국산돼지고기 명칭 및 BI 개발 보고서

X4 design branding (주)엑스포디자인브랜딩

Contents

1 _ 브랜드개발 개요

2 _ 브랜드개발 전략

3 _ 브랜드개발 진행과정

4 _ 브랜드 확산방안

브랜드개발 개요 1

- 브랜드개발 추진 배경

부르기 쉽고 소비자에게 좋은 이미지를 남길 수 있는 새로운 명칭 및 시각적 이미지 개발 필요

국내산 돼지고기 이름이 너무 길고 소비자가 쉽게 부르기가 어려움

소비자와의 정서적인 공감대 형성이 미비

수입산과의 차별화를 통해 국내산의 소비를 촉진시킬 필요성 대두

브랜드개발 추진 목적

국산돼지고기만의 차별화 된 이미지 강화

통합적 아이덴티티의 부각과
미래비전 중심의 정체성 확립

장기적 가치와 비전의 정립

국산돼지고기의 통합적 상징전략 위한
핵심가치 반영한 아이덴티티 정립

상징적 아이덴티티의 차별화

국내외 경쟁에서 차별화 된 국산돼지고기의
명칭 및 BI 개발

글로벌 선진경쟁력의 강화

체계적인 아이덴티티의 구축으로
국산돼지고기의 글로벌 선진경쟁력 강화

- 브랜드개발 기대효과

새로운 명칭과 BI디자인을 통해 새롭게 태어날 국산돼지고기 브랜드의 신뢰감 구축 및 경쟁력 강화

생산자

안정적인
판매 경로 제공

판매점

자긍심, 신뢰도를
제고하는 효과

소비자

믿고 고를 수 있는
선택권 보장

양돈산업

국산 돼지고기의
경쟁력 강화

브랜드개발 전략 2

명칭분석_ 국내산 돼지고기 브랜드 사례

통합브랜드

전국 국산돼지고기 브랜드들의 우수성을 보증해주고 홍보해 줄 수 있는 통합브랜드로 각 브랜드들과 함께 사용시 조화로운 네임

돼지'돈'과 지역명, 가치 결합

하이포크
크린포크
생생포크
목우촌포크
도드람포크
웰팜포크
올리브포크
의성마늘포크
제주포크
백두대간포크
포크밸리
포크빌

포크와 지역명, 돼지특성, 가치 결합

돈마루
해드림맥돈
회천녹돈
소백산쑥돈
한라산도야지
문경약돌돼지
제주유채꽃도새기

돼지와 지역명 결합

타겟분석_ 타겟 세분화

시장

- 양돈관계자: 국산돼지고기를 사육, 관리, 판매함에 있어서 자부심을 나타낸 명칭
  -〉 신선함과 고급이미지를 강조
- 돼지고기 판매점: 소비자가 국산돼지고기임을 쉽게 인지 가능한 명칭
  -〉 신선함, 친근함, 고급이미지를 강조

소비자

- 주부: 가족에게 더 안전하고 좋은 음식을 먹이고 싶은 심리를 반영한 명칭
  -〉 신선함과 고급이미지를 강조
- 일반인: 누구나 쉽게 인지하고 부를 수 있는 명칭
  -〉 친근함과 돼지의 특성을 강조

명칭 방향분석_ 개발전략 Keywords

친근성

돼지 특성

신선함

고급 이미지

- 우리땅에서 자란 우리축산물로 친근함을 강조
- 돼지고기를 특성을 강조하여 브랜드 명이 쉽게 인지가 가능하게 표현
- 국산돼지고기의 가장 큰 특성인 신선함을 강조
- 국산돼지고기를 수입육과 차별화를 주기 위한 고급이미지 구축

디자인 개발방향 연구 _ 국내산 돼지고기 브랜드 사례

돼지고기의 특성이나 이미지를 전하는 돼지고기브랜드를
포괄할 수 있는 워드형 브랜드가 적합

워드형 ⟷ 심볼형

돼지고기도 시스템이다 선진그린포크

육질혁명! 맛의 차별화 선언! 웰팜포크

dodram 도드람포크

돈마루

마늘먹고자란 의성 마늘포크

청정지역 강원도에서 자란 돼지 백두대간 포크

고급 냉장 돼지고기! 프로 목우촌 포크

국산돈육 대표 브랜드 포크빌 www.porkvill.com

"보성녹차 먹인 기능성 브랜드육" 보성 회천녹돈

깨끗하고 신선한 돼지고기 생생포크

Hypork 하이포크

맛 그 이상의 가치 — 포크밸리 PORKVALLEY

약돌돼지 문경약돌돼지

청미원 올리브 포크 CHUNGMIWON OLIVE PORK

동설맥포크 DONGSULMAK PORK

HALLA PORK 한라산 도야지

- 디자인 개발전략

우리돼지를 대표하고 돼지고기브랜드들을 포괄하는 심플한 디자인
소비자에게 국산 대표먹거리로서 신뢰감을 부여하는 디자인
한국적인 디자인으로 고급스러움을 전하는 디자인

