[붙임 1]

프로젝트형 일경험 프로젝트 제안서

제안기업 명	주식회사 코지하우스코리아		
사업장 주소	부산시 해운대구 센텀중앙로 90, 2003호		
담당자명	박승	**직급**	팀장
담당자 연락처		**담당자 이메일**	

프로젝트명	20대 유입을 위한 SNS마케팅 및 비주얼 콘텐츠 개발		
직무 분야	☐ 경영 · 사무 ☐ 광고 · 마케팅 ☐ 생산 · 제조	☐ 금융 · 회계 ☐ IT ☐ 공공행정	☐ 영업 · 해외영업 ☐ 연구 · R&D ■ 기타 (디자인)

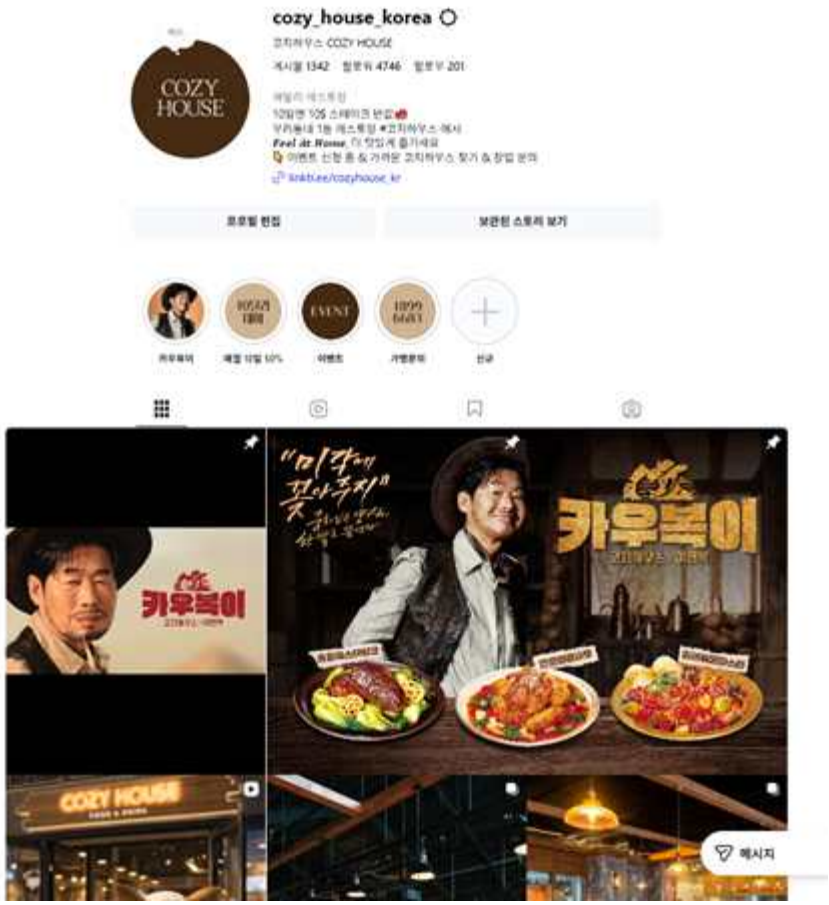
■ 프로젝트 개요

프로젝트 소개 제안배경 및 제안내용 *	**-제안 배경** 코지하우스는 '10달러 스테이크'를 필두로 한 독보적인 가성비와 브랜드 정체성을 바탕으로 3040 가족 외식 고객층을 안정적으로 확보하며 성장해왔습니다. 그러나 최근 외식 트렌드를 주도하는 20대 핵심 소비층의 내점 비중이 낮아, 이들의 시각적 취향과 소비 감성을 저격할 비주얼 브랜딩 전략이 시급한 시점입니다. 아웃백, 빕스 등 대형 프랜차이즈 및 감성 중심의 지역 양식 맛집들과의 치열한 디지털 점유율(Share of Voice) 경쟁 속에서, 코지하우스가 가진 '가성비'라는 가치를 20대 감성에 맞는 '트렌디하고 힙한 비주얼'로 재정의해야 합니다. 따라서 20대 타깃의 미적 스탠다드를 충족하고 매장 방문 욕구를 즉각적으로 자극할 수 있는 정교한 SNS 비주얼 가이드라인 수립과 독창적인 광고 디자인 개발이 필요합니다. **-제안 내용** 주요 외식 브랜드의 디지털 디자인 트렌드와 SNS 채널(인스타그램, 블로그, 유튜브 등)의 레이아웃을 비주얼 관점에서 벤치마킹합니다. 이를 바탕으로 20대 신규 고객의 유입을 이끌어낼 수 있는 '코지하우스 맞춤형 SNS 디지털 디자인 에셋'을 도출합니다. 20대 사이에서 파급력이 높은 캐릭터 및 인플루언서와의 콜라보레이션을 가정한 가상 비주얼(메뉴 포스터, 가상 굿즈 시안)을 그래픽으로 구현하며, 20대의 자발적인 피드 공유를 유도하는 참여형 이벤트 카드뉴스, 시각적 위계(Visual Hierarchy)를 극대화한 메뉴 소개 그래픽, 시선을 사로잡는 숏폼(Reels) 영상용 모션 그래픽 템플릿 등 브랜드 인지도와 점유율을 높일 수 있는 구체적인 SNS 시각 콘텐츠 결과물을 제작합니다.
수행기간(예정)	2026.07.15.~2026.09.08. (8주)

수행팀(수)	2팀	**1팀당 팀원(수)**	4명

코칭계획 (2회 이상)	- 1회차 : "코지하우스 이해" 브랜드 핵심 경쟁력 및 현황 분석, 과제 방향 설정 및 가이드 제공 초심자를 위한 디지털마케팅 이해와 용어 설명 - 2회차 : "중간 점검 및 전략 보완" → 프로젝트 기획 완성도 강화위한 리뷰 및 전략 고도화 코칭 - 3회차 : "최종 피드백 및 완성도 개선" → 실부 기준 설득 및 논리 강화, 최종 자료 완성도 개선 - SNS 콘텐츠 피드백 및 디벨롭

■ **프로젝트 결과 및 예상 결과물**

주요 결과	sns 광고 디자인물 제작
예상 결과물	1. sns콘텐츠 사용을 위한 채널별 콘텐츠 제작물 시안 2. 코지하우스 전용 SNS 톤앤매너 및 월간 콘텐츠 캘린더 제작 3. 바이럴용 이미지/영상 제작 

■ 참여청년 필요 역량

필요역량	최신 SNS 트렌드(숏폼 등) 이해도, PPT 기획력, 데이터 기반 마케팅 기획력, PPT, 디자인툴(포토샵, 일러스트 등)

■ 기대 효과 및 활용 분야

기대 효과	실제 기업 데이터를 바탕으로 한 디자인물 작업 경험 축적 (실무경험)
참여기업 결과물 활용 계획	- 제작된 결과물로 온 오프라인 콘텐츠로 활용 예정 - 26년 3분기 : 내부 검토 통한 실행 가능성 및 효과성 검증 - 26년 4분기 : 선별된 우수 전략 실무 마케팅 반영

■ 사전직무교육

사전직무교육	- 일시 : 2026.7.13.~2026.7.14. - 장소 : 부산디자인진흥원 3층 세미나F 등 - 주요 내용 : AI 활용 브랜드 마케팅 기획 전략 등 - 기타 : 자세한 사항은 붙임.

