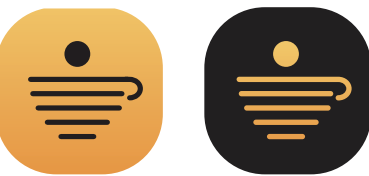
### Pattern



### Color



### Favicon







### Advertising Design

전문적인 블렌딩을 갖춘 시그니처 티 브랜드임에 자부심을 갖고 있습니다.  
고객 1:1 맞춤형인 특별한 차를 선보여 나만의 차를 찾을 수 있도록 유도하며  
해가 뜨나, 달이 뜨나 이차저차는 변함없는 정성을 다하겠습니다.

### Color System





Package Design

이차저차만의 특색을 담은 시그니처 티 패키지.  
일주일의 매 요일을 주제로, 각 요일의 향취를 담아 제작되었습니다.

Color System

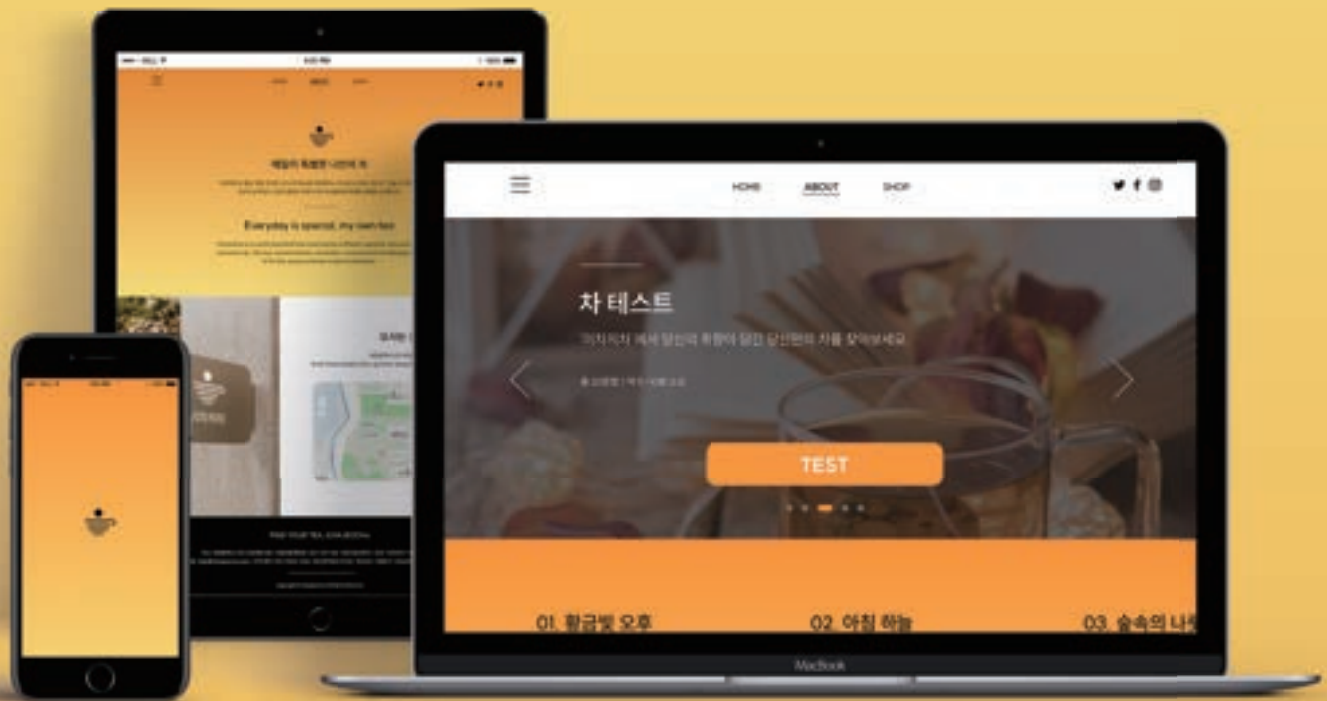


Editorial Design

이차저차만의 서비스가 생소한 고객분들께  
브랜드 소개, 이용방법 등을 기술한 메뉴얼 가이드입니다.







## UX/UI Design

이차저차 티 카페의 홍보용으로 제작된 웹 페이지.

그와 더불어 차 문화에 문외한인 예비 고객님들을 위한 나만의 차 테스트가 준비되어있습니다.



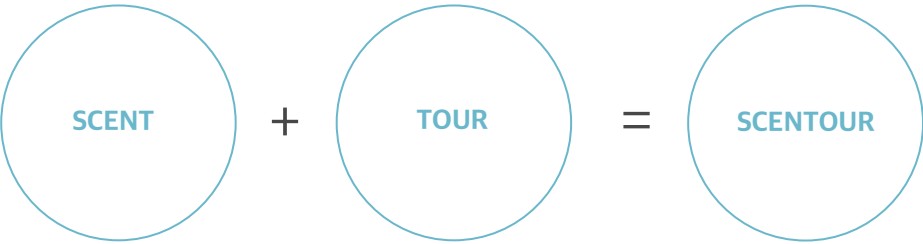
advertising  
package

brand identity  
ux/ui

editorial

Overview

샤워는 불안감을 막고 스트레스를 줄일 수 있는 좋은 방법이다.  
센쥬어는 가장 간단하고 쉬운 스트레스 해소법인 샤워를 더욱 즐겁게 할 수 있도록 도와주는,  
추억하는 향을 느끼며 기분전환을 돕는 여행용 바디케어 브랜드이다.



Logo Design



Image



Motif Image

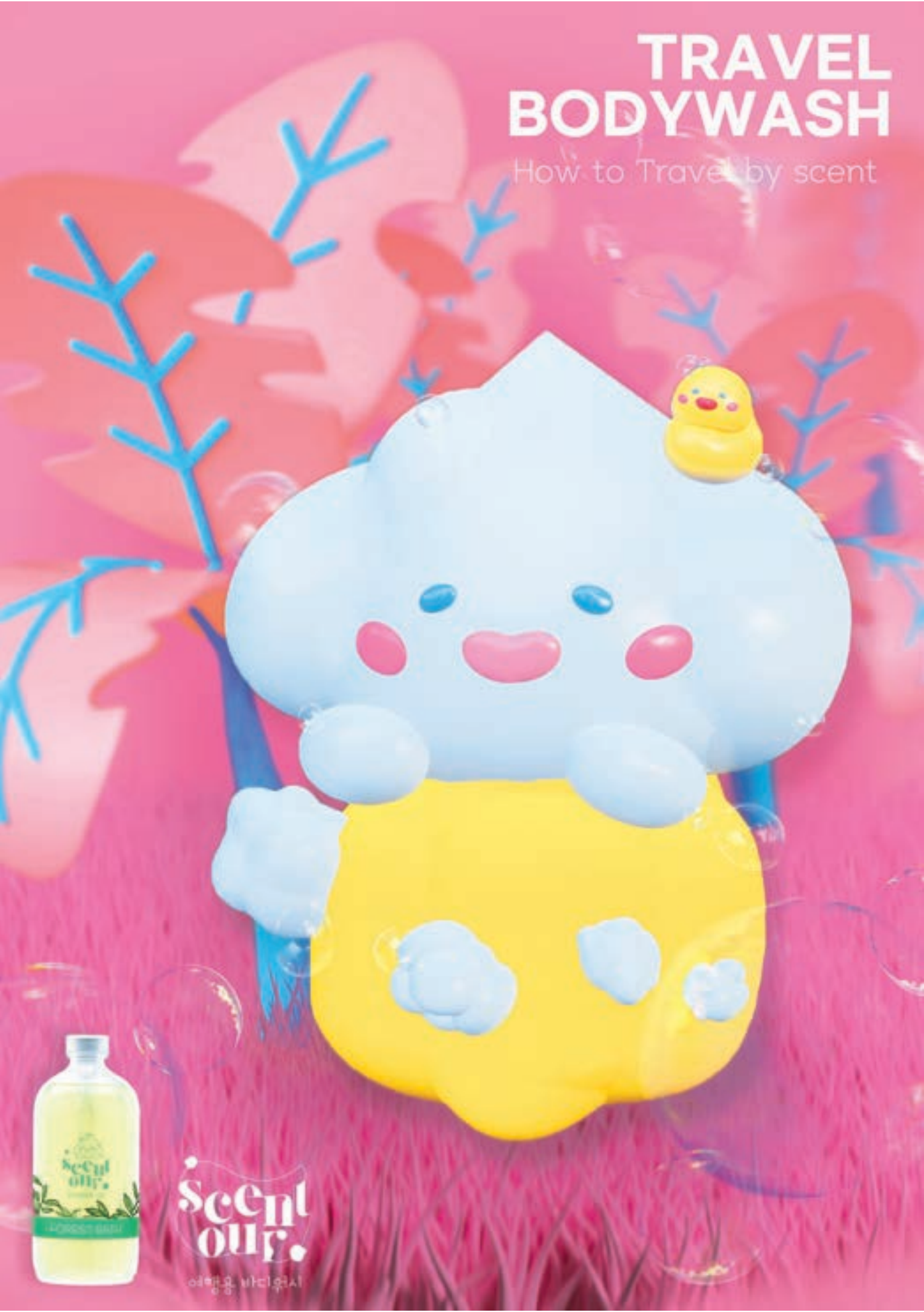
‘목욕을 좋아하는 품퐁이’ 라는 캐릭터를 만들어  
센쥬어의 브랜드 이미지를 표현하였다.



