



전주전통모주

네이밍/CI, BI 및 용기개발 사업 제안서

2009.07.31



전주전통모주 사업의
최적의 프로젝트 수행을 위해
최고의 전문가들이 모였습니다.



브랜드 개발 전략

프로젝트 개발 배경: 전통모주의 대외적 환경변화

Regional Value

National Value

Global Value

09향토산업육성사업선정

향토자원에 대한 국가적 지원

향토자원을 1,2,3차 산업이 연계된 지역 핵심전략산업으로 육성

09년도 총 30개 자원 중 전북지역에서는 남원추어탕 등 4개 자원과 함께 전주 전통모주 개발

전주전통모주의 상품화 상업화 가속

전주시 차원에서 술과 음료 등 다양한 기능성 상품으로 개발예정

단술에 한약재를 첨가한 모주를 캔(용량 240mL)과 팩(용량 280mL) 등 2종류로 만들어 출시

식품자원에 대한 국가적 투자와 관심 증대

전라북도 익산 국가식품클러스터 조성 등

동북아 식품산업을 선점하려는 국가적 차원의 투자와 지원이 확대되고 있음

전통주산업 진흥에 관한 법률안 제정 발의

한국의 맛에 대한 세계인의 선호도 증대

한국의 국가 이미지 향상과 더불어 김치 등 한국음식의 탁월한 효능에 대한 인식 확대

일본에서의 웰빙막걸리 열풍과 함께 향토기업인 (주)전주주조를 중심으로 팩-막걸리 공정 라인에 투자.

전주재팬 설립으로 막걸리와 함께 전통모주 173톤을 일본에 본격수출

전주전통모주는 지역을 벗어나 국가적, 세계적 가치를 갖는 전통주입니다

프로젝트 개발 배경: 전주전통모주 포지셔닝의 변화

지역의 확장

전주라는 지역에서만 파는 특정
지역주에서 일본을 비롯하여 전주를
방문하는 세계인이 즐길 수 있는 술

지역 →

Global

타겟의 확장

중년이나 노년 층이 즐기는 술에서
벗어나 젊은 층을 중심으로 하는
일반대중 타겟으로 포지셔닝

중년층 →

Young

상품의 확장

음식점에서 제각기 만드는
무(無)상표 술에서 전문주조회사가
만드는 상품화된 브랜드 .

無상표 →

Brand

젊은 세대가 웰빙 트렌드로 즐기는 세계 속의 전주모주!

프로젝트 개발 목표



‘모주’는 단순히 ‘酒’라는 상품이 아니라
 모주라는 매개체를 활용하여 다양한 관광과 축제로 확장될 수 있는
 전주만의 문화상품이며 국가와 문화에 다양한 식문화 개념을
 업그레이드 시킬 수 있는 계기로서 작용!

→ 궁극적으로 지역브랜드의 가치를 제고하고
 국가 식문화 가치 향상에 기여할 수 있는
 ‘전주모주’로 브랜드화 되어야 합니다.

프로젝트 수행범위

전주전통모주의 BRANDING을 위한 총체적 시스템 구축

Research & Strategy

- 경쟁시장조사/ 제품 진단
- 브랜드 포지셔닝 및 컨셉
- CI/BI 운용전략

(주)전주주조 CI

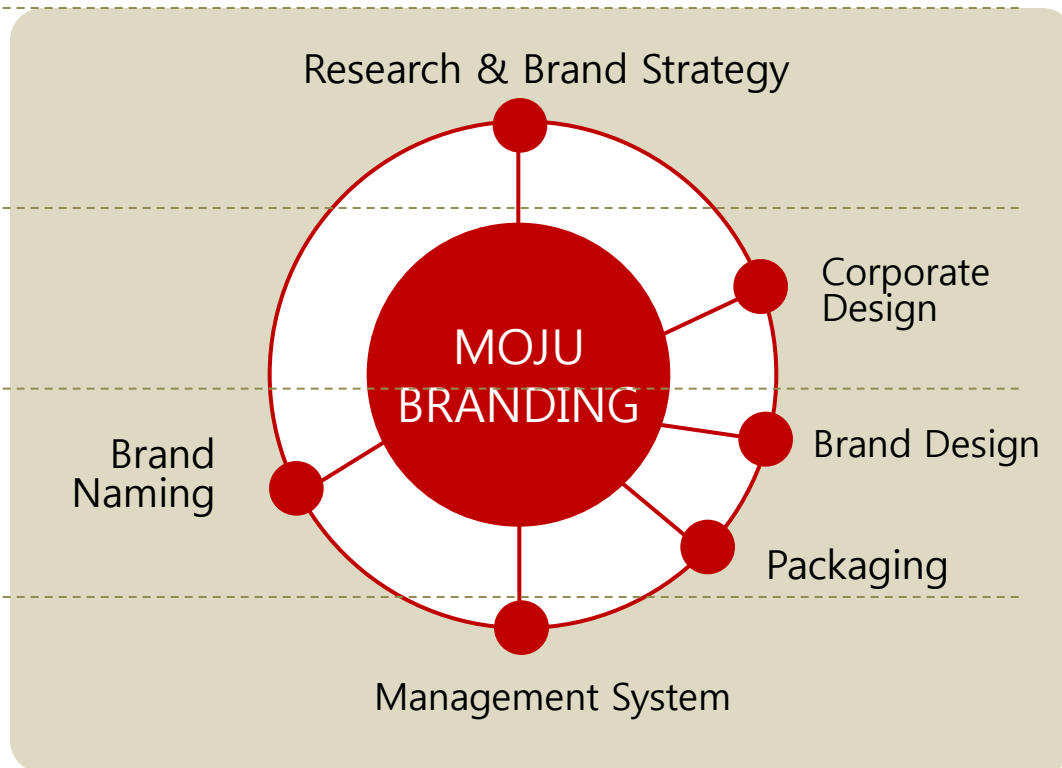
- 사업단 CI 기본 및 응용 디자인

전주전통모주의 BI 및 Packaging

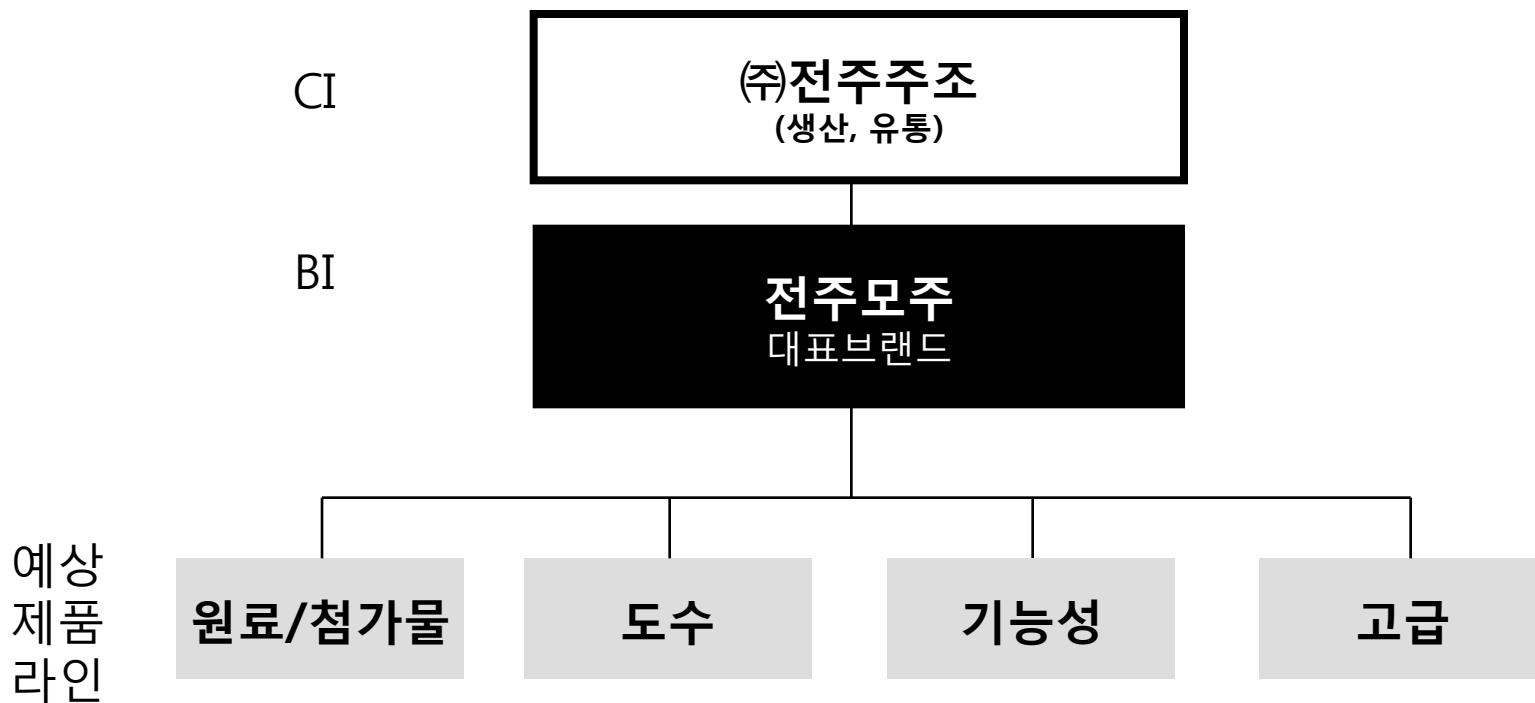
- 브랜드 명칭
- 브랜드 Design
- 용기 및 패키지 디자인 개발

CI 및 BI 관리 시스템

- 장기적이고 일관된 관리와 적용을 위한 디자인 시스템의 매뉴얼화



프로젝트 고려사항



향후 단계별로 출시되는 제품 라인을 고려, 브랜드 전략을 어떻게 전개할 것인가? - 브랜드 시스템 체계화 전략 필요

사례조사 : 단일 통합브랜드 전략

(주)이동주조



'이동'이라는 지명기반의 대표브랜드 우산 하에 첨가원료/카테고리별로 개별제품에 일반표현을 부가하여 확장

사례조사 : 통합 + 이원화 브랜드 전략



'서울'이라는 지명기반의 대표브랜드 우산 하에 회원사 연합별 생/쌀막걸리라는 제품카테고리별 브랜드를 이원화하여 적용

사례조사 : 통합 대표브랜드 + Sub-brand 전략



새로운 약주카테고리에 대표브랜드를 적용하여 브랜드 파워 강화
이후 맛, 도수, 기능성에 따른 서브 브랜드 도입 적용

사례조사 : 통합 브랜드 전략



특11(18%)

400ml*2병/전4개 지함포장 [VIEW](#)



서동요(18%)

400ml*1병 [VIEW](#)



1.8리터 유리병(18%)

소곡주 1.8리터 유리병 1병 [VIEW](#)



명품1호(18%)

손으로 빛은 도자기/2L [VIEW](#)



백제소곡주(13%)

소곡주 375ml/1병 [VIEW](#)



문갑미니아체(43%)

50ml*2병 [VIEW](#)



700어주(43%)

불소곡주 700ml 도자기 [VIEW](#)



사자(43%)

불소곡주 400ml 도자기 [VIEW](#)



주자(43%)

불소곡주 150ml 도자기 [VIEW](#)



명품2호(43%)

불소곡주/2L [VIEW](#)



도원(18%)

500ml*2병 [VIEW](#)



용두선물세트(43%)

150ml*2병 [VIEW](#)

‘한산소곡주’라는 브랜드 하에 통합브랜드 전략 구사
패키지 모티브의 명명체계화로 제품 세분화

사례조사 : 통합 브랜드 전략

(주)화요
燒



맛있는 요리에 맛을 더해주는 소주
HWAYO 25 화요



귀한 자리에 어울리는 귀한 소주
HWAYO 41 화요



화요 당초레드



홍연 골드



화요 명품2호

화요라는 대표브랜드 하에 통합브랜드 체계로 운용
단, 차별화된 패키지에 기반한 고급라인은 패키지 모티브에 기반한 명명체계로 구분

사례조사 : 개별 브랜드 전략

국순당



국순당이라는 우산 하에 대중제품의 경우, 일반적 카테고리명을 적용
단, 막걸리의 고급화를 통한 차별화 전략으로 고급제품별로 개별 브랜드 도입 적용