■ 기타 사항

참여청년에게	F&B 매장 경험 브랜딩 디자인 프로젝트에 관심이 있는 청년들 열정을 가지고 성실히 참여할 청년들의 많은 지원 부탁드립니다.
별첨파일	

상기 내용과 같이 프로젝트형 청년 일경험 지원사업에 프로젝트를 제안합니다.

(재)부산디자인진흥원 귀하

[붙임 1]

프로젝트형 일경험 프로젝트 제안서

제안기업 명	주식회사 코지하우스코리아		
사업장 주소	부산시 해운대구 센텀중앙로 90, 2003호		
담당자명	손은진	**직급**	팀장
담당자 연락처		**담당자 이메일**	

프로젝트명	브랜드 캐릭터 개발 및 메뉴북 디자인		
직무 분야	□ 경영 · 사무 □ 광고 · 마케팅 □ 생산 · 제조	□ 금융 · 회계 □ IT □ 공공행정	□ 영업 · 해외영업 □ 연구 · R&D ■ 기타 (디자인)

■ 프로젝트 개요

프로젝트 소개 제안배경 및 제안내용 *	**- 제안 배경** 코지하우스는 브랜드를 대표할 수 있는 캐릭터가 부재한 상태로, 고객과의 정서적 접점 형성과 브랜드 아이덴티티 강화에 한계가 있습니다. 특히 최근 외식 및 F&B 브랜드 시장에서는 캐릭터를 활용한 마케팅(굿즈, SNS 콘텐츠, 공간 브랜딩 등)이 중요한 경쟁 요소로 작용하고 있으며, 브랜드 인지도 및 친밀도 형성에 핵심적인 역할을 하고 있습니다. 이에 따라 코지하우스만의 차별화된 브랜드 이미지를 구축하고, 고객 경험을 확장할 수 있는 캐릭터 개발이 필요한 시점입니다. **- 제안 내용** 코지하우스의 브랜드 컨셉에 부합하는 동물 캐릭터 5종을 개발하고, 이를 2D 및 3D 형태로 확장하여 다양한 브랜드 콘텐츠에 활용할 수 있도록 하는 것을 목표로 합니다. 개발 캐릭터 구성은 다음과 같습니다. - **캥거루, 오리너구리, 웜벳, 코알라, 쿼카** 각 캐릭터는 호주 지역 동물을 기반으로 설정하여 브랜드의 스토리텔링 요소를 강화하고, 친근하면서도 개성 있는 이미지로 설계합니다. 캐릭터 개발과 연동하여 뉴북 디자인 개선 프로젝트를 통해 메뉴 정보 구조를 재정비하고 가독성과 브랜드 전달력을 높인 메뉴북 디자인을 제작하고자 합니다. 본 프로젝트에서는 메뉴 카테고리 구성 정리, 메뉴 설명 컨텐츠 정비, 메뉴북 디자인 시안 제작 등을 진행하여 실제 매장에서 활용 가능한 메뉴북 디자인 결과물을 도출하고자 합니다.

수행기간(예정)	2026.07.15.~2026.09.08. (8주)		
수행팀(수)	3팀	1팀당 팀원(수)	4명
코칭계획 (2회 이상)	▼ 1회차 코칭 [프로젝트 기획 및 브랜드 분석] – 코지하우스 브랜드 소개 및 프로젝트 목표 설명 – 외식 브랜드 캐릭터 및 메뉴북 디자인 사례 분석 – 메뉴 정보 구조 및 메뉴 구성 방식 교육 – 브랜드 컨셉에 맞는 캐릭터, 메뉴북 디자인 방향 설정 – 메뉴 카테고리 및 메뉴 구성 분석 ▼ 코칭 결과 → 캐릭터 및 메뉴북 디자인 방향 및 기획안 도출 ▼ 2회차 코칭 [디자인 제작 및 피드백] – 캐릭터 및 메뉴북 디자인 시안 제작 과정 점검 – 메뉴 가독성 및 정보 전달 방식 피드백 – 브랜드 디자인 요소 적용 방향 코칭 – 최종 캐릭터 및 메뉴북 디자인 완성도 개선 피드백 ▼ 코칭 결과 → 캐릭터 및 메뉴북 디자인 최종 결과물 제작		

■ **프로젝트 결과 및 예상 결과물**

주요 결과	1. **캐릭터 컨셉 기획** - 브랜드 성격(따뜻함, 편안함, 캐주얼함 등)에 맞는 캐릭터 방향성 정의 - 캐릭터별 성격, 역할, 세계관 설정 2. **2D 캐릭터 디자인** - 기본형(정면, 측면, 표정 등) 제작 - 응용 포즈 및 상황별 그래픽 확장 3. **3D 캐릭터 모델링** - 2D 디자인 기반 3D 모델 제작 - 간단한 포즈 및 렌더 이미지 제작 4. **활용 가이드 제작** - 캐릭터 사용 매뉴얼 (컬러, 비율, 금지사항 등)
예상 결과물	

KODA

■ 참여청년 필요 역량

필요역량	일러스트, 포토샵, 3D그래픽 디자인 툴 활용 능력 (InDesign 등)

■ 기대 효과 및 활용 분야

기대 효과	- 브랜드 아이덴티티 강화 및 차별화 - 고객과의 정서적 연결 및 친밀도 상승 - SNS 및 마케팅 콘텐츠 확장성 확보 - 굿즈 및 오프라인 공간 브랜딩 활용 가능
참여기업 결과물 활용 계획	온 오프라인 전반적인 콘텐츠에 활용 예정 및 매장에서 활용 가능한 메뉴 디자인 자료로 적용할 예정이며, 향후 메뉴 리뉴얼 및 신규 매장 오픈 시 메뉴 디자인 제작을 위한 기초 자료와 브랜드 디자인 가이드 구축을 위한 참고 자료로 활용할 계획

■ 사전직무교육

사전직무교육	- 일시 : 2026.7.13.~2026.7.14. - 장소 : 부산디자인진흥원 3층 세미나F 등 - 주요 내용 : AI 활용 브랜드 마케팅 기획 전략 등 - 기타 : 자세한 사항은 붙임.

■ 기타 사항

참여청년에게	F&B 매장 경험 브랜딩 디자인 프로젝트에 관심이 있는 청년들 열정을 가지고 성실히 참여할 청년들의 많은 지원 부탁드립니다.
별첨파일	

상기 내용과 같이 프로젝트형 청년 일경험 지원사업에 프로젝트를 제안합니다.