Color







**Advertising poster**

센추어 대표 캐릭터인 거품을 형상화한 ‘폼폼이’가 추억의 향기 장소를 즐겁게 여행하는 모습을 자연의 이미지와 함께 연출하였다



**Motion Graphics**

센추어 대표 캐릭터인 거품을 형상화한 ‘폼폼이’가 추억의 향기 장소를 즐겁게 여행하는 모습을 자연의 이미지와 함께 연출하였다





### Package Design

센쥬어의 4가지 향 바디워시 제품이다. 여름 축제의 향, 우디향의 산림욕의 향, 명상을 하는듯 편안한 라벤더 향, 시원한 바다의 향 네가지 향으로, 자연 풍경 이미지 일러스트와 함께 배치하였다.

### Editorial design

센쥬어의 대표 캐릭터인 폼폼이가 그려진 2023년 엽서 달력이다.





advertising  
package

brand identity

editorial

## Overview

코로나로 인한 변화와 배달료와 인건비 상승의 이유로  
배달대신 밀키트 관련 산업이 크게 발전하였다.  
그러한 밀키트 산업에 고객이 원하는 재료를 넣거나 빼는  
커스텀 기능을 추가하여 내가 만들어가는 밀키트를 제작하는 브랜드이다.



## Logo Design

# BUILKIT

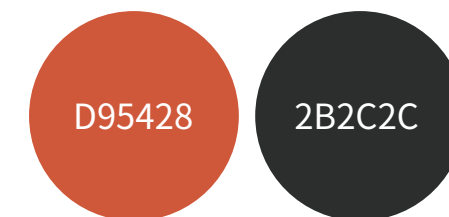


## Motif Image

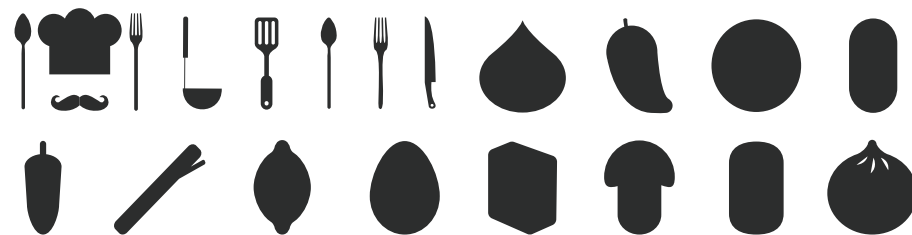
주방에서 요리시 사용하는 주방기구들의 모양을 형상화  
하여 브랜드의 네이밍과 연결시킨 형태를 나타낸다.



## Color



## Pattern











### Package Design

Build My Kit! 5종 / Build My Spice! 4종

다양한 재료를 골라서 조합하는 특징을 화면과 재료들의 배치와 분할 요소들을 이용하여 표현하였다.



### Editorial Design

Let's Cook BUILKIT

기업의 이념과 마인드를 보여주며 고객들에게 어필하는 장점을 어필하기 위해 키워드를 중점으로 부각시켜 보여주었다.





Brand Identity

arium

Brand Name

아리움은 우리들의 보금자리라는 뜻을 가지고 있고  
삶에 지친 우리가 힐링 받기위해 돌아올 보금자리라는 의미를 담고 있다.

Brand Concept



advertising  
package

brand identity  
motion

editorial

Brand Story

늘어나고 있는 반려식물 시장에 애완견, 애완묘에게 옷을 입히며  
꾸미듯이 반려식물 또한 꾸밀 수 있다는 점, DIY의 특성을 이용해  
만들어져 나온 것이 아닌 세상에 하나뿐인, 나만의 것을 만든다는  
차별점을 가진 브랜드이다.

Logo Design

반려식물, 보호하다, 함께한다, DIY의 의미가 담겨있는 심볼들을  
제작, 합성하여 손과 꽃을 연상케 하는 로고로 최종 선정했다.



