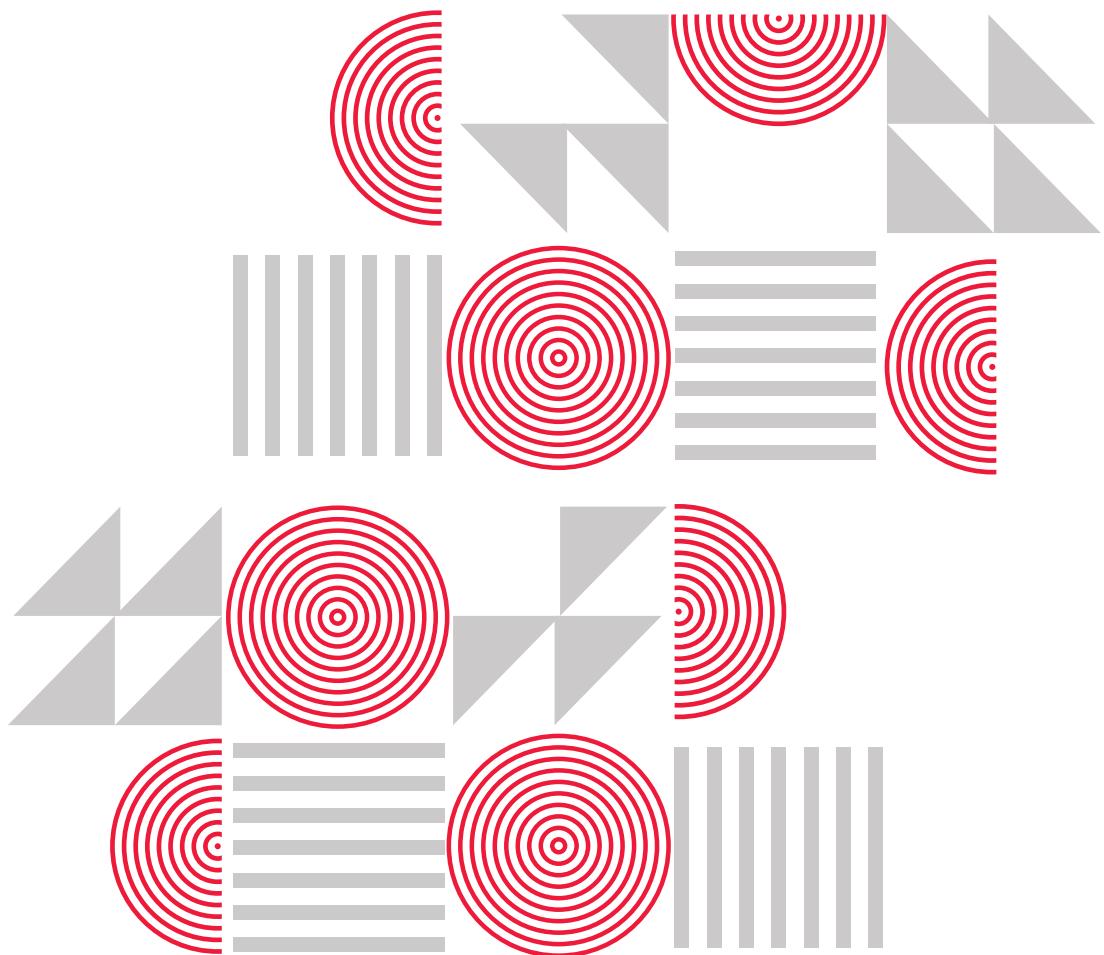


2022년
소상공인 협업 활성화
공동사업(브랜드 개발) 성과사례집



중소벤처기업부



소상공인시장진흥공단



한국디자인진흥원

목 차

경동시장인삼협동조합	4
부산광역시김치류협동조합	6
기장발효협동조합	8
에나시티협동조합	10
광진패션협동조합	12
산청지리산산업곤충협동조합	14
건강한사람들협동조합	16
아라가야협동조합	18
협동조합 디자인올	20
부산뷰티산업협동조합	22
전라북도소상공인협동조합	24
김천평화시장협동조합	26
공주시청년보부상협동조합	28
한국바이오뷰티산업협동조합	30
세라공방협동조합	32
보탬플러스협동조합	34
육두레협동조합	36
가치그린에너지협동조합	37
경기도농식품유통사회적경제협동조합	38
공예배우미협동조합	39
공주향협동조합	40
국제브레인협동조합	41
그린제주협동조합	42
김포청년농부협동조합	43
그린나래교육협동조합	44
문화예술협동조합위드	45
네츄럴기프트협동조합	46
대구화훼협동조합	47
우리마을대학협동조합	48
양산공연문화예술협동조합	49
부산동백협동조합	50
이맘협동조합	51

경동시장인삼협동조합

디자인수행업체

E파키지(2021), 비즈로고(2022)

● 지원사업 참여연도 : 2021, 2022

● 브랜드 개발분야

B.I.

C.I.

캐릭터

포장디자인

제품디자인

조합정보



- | | | | |
|--------|----------------------|--------|------------------------|
| • 대표자명 | 김영백 | • 설립연도 | 2020년 |
| • 주생산품 | 인삼홍삼 | • 웹사이트 | kdmartmall2.cafe24.com |
| • 소재지 | 서울특별시 동대문구 고산자로36길 3 | | |

조합 및 주요 생산품 소개



경동시장인삼협동조합은 40여년 간 인삼 경작의 오랜 경험과 노하우를 바탕으로 소비자의 건강을 최우선으로 생각하며 제품을 만드는 정직한 상인들의 협동조합입니다. 6년근 인삼을 원재료로 사용하여 수삼을 껍질 채 여러 번 찌고 말려 우리 몸에 유익한 생리활성 성분들이 생성된 인삼·홍삼 건강식품을 판매합니다.

브랜드·디자인 개발 필요성



브랜드 개발 전, 우리 협동조합의 제품은 소비자에게 저품질로 인식되는 경향이 있었습니다. 때문에 생산제품을 소비자에게 올바르게 각인시키기 위해서는 브랜드가 필요하겠다는 조합 내부의 공감대가 생겼습니다. 또한 인삼을 소비하는 대부분의 소비자가 중장년층에 한정되어 있어, 소비 영역의 확대가 절실합니다. 게다가 경쟁이 심화되는 인삼·홍삼제품 시장에서 우리 만의 차별성이 필요했습니다. 이러한 급변하는 환경 속에서 우리 조합의 경쟁력을 갖추기 위해 브랜드 개발에 참여하게 되었습니다.

개발 과정



브랜드·디자인 컨셉 도출 과정

... 저희 협동조합은 '간단명료하고 독창적인 표현'을 가진 브랜드를 원했습니다. 독특한 브랜드 네임과, 포부를 담은 독창적 슬로건으로 우리만의 특색을 갖추어야 소비자에게 기억될 수 있기 때문입니다.



브랜드·디자인 컨셉 도출 과정

… 때문에 B.I.의 경우, 인삼을 단순한 이미지로 표현하여 소비자들이 제품이 무엇인지를 직관적으로 알 수 있게 했습니다. 또한 ‘인삼묵자’라는 친근하고 부르기 쉬운 브랜드 명을 정했습니다. C.I.의 경우 B.I.의 인삼 이미지를 동일하게 사용하여 C.I.와 B.I.가 연결성을 가지도록 했습니다. 포장디자인의 경우, 가격이 높은 인삼제품의 포장인 만큼, 고급스럽고 진중한 느낌을 살리기 위해 골드·블랙·진홍의 메인 컬러를 기반으로 전통적 디테일을 살리는 데 집중했습니다.



브랜드개발 결과물



경동시장인삼협동조합
Kyeongdongmarket Ginseng Cooperative

개발 후 C.I.



개발 후 포장디자인



개발 후 B.I.와 캐릭터



브랜드·디자인 개발 효과성

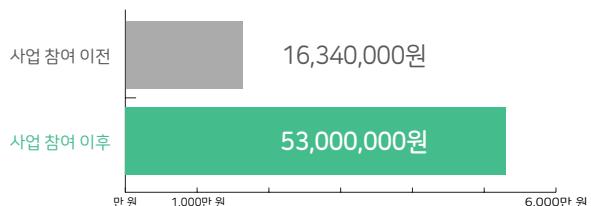
4종의 제품에 개발한 브랜드를 활용하고 있으며, 향후 지속적으로 브랜드를 활용할 예정에 있습니다. 브랜드 활용 이후 협동조합의 매출이 20% 이상 향상되었습니다. 또한 조합 홈페 이지 및 생산제품의 라이브 방송 시에도 브랜드를 적극 노출함으로써 매출 향상에 총력을 기울이고 있습니다.

브랜드 활용빈도

브랜드 개발 결과물 ‘항시 활용’ 응답

* 측정 척도 : ‘항시 활용’, ‘대체로 활용’, ‘활용성 보통’, ‘가끔 활용’, ‘활용성 낮음’

매출 변화



소비자 인지도 변화

브랜드 개발 후 소비자 인지도 ‘매우 상승’ 응답

* 측정 척도 : ‘인지도 매우 상승’, ‘인지도 상승’, ‘인지도 변화 없음’

부산광역시김치류협동조합

디자인수행업체

디앤아이커뮤니케이션(2021)

● 지원사업 참여연도 : 2021

● 브랜드 개발분야

B.I.

C.I.

캐릭터

포장디자인

제품디자인

조합정보



- | | | | |
|--------|----------------------|--------|---|
| • 대표자명 | 정가희 | • 설립연도 | 2014년 |
| • 주생산품 | 김치류 | • 웹사이트 | https://front.wemakeprice.com/deal/625865514 |
| • 소재지 | 서울특별시 동대문구 고산자로36길 3 | | |

조합 및 주요 생산품 소개



부산광역시김치류협동조합은 남녀노소 누구나 먹기 좋은 김치를 만드는 협동조합입니다. 100% 국내산 재료로 배추김치, 무김치를 제조하고 있으며, 소비자들이 부담없이 구매할 수 있도록 김치 상품을 다양하게 소분(3kg, 5kg, 10kg) 포장하여 판매하고 있습니다.

