'한돈' 캐릭터개발 최종보고

2010. 02. 25

X4 design branding (주)엑스포디자인브랜딩

Contents

1 _ 프로젝트 개요

2 _ 프로젝트 진행과정

3 _ 캐릭터 디자인 최종안

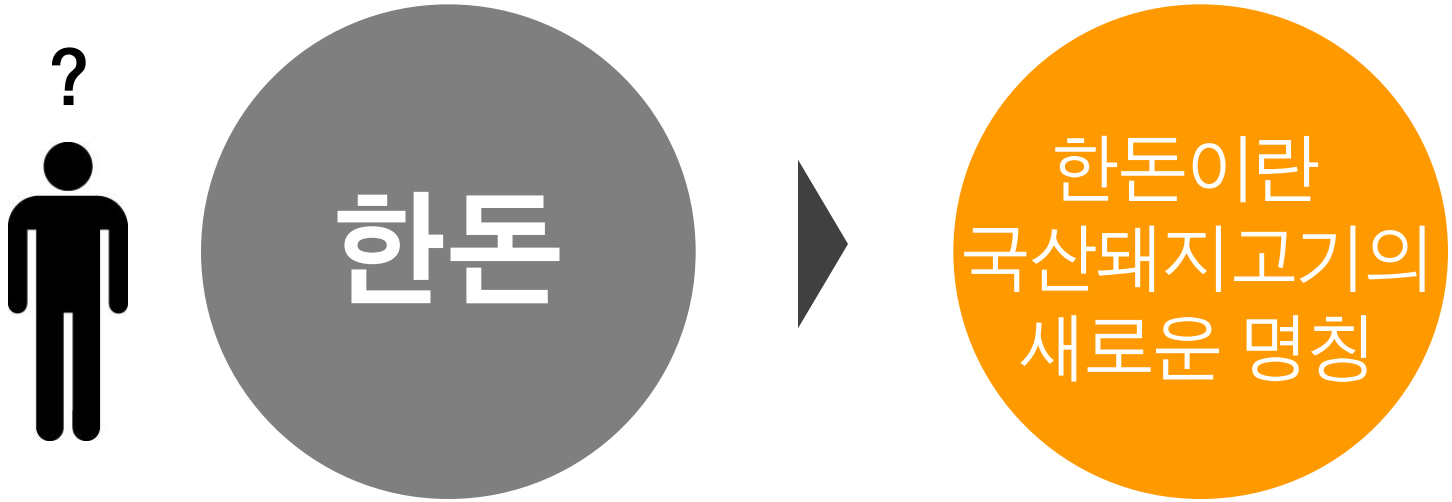
4 _ 캐릭터 스토리텔링

5 _ 캐릭터 디자인 표준편람

프로젝트 개요 1

● 프로젝트 개발목표1 _ '한돈' 브랜드를 알려라!

'한우'는 우리 고유의 토종소로 오랜세월동안 불러짐으로써 하나의 일반명사가 되었으나,
일반인들에게 '한돈'은 아직은 어색한 명칭, 일반명사로 쓰이기까지 노력이 필요함



국민모두가 '우리땅에서 자란 우리 돼지'로
'한돈'을 인지할 수 있도록 홍보대사로서의 역할

● 프로젝트 개발목표 2 _ 정서적 공감대를 형성하자!

국민과 국산돼지고기와의 정서적인 공감대를 찾아서 스토리텔링을 전개,
친근한 캐릭터를 통해 국민의 호응을 이끌고 더 친밀한 관계를 형성해야함

감성커뮤니케이션의 전개로 다각적인 홍보 및
마케팅의 효율화를 지원

● 프로젝트 개발목표 3 _ 실질적 소비를 촉진시키자!

소비자가 수입육과의 차별점 및 국산돼지고기의 장점을 쉽게 인지하여 한돈의 신뢰도를 증진,
캐릭터는 소비자에게 친근하게 다가가 실질적으로 소비를 촉진하는 역할을 수행해야함

국민의 신뢰를 바탕으로 국내양돈산업이 성장할 수 있는 발판을 마련

- 캐릭터 개발 방향

돼지고기브랜드들을 대표하여 국산돼지 홍보가 가능한 캐릭터
국산돼지고기의 신선함을 강조할 수 있는 친근한 돼지 캐릭터
국산돼지고기는 국민의 건강을 책임지고 있음을 알리는 캐릭터

프로젝트 진행과정 2

캐릭터개발 진행과정

2009. 12. 10	1차 중간보고_ 자문위원 회의 _캐릭터 개발 방향 논의
2009. 12. 09 ~ 12. 11	1차 자문의견 수렴
2009. 12. 22	브랜드 및 캐릭터 선포식
2009. 12. 30	실무자 미팅_ 캐릭터 응용항목 논의
2010. 01. 11	2차 자문의견 수렴
2010. 01. 20	소비자 만족도 조사_ 캐릭터 이미지 평가
2010. 01. 28	2차 중간보고_ 캐릭터 기본안 선정
2009. 02. 25	최종보고회

● 캐릭터 자문의견

디자인 전문 자문위원의 의견을 수렴하여 최종안 개발

1차 자문

일시 : 2009년 12월 9일 ~ 11일
방법 : 자문위원회 개최 및 이메일 피드백
참가자 : 김충원 교수, 김용우 교수, 윤홍렬 교수,
윤여훈 선진 부장, 박인례 사무총장,
고진각 사무국장, 손종헌 농협중앙회 팀장

- 국민 건강과 연계한 컨셉은 적절
- 국산돼지를 상징할 수 있는 요소를 부각해야 함
- 신선하고 건강한 모습의 캐릭터
- 돼지고기를 먹으면 건강하고 날씬해 진다는 메시지를 전달해야 함
- 기존의 스테레오타입에서 탈피하여 독창적인 디자인이 되어야 함
- 캐릭터 기본형의 설정이 중요
- 돼지의 형태를 더 연구하여 캐릭터에 적용

2차 자문

일시 : 2010년 1월 11일
방법 : 이메일 피드백
참가자 : 김충원 교수, 김용우 교수, 윤홍렬 교수,
윤여훈 선진 부장

- 입체적이고 디테일하게 정리가 필요
- 손의 형태를 좀 더 연구 (미키마우스 참조)
- 기본형 의상 설정이 중요
  복잡한 요소는 배제하고 심플한 메시지 전달
- 응용형에서 목적에 맞는 다양한 의상과 장신구 개발이 필요
- 응용형은 국민건강 및 국산돼지의 다양한 요리를 보여줄 수 있는 항목의 개발이 필요

- 소비자 만족도 조사

일시 : 2010년 1월 20일
장소 : 삼성역 코엑스
대상 : 10대 ~ 60대 215명
내용 : 한돈캐릭터 만족도 조사

만족도 조사 설문지

국산돼지고기의 새로운 이름
'한돈' 캐릭터 디자인 만족도 조사

안녕하십니까? CI/BI 전문회사 (주)엑스포디자인브랜딩입니다.
현재 당사에서는 국산돼지고기 '한돈'의 캐릭터를 새롭게 개발하고 있습니다. 디자인 최종 결정을 위해 아래의 캐릭터 디자인을 평가해주시면, 캐릭터 개발과정에 소중하게 반영하도록 하겠습니다. 이 조사는 단지 통계적인 분석 자료로만 사용될 것을 약속드리며, 여러분들의 솔직하고 성의있는 답변을 부탁드립니다.

Q1. 아래의 **한돈 캐릭터**가 다음의 각 **조건**들에 대해 얼마나 **잘 갖추고** 있다고 생각하십니까? 아래 각 항목별로 매우 그렇지 않다면 1점, 매우 그렇다면 5점을 주시면 됩니다.

No	내용	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1	국산돼지고기의 **대표성**이 잘 표현되었습니까?	①	②	③	④	⑤
2	국산돼지고기의 **신선함**이 잘 표현되었습니까?	①	②	③	④	⑤
3	국산돼지고기의 **건강함**이 잘 표현되었습니까?	①	②	③	④	⑤
4	국산돼지고기의 **신뢰감**이 잘 표현되었습니까?	①	②	③	④	⑤
5	국산돼지고기의 **친근함**이 잘 표현되었습니까?	①	②	③	④	⑤
6	국산돼지고기의 **독창성**이 잘 표현되었습니까?	①	②	③	④	⑤
7	국산돼지고기의 **세련미**가 잘 표현되었습니까?	①	②	③	④	⑤
8	기존의 다른 돼지 캐릭터와 **차별화**가 잘 되었습니까?	①	②	③	④	⑤

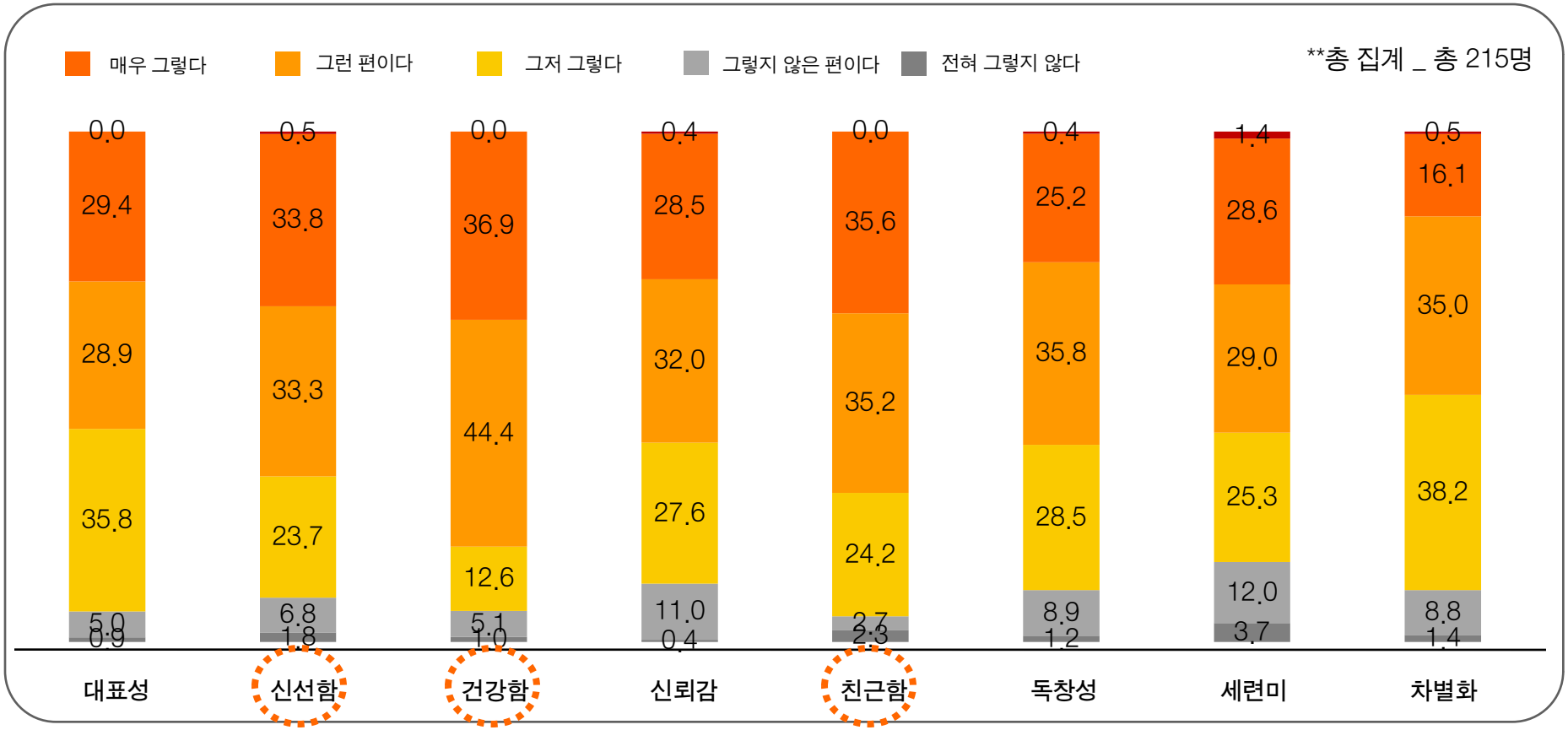
〈 참고질문 〉
- 성별 : ① 남 ② 여
- 올해 나이는 만으로 어떻게 되십니까? (　　)세 ?
  ① 만 18세 이하 ② 만 19~29세 ③ 만30~39세 ④ 만40~49세 ⑤ 만50~59세 ⑥ 만 60세 이상