● #0d955a

● #231815

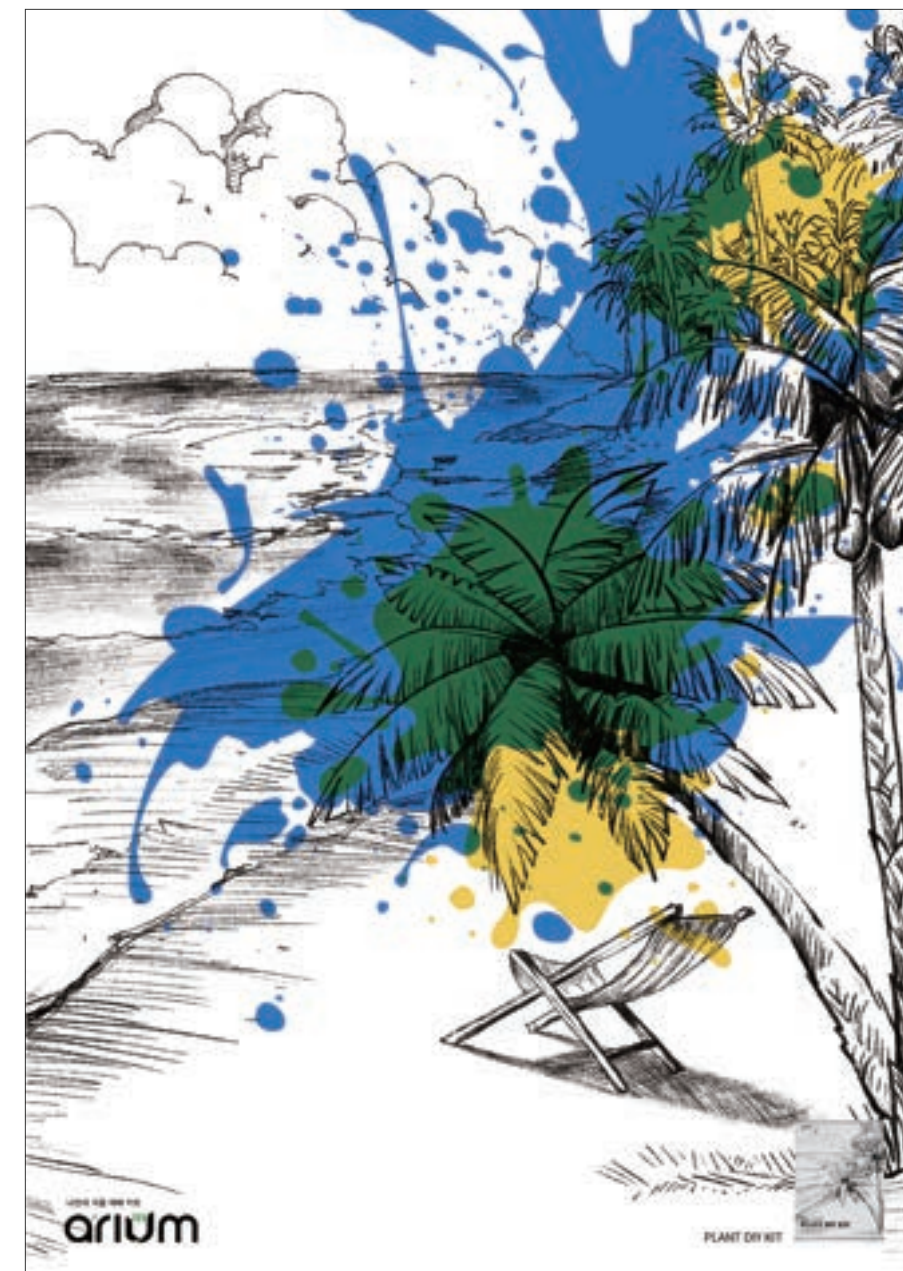






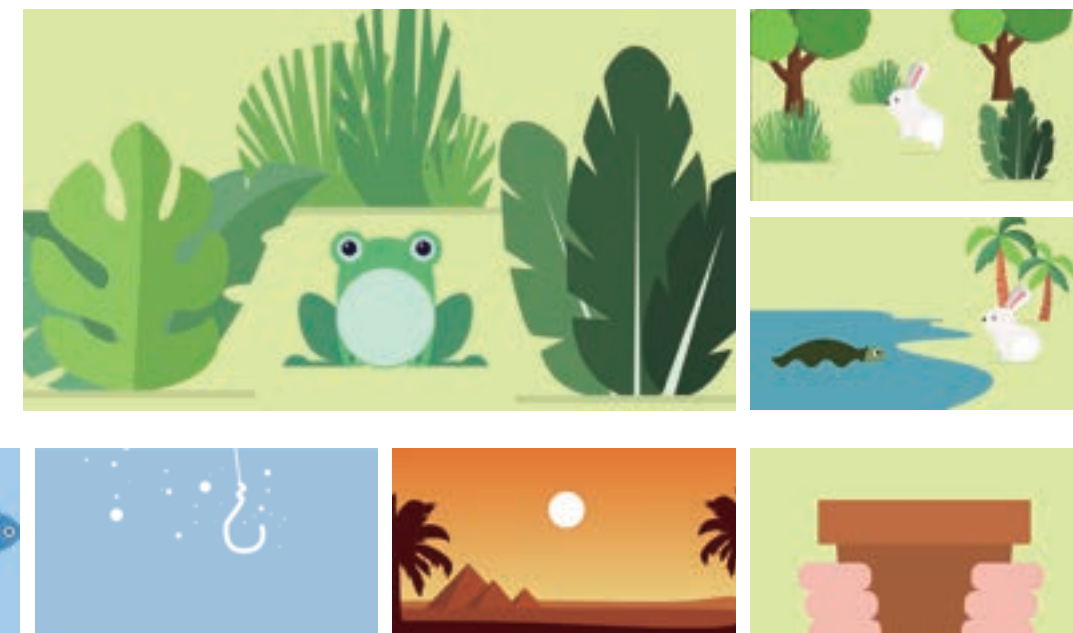
## Advertising

아리움은 완성품이 들어있는 것이 아닌 DIY키트이기 때문에 자신만의 개성있는 다양한 작품들이 나올 수 있다는 점을 부각시키는 일러스트를 사용하였다.



## Motion Graphics

화분을 다 만들자 그 속에 작은 세상이 태어난 듯한 모습들을 애니메이션화 한 모션그래픽이다.







Package Design

아리움은 완성품이 들어있는 것이 아닌 DIY키트이기 때문에 색이 채워져 있지 않은 흑백펜화를 이용한 일러스트를 사용해 구매자의 자유도를 부각시켰다.

Editorial Design

패키지의 구성품중 하나로 DIY 가이드와 함께 식물들의 관리방법에 대해 설명하고 있다.





advertising  
package

brand identity  
ux/ui

editorial

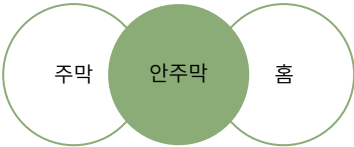
Brand Identity

Logo Design



한글 타이포에 주막의 지붕을 연상케 하는 아이덴티티를 담은 로고

Motif Story



술과 안주, 잠자리를 제공하던 주막의 문화는 지금의 홈(Home)술 문화와 매우 유사하다. 안주와 주막을 합쳐 탄생한 안주막은 우리의 선조들이 주막에서 어떤 안주와 함께 어떤 이야기를 나누었는지 현재의 우리에게 제시하고자 한다.

Brand Color



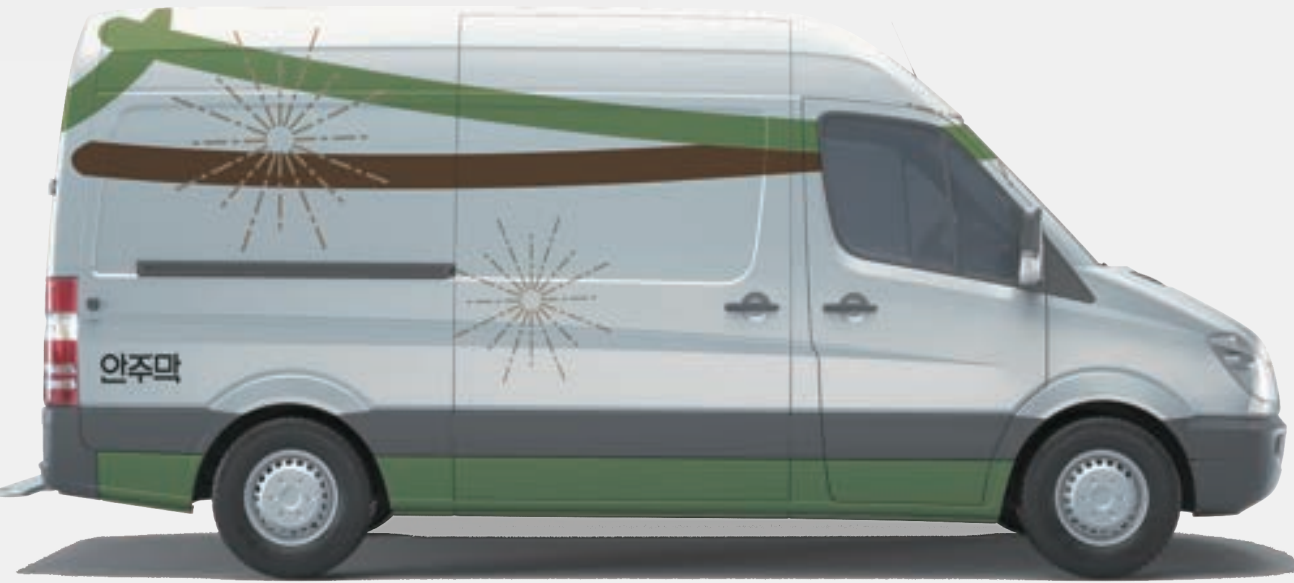
과거에도 현재에도 주변에서 흔히 볼 수 있는 나무의 색을 가져왔다. 곳곳에 자리잡아 사람들의 심터가 되어준 주막처럼 안주막 또한 그런 존재가 되길 바란다.