브랜드 전개 전략 방안

방안A. 대표브랜드+카테고리명

대표브랜드 하에 세분화되는 제품 속성
(도수, 기능성, 고급)에 대한 정보제공형
일반적 표현의 구분 체계 마련

OOO
일품

방안B. 대표브랜드+서브브랜드

대표브랜드 하에 세분화되는 제품 속성
(도수, 기능성, 원료)에 대한 브랜드성
있는 표현의 Sub-brand 적용

OOO
명작

방안C. 개별브랜드 전략

대표브랜드 하에 세분화되는 제품별로 속성 및
타깃 이미지를 반영한 별도의 개별 브랜드를
도입, 타깃 및 시장별 마케팅 커뮤니케이션 전개

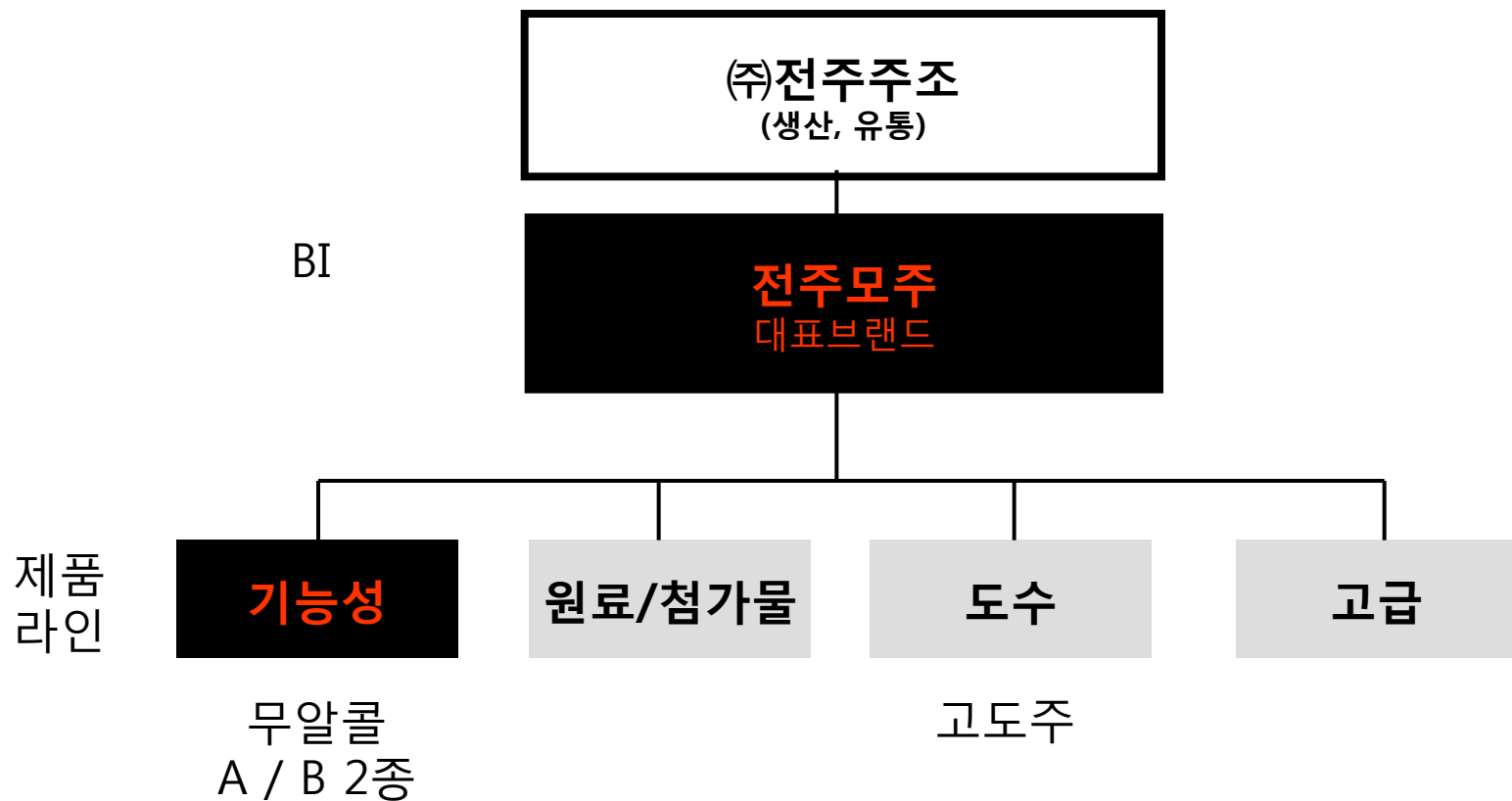
천년 妃傳

마케팅 커뮤니케이션 효율성 高

마케팅 커뮤니케이션 효율성 低

대기업/전문기업 대비 마케팅 자원의 한정성과 미투제품 출시 대응력을 고려,
전주모주의 신규 대표 브랜드 도입과 이에 대한 브랜드 이미지 Build-up에 집중
단계적으로 마케팅 성과에 따라 일부 전략 상품에 대한 Sub-brand 도입 고려

브랜드 전개 전략 방안



전주모주의 대표브랜드 개발 및 우선 구체화된 기능성(2종)에 대한 명칭체계화 전략 제시

아이덴티티 전략: 전주전통모주의 이해



속성

- 약주를 거르고 남은 찌기술(조선왕조실록 기록)
- 막걸리에 생강, 대추, 감초, 인삼, 갈근, 계피 등 한약재를 넣고 은근한 불에 끓인 건강 약주

유래

- 대비모주 大妃母酒 설/ '어머니의 술' 설/ 모주 와전 설

효능

- 숙취해소/ 혈액순환/ 감기몸살

전통성

역사적으로 계승되어 온

이야기성

다양한 설화 등의 풍부한 콘텐츠

지역성

맛의 고향 '전주'만의 지역적 특색

기능성

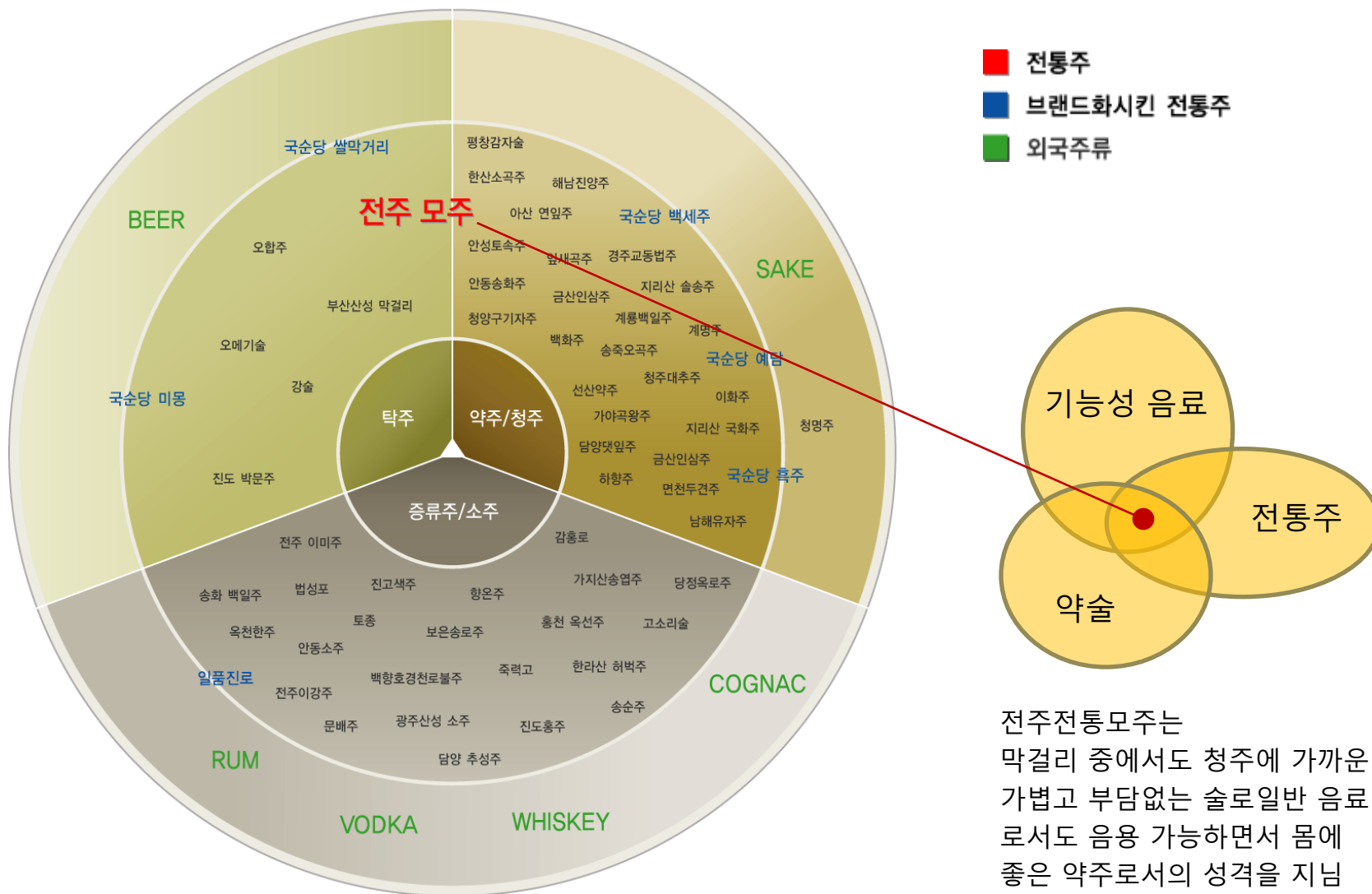
웰빙트렌드에 맞는 효능과 효과

확장성

다양한 먹거리와의 결합가능한

인목대비의 어머니가 빚었다고 전해지는 모주는 어머니가 만든 건강에 좋은 술이라는 이미지로 '옛부터 내려오는 전설', '어머니의 사랑'과 같은 스토리 텔링의 훌륭한 기반을 가지고 있습니다.

아이덴티티 전략: 전주전통모주의 포지셔닝



아이덴티티 전략: 컨셉 도출

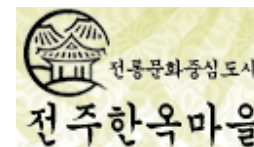
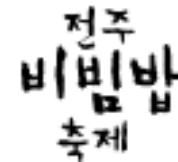
‘전주’라는 지역적 특성으로부터

가장 한국적이고 품격있는 한국 상층문화의 중심

예의와 격식, 한식문화, 풍류문화 등 한국문화의
전형과 우월성을 보여주는 대표적인 고장

풍류와 멋이 살아있는 신명의 고장

풍남제, 대사습놀이, 한지문화축제,
세계소리축제, 전주 국제영화제, 풍물의 고장



Korea-ness

한국문화의 전통과 원형을 대표하는 가장 한국적인
품격을 간직한 고장, 전주

아이덴티티 전략: 컨셉 도출

'모주'의 타겟으로 부터



애호가에게-

모주의 효능과 역사를 브랜딩

소비자에게-

젊은층을 포함하여 누구나 쉽게 마실 수
있는 편안한 전통주
'전주모주' 인지도 제고

국내 및 해외 일반국민에게-

모주의 설화와 함께 전주의 친근한 이
미지 전달

Experience

누구나 쉽고 친근하게 즐길 수 있는 색다
른 경험의 우리나라 전통주

아이덴티티 전략: **컨셉 도출**

'모주'의 차별화된 속성...

예의와 정성이 가득 담긴 술

막걸리의 5덕(德): 허기를 면해주고 /취기가 심하지 않고/추위를 덜어주고 /기운을 돋구어 줘 일할 수 있게 해주고 /의사를 소통시켜 줘 평소에 하지 못하던 말도 할 수 있게 해준다.

건강과 미용까지 생각하는 술

온갖 한약재를 넣어 달인 술로 혈액순환, 피부미용, 피로회복, 신진대사 촉진에 좋고 단백질 함량도 월등 알코올도수가 매우 낮아 간에 부담이 적음

여유와 소통의 문화를 가꾸는 대중의 술

알코올 도수가 낮아 오랜시간 음미하며 즐길 수 있으며 사발에 마시는 소통의 문화를 형성 남녀노소 누구나 즐길 수 있는 대중적인 술

Wellness

어머니의 사랑이 담긴 건강한 술

아이덴티티 전략: 컨셉 도출

Key Word 도출 전주라는 지역적 특성과 타겟에게 주는 가치, 모주만의 속성부터 키워드를 도출하여 네임 및 CI 개발 컨셉 설정





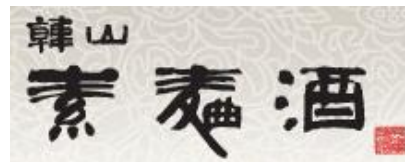
"Enriching Experiences, Sharing Pleasure"

5천년 역사의 시간이 빚어낸 특별한 경험
삶을 풍요롭게, 함께하는 시간을 즐겁게 하는 '전주모주'

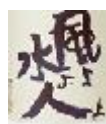
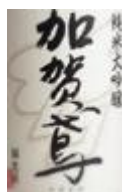
CI/BI 디자인 전략: Brand Symbol

디자인 현황분석

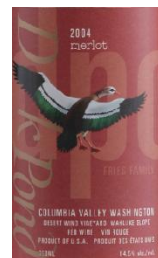
한국 전통주



일본 전통주



미주 및 유럽 전통주



우리나라 전통주는 대부분 캘리그래피를 활용하여 일본의 전통주 디자인과 차별화되지 못하고 있음. 그에 비해 일본이나 미주·유럽의 경우 현대적 디자인을 다양하게 접목시킴

CI/BI 디자인 전략: Brand Symbol

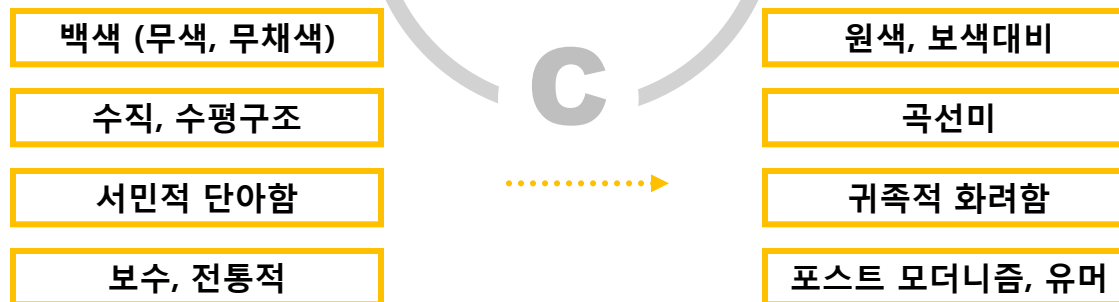
'한국적 이미지'에 대한 재해석을 통해 전주모주만의 차별화된 이미지를 형성하여야 함