◆ 지금까지 설문에 응답해 주셔서 대단히 감사합니다. ◆

한돈 캐릭터 이미지 평가

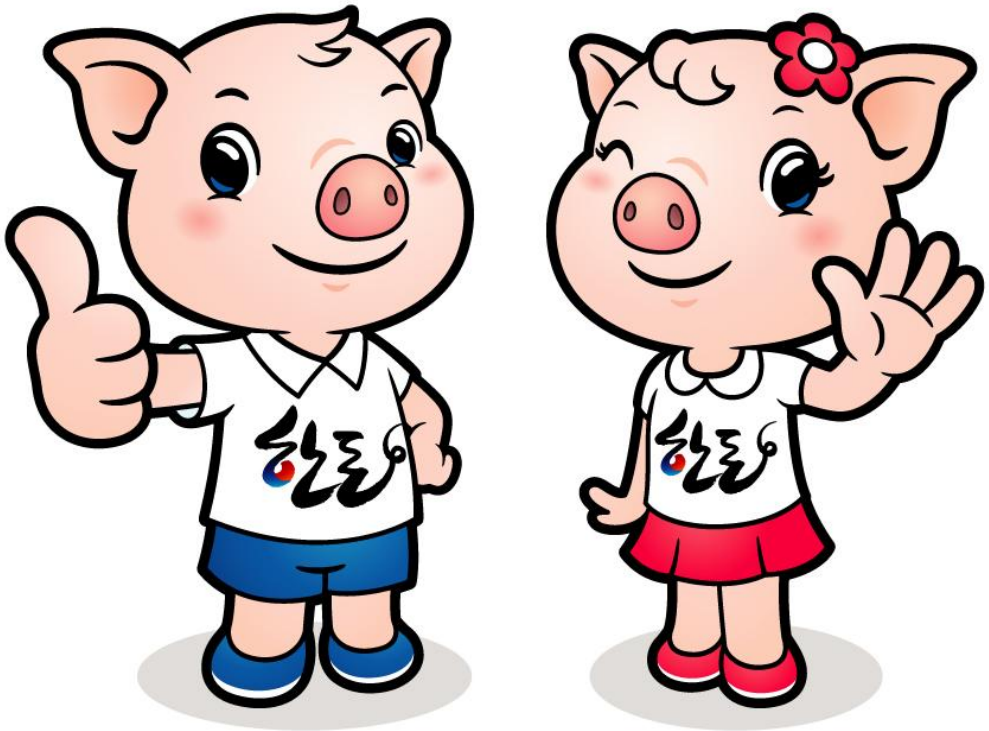
Q) 한돈 캐릭터가 다음의 조건들에 대해 얼마나 잘 갖추고 있다고 생각하십니까?

소비자들은 한돈 캐릭터에 대체로 만족하고 있으며, 건강함, 친근함, 신선함 순으로 높이 평가
반면에, 신뢰감 부분에서는 상대적으로 낮게 평가되었음



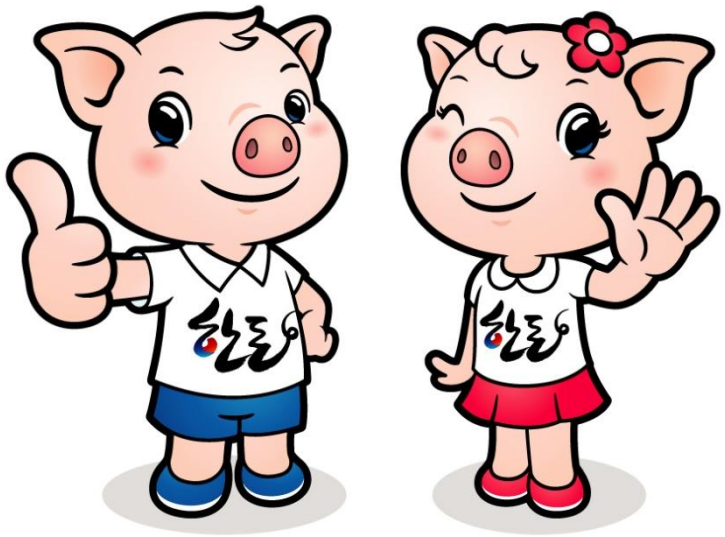
캐릭터 디자인 최종안

3


한돈
한돈

한돈
한돈

캐릭터 디자인 최종안 _ 한이(Hanny) 와 돈이(Donny)



〈네임 설명〉

한이(Hanny)와 돈이(Donny)는 국산돼지고기의 새로운 이름 [한돈]을 의미하며 소비자에게 브랜드를 쉽게 각인시키는 역할을 합니다.

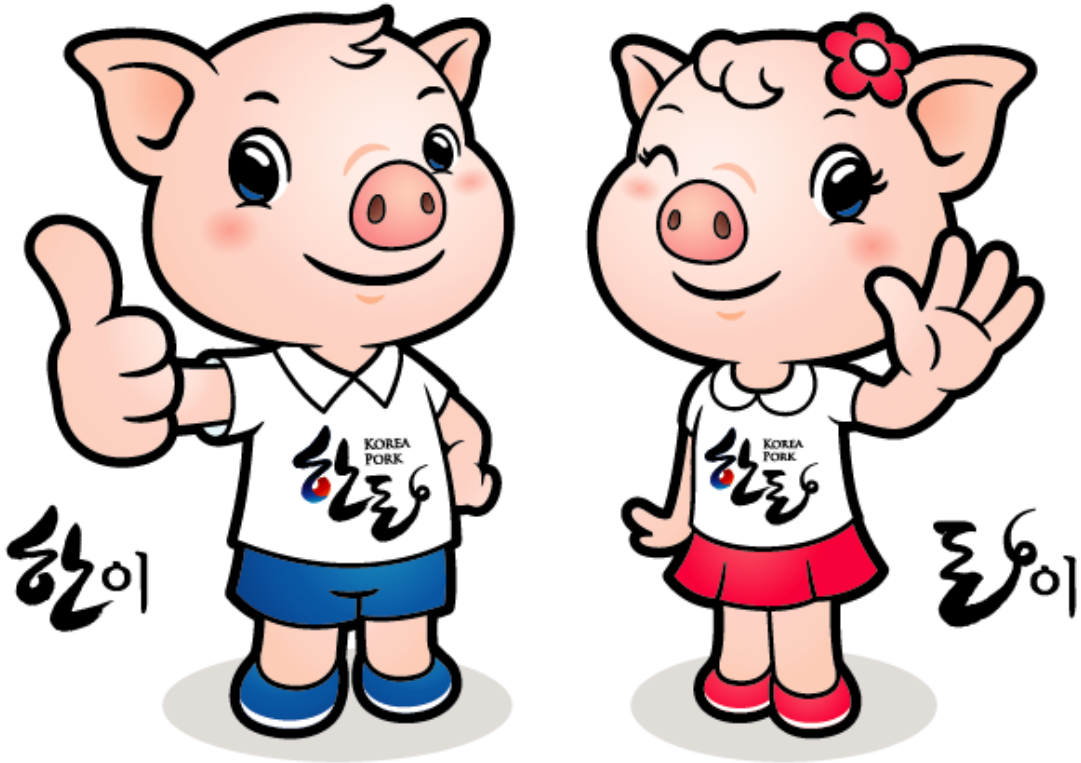
〈디자인 설명〉

한이(Hanny) 와 돈이(Donny)는 국민의 건강을 책임지는 국산돼지고기를 홍보하는 건강하고 친근한 모습의 친구들입니다. [한돈]에 대한 알찬 지식과 정보를 알려주며, 국민적 호응을 이끌고 신뢰감을 증진시켜 [한돈]의 실질적 소비를 촉진시켜주는 총명한 친구들입니다.

한이

캐릭터 스토리텔링 4

한이와 돈이의 무한도전



● 캐릭터 프로필 (1)

이름: 한이 (Hanny)

생년월일: 2009년 3월 3일생

취미: 독서, 여행

특기: 피아노 연주

성격: 탐구를 즐기는 분석가적인 기질의 꼼꼼하고 차분한 성격의 캐릭터로, 주로 사적지 등으로 여행을 가거나 우리돼지 연구 등에 관심이 많음. 수준급의 피아노 실력을 갖추어 돼지는 힘만 세다는 고정관념을 타파하는 데 앞장서고 있음.

● 캐릭터 프로필 (2)

이름: 돈이 (Donny)

생년월일: 2009년 3월 3일생

취미: 요가, 블로그

특기: 요리

성격: 새로움을 즐기는 창조가적인 기질의 활발하고 진취적인 성격의 캐릭터로, 블로그에 새로운 정보를 업데이트하고 스마트폰 등을 통한 파일공유를 즐김. 때론 좌충우돌하지만 열정이 가득해 주위를 즐겁게 하는 데 탁월함.

우리돼지 '한이'와 '돈이'는 갈수록 외국 돼지에게 밀려 좁아지는 우리돼지의 입지에 위기감을 느끼고 국민들에게 우리돼지의 우수성을 널리 알리기 위해 1년 동안 전국일주를 하기로 했습니다.

첫 번째 행선지인 부산에 도착한 한이와 돈이는 설이 얼마 남지 않았음을 알게 되었습니다. 한이와 돈이는 문득 주변의 어려운 이웃들이 떠올랐습니다. 주변의 고아원과 양로원을 찾아가 그들에게 작은 정성을 전하고 함께 재미있는 시간도 보냈습니다.

한이와 돈이는 대구를 거쳐 경주에 도착했습니다. 3월 3일, 삼겹살 데이를 맞이하여 관광객을 대상으로 우리돼지의 맛과 품질을 홍보하기로 했습니다. 국산돼지고기 품질에 놀란 외국인 관광객들의 반응을 보며 한이와 돈이는 자부심과 자신감을 얻었습니다.

지리산 청학동에 도착한 한이와 돈이는 노고단 횡단을 통해 우리돼지의 우수성을 보여주기로 했습니다. '투둑 투둑' 봄비가 내리기 시작했습니다. 한이와 돈이는 발 밑에서 자라나는 새싹을 바라보며 자신들의 꿈도 이루어지리란 희망을 품어봅니다. 그리고 다시 용기를 내어 지리산 정상을 향해 발걸음을 내딛습니다.

광주도 2010년 남아공 월드컵의 열기로 전국이 뜨겁습니다. 한이와 돈이도 국가대표팀에 대한 응원이 활발한 충정로로 달려갑니다. 거리를 가득 메운 사람들이 온통 붉은 물결을 이루고 있었습니다. 한이와 돈이도 그 틈에 끼여 응원을 합니다.

다음 행선지로 향하던 중, 아픈 돼지 몇 마리를 발견하게 되었습니다. 한이는 외국 돼지로부터 돼지 콜레라에 감염된 것일지도 모른다는 생각을 하게 되었습니다. 며칠 간 그 곳에 머물러 병을 치료하고 다시 건강해진 모습을 확인한 뒤, 다음 행선지로 떠났습니다.

다음 행선지로 가는 도중, 노란 벼로 뒤덮인 김포평야를 발견하고는 일정을 잠시 뒤로 미룬 채 일손돕기에 나섭니다. 국민들의 밥상에 맛 좋고 질 좋은 우리쌀, 우리돼지가 계속 오르길 간절히 바라며 이마에 땀이 송글 송글 맺히도록 열심히 추수를 합니다.