Slogan

주막의 맛과 정을 간편식으로 즐겨보세요

Brand Concept

안주막은 어디서든 즐길 수 있는 안주 간편식 브랜드로 주막의 주류였던 발효수, 증류수와 어울리는 안주를 제공한다.





## Advertising

야외에서도 실내에서도 안주막을 다양하게 즐기는 사람들의 모습을 담았다. 주막이라는 이미지를 단원 김홍도의 그림을 모티브로 현대적인 일러스트에 접합해 표현하여 모두에게 친숙한 이미지를 주고자 하였다.





Package Design

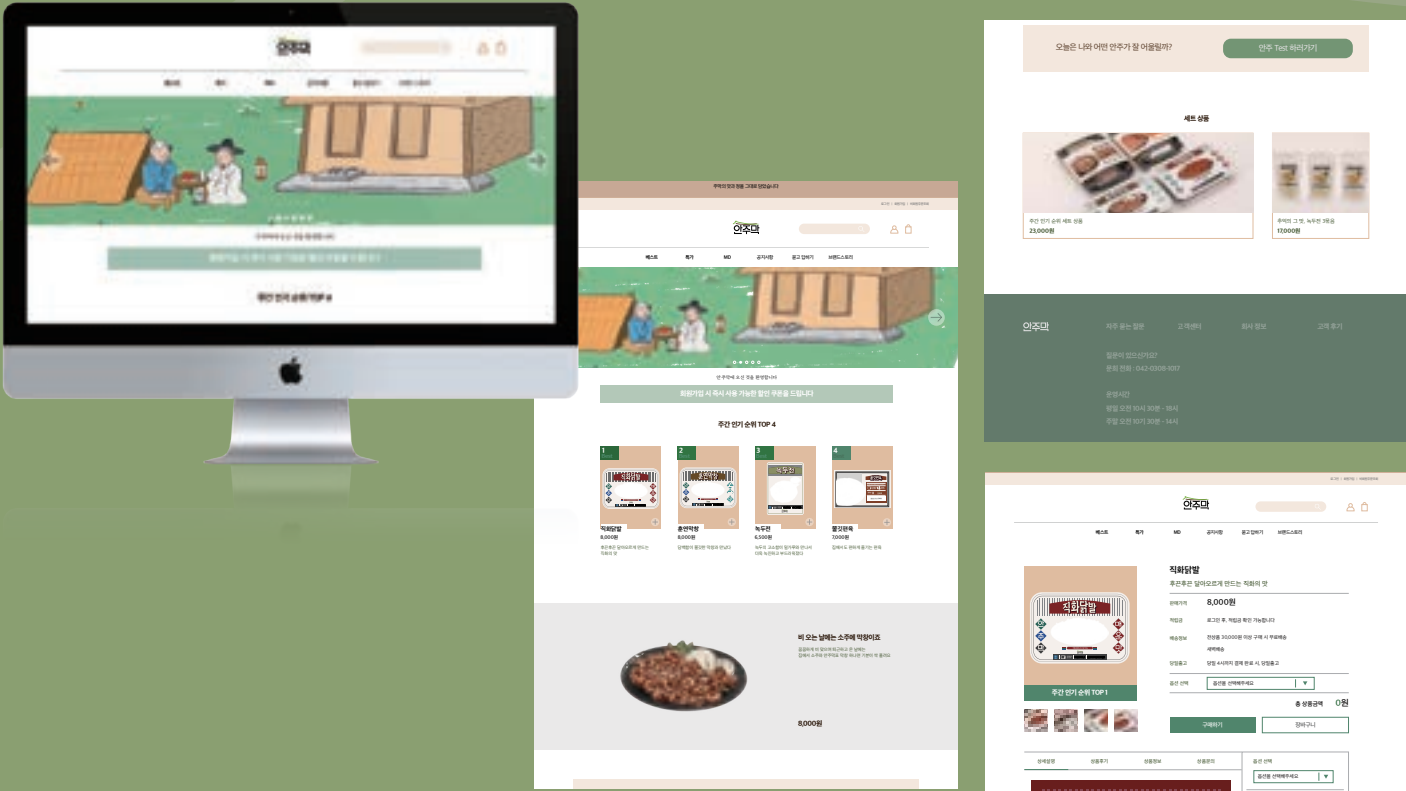
안주막의 불맛 시리즈와 쫄깃 시리즈

안주막의 메인 컨셉이 주막인만큼 패키지 디자인 또한 레트로한 감성을 담았다. 옛 신문이나 잡지의 레이아웃을 패키지에 적용시켜 안주막 제품의 특색을 살렸다. 제품보관 방법과 조리방법은 보이는 단면에 제시하여 소비자가 바로 알 수 있도록 하였다.



UX/UI Design

안주막의 상품판매를 위한 쇼핑몰 웹사이트.  
초록과 갈색으로 안주막을 연상시킴과 동시에 눈에 편안함을 주고자 했다.



Editorial Design

고객에게 안주막의 이야기를 전달하기 위한 리플렛이다.  
안주막이 탄생하게 된 이야기와 안주막의 대표 상품을 소개한다.



advertising  
package

brand identity  
ux/ui

Image  
design

Overview

초경을 처음 시작하는 여자아이들이 잘 자라주고 있다는 증표이므로  
기쁘기도 하지만 내 눈엔 아직도 어린아이인데 벌써 이렇게 컸나 하는 생각이 들기도  
합니다. 몸도 마음도 한 발짝 성장한 자녀를 위해 선물하세요.

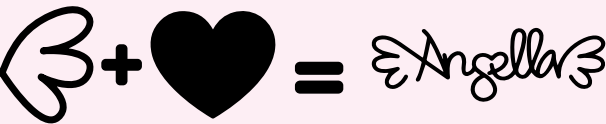


Brand Story

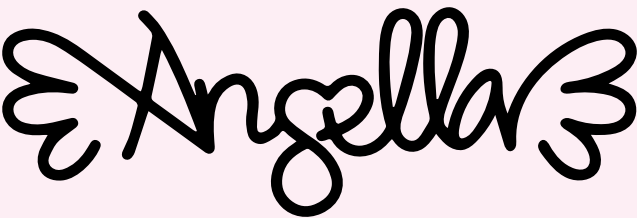
엔젤라에서는 어린 소녀들에게 처음 시작한 초경에 대해서 두려움을 느끼  
기보단 초경을 자연스럽게 받아들일 수 있도록 엄마 혹은 아빠가 딸의 여  
성으로의 진입을 축하하며 교육과 선물을 제공한다.

Motif Image

앞과 마지막에 천사의 날개로 디자인하여 당신을 아끼고  
당신의 삶이 최고가 되도록 발걸음 인도하는 의미를 나타내 줍니다.

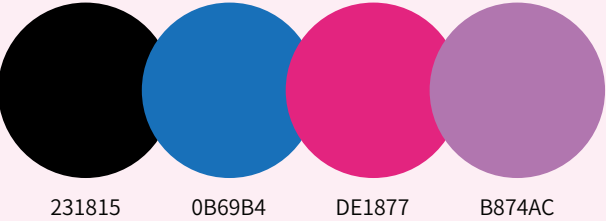


Logo Design



귀엽고 둥근 필기체로 디자인하여 소녀들의 자유로움과 순수한 느낌을 살  
려주었고 ‘g’와 ‘e’를 변형시켜 하트로 보이게 로고를 만들었다.