- 동양 또는 한자문화권의 일반적 디자인으로는 차별화되기 어려우므로 한국만의 색채를 보다 현대적이고 세련된 이미지로 재해석하여 적용할 필요가 있음

• 전통과 현대의 조화



• 전체와 부분의 조화로운 대비



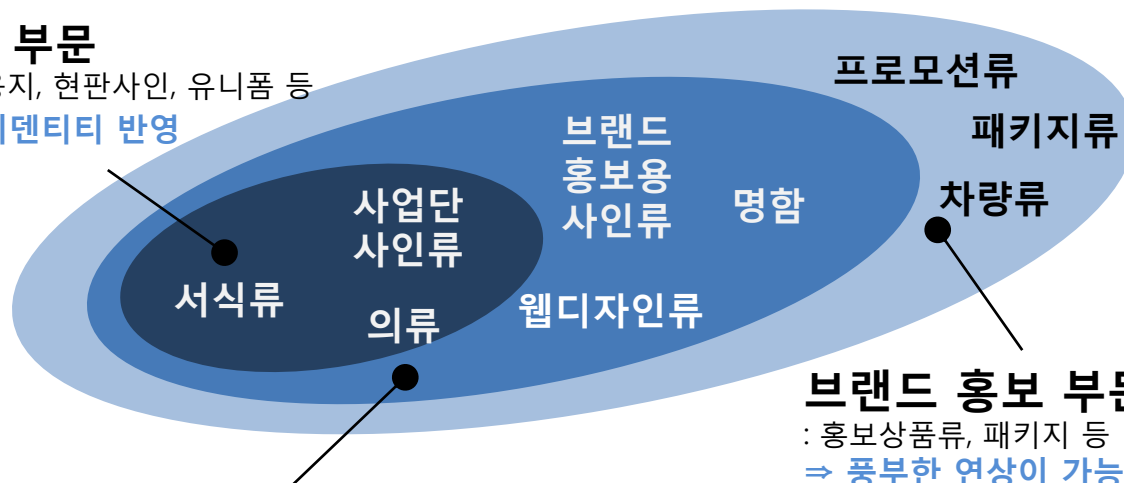
CI/BI 디자인 전략: Brand Application 개발 방향

적용항목에 있어 CI와 BI 디자인 적용부분을 구분하여
적용효과를 극대화하여야 함

- 사인류와 같이 기업 시설에 적용되는 부분과 브랜드의 집중적인 홍보가 필요한 부분의 구분

사업관련 부문

: 증서, 게시용지, 현판사인, 유니폼 등
⇒ 기업 아이덴티티 반영



CI/BI 공통 요소 : 현수막, 홍보물 등
⇒ 기업과 브랜드를 모두 홍보할 필요가 있는 항목

브랜드 홍보 부문 :

: 홍보상품류, 패키지 등
⇒ 풍부한 연상이 가능하며 다양한
커뮤니케이션 채널에 활용될 수
있도록 확장성 고려

CI Design
적용



BI Design
적용

CI/BI 디자인 전략: Brand Application

디자인 현황분석

한국 전통주

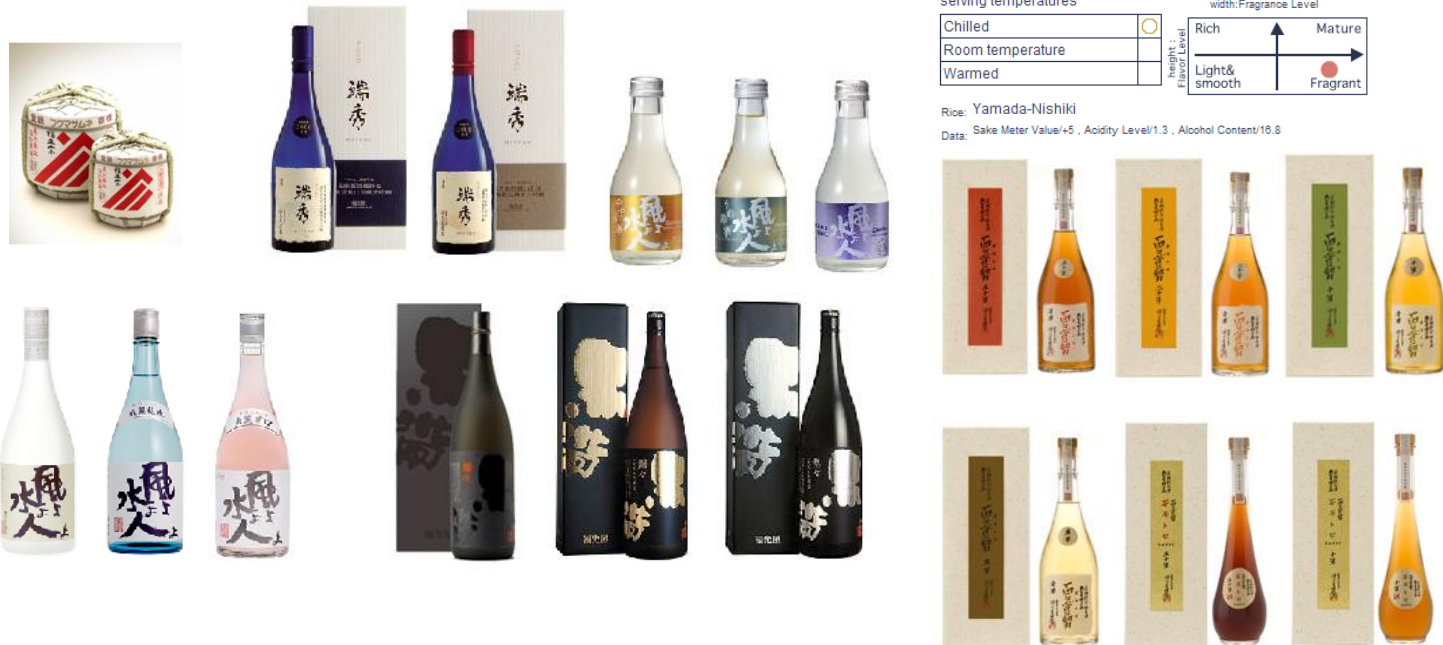


- 전반적으로 유사한 용기와 패키지 디자인으로 적용되어 있으며 다양성이 보이지 않음
- 각 술의 특징과 차별성이 전달되지 않고 있으며 시스템화되어 있지 못함

CI/BI 디자인 전략: Brand Application

소비자의 편익과 브랜드 가치를 전달할 수 있도록 시스템화

사례: 일본 전통주



Mizuho "Yutosho" (Junmai Daiginjo)

Prominent fruity fragrance with a smooth texture. Best served at 8°C.

SWEET ——— DRY

serving temperatures

Chilled	☐
Room temperature	☐
Warmed	☐

width: Fragrance Level

Rich	↑	Mature
Light & smooth	↓	Fragrant

Rice: Yamada-Nishiki

Date: Sake Meter Value/45, Acidity Level/1.3, Alcohol Content/16.8

- 심볼외에도 다양한 그래픽 패턴으로 풍부한 브랜드 자산 구축
- 술의 라인별로 용기형태/칼라/병뚜껑 등의 요소를 시각적으로 구분가능하도록 시스템화
- '전통적'이라는 한계를 넘어 현대적인 감각을 가미한 다양한 디자인 시도

네이밍 전략: 동종업계 패턴 분석

	지역명 연계	효익 지향	속성 + 감성	상징성 연계
전통 민속주	안동소주 경주교동법주 양양송이주 한산소곡주 전주이강주 동강더덕주 선운산복분자주 진도대북홍주 평창서주 홍천옥선주	장수 생막걸리 청춘예감	만홍滿紅 미몽米夢 산야山野	주몽 황진이 강쇠 새색시 월매생막걸리
이원화case	진도홍주Rubicon			가야곡 왕주Time of king
대중화제품		백세주 백화수복 천수만복	천국天菊 산사춘春 매화수秀 청하淸河	해오름 부자富者 마음의 宮

전통 민속주는 지역명이 연계된 형태가 대다수이고, 대중화 상품에서 제품 속성을 전달하거나 상징적, 감성적 표현 등이 공존

네이밍 전략: **막걸리** 기능성 제품 현황



남해군·지역업체
'남해마늘 막걸리 V1'



(주)엔존B&F
매생이 淸막걸리



전주주조공사
고구마 막걸리 명가

경기 안성 참살이 탁주



충남 공주 시곡 알밤막걸리



강원 평창 봉평 메밀막걸리



충북 단양 소백산 검은콩막걸리



지리적 표시 인증표장등록증			
OFFICE OF GEOSTATISTICAL MARK REGISTRATION AND PROTECTION, KASRPOTRA			
등록번호 (REGISTERED NUMBER)	제 44-XXXXXXX 호	발행일자 (ISSUANCE DATE)	20XX년 XX월 XX일
		유효기간 (VALIDITY PERIOD)	20XX년 XX월 XX일
인증대상 품목명 CERTIFIED PRODUCT NAME XX			
출산 원산지 증명서 번호 : XXXXXXX-XXXXXXX-XXXXXXX			
본인 발급권 증명을 위한 QR 코드			
인증대상품 사용범위 및 구분 USE OF DESIGNATION		지도 오프닝	
위의 표장은 「표지법」 제 46조에 기하되는 지리 표시(한계제품등록번호)와 동일성 여부를 결정할 수 있다. This label can determine whether it is identical to the geographical indication (GI) registered under the Korea Geographical Indication Protection Act.			
		2022년 04월 04일	
국 립 지 리 보 존 공 관 NATIONAL GEOGRAPHIC INFORMATION AUTHORITY		국 립 지 리 보 존 공 관 NATIONAL GEOGRAPHIC INFORMATION AUTHORITY	

네이밍 전략: 유사 사례

진도군
진도홍주신타력사업단



대대로 대대로영농조합법인



만홍
(규격: 500ml, 알콜함량: 40%)



만홍 백자
(규격: 400ml, 알콜함량: 40%)



만홍 흑자
(규격: 400ml, 알콜함량: 40%)



만홍 선물세트
(규격: 500ml, 알콜함량: 40%)



홍주 루비콘
(규격: 700ml, 500ml, 375ml, 알콜함량: 40%)



레드션
(규격: 500ml, 알콜함량: 40%)

개발 방향: 브랜드 명칭

Direction I

'전주모주'의 브랜드화

전주모주를 알리되
태그라인으로
스토리텔링 기반 제공

-전주모주와 더불어 모주의
유래를 활용한 독특한 태그로
타 민족주와 차별화하며 스토
리텔링의 기반을 마련한다

한국적 이미지
정통성 高



<안동소주>



<경주법주>

Direction II

별도 브랜드 도입

II-1 전통주 이미지

한자기반 별도브랜드로
전통주로서의 전통성과
오리엔탈 이미지 전달

-전주모주가 가지고 있는
속성 및 유래를 활용한 한자
표현으로 전통주 모주만의
특성을 전달한다

II-2 모던함/ 독특함

영문기반의 별도브랜드로
현대적이고
차별적인 이미지 구축

-전통주 모주를 현대적으로
재해석한 브랜드성 강한
명칭으로 타깃층에게 화제성
있게 어필한다

글로벌 이미지
브랜드성 高



<경주교동법주>

개발 방향: Direction I.

전주 모주를 알리되, 태그라인 부여로 스토리텔링 기반 마련

단순히 전주에 있는 모주가 아닌 전주라는 지역명칭 자체를 브랜드화하는 전략. 즉 지리적표시제 등록을 통해 철저한 품질관리, 홍보로 명품브랜드화를 추진하고 전주지역의 이미지제고에도 기여함.
또한 모주의 유래를 활용한 독특한 태그로 타 민속주와 차별화하며 스토리텔링의 기반을 마련



이탈리아 사보이 왕가의 셋째공주로 훗날 불가리아 보리스왕의 아내가 된 이탈리아 공주 Jovanna의 이름에서 따온 브랜드로 실제 캐릭터의 이미지를 브랜드 스토리로 전개



'백경'이라는 소설의 커피를 좋아하는 일등항해사 이름을 차용하여 문화가 있는 공간으로서의 이미지로 브랜드 스토리 텔링 전개

*지리적표시: 농산물 및 그 가공품의 명성, 품질 기타 특징이 본질적으로 특정지역의 질적 특성에 기인하는 경우 당해 농산물 및 그 가공품이 그 특정지역에서 생산된 특산품임을 표시하는 제도

개발 방향: **Direction II-1.**

한자기반 별도브랜드로 전통주로서의 전통성과 오리엔탈 이미지 전달

별도의 등록 가능한 명칭을 더하여 일반 모주와 차별화하는 전략. 전주의 모주 중에서도 브랜드화되어 믿고 찾을 수 있는 특화된 이미지 전달.



개발 방향: Direction II-2.

영문기반의 별도브랜드로 현대적이고 차별적인 이미지 전달

전통주 모주를 현대적으로 재해석한 브랜드성 강한 명칭으로 타깃층에게 화제성있게 어필.
20대 대학생과 같은 특정 타겟층이나 캔 제품과 같은 특정 제품의 특화 브랜드로 활용 가능



VS



브랜드 디자인 개발 예시 안

개발 방향: Direction I.

[예시 안]



[한자권]



[영어권]



A



A



개발 방향: **Direction II-1.**

[예시 안]



[한자권]

全州母酒 妃傳

[영어권]

妃傳

Jeonju Moju Bijeon

B



개발 방향: Direction II-2.