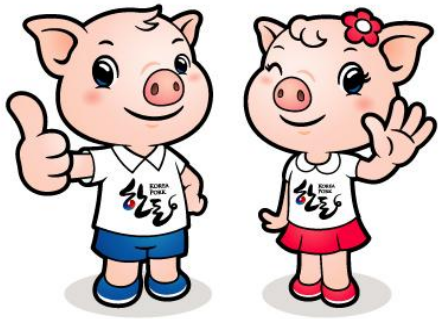
한이와 돈이는 제주도에 사시는 흑돼지 할머니께 추석인사를 드리러 가기 위해 비행기를 탔습니다. 멀리 사셔서 자주 뵙지 못하는 제주흑돼지 할머니께 드릴 선물세트도 구입했습니다. 더욱 건강하고 늠름해진 한이, 돈이를 보며 흑돼지 할머니는 흐뭇해 하셨습니다.

크리스마스가 다가옵니다. 오랫동안 전국일주를 하느라 만나지 못한 가족, 친구들과 식사를 하며 이야기 꽃을 피웠습니다. 여행을 통해 한층 성숙해진 한이, 돈이의 모습에 가족들과 친구들은 대견스러워 했습니다.

1년간의 전국일주를 마치고 다시 서울로 돌아온 한이와 돈이는 우리돼지의 홍보대사로서 더욱 건강하고 모범적인 생활을 해야겠다고 생각했습니다. 들르는 곳마다 정으로 보살펴 주시고 챙겨주신 국민 여러분께 감사하는 마음도 갖게 되었답니다.

캐릭터 디자인 표준편람

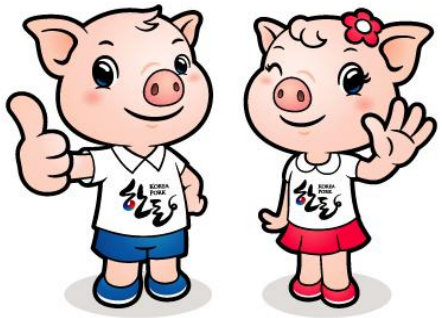
5



한돈캐릭터 디자인표준편람

Design Standards Manual

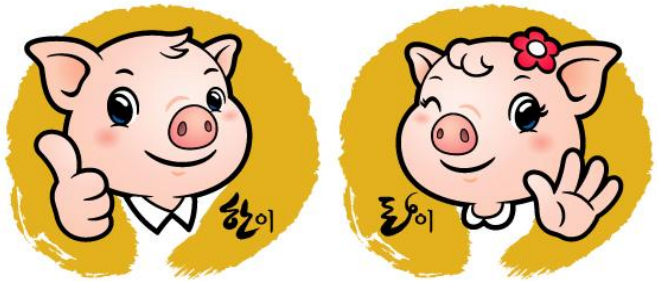
대한양돈협회



한돈캐릭터 디자인표준편람

Design Standards Manual

대한양돈협회



캐릭터 디자인 표준편람 관리지침

- 본 캐릭터 디자인 표준편람은 대한양돈협회 브랜드 캐릭터의 이미지 통합 시스템을 위한 구체적인 관리지침서이므로 대한양돈협회 브랜드 캐릭터의 이미지 관리를 위해 보다 적극적으로 활용되어져야 한다.

- 본 캐릭터 디자인 표준편람은 대한양돈협회가 저작권을 갖는 고유의 자산이므로 무단으로 외부에 노출되거나 복제되어서는 안된다. 따라서 제작을 위한 원고 대여시 필요 부분만 발췌하여 대여하고 작업 완료 즉시 회수하여야 한다.

- 본 캐릭터 디자인 표준편람에 수록된 내용을 인쇄 등 재생목적으로 사용할 경우에는 사진제판용 원고를 활용하거나 컴퓨터 작업에 의한 확대 및 축소 작업을 원칙으로 한다.

- 본 캐릭터 디자인 표준편람에 수록된 내용들에 대해 수정 또는 보완이 필요하다고 인정되거나 의문점이 발생할 때에는 디자인시스템 관리부서의 담당자에게 연락하여 전문가와 협의해야 한다.

- 관 리 처

대한양돈협회

서울시 서초구 서초동 1621-19 제2축산회관 3층
02-581-9751
www.koreapork.or.kr

- 제 작 처

엑스포디자인브랜딩

서울시 강남구 삼성동 60-3 엑스포 B/D
02-549-5048
www.x4design.co.kr

BS-101 캐릭터 기본형
BS-102 캐릭터 그리드시스템
BS-103 캐릭터 색상활용
BS-104 캐릭터 사용금지규정
BS-201 캐릭터 기본동작 A
BS-202 캐릭터 기본동작 B
BS-203 캐릭터 기본 응용형–어서오세요
BS-204 캐릭터 기본 응용형–환영합니다
BS-205 캐릭터 기본 응용형–감사합니다
BS-206 캐릭터 기본 응용형–한돈 최고 A
BS-207 캐릭터 기본 응용형–한돈 최고 B
BS-208 캐릭터 기본 응용형–캠페인
BS-209 캐릭터 기본 응용형–방향유도
BS-210 캐릭터 기본 응용형–I♡한돈
BS-211 캐릭터 기본 응용형–공지사항 A
BS-212 캐릭터 기본 응용형–공지사항 B
BS-213 캐릭터 계절 응용형–봄
BS-214 캐릭터 계절 응용형–여름
BS-215 캐릭터 계절 응용형–가을
BS-216 캐릭터 계절 응용형–겨울
BS-217 캐릭터 상황 응용형–새해인사 A
BS-218 캐릭터 상황 응용형–새해인사 B
BS-219 캐릭터 상황 응용형–월드컵 A
BS-220 캐릭터 상황 응용형–월드컵 B
BS-221 캐릭터 상황 응용형–건강한 한돈
BS-222 캐릭터 상황 응용형–삼겹살데이
BS-223 캐릭터 상황 응용형–한돈선물세트
BS-224 캐릭터 상황 응용형–한돈박사, 한돈요리사
BS-225 캐릭터 상황 응용형–우리돼지고기 유통관리
BS-226 캐릭터 상황 응용형–우리돼지고기 연구
BS-301 캐릭터 엠블럼

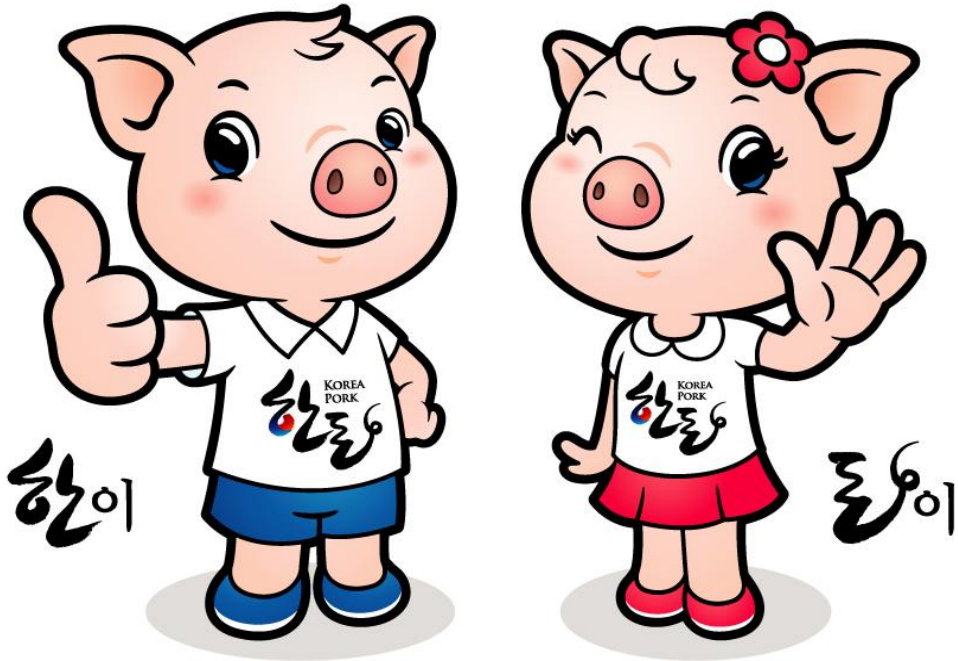
캐릭터는 워드마크나 로고타입과는 달리 대중에게 브랜드의 친근감과 우호성을 높여주기 위해 개발된 디자인 요소로 다양한 응용아이템에 활용된다.

네임 설명

한이와 돈이는 국산돼지고기의 새로운 이름 '한돈'을 의미하며
소비자에게 브랜드를 쉽게 각인시키는 역할을 한다.

디자인 설명

한이와 돈이는 국민의 건강을 책임지는 국산돼지고기를 홍보하는 건강하고 친근한 돼지의 모습이다. '한돈'에 대한 알찬 지식과 정보를 알려주며, 국민적 호응을 이끌고, 신뢰감을 증진시켜 '한돈'의 실질적 소비를 촉진시켜주는 총명한 친구들이다.

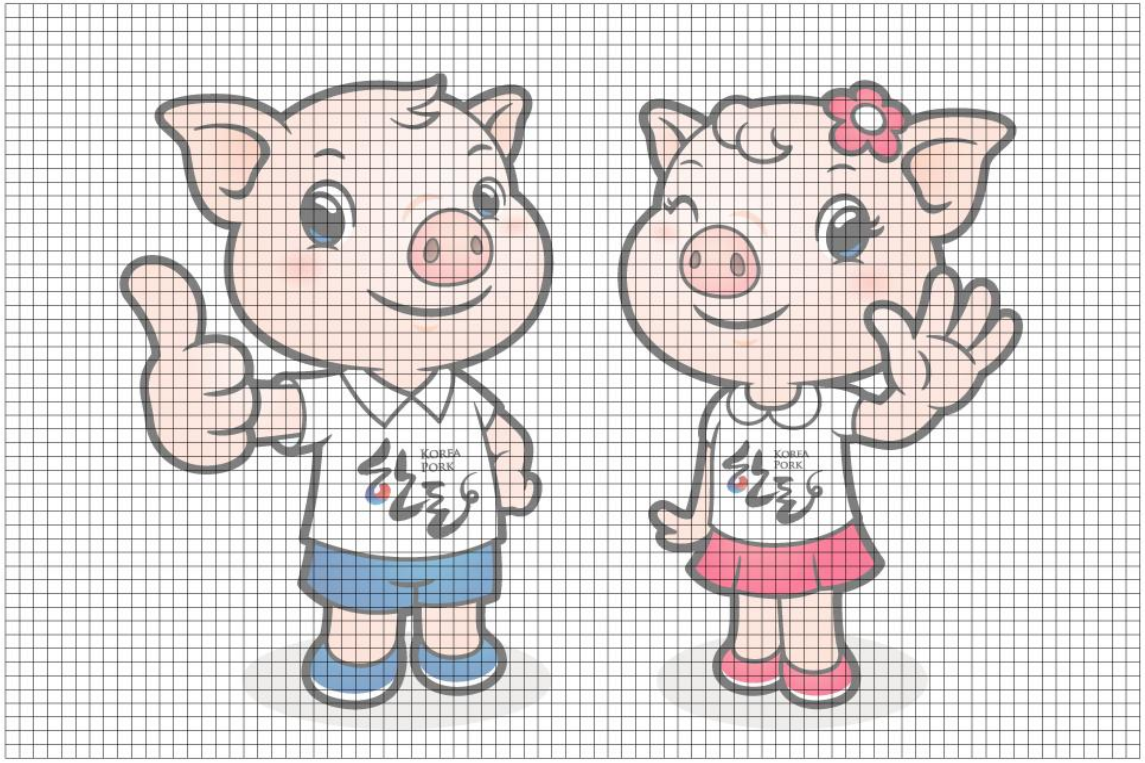


최소사용규정

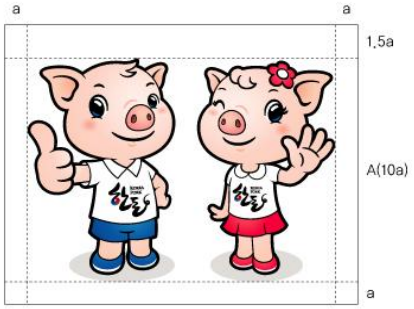
15mm

그리드시스템은 빌보드나 대형 사인 제작시 사용하는 디자인 요소로, 캐릭터의 변형을 방지하기 위하여 본 항의 규정에 따라 정비례로 확대, 축소해 사용하도록 한다.
최소공간규정은 캐릭터 사용시 또는 캐릭터 시그니춰 적용시 다른 요소로부터 침해받지 않도록 최소한의 공간 영역을 설정해 놓은 것이다.