Color



Brand Name

Angella는 ‘Angel(천사)’+ ‘Puella(소녀)’의 합성어로 천사같은 소녀들  
에게 라는 의미이다.





Angella

소녀들의 생리 이야기



Clean, free and comfortable



Angella

소녀들의 생리 이야기



Clean, free and comfortable



Poster design

생리대 모양을 모티브 해서 수영장과 침대를 만들었고  
편안함과, 깨끗함을 표현했다.



Packaging design

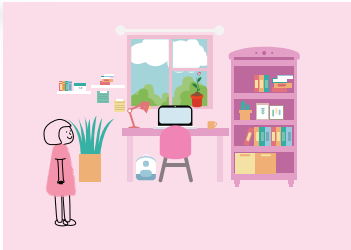
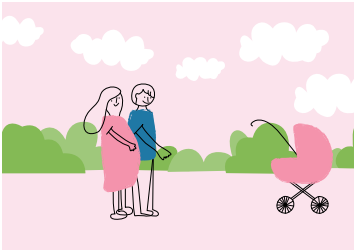
파스텔톤들을 이용하여 부드러운 느낌을 이용하여 패키지를 제작하였고 라인 아트를 이용해 자유로운 여성들을 표현했다.



Womoens's Cleansing Package



Underwear & body mist Package



Video design

소녀들의 탄생부터 초경을 시작하는 순간을 영상으로 제작하였다.



Editorial design

생리대 사용방법과 ,버리는 방법을 설명하는 초경 가이드북을 제작하였다.



advertising  
package

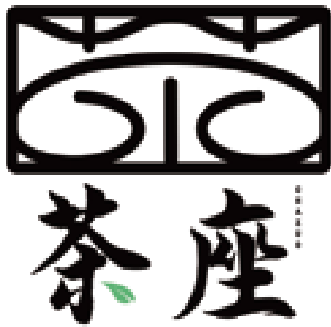
brand identity  
web design



### Identity Design

차주전자의 팔뚝을 본떠 디자인하여, “차”자를 결합하고, 원호곡선으로 차를 철자합니다.  
한자 茶座의 ‘茶’는, 점을 조금 빼고, 점을 차원으로 바꾸었습니다.

● 茶 座



### Brand Color



### Slogan

젊은이를 아는 ‘맛있는 물’ 한 잔

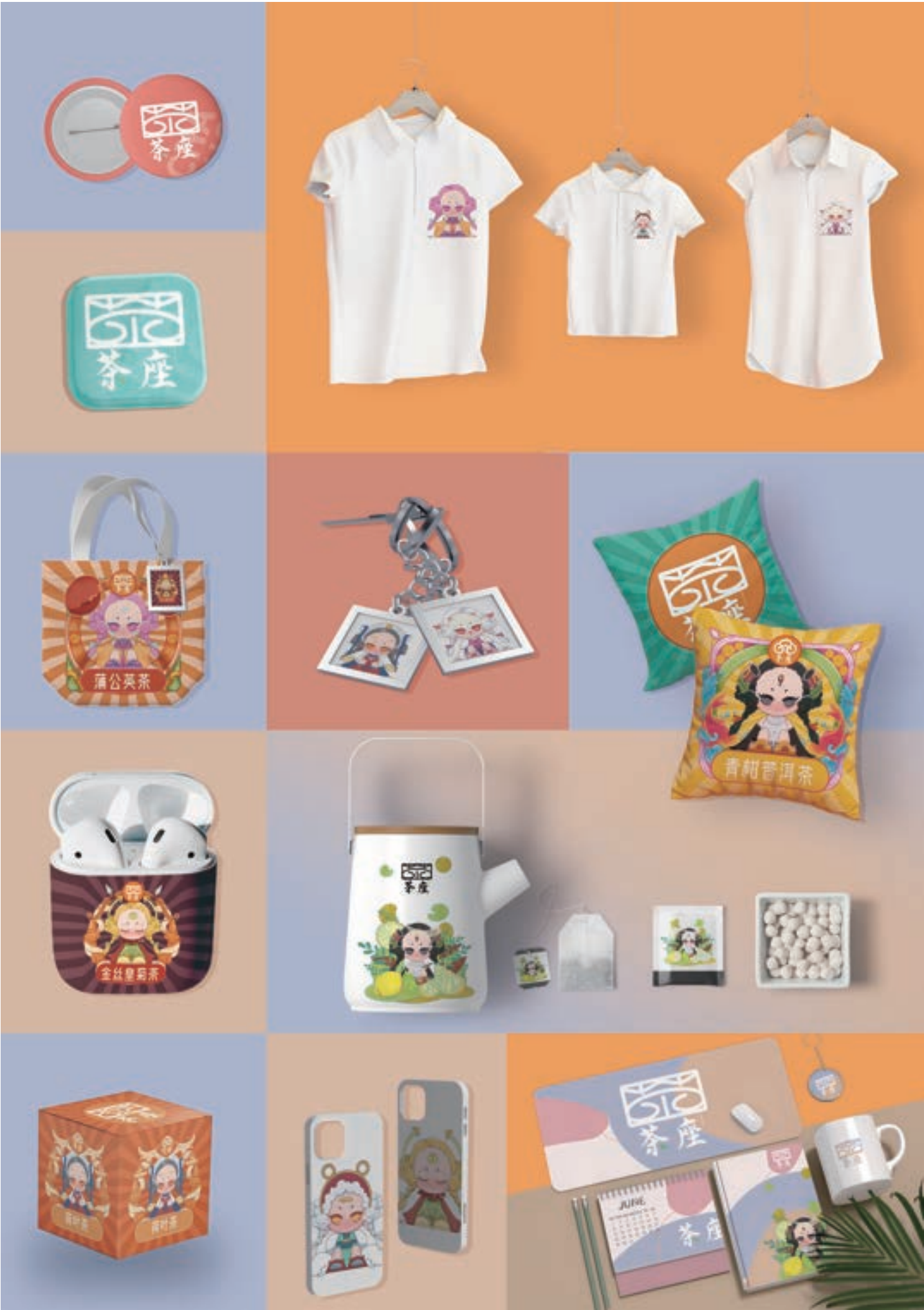


### Brand Story

밤샘, 야근, 접대가 당대 젊은이들에게 가장 큰 문제가 됐고, 젊은이들은 양생에 신경을 쓰지 않으니 별자리로 젊은이들의 시선을 사로잡아 젊은이들을 이해하는 ‘맛있는 물’ 이 되겠습니다.

### Identity Design

차주전자의 팔뚝을 본떠 디자인하여, “차”자를 결합하고, 원호곡선으로 차를 철자합니다.







#### Advertisement

차잔+차향+잎+쌍어치의 웃음 사자의 자신감에 따라 차를 마실 때 마음  
이 고요하면 자신의 세계를 자유롭게 돌아다닐 수 있기 때문에 미시적인  
장면으로 펼쳐지는 자신만의 차세계를 표현합니다.



Web Design

밤샘, 야근, 접대가 당대 젊은이들에게 가장 큰 문제가 됐고, 젊은이들은 양생에 신경을 쓰지 않으니 별 자리로 젊은이들의 시선을 사로잡아 젊은이들을 이해하는 ‘맛있는 물’이 되겠습니다.



CAN YOU FEEL MY TASTE?