브랜드·디자인 개발 필요성



중국산 김치와 관련한 언론 보도 이후 국내산 김치에 대한 소비자의 불신이 팽배한 상황에서, 김치를 제조하는 우리 협동조합에 대한 소비자들의 신뢰를 확보하는 것이 중요해졌습니다. 아울러 조합 브랜딩을 통해 누구나 쉽게 찾을 수 있는 친근한 이미지로 소비자에게 다가가고 싶었습니다.

개발 과정



브랜드·디자인 컨셉 도출 과정

… 협동조합의 이름을 활용하여 바다와 산, 강이 어우러진 부산의 지역 이미지를 반영한 C.I. 개발을 희망했습니다. 또한 우리 협동조합의 김치가 국제여객터미널, 김해공항면세점, 다문화가정 밀집지역 편의점에 판매되고, 향후 수출 계획도 가지고 있는 만큼 C.I. 표기를 영문으로 진행하였으면 했습니다. 이에 브랜드 개발 컨셉을 'Busan', '김치', '배추'로 잡고 브랜드 개발을 진행하였습니다.



브랜드개발 결과물



개발 후 C.I.



위생·안전한 생산과정



생산·판매되는 김치



브랜드·디자인 개발 효과성

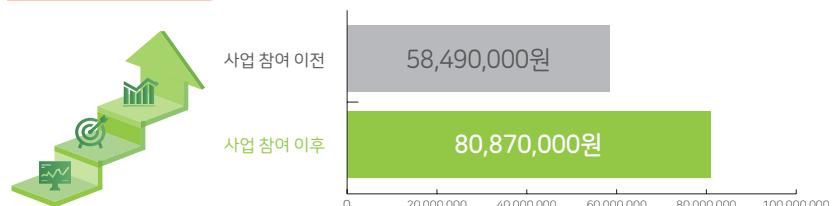
브랜드 개발을 통해 매출 상승에 큰 도움이 되었습니다. 식품 박람회에서 우리 협동조합의 김치가 많은 인기를 끌기도 했습니다. 제품을 알리는 데 난관을 겪고 있었는데, 본 지원사업을 통해 많은 도움을 받았습니다.

브랜드 활용빈도

브랜드 개발 결과물 '항시 활용' 응답

* 측정 척도 : '항시 활용', '대체로 활용', '활용성 보통', '가끔 활용', '활용성 낮음'

매출 변화



소비자 인지도 변화

브랜드 개발 후 소비자 인지도 '매우 상승' 응답

* 측정 척도 : '인지도 매우 상승', '인지도 상승', '인지도 변화 없음'

기장발효협동조합

디자인수행업체

(주)디앤아이커뮤니케이션

● 지원사업 참여연도 : 2020, 2022

● 브랜드 개발분야

◎ B.I.

C C.I.

C 캐릭터

◎ 포장디자인

C 제품디자인

조합정보



- | | | | |
|--------|------------------------|--------|--|
| • 대표자명 | 이순옥 | • 설립연도 | 2020년 |
| • 주생산품 | 지역특산주, 농산물 | • 웹사이트 | m.blog.naver.com/hyun21119
m.blog.naver.com/jp0384 |
| • 소재지 | 부산광역시 기장군 장안읍 신리길 63-5 | | |

조합 및 주요 생산품 소개



기장발효협동조합은 부산 기장 지역에서 생산되는 미역과 다시마, 흑미 등으로 제조한 지역 특산물을 판매하는 협동조합입니다. 또한 누룩(보리)을 활용한 된장과 고추장도 개발하여 판매하고 있습니다. 전통을 이어 받아 발효음식 문화의 저변 확대와 지역의 경기 활성화에 기여하고자 합니다.

브랜드·디자인 개발 필요성



지역 특산주의 브랜드 정체성을 확립하고, 포장디자인 개발을 통해 매출을 증진하는 것이 브랜드 개발의 큰 목표입니다. 특히 흑미는 특히 부산 기장에서 최초로 재배하기 시작한 상징적인 농작물인 만큼, 브랜딩을 통해 지역 특산물로서 공고히 자리매김하고 전 세대가 즐길 수 있는 식품이 되고자 합니다. '20년에 본 사업에 참여하여 개발한 미역주 브랜드 '미여그로'를 잘 활용하고 있던 터라, 한번 더 참여하게 되었고 올해는 흑미주 브랜딩을 통해 조합이 한번 더 도약할 수 있는 기회로 삼고자 합니다.

개발 과정



브랜드·디자인 컨셉 도출 과정

... 지난 '20년에 참여한 B.I. 및 포장디자인 개발에서는 '기장외가'라는 장류 브랜드와, '미여그로'라는 미역주 브랜드에 대한 디자인 작업을 진행했었는데요. 장류 브랜드 '기장외가'는 해가 뜨는 아침의 도시 기장군의 바다와 대지를 나타내면서, 간결하면서도 역동적으로 표현했습니다. 또한 미역주 브랜드 '미여그로'는 미역으로 만든 술이라는 것을 소비자들이 쉽게 알 수 있도록 표현했습니다. 그리고 특산주의 고급스러움이 전달될 수 있도록 원통 종이상자로 포장디자인을 구성했습니다. 올해 진행한 흑미주 포장디자인 개발에서는, '흑진주'라는 컨셉을 바탕으로 검은 쌀이 술을 빚으면 자주색의 약주로 변화하는 이미지를 그라데이션으로 표현했습니다.



브랜드개발 결과물

개발 후 B.I.



디자인 실행 음료제품



브랜드·디자인 개발 효과성

고급스러운 이미지를 살린 포장디자인과 브랜딩으로 지역 특산품으로 자리매김할 수 있었습니다. 소비자와 거리가 좁혀지고, 제품의 경쟁력도 상승할 것으로 기대합니다. 아울러 각종 전시회 참여 시에도 브랜드를 적극 활용하여 매출도 상승하게 될 것으로 기대가 됩니다.

브랜드 활용빈도

브랜드 개발 결과물 '항시 활용' 응답

* 측정 척도 : '항시 활용', '대체로 활용', '활용성 보통', '가끔 활용', '활용성 낮음'

소비자 인지도 변화

브랜드 개발 후 소비자 인지도 '매우 상승' 응답

* 측정 척도 : '인지도 매우 상승', '인지도 상승', '인지도 변화 없음'

조합원 수



사업 참여 이전 5명



사업 참여 이후 6명

개발 브랜드 상표 출원

2020.10.16., 출원번호 제40-2020-0183662호

에나시티협동조합

디자인수행업체

(주)브레인(2019), 모두의디자인(2022)

● 지원사업 참여연도 : 2019, 2022

● 브랜드 개발분야

◎ B.I.

◎ C.I.

○ 캐릭터

◎ 포장디자인

○ 제품디자인

조합정보



- | | | | |
|--------|-------------------|--------|------------------|
| • 대표자명 | 김종진 | • 설립연도 | 2017년 |
| • 주생산품 | 한복 대여, 기념품 판매 | • 웹사이트 | anacity.modoo.at |
| • 소재지 | 경상남도 진주시 진주대로 970 | | |

조합 및 주요 생산품 소개



에나시티협동조합은 한복 렌탈 전문 협동조합으로 출발하여, 우리나라 한복을 비롯한 전통 문화와, 지역 특산물을 체험하는 문화 융·복합 비즈니스를 창조하는 협동조합입니다.

브랜드·디자인 개발 필요성



차별화 된 신사업 분야를 발굴하고 조합의 경쟁력을 높이기 위해서는, 조합 아이덴티티를 구성하는 다양한 요소들을 통합한 브랜드 포트폴리오를 구축하는 것이 필요하다고 생각합니다. 이에 브랜드 개발 사업에 참여하게 되었고, '19년 B.I.와 C.I. 분야 브랜딩에 참여하였습니다. 또한 한복 체험 프로그램 이외에 관광 기념품 판매를 위하여 조합 고유의 생산 기념품에 대한 브랜딩을 강화하고자 포장디자인의 개발이 추가적으로 필요한 상황이었습니다.

개발 과정



브랜드·디자인 컨셉 도출 과정

... B.I.와 C.I. 개발에서 가장 중요하게 생각했던 것은 차별성이었습니다. 타 지역의 한복 체험과 차별성을 가지는 브랜딩이 필요했습니다. 또한 전통적 의미를 포함하면서도 현대적인 세련미를 표현했으면 했습니다. 이에 전통 5방색에서 색상을 추출하여 전통미를 살리면서도, 패스텔 톤으로 색상의 명도를 낮추어 현대적인 느낌도 갖추도록 했습니다.



브랜드·디자인 컨셉 도출 과정

••• 관광 기념품(방향제)에 대한 포장디자인은 진주시의 지역 특색을 반영하면서도, 타 개인 20대 여성을 겨냥하기 위하여 진주시 캐릭터를 활용하여 진행했습니다. 밝은 색상을 활용하고, 방향제마다 담고 있는 의미를 포장디자인에 나타내어 소비자에게 친근하게 다가가고자 했습니다.



브랜드개발 결과물



개발 후 C.I.



개발 후 포장디자인



브랜드·디자인 개발 효과성

조합의 모든 상품에 B.I.와 C.I.를 활용하고 있으며, 덕분에 조합 인지도가 상승하였을 뿐만 아니라 조합원들의 자부심을 고취하는데 크게 기여하였습니다. 포장디자인 또한 앞으로 생산할 조합의 상품에 적극 활용할 계획에 있습니다.

브랜드 활용빈도

브랜드 개발 결과물 '항시 활용' 응답

* 측정 척도 : '항시 활용', '대체로 활용', '활용성 보통', '가끔 활용', '활용성 낮음'

조합원 수

사업 참여 이전 12명



사업 참여 이후 14명



소비자 인지도 변화

브랜드 개발 후 소비자 인지도 '매우 상승' 응답

* 측정 척도 : '인지도 매우 상승', '인지도 상승', '인지도 변화 없음'

광진패션협동조합

디자인수행업체

(주)브랜다임앤파트너스

● 지원사업 참여연도 : 2022

● 브랜드 개발분야

B.I.

C.I.