그리드시스템



최소공간규정



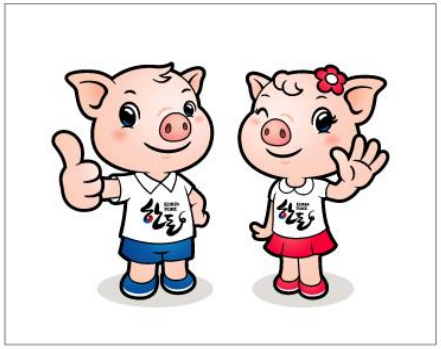
최소공간규정 적용 예

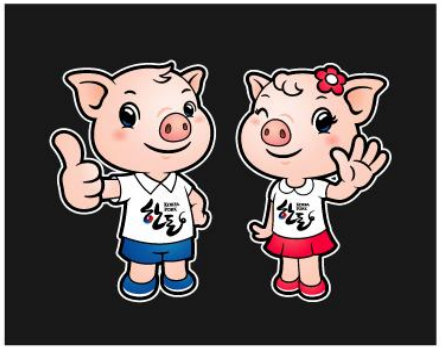
최소공간규정은 캐릭터 사용시 또는 캐릭터 시그니춰 적용시 다른 요소로부터 침해받지 않도록 최소한의 공간 영역을 설정해 놓은 것이다. 최소공간규정은 캐릭터 사용시 또는 캐릭터 시그니춰 적용시 다른 요소로부터 침해받지 않도록 최소한의 공간 영역을 설정해 놓은 것이다. 최소공간규정은 캐릭터 사용시 또는 캐릭터 시그니춰 적용시 다른 요소로부터 침해받지 않도록 최소한의 공간 영역을 설정해 놓은 것이다.

캐릭터 색상활용

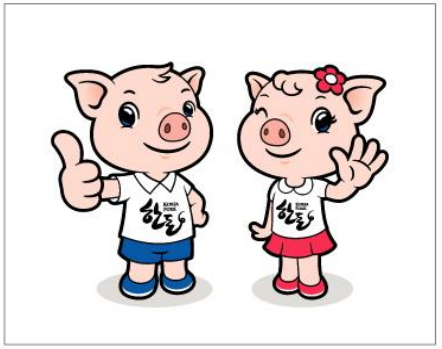
캐릭터 색상활용은 인쇄매체와 바탕색에 따라 캐릭터의 색상을 달리한 디자인 요소로, 배경색 등으로 인해 기본색상의 적용이 어려울 때 명시성을 높이기 위해 사용한다.

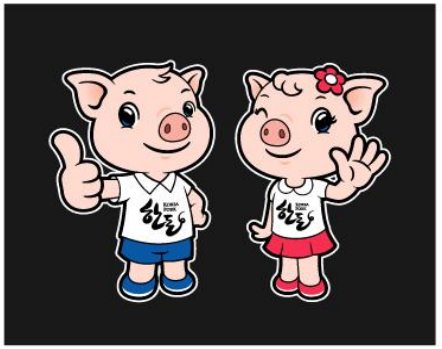
컬러표현 (그라데이션)



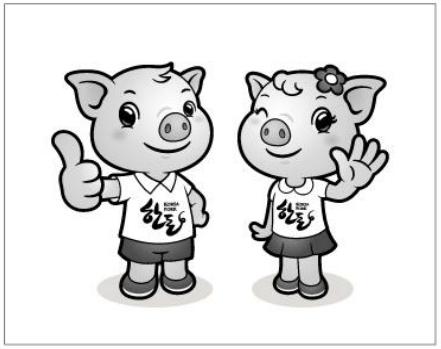


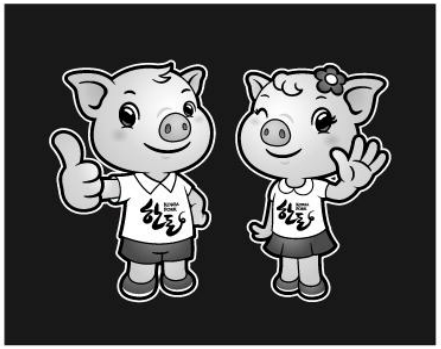
별색표현



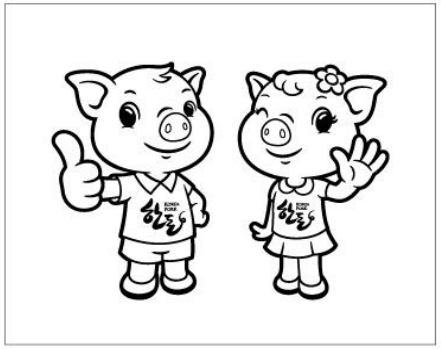


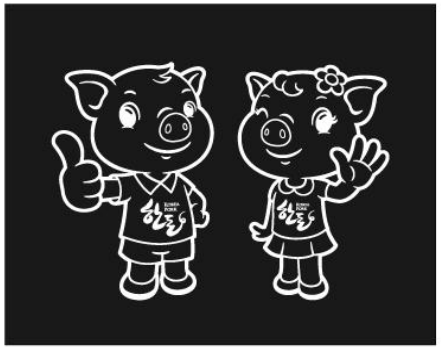
무채색표현





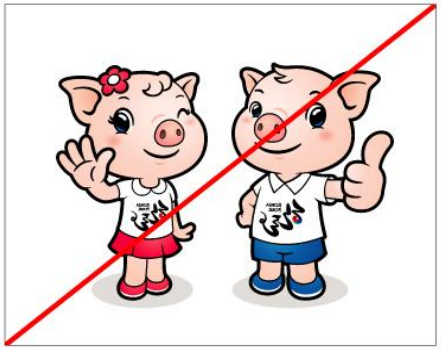
단색표현



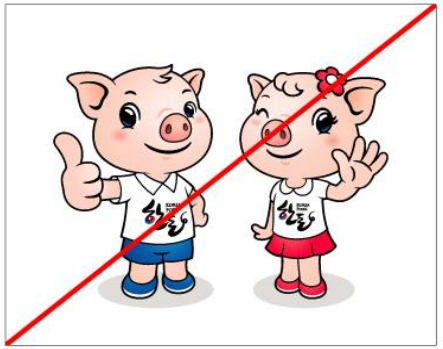


캐릭터 사용금지규정

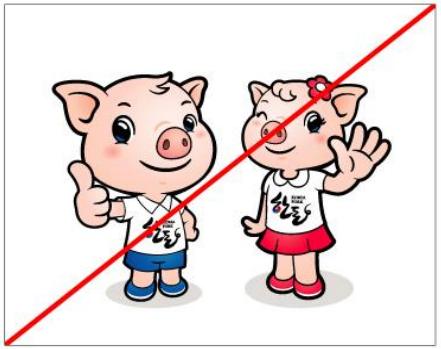
캐릭터 사용금지규정은 캐릭터를 보다 철저하게 관리하기 위한 규정으로, 캐릭터의 형태, 색상 등을 임의로 바꿀 경우 캐릭터의 아이덴티티를 손상시킬 수 있으므로 반드시 규정에 따른 표준 형태만을 사용하도록 한다.



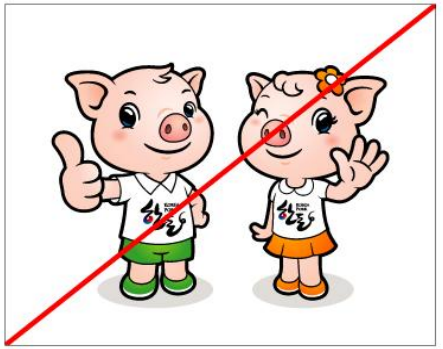
캐릭터 티셔츠의 로고타입이 반전된 경우



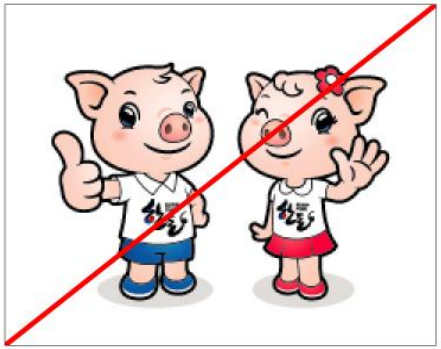
캐릭터의 선의 굵기를 임의로 변경한 경우



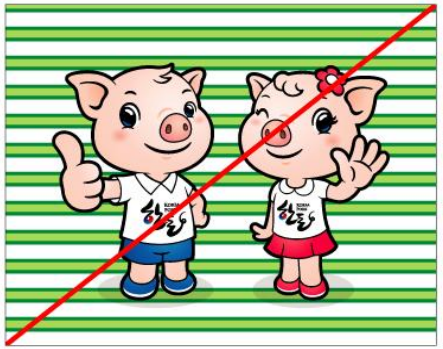
캐릭터의 형태를 임의로 변형한 경우



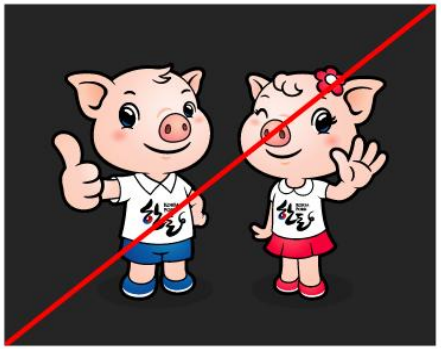
기본형 캐릭터의 색상을 임의로 변경한 경우



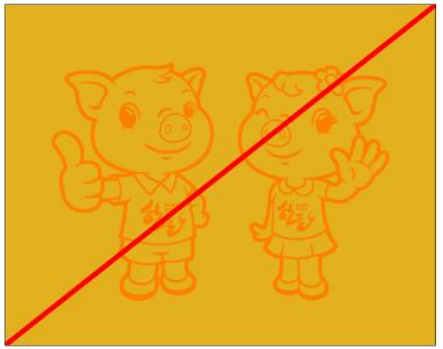
상태가 불량한 원고를 사용한 경우



복잡한 배경 위에 사용한 경우



캐릭터의 외곽선을 임의로 삭제하거나
비슷한 색상의 배경색 위에 사용되어 선명도가 떨어지는 경우(1)

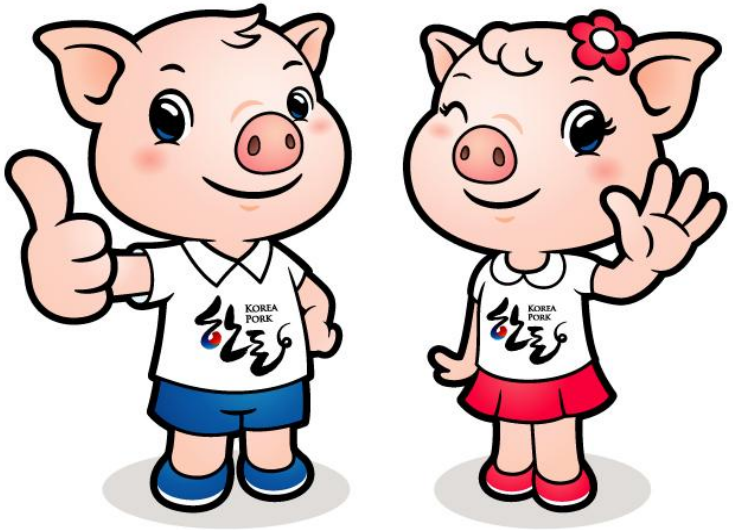


캐릭터의 외곽선과 비슷한 색상의 배경색 위에 사용되어
선명도가 떨어지는 경우(2)

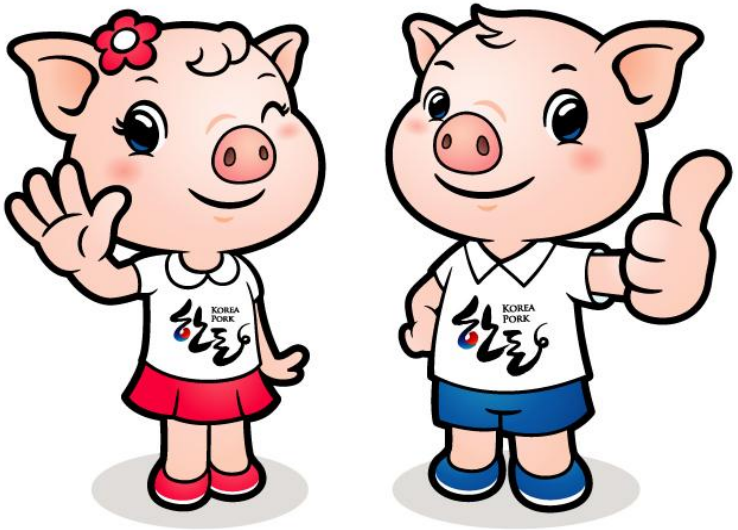
캐릭터 기본동작 A

캐릭터는 워드마크나 로고타입과는 달리 대중에게 브랜드의 친근감과 우호성을 높여주기 위해 개발된 디자인 요소로 다양한 응용아이템에 활용된다.