브랜드개발 진행과정 3

브랜드개발 진행과정

2009. 07. 10	착수보고
2009. 07. 13 ~ 07. 17	협회 관계자 및 내부 구성원 심층조사
2009. 07. 24	1차 중간보고_브랜드 개발방향 논의
2009. 07. 10 ~ 08. 10	대국민 명칭 공모전
2009. 08. 25	2차 중간보고_자문위원 회의 _ 명칭 후보안 검토 및 정리
2009. 09. 04	1차 전문심사위원회 개최_ 명칭 후보안 3점 선정
2009. 09. 10 ~ 09. 11	오프라인 소비자 심사
2009. 09. 08 ~ 09. 10	전화면접 소비자 심사
2009. 10. 14	2차 전문심사위원회 개최_ 명칭 최종 1점 선정
2009. 10. 28	디자인 자문위원회의_ 디자인 후보안 선정 및 수정사항 논의

1차 중간보고

2009. 7. 24

브랜드 명칭 개발 후보안 _ 12종

Type 1	Type 2	Type 3
참돈 (CharmDon)	싱싱돼지 (Korea Singsing Pork)	우리돈돈
올돈 (AllDon)	분홍돼지 (Korea Pink Pork)	토종돼지
본돈 (本豚)	웰돈 (WellDon)	한울돼지
풍돈 (豊豚)	복돈 (福豚)	한코기 (HanKogi)

명칭 공모

2009. 7. 10 ~ 8. 10

● 명칭 공모전 시행_ 응모요강, 보도자료 배포(디자인 및 공모사이트, 주요일간지)