(재)부산디자인진흥원 귀하

[붙임 1]

프로젝트형 일경험 프로젝트 제안서

제안기업 명	해승 J&T		
사업장 주소	부산시 기장군 기장읍 대청로 8번길 43		
담당자명	김 동 만	직급	이 사
담당자 연락처		담당자 이메일	

프로젝트명	국내 관광명소 목공예 마그넷 디자인		
직무 분야	□ 경영 · 사무 □ 광고 · 마케팅 □ 생산 · 제조	□ 금융 · 회계 □ IT □ 공공행정	□ 영업 · 해외영업 □ 연구 · R&D ■기타 (디자인)

■ 프로젝트 개요

프로젝트 소개 제안배경 및 제안내용 *	-제안 배경 자사에서 3여년 전부터 천연우드 아이템으로 부산의 지역 명소를 디자인하여 우드 마그넷, 우드 키체인 상품을 제작 하여 부산 지역 관광지 명소에 납품 판매를 한 결과 국내,외 관광객들에게 너무 좋은 반응과 많은 판매를 하고 있어 국내 다른 지역의 관광 명소의 디자인 개발을 하여 상품을 개발하면 자사의 매출 증대에 많은 도움이 될것이라 예상. -제안 내용 - 국내 관광지 지역 특성을 살린 디자인. 1.서울 지역 - 남산타워,롯데타워를 배경으로 모태로 한 디자인 - 서울 지역의 4대문, 고궁 등을 소재로 한 전통 디자인. 2.강원도 - 강원도의 대표적 관광지 동해안 지역을 소재로 디자인 3.경주 지역 - 국내에서 년중 가장많은 관광객이 방문하는 지역으로 경주 유적물 및 신라시대의 전통을 모태로 디자인 4.제주 지역 - 제주 전 지역의 대표적인 관광지 명소를 모태로 디자인.		
수행기간(예정)	2026.07.15.~2026.9.08. (8주)		
수행팀(수)	2팀	1팀당 팀원(수)	4명
코칭계획 (2회 이상)	1주차 팀별 과제 전달 및 제작 상품의 특성 이해도 전달 2주차 팀별 과제 진행과정 점검 3~4 주차 디자인 수행 과정 중간 점검 5~7주차 디자인 완성도 및 수정사항 점검 8주차 디자인 최종 점검		

■ 프로젝트 결과 및 예상 결과물

주요 결과	소스 코드

예상 결과물	KEYCHAIN BUSAN FRONT BACK KEY-4204 REV2 FRONT BACK KEY-4205 REV2 FRONT BACK KEY-4206 REV2 FRONT BACK KEY-4207 REV2 MAGNET BUSAN MAG-3547 REV2 MAG-3548 REV2 MAG-3549 REV2 MAG-3550 REV2 FRONT BACK MAG-3590 FRONT BACK MAG-3591 FRONT BACK MAG-3592 FRONT BACK MAG-3593 FRONT BACK MAG-3594

■ 참여청년 필요 역량

필요역량	시각 디자인, 일러스트 레이어 능숙자.

■ 기대 효과 및 활용 분야

기대 효과	1. 지역 관광 활성화 및 지역 브랜드 가치 향상 국내 주요 관광 명소를 천연우드 소재의 감성적인 디자인 상품으로 개발함으로써 각 지역의 상징성과 문화적 가치를 관광객들에게 효과적으로 전달할 수 있음. 특히 지역 특색을 반영한 디자인은 관광지의 브랜드 이미지를 높이고 지역 홍보 효과에도 기여할 것으로 기대됨. 2. 국내 · 외 관광객 대상 기념품 시장 확대 부산 지역 판매 경험을 통해 검증된 상품 경쟁력을 기반으로 서울, 강원도, 경주, 제주 등 전국 주요 관광지로 상품군을 확대하여 국내 · 외 관광객의 구매 수요를 확보할 수 있음. 관광지 방문 기념품 및 선물용 상품으로 높은 활용도가 기대됨.
참여기업 결과물 활용 계획	1. 관광지 기념품 판매점 전국 주요 관광지 내 기념품샵, 전망대, 관광안내소, 박물관 등에서 판매 가능. 2. 지역 문화행사 및 축제 기념품 지역 축제 및 문화행사와 연계한 한정판 기념품 제작 및 판매 활용 가능. 3. 공공기관 및 지자체 홍보상품 지자체 관광 홍보용 기념품 및 국내 · 외 행사 홍보물로 활용 가능. 4. 외국인 관광객 대상 한국문화 상품 한국의 전통문화와 지역 특색을 담은 관광상품으로 외국인 관광객 대상 선물 및 기념품 시장에 활용 가능. 5. 온라인 쇼핑몰 및 관광 플랫폼과 연계하여 전국 단위 판매 및 해외 판매 채널 확대 가능.

■ 사전직무교육

사전직무교육	- 일시 : 2026.7.13.~2026.7.14. - 장소 : 부산디자인진흥원 3층 세미나F 등 - 주요 내용 : AI 활용 브랜드 마케팅 기획 전략 등 – 기타 : 자세한 사항은 붙임.

■ 기타 사항

참여청년에게	– 내가 어느 지역을 여행 했을 때 꼭 무매하고 싶은 굿즈 상품 – 열정을 가지고 성실히 참여할 청년들의 많은 지원 부탁드립니다.
별첨파일	– 별첨1. 디자인별 작업 지시서 – 별첨2. 사전직무교육 운영 계획서

상기 내용과 같이 프로젝트형 청년 일경험 지원사업에 프로젝트를 제안합니다.

(재)부산디자인진흥원 귀하

[붙임 1]

프로젝트형 일경험 프로젝트 제안서

제안기업 명	㈜대보름오시리아		
사업장 주소	부산광역시 기장군 기장읍 기장해안로98 디 101호		
담당자명	김남원	직급	팀장
담당자 연락처		담당자 이메일	

프로젝트명	연회 답례품 기획 및 패키지 디자인 개발		
직무 분야	□ 경영 · 사무 □ 광고 · 마케팅 □ 생산 · 제조	□ 금융 · 회계 □ IT □ 공공행정	□ 영업 · 해외영업 □ 연구 · R&D ■기타 (디자인)