Type A

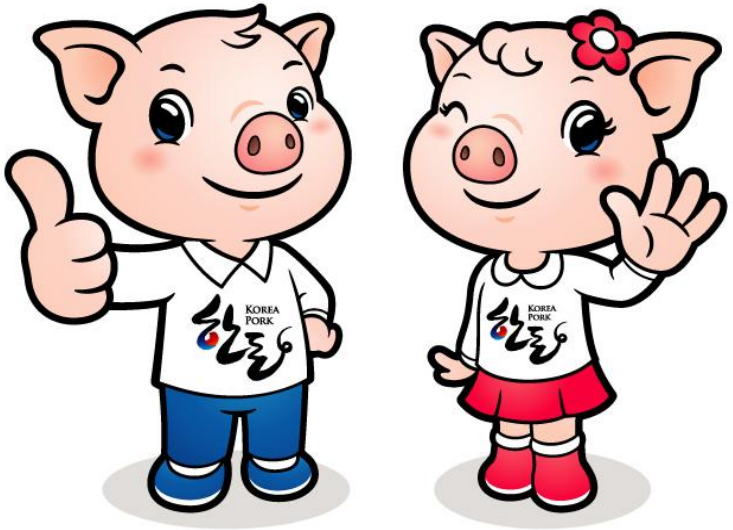


Type B

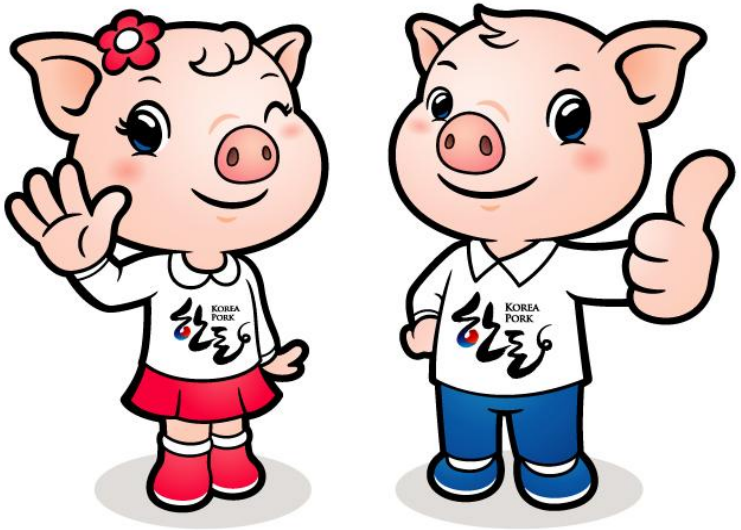


캐릭터는 워드마크나 로고타입과는 달리 대중에게 브랜드의 친근감과 우호성을 높여주기 위해 개발된 디자인 요소로 다양한 응용아이템에 활용된다.

Type A

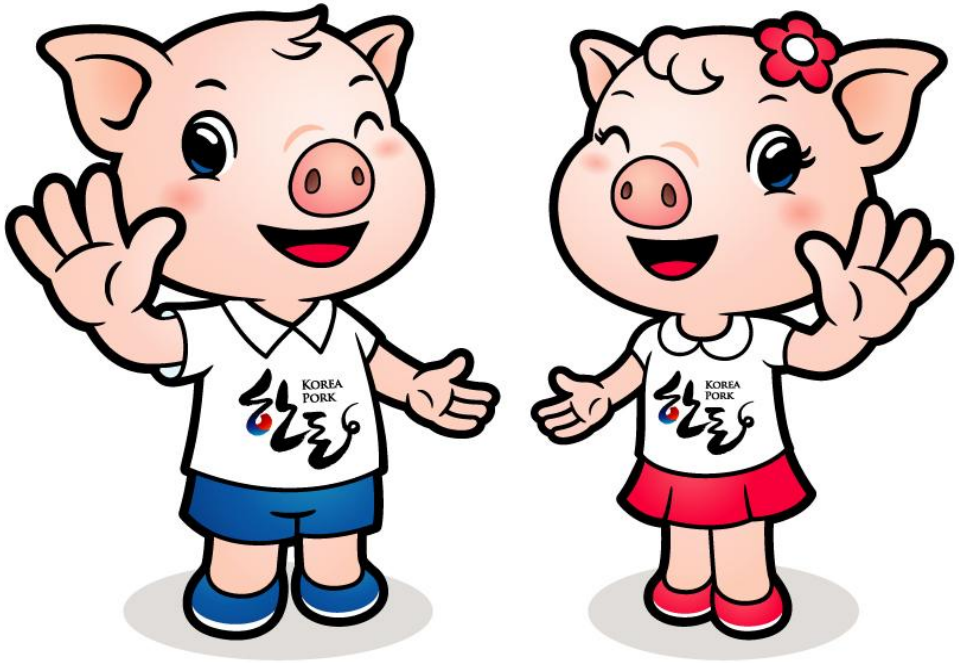


Type B

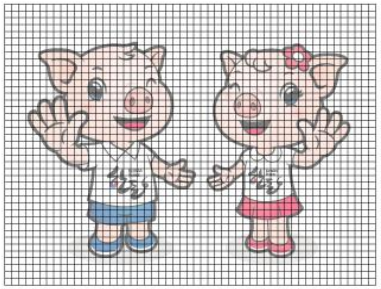


캐릭터 기본 응용형 – 어서오세요

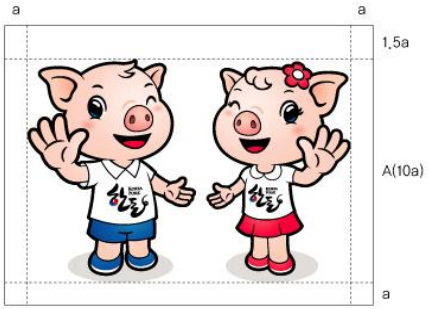
캐릭터는 워드마크나 로고타입과는 달리 대중에게 브랜드의 친근감과 우호성을 높여주기 위해 개발된 디자인 요소로 다양한 응용아이템에 활용된다.



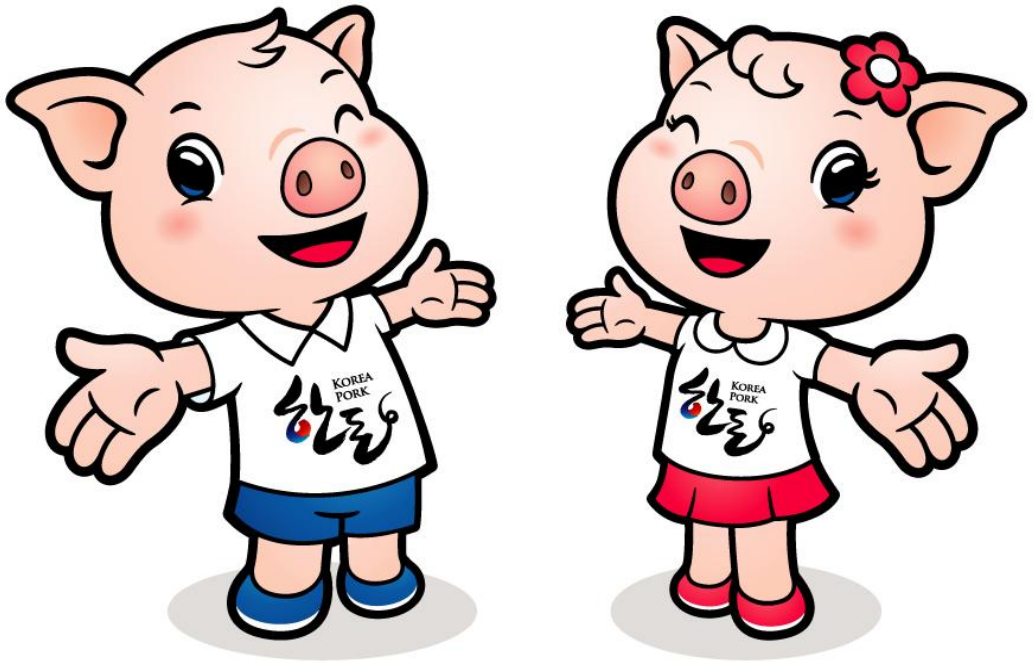
그리드시스템



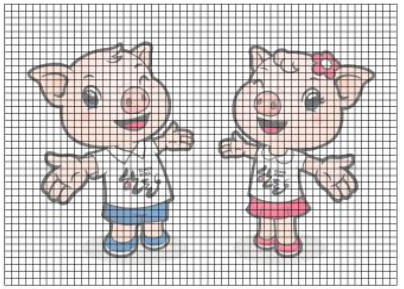
최소공간규정



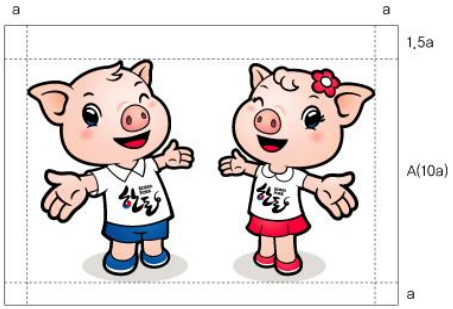
캐릭터는 워드마크나 로고타입과는 달리 대중에게 브랜드의 친근감과 우호성을 높여주기 위해 개발된 디자인 요소로 다양한 응용아이템에 활용된다.