캐릭터

포장디자인

제품디자인

조합정보



- | | | | |
|--------|----------------------|--------|------------------------------|
| • 대표자명 | 손영호 | • 설립연도 | 2021년 |
| • 주생산품 | 의류 | • 웹사이트 | smartstore.naver.com/hazflow |
| • 소재지 | 서울특별시 동대문구 고산자로36길 3 | | |

조합 및 주요 생산품 소개



광진패션협동조합은 패션·봉제업을 운영하는 소상공인들이 모인 협동조합으로서 다양한 의류를 제작합니다. 일반 의류(티셔츠 등)부터 고숙련의 기술을 필요로 하는 특종(숙녀복, 가죽의류 등)까지 다양한 조합원들이 모인 협동조합입니다.

브랜드·디자인 개발 필요성



봉제업은 과거 대한민국 뿐만 아니라 전 세계적으로 중요한 산업이었습니다. 하지만 90년대 이후 개발도 상국과의 경쟁이 심화되고, IMF 등의 국내 생산 여건의 악화로 현재는 봉제산업이 예전만큼 활성화되어 있지 않습니다. 때문에 이제는 단순한 생산 및 가공을 넘어, 조합의 브랜드 경쟁력을 키우는 것이 중요한 시대가 되었고 본 사업에 참여하게 되었습니다.

개발 과정



브랜드·디자인 컨셉 도출 과정

… 판매하는 의류 제품의 타겟이 20대 후반부터 30대까지이고 가격대가 높은 상품인 만큼, 가벼운 느낌의 브랜딩은 지양하고자 했습니다. 또한 어렵지 않은 나이도의 직관적으로 이해할 수 있는 외국어를 사용한 브랜드 네임을 개발하고자 했습니다. 많은 고민과 논의 끝에 '흐름을 가지다', '내면의 개성을 바탕으로 트렌드를 주도하고 이끌어가는'이라는 의미를 담은 '해즈플로우(hazflow)'라는 브랜드 네임을 개발하였습니다.



브랜드·디자인 컨셉 도출 과정

... 브랜드 네이밍을 토대로 하여, 해즈플로우가 지향하는 클래식함과 고급스러움을 담아낼 수 있는 세리프타입의 서체로 B.I. 디자인을 진행했습니다. 브랜드 네이밍과 슬로건을 원 형태로 이어지게 만들어서 끊이지 않고 흐른다는 의미를 표현했습니다.



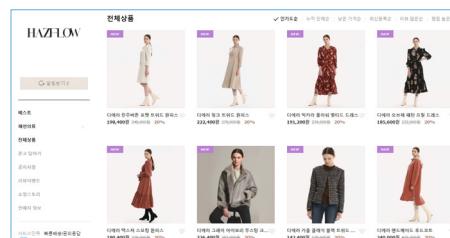
브랜드개발 결과물



개발 후 B.I.



개발 후 포장디자인



해당업체 홈페이지



업체 회의장면



브랜드·디자인 개발 효과성

브랜드 개발 결과물을 토대로 의류 룩북 촬영을 통해 의류 플랫폼(무신사, W컨셉 등) 입점 을 목표로 하고 있습니다. 개발된 브랜드가 앞으로 조합의 사업을 영위하는 데 있어 큰 도움 이 될 것이라고 생각합니다.

브랜드 활용빈도

브랜드 개발 결과물 '항시 활용' 응답

* 측정 척도 : '항시 활용', '대체로 활용', '활용성 보통', '가끔 활용', '활용성 낮음'

매출 변화



사업 참여 이전

15,000,000원

사업 참여 이후

20,000,000원



소비자 인지도 변화

브랜드 개발 후 소비자 인지도 '상승' 응답

* 측정 척도 : '인지도 매우 상승', '인지도 상승', '인지도 변화 없음'

산청지리산산업곤충협동조합

디자인수행업체

(주)디앤아이커뮤니케이션

● 지원사업 참여연도 : 2022

● 브랜드 개발분야

B.I.

C.I.

캐릭터

포장디자인

제품디자인

조합정보



- | | | | |
|--------|---------------------------|--------|------------|
| • 대표자명 | 윤철호 | • 설립연도 | 2017년 |
| • 주생산품 | 식용곤충 먹거리 | • 웹사이트 | lidemi.com |
| • 소재지 | 경상남도 산청군 친환경로3561번길 59-15 | | |

조합 및 주요 생산품 소개



산청지리산산업곤충협동조합은 신선하고 건강한 식용곤충 먹거리를 생산하는 협동조합입니다. 누룽지, 단백질 쉐이크, 각종 스낵 등 12종의 식용곤충 먹거리를 생산하고 있으며, 식용곤충 오일로 만든 오메가9도 생산하고 있습니다.

브랜드·디자인 개발 필요성



식용곤충 먹거리 시장은 점점 커져가고 있지만, 여전히 가장 큰 고민은 식용곤충에 대한 소비자의 거부감을 해소하는 것입니다. 우리 조합 또한 식용곤충 먹거리가 소비자들에게 건강식품으로 다가갈 수 있도록 다양한 노력을 하고 있는데요. 소비자와 거리감을 줄일 수 있는 브랜드 개발을 위해 본 사업에 참여하게 되었습니다.



개발 과정



브랜드·디자인 컨셉 도출 과정

… 소비자의 식용곤충 먹거리에 대한 거부감을 줄일 수 있도록 컬러, 문양, 폰트 등 전반적으로 친근한 이미지가 강조되기를 원했습니다. 또한 과학적으로 입증된 안전한 먹거리임을 강조하여 포장디자인을 개발하고자 했습니다.



브랜드개발 결과물



개발 후 포장디자인 A타입



개발 후 포장디자인 B타입



개발 후 포장디자인 C타입



브랜드·디자인 개발 효과성

식용곤충 먹거리에 대한 거부감을 해소할 수 있는 포장디자인으로 소비자와 거리가 좁혀지고, 제품의 경쟁력도 상승할 것으로 기대합니다. 아울러 각종 전시회 참여 시에도 브랜드를 적극 활용하여 매출도 상승하게 될 것으로 기대가 됩니다.

브랜드 활용빈도

브랜드 개발 결과물 ‘항시 활용’ 응답

* 측정 척도 : ‘항시 활용’, ‘대체로 활용’, ‘활용성 보통’, ‘가끔 활용’, ‘활용성 낮음’

소비자 인지도 변화

브랜드 개발 후 소비자 인지도 ‘상승’ 응답

* 측정 척도 : ‘인지도 매우 상승’, ‘인지도 상승’, ‘인지도 변화 없음’

건강한 사람들 협동조합

디자인수행업체

디자인 레몬트리

● 지원사업 참여연도 : 2020

● 브랜드 개발분야

B.I.

C.I.

캐릭터

포장디자인

제품디자인

조합정보



- | | | | |
|--------|---------------------------|--------|------------------|
| • 대표자명 | 김광석 | • 설립연도 | 2020년 |
| • 주생산품 | 발효식품 | • 웹사이트 | hp8245.modoo.net |
| • 소재지 | 부산광역시 강서구 체육공원로6번길 181-61 | | |

조합 및 주요 생산품 소개



건강한 사람들 협동조합은 조합원의 잉여 농산물을 활용하여 소비자의 면역력 증강에 도움이 되는 발효식품을 가공하여 생산하는 협동조합입니다. 천연 발효음료, 발효식초, 발효효소, 유산균 오곡칩 등을 생산하고 있습니다. 부산 지역의 파인애플, 토마토와 파프리카 등을 발효 시켜 본연의 맛을 해치지 않으면서도, 920억개의 살아있는 유익균을 함유하고 있는 자사의 발효식품은 소비자의 건강을 최우선으로 생각하며 만들었습니다.

브랜드·디자인 개발 필요성



상품을 개발·생산하였지만 브랜드와 디자인이 부족하여 상품 출시에 어려움을 겪고 있던 중 본 사업에 참여하게 되었습니다. 또한 수많은 음료 브랜드 속에서 우리 조합이 생산하는 음료가 차별성을 가지기 위해서는, 부산 지역의 특색을 반영한 음료 브랜드를 전문적으로 개발할 필요가 있다고 느꼈습니다.

개발 과정



브랜드·디자인 컨셉 도출 과정

... 수많은 음료 브랜드들 사이에서 경쟁력을 갖추기 위해, 기억하기 쉽고 부르기 쉬운 명칭의 브랜드를 개발하는 것이 가장 중요하다고 생각했습니다. 더불어 부산·경남의 지역적 특색이 드러날 수 있도록 하여 브랜드 정체성을 확립하고자 했습니다.



브랜드·디자인 컨셉 도출 과정

… 이에 다양한 이해관계자들을 대상으로 네이밍에 대한 설문조사를 실시하여 브랜드 네이밍에 대한 소비자 선호도를 파악하는 과정을 거쳐, 최종적으로는 '단디'라는 지역 사투리를 활용하여 소비자에게 친근하게 다가가면서도, 누구나 쉽게 인지하고 부를 수 있는 명칭을 활용한 브랜드를 개발하였습니다.



브랜드개발 결과물

개발 후 C.I.

단디.920  **Dandy.920** 



디자인 실행 음료제품



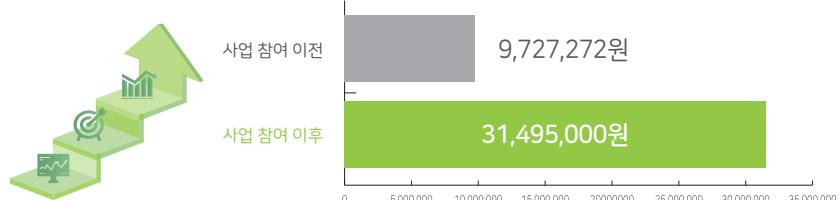
음료세트 제품박스



브랜드·디자인 개발 효과성

현재 자사의 다양한 제품에 개발한 브랜드를 활용하고 있습니다. 브랜드 활용 이후 협동 조합의 매출이 200% 이상 향상되었습니다. 또한 쿠팡, 위메프 등 대표 온라인몰에도 자사의 제품이 입점되는 등 좋은 성과를 거두고 있습니다.