■ 프로젝트 개요

프로젝트 소개 제안배경 및 제안내용 * * 프로젝트 결과물을 예측할 수 있는 내용으로 상세히 작성	1. 제안 배경 – 대보름오시리아는 현재 웨딩, 돌잔치, 가족행사 중심의 연회 서비스를 운영하고 있으며, 행사 고객에게 제공할 수 있는 차별화된 답례품 상품군 개발이 필요한 상황임 – 기존 답례품 시장은 상품 구성과 패키지 디자인이 유사하고, 브랜드 정체성이 약한 경우가 많아 행사 전문 브랜드만의 차별화가 어려움 – 이에 따라 고객 만족도를 높이고 단기적으로 상품화할 수 있는 실행형 답례품 개발 프로젝트를 운영하고자 함 – 손세정제, 수건 등 실제 행사 현장에서 활용성과 구매 가능성이 높은 품목을 중심으로 상품을 발굴하고, 패키지 및 라벨 디자인까지 연계하여 실질적인 상품 출시 기반을 마련하고자 함 2. 제안 내용 – 웨딩 및 돌잔치 시장에 적합한 답례품 아이템 조사 및 선정 – 행사 고객의 취향과 사용성을 고려한 상품군 기획 – 상품별 브랜드 디자인 콘셉트 수립 – 제품 라벨, 패키지, 포장 부자재, 안내카드 등 디자인 개발 – 실제 제작 가능성과 납품 가능성을 고려한 실무형 디자인 결과물 도출 – 행사 전문 브랜드에 적합한 답례품 운영 모델 초안 마련 3. 세부 수행 내용 – 1단계: 웨딩 · 돌잔치 답례품 시장조사 및 사례분석 – 2단계: 상품 아이템 후보군 발굴 – 3단계: 상품별 타깃 및 콘셉트 정의 – 4단계: 제품 디자인 및 패키지 디자인 시안 개발 – 5단계: 행사 유형별 패키지 응용안 개발 – 6단계: 제작 사양 검토 및 실물 구현 가능성 점검 – 7단계: 최종 제안서 및 목업 정리
수행기간(예정)	2026.07.15.~2026.09.08. (8주)

<table>
<tr><td>수행팀(수)</td><td>2팀</td><td>1팀당 팀원(수)</td><td>4명</td></tr>
<tr><td>코칭계획
(2회 이상)</td><td colspan="3">
<table>
<tr><th>회차</th><th>시기</th><th>코칭 내용</th><th>운영 목적</th></tr>
<tr><td>1회차</td><td>1주차</td><td>기업 소개, 행사 서비스 구조, 답례품 운영 목적, 웨딩 · 돌잔치 고객 특성 및 프로젝트 목표 공유</td><td>프로젝트 이해도 제고 및 과업 범위 설정</td></tr>
<tr><td>2회차</td><td>2주차</td><td>답례품 시장조사 방향 설정, 상품 후보군 발굴 기준, 경쟁 제품 및 트렌드 사례 리뷰</td><td>상품 기획 방향 및 시장성 확보</td></tr>
<tr><td>3회차</td><td>4주차</td><td>상품 아이템 선정안, 제품 콘셉트, 패키지 방향성 중간 점검</td><td>상품성 및 브랜드 적합성 검토</td></tr>
<tr><td>4회차</td><td>6주차</td><td>라벨, 패키지, 포장 부자재 등 디자인 시안 점검</td><td>디자인 완성도 및 제작 가능성 강화</td></tr>
<tr><td>5회차</td><td>8주차</td><td>최종 결과물 검수, 시제품화 가능성 검토, 실제 활용 및 상품화 방안 논의</td><td>결과물 고도화 및 실무 활용성 확보</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

■ 프로젝트 결과 및 예상 결과물

<table>
<tr><td>주요 결과</td><td colspan="2">행사 맞춤형 답례품 상품 기획안 도출
제품 및 패키지 디자인 개발(2~3종 선정안)</td></tr>
<tr><td rowspan="2">예상 결과물</td><td> </td><td>
</td></tr>
<tr><td colspan="2">〈답례품 예시〉</td></tr>
</table>

RAINBOW OF MEMORIES,
ALL THE COLORFUL MOMENTS.
G.GROUND

THANK YOU
FOR CELEBRATING
WITH US

HUG ME
EMPTY,
BREAK
LIKE

Birthday

<답례품 패키지 예시>

■ 참여청년 필요 역량

필요역량	패키지디자인 및 제품디자인 기초 역량 편집디자인 및 그래픽 툴 활용 능력 상품 리서치 및 트렌드 분석 능력 브랜드 콘셉트 기획 능력 실물 제작을 고려한 디자인 설계 역량

■ 기대 효과 및 활용 분야

기대 효과	– 행사 전문 브랜드만의 차별화된 답례품 라인업 확보 – 고객 경험을 강화하는 부가 상품 개발 가능 – 웨딩 · 돌잔치 서비스의 객단가 및 만족도 향상 기반 마련 – 단기 상품화가 가능한 실무형 결과물 확보 – 향후 시즌별 · 행사별 답례품 확장 전략 수립 가능
참여기업 결과물 활용 계획	– 실제 웨딩 및 돌잔치 상담 시 답례품 옵션으로 활용 – 패키지 디자인 시안을 기반으로 시제품 제작 및 납품 검토 – 브랜드 프로모션, 계약 유도용 샘플북 제작에 활용 – 행사 패키지 상품 구성안 개발에 반영 – 향후 자사 브랜드 굿즈 및 기념품 상품군 확장 자료로 활용

■ 사전직무교육

사전직무교육	- 일시 : 2026.7.13.~2026.7.14. - 장소 : 부산디자인진흥원 3층 세미나F 등 - 주요 내용 : AI 활용 브랜드 마케팅 기획 전략 등 – 기타 : 자세한 사항은 붙임.

■ 기타 사항

참여청년에게	브랜드 리브랜딩 실무와 직접 연결된 프로젝트로, 디자인 결과물이 실제 운영 현장에 반영될 예정입니다. 청년들이 제안 단계에서 끝나는 것이 아니라, 실제 서비스 적용을 전제로 실무형 결과물을 제작할 수 있습니다. 결론적으로, 캐릭터 디자인, 브랜드 기획, 콘텐츠 응용 경험을 종합적으로 쌓을 수 있는 프로젝트입니다.
별첨파일	

상기 내용과 같이 프로젝트형 청년 일경험 지원사업에 프로젝트를 제안합니다.

(재)부산디자인진흥원 귀하

[붙임 1]

프로젝트형 일경험 프로젝트 제안서

제안기업 명	㈜대보름오시리아		
사업장 주소	부산광역시 기장군 기장읍 기장해안로98 디 101호		
담당자명	김남원	직급	팀장
담당자 연락처		담당자 이메일	

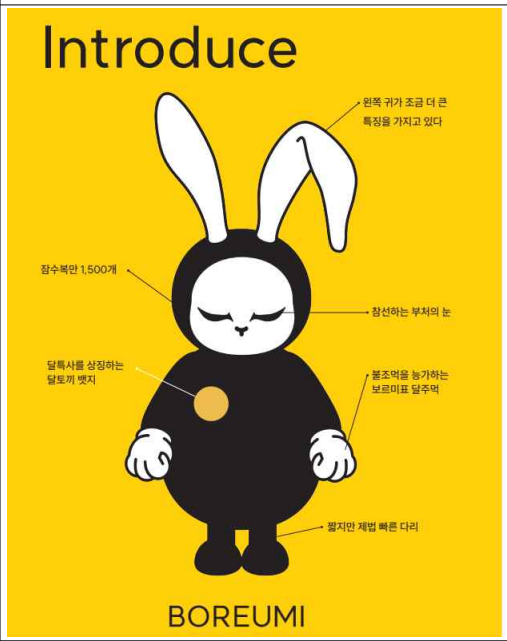
프로젝트명	브랜드 캐릭터 및 스토리텔링 콘텐츠 개발		
직무 분야	□ 경영 · 사무 □ 광고 · 마케팅 □ 생산 · 제조	□ 금융 · 회계 □ IT □ 공공행정	□ 영업 · 해외영업 □ 연구 · R&D ■기타 (디자인)