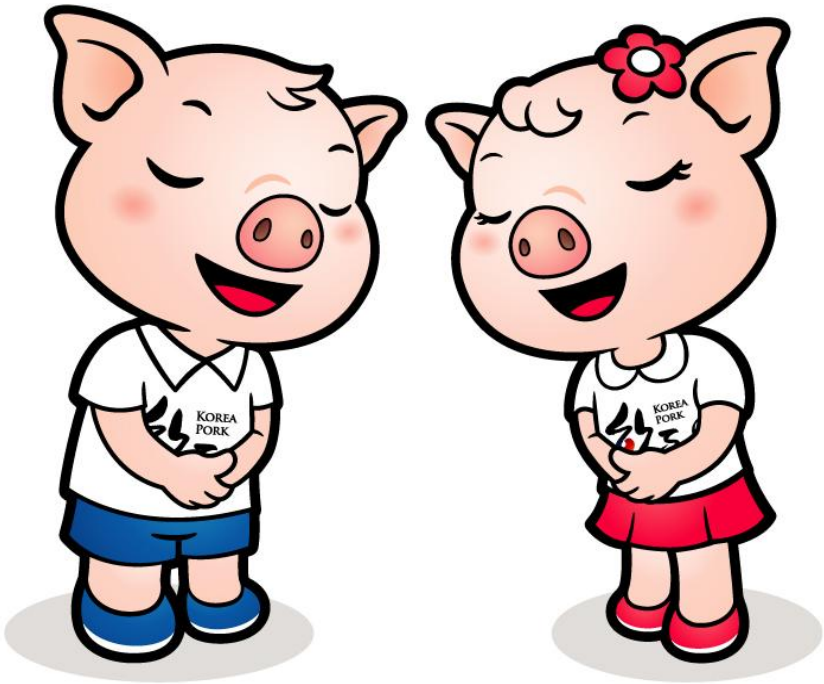
그리드시스템



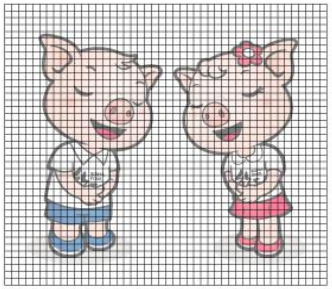
최소공간규정



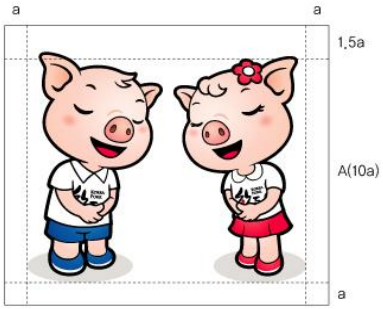
캐릭터는 워드마크나 로고타입과는 달리 대중에게 브랜드의 친근감과 우호성을 높여주기 위해 개발된 디자인 요소로 다양한 응용아이템에 활용된다.



그리드시스템

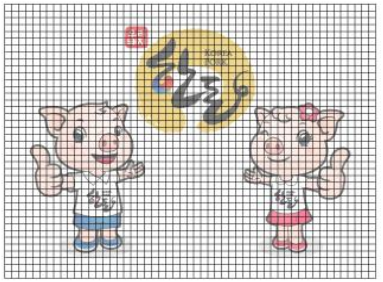


최소공간규정



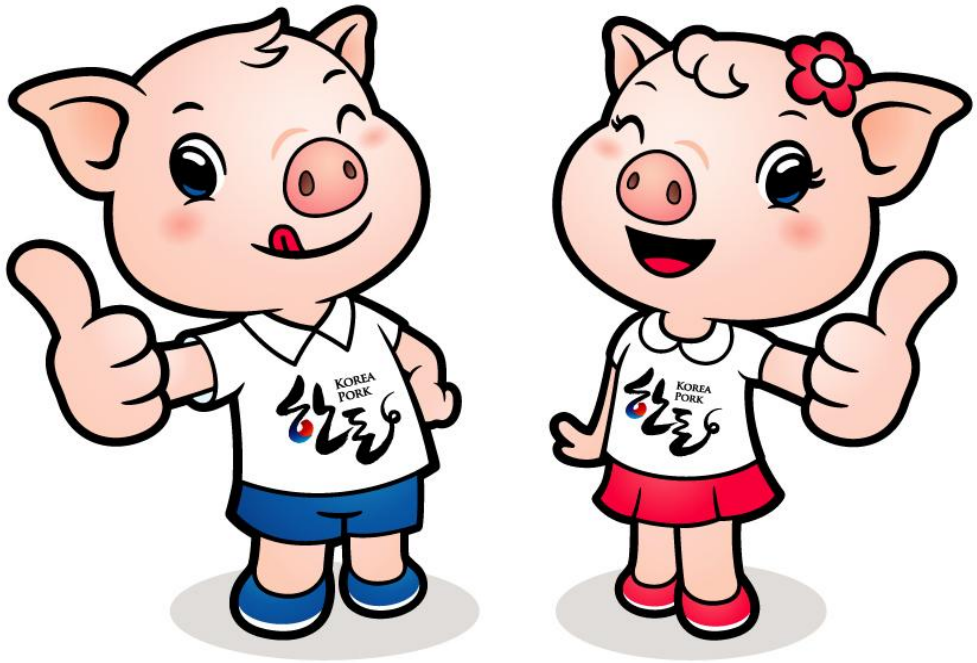
캐릭터는 워드마크나 로고타입과는 달리 대중에게 브랜드의 친근감과 우호성을 높여주기 위해 개발된 디자인 요소로 다양한 응용아이템에 활용된다.

그리드시스템

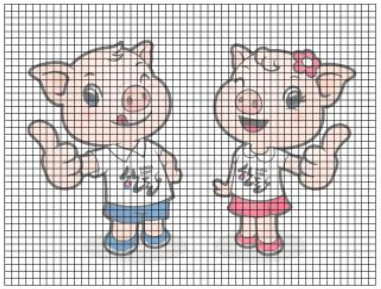


최소공간규정

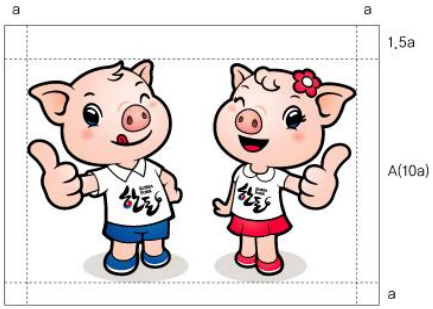
캐릭터는 워드마크나 로고타입과는 달리 대중에게 브랜드의 친근감과 우호성을 높여주기 위해 개발된 디자인 요소로 다양한 응용아이템에 활용된다.



그리드시스템

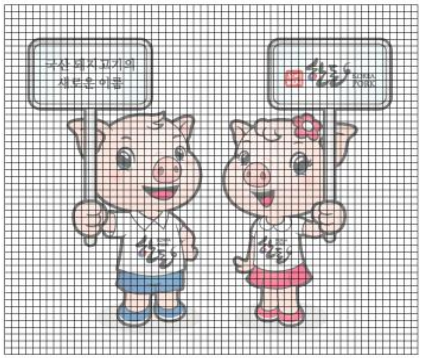


최소공간규정

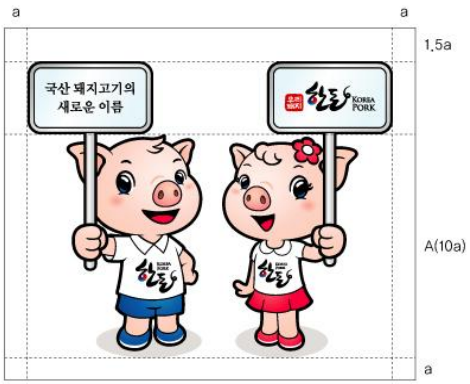


캐릭터는 워드마크나 로고타입과는 달리 대중에게 브랜드의 친근감과 우호성을 높여주기 위해 개발된 디자인 요소로 다양한 응용아이템에 활용된다.

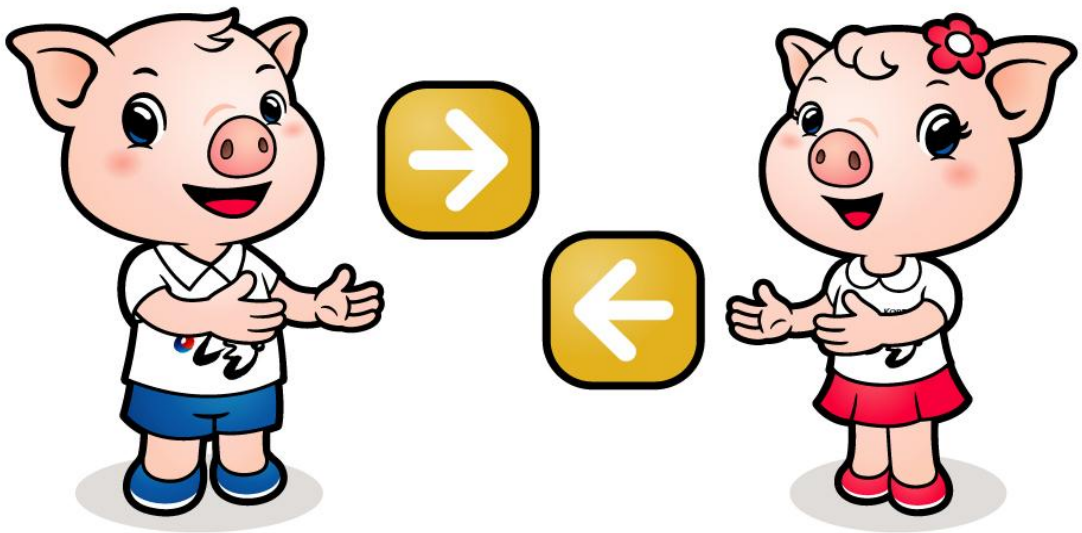
그리드시스템



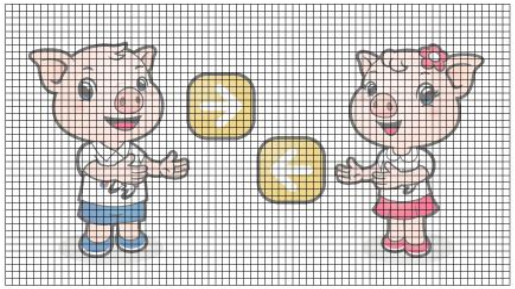
최소공간규정



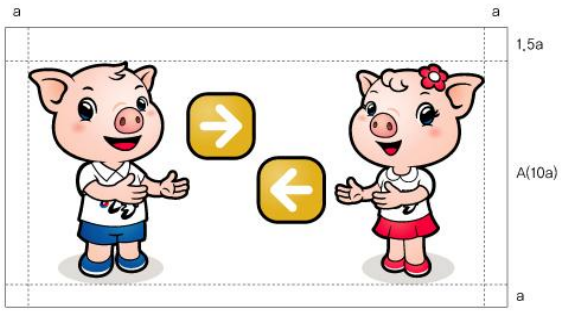
캐릭터는 워드마크나 로고타입과는 달리 대중에게 브랜드의 친근감과 우호성을 높여주기 위해 개발된 디자인 요소로 다양한 응용아이템에 활용된다.



그리드시스템

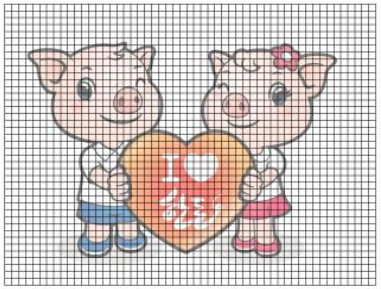


최소공간규정

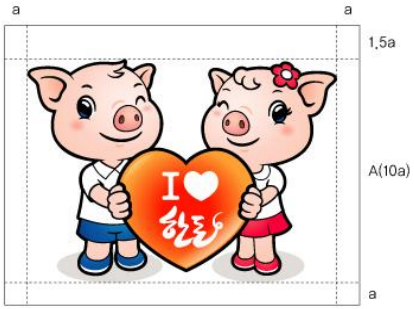


캐릭터는 워드마크나 로고타입과는 달리 대중에게 브랜드의 친근감과 우호성을 높여주기 위해 개발된 디자인 요소로 다양한 응용아이템에 활용된다.

그리드시스템

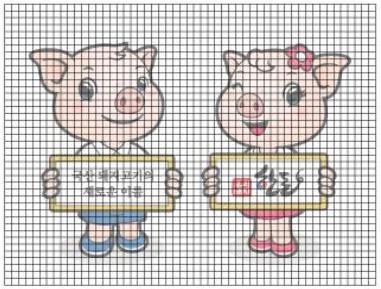


최소공간규정

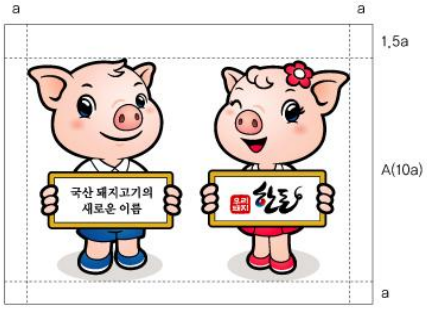


캐릭터는 워드마크나 로고타입과는 달리 대중에게 브랜드의 친근감과 우호성을 높여주기 위해 개발된 디자인 요소로 다양한 응용아이템에 활용된다.