매출 변화



개발 브랜드 상표 출원

2020.10.27., 출원번호 제40-2020-0191068호

아라가야협동조합

디자인수행업체

피엔아이

● 지원사업 참여연도 : 2022

● 브랜드 개발분야

C B.I.

C C.I.

C 캐릭터

◎ 포장디자인

C 제품디자인

조합정보



- | | | | |
|--------|-------------------|--------|--|
| • 대표자명 | 백유기 | • 설립연도 | 2017년 |
| • 주생산품 | 빵류, 주스류 등 | • 웹사이트 | www.aragaya.co.kr |
| • 소재지 | 경상남도 함안군 중앙남3길 30 | | |

조합 및 주요 생산품 소개



아라가야협동조합은 함안의 특산물을 활용하여 홍시주스와 빵류를 생산하는 협동조합입니다. 천오백년 전 '아라가야'의 이야기를 모티브로 콘텐츠를 만들어 함안지역 대표 관광상품으로 자리매김하고 있습니다. 특히 홍시 음료는 국내에서 유일한 독자 기술인 효소 분리공법을 통하여 자연적 홍시 맛과 영양성분을 담았으며, 숙취 해소에 최적화 된 배합을 가진 음료입니다.

브랜드·디자인 개발 필요성



조합에서 새롭게 개발한 홍시로 만든 숙취해소제의 브랜딩이 필요하여 본 사업에 참여하게 되었습니다. 홍시의 대표적 효능 중 하나인 숙취 해소의 기능이 강조되는 패키징으로 숙취음료 시장에서 점유율을 높여가고자 합니다.



개발 과정



브랜드·디자인 컨셉 도출 과정

… 흥시의 속성을 직접적으로 드러내고, 조합의 가치관을 담은 브랜드 디자인을 개발하고자 했습니다. 원재료를 전달하는 그래픽 개발과, 이후 확장될 제품에 적용 가능한 패키징 시스템이 필요했습니다. ‘흥시’ 그리고 ‘숙취해소’라는 키워드가 패키징에 나타날 수 있도록 메인 컨셉을 잡고 진행하였습니다. 원재료 흥삼의 색상을 사용하고, 즐거운 표정으로 술을 마시는 캐릭터를 심볼로 하여 달콤한 숙취해소제의 이미지를 표현했습니다.



브랜드개발 결과물



디자인 실행 음료제품



브랜드·디자인 개발 효과성

제품의 차별화 된 특성을 내포한 디자인 개발로 브랜드 인지도가 강화될 것이라고 생각합니다. 또한 자사 브랜드 결과물에 대한 권리 확보를 위하여 상표 출원도 계획하고 있습니다.

조합원 수



사업 참여 이전 7명



사업 참여 이후 8명

소비자 인지도 변화

브랜드 개발 후 소비자 인지도 ‘매우 상승’ 응답

* 측정 척도 : ‘인지도 매우 상승’, ‘인지도 상승’, ‘인지도 변화 없음’

협동조합 디자인올

디자인수행업체

(주)선영디자인

● 지원사업 참여연도 : 2022

● 브랜드 개발분야

C B.I.

C C.I.

◎ 캐릭터

◎ 포장디자인

C 제품디자인

조합정보



- 대표자명 박순복
- 설립연도 2019년
- 주생산품 의류·소품
- 웹사이트 designall.or.kr / 13-project.kr
- 소재지 부산광역시 사상구 새벽로 225

조합 및 주요 생산품 소개



협동조합 디자인올에서는 신진디자이너들의 판로를 지원하기 위한 패션 전문 쇼핑몰 '일삼 프로젝트'를 운영하고 있습니다. 유통망 확보에 어려움을 겪는 신진디자이너들의 폐업률을 줄이고, 경제적으로 정착할 수 있도록 지원합니다. 최근에는 협동조합의 자체 패션브랜드 런칭을 위해 다방면으로 준비하고 있습니다.

브랜드·디자인 개발 필요성



'19년 조합을 설립한 이후 고유 브랜드 없이 조합을 운영해오던 중, 브랜드의 필요성을 절감하고 본 사업에 참여하게 되었습니다. 신발·의류 포장 박스, Tag 등 의류 전반에 활용할 수 있는 범용성을 가진 포장디자인과 캐릭터 브랜드가 필요하다 느꼈습니다.

개발 과정



브랜드·디자인 컨셉 도출 과정

- 포장디자인은 소비자의 궁금증을 유발하게 하고, 조합 소재지인 부산의 다이나믹하고 Young한 이미지를 나타낼 수 있도록 개발에 착수하였습니다.
- 또한 캐릭터는 패션브랜드임을 단번에 보여주면서도, 우리 협동조합만의 아이덴티티를 살릴 수 있는 고유 캐릭터를 개발하고자 했습니다.



브랜드개발 결과물



개발 후 디자인



개발 후 포장디자인

디자인 회의장면



브랜드·디자인 개발 효과성

개발한 브랜드를 활용하여 대외 홍보 및 신상품 런칭 시 적극 활용할 계획에 있습니다. 또한 개발한 기본 브랜드를 기반으로 하여 향후 계속적으로 디자인을 업그레이드 해 나갈 예정에 있습니다. 캐릭터는 아직 개발 중이나, 협동조합의 아이덴티티를 반영한 캐릭터를 통해 브랜딩에 효과적으로 사용할 수 있을 것으로 기대하고 있습니다.

브랜드 활용빈도

브랜드 개발 결과물 '항시 활용' 응답

* 측정 척도 : '항시 활용', '대체로 활용', '활용성 보통', '가끔 활용', '활용성 낮음'

조합원 수



사업 참여 이전 5명



사업 참여 이후 6명

신규 고용인력



사업 참여 이전 2명



사업 참여 이후 3명

소비자 인지도 변화

브랜드 개발 후 소비자 인지도 '매우 상승' 응답

* 측정 척도 : '인지도 매우 상승', '인지도 상승', '인지도 변화 없음'

부산뷰티산업협동조합

디자인수행업체

커스텀옐로우

● 지원사업 참여연도 : 2022

● 브랜드 개발분야

B.I.

C.I.

캐릭터

포장디자인

조합정보



• 대표자명 반명숙

• 설립연도 2021년

• 주생산품 화장품 등

• 웹사이트 busanbic.com

• 소재지 부산광역시 강서구 낙동남로511번길 55

조합 및 주요 생산품 소개



부산뷰티산업협동조합은 부산을 거점으로 하는 화장품 전문업체가 모여서 탄생한 협동조합입니다. 부산의 상징물과 관광산업을 결합하여, 지역 기반의 뷰티상품 개발과 지역경제 활성화를 목적으로 하고 있습니다.

브랜드·디자인 개발 필요성



로컬 기반의 뷰티사업이라는 조합의 특성을 살려, 브랜드를 재미있게 소비자에게 알릴 수 있는 수단이 필요했습니다. 부산의 지역적 특성이 담겨 있고, 많은 사람들이 친근하게 생각할 수 있는 스토리가 있는 캐릭터를 개발하고자 했습니다.

개발 과정

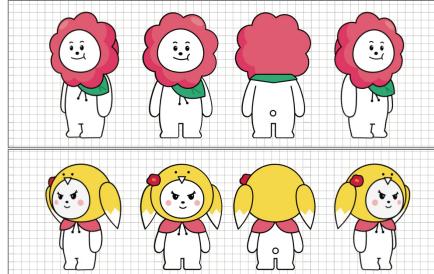


브랜드·디자인 컨셉 도출 과정

... 브랜드 포지셔닝과 타겟 형성을 위한 분석 결과 부산의 특성을 담은 캐릭터이면서도, 부산의 대표적인 꽃 '동백'과 연관지어 개발하면 좋겠다는 의견이 있었습니다. 또한 MZ 세대를 겨냥하여 MZ세대가 좋아할 수 있는 스토리를 입히고, 향후 웹툰 등 다양한 디지털 환경에 응용할 수 있는 브랜드를 개발하고자 했습니다. 그리하여 동백꽃의 영문명을 활용한 '카멜', '리아' 캐릭터를 개발하였습니다.



브랜드개발 결과물



개발 캐릭터 디자인



개발 디자인 적용 팬시용품



브랜드·디자인 개발 효과성

조합의 아이덴티티를 표현한 캐릭터로 다양한 업종과 제휴마케팅을 통해 브랜드 인지도가 상승할 것으로 기대합니다. 또한 스토리텔링을 입힌 기념품 제작 등으로 지역경제 활성화에도 기여할 수 있을 것이라 생각합니다.

결과물 활용빈도

브랜드 개발 결과물 ‘항시 활용’ 응답

* 측정 척도 : ‘항시 활용’, ‘대체로 활용’, ‘활용성 보통’, ‘가끔 활용’, ‘활용성 낮음’

소비자 인지도 변화

브랜드 개발 후 소비자 인지도 ‘상승’ 응답

* 측정 척도 : ‘인지도 매우 상승’, ‘인지도 상승’, ‘인지도 변화 없음’

매출 변화

브랜드 개발 결과물이 ‘매출 상승에 기여’ 응답

* 측정 척도 : ‘매출 상승에 기여’, ‘매출 상승에 다소 기여’, ‘매출 상승과 무관’

전라북도소상공인협동조합

디자인수행업체

수디자인

● 지원사업 참여연도 : 2022

● 브랜드 개발분야

B.I.

C.I.

캐릭터

포장디자인

제품디자인

조합정보



- | | | | |
|--------|--------------------|--------|-------------|
| • 대표자명 | 홍규철 | • 설립연도 | 2021년 |
| • 주생산품 | 마스크, 소독제 등 | • 웹사이트 | www.소상공인.kr |
| • 소재지 | 전라북도 김제시 벽성로 474-7 | | |

조합 및 주요 생산품 소개



전라북도소상공인협동조합은 소상공인의 열악한 경영환경을 개선하고, 판로를 개척하는 징검다리가 되고자 창설하였습니다. 주요 생산제품은 마스크, 소독제 등의 방역물품으로 다양한 온·오프라인 판로를 통해 판매하고 있습니다.