我们的茶叶是纯天然的, 不添加任何防腐剂

# 玫瑰红茶

玫瑰红茶芽叶柔软, 叶肉厚, 果胶质含量高, 香气淡雅, 茶水色蜜绿显黄, 滋味甘醇, 滑软耐冲泡, 茶汤冷后更能凝聚香甜

立即购买

CAN YOU FEEL MY TASTE?

我们的茶叶是纯天然的, 不添加任何防腐剂

新品上市 ▶

联系我们

地址: 韩国首尔大邱

电话: 82-10-12345678



Package

심이별자리 캐릭터가 메인화면이고 캐릭터가 사람들의 사랑을 더 많이 끌 수 있습니다.



advertising  
package

brand identity  
ux/ui

editorial

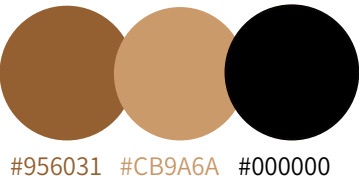
Overview

C3COFFEE는 세배의 즐거움과 자연의 맛을 제공한다는 의미.세계각국의 커피가 주는 다양한 맛을 통해 고객들에게 색다른 경험을 선사할수있다는 의미.

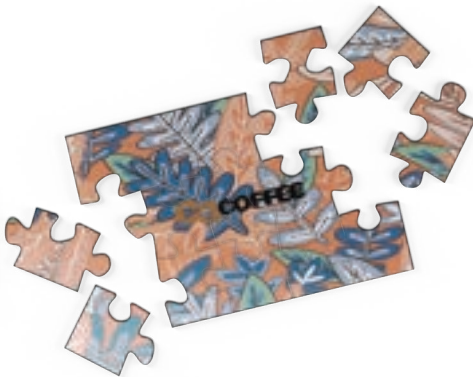
Logo Design



Color



Pattern







## Advertising Design

C3COFFEE는 세계각국에서온 원두를 담은 브랜드입니다. 대표원두 생산국인 르완다, 에티오피아, 과테말라의 동물과 원시림을 생각나게 하는 컨셉.



Package Design

대표적인 원두 생산국인 르완다, 에티오피아, 과테말라의 동물과 원시림을 떠올리게 하는 주제로 원두커피를 포장했습니다.



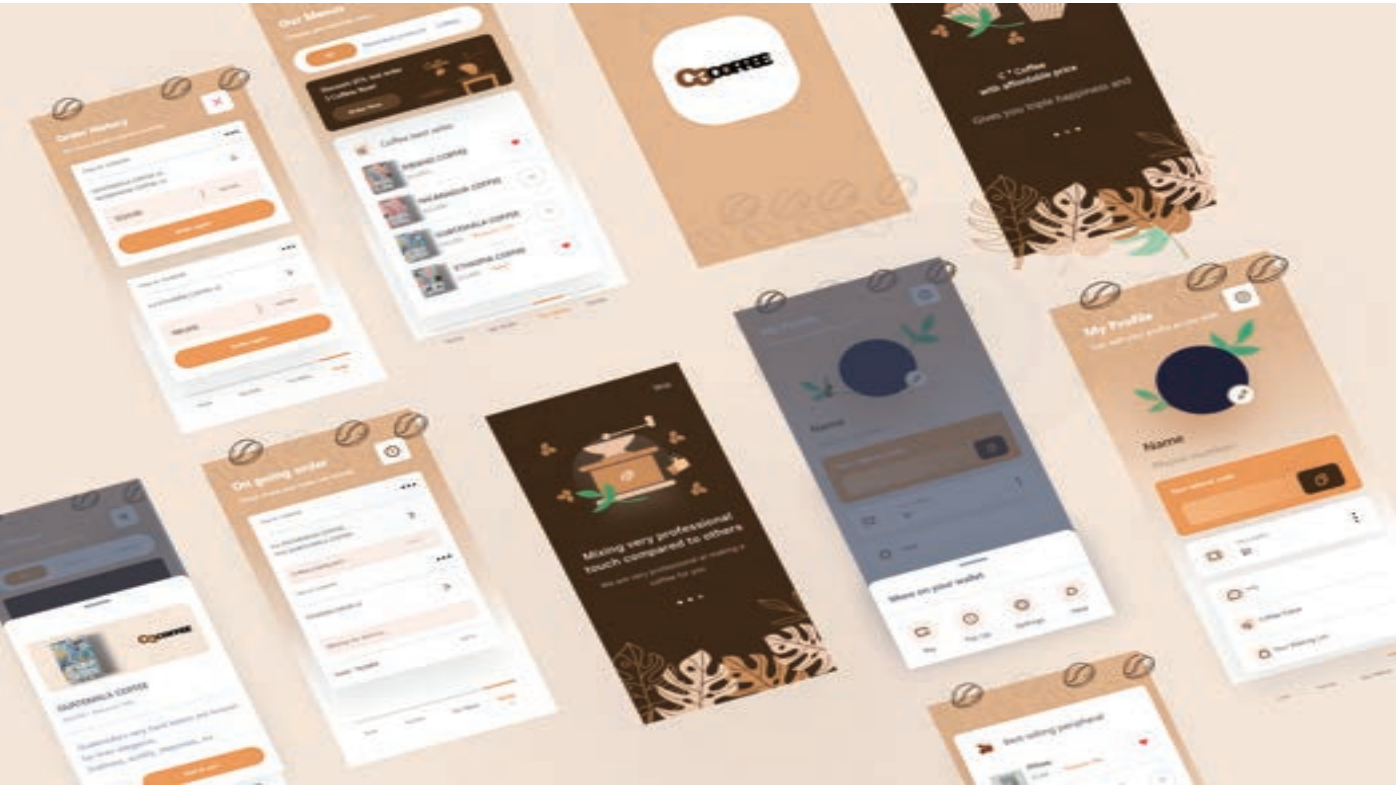
Editorial Design

사람들에게 국가별 원두의 상세한 정보, 재배 정보, 재배 환경, 그리고 다른 원두의 맛을 알게 한다.



UX/UI Design

커피음료를주문하고배송할수있는가상앱입니다.





advertising  
package

brand identity  
emoticon/video

poster

Overview

이곳은 음료 상점이다.  
손님들에게 놀라움을 안겨주고 푸른 하늘처럼 사람의 마음을 즐겁게 해주  
기를 바랍니다. 일상의 틀에 박힌 삶에 즐거움을 준다.

Logo Design

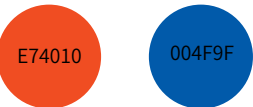


Motif Image

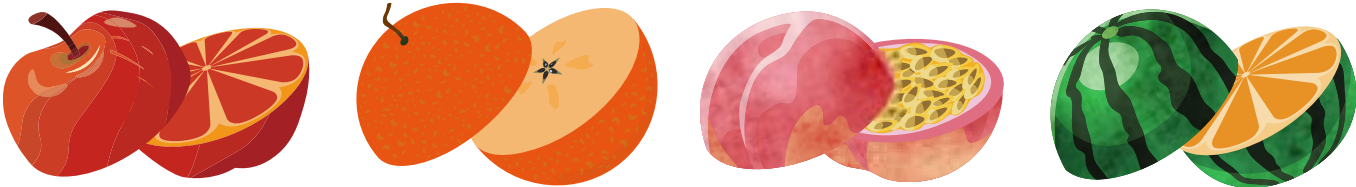
글자와 버블의 조합입니다.