[예시 안]



[한자권]



[영어권]



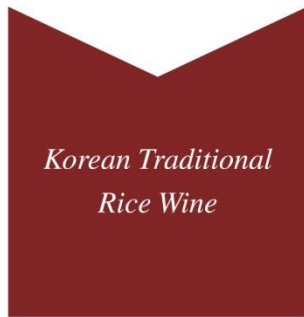
[한자권]



[영어권]



C



용기 디자인 개발 범위

1. 모주 병

- 용기 재질별: 도자기, 유리, PET 등.
- 용기 용량별 Variation
- 최소 5종

2. 모주 잔

- 제품별, 용도별 최소 5종



용기 디자인 전략: Design Philosophy

Liquor Idealism

전통주에 대한 새로운 패러다임

我來萬里駕長風 絕壑層雲許蕩胸
濁酒三杯豪氣發 朗吟飛下祝融峰

만리라 먼 길 와서 긴 바람에 몸 맡기니
깊은 골 층층 구름 가슴을 씻어주네
탁주 세 사발에 호기가 일어나서
목청껏 읊조리며 축융봉 날아 내려왔네

— 주희(朱熹, 1130~1200)



Clarity

전주 모주는 일반 전통주와는 다르다는 차별적인 표현력과 명확한 자신감

New Leadership

전통주에 대한 새로운 개념을 주도적으로 여는, 주목 받는 Look & Feel

Aesthetic

심미적인 우월성이 감성적 구매력으로 연결

용기 디자인 전략: Design Strategy

Origin Ahead

새로운 라이프스타일에 적합한 차별화 전략



- 1) Balance
- 2) Herbal Theraphy
- 3) 1% / 99%
- 4) Traditional Trendy



용기 디자인 컨셉: Design Concept Guide

1-1. Theme & Keyword

Balance

한의학적인
신뢰성
기능성
조화
라이프 스타일
편의성

Oriental Medical
Trust
Functional
Harmony / Harmonization
Target Life Style
Convenience

1-2. Concept Image



1-3. Concept Material & Color

Main



Transparent
Clean
Harmonious

Sub



Ivory
Warm
Friendly

용기 디자인 컨셉: Design Concept Guide

2-1. Theme & Keyword

Herbal Therapy

신체적, 정신적 건강
자연으로의 소구
순환
심신의 치유
자유
지구환경에 대한 관심

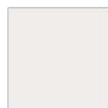
Well-being
Back to Nature
Circulation
Healing
Soul Freedom
Ecology

2-2. Concept Image



2-3. Concept Material & Color

Main



Warm Gray
Calm
Peaceful

Sub



Yellowish Green
Fresh
Sensible



Oak Brown
Comfortable
Soulful

용기 디자인 컨셉: Design Concept Guide

3-1. Theme & Keyword

1% Alcohol
99% Nutrition

명확한 자신감
안전성
영양성
다이어트
숨겨진 술 자원
전통주의 새로운 패러다임

Clarity
Clear
Nutritive
Diet
Undeveloped
New Liquor

3-2. Concept Image



3-3. Concept Material & Color

Main



Light Brown
Natural
Warm

Sub



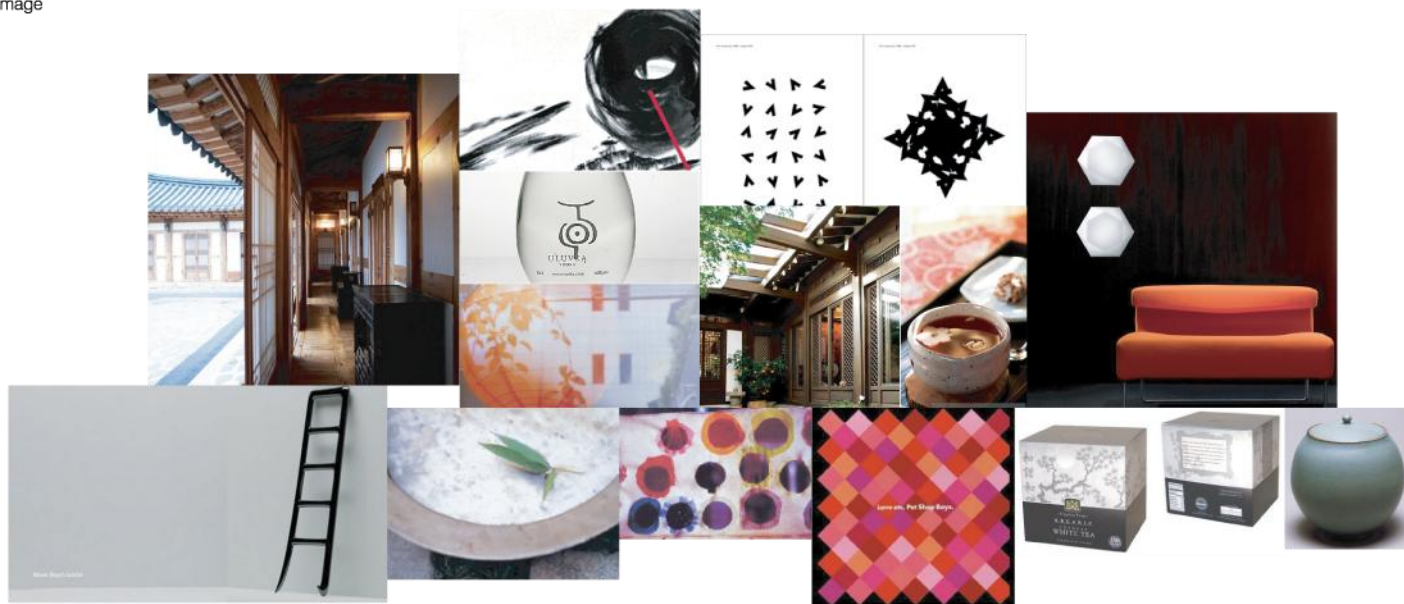
Cool White
Stillness
Rational

4-1. Theme & Keyword

동양적 감성
전통의 재해석 - 현대감
다문화주의
세계적
산뜻한
정제된
아트 터치
프로모션성
확장성

East meet West
West meet East
Global
Multiculturalism
Modernity
Cool
Refine
Art Touch
Expansible

4-2. Concept Image



4-3. Concept Material & Color

Main

White
Pure
Emptiness



Black
Fulfill

Sub



All Color
Artistic
Dynamic

용기 디자인전략의 결론

개발 범위

모주병

: 재질별, 용량별 Variation

모주잔

: 제품별, 용도별 Variation

개발 철학

“Liquor Idealism”

:전통주에 대한 새로운 패러다임

Clarity

차별화된 표현

New Leadership

신개념의 Look & Feel

Aesthetic

심미성, 감성적

개발 전략

Origin Ahead

새로운 라이프스타일에 적합한 차별화 전략

디자인 컨셉

Balanced

Harmony
Life Style

Herbal therapy

Nature
Freedom
Ecology

1% Alcohol 99% Nutrition

Nutritive
New Liquor

Traditional & Trendy

Global
Modernity
Refine

사업 관리 부문

프로젝트 추진 체계

수행조직 및 업무분장

수행 구성도

조사분석 및 전략수립, 명칭개발, CI/BI 기본 · 응용 디자인 개발, CI/BI 관리시스템 개발, 용기, 패키지 개발 및 국내 상표/ 디자인 출원과 등록에 관한 모든 사항을 CDR이 총괄하여 관리 함.



프로젝트 수행 조직

사업책임자_주 계약자 (CDR associates)			
성명	직위	담당업무	등급
김성천	대표	프로젝트 총괄관리	특급

전략 기획 (CDR associates)				네이밍 (NAMENET)				CI / BI / 패키지 디자인 (CDR associates)				용기 / 모주잔 디자인 (212)			
성명	직위	담당업무	등급	성명	직위	담당업무	등급	성명	직위	담당업무	등급	성명	직위	담당업무	등급
이은실	부사장	전략기획 총괄	특급	서상희	대표	네이밍 개발 총괄	특급	김도형	팀장	디자인 개발 전담	고급	김선경	대표	용기개발 기획총괄	특급
엄수용	실장	전략기획 전담	고급	조미재	이사	네이밍 기획/개발	특급	주승찬	과장	디자인 개발 전담	고급	김진화	이사	용기개발	특급
최정권	과장	전략기획	중급	임대지	팀장	네이밍 개발	초급	조경호	대리	디자인 개발	초급	고려빈	과장	코디 네이터	중급
오선영	대리	전략기획	초급	임혜진	사원	네이밍 개발	초급	김숙영	주임	디자인 개발	초급	이준영	대리	디자인 개발	중급
				김영주	사원	디자인 편집	초급	송현아	사원	디자인 개발	초급	이주나	대리	디자인 개발	초급
								금미라	사원	디자인 개발	초급	신정섭	사원	디자인 개발	초급
												서연자	사원	디자인 개발	초급

세부 개발 항목

조사분석 및 전략수립

Orientation

프로젝트 Brief 및 계획의 입안

Verbal · Visual Audit

국내 및 해외 유관사례의 언어자료 및 시각자료 조사

Interview

임원진 1:1 인터뷰

Research

- 전주모주 및 전통주 소비자 조사 (이미지, 용기)
- 국내외 우수사례 조사 분석
- 전통주에 관련된 마케팅자료 및 관련책자 분석
- 전주전통모주의 일반현황, 사업 영역 및 비전 조사 분석
- 브랜드개발을 위해 필요한 각종 문헌 및 기타 매체를 통한 조사
- 기초 시장조사 보고서 10부

Strategy

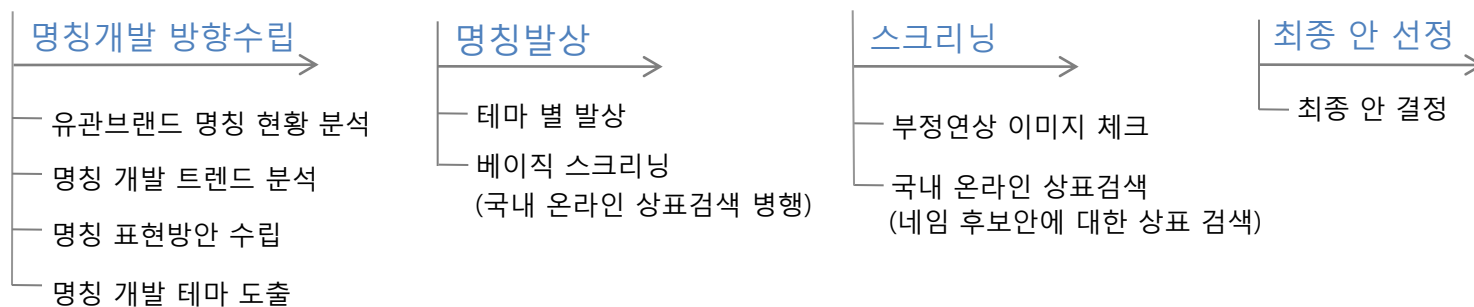
- 전주전통모주의 이미지 컨셉 전략
- 전주전통모주의 이미지 포지셔닝 전략 수립
- 전주전통모주의 Identity 표현 전략 방안 제시

Concept

- CI / BI 체계 정립
- Identity 이미지 표현 방향 설정

세부 개발 항목

명칭개발

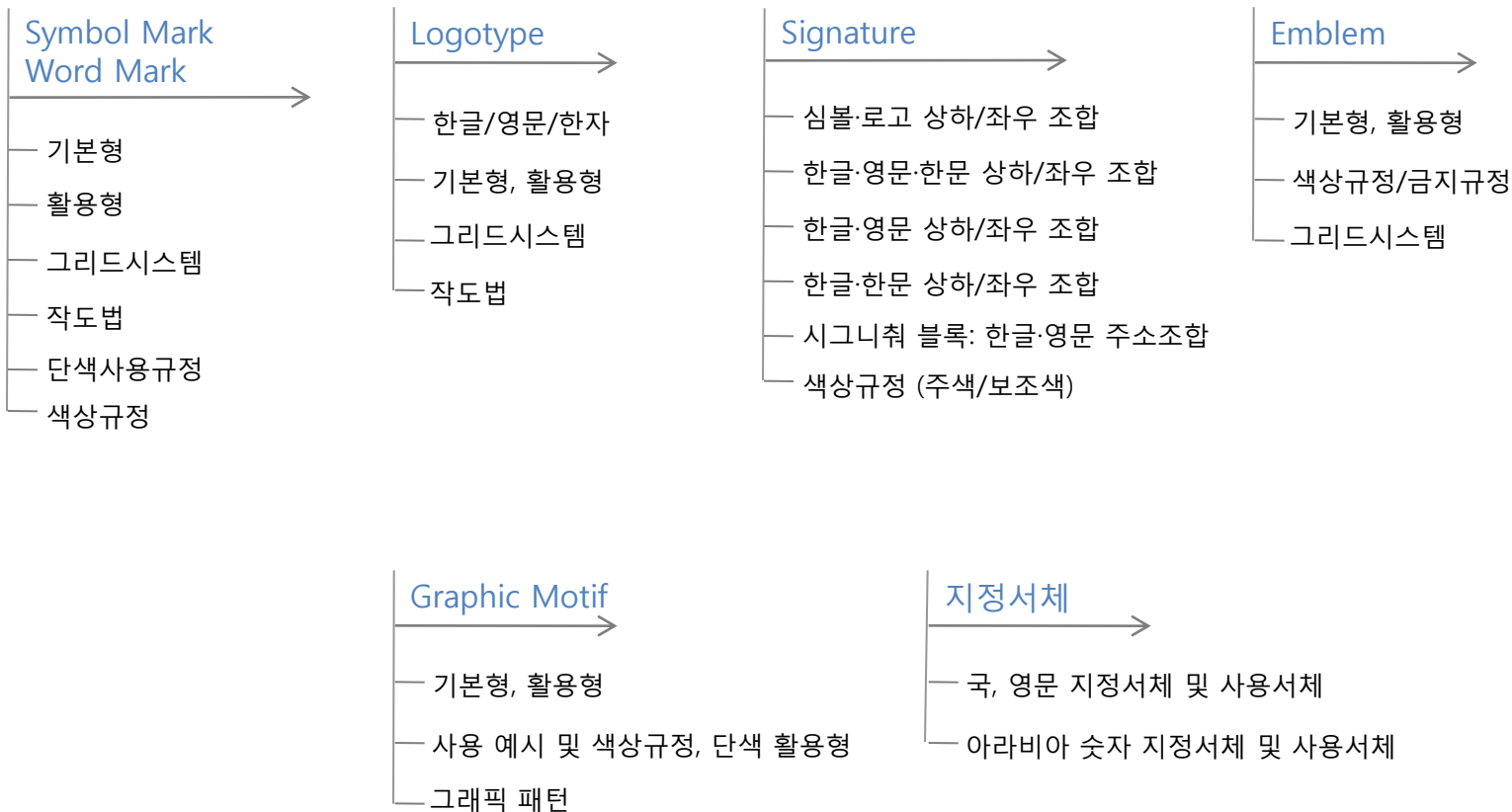


* 네임은 개발된 시안 중 1개 사용을 기준으로 하며, 추가로 네임을 취득하고자 할 시 비용은 협의하여 정함.