브랜드·디자인 개발 필요성



조합의 이름으로 마스크를 생산하여 판매하게 되면 소비자층이 전라북도로 한정될 수 있다는 우려가 있어, 새로운 이름을 가진 브랜드를 개발하면 좋겠다는 조합원들의 의견이 있어 브랜드 개발 사업에 참여하게 되었습니다.

브랜드·디자인 개발 필요성



브랜드·디자인 컨셉 도출 과정

... 친구라는 뜻의 '아띠'와 소상공인의 첫글자를 딴 '아띠소'라는 브랜드 네이밍을 개발하였으며, 포장디자인은 따뜻한 색감의 조합으로 밝고 희망찬 조합의 이미지를 나타냅니다. 노랑색, 민트색, 하늘색 등의 조합으로 브랜딩하여 소비자에게 보다 친근하게 다가가고자 하는 조합원들의 염원을 담았습니다.

개발 과정



브랜드개발 결과물



개발 후 C.I.



개발 디자인 적용제품



개발 후 포장디자인



브랜드·디자인 개발 효과성

협동조합의 브랜드 '아띠소'가 생기면서 전라북도에만 한정되지 않고 더 넓은 지역을 타겟으로 우리 조합을 홍보할 수 있게 되었습니다. 또한 밝은 색을 활용하여 제작된 B.I.로 분위기를 환기시키고, 명랑한 이미지로 소비자들에게 다가갈 수 있게 되었습니다.

결과물 활용빈도

브랜드 개발 결과물 '대체로 활용' 응답

* 측정 척도 : '항시 활용', '대체로 활용', '활용성 보통', '가끔 활용', '활용성 낮음'

소비자 인지도 변화

브랜드 개발 후 소비자 인지도 '상승' 응답

* 측정 척도 : '인지도 매우 상승', '인지도 상승', '인지도 변화 없음'

매출 변화

브랜드 개발 결과물이 '매출 상승에 기여' 응답

* 측정 척도 : '매출 상승에 기여', '매출 상승에 다소 기여', '매출 상승과 무관'

김천평화시장협동조합

● 지원사업 참여연도 : 2022

● 브랜드 개발분야

B.I.

C.I.

캐릭터

포장디자인

제품디자인

조합정보



- | | | | |
|--------|-----------------|--------|---------------|
| • 대표자명 | 박인숙 | • 설립연도 | 2021년 |
| • 주생산품 | 과일잼, 월병 등 | • 웹사이트 | url.kr/qmanbv |
| • 소재지 | 경상북도 김천시 평화길 88 | | |

조합 및 주요 생산품 소개



김천평화시장협동조합은 '21년에 설립되어 대표이사 외 6명이서 조합을 운영하고 있는 협동조합입니다. 김천의 특산품 샤인머스켓과 자두로 만든 과일잼·피클과 호두월병을 생산하고 있으며, 앞으로 신상품 개발을 위해서도 활발한 활동을 펼칠 계획입니다.

브랜드·디자인 개발 필요성



조합에서는 브랜드 없이 상품을 판매하고 있었는데요. C.I. 또한 일관성 없이 여러 서체를 혼용하여 사용 중이었습니다. 또한 캐릭터는 평화시장에서 활용하는 기존의 캐릭터를 단순히 차용하고 있어, 브랜드 전 분야에서 우리 조합만의 고유한 브랜드 개발이 필요했습니다.

개발 과정



브랜드·디자인 컨셉 도출 과정

... C.I., 캐릭터, 등 브랜드 개발 시 모두 김천의 특산품인 샤인머스켓과 자두를 모티브로 삼아 개발을 진행했습니다. 먼저 C.I.의 경우, 샤인머스켓을 뜻하는 연두색 원 모양과 자두의 별간 원이 겹치는 모양으로 로고를 구성하여 협력과 협동을 표현했습니다. 캐릭터는 기존 김천의 지역 캐릭터인 반달곰을 평화시장의 이미지에 맞게끔 각색하여, 샤인머스켓과 자두를 닮은 귀를 가진 앞치마를 입은 곰돌이로 표현했습니다.



브랜드개발 결과물



김천평화시장협동조합

개발 후 C.I.

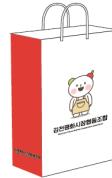


개발 후 캐릭터

CHARACTER DESIGN
화곰이



개발 후 쇼핑백



개발 디자인 적용 실제 결과물



브랜드·디자인 개발 효과성

우리의 마스코트가 될 캐릭터 '화곰이'와, 샤인머스켓과 자두를 의미하는 새로운 조합 로고로 소비자들의 우리 조합 브랜드 인지도를 높일 뿐 아니라, 조합원들의 결속력도 증진시킬 수 있을 것이라 기대합니다.

결과물 활용빈도

브랜드 개발 결과물 '항시 활용' 응답

* 측정 척도 : '항시 활용', '대체로 활용', '활용성 보통', '가끔 활용', '활용성 낮음'

소비자 인지도 변화

브랜드 개발 후 소비자 인지도 '매우 상승' 응답

* 측정 척도 : '인지도 매우 상승', '인지도 상승', '인지도 변화 없음'

매출 변화

브랜드 개발 결과물이 '매출 상승에 기여' 응답

* 측정 척도 : '매출 상승에 기여', '매출 상승에 다소 기여', '매출 상승과 무관'

공주시청년보부상협동조합

디자인수행업체

본파트너스

● 지원사업 참여연도 : 2022

● 브랜드 개발분야

○ B.I.

○ C.I.

○ 캐릭터

○ 포장디자인

○ 제품디자인

조합정보



- | | | | |
|--------|--------------------|--------|-------|
| • 대표자명 | 박종민 | • 설립연도 | 2018년 |
| • 주생산품 | 디저트류, 건어물, 공예품 등 | • 웹사이트 | |
| • 소재지 | 충청남도 공주시 산성시장1길 67 | | |

조합 및 주요 생산품 소개



공주시청년보부상협동조합은 공주의 청년 창업가들이 힘을 합쳐 꾸려나가는 협동조합입니다. 공주지역을 대표하는 관광 상품 제작을 위해, 지역 특산물인 ‘밤’으로 만든 수제밤초코파이를 생산하고 있는데요. 다크초콜릿을 코팅하여 식감이 부드럽고, 밤이 함유되어 있어 영양이 풍부한 제품이랍니다.

브랜드·디자인 개발 필요성



공주지역에 방문하는 관광객들이 구매하기 좋은 수제밤초코파이의 선물용 상품으로서의 가치를 높이기 위해서는 패키지 개발이 필요하다는 조합원들의 의견이 있었습니다. 또한 디자인에 차별화를 두어 관광객과 선물받는 사람들 모두가 행복할 수 있는 상품을 만들고자 했습니다.

개발 과정



브랜드·디자인 컨셉 도출 과정

… 다른 지역 특산품의 패키징 디자인 시장조사 결과, 지역을 대표하는 상징물, 캐릭터 또는 제품의 원료나 특성을 모티브로 활용한 사례들이 많았는데요. 그러한 장점들을 벤치마킹하되, 선물용 상품으로서 가치를 높이고 트렌디한 감성으로 SNS 등에 자랑하고 싶은 패키징을 개발하고자 했습니다. 특산물인 밤을 귀엽게 이미지로 표현하였고, 포장재는 골판지로 제작하여 고급스러운 느낌을 주었습니다.



브랜드개발 결과물



개발 후 포장디자인



브랜드·디자인 개발 효과성

제품에 대한 소비가 촉진되고, 공주지역의 시장 경제를 활성화 시키는데 도움이 될 것으로 예상합니다. 또한 초코파이 뿐 아니라 다양한 먹거리의 패키징에도 적용할 수 있을 것이므로 매출이 더욱 상승할 것으로 기대하고 있습니다.

조합원 수



사업 참여 이전 6명



사업 참여 이후 9명

소비자 인지도 변화

브랜드 개발 후 소비자 인지도 '상승' 응답

* 측정 척도 : '인지도 매우 상승', '인지도 상승', '인지도 변화 없음'

한국바이오뷰티산업협동조합

디자인수행업체

(주)아이온

● 지원사업 참여연도 : 2022

● 브랜드 개발분야

C B.I.

C C.I.

C 캐릭터

C 포장디자인

C 제품디자인

조합정보



- | | | | |
|--------|------------------|--------|--|
| • 대표자명 | 현미희 | • 설립연도 | 2019년 |
| • 주생산품 | 화장품 | • 웹사이트 | www.ohohsoo.kr |
| • 소재지 | 부산광역시 남구 신선로 365 | | |

조합 및 주요 생산품 소개



한국바이오뷰티산업협동조합은 어제보다 오늘 더 피부가 건강해지길 바라는 마음으로, 수년 간 임상과 연구개발을 통해 깐깐하게 고르고 검증된 성분으로 화장품을 만드는 협동조합입니다. 미네랄 영양의 마린 성분과 알래스카 빙하수가 어우러져 두피 장벽을 강화하고 건강한 모발로 만들어 주는 “오오수 탈모 샴푸”를 판매하고 있습니다.

브랜드·디자인 개발 필요성



최근 개발한 탈모 기능성 샴푸에 대한 브랜딩을 통해 신제품에 대한 소비자 인지도를 높이고자 합니다. 가치소비에 적극적이고 건강과 미용에 관심이 높은 소비자들이 많아지고 있는 만큼, 고급화 전략을 통한 우리 샴푸의 포지셔닝이 필요했습니다.

개발 과정



브랜드·디자인 컨셉 도출 과정

... 우리 조합의 디자인 개발 컨셉의 키워드는 ‘현대적인(Modern)’, ‘친환경(Eco)’, 그리고 ‘유행의(Trendy)’이었습니다. 심플한 패턴과 깔끔한 폰트, 그리고 절제된 이미지 사용으로 현대적인 느낌을 주고, 친환경 패키지를 활용하여 자연에서 유래한 원료로 만든 건강한 제품이라는 것을 표현했습니다. 또한 급변하는 소비자의 기호에 맞는 트렌디한 패키징으로 소비자에게 어필하고자 했습니다.