Color



Pattern







Poster Design 1



Poster Design 2



Package Design

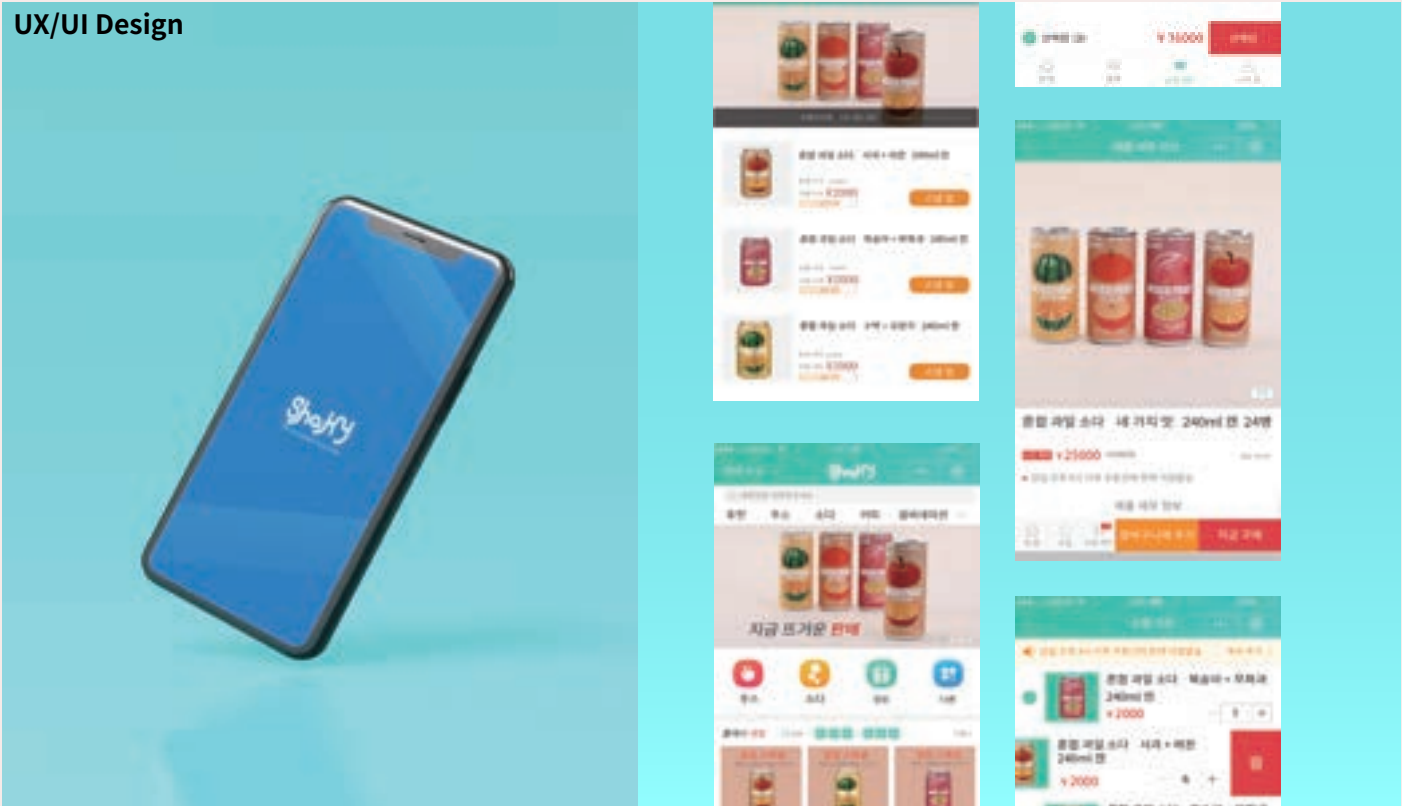
가상 과일을 주제로 제작하였음.



Video



UX/UI Design





advertising  
package

brand identity  
emoticon/video

poster

## Logo Design

*CaCa*  
a pet cafe

## Overview

여기는 커피숍입니다  
커피를 음미할 때 고양이와 함께 놀아도 된다  
그래서 고양이를 브랜드 이미지로 한 커피 디자인  
커피가 많이 나는 나라의 기발색채로 설계하였다

*CaCa*  
a pet cafe

## Motif Image

고양이 머리와 고양이 꼬리와 영어의 조합

 +  + Ca = *Ca*

672f1f

Cat

+

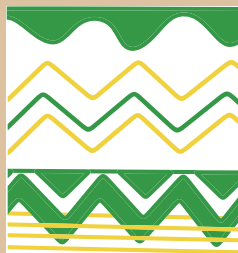
Cafe

=

**CaCa**  
a pet cafe

Pet

## Pattern



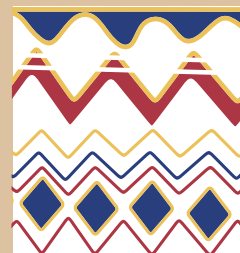
브라질



코스타리카



에셀루비아



콜롬비아







Poster 1



Poster 2

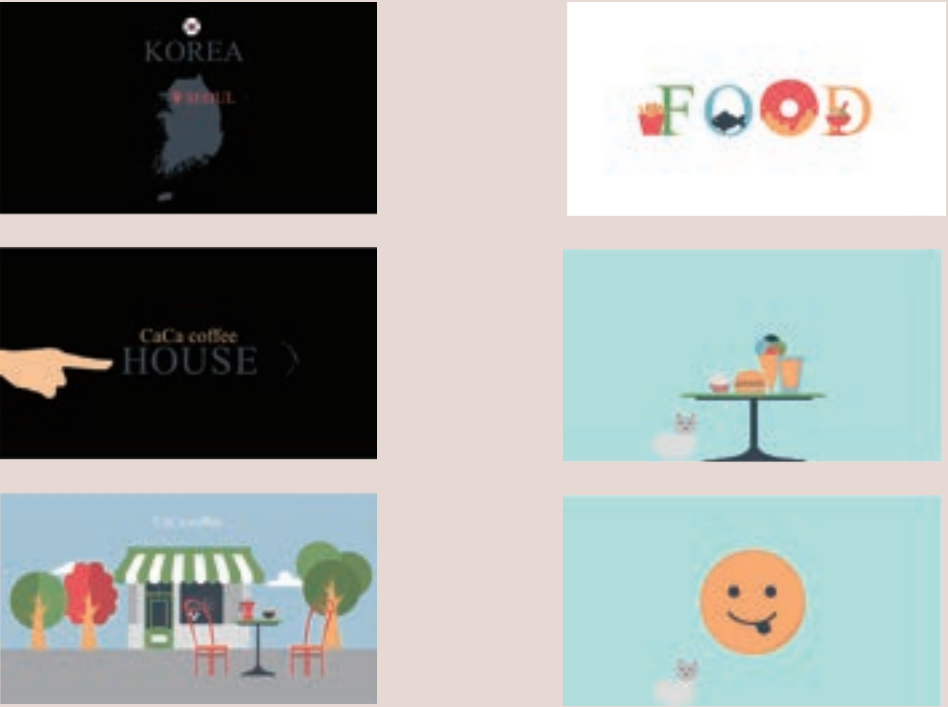


Package Design

브라질, 고스따리카, 콜롬비아, 에세로비의 커피생산국의 국기를 설계하였다



Video



Emoticon

갈색 고양이 캐릭터로 디자인된 이모티콘





advertising  
package

brand identity  
emoticon

editorial

Overview

Vace 주스 제품의 맛은 사과, 포도, 배 설탕 무침가, 색소 무침가 제품이다.Vace 과즙 원료는 세계 각지의 우수한 과일 생산지에서 나온 것임.

Logo Design



Motif Image

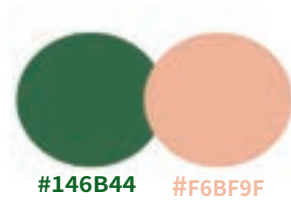
저희 제품은 건강을 위한 과즙 음료이다. 브랜드 이름에 'V' '는 비타민을 의미하며, 'ace'는 과일에 많이 함유된 비타민이다



Pattern



Color







#### Advertising Design

Vace는 건강한 녹색생활을 추구하는 브랜드로 포스터는 생동감 있게 과즙의 신선한 특징을 보여준다





Package

0첨가, 0방부제의 건강하고 맛있는 주스. 휴대용 포장. 당신의 최고의 선택이다.