* 검색류는 3개 류 기준이며, 검색 류의 변동 및 추가에 따른 브랜드 네임 개발 건적은 상호 협의 하에 변경될 수 있음.

세부 개발 항목

CI / BI 기본디자인 개발



*별도 표시가 없는 경우 각 1종 개발을 원칙으로 함

세부 개발 항목

CI / BI 응용디자인 개발

서식류 (총 20종) →

- 명함(국문/영문)
- 레터헤드(국문/영문)
- 봉투(대/중/소)
- 공문서 양식(기안지 등)
- 팩스용지, 메모지,
문서보관서류철
- 공고지, 인사기록카드
- 정기간행물 표지 포맷

사인류 (총 30종) →

- 간판, 현판, 입간판
- 외부유도사인
- 종합안내사인
- 게시판
- 공공사인
- 부서인지사인

광고홍보류 (총 30종) →

- 광고 포맷(신문, 잡지, 와이드칼라, 버스)
- POP 포맷, 브로슈어 표지 포맷
- 배너 포맷
- 프로모션 물품(머그컵, 티셔츠)
- 현수막 포맷(가로, 세로, 대형)

의류 →

- 직원 유니폼(남/여),
안내직원 유니폼
(동복/하복),
사무복/운동복

웹디자인 →

- 메인페이지 포맷
서브페이지 포맷

차량류 →

- 버스
승용차

*CI/BI 응용디자인 개발 아이템은 상호 협의하에
변경될 수 있음

세부 개발 항목

CI 관리시스템

매뉴얼 제작

- 사용관리 규정 및 일반관리 지침
- Design Art Work:
매뉴얼 기획 및 디자인
- Manual: 매뉴얼 10부,
매뉴얼 DVD 50매

상표 · 서비스표 등록

상표 · 서비스표

- CI 상표 출원 및 등록 : 33류 술 / 112류 업무표장
- BI 상표 출원 및 등록 : 33류 술
- 용기(1종) 디자인 출원

세부 개발 항목

용기디자인 (모주병)

고급형 1종

- 재질: 자기 또는 유리
- Size Variation 1종 추가
- Color Variation 1~2종 추가

일반형 1종

- 재질: 유리 또는 PET
- Size Variation 1종 추가

용기디자인 (모주잔)

고급형 1종

- 재질: 자기 또는 유리
- Size Variation 1종 추가
- Color Variation 1~2종 추가

일반형 1종

- 재질: 유리 또는 PET
- Size Variation 1종 추가

용기디자인 (매뉴얼화)

용기디자인 매뉴얼

- Design Concept (디자인 컨셉)
- Design Development (디자인 전개 과정)
- Final Design (최종 디자인 내용)
- Design Specification (디자인 사양서)
 - 3D Modeling
(금형 설계 전 단계로, Size 및 용량 실측 Data)
 - Color 및 재질 시방
- Working Contents (제품 작동 요소)
- Amendment & Compact Disk (수정표 및 CD)

- 기타 세부 사항은 추후 협의.

추진절차 및 프로세스

* 매년 2회 중간보고회 개최

1

조사분석 및 전략수립

- Orientation
- Kick off Meeting 및 착수보고
- 사업단 임직원 대상 이미지 조사
- 소비자 조사
 - 국내 소비자 조사 (이미지/명칭/로그/용기 디자인 관련)
 - 자료조사/심층분석 사업단임직원설문조사
 - 설문조사결과 분석
- 실무협의
 - 기초조사 보고서 10부 제출
- Strategy
 - Verbal & Visual 표현방향 및 컨셉 설정

2

명칭 개발

- 명칭 개발
 - 명칭 개발방향 수립
 - 명칭 개발
 - 스크리닝
- 네임 1,2 차 보고회
 - 수정, 보완
- 내부 선호도 조사
- 최종명칭확정

3

CI/BI 기본디자인 개발

- 기본디자인개발
 - 디자인 표현전략 수립
 - 테마 별 발상 및 스크리닝
 - 후보안 선정
- 기본디자인 보고회
 - 수정, 보완
 - 기본디자인 확정 후 디자인 요소 개발
- 내부 선호도 조사
- 기본디자인 시스템 개발
- CI/BI 상표 출원

4

CI /BI 응용 디자인 개발

- 응용디자인 개발
 - 매체 별 적용계획 수립
 - 응용디자인 개발
- 실무협의, 응용디자인 보고회
 - 수정, 보완
- 응용디자인 시스템 개발
- 매뉴얼 개발
 - CI/BI 관리시스템 매뉴얼 기획 및 편집
 - 매뉴얼 칼라출력 10부, 데이터 DVD 50장
- 매뉴얼 납품

5

용기/모주잔 디자인 개발

- 용기 개발
 - 소비자 용기 기호도 조사 및 관련자료분석
 - 용기소재 발굴
 - 용기류 시제품 개발
 - 모주잔 개발
- 용기 디자인 1,2차 보고회
 - 수정, 보완
- 모주잔 디자인 보고회
- 용기 디자인 출원
- 매뉴얼 개발
 - 용기, 모주잔 관리시스템 매뉴얼 기획 및 편집
 - 매뉴얼 칼라출력 10부, 데이터 DVD 50장
- 매뉴얼 납품

6

패키지 디자인 개발

- 패키지 개발
 - 용량 판매용도별 패키지 분류 지정 및 개발
- 실무협의, 디자인 보고회
 - 수정, 보완
- 매뉴얼 개발
 - 패키지 관리시스템 매뉴얼 기획 및 편집
 - 매뉴얼 칼라출력 10부, 데이터 DVD 50장
- 매뉴얼 납품

2009년도~

2010년도~

2011년도~

2011.12.31

단계별 세부 추진 계획

조사분석 및 전략수립

착수보고 및 Kick-off Meeting - 계약 후 7일 이내 착수보고
- Kick-off Meeting을 통한 실무진 의견 수렴

임원진 인터뷰 - 임원진 1:1 인터뷰
- 인터뷰 내용 분석

자료조사 및 심층분석 - 국내 및 국외 사례 자료조사/심층분석

소비자 설문조사 - 소비자 설문조사 및 면접조사
- 브랜드 이미지 조사 및 용기관련 소비자 의견 분석

개발전략 및 컨셉설정 - 개발전략 및 컨셉 수립
- Verbal 및 Visual, 용기 개발 방향 전략 수립

실무협의 - 기초 시장 조사 보고
- 기초 시장 조사 보고서 제출 (10부)

단계별 세부 추진 계획

명칭 개발

개발방향 수립

- 개발 트렌드 분석
- 명칭 개발 방향 수립
- 차별화 요소 도출

발상 및 스크리닝

- Ideation: 키워드 도출, 통합발상
- 전략적 적합성 검토, 언어적 측면, 법률적 측면 검토

명칭 1차 보고회

- 명칭 개발안 1차 보고

수정 및 보완

- 1차보고 시 관련 참여자들의 의견을 반영하여 수정 및 보완

명칭 2차 보고회

- 명칭 개발안 2차 보고

내부 선호도 조사 및 평가

- 명칭 후보 안의 내부 직원 선호도 조사 및 평가

중간보고회 및 최종 안 결정

- 전문가 평가 및 사내 선호도 조사 결과 반영
- 최종 등록 가능한 안에 대한 장단점 분석
- 중간보고회 및 최종 안 결정

단계별 세부 추진 계획

CI 기본디자인 개발

CI / BI 개발 방향 확정

- 기본디자인 개발관점에서의 개발전략 및 컨셉 수립
- CI / BI 표현방향 설정

발상 및 스크리닝

- 전략별 디자인 테마 설정 및 자유발상
- 전략에 적합한 안에 대한 조형성 평가 - 후보안 선정

디자인 1차 보고회

- 기본디자인 중간보고
- 디자인방향의 압축

수정 및 보완

- 1차 보고 시 대두되었던 문제점에 대한 수정 및 보완
- 수정 및 보완된 안에 대한 적합성 평가
- (업체 고유의 Grading Logo 활용)

디자인 2차 보고회

- CI 기본디자인 최종 후보안 도출

내부 선호도 조사 및 평가

- 디자인 후보안에 대한 내부 직원 선호도 조사 및 평가

최종안 결정

- 최종 등록 가능한 안에 대한 장단점 분석
- 최종 안 결정

단계별 세부 추진 계획

CI 응용디자인 개발 매뉴얼 개발

응용디자인 개발 전략수립

- 매체 별 적용계획 수립

응용디자인 개발

- 기본디자인의 방향성에 적합한 CI 응용디자인 개발

실무협의

- CI 응용디자인 실무보고
- 개발 아이템 등에 관한 수정 및 보완 의견 수렴

수정 및 보완

- 실무협의 시 대두되었던 화제에 관한 수정 및 보완
- 최종 보고회 준비

응용 디자인 보고

- 전체 개발 항목에 관한 보고
- 개발 항목 디자인 확정

CI 디자인 매뉴얼 제작

- 매뉴얼 제작을 위한 편집 디자인 및 원고작업

단계별 세부 추진 계획

BI 기본디자인 개발 매뉴얼 개발

BI 발상 및 스크리닝

- 전략별 디자인 테마 설정 및 자유발상
- 전략에 적합한 안에 대한 조형성 평가 - 후보안 선정

디자인 1차 보고회

- 기본디자인 중간보고
- 디자인방향의 압축

수정 및 보완

- 1차 보고 시 대두되었던 문제점에 대한 수정 및 보완
- 수정 및 보완된 안에 대한 적합성 평가
- (업체 고유의 Grading Logo 활용)