브랜드개발 결과물



개발 후 포장디자인



브랜드·디자인 개발 효과성

해외 바이어와 미팅 시 적극적으로 브랜드를 활용할 계획에 있습니다. 또한 온·오프라인의 다양한 판매 경로를 통해 협동조합의 브랜드 이미지가 제고될 것으로 기대합니다.

결과물 활용빈도

브랜드 개발 결과물 '항시 활용' 응답

* 측정 척도 : '항시 활용', '대체로 활용', '활용성 보통', '가끔 활용', '활용성 낮음'

소비자 인지도 변화

브랜드 개발 후 소비자 인지도 '매우 상승' 응답

* 측정 척도 : '인지도 매우 상승', '인지도 상승', '인지도 변화 없음'

매출 변화

브랜드 개발 결과물이 '매출 상승에 기여' 응답

* 측정 척도 : '매출 상승에 기여', '매출 상승에 다소 기여', '매출 상승과 무관'

세라공방협동조합

디자인수행업체

(주)아이온

● 지원사업 참여연도 : 2022

● 브랜드 개발분야

B.I.

C.I.

캐릭터

포장디자인

제품디자인

조합정보



- | | | | |
|--------|---------------------|--------|--------------|
| • 대표자명 | 강길순 | • 설립연도 | 2022년 |
| • 주생산품 | 도자기 등 | • 웹사이트 | ceracoop2022 |
| • 소재지 | 경상남도 김해시 진례로 275-50 | | |

조합 및 주요 생산품 소개



세라공방협동조합은 경남 김해시 도예협회원의 여성 도자소공인으로 구성된 협동조합입니다. 생활도자공예품 생산 및 전시·판매, 도자교육 체험, 공방 운영, 도자공예 관련 지역 문화행사 참여 등 다방면에서 도자 사업을 운영하고 있습니다.

브랜드·디자인 개발 필요성



‘22년에 협동조합이 설립되었기 때문에, 조합의 설립목적과 가치관을 담을 수 있는 첫 C.I.의 개발이 필요했습니다. 이를 통해 조합의 인지도를 높이고, 매출 증대에도 기여하고자 했습니다.

개발 과정



브랜드·디자인 컨셉 도출 과정

... C.I.를 개발할 때, 세련된 공방의 이미지를 담으면서도 향후 오픈하게 될 도자기 카페에도 브랜드로서 사용할 수 있는 범용성이 있었으면 했습니다. 이에 따뜻하고, 부드럽고, 고급스러움을 강조하여 도자기의 특성이 드러나는 C.I.를 개발하게 되었습니다.

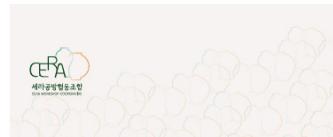


브랜드개발 결과물



세라공방협동조합
CERA WORKSHOP COOPERATIVE

개발 후 C.I.



개발 디자인 서식류



브랜드·디자인 개발 효과성

C.I. 개발로 조합의 정체성을 확보했을 뿐 아니라, 소비자 인지도를 높일 수 있었습니다. 특히 조합원들 간 화합과 단결된 구심점을 확보할 수 있었습니다. 간판·명함 및 스티커 등에 다양하게 활용하고 있으며, 「2022 진례도자기축제」에 참여 시 활용하여 협동조합의 차별성을 확보할 수 있었습니다.

결과물 활용빈도

브랜드 개발 결과물 '항시 활용' 응답

* 측정 척도 : '항시 활용', '대체로 활용', '활용성 보통', '가끔 활용', '활용성 낮음'

소비자 인지도 변화

브랜드 개발 후 소비자 인지도 '상승' 응답

* 측정 척도 : '인지도 매우 상승', '인지도 상승', '인지도 변화 없음'

매출 변화

브랜드 개발 결과물이 '매출 상승에 다소 기여' 응답

* 측정 척도 : '매출 상승에 기여', '매출 상승에 다소 기여', '매출 상승과 무관'

보탬플러스협동조합

디자인수행업체

제너럴워크

● 지원사업 참여연도 : 2022

● 브랜드 개발분야

 B.I.

 C.I.

 캐릭터

 포장디자인

 제품디자인

조합정보



- | | | | |
|--------|-------------------|--------|-------------------|
| • 대표자명 | 박진영 | • 설립연도 | 2018년 |
| • 주생산품 | 문화·예술 기획, 주류 판매 등 | • 웹사이트 | qualbeer_official |
| • 소재지 | 충청북도 충주시 관아5길 4-1 | | |

조합 및 주요 생산품 소개



보탬플러스협동조합은 충주시에 거주하고 있는 5명의 청년 사업가로 구성된 협동조합으로, 충청권역 문화콘텐츠 활성화와 충주시의 청년 문화·복지 증진에 자그마한 보탬이 되고자 하는 목적으로 설립한 청년활동 단체입니다.

브랜드·디자인 개발 필요성



수제맥주를 시작으로 다양한 분야로 사업을 확장할 계획에 있기에, 우리의 아이덴티티를 정립하면 서도 향후 여러 분야로 활용 가능한 범용성 있는 브랜드 네이밍과 디자인을 개발하고자 했습니다.

개발 과정

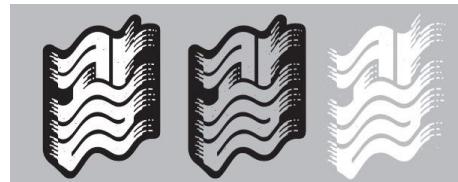


브랜드·디자인 컨셉 도출 과정

... 먼저, 브랜드 네이밍 시 가장 중점적으로 고려한 것은 '쉽고, 직관적이며, 유쾌하도록' 만드는 것이었습니다. 쉽고 단순하면서도 한글로 표현된 네이밍으로 누구나 한 번 보면 기억하기 쉬운 형태였으면 했습니다. 또한 아이덴티티가 네이밍 뿐 아니라 디자인 그 자체로도 표현되길 바랐기에, 라인과 패턴을 가진 B.I.를 구상하였습니다. 수많은 고민 끝에 '활'이라는 B.I.를 개발하였고, 이를 활용하여 수제맥주 포장디자인도 개발하였습니다.



브랜드개발 결과물



개발 후 C.I.



디자인 실행 제품



개발 디자인 적용 컨셉 홍보물



브랜드·디자인 개발 효과성

조합의 아이덴티티를 표현한 브랜드를 적극 활용하여 다른 행사와의 콜라보레이션을 추진하였으며, 방송 촬영 및 협찬 등에도 브랜드를 표출하여 인지도를 쌓아가고 있습니다.

결과물 활용빈도

브랜드 개발 결과물 ‘대체로 활용’ 응답

* 측정 척도 : ‘항시 활용’, ‘대체로 활용’, ‘활용성 보통’, ‘가끔 활용’, ‘활용성 낮음’

소비자 인지도 변화

브랜드 개발 후 소비자 인지도 ‘상승’ 응답

* 측정 척도 : ‘인지도 매우 상승’, ‘인지도 상승’, ‘인지도 변화 없음’

매출 변화

브랜드 개발 결과물이 ‘매출 상승에 다소 기여’ 응답

* 측정 척도 : ‘매출 상승에 기여’, ‘매출 상승에 다소 기여’, ‘매출 승과 무관’

육두레협동조합

● 지원사업 참여연도 : 2022

● 브랜드 개발분야

C B.I.

C C.I.

C 캐릭터

포장디자인

CCA

CCA

조합정보



브랜드·디자인 개발 필요성



우리 조합의 아이덴티티를 살린 포장디자인의
개발로 시장의 다양한 육가공 제품과 비교했을
때 경쟁력을 갖추고, 고급스러운 이미지를 추구
하고자 본 사업에 참여했습니다.

브랜드·디자인 개발 컨셉



브랜드·디자인 개발 결과물



• • • 마블링의 형태를 그래픽 모티브로 활용하여 고급스러운 패턴을 부여하고, 패키지에도 조합의 아이덴티티를 나타냈습니다. 우리 조합만의 포장디자인 개발을 통해 시장에서 경쟁력을 확보하고, 제품의 이미지 상승을 기대하고 있습니다. 또한 통일된 패키지를 활용함으로써 원가 절감에 기여할 수 있을 것으로 생각하며, 제조 방식에도 새로운 변화가 있으리라 기대합니다.



개발 디자인 적용사례

가치그린에너지협동조합

● 지원사업 참여연도 : 2022

● 브랜드 개발분야

C.I.

C.I.

캐릭터

포장디자인

쓰리데이

제품디자인

조합정보



- 대표자명 박정용
- 주생산품 태양광 기계장치 등
- 조합원수 6명
- 소재지 충청북도 청주시 청원구
신평중신1길 61-5

브랜드·디자인 개발 필요성



기술과 제조 기반으로 다양한 상품을 개발하고 있는 우리 협동조합은 브랜딩을 통해 제품 경쟁력을 높이고, 향후 여러 분야에도 확장하여 브랜드를 적용하기 위하여 본 사업에 참여하게 되었습니다.

브랜드·디자인 개발 컨셉



••• C.I 개발 시 중요하게 생각했던 것은 우리 조합의 아이덴티티를 담는 것 이었습니다. 또한 앞으로 다양한 상품에 브랜드를 사용할 예정에 있기에, 확장성 있고 간결한 디자인을 목표로 개발에 착수 했습니다.

화합과 목표 공유, 함께 이루어나가고자 하는 공동체의 모습을 C.I에 표현하였으며, 첨단기술과 신뢰·정직을 상징하는 파란색과 초록색으로 로고를 구성하였습니다.

브랜드 개발을 통해 향후 마케팅 활동 시 직접적 홍보 효과가 생길 것으로 기대하며, 소비자들의 인지도 또한 높아지리라 예측 합니다.

브랜드·디자인 개발 결과물



개발 C.I. 디자인



개발 디자인 적용

경기도농식품유통사회적경제협동조합

● 지원사업 참여연도 : 2022

● 브랜드 개발분야

B.I.

C.I.