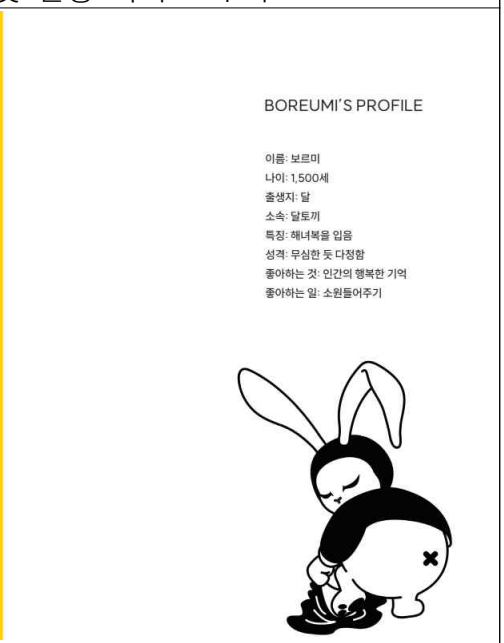
■ 프로젝트 개요

프로젝트 소개 제안배경 및 제안내용 * * 프로젝트 결과물을 예측할 수 있는 내용으로 상세히 작성	1. 제안 배경 - 대보름오시리아는 2026년부터 카페 · 레스토랑 중심 운영에서 벗어나 웨딩, 돌잔치, 가족연회, 각종 행사 중심의 행사 전문 브랜드로 사업 구조를 전환하고 있음 - 이에 따라 브랜드명 또한 파티더풀문으로 리브랜딩을 추진 중이며, 기존 운영 자산 전반을 행사 중심 브랜드 체계로 재정비하고 있음 - 기존 캐릭터 IP인 보르미와 친구들은 해외 라이선스 계약 체결에 따라 별도 사내벤처 사업으로 분리되어 활용 범위가 확대되고 있어, 현재 리브랜딩되는 행사 전문 서비스에는 별도의 캐릭터 자산이 필요함 - 특히 웨딩, 돌잔치, 가족행사 분야는 감성적 브랜드 경험과 친밀한 비주얼 자산이 중요하므로, 신규 고객 접점에 활용 가능한 브랜드 맞춤형 캐릭터 및 서사 체계 구축이 필요한 상황임 2. 제안 내용 - 파티더풀문 브랜드의 정체성에 부합하는 신규 캐릭터 콘셉트 개발 - 브랜드 스토리, 세계관, 성격, 활용 시나리오를 포함한 캐릭터 스토리텔링 기획 - 웨딩, 돌잔치, 가족연회 등 주요 서비스별로 적용 가능한 캐릭터 응용형 비주얼 시스템 설계 - SNS, 홈페이지, 상담자료, 안내물, 답례품, 이벤트 콘텐츠에 적용 가능한 실무형 캐릭터 가이드 결과물 도출 - 단순 일러스트 제작이 아니라 실제 서비스 현장과 고객 커뮤니케이션에 바로 활용 가능한 브랜드 자산 개발을 목표로 함 3. 세부 수행 내용 - 1단계: 브랜드 분석 및 경쟁사 사례 리서치 - 2단계: 타깃 고객 분석 및 행사 카테고리별 감성 키워드 도출 - 3단계: 캐릭터 콘셉트 방향 제안 - 4단계: 캐릭터 시안 개발 및 표정 · 포즈 · 응용형 개발

<table>
<tr><td></td><td colspan="3">– 5단계: 캐릭터 스토리 및 세계관 문안 기획
– 6단계: 온 · 오프라인 적용 시안 제작
– 7단계: 최종 캐릭터 매뉴얼북 정리</td></tr>
<tr><td>수행기간(예정)</td><td colspan="3">2026.07.15.~2026.09.08. (8주)</td></tr>
<tr><td>수행팀(수)</td><td>2팀</td><td>1팀당 팀원(수)</td><td>4명</td></tr>
<tr><td>코칭계획
(2회 이상)</td><td colspan="3">
<table>
<tr><th>회차</th><th>시기</th><th>코칭 내용</th><th>운영 목적</th></tr>
<tr><td>1회차</td><td>1주차</td><td>기업 소개, 파티더풀문 리브랜딩 방향, 행사 전문 브랜드 전환 배경, 기존 브랜드 자산 및 신규 캐릭터 개발 목적 공유</td><td>프로젝트 이해도 제고 및 과업 방향 설정</td></tr>
<tr><td>2회차</td><td>2주차</td><td>웨딩, 돌잔치, 가족행사 타깃 분석, 브랜드 감성 키워드 도출, 경쟁사 및 유사 사례 리뷰</td><td>타깃 적합성과 브랜드 방향성 정리</td></tr>
<tr><td>3회차</td><td>4주차</td><td>캐릭터 콘셉트 초안, 성격 설정, 세계관 및 스토리 구조 점검</td><td>캐릭터 기본 방향 검토 및 보완</td></tr>
<tr><td>4회차</td><td>6주차</td><td>캐릭터 시안, 표정 · 포즈 응용안, 서비스별 활용 시안 중간 점검</td><td>실무 적용성 검토 및 디자인 완성도 강화</td></tr>
<tr><td>5회차</td><td>8주차</td><td>최종 결과물 검수, 활용 가이드 점검, 실제 브랜드 적용 방안 논의</td><td>최종 결과물 고도화 및 현장 활용성 확보</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

■ 프로젝트 결과 및 예상 결과물

<table>
<tr><td>주요 결과</td><td>파티더풀문 전용 브랜드 캐릭터 디자인 개발(캐릭터 기본형 2~3안)
브랜드 스토리텔링 및 활용 가이드 구축</td></tr>
<tr><td rowspan="2">예상 결과물</td><td> 


</td></tr>
<tr><td><캐릭터 소개 예시></td></tr>
</table>

500토끼 중 지구특사로 임명되어 지구에 온 보르미,
그는 왜 잠수복을 입게 되었을까?

1,500년을 기다려 드디어 지구로 가게된 달특사 보르미!
달과 지구를 이어주는 길이 열리던 날, 보르미는 순조롭게 지구로 오던 중이었어요.
한 눈 파느라 경로를 이탈하기 전까지만 해도 말이죠.
반짝거리는 도시의 불빛을 감상하던 보르미는 불빛을 좇다가 자기도 모르게 경로를 이탈해 부산의 한 주택 옥상에 떨어지게 되었답니다. 어마어마한 굉음에 사람들은 주변을 살피며 소리의 출처를 찾아다녔어요.
지구인을 행복하게 만들기 위해 지구에 온 보르미는 달특사 임무가 특급 비밀임을 알았기에 당장 몸을 숨겨야했어요. 들키면 특사 생활은 끝나고 달로 긴급 송환될테니까요. 보르미는 옥상에 걸린 옷을 확인할 새도 없이 후다닥 주워입었지요. 주택 주인의 해녀복인 줄도 모르고 말이예요. 그런데 웬걸? 생각보다 보르미에게 딱 맞는 착용감과 은폐, 엄폐에도 좋은 이 효율적인 슈트에 풍덩 빠져버렸지 뭐예요.
그렇게 보르미는 달토끼의 빛나는 하얀 털을 감추기 위해서라도 잠수복을 입을 수 밖에 없었답니다. 보르미가 잠수복의 착용감을 좋아하는 사실은 둘째치고라도 말이예요.