디자인 2차 보고회

- BI 기본디자인 최종 후보안 도출

내부 선호도 조사 및 평가

- 디자인 후보 안의 내부 직원 선호도 조사

최종안 결정

- 최종 등록 가능한 안에 대한 장단점 분석
- 최종 안 결정

CI / BI 상표 출원

상표 출원

- CI / BI 최종안에 대한 상표 출원

단계별 세부 추진 계획

BI 응용디자인 개발

응용디자인 개발 전략수립

- 매체 별 적용계획 수립

응용디자인 개발

- 기본디자인의 방향성에 적합한 BI 응용디자인 개발

실무협의

- BI 응용디자인 실무보고
- 개발 아이템 등에 관한 수정 및 보완 의견 수렴

수정 및 보완

- 실무협의 시 대두되었던 화제에 관한 수정 및 보완
- 최종 보고회 준비

응용 디자인 보고

- 전체 개발 항목에 관한 보고
- 개발 항목 디자인 확정

BI 디자인 매뉴얼 제작

- 매뉴얼 제작을 위한 편집 디자인 및 원고작업

CI/BI 매뉴얼 납품

매뉴얼 제작 및 납품

- 매뉴얼 칼라출력 및 교정
- 매뉴얼 10부 / 매뉴얼 DVD 50매

단계별 세부 추진 계획

용기/모주잔 개발 매뉴얼 납품

디자인 개발 전략 수립

- 국내외 자료 조사 및 소비자 설문 조사 내용을 바탕으로 개발 전략 및 컨셉 수립
- 디자인 표현 전략 수립

디자인 개발

- 제품별, 디자인, 용량, 용도, 내용물 보존 등에 따른 용기 개발 및 디자인

용기 디자인 1차 보고회

- 용기 디자인 1차 보고

수정 및 보완

- 1차 보고 시 대두되었던 화제에 관한 수정 및 보완
- 2차 보고회 준비

용기 디자인 2차 보고

- 용기 디자인 2차 보고 및 중간보고
- 용기 디자인 최종 후보안 도출

모주잔 개발

- 용기 디자인에 따른 모주잔 디자인 개발

모주잔 디자인 보고 및 중간보고

- 모주잔 디자인 보고
- 중간 보고

양산감리

- 금형 Follow-up
- 시제품 및 양산 Follow-up

용기/모주잔 개발 매뉴얼 납품

디자인 매뉴얼 제작

- 용기와 모주잔 제작을 위한 매뉴얼 제작

중간 보고 및 매뉴얼 납품

- 중간 보고
- 매뉴얼 칼라출력 및 교정
- 매뉴얼 10부 / 매뉴얼 DVD 50매

용기 디자인 출원

용기 디자인 출원

- 최종안에 대한 디자인 상표 출원

단계별 세부 추진 계획

패키지 디자인 개발 매뉴얼 개발

패키지디자인 개발 전략수립

- 디자인 표현 전략 수립
- 패키지 분류 및 적용 계획 수립

패키지 디자인 개발

- 디자인의 방향성에 적합한 패키지 디자인 개발

행사용 패키지 개발

- 패키지 디자인 개발 방향 및 실무협의 내용을 바탕으로 행사용 패키지 디자인 개발

실무협의

- 패키지 디자인 실무 협의

수정 및 보완

- 실무협의 시 대두되었던 화제에 관한 수정 및 보완
- 최종 보고회 준비

디자인 보고

- 수정 및 보완 된 패키지 디자인 및 행사용 패키지 디자인 개발 보고

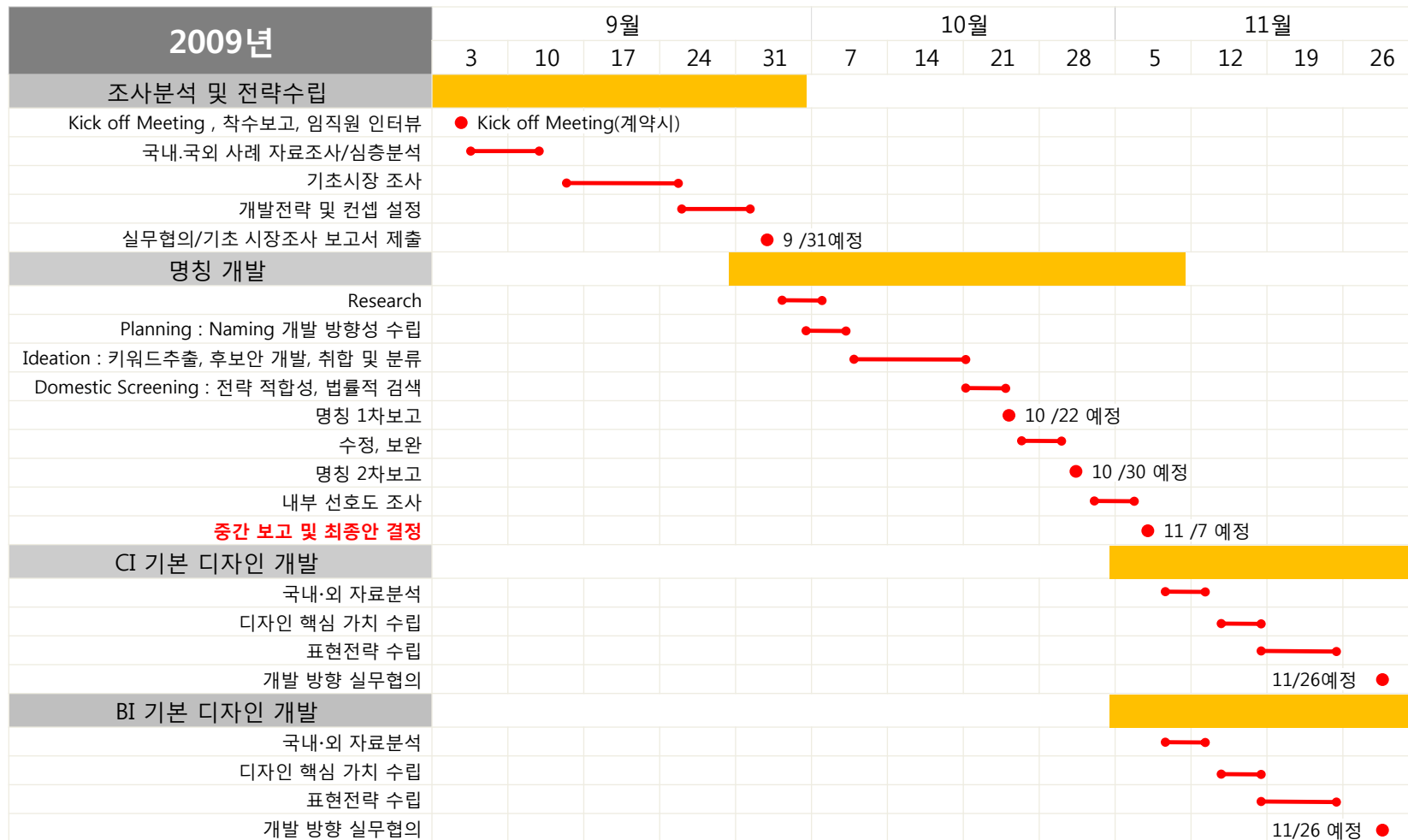
디자인 매뉴얼 제작

- 매뉴얼 제작을 위한 편집 디자인 및 원고작업

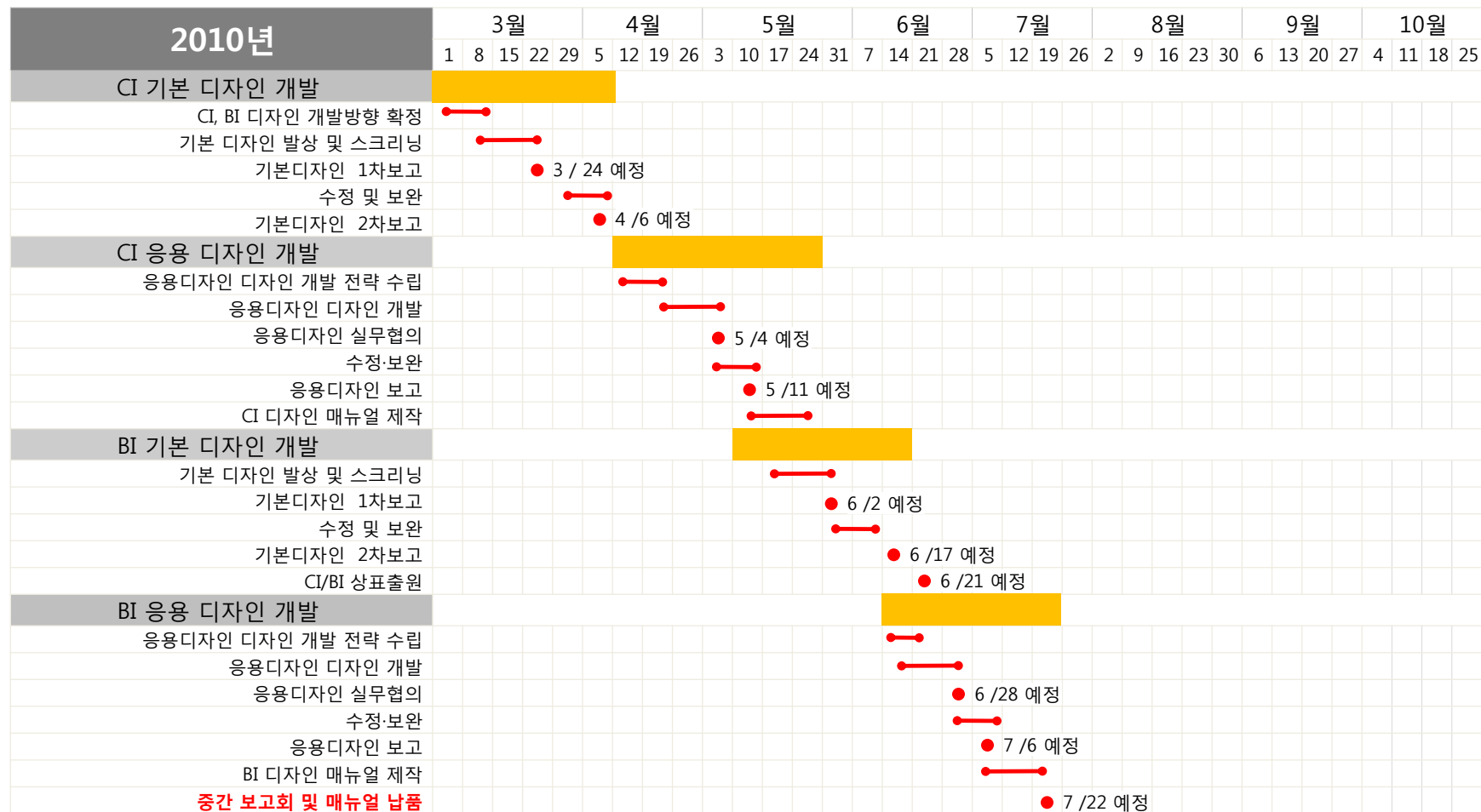
중간 보고회 및 매뉴얼 납품

- 중간 보고회
- 매뉴얼 칼라출력 및 교정
- 매뉴얼 10부 / 매뉴얼 DVD 50매

세부 추진 일정_ Name / CI, BI / Package



세부 추진 일정_ Name / CI, BI / Package



세부 추진 일정_ Name / CI, BI / Package

2011년	5월					6월				7월				8월				9월				10월					
	2	9	16	23	30	6	13	20	27	4	11	18	25	1	8	15	22	29	5	12	19	26	31	3	10	17	24
패키지 디자인 개발																											
국내, 외 자료분석																											
패키지 디자인 표현 전략 수립																											
패키지 디자인 개발																											
행사용 패키지 디자인 개발																											
디자인 실무협의																											
수정 보완																											
디자인 보고																											
디자인 매뉴얼 개발																											
최종 보고회 및 매뉴얼 납품																											

세부 추진 일정_ 용기디자인

연 차	Process	Year		2009					2010					2011		
		Month		1	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3
1차년도	Research & Strategy (조사 및 전략)	1) 조사														
		2) 전략 수립														
2차년도	Design Development (디자인 개발)	기본 Bottle 디자인	1) Design Concept Refinement (컨셉 수립)													
			2) Design Development (디자인 발전)													
			3) Design Control (디자인 조정)													
		Variation & 모주 잔														
3차년도	Production Follow-up (양산 감리)	1) 금형 Follow-up														
		2) 시제품 및 양산 Follow-up														

- 일정은 추후 협의 조정함.

세부 추진 일정_ **용기디자인**

I. 1차년도: Research & Strategy (조사 및 전략)

1. RESEARCH & STRATEGY

- (1-1) 내부 환경 분석
 - (1-2) 외부 환경 분석
 - (1-3) 트렌드 조사
 - (1-4) 디자인 핵심 가치 수립
 - (1-5) 제품 전략 방향 수립
 - (1-6) 주요 일정 수립
-

1 month

세부 추진 일정_ 용기디자인

II. 2차년도: Design Development (디자인 개발)

1. DESIGN CONCEPT REFINEMENT

- (1-1) 디자인 방향 토의
 - (1-2) 아이디어 전개 (2D, 3D 스케치)
 - (1-3) 외관, 구조, 기능에 대한 연구
 - (1-4) 재질, 제작 방법의 연구
 - (1-5) 주요 부위 표현
 - (1-6) 형태 구체화
 - (1-7) Concept refinement meeting
- (기본 병 Concept Sketches / 4 concepts)

1 month

2. DESIGN DEVELOPMENT

- (2-1) 공학적인 검토 (설계, 양산, 포장 등 관련)
- (2-2) 간이 모형 테스트
- (2-3) Details
- (2-4) Color application
- (2-5) Proposal renderings (기본 병 2 Types)
- (2-6) Design presentation (디자인 안 결정)

0.5 month

세부 추진 일정_ 용기디자인

II. 2차년도: Design Development (디자인 개발)

3. DESIGN CONTROL

- (3-1) 1차 수정 및 보완
- (3-2) 디자인 Mock-up 설계 (1 Set)
- (3-3) 디자인 Mock-up 제작
- (3-4) Design presentation (디자인 확정)
- (3-5) 2차 수정 및 보완

0.5 month

4. VARIATION DESIGN

- (4-1) 모주 병 Variation
- (4-2) 모주 잔 디자인
- (4-3) 디자인 Mock-up 설계 (1 Set)
- (4-4) 디자인 Mock-up 제작
- (4-5) Final design presentation (디자인 확정)
- (4-6) 수정 및 보완
- (4-7) 디자인 매뉴얼 제작
- (4-8) 디자인 매뉴얼 제출 (디자인 완료)

2 month

세부 추진 일정_ 용기디자인

III. 3차년도: Production Follow-up (양산 감리)

1. DESIGN DEVELOPMENT & CONTROL

(1-1) 금형 Follow-up

(1-2) 시제품 Follow-up

(1-3) 양산 Follow-up

3 month

소비자 이미지 조사 및 분석방안

전주전통모주가 중장기적으로 추구해야 할
목표는 무엇인가?

전주전통모주가 대내외적으로 공유해야 할
핵심가치는 무엇인가?

전주전통모주가 대외적으로 전달하고 싶은
이미지는 무엇인가?



세가지 과제해결을 위한
조사분석 및 이미지 조사를
통해 전주전통모주 브랜드
개발 계획 수립

인터뷰

내부 임직원

내부 임원진 대상 심층조사 : 인터뷰

- _ 개별 인터뷰 시행
- _ 전주전통모주가 가져야 할 이미지에 대한
고찰 및 개발방향에 대한 내부 의견 수렴
- _ 사업 단장 이하 임원급

내부 실무진 대상 : Kick off Meeting

- _ Kick Off Meeting: 실무진 의견 수렴

FGI (Focus Group Interview)

유저그룹

유저그룹 대상 심층조사 : 그룹인터뷰

- _ 전통주 유저 그룹, 주류업 종사자그룹,
모주 소비자그룹과의 집중적인 대화를
통하여 정보를 찾아내는 소비자 심층
면접조사
- _ 각 그룹 약 5명 구성, 총 3개 그룹

설문조사

일반 소비자

전주모주에 대한 이미지 조사: 온라인

- _ 온라인 선호도조사 : 1000명
(지역별, 연령별, 성별)
- _ 일반 소비자와 잠재고객의 전주모주에 대한
인지도, 선호도, 이미지 조사

사업관리 및 품질 보증 계획 _ 자문단 운영계획

수행사는 용역의 효율적인 수행을 위하여 브랜드/ 디자인/ 마케팅 관련 분야의 2~3명의 대학교수 및 전문가로 자문위원회를 구성하고 보고회 이전에 검토 및 자문을 받아 수정, 보완 후 보고회를 진행 합니다.