- 실시 일자

_ 2009. 07. 10 ~ 2009. 08. 10

- 실시 방법

_ 엑스포디자인브랜딩
홈페이지를 통한 온라인 접수

_ 공모전 관련 디자인 전문 사이트에
포스터 및 공모요강 게재

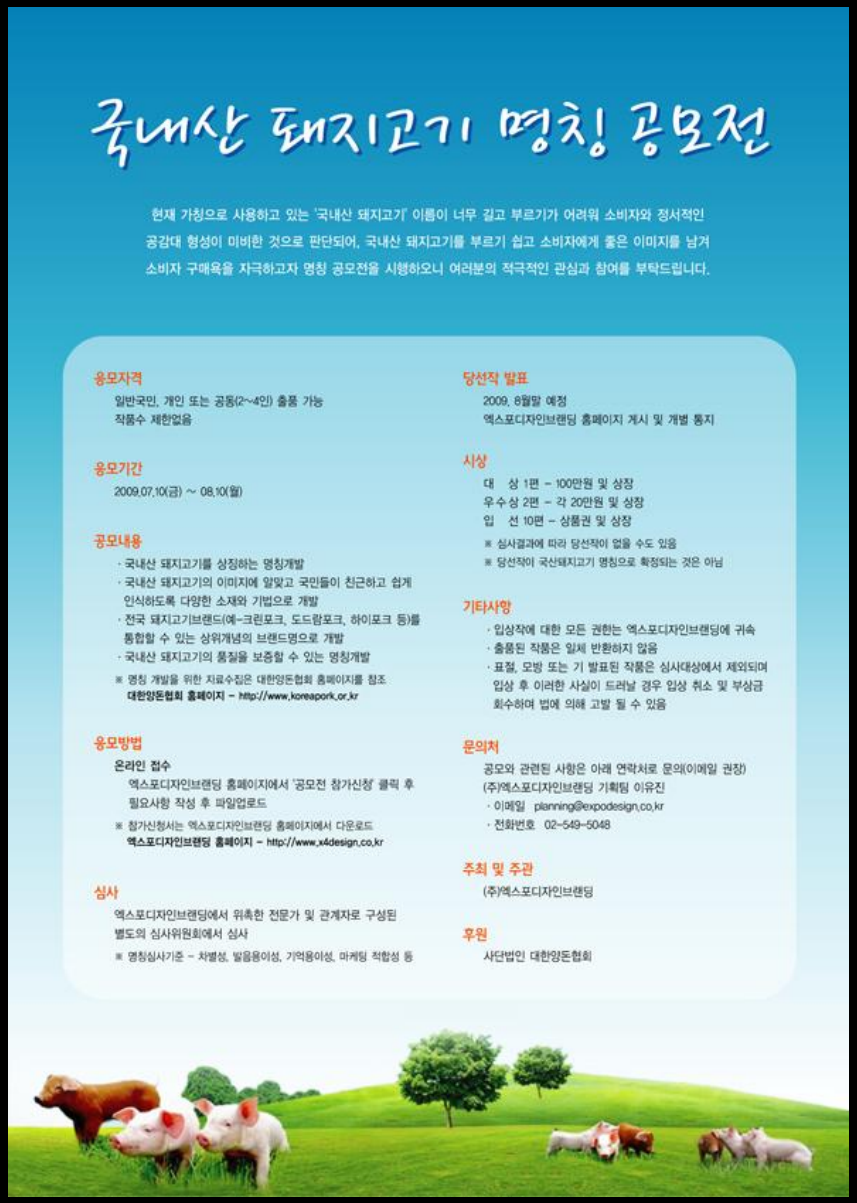
_ 국내 주요 일간지 및 디자인지에
보도자료 배포

- 실시 대상

_ 전 국민

- 작품 수

_ 총 1000여 점



국내산 돼지고기 명칭 공모전

현재 가칭으로 사용하고 있는 '국내산 돼지고기' 이름이 너무 길고 부르기가 어려워 소비자와 정서적인 공감대 형성이 미비한 것으로 판단되어, 국내산 돼지고기를 부르기 쉽고 소비자에게 좋은 이미지를 남겨 소비자 구매욕을 자극하고자 명칭 공모전을 시행하오니 여러분의 적극적인 관심과 참여를 부탁드립니다.

응모자격
일반국민, 개인 또는 공동(2~4인) 출품 가능
작품수 제한없음

응모기간
2009.07.10(금) ~ 08.10(월)

공모내용
· 국내산 돼지고기를 상징하는 명칭개발
· 국내산 돼지고기의 이미지에 알맞고 국민들이 친근하고 쉽게 인식하도록 다양한 소재와 기법으로 개발
· 전국 돼지고기브랜드(예-크린포크, 도드람포크, 하이포크 등)를 통합할 수 있는 상위개념의 브랜드명으로 개발
· 국내산 돼지고기의 품질을 보증할 수 있는 명칭개발
※ 명칭 개발을 위한 자료수집은 대한양돈협회 홈페이지를 참조
대한양돈협회 홈페이지 – http://www.koreapork.or.kr

응모방법
온라인 접수
엑스포디자인브랜딩 홈페이지에서 '공모전 참가신청' 클릭 후 필요사항 작성 후 파일업로드
※ 참가신청서는 엑스포디자인브랜딩 홈페이지에서 다운로드
엑스포디자인브랜딩 홈페이지 – http://www.x4design.co.kr

심사
엑스포디자인브랜딩에서 위촉한 전문가 및 관계자로 구성된 별도의 심사위원회에서 심사
※ 명칭심사기준 – 차별성, 발음용이성, 기억용이성, 마케팅 적합성 등

당선작 발표
2009. 8월말 예정
엑스포디자인브랜딩 홈페이지 게시 및 개별 통지

시상
대 상 1편 – 100만원 및 상장
우수상 2편 – 각 20만원 및 상장
입 선 10편 – 상품권 및 상장
※ 심사결과에 따라 당선작이 없을 수도 있음
※ 당선작이 국산돼지고기 명칭으로 확정되는 것은 아님

기타사항
· 입상작에 대한 모든 권한는 엑스포디자인브랜딩에 귀속
· 출품된 작품은 일체 반환하지 않음
· 표절, 모방 또는 기 발표된 작품은 심사대상에서 제외되며 입상 후 이러한 사실이 드러날 경우 입상 취소 및 부상금 회수하여 법에 의해 고발 될 수 있음

문의처
공모와 관련된 사항은 아래 연락처로 문의(이메일 권장)
(주)엑스포디자인브랜딩 기획팀 이유진
· 이메일 planning@expodesign.co.kr
· 전화번호 02-549-5048

주최 및 주관
(주)엑스포디자인브랜딩

후원
사단법인 대한양돈협회

국산돼지고기 명칭 공모전 후보안 (1) _ 총 20종

후보안 1. **한돈**	후보안 2. **우리돼지**
후보안 3. **한울돈**	후보안 4. **참한돈**
후보안 5. **한폭**	후보안 6. **해누리**
후보안 7. **돈새미로**	후보안 8. **I am Don**
후보안 9. **도담포크**	후보안 10. **늘해랑**

국산돼지고기 명칭 공모전 후보안 (2) _ 총 20종

후보안 11. **으뜸돼지**	후보안 12. **맛돈**
후보안 13. **복돈**	후보안 14. **해밀래(亥蜜來)**
후보안 15. **사랑해**	후보안 16. **안녕ᄒᆞᆫ돈**
후보안 17. **우리돈마루**	후보안 18. **참돈**
후보안 19. **대한민돈**	후보안 20. **순수돈**