때는 달과 지구를 이어주는 길이 열리던 날, 부산

의외로 은폐·엄폐에 좋은데?!

<캐릭터 스토리텔링 예시>

<캐릭터 아트워크 예시>

■ 참여청년 필요 역량

필요역량	브랜드디자인 및 캐릭터디자인 기초 역량 일러스트레이션 및 그래픽 툴 활용 능력 스토리텔링 및 콘셉트 기획 능력

■ 기대 효과 및 활용 분야

기대 효과	– 행사 전문 브랜드 전환에 맞는 신규 시각 자산 확보 – 기존 IP와 분리된 독립적 브랜드 커뮤니케이션 체계 구축 – 고객 친밀도와 브랜드 인지도 향상 – 웨딩 · 돌잔치 · 가족행사 시장에서 차별화된 브랜드 이미지 형성 – 향후 온 · 오프라인 콘텐츠와 연계 가능한 확장형 캐릭터 자산 확보
참여기업 결과물 활용 계획	– 파티더풀문 공식 SNS 및 홈페이지 콘텐츠 제작에 활용 – 웨딩, 돌잔치, 연회 상담자료 및 제안서에 활용 – 오프라인 현장 안내물, 포토존, 이벤트물, 기념물 등에 적용 – 향후 답례품, 굿즈, 시즌성 프로모션 디자인 자산으로 확장 활용 – 리브랜딩 후 브랜드 아이덴티티 운영 매뉴얼의 기초 자료로 반영

■ 사전직무교육

사전직무교육	- 일시 : 2026.7.13.~2026.7.14. - 장소 : 부산디자인진흥원 3층 세미나F 등 - 주요 내용 : AI 활용 브랜드 마케팅 기획 전략 등 – 기타 : 자세한 사항은 붙임.

■ 기타 사항

참여청년에게	브랜드 리브랜딩 실무와 직접 연결된 프로젝트로, 디자인 결과물이 실제 운영 현장에 반영될 예정입니다. 청년들이 제안 단계에서 끝나는 것이 아니라, 실제 서비스 적용을 전제로 실무형 결과물을 제작할 수 있습니다. 결론적으로, 캐릭터 디자인, 브랜드 기획, 콘텐츠 응용 경험을 종합적으로 쌓을 수 있는 프로젝트입니다.
별첨파일	

상기 내용과 같이 프로젝트형 청년 일경험 지원사업에 프로젝트를 제안합니다.

(재)부산디자인진흥원 귀하

프로젝트형 일경험 프로젝트 제안서

제안기업 명	S.O.K management		
사업장 주소	부산시 해운대구 센텀서로 39, 701호 (우동, 영상산업센터)		
담당자명	김 지 현	직급	책 임
담당자 연락처		담당자 이메일	

프로젝트명	이벤트 제안서 디자인 및 캐릭터 로고 디자인		
직무 분야	☐ 경영・사무 ☐ 광고・마케팅 ☐ 생산・제조	☐ 금융・회계 ☐ IT ☐ 공공행정	☐ 영업・해외영업 ☐ 연구・R&D ■기타 (디자인)

■ 프로젝트 개요

프로젝트 소개 제안배경 및 제안내용*	- 제안 배경 당사는 지난 19년간 부산을 기반으로 다양한 행사를 수행하며 풍부한 기획 노하우를 축적해 왔으나, 최근 행사 입찰 및 수주 환경은 단순한 기획력을 넘어 고도화된 비주얼 스토리텔링과 3D 공간 시뮬레이션 역량을 강력하게 요구하고 있습니다. 이에 따라 이번 프로젝트를 통해 청년들에게는 단순한 그래픽 작업을 넘어 행사 기획의 컨셉 수립부터 키비주얼 개발, 그리고 실제 공간을 구현하는 3D 디자인까지 이어지는 통합 실무 프로세스를 깊이 있게 경험할 기회를 제공하고자 합니다. 청년들은 현업 전문가의 밀착 코칭을 통해 제안서 디자인 및 캐릭터 브랜딩 등 상업 디자인의 전 과정을 체득하며 실무형 인재로 거듭날 것이며, 기업은 이러한 창의적인 협업 과정을 통해 기획의 시각적 완성도를 극대화하고 차별화된 디자인 자산을 구축하는 상생의 성과를 거두고자 합니다. - 제안 내용 ・각 행사 제안서에 맡는 고도화된 디자인과 3D 시안물 작업, 행사 로고 디자인 및 행사 캐릭터 디자인을 통한 우리 회사만의 차별적이고, 전문적인 행사를 기획하고, 그 행사에 맡는 파생 상품 디자인을 개발하여, 시작적으로도 기억에 남는 행사를 기획 개발하고자 프로젝트를 제안합니다. ・제안서 디자인(표지, 키비주얼 시안, 3D 디자인) ・현수막, 배너, 리플렛, 초청장, 카드뉴스, 인스타그램 광고 디자인, ID 카드 목업 및 합성 시안물 제작 ・포토존 디자인, 무대시안 3D디자인, 행사장 공간 3D디자인, 공간 합성 디자인 작업 ・행사명 로고 및 캐릭터 디자인, 행사 기념품 디자인 등
수행기간(예정)	2026.07.15.~2026.09.08. (8주)

수행팀(수)	2팀	1팀당 팀원(수)	4명
코칭계획 (2회 이상)	1주~4주차	- 기업소개 및 행사 기획업에 대한 방향성 설명 - 행사 기획에 필요한 디자이너의 전반적인 실무 설명 - 제안서 작성시 행사의 테마에 따른 디자인 과정 설명	
	5주~8주차	- 중간 결과에 대한 피드백 - 2D, 3D 디자인물의 차이 와 공간 구성에 대한 안내 - 실무 디자인 결과물에 대한 피드백	

■ 프로젝트 결과 및 예상 결과물

주요 결과	제안서 디자인 및 3D 디자인, 행사 로고 및 캐릭터 디자인	
예상 결과물	– 제안서 탬플릿 디자인 – 행사 캐릭터 개발물 – 행사장 조성 및 3D 디자인물 – 포토존 및 운영부스 디자인 제작물 – 행사 상품 디자인물 – 행사 로고 디자인물 – 행사 굿즈 및 디자인 제작물	