그리드시스템

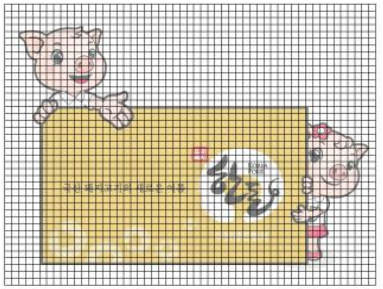


최소공간규정



캐릭터는 워드마크나 로고타입과는 달리 대중에게 브랜드의 친근감과 우호성을 높여주기 위해 개발된 디자인 요소로 다양한 응용아이템에 활용된다.

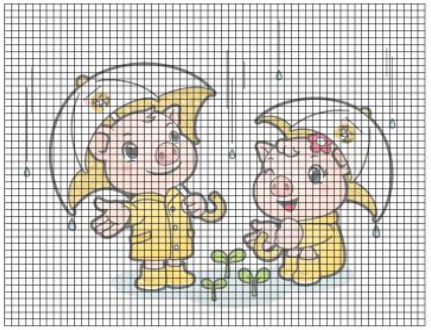
그리드시스템



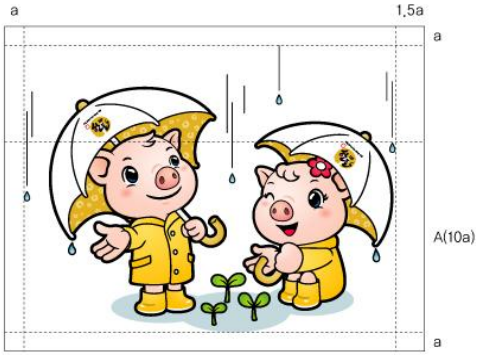
최소공간규정

캐릭터는 워드마크나 로고타입과는 달리 대중에게 브랜드의 친근감과 우호성을 높여주기 위해 개발된 디자인 요소로 다양한 응용아이템에 활용된다.

그리드시스템

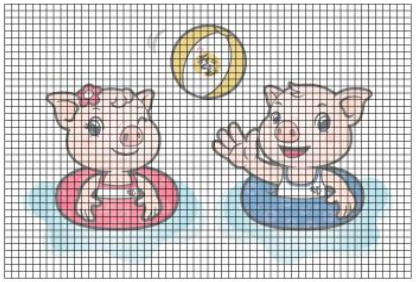


최소공간규정

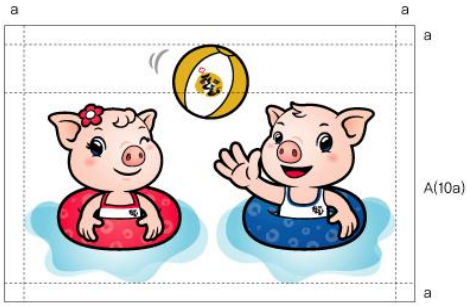


캐릭터는 워드마크나 로고타입과는 달리 대중에게 브랜드의 친근감과 우호성을 높여주기 위해 개발된 디자인 요소로 다양한 응용아이템에 활용된다.

그리드시스템

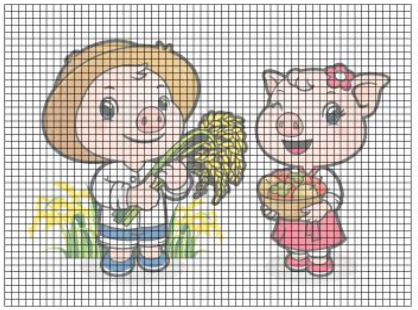


최소공간규정

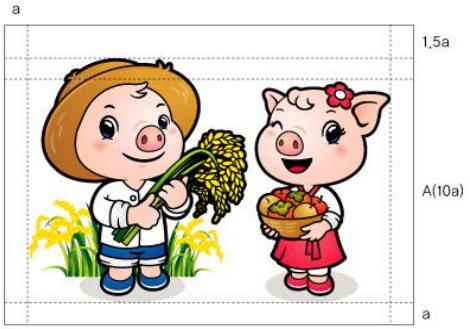


캐릭터는 워드마크나 로고타입과는 달리 대중에게 브랜드의 친근감과 우호성을 높여주기 위해 개발된 디자인 요소로 다양한 응용아이템에 활용된다.

그리드시스템

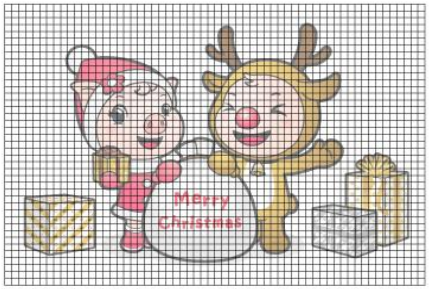


최소공간규정



캐릭터는 워드마크나 로고타입과는 달리 대중에게 브랜드의 친근감과 우호성을 높여주기 위해 개발된 디자인 요소로 다양한 응용아이템에 활용된다.

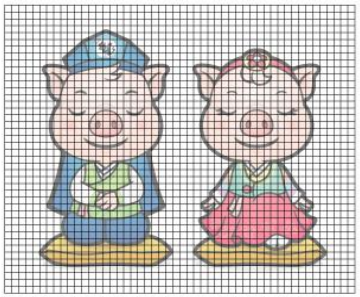
그리드시스템



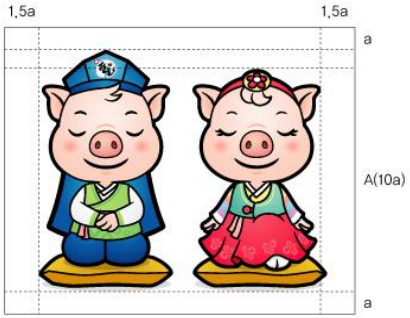
최소공간규정

캐릭터는 워드마크나 로고타입과는 달리 대중에게 브랜드의 친근감과 우호성을 높여주기 위해 개발된 디자인 요소로 다양한 응용아이템에 활용된다.

그리드시스템

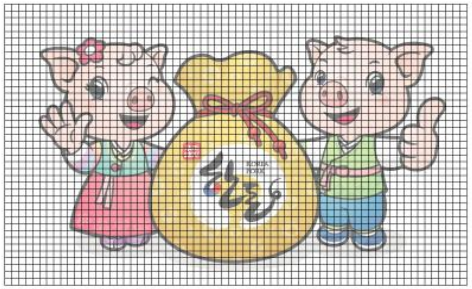


최소공간규정



캐릭터는 워드마크나 로고타입과는 달리 대중에게 브랜드의 친근감과 우호성을 높여주기 위해 개발된 디자인 요소로 다양한 응용아이템에 활용된다.

그리드시스템

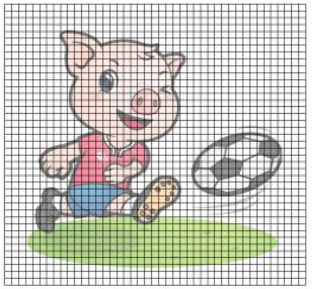


최소공간규정

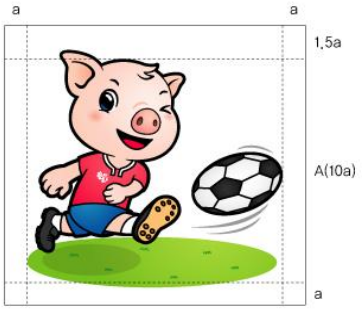
캐릭터 상황 응용형 – 월드컵 A

캐릭터는 워드마크나 로고타입과는 달리 대중에게 브랜드의 친근감과 우호성을 높여주기 위해 개발된 디자인 요소로 다양한 응용아이템에 활용된다.

그리드시스템



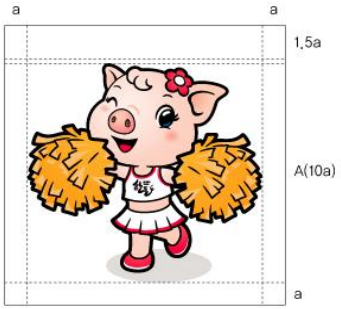
최소공간규정



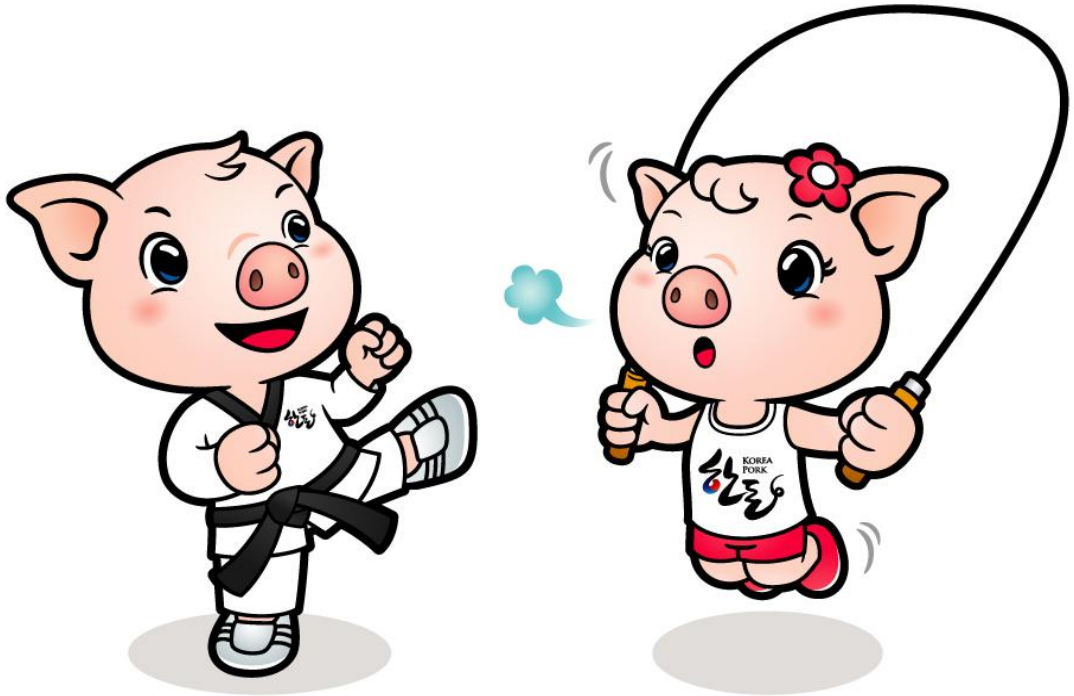
캐릭터는 워드마크나 로고타입과는 달리 대중에게 브랜드의 친근감과 우호성을 높여주기 위해 개발된 디자인 요소로 다양한 응용아이템에 활용된다.

그리드시스템

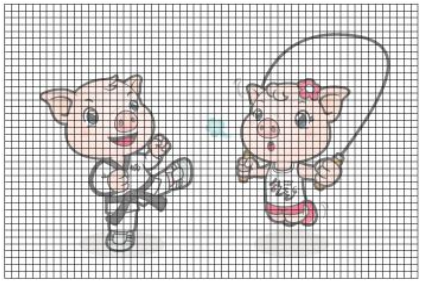
최소공간규정



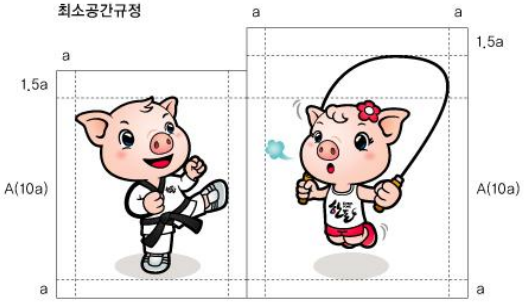
캐릭터는 워드마크나 로고타입과는 달리 대중에게 브랜드의 친근감과 우호성을 높여주기 위해 개발된 디자인 요소로 다양한 응용아이템에 활용된다.