2차 자문위원회 개최

2009. 8. 25

2차 명칭 및 디자인 제안_ 12종

Type 1 친근함	국산돼지 돈그라미 Korea Premium Pork	우리돼지 해해호호 KOREA PREMIUM PORK	Korea Premium Pork 다복亥해 국산돼지
Type 2 돼지특성	우리돼지 탱고 Korea Premium Pork	우리돼지 통통해 亥 Korea Premium Pork	국산돼지 보드레 Korea Premium Pork
Type 3 신선함	우리돼지 핑크테일 Pinktail	亥 생생해 국산돼지 국민고기	우리돼지 생미로
Type 4 고급이미지	국산돼지 亥味利 해미리	국산돼지 해피그린 Happigreen	우리돼지 참도티 KOREA PREMIUM PORK

2차 명칭 후보안 및 선호도 조사

: 최종 6가지 후보안 선정

Type 1 친근함	돈그라미 (豚그라미)	해해호호 (亥亥好好)	다복해 (多福亥)	〈추가명칭〉 우리돼지 한돈 + 우리돼지 사랑해
Type 2 돼지특성	탱고	통통해 (통통亥)	보드레	
Type 3 신선함	핑크테일 (Pinktail)	생생해 (生生亥)	온새미로	
Type 4 고급이미지	해미리 (亥味利)	해피그린 (Happigreen)	참도티 (Charmdoti)	

1차 심사위원회 개최

2009. 9. 4

1차 심사위원회 개최

일시 : 2009년 9월 4일 (금) 10:30am

장소 : 제2축산회관 6층 대회의실

참여 : 김동환 대한양돈협회 회장, 손종헌 농협중앙회 팀장, 고진각 사무국장, 서종태 부경양돈농협 팀장, 최명일 남서울대교수, 주선태 경상대교수, 장호현 강남대교수, 설명수 YTN 마케팅국부장, 윤여훈 선진마케팅부장, 윤두진 청미원식품사업부상무, 소비자대표 5인, 총 15인 참여

협의 : 총 6개 네임 후보안에 대한 논의 및 선호도조사를 통해 최종 3개 후보 선정

심사기준 : 후보 명칭의 상징성, 독창성, 용이성, 전달성, 효율성 등을 평가

후보안 1.

후보안 2.

후보안 3.

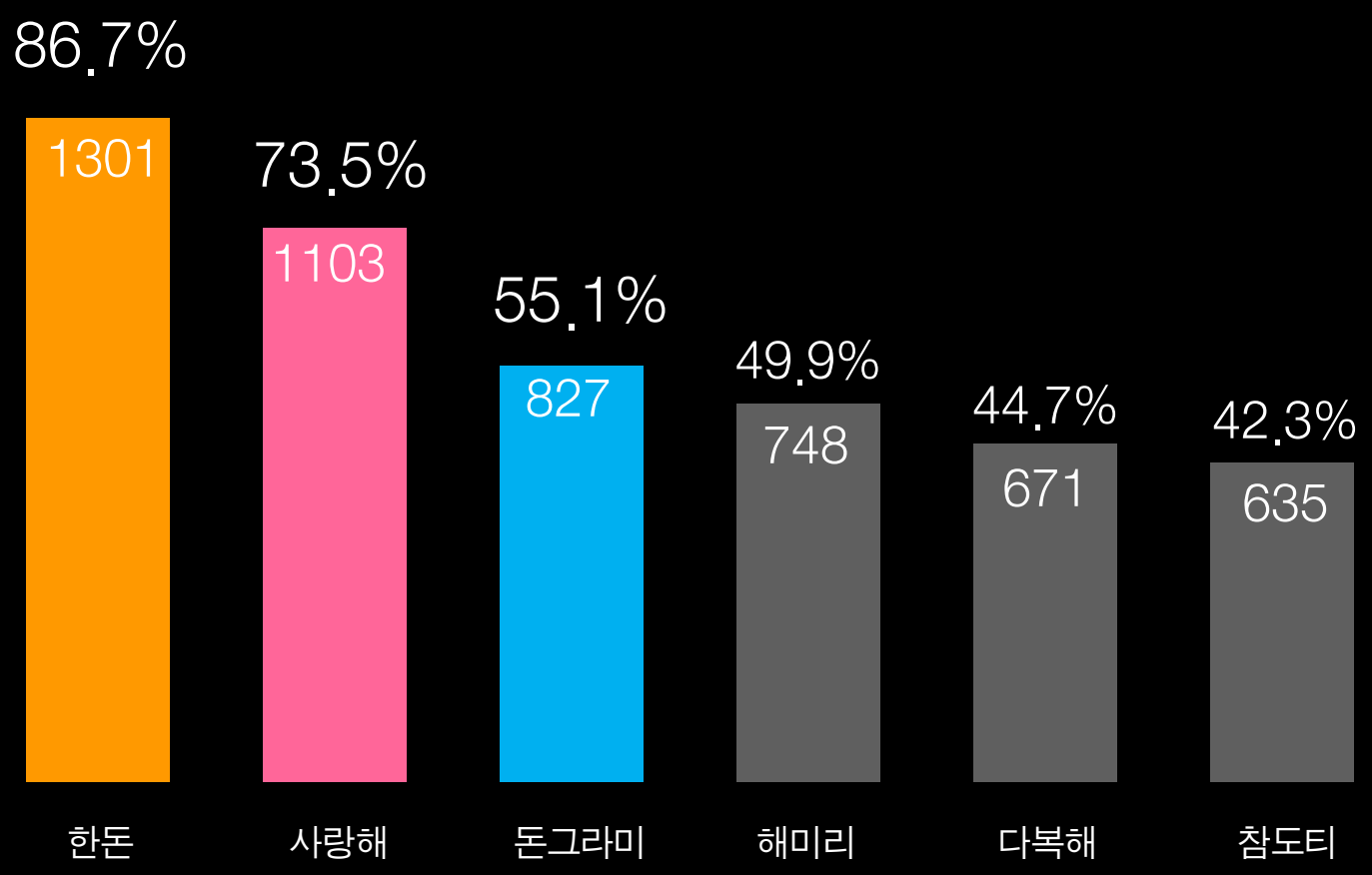
후보안 4.