■ 참여청년 필요 역량

필요역량	– Adobe Photoshop 또는 Illustrator 활용 가능 – 스케치 업 등 3D디자인 활용 가능 – 디자인관련 전공자 우대

■ 기대 효과 및 활용 분야

기대 효과	– 전문적인 제안서 디자인과 로고, 캐릭터 등 블랜딩 요소를 통해 입찰 및 수주 성공률을 높이고, 기획의 시각적 완성도를 극대화 함 – 실무형 인제 확보 : 8주간의 집중 교육을 통해, 행사 기획 전반의 과정을 이해하고, 현장 실무에 즉시 투입 가능한 디자인 인력을 양성 – 새로운 인력의 시각적 반영을 통해 최신 트랜드에 맞는 감각적인 홍보물 제작에 반영함으로서 디자인의 다양화 기여
참여기업 결과물 활용 계획	– 고도화된 제안서 디자인 템플릿을 비즈니스 혁신 사례로 축적하여, 향후 유사 프로젝트 입찰 시 수주 경쟁력 확보하는 자산으로 활용

■ 사전직무교육

사전직무교육	- 일시 : 2026.7.13.~2026.7.14. - 장소 : 부산디자인진흥원 3층 세미나F 등 - 주요 내용 : AI 활용 브랜드 마케팅 기획 전략 등 – 기타 : 자세한 사항은 붙임.

■ 기타 사항

참여청년에게	– 성실하고 적극적인 참여자 우대 – 아이디어를 나누고 제안할 수 있는 근무 환경제공
별첨파일	– 별첨1. 프로젝트 수행 및 운영 계획서 – 별첨2. 프로젝트 예상 결과물

상기 내용과 같이 프로젝트형 청년 일경험 지원사업에 프로젝트를 제안합니다.

(재)부산디자인진흥원 귀하

별첨1.

■ 프로젝트 수행 및 운영 계획서

프로그램 수행 및 운영계획서	1주차	· 회사 오리엔테이션 및 행사대행업에 대한 전반적인 개념 이해 – 회사의 연혁 및 회사 소개 – 행사대행업에서 디자이너의 역할을 예시로 설명
	2주차	· 디자인부서 업무 현황 파악 및 과업에 대한 이해 – 행사를 기획할 때 디자이너가 하는 일에 대한 전반적인 설명 – 행사 제안서 작성시 행사의 테마 파악, 테마에 맞는 키비주얼 제작 과정 설명 (1안, 2안, 3안 의 키비쥬얼 제작)
	3주차	· 행사 디자인에 필요한 시안 및 제안서 시안물 관련 기초 작업 실행 – 행사의 키비주얼이 완성 된 후 거기에 필요한 후속 디자인 업무 파악 – 제안서 디자인, 행사 컨셉 디자인, 제안서 구성 디자인, 3D 시안물 제작(행사 배치도, 무대디자인, 공간 구성 디자인 등)
	4주차	· 키비주얼 시안에 따른 파생 디자인 부분 작업 – 기념품 키트 제작 디자인 – 행사 포스터, 초대장, 현수막, 가로등 배너 등 디자인 배치
	5주차	· X배너, 가로등 배너 작업 보조 및 수정 작업 – 배너 제작시 들어가는 내용에 따라 글꼴, 배치, 테이블 위치 등을 배치하고, 변화되는 내용들을 디자인에 넣고, 수정하는 작업
	6주차	· 부스 현수막, 가로현수막, 테이블 현수막 시안 보조 및 수정 작업 – 행사에 맞는 현수막의 사이즈에 따라 디자인 요소를 재 배치 하고, 가독성 있는 현수막으로 수정하는 작업
	7주차	· 안내시트지 디자인, 홍보 리플렛 디자인 작업 및 수정 작업 보조 – 프린트 되는 시트지의 재질에 따른 결과물의 변형에 대한 안내 – 리플렛의 종류와 재질에 대해 알아보기 – 홍보 리플렛 페이지 마다 들어가는 내용 확인 및 수정하는 작업
	8주차	· 일경험 직무수행 및 성취도 관련 최종면담 – 8주간 수행한 내용에 대한 피드백 – 수행한 내용 중 어렵거나 연습이 부족한 부분에 대한 업무를 다시 연습할 수 있도록 안내

별첨2.

■ 프로젝트 예상 결과물

예상 결과물		
	축제 캐릭터 개발	행사장 조성 3D 디자인
	3D 무대디자인	포토존 디자인
	3D 공간 디자인	행사 포스터 디자인
	이벤트 공간 디자인	내부 홍보 배너 디자인

	행사 키링 및 상품 제작 디자인	굿즈 및 제작물 디자인

[붙임 1]

프로젝트형 일경험 프로젝트 제안서

제안기업 명	㈜부산은행		
사업장 주소	부산광역시 남구 문현금융로 30		
담당자명	조은주	직급	대리
담당자 연락처		담당자 이메일	

프로젝트명	[BNK썸] 브랜드 경험 강화를 위한 리디자인		
직무 분야	□ 경영 · 사무 □ 광고 · 마케팅 □ 생산 · 제조	□ 금융 · 회계 □ IT □ 공공행정	□ 영업 · 해외영업 □ 연구 · R&D ■ 기타 (디자인)

■ 프로젝트 개요

프로젝트 소개 제안배경 및 제안내용 *	**제안배경:** 최근 프로 스포츠 산업은 단순한 경기 관람을 넘어, 팬과의 지속적인 관계 형성을 중심으로 한 '경험 기반 콘텐츠' 경쟁이 심화되고 있다. 특히 굿즈, 캐릭터, 비주얼 콘텐츠 등 팬 참여형 요소는 구단 브랜드 충성도를 높이는 핵심 수단으로 자리 잡고 있다. 이에 따라 BNK썸 농구단 역시 기존의 경기 중심 홍보를 넘어, 구단 고유의 브랜드 아이덴티티를 강화하고, 팬 경험을 확장할 수 있는 차별화된 디자인 전략이 필요한 시점이다. 브랜드의 일관성과 상징성을 반영한 시각적 결과물 개발을 통해, 팬과의 접점을 확대하고 구단의 경쟁력을 제고하고자 한다. -BNK썸 농구단의 브랜드 경쟁력 강화 필요 -팬 경험 중심의 콘텐츠(굿즈, 캐릭터, 비주얼 콘텐츠)수요 증가 -농구단 브랜드 아이덴티티 기반 디자인 결과물 개발 등 **제안내용:** BNK썸 농구단의 브랜드 아이덴티티를 기반으로, 팬 경험을 강화할 수 있는 시각 콘텐츠 및 굿즈를 기획 · 제작하는 것을 목표로 한다. **첫째, 2026-2027 시즌을 위한 구단 시그니처 굿즈 개발** - 구단의 상징 요소(컬러, 로고, 마스코트 등)를 활용하여 팬들이 일상에서도 자연스럽게 소비하고 공유할 수 있는 디자인을 기획하며, 실용성과 소장 가치를 동시에 고려한 상품 라인업(키링, 응원봉, 인형, 가방 등)을 구성한다. **둘째, SNS 채널 운영에 활용 가능한 비주얼 콘텐츠 제작** - 경기 일정, 선수 소개, 이벤트 홍보 등 다양한 콘텐츠(숏폼, 카드뉴스 등) 유형에 적용 가능한 굿즈와 통일된 디자인 템플릿을 구축하여, 브랜드 일관성을 유지하면서도 팬 친화적인 커뮤니케이션을 강화한다. 이를 통해 온 · 오프라인 전반에서 구단의 브랜드 이미지를 일관되게 전달하고, 팬 참여를 유도하는 콘텐츠 생태계를 구축하고자 한다.