목적

전주전통모주의 네임 개발 및 CI/BI, 용기 및 모주잔, 패키지 디자인 개발 추진활동의 검토 및 자문

기능

1. 단계별 수행계획 및 조정
2. 효율적인 과제수행 방안제시
3. 각 단계별 수행경과 검증
4. 원활한 과제수행을 위한 방향제시

자문단 구성

전주전통모주개발사업단과 수행사의 자문단으로 구성되어 있는 전문가 그룹 중 전주전통모주 네임 개발, CI/BI 디자인, 용기류 및 패키지 개발의 성격에 잘 부합되는 전문가 10인 내외를 위촉하여 본 과업을 수행하게 될 경우, 수행기간 동안 운영함을 원칙으로 함.

운영 방안

매년 2회의 중간보고회 시간에 자문위원이 함께 참석하여 자문한 내용을 프로젝트 진행에 반영합니다

업무 보고 및 검토 계획

정기보고회 (Presentation): 개발사업단 임원진, 담당팀 대상	실무협의: 개발사업단 담당팀 대상
1. 착수보고회: 계약 후 7일 이내 :세부추진계획서를 포함한 착수보고서 10부 2. 네임 1차 보고회 : 네임 방향 압축 / 네임 보고서 10부 3. 네임 2차 보고회 : 네임 최종 후보안 도출 4. CI 기본디자인 1차 보고회 : 기본시스템 전개 방향 압축 :디자인 보고서10부 5. CI 기본디자인 2차 보고회 : 기본디자인 최종 후보안 도출 6. BI 기본디자인 1차 보고회 : 기본 시스템 전개 방향 압축 :디자인 보고서 10부 7. BI 기본디자인 2차 보고회 : 기본디자인 최종 후보안 도출 8. CI/BI 최종 보고회 : CI / BI 최종산출물 보고 :최종보고서 /요약보고서 10부 9. 용기 디자인 1차 보고회 : 용기 디자인 개발 방향 압축 :디자인 보고서 10부 10. 용기 디자인 2차 보고회 : 용기 디자인 최종 후보안 도출 11. 패키지 1차 보고회 : 패키지 디자인 개발 방향 압축 :디자인 보고서 10부 12. 패키지 2차 보고회 : 패키지 디자인 최종 후보안 도출	1. Kick Off Meeting - 업무착수를 위한 실무협의 - 전주전통모주개발사업단 임원진 1:1 인터뷰 - 관련자료 수집 및 컨셉 도출을 위한 전주전통모주개발사업단 측의 의견수렴 및 사전 의견조율, 일정조정, 개발 아이템 협의 2. 실무협의 - 기초시장조사 결과 및 전략 방향 수립을 위한 실무협의 1회 - CI 응용 디자인 실무협의 1회 : 개발된 CI 의 응용 시스템 개발 사항의 수정·보완사항 수렴 - BI 응용 디자인 실무협의 1회 : 개발된 CI 의 응용 시스템 개발 사항의 수정·보완사항 수렴 - 패키지 디자인 개발 후 실무협의 1회 : 개발 된 패키지 디자인에 대한 실무 협의 후 수정·보완사항 수렴 - 그 외 단계별로 발생하는 실무 조정 사항에 대한 협의
중간보고회 (PT): 개발사업단 임원진, 담당팀, 자문단 대상	주간 / 월간 공정 보고: : 개발사업단 담당팀 대상
매년 2차례(3년간 총 6차례)의 중간 보고회 개최	1. 주간 보고 : E-mail을 통한 디자인 개발 공정 보고 2. 월간 보고 : 월 디자인 개발 및 담당자 보고

사업관리 및 품질 보증 계획 _ 품질보증 계획

수행사는 프로젝트가 진행되는 동안 품질보증 툴을 활용하여 성과품에 대한 적합성을 평가 합니다

< 분석도구의 과학성 및 타당성 >

프로젝트 단계 또는 과정	분석 도구명	도구의 특성 및 장점	결과물	비 고
브랜드 디자인 설계	Grading Logo	조형성 / 국제성 / 차별성 / 연상성 / 법률성 등의 항목에 점수를 산정하여 로고의 가치를 계량화 하는 평가모델	Grading Logo 평가표	

※ **Grading Logo 란?** 1. 평가모델 로고의 객관적인 평가와 선정을 위하여 로고 가치 측정에 있어 주요한 평가 항목을 추출하고
2. 전문가 집단을 대상으로 평가항목별 점수를 산정하여 로고의 가치를 계량화 하는 평가모델

평가항목유형	내용	세부항목
조형성 Legibility	미적 감각 즉 시각적인 측면에서 조화로운 형태와 자연스러운 구성을 이루 었는가?	로고는 심미적이어야 한다. 로고는 조화로운 형태를 가져야 한다. 로고는 자연스러워야 한다. 로고는 호감이 가야 한다.
국제성 Internationality	문화적 차이에 따른 거부감 없이 문화적 특수성을 뛰어넘는 로고인가, 국제적인 통용성과 환경변화에 적응 용이한 유연함이 있는가? _글로벌 브랜드로의 확장가능성	로고는 주변환경의 변화에 적응 용이해야 한다. 로고는 국제적으로 통용될 수 있어야 한다. 로고는 국제적으로 인식 가능해야 한다. 로고는 유연성이 있어야 한다.
차별성 Distinction	다른 로고들과 구별되는 독특한(unique) 디자인인가? 브랜드 개성을 잘 나타내고 있는가?	로고는 창의성이 있어야 한다. 로고는 브랜드 개성이 나타나야 한다. 로고는 기억하기 쉬워야 한다.
연상성 Association	로고가 다른 의미로 오해되지 않고 명확한 메시지를 전달하는가? 기업의 철학이나 명성을 내포하고 있는가?	로고는 기업의 명성이 연상되어야 한다. 로고는 제품속성이 연상되어야 한다. 로고는 폭넓은 의미를 지녀야 한다. 로고는 확장이 가능해야 한다.
법률성 Legality	로고의 상표등록상 사용에 문제가 없는지, 신뢰할 수 있는가?	로고는 법률적 사용성이 중요하다 로고는 신뢰감을 주어야 한다. 로고는 상표등록에 법률상 하자가 없어야 한다.

사업관리 및 품질 보증 계획 _ 유의사항 및 협조사항

프로젝트가 진행되는 동안 전주전통모주개발사업단은 프로젝트의 원활한 진행을 위해 Task Force Team을 구성하여 수행사 간의 커뮤니케이션 창구 역할을 수행해야 합니다.

	C D R	Task Force Team
조사분석 및 전략수립 (프로젝트 개시)	- 전주전통모주에 대한 자료요청 - 프로젝트 브리핑 - 기초 시장조사 - 총괄 일정 확정 - 구체적 사업 진행 방법 협의	- 전주전통모주에 대한 개발업체 측의 요청자료 지원 - 기초 시장조사 협조 - 총괄 일정 협의 - 개발방향 대한 내부직원 의견 수렴 및 취합, 조정
명칭 개발단계	- 전주전통모주에 대한 자료요청 - 업무내용 및 일정조율 - 최종 후보안 선호도 조사 협조 - 국내,외 상표 법률 검색	- 전주전통모주에 대한 개발업체 측의 요청자료 지원 - 업무내용 및 일정조율 - 최종 후보안 선호도 조사
CI / BI 기본디자인 개발단계	- 업무내용 및 일정조율 - 중간보고 전 개발업체 내부 조형성 평가 - 중간보고 등 프로젝트 진행 - 최종 후보안 선호도 조사 협조 : 선호도 조사 진행을 위한 paper작성 등	- 디자인 개발 관련자들의 의견수렴 및 조정 - 필요 자료제공 등 프로젝트 수행 협조 - 중간보고 시 보고회 개최 협조 - 최종 후보안 선호도 조사 - 현장조사 협조
CI / BI 응용디자인 개발단계	- 응용아이템 현장조사 - 응용아이템 개발 항목 확정 - 최종보고 준비 및 프로젝트 진행	- 전주전통모주개발의 응용아이템 요청사항 수렴 - 응용아이템 개발 항목 확정 - 매뉴얼 검토
용기 / 모주잔 / 패키지 디자인 개발단계	- 전주전통모주개발에 대한 자료요청 - 업무내용 및 일정조율 - 필수자료 수집 : 사진촬영, 용기샘플 구매 등	- 전주전통모주개발에 대한 개발업체 측의 요청자료 지원 - 업무내용 및 일정조율
개발안 확정 이후	- 홍보 확산 방안 협의	

프로젝트 추진체계

수행조직 및 업무분장 : 조사분석 및 전략수립

참여인원 : 5명

특급 : 2명 / 고급 : 1명 / 중급 : 1명 / 초급 : 1명

담당업무

1. 현황분석

기초자료수집을 통한 전주전통모주의 현 실태 및 비전 파악 / 조사계획 수립 및 작업계획의 입안

2. 관련자료의 조사 및 심층분석

국내, 외 관련사례의 분석 및 우수사례 벤치마킹 / 임원진 1:1 인터뷰, 소비자 설문조사 / 조사결과의 집계 및 분석

3. CI / BI / 패키지 개발전략 수립 및 컨셉 구축

브랜드 컨셉 설정 / 컨셉의 Key-word화 / CI, BI, 패키지 개발 기본 전략 수립 / CI, BI, 패키지 디자인 컨셉 설정 / 이미지 Key-word화 / Design 기준 설정 / 기본디자인 시스템의 개발방향 축 설정

프로젝트 추진체계

수행조직 및 업무분장 : 명칭 개발

참여인원 : 6명

특급 : 3명 / 초급 : 3명

담당업무

1. 자료수집 및 분석

Project 관련 리서치 Data 수집 및 분석 / 관련 사업에 대한 자료 수집 및 분석 / 타겟 및 사업에 대한 자료 수집 및 분석

2. 명칭 개발 전략 수립

명칭에 대한 이슈 도출 / 명칭 및 슬로건 전략방향수립: 네이밍 테마 도출

3. 명칭 개발

멀티테마 네임 개발 / Focused Naming / 전략방향 수정

Expression Direction도출: 언어권 / 음절수 / 이미지

4. 스크리닝

전략적 기준과 언어적 측면을 고려한 명칭 및 법률적 스크리닝

컨셉적합성: 브랜드의 비전과 성격을 잘 반영하고 있는가? / 차별성: 경쟁브랜드 대비 차별적인가?

국제성: 국제적 커뮤니케이션에 용이한가? / 발음용이성: 커뮤니케이션을 원활히 전개할 수 있는가?

5. 보고회

각 후보안 별 장단점 분석, 평가 (발음 용이성, 적합성, 차별성 등 10개 항목) / 최종 후보안 결정

프로젝트 추진체계

수행조직 및 업무분장 : CI 기본디자인 개발

참여인원 : 7명

특급 : 1명 / 고급 : 2명 / 초급 : 4명

담당업무

1. 디자인 조사분석
2. 심볼마크 Ideation
디자인 컨셉을 바탕으로 자유발상
3. 스크리닝 및 심볼 유사성 검색
Ideation 결과를 바탕으로 방향설정 / 자체실시 및 전주전통모주개발사업단 측 관련자와의 공동참여 실시 (실무협의)
4. 로고타입 Ideation
심볼(워드)마크와 같은 맥락에서 Ideation 실시 / 심볼(워드)마크와 동시에 스크리닝 실시
5. Color 계획 수립
6. 시그니취 및 패턴 개발
심볼(워드)마크와 로고타입을 주체로 하는 기능적인 시그니취 시스템 개발 /
다양한 매체에서의 활용을 고려한 디자인 패턴(그래픽 모티브) 개발
7. 지정서체 선정
8. 보고서 이후 결과에 따라 수정·보완 후 CI 기본시스템 확정

프로젝트 추진체계

수행조직 및 업무분장 : CI 응용디자인 개발

참여인원 : 7명

특급 : 1명 / 고급 : 2명 / 초급 : 4명

담당업무

1. 응용디자인의 적용계획 수립
2. 필수자료수집
디자인 전개 시 표준규격 및 기재사항에 관한 자료 수집
3. 각 응용아이템류 별 아이템 중 대표 아이템 선정
4. 각 응용아이템류 별 디자인 개발
5. 시뮬레이션 제작
보고를 위한 대표 응용 아이템을 선정하여 시뮬레이션을 통해 응용 시스템 전개
6. 각종 응용 아이템 디자인
7. 디자인 실무협의 후 수정·보완을 거쳐 CI 응용디자인 확정

프로젝트 추진체계

수행조직 및 업무분장 : CI 매뉴얼 개발

참여인원 : 7명

특급 : 1명 / 고급 : 2명 / 초급 : 4명

담당업무

1. 디자인 매뉴얼 기획
전담팀 및 제작업체에서 실 적용 시 이해가 쉽도록 사용지침의 문서화
2. 문안 작성 및 교정
3. CI의 활용 방안 및 확산방안 기술
4. 매뉴얼 기획에 따른 편집
5. 매뉴얼 원고 제작 및 교정
6. 매뉴얼 제작