후보안 5.

후보안 6.

명칭 선정 1차 심사 결과

N=15
단위 : %
총점=1500



소비자 선호도 조사

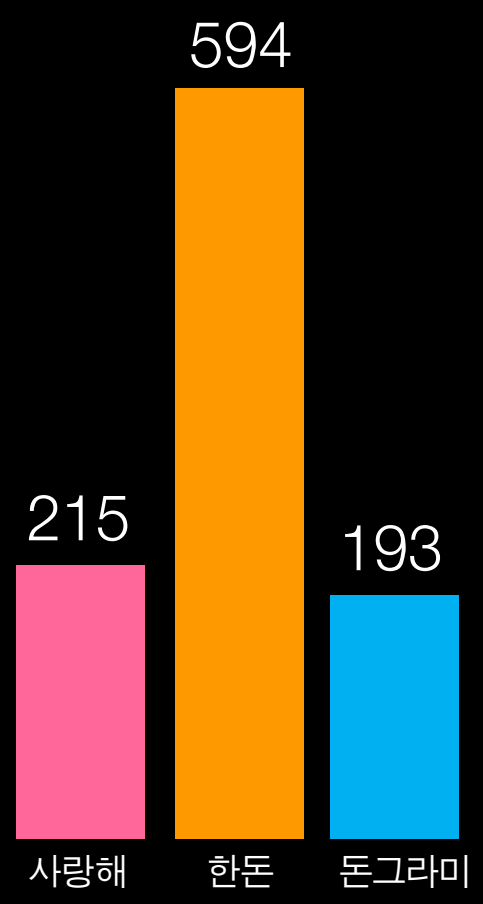
2009. 9. 8 ~ 9. 11

오프라인 소비자 조사

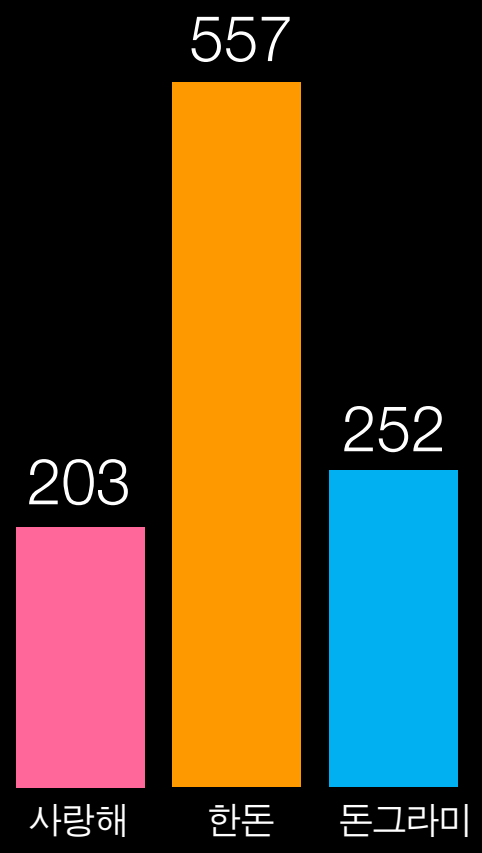
일시 : 2009년 9월 10일 ~ 9월 11일 (2일간), 11:30 ~15:30 (4시간)
장소 : 강남역(지하철 3번 출구 앞), 신촌역(지하철 3번 출구 앞)
대상 : 10대 ~ 60대 (다양한 연령층으로 각 장소 900명~1000명)
내용 : 국산돼지고기 명칭 후보안 선호도 조사
기관 : 이벤트위즈