캐릭터

포장디자인

제품디자인

디자인수행업체

(주)디자인더원

조합정보



- 대표자명 하영식
- 주생산품 장아찌, 쿠키 등
- 소재지 경기도 의왕시 월암길 41

브랜드·디자인 개발 필요성



우리 조합에서 생산하는 제품이 우수하지만, 제품의 우수성을 소비자에게 전달하기 위한 패키징이 다소 부족하여 본 사업에 참여하게 되었습니다. 각각의 상인들의 생산품에 적용되는 패키징이 달라 통일할 필요성도 있었습니다.

브랜드·디자인 개발 컨셉



• 당사의 투명한 제조과정과 제품의 우수성을 나타낸 포장디자인을 개발하고자 했습니다. 특히, 최근 식품 안전에 대한 소비자의 관심이 높아지면서 포장디자인을 통해 생산식품에 대한 소비자의 신뢰를 증진시키는 데 주안점을 두었습니다. 따뜻한 이미지를 줄 수 있는 갈색, 주황색 계열로 패키징을 구성했습니다.
반찬과 과자 상품 제조 시장에서의 명확한 포지셔닝을 통해 앞으로 효과적인 마케팅과 영업 활동이 가능할 것으로 기대합니다.

브랜드·디자인 개발 결과물



개발 디자인 적용사례

공예배우미협동조합

● 지원사업 참여연도 : 2022

● 브랜드 개발분야

B.I.

C.I.

캐릭터

포장디자인

디자인수행업체

디자인소리

조합정보



- 대표자명 이은주
- 주생산품 공예상품, 교육서비스 등
- 소재지 대구광역시 수성구 범어동 407-13

브랜드·디자인 개발 필요성



‘취미가 직업이 되는 그날까지’라는 모토를 가지고 있는 우리 협동조합의 가치와, 조합의 정체성인 ‘공예’라는 업의 상징성을 잘 표현할 수 있는 브랜딩이 필요하여 본 사업에 참여하게 되었습니다.

브랜드·디자인 개발 컨셉



… C.I.는 공예의 영문 첫 글자인 ‘G’를 모티브로 하여 공예의 상징성을 부여하였습니다. 또한 G 글자 하단에는 테이블을 상징하는 이미지를 넣어 배움의 장소, 공간의 의미를 담았습니다.

B.I.의 경우 ‘에음길’이라는 브랜드 네임을 정하여 개발했습니다. 에음길은 ‘천천히 돌아가다’라는 의미를 가지고 있는데, 배움의 속도는 천천히 하나하나 배워야 한다는 뜻에서 에음길이라는 브랜드 네임을 정했습니다. 메인 컬러는 갈색으로 편안하고 따뜻한 분위기를 연출하고자 하였습니다.

브랜드·디자인 개발 결과물



개발 C.I. 디자인



개발 디자인 적용



개발 B.I. 디자인



개발 디자인 적용

공주향협동조합

● 지원사업 참여연도 : 2022

● 브랜드 개발분야

B.I.

C.I.

캐릭터

포장디자인

제품디자인

디자인수행업체

디자인컴픽스

조합정보



- 대표자명 조천희
- 주생산품 공연장 대관, 공방 운영 등
- 소재지 충청남도 공주시
먹자3길 21

브랜드·디자인 개발 필요성



우리 조합의 정체성이 표현되지 않는 기존의 심볼을 개선하고자 본 사업에 참여하게 되었습니다. 브랜드 개발을 통해 우리 협동조합에 대한 소비자의 신뢰도를 높이고, 긍정적 효과를 유도하고자 합니다.

브랜드·디자인 개발 컨셉



• • • B.I. 개발의 핵심은 다양한 사람들(협동조합)이 어우러진 조화로운 모습을 표현하는 것입니다. 그렇게 개발한 B.I.는 각기 다른 색상의 도형으로 표현함으로써 개성을 가지고 있는 조합원들을 의미합니다. 이는 각기 다르지만 크게 보면 조화를 이루고 있다는 것도 의미합니다. 개발한 B.I.를 응용하여 향후 굿즈 제작 시 활용하고, 다양한 생산제품과 서비스에 적용하여 우리 조합을 알리고자 합니다.

브랜드·디자인 개발 결과물



공주향협동조합
Gongjuhyang coop



공주향 Gongjuhyangcoop

개발 B.I. 디자인



개발 디자인 적용

국제브레인협동조합

● 지원사업 참여연도 : 2022

● 브랜드 개발분야

B.I.

C.I.

캐릭터

포장디자인

제품디자인

디자인수행업체

모트

조합정보



- 대표자명 국수경
- 주생산품 디저트 등
- 소재지 경상북도 경산시 원효로 40길 47-1

브랜드·디자인 개발 필요성



현재 우리 조합에서는 ‘남몽몽’이라는 B.I.를 통해 마카롱, 타르트 등 다양한 상품을 판매하고 있지만, 브랜드만 존재할 뿐 제품의 특성이 잘 드러나지 않고 있습니다. 이에 제품의 특성에 맞는 패키징 개발을 통한 브랜드 가치 향상을 위하여 본 사업에 참여하게 되었습니다.

브랜드·디자인 개발 컨셉



… 제품명을 말하는 듯한 디자인으로 표현함으로써 식품의 식감과, 친근함을 나타내어 소비자와의 유대감을 보여주고자 했습니다.

또한 볼드체 타이틀로 풍부한 식감을 표현하였으며, 제품별 상이한 색상을 사용하여 주목도를 높이고, 기호의 사용으로 생동감을 연출하였습니다.

개발한 포장디자인을 활용하여 제품을 효과적으로 홍보하고자 하며, 우리 조합의 이미지 제고에 기여할 것이라 생각합니다.

브랜드·디자인 개발 결과물



개발 디자인 적용사례

그린제주협동조합

● 지원사업 참여연도 : 2022

● 브랜드 개발분야

B.I.

C.I.

캐릭터

포장디자인

디자인수행업체

행복스토리

조합정보



- 대표자명 주정숙
- 주생산품 화훼 등
- 소재지 제주특별자치도 제주시
삼무로 82

브랜드·디자인 개발 필요성



우리 조합은 2021년 설립된 신생 조합으로 소비자들에게 조합의 인지도를 높이는 것이 필요하여 브랜드 개발 사업에 참여하게 되었습니다. 전문적인 브랜드 개발을 통해 우리 조합의 이미지 제고도 기대하고 있습니다.

브랜드·디자인 개발 컨셉



… 협동조합 이름에서 착안한 초록색을 메인 컬러로 하여 새싹이 자라나는 모양을 표현한 B.I.를 개발하였습니다. 또한 6개의 화원이 서로 협동하여 자라나는 모습을 6개의 잎사귀로 표현했습니다.

꽃집 주인을 연상할 수 있는 캐릭터를 개발하여 조합의 정체성을 나타내고, 조합의 업에 대해서 효과적으로 보여주고자 했습니다.

포장디자인에서는 일부에 투명한 필름을 대어 패키지에 담긴 화훼 상품의 신선함을 엿볼 수 있도록 제작하였습니다.

브랜드·디자인 개발 결과물



개발 C.I. 디자인



개발 C.I. 디자인



개발 디자인 적용사례

김포청년농부협동조합

● 지원사업 참여연도 : 2022

● 브랜드 개발분야

B.I.

C.I.

캐릭터

포장디자인

제품디자인

디자인수행업체

(주)디자인나무

조합정보



- 대표자명 정재봉
- 주생산품 쌀, 잡곡류 등
- 소재지 경기도 김포시 봉성로 192

브랜드·디자인 개발 필요성



그간 우리 조합에서 생산하는 쌀 제품에는 기성 비닐 패키지를 사용하여 브랜드 이미지를 나타내기에는 어려움이 있었습니다. 이에 독창적인 브랜드와 포장 디자인을 제작해 우리 조합의 농산물 경쟁력을 확보하고자 참여하게 되었습니다.

브랜드·디자인 개발 컨셉



••• 여러 가지의 맛이 어우러져 아름답게 빛난다는 의미의 ‘오미찬란’이라는 브랜드 네임을 개발하고, 깔끔하면서도 정갈한 글꼴로 청년들의 젊은 감각을 나타내고자 했습니다.

또한 어두운 계열의 색상을 활용하여 직접 농사를 짓는 데에 드는 수고와 노력의 진중함을 표현하고자 했습니다.

쌀을 심플하게 형상화 한 브랜딩으로 청년들의 우직함과 단단한 진심을 표현하고, 생산 품질의 진정성을 나타낼 수 있는 브랜딩이 될 것이라고 기대합니다.

브랜드·디자인 개발 결과물



개발 B.I. 디자인



개발 디자인 적용사례

그린나래교육협동조합

● 지원사업 참여연도 : 2022

● 브랜드 개발분야

C B.I.

C C.I.

C 캐릭터

C 포장디자인

디자인수행업체

(주)선영디자인

조합정보



- 대표자명 김용균
- 주생산품 교구 세트
- 소재지 경상남도 창원시 의창구 평산로 23

브랜드·디자인 개발 필요성



그간 우리 조합에서 개발한 교구 세트가 특색이 부족하고 조합의 개성을 표현하지 못하고 있어, 포장디자인 개발을 통해 세련된 디자인으로 소비자들의 이목을 끌고자 본 사업에 참여하게 되었습니다.

브랜드·디자인 개발 컨셉



• • • 고급스럽고 아기자기한 일러스트에, 무겁지 않은 컬러감으로 밝은 느낌의 패키징 디자인을 하였습니다. 또한 한지 모양의 배경으로 한국적인 느낌도 살리고자 했습니다. 개발한 포장디자인을 통해 향후 다양한 제품에 다각적으로 활용함으로써 경비를 절감할 수 있을 것으로 생각되며, 자사 브랜드의 대외적인 홍보 효과도 기대하고 있습니다.

브랜드·디자인 개발 결과물



개발 디자인 적용사례

문화예술협동조합위드

● 지원사업 참여연도 : 2022

● 브랜드 개발분야

C.I.

C.I.