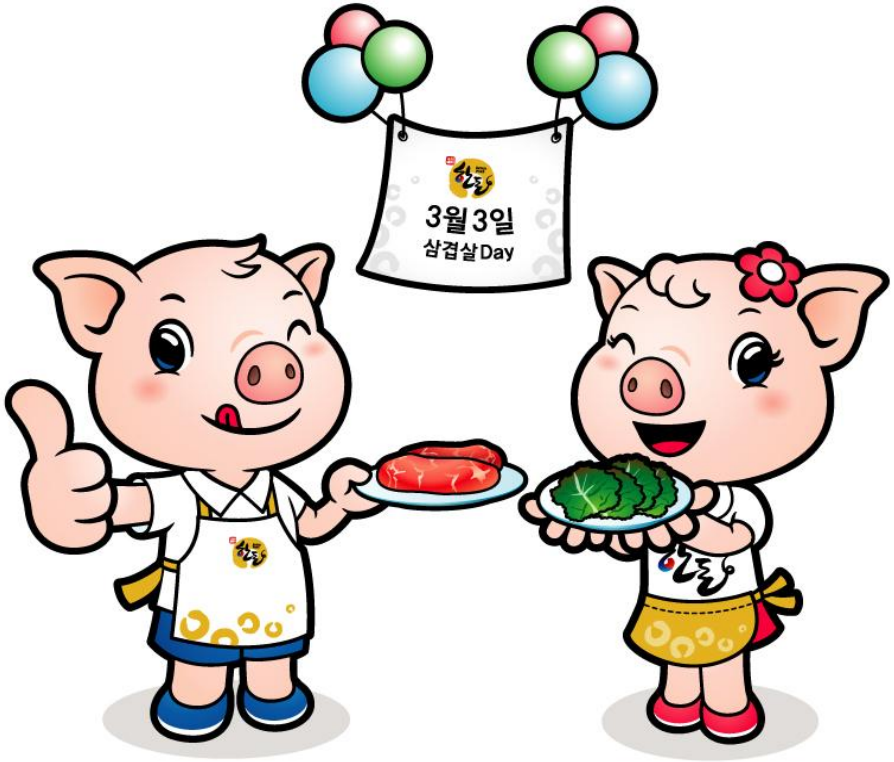
그리드시스템



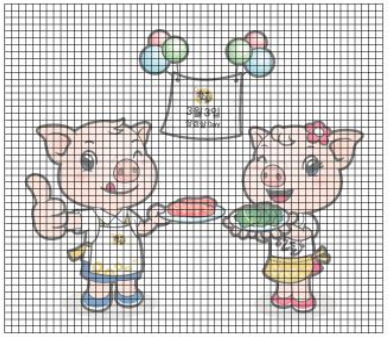
최소공간규정



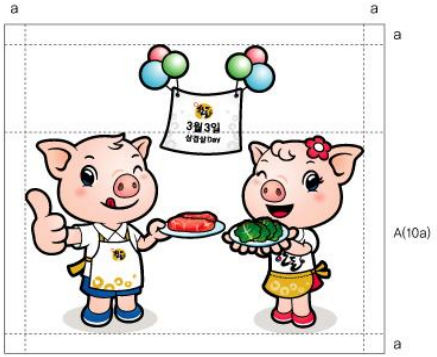
캐릭터는 워드마크나 로고타입과는 달리 대중에게 브랜드의 친근감과 우호성을 높여주기 위해 개발된 디자인 요소로 다양한 응용아이템에 활용된다.



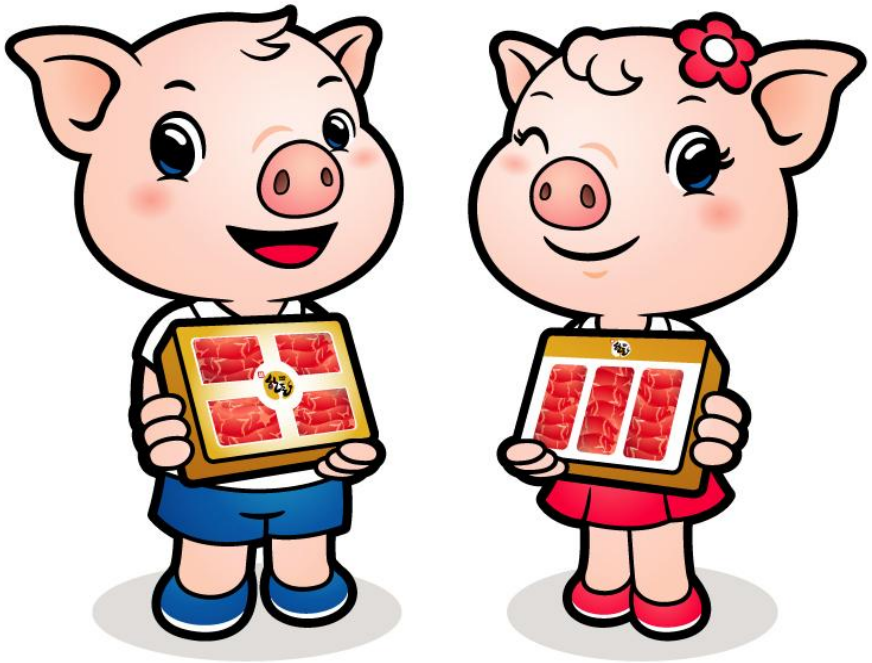
그리드시스템



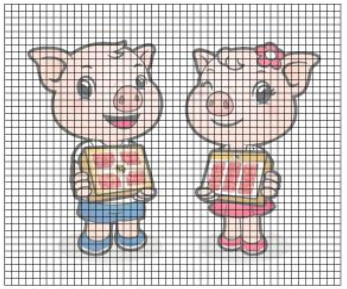
최소공간규정



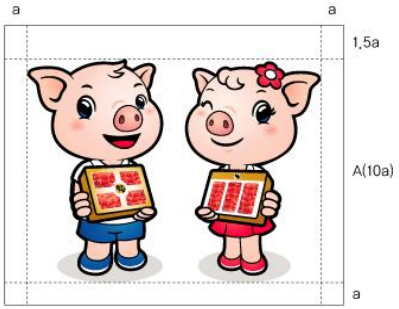
캐릭터는 워드마크나 로고타입과는 달리 대중에게 브랜드의 친근감과 우호성을 높여주기 위해 개발된 디자인 요소로 다양한 응용아이템에 활용된다.



그리드시스템

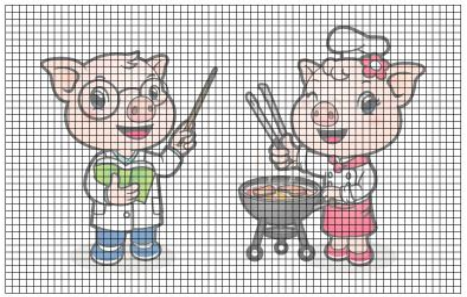


최소공간규정

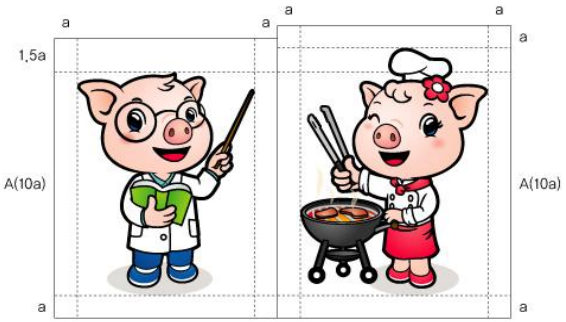


캐릭터는 워드마크나 로고타입과는 달리 대중에게 브랜드의 친근감과 우호성을 높여주기 위해 개발된 디자인 요소로 다양한 응용아이템에 활용된다.

그리드시스템

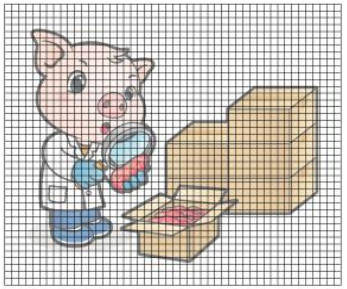


최소공간규정

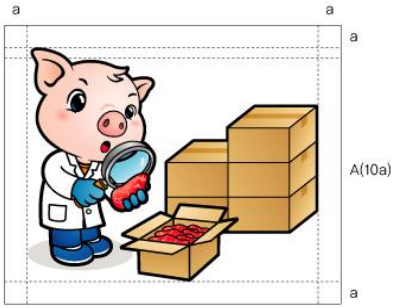


캐릭터는 워드마크나 로고타입과는 달리 대중에게 브랜드의 친근감과 우호성을 높여주기 위해 개발된 디자인 요소로 다양한 응용아이템에 활용된다.

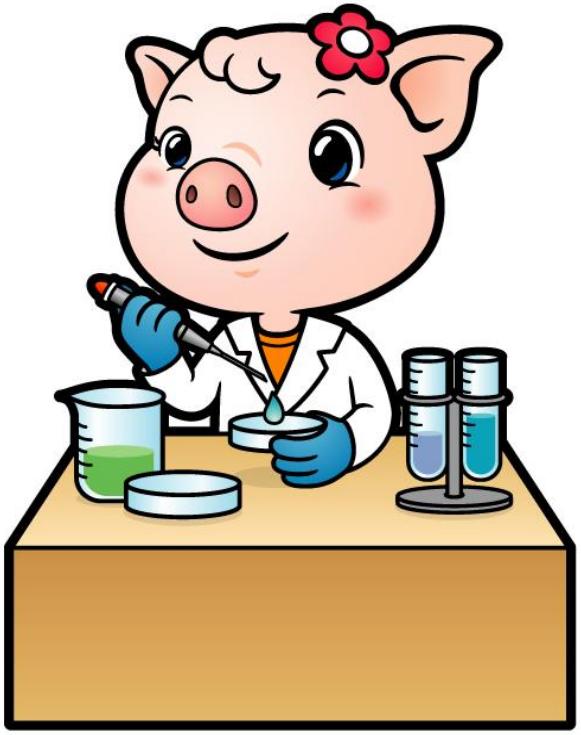
그리드시스템



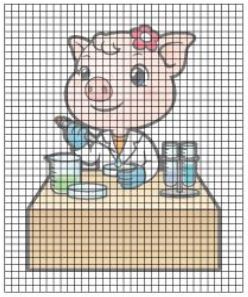
최소공간규정



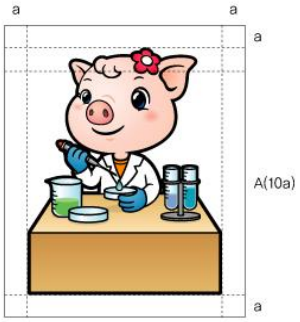
캐릭터는 워드마크나 로고타입과는 달리 대중에게 브랜드의 친근감과 우호성을 높여주기 위해 개발된 디자인 요소로 다양한 응용아이템에 활용된다.



그리드시스템

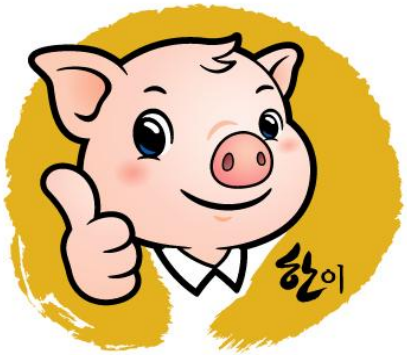


최소공간규정



캐릭터 엠블럼은 캐릭터를 기본으로 개발된 디자인 요소로, 캐릭터의 권위와 품격이 요구되는 응용항목이나 장식성이 요구되는 매체에 적용된다.

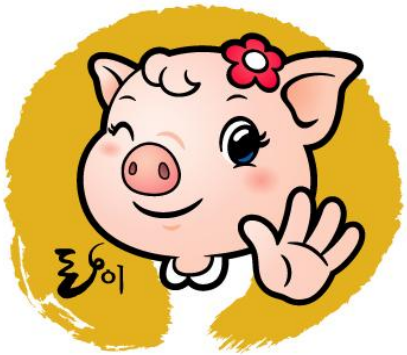
Type A-1



Type B-1

Type C-1

Type A-2



Type B-2

Type C-2

Thanks