오프라인 소비자 조사

〈강남역〉



〈신촌역〉



* 집계 결과

- 1위 한돈'
- 2위 돈그라미
- 3위 사랑해

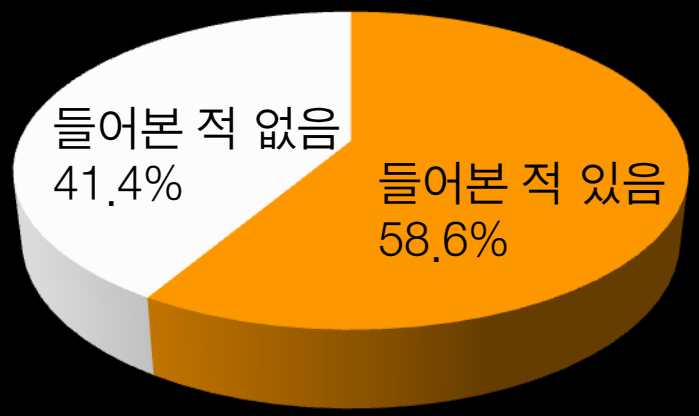
**조사결과 총 집계 _ 총 2014 표

조사기관 : 이벤트위즈

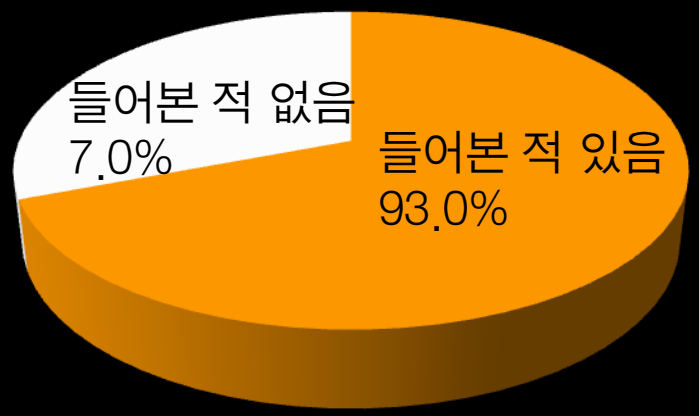
● 전화면접 소비자 조사

대상 : 만 19세 이상 성인 남녀 500명
지역 : 전국 15개 시도(제주 제외)
방법 : 전화면접 조사
일시 : 2009년 9월 8일 ~ 9월 10일
기관 : 레인보우커뮤니케이션