캐릭터

포장디자인

제품디자인

디자인수행업체

(주)디파트너스

조합정보



- 대표자명 김종숙
- 주생산품 공연, 행사기획, 교육 등
- 소재지 경기도 안산시 상록구 광덕산2로 23

브랜드·디자인 개발 필요성



자사의 기존 C.I는 조화롭지 못한 컬러와, 확장성을 고려하지 못한 디자인으로 한계를 가지고 있었습니다. 이에 개선을 통해 우리 조합의 차별화 된 로고와, 조합이 지닌 가치를 어필할 수 있는 브랜드로 정체성을 확립하고자 했습니다.

브랜드·디자인 개발 컨셉



… ‘교감’이라는 메인 컨셉을 토대로, 평범하지 않고 유쾌한 우리 조합의 이미지를 브랜드에 표현하고자 하였습니다. 하단의 말풍선을 상징화 한 그래픽을 통해 관객과 함께 소통하며 창작활동을 하는 조합을 표현하였습니다.

우리 조합이 추구하는 소통과 교감이라는 의미를 반영한 디자인을 통해, 조합만의 정체성을 확립함과 동시에 다양한 매체에서의 일관된 브랜드 적용으로 조합의 가치를 널리 대중에게 알릴 수 있는 계기가 될 것이라고 기대합니다.

브랜드·디자인 개발 결과물



WITH 위드
문화예술협동조합



개발 C.I. 디자인



개발 디자인 적용사례

네츄럴기프트협동조합

● 지원사업 참여연도 : 2022

● 브랜드 개발분야

○ B.I.

○ C.I.

○ 캐릭터

○ 포장디자인

○ 제품디자인

디자인수행업체

(주)선영디자인

조합정보



- 대표자명 박영신
- 주생산품 과일 등
- 소재지 부산광역시 사상구
사상로 250번길 58

브랜드·디자인 개발 필요성



조합에서 공통적으로 사용할 수 있는 공용 패키지 디자인이 부재하다고 느끼던 차, 본 사업에 참여하게 되었습니다. 또한 포장디자인 개발을 통해 포장재 생산에 소요되는 비용을 절감하고자 합니다.

브랜드·디자인 개발 컨셉



… 시장의 전통적인 느낌보다는, 신선한 제품을 판매한다는 것에 초점을 맞추어 브랜드 개발을 진행함으로써 젊은 주부들에게도 흥미를 유발하고자 했습니다. 단순한 포장디자인을 넘어 브랜드의 개성과 실용성을 살린 디자인을 추구하였으며, 일러스트를 통해 감성적인 분위기를 더하였습니다.

이를 통해 자사 브랜드의 대외적 이미지에 대한 홍보 효과가 커지기를 기대하며, 다각적으로 활용이 가능한 포장디자인을 통해 경비를 절감할 수 있을 것이라고 생각합니다.

브랜드·디자인 개발 결과물



개발 디자인 적용사례

대구화훼협동조합

● 지원사업 참여연도 : 2022

● 브랜드 개발분야

B.I.

C.I.

캐릭터

포장디자인

제품디자인

디자인수행업체

(주)플로우

조합정보



- 대표자명 주정숙
- 주생산품 화훼 등
- 소재지 제주특별자치도 제주시
삼무로 82

브랜드·디자인 개발 필요성



현재 우리 조합은 오프라인 매장과, 온라인 쇼핑몰 간 통합 브랜드가 구축이 되어 있지 않아서 소비자 의 인지도를 높이기 쉽지 않은 상황이었습니다. 이에 브랜드를 개발하여 우리 조합의 상품 이미지를 제고하고자 했습니다.

브랜드·디자인 개발 컨셉



… ‘플레르디’는 꽃을 뜻하는 프랑스어인 ‘플레르’와 대구(Daegu)를 조합하여 만든 네이밍으로, 대구의 대표적인 화훼 브랜드로 도약하고자 하는 우리 조합의 의지가 담겼습니다.

또한 식물과 알파벳 D를 합성하여 화훼업의 건전한 발전을 목적으로, 소비자에게 꽃과 식물로 소중한 순간을 제공하겠다는 우리 조합의 가치가 담긴 심볼을 개발하였습니다. 향후 오프라인 매장 간판, 제품 라벨 등 다양한 제품들에 브랜드를 도입할 예정에 있습니다.

브랜드·디자인 개발 결과물



개발 B.I. 디자인



개발 디자인 적용사례

우리마을대학협동조합

● 지원사업 참여연도 : 2022

● 브랜드 개발분야

○ B.I.

○ C.I.

○ 캐릭터

○ 포장디자인

디자인수행업체

주식회사 가봄

조합정보



- 대표자명 박한표
- 주생산품 커피, 비누, 차류 등
- 소재지 대전광역시 유성구 신성로62번길 49

브랜드·디자인 개발 필요성



우리마을대학협동조합의 제품 3종(커피, 비누, 차)을 잘 나타낼 수 있으면서도, 트렌디하며 제품의 장점을 명확하게 보여줄 수 있는 패키지 디자인이 필요했습니다. 세련된 이미지로 소비자의 수요를 넓히고 고객들에게 친숙하게 다가가 조합의 경쟁력을 높이고자 합니다.

브랜드·디자인 개발 컨셉



••• 브랜드 개발 시에 추구한 개발 컨셉의 키워드는 '따뜻함', '감성적'이었습니다. 조합의 아이덴티티를 담아내면서도, 조합이 소재한 신성동을 표현한 지도 이미지 내 각각의 제품을 일러스트로 표현하여 따뜻하고 감성적인 이미지를 보여주고자 했습니다.

이를 통해 향후 다양한 유통채널을 통한 판로 확보 시에 개발한 브랜드를 마케팅 수단으로서 적극 활용할 예정에 있습니다.

브랜드·디자인 개발 결과물



개발 디자인 적용사례

양산공연문화예술협동조합

● 지원사업 참여연도 : 2022

● 브랜드 개발분야

B.I.

C.I.

캐릭터

포장디자인

디자인수행업체

다채컴

조합정보



- 대표자명 김정묵
- 주생산품 문화예술 기획·연출 등
- 소재지 경상남도 양산시
증산역로163

브랜드·디자인 개발 필요성



세련된 브랜드로 경남지역의 문화를 선도하는 협동조합의 이미지를 만들어나가기 위하여 브랜드 개발에 참여했습니다. 협동조합의 설립 취지에 부합하고 한번 들으면 각인될 수 있는 브랜딩으로 친근한 이미지를 확립하고자 합니다.

브랜드·디자인 개발 컨셉



... 우리 조합은 경남지역의 문화예술인들이 지역의 문화예술 활성화를 위하여 설립한 조합으로, 전문성을 기반으로 양산의 문화예술을 이끌어 가고자 하는 뜻을 두고 있기에 진취적이고 당당한 모습을 추구하고 있습니다. 때문에 '우리는 즐겁고 당당하다'라는 우리 조합의 아이덴티티를 제대로 살려낼 수 있는 브랜드 개발을 원하였으며, '위편당당'이라는 브랜드를 개발하게 되었습니다.

브랜드·디자인 개발 결과물



개발 B.I. 디자인

부산동백협동조합

● 지원사업 참여연도 : 2022

● 브랜드 개발분야

B.I.

C.I.

캐릭터

포장디자인

제품디자인

디자인수행업체

(주)세인커뮤니케이션즈

조합정보



- 대표자명 김경민
- 주생산품 전통주 등
- 소재지 부산광역시 수영구
민락수변로239번길 82

브랜드·디자인 개발 필요성



기준 전통주 업체와의 디자인적인 차별성이 필요하다고 느껴 본 사업에 참여하게 되었으며, 제품 홍보 및 인지도 강화를 목표로 하고 있습니다.

브랜드·디자인 개발 컨셉



• 부산의 동백꽃을 미니멀하게 표현한 B.I.는 우아함과 세련미를 더하여 안정적이고 고급스러운 디자인을 완성합니다. 견고한 고딕 서체로 시각적인 안정감을 내며, 전통 단청색의 활용은 명인과 특산주라는 우리 조합의 특징을 담고 있습니다. 또한 부산의 광안대교와 바닷가, 그리고 전통주를 모티브로 한 B.I.는 Young한 디자인으로 젊은 2030 세대를 겨냥하고 있습니다. 트렌디한 디자인으로 소비자에게 우리 조합의 브랜드를 효과적으로 인식 시킬 수 있을 것이라 기대합니다.

브랜드·디자인 개발 결과물



개발 B.I. 디자인



개발 디자인 적용사례

이맘협동조합

● 지원사업 참여연도 : 2022

● 브랜드 개발분야

B.I.

C.I.

캐릭터

포장디자인

제품디자인

디자인수행업체

(주)수앤진컴퍼니

조합정보



- 대표자명 김민희
- 주생산품 식품
- 소재지 경기도 평택시 조개터로 6번길 32-3

브랜드·디자인 개발 필요성



우리 조합의 대표 감자탕 브랜드 “뼈다장인”의 브랜딩을 통해 향후 브랜드 확장에 있어 통일된 비주얼을 중심으로 이미지를 강화해 나가고자 참여하게 되었습니다. 또한 기존의 브랜드에는 우리 조합에서 표현하고자 하는 가치가 반영되지 못하여 개선하고자 했습니다.

브랜드·디자인 개발 컨셉



… 시중의 뼈해장국과는 차별화 된 맛이라는 점을 ‘장인’이라는 키워드와, 강직한 서체로 표현하여 ‘뼈다장인’이라는 브랜드로 형상화하였습니다.

진중하고 굳은 심지가 느껴지도록 하고, 시간이 지나도 유행에 흔들리지 않을 브랜드를 개발하고자 했습니다. 장인이라는 키워드를 담아 소비자들이 맛에 대한 기대감이 느껴지도록 브랜드 네임을 정했습니다.

브랜드·디자인 개발 결과물



뼈다장인 PYEODAE JANGIN

개발 B.I. 디자인



개발 디자인 적용사례

**2022년
소상공인 협업 활성화
공동사업(브랜드 개발) 성과사례집**

발행일 2022년 11월 30일

발행처 한국디자인진흥원

기획 한국디자인진흥원 혁신성장본부 산업육성실

홈페이지 www.kidp.or.kr

디자인 (주)온디자인

이 책의 모든 저작권은 디자인진흥원에 있습니다.
디자인 진흥원의 동의없이는 무단으로 사용할 수 없습니다.