프로젝트 추진체계

수행조직 및 업무분장 : BI 기본디자인 개발

참여인원 : 7명

특급 : 1명 / 고급 : 2명 / 초급 : 4명

담당업무

1. 디자인 조사분석
2. 심볼마크 Ideation
디자인 컨셉을 바탕으로 자유발상
3. 스크리닝 및 심볼 유사성 검색
Ideation 결과를 바탕으로 방향설정 / 자체실시 및 전주전통모주개발사업단 측 관련자와의 공동참여 실시 (실무협의)
4. 로고타입 Ideation
심볼(워드)마크와 같은 맥락에서 Ideation 실시 / 심볼(워드)마크와 동시에 스크리닝 실시
5. Color 계획 수립
6. 시그니취 및 패턴 개발
심볼(워드)마크와 로고타입을 주체로 하는 기능적인 시그니취 시스템 개발 /
다양한 매체에서의 활용을 고려한 디자인 패턴(그래픽 모티브) 개발
7. 지정서체 선정
8. 보고서 이후 결과에 따라 수정·보완 후 BI 기본시스템 확정

프로젝트 추진체계

수행조직 및 업무분장 : BI 응용디자인 개발

참여인원 : 7명

특급 : 1명 / 고급 : 2명 / 초급 : 4명

담당업무

1. 응용디자인의 적용계획 수립
2. 필수자료수집
디자인 전개 시 표준규격 및 기재사항에 관한 자료 수집
3. 각 응용아이템류 별 아이템 중 대표 아이템 선정
4. 각 응용아이템류 별 디자인 개발
5. 시뮬레이션 제작
보고를 위한 대표 응용 아이템을 선정하여 시뮬레이션을 통해 응용 시스템 전개
6. 각종 응용 아이템 디자인
7. 디자인 실무협의 후 수정·보완을 거쳐 BI 응용디자인 확정

프로젝트 추진체계

수행조직 및 업무분장 : BI 매뉴얼 개발

참여인원 : 7명

특급 : 1명 / 고급 : 2명 / 초급 : 4명

담당업무

1. 디자인 매뉴얼 기획
전담팀 및 제작업체에서 실 적용 시 이해가 쉽도록 사용지침의 문서화
2. 문안 작성 및 교정
3. BI의 활용 방안 및 확산방안 기술
4. 매뉴얼 기획에 따른 편집
5. 매뉴얼 원고 제작 및 교정
6. 매뉴얼 제작

프로젝트 추진체계

수행조직 및 업무분장 : 용기 및 모주잔 디자인 개발

참여인원 : 8명

특급 : 3명 / 중급 : 2명 / 초급 : 3명

담당업무

1. 디자인 조사분석 및 계획 수립
2. 디자인 컨셉 도출
3. 필수자료 수집
사진촬영, 용기 샘플 구매 및 렌탈 등 디자인 제작에 필요한 자료 준비
3. 용기 디자인 제작
디자인 컨셉을 바탕으로 용량, 용도, 내용물 보존 등에 따른 용기 디자인 자유발상
4. 모주잔 디자인 제작
용기 디자인 개발에 따른 모주잔 디자인 자유 발상
5. 양산감리
금형 / 시제품 및 양산 Follow-up
6. 디자인 보고회를 거쳐 수정·보완 후 최종안 선정

프로젝트 추진체계

수행조직 및 업무분장 : 용기 및 모주잔 디자인 매뉴얼 개발

참여인원 : 8명

특급 : 3명 / 중급 : 2명 / 초급 : 3명

담당업무

1. 디자인 매뉴얼 기획
전담팀 및 제작업체에서 실 적용 시 이해가 쉽도록 사용지침의 문서화
2. 문안 작성 및 교정
3. 용기 및 모주잔 디자인 기준 및 활용 방안 기술
4. 매뉴얼 기획에 따른 편집
5. 매뉴얼 원고 제작 및 교정
6. 매뉴얼 제작

프로젝트 추진체계

수행조직 및 업무분장 : 패키지 디자인 개발

참여인원 : 7명

특급 : 1명 / 고급 : 2명 / 초급 : 4명

담당업무

1. 디자인 조사분석 및 계획 수립
2. 패키지 분류 및 적용 계획, 표현 전략 수립
3. 필수자료 수집
 - 사진촬영, 이미지 구매 및 렌탈 등 디자인 제작에 필요한 자료 준비
3. 패키지 디자인 제작
 - 디자인 표현 전략을 바탕으로 패키지 분류 별 디자인 자유발상
4. 디자인 보고회를 거쳐 수정·보완 후 최종안 선정

프로젝트 추진체계

수행조직 및 업무분장 : 패키지 디자인 매뉴얼 개발

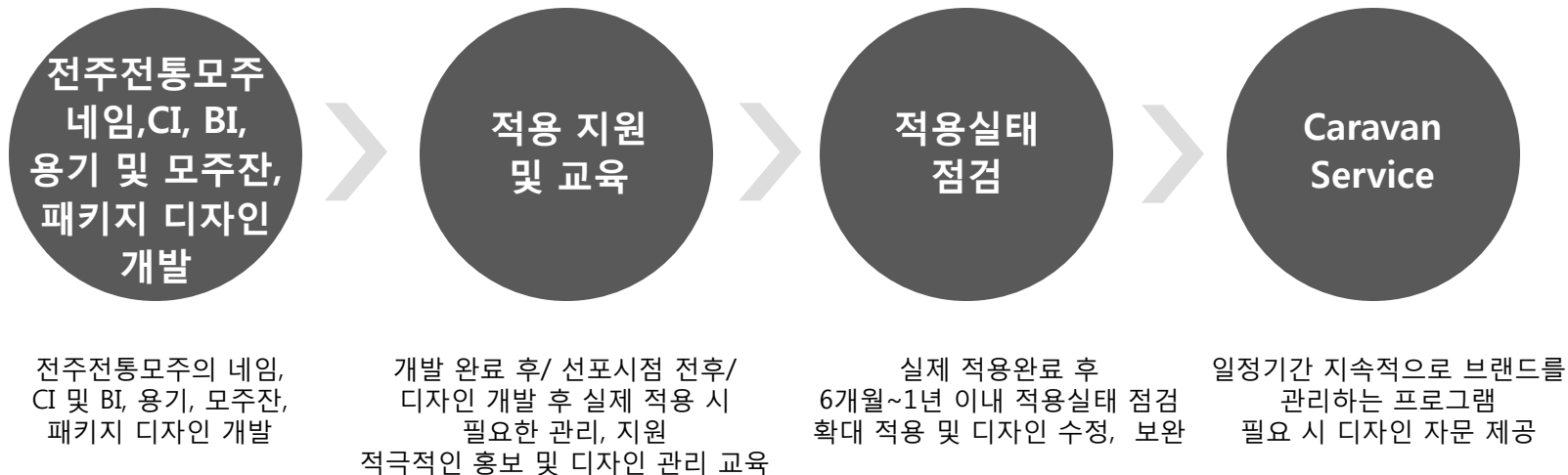
참여인원 : 7명

특급 : 1명 / 고급 : 2명 / 초급 : 4명

담당업무

1. 디자인 매뉴얼 기획
전담팀 및 제작업체에서 실 적용 시 이해가 쉽도록 사용지침의 문서화
2. 문안 작성 및 교정
3. 패키지의 활용 방안 및 확산방안 기술
4. 매뉴얼 기획에 따른 편집
5. 매뉴얼 원고 제작 및 교정
6. 매뉴얼 제작

사후관리, 유지보수 계획



디자인 적용 시 오,남용 사례 방지
지속적인 디자인 업그레이드

**지속적인 디자인 관리 및 지원으로 전주전통모주의
이미지 제고와 자산가치 구축**

※ 사후관리 프로그램의 일부 항목은 본 프로젝트 비용 외에 별도의 비용이 요구됩니다.

사후관리, 유지보수 계획

CI / BI 적용지원 및 교육

적용지원

CI/BI는 개발에 못지 않게 정확한 적용과 관리가 중요하므로 실행단계에 있어서의 접수, 감리 및 적극적인 홍보 및 교육, 관리가 필요합니다.

- 특수한 환경의 매체에 CI/BI 적용 시 오,남용 사례방지를 위해 필요 시 자문
- 실 제작업체에 필요 데이터 지원, 필요 시 자문

사내홍보

- CI/BI 관련 팀에 CI/BI 관리에 대한 교육을 실시하여 올바른 디자인 적용을 도움
- 교육 프로그램 툴 제작_슬라이드
- CI/BI, 브랜드 관련 세미나 개최 등 관련 교육 프로그램 개최의 자문

관리교육

- CI/BI 개발 내용의 적극적인 내부홍보로 내부직원들에게 개발 취지 및 내용 인지
- 홍보 시 필요한 내용의 지원(디자인 개발에 관련된 자료 등)

CI / BI 적용실태 점검

실태점검

실제 제작이 완료되고 일정기간이 지난 후 CI/BI의 실 적용상태를 점검, 문제점을 검토하고 적극적으로 수정, 보완하는 과정을 통해 CI/BI의 이미지를 일관되게 관리합니다.

- 실태조사를 통한 점검 실시 (전주전통모주개발사업단의 CI/BI 관련팀, 개발업체 공동참여)
- Signage, 홍보물, Web등 실제운용사항의 점검 후 오,남용사례 체크 (개발 완료시점으로부터 6개월~1년)

수정, 보완

- CI/BI 실태 조사 후 문제점 제언
- 문제점에 입각한 디자인 수정, 보완 또는 신규로 개발되어야 할 아이템 제언

업 그레이트

- 차후 사업의 확대, 사업환경의 변화 등에 대응하여 디자인 시스템 리뉴얼 제언 가능 (4~5년 후)

Caravan Service

장기적인 브랜드 관리를 위하여 분기별 혹은 연도별의 지속적이고 정기적인 관리 시스템으로 브랜드의 이미지를 최적화 시킵니다.

홍보확산 방안

1. CI/BI 개발과정을 내부 직원 등의 참여와 공감의 수단으로 활용

개발시작부터 내부 직원 등의 관심을 유도하며 전주전통모주의 CI/BI 개발과정을 참여와 공감의 장으로 만들어 갑니다. 인트라넷 및 설문조사를 통해 네임과 디자인 후보 안에 대한 선호도 조사 등을 내부 홍보수단으로 활용할 수 있습니다.

2. CI/BI 선포식 등을 통해 전주전통모주의 새로운 아이덴티티를 대내외적으로 홍보

네임개발과 CI/BI 개발 완료 후 선포식을 통해 전주전통모주의 새로운 브랜드 아이덴티티를 대내외에 공표합니다.

3. 전주전통모주의 새로운 모습을 내부직원, 국민들에게 홍보

무한한 성장 가능성을 가지고 있는 전주전통모주의 새로운 이미지를 사내 간행물, 방송국의 보도 자료 및 기타 홍보매체를 활용하여 알려 나갑니다.

홍보확산 방안 _ 대외홍보방안

브랜드 개발 시 소비자 리서치 진행

▶ 외부 이미지 조사

- 소비자 대상으로 설문조사를 통해 일반인들에게 브랜드 개발을 알리고 참여유도

CI 및 BI 선포식

▶ 기대효과

- 전주전통모주사업단의 CI 및 전주전통모주의 BI 개발배경, 전주전통모주 아이덴티티의 의미 등을 전 내부직원이 공유
- 선포식을 Turning Point로 삼아 조직 분위기 쇄신
- 유관기관, 기업의 인사초청을 통해 CI/BI 제정을 알리고 상호관계 Upgrade
- Publicity 효과-신문기사,TV뉴스

▶ 행사 후 활동

- TV, 라디오, 신문, 잡지 등에 행사내용, 행사자료 발송 및 홍보
- 행사 이후 팀 별 기념식 및 단합 대회 실시

홍보매체 활용방안

▶ 기획기사의 체계적 발굴과 보도역량 강화

- 보도자료의 30~40%를 기획기사 비중으로 강화, 적극적인 기획기사 발굴
- 체계적인 언론배포시스템을 통해 적극적인 홍보 실시

▶ 전주전통모주의 Identity에 대한 홍보책자 및 소식지 제작 (체계화/정기화)

- CI/BI 선포식 이후 관련기관 및 업체에 개발배경 및 내용을 정리하여 발송 및 비치
- 전주전통모주에 관련된 새로운 뉴스 및 현황 등의 홍보와 관련된 소식지 제작 및 발송

▶ 서식류, 메일포맷 등 외부발송용 매체의 홍보도구화

- 봉투, 메일 포맷 등 외부로 발송되는 매체에 CI를 일관되게 조합하여 적용함으로써 외부에 지속적인 메시지를 전달할 수 있음

홍보확산 방안 _ 내부홍보방안

브랜드 개발 시 임직원 인터뷰 진행

▶ 내부 이미지 조사

- 임원진 인터뷰
- Kick-off 미팅시 내부직원 의견 수렴

▶ 네임 및 디자인 후보 안 내부 선호도 조사

- 개발 보고 후 내부 직원을 대상으로 네임 및 CI, BI의 최종후보안 선호도조사

홍보매체 활용방안

▶ 전 직원을 대상으로 전주전통모주사업단의 CI/BI가 적용된 용품 전달

- 명함집, USB 메모리, 마우스 패드 등 새로운 CI/BI가 적용된 프로모션 용품을 내부직원에게 배포함으로써 함께 만든 CI/BI에 대한 애착과 자긍심 고취
_경우에 따라 관련기관, 관련기업에게도 무료 배포

▶ CI/BI 선포식 때 수첩이나 다이어리 등 업무와 밀접한 용품에 CI/BI 요소를 접목하여 배포

▶ 생활 속에서 사용이 가능한 용품들에 CI/BI 적용

- 볼펜, 티셔츠, 배지 등 홍보기능이 있는 아이템들을 적극적인 홍보매체로 활용



°cdr associates