〈대한양돈협회 인지율〉



〈국산돼지고기 명칭 인지율〉

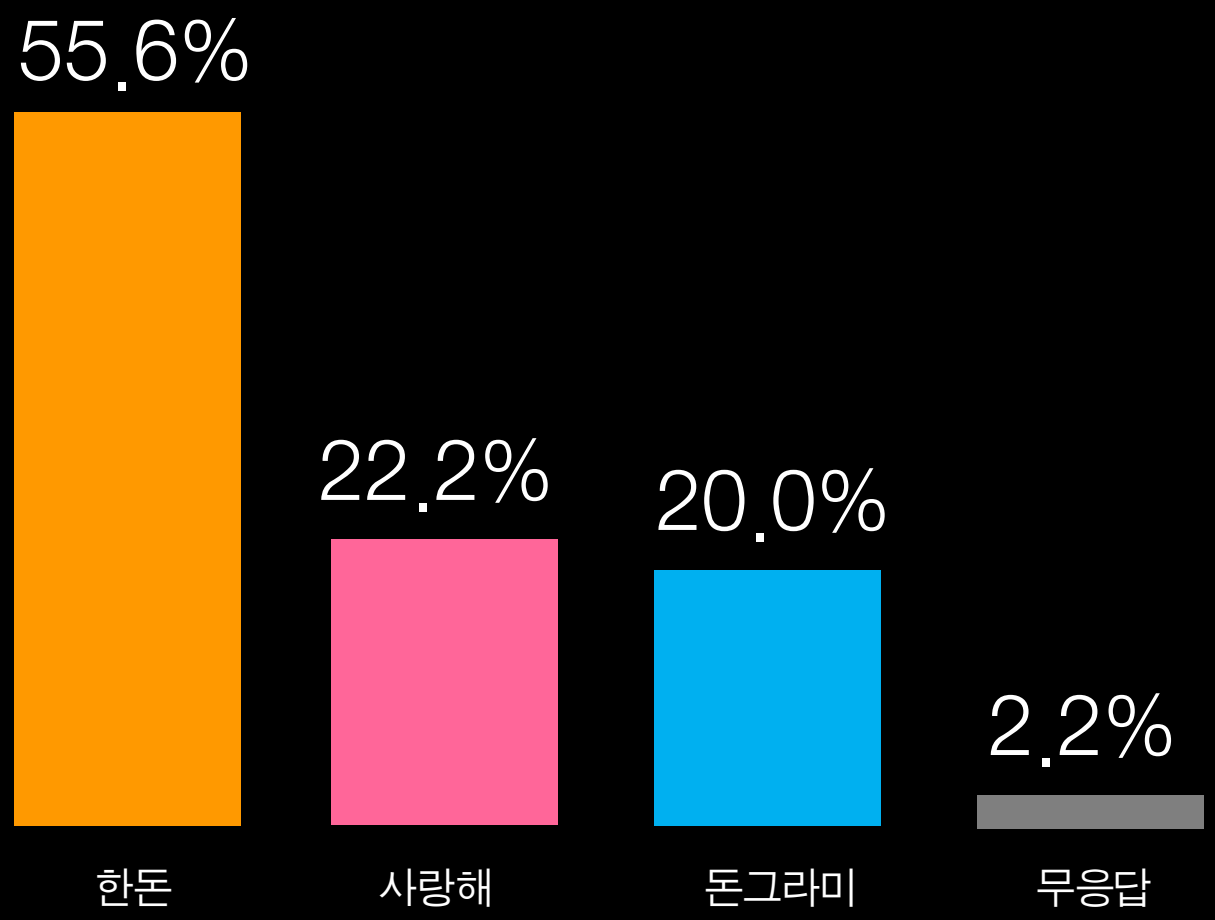


단위: %

● 전화면접 소비자 조사

〈국산돼지고기 신규 명칭 선호도〉

단위: %



조사기관 : 레인보우커뮤니케이션

2차 심사위원회 개최

2009. 10. 14

● 2차 심사위원회 개최

일시 : 2009년 10월 14일 (금) 11:00am

장소 : 제2축산회관 6층 대회의실

참여 : 김동환 대한양돈협회 회장, 윤상익 양돈자조금관리위원장, 정종국 대한양돈협회 부회장,
전흥우 대한양돈협회 충북도협의회장, 장장길 대한양돈협회 충남도협의회장, 황인영 아줌마닷컴 대표
안승춘 한국식생활개발연구회 회장, 윤여훈 선진마케팅부장, 총 8인 참여

협의 : 총 3개 네임 후보안에 대한 논의 및 선호도조사를 통해 최종 명칭 선정

심사기준 : 후보 명칭의 상징성, 독창성, 용이성, 전달성, 효율성 등을 평가

후보안 1.

우리돼지
한돈

후보안 2.

우리돼지
사랑해

후보안 3.

돈그라미

최종 브랜드 명칭

우리돼지
한돈

- 명칭 '한돈'은 '한우'와 연계하여 한국의 돈육을 의미하고 국산돼지고기의 국가적 대표성을 부각
- 슬로건 '우리돼지'는 명칭의 의미를 설명 보완하고 국산먹거리로서의 품질을 보증하도록 표현

디자인 자문위원회

2009. 10. 28

●디자인 자문위원회 개최

일시 : 2009년 10월 28일 (수)

장소 : 제2축산회관 3층

참여 : 김동환 대한양돈협회 회장, 고진각 양돈자조금 사무국장, 김용우 을지대학교 시각디자인 교수, 김성훈 한양대학교 영상디자인과 교수, 총 5인 참여

협의 : 총 4개 디자인 후보안에 대한 논의 및 최종 디자인 선정

후보안 1.

후보안 2.

후보안 3.

후보안 4.

최종 브랜드 디자인

최종 브랜드 디자인

- '한돈'을 태극이 결합된 힘찬 캘리그래피 표현하여 국산돼지고기라는 국가적 대표성을 상징
- '한돈'에 돼지 꼬리의 느낌을 부여하여 소비자에게 친근함과 돼지고기 브랜드임을 쉽게 인지할 수 있도록 표현
- '우리돼지' 인장을 통해 국산돼지고기의 품질의 우수성을 보증
- 금색 원형의 띠는 국산돼지고기의 프리미엄 이미지를 상징하고 산재된 국내 돼지고기 브랜드들의 통합을 표현