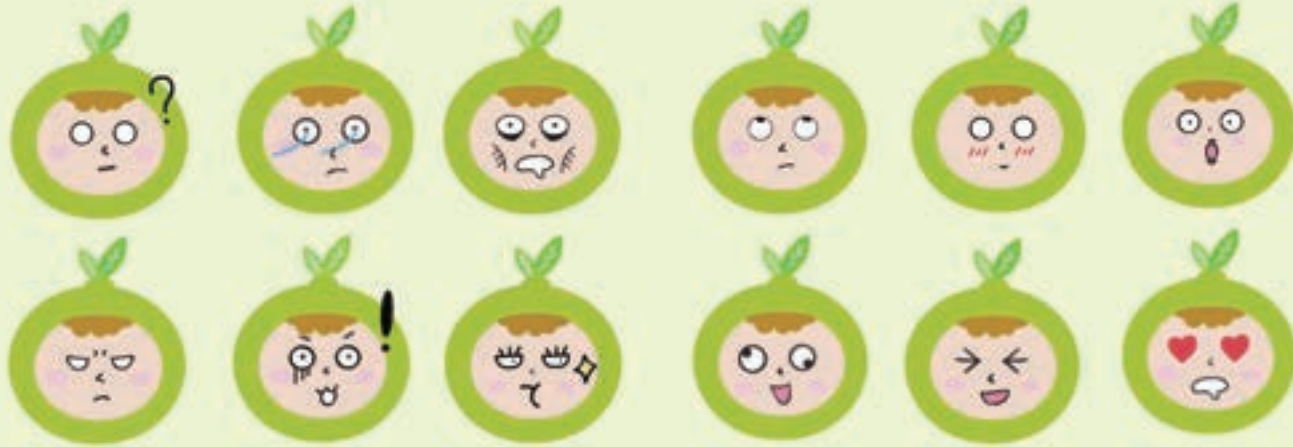
Editorial Design

건강에 좋은 과일들을 사용해서 만든 제품의 홍보리플렛.



EmoticonEmoticon

파인애플 이미지를 이용한 이모티콘





brand identity   advertising  
package

Logo design



Brand concept

클로바는 애견 간식 브랜드입니다 . 애완동물을 내 아이처럼 생각하고 건강  
한 유기농 식재료만 담습니다 . 맛있고 건강한 반려동물 음식을 만듭니다 . 가  
족 같은 반려견과 반려묘가 오랫동안 건강하게 지낼 수 있도록 하는 것은 큰  
가치가 있습니다 .

Color



Brand identity

Brand name : CLOBA

클로바는 중국 집에서 기르는 개 (Clove) 와 고양이 (Simba) 이름의 결  
합체입니다 .

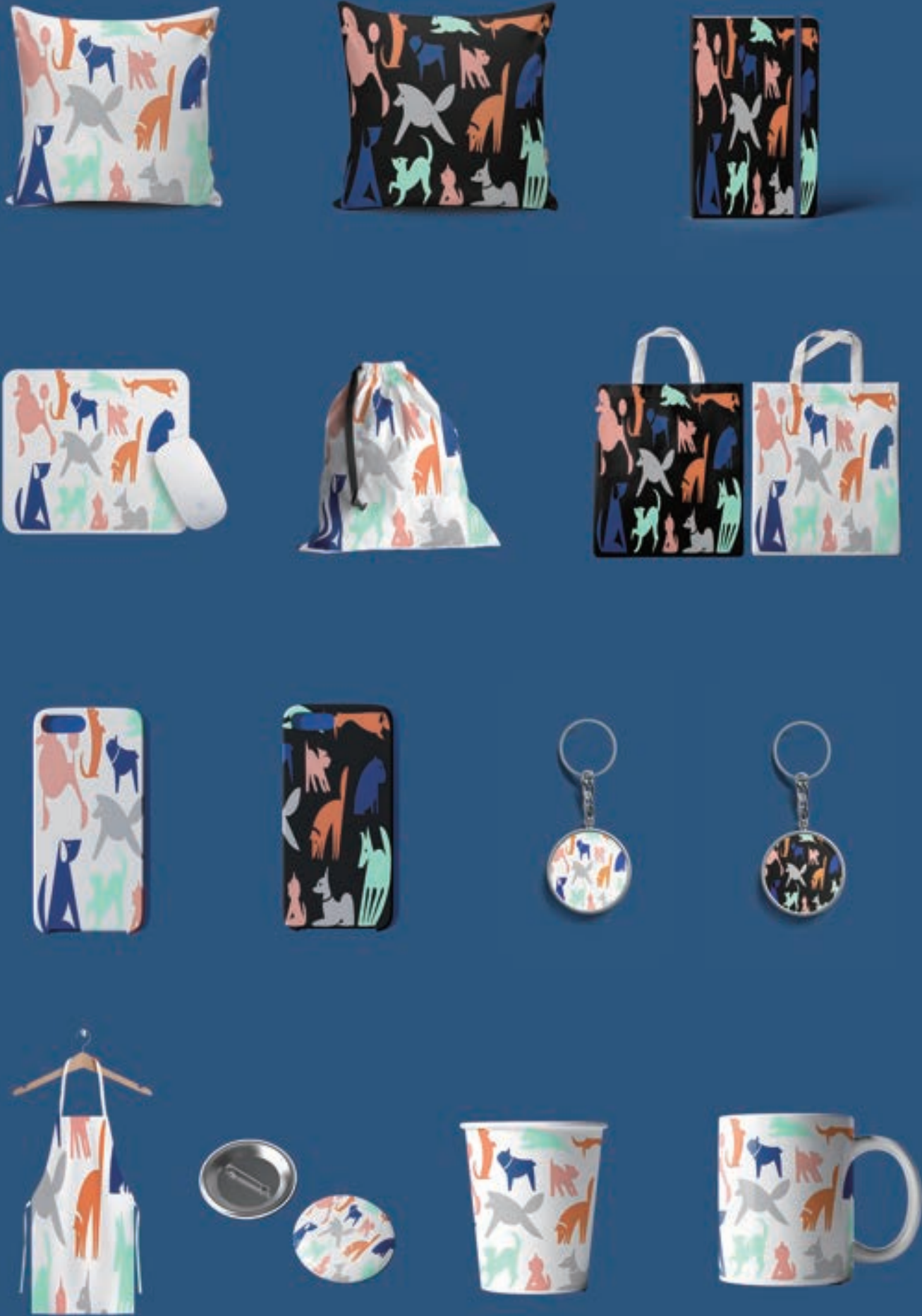
Clove+Simba=CLOBA

Graphic motive



Slogan

영양 간식





Advertising

광고 포스터

반려동물의 건강에 좋은 재료로 만들 영양간식 브랜드 광고이다 .





Package

주인과 교감하며 즐기는 모습을 간단한 선으로 표현하였으며 , 영양 성분은 이미지의 밝은 컬러로 표현하였습니다 . 또한 다양한 패키지 컬러로 발랄하고 사랑스러운 느낌을 표현해줍니다 .



Editorial

건강 간식 브랜드에 걸맞게 브랜드 제품을 소개하는 리플릿을 제작했습니다 . 전단이기 때문에 간단한 아이콘을 사용해 메시지를 더욱 돋보이게 하고, 건강한 이미지를 표현하기 위해 사용한 식재료의 신선함을 일러스트로 표현했습니다 .