최종 브랜드 디자인

최종 브랜드 Type별 모음

Type 1-영문조합

Type 1-한문조합

최종 브랜드 Type별 모음

Type 2-영문조합

Type 2-한문조합

브랜드 확산방안 4

브랜드 선포식

브랜드 선포식 기대효과

홍보 개요	새로운 브랜드의 출범을 기념하기 위한 대내외적인 공식 행사		
목표 타겟	일반시민 및 대한양돈협회 임직원		
실행 방법	- 브랜드 론칭을 기념하기 위한 가장 효과적인 홍보 수단 - 유관기관 주요인사 및 언론인 등을 초대하여 언론의 이슈화 유도	기대 효과	- 차별화 된 선포식에 대한 기사유도 통하여 브랜드 홍보효과 증진 - 내부구성원의 자부심을 높이고, 향후 브랜드의 입지 강화

브랜드 선포식 행사 개요 및 진행

- 일　　시 : 2009년 12월 23일 (예정) 기념행사
- 장　　소 : 올림픽공원 제 2경기장 (예정)
- 참석 대상 : 대한양돈협회 임직원, 돈육관련 산업계 및 학계, 일반 시민
- 참석 인원 : 약 1000명
- 행사 진행

진행 내용	소요시간
1. 오프닝 동영상 상영	약 2분
2. New 브랜드 개발 경과보고 (PPT)	약 2분
3. 기념사(대한양돈협회 회장) / 축사(관련기관 VIP)	약 4분
4. New 브랜드 선포 (시기 등장 및 선포의식 퍼포먼스)	약 4분
5. 기념사진 촬영 (대한양돈협회장, 내부임직원, 관련VIP 등)	약 3분
총 15분 가량 소요	

행사 진행 세부사항

1. 오프닝 동영상 상영 _ 약 2분

- 새 브랜드의 컨셉 및 이미지 요소를 활용한 2분 가량의 관련 동영상 상영

2. New 브랜드 개발 경과보고 _ 약 2분

- 개발 전 과정의 내용 및 이미지를 담은 파워포인트 자료 제작/상영
- 배경음악과 함께 사회자의 부연설명으로 진행

3. 기념사 및 축사 _ 약 4분

- 사회자의 인물소개 후, 대한양돈협회 회장 및 관련기관 VIP의 축사

4. New 브랜드 선포의식 _ 약 5분

** 몇 가지 방안을 복수 채택하여 실행

방안 1) 깃발 흔들기 퍼포먼스

- 웅장한 팡파레와 함께 사회자의 멘트 후("국산돼지고기의 새 브랜드를 선포합니다"), 도우미가 전달한 깃발을 시장이 힘차게 흔들고 관객석이 모두 일어나 힘차게 박수

방안 2) 로고 떡(케익) 커팅식

- 한돈 브랜드 및 캐릭터 이미지를 활용한 대형 떡(케익)을 사전 제작하여, 사회자의 멘트와 함께 시장 및 사회단체장이 동시에 커팅, 관객석이 모두 일어나 힘차게 박수
- 행사 후, 전 직원 및 시민들과 함께 나눠 먹는 행사

방안 3) 현수막 펼치기 퍼포먼스

- 웅장한 팡파레와 함께 사회자의 멘트 후("국산돼지고기의 새 브랜드를 선포합니다"), 무대 배경의 천장에 설치 된 브랜드의 현수막이 떨어지며 펼쳐지고, 축포가 발사되면서, 전 관객이 함께 박수

방안 4) 뱃지 수여식

- 제작된 뱃지를, 대한양돈협회장이 직접 각 돈육관련 산업인들에게 달아주고 관객석의 전직원이 서로 함께 뱃지를 나누어 달아주는 의식
- 웅장한 배경음악

방안 5) 네온사인 점등식

- 사회자의 각 인사 소개 후, 웅장한 음악
- 새 브랜드로 네온사인을 제작하여 외부로 파워선을 설치하고, 대한양돈협회장및 협회임직원이 동시에 버튼을 눌러 사인물 점등하고, 축포 발사

방안 6) 새 시기 게양식 (야외)

- 협회임직원들이 깃발의 끝을 잡고 협회장에게 전달한 후, 도우미의 도움을 받아 줄에 매달고, 협회장이 줄을 잡아당기며 게양대에 시기가 천천히 게양
- 웅장한 배경음악 및 전 직원의 박수와 사회자의 멘트("이제 한돈의 새 깃발이 휘날립니다")

방안 7) 조형물 제막식

- 제작된 브랜드/캐릭터 조형물에 대형 천을 씌우고, 대한양돈협회장 및 임직원이 연결된 줄을 동시에 잡아당겨 제막

●참고 : 브랜드 선포식 이벤트 유형 (1)

로고떡,
케익 커팅식

퍼포먼스
이벤트

유명연예인
및 인사초청

●참고 : 브랜드 선포식 이벤트 유형 (2)

깃발 및 현수막 선포				
레이저 및 동영상 쇼				
조형물 제작 및 제막식				

Thanks