수행기간(예정)	2026.07.15.~2026.09.08.(8주)		
수행팀(수)	2팀	1팀당 팀원(수)	4명
코칭계획 (2회 이상)	**1차(기획): 프로젝트 방향 설정 및 기획 구체화 (1-2주차)** BNK썸 농구단의 브랜드 아이덴티티 및 기존 콘텐츠 분석, 프로젝트 방향성 설정. 멘토 코칭을 통해 타겟 팬층, 디자인 콘셉트, 콘텐츠 전략 구체화 및 기획의 완성도 제고. **2차(시안 제작): 디자인 기획 및 1차 시안 제작 (3-4주차)** 시그니처 굿즈와 SNS 콘텐츠에 대한 아이디어 도출 및 1차 시안 제작 멘토 피드백 반영을 통한 디자인의 실현 가능성, 브랜드 적합성을 점검 초기 결과물의 방향성 보완. **3차(고도화): 결과물 고도화 및 중간 점검 (5-6주차)** 제작된 시안을 기반으로 디자인 완성도 제고 및 고도화 진행. 부족한 요소 개선, 브랜드 일관성을 강화. 굿즈는 실사용성과 상품성, SNS 콘텐츠는 활용성과 전달력 중심으로 보완 **4차(결과물 도출): 최종 결과물 완성 및 리뷰 (7-8주차)** 최종 피드백을 반영하여 결과물의 완성도를 높이고, 프로젝트 전반에 대한 리뷰 진행. 이를 통해 실제 활용 가능한 수준의 디자인 산출물을 최종 도출 및 확장 가능성 검토		

■ 프로젝트 결과 및 예상 결과물

주요 결과	기존 굿즈의 리뉴얼
예상 결과물	 ▲ 기존 굿즈 예시 이미지(방석) ▲ 기존 굿즈 예시 이미지(응원봉) ▲ 기존 굿즈 예시 이미지(드로잉백)

■ 참여청년 필요 역량

필요역량	자료 조사 및 분석 능력, 창의력, 열정

■ 기대 효과 및 활용 분야

기대 효과	**지역 인재 양성 측면** – 실무 기반 프로젝트 경험 제공 – 취업 경쟁력 강화 및 포트폴리오 확보 등 **농구단 측면** – 브랜드 아이덴티티를 기반으로 한 구단의 시각적 경쟁력 강화 – 시그니처 굿즈를 통해 구단의 친밀도 및 충성도 제고 – SNS 비주얼 콘텐츠 통일성 확보를 통한 참여율 증가 – 브랜드 경험 제공을 통해 신규 팬 유입 촉진 및 마케팅 효율성 향상 – 굿즈 판매 활성화 및 팬과의 접점 확대 등
참여기업 결과물 활용 계획	– 우수 디자인 선정 시 실제 MD상품 제작 및 상용화 추진 – SNS 콘텐츠 디자인 활용

■ 사전직무교육

사전직무교육	- 일시 : 2026.7.13.~2026.7.14. - 장소 : 부산디자인진흥원 3층 세미나F 등 - 주요 내용 : AI 활용 브랜드 마케팅 기획 전략 등 – 기타 : 자세한 사항은 붙임.

■ 기타 사항

참여청년에게	– 프로그래밍 기초가 없는 청년도 지원 가능 – 열정을 가지고 성실히 참여할 청년들의 많은 지원 바랍니다.
별첨파일	– BNK썸 굿즈 상품 이미지 파일.pdf

상기 내용과 같이 프로젝트형 청년 일경험 지원사업에 프로젝트를 제안합니다.

(재)부산디자인진흥원 귀하

[붙임 1]

프로젝트형 일경험 프로젝트 제안서

제안기업 명	부산시설공단		
사업장 주소	부산광역시 부산진구 새싹로 174(연지동)		
담당자명	배병희	**직급**	대리
담당자 연락처		**담당자 이메일**	

프로젝트명	BISCO X '부기' 캐릭터 활용「**Safety Tool Box**」개발
직무 분야	□ 경영 · 사무 □ 금융 · 회계 □ 영업 · 해외영업 □ 광고 · 마케팅 □ IT □ 연구 · R&D □ 생산 · 제조 □ 공공행정 ■ 기타 (디자인)

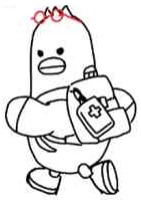
■ 프로젝트 개요

프로젝트 소개 제안배경 및 제안내용 *	**- 제안 배경** • 공공시설 이용 시민 대상 안전사고 발생 시, 즉각적인 대응이 가능한 사용자 중심 응급키트 디자인 및 정보 전달 체계 부재 • 기존 안전용품은 기능 중심으로 구성되어 있어 일반 시민이 직관적으로 이해하고 활용하기 어려운 한계 존재 • 이에 따라 부산시설공단과 부산시 캐릭터 '부기'의 콜라보로 5월에 탄생하게 되는 자체 캐릭터와 BISCO 브랜드를 활용하여 시민 친화적이며 직관적인 안전 UX 기반 응급키트 디자인 개발 필요 • 일상에서 활용 가능한 안전용품을 통해 시민의 안전 의식 제고 및 공단 이미지 강화 필요 **- 제안 내용** • 공공 안전 상황을 고려한 사용자 경험(UX) 기반 응급키트 디자인 프로젝트 수행 • 시민 행동 패턴 및 안전 인식 분석을 기반으로 응급상황 대응 시나리오 및 정보 구조 설계 • BISCO 및 '부기' 캐릭터(5월 제작 완료)를 활용한 직관적이고 친근한 시각 커뮤니케이션 디자인 개발 • 응급키트 구성품, 패키지, 안내 콘텐츠를 포함한 통합 디자인 시스템 구축
수행기간(예정)	2026.07.15.~2026.09.08 (8주)

수행팀(수)	5팀	1팀당 팀원(수)	4명

코칭계획 (2회 이상)	**1. 1~2주차 (공공 안전 사례 조사 및 사용자 리서치)** - 주요 활동: 공공시설 안전사고 사례 분석, 시민 행동 패턴 조사, 사용자 페르소나 설정, 사용자 여정 맵 및 문제 정의 도출 - 코칭 계획: 사용자 사례 조사 및 결과 분석 피드백 **2. 3주차: 응급상황 시나리오 및 UX 구조 설계** - 주요 활동: 응급상황 대응 시나리오 도출, 정보 구조 및 사용자 흐름 설계 - 코칭 계획: UX 구조 및 문제 정의 적절성 검토 및 피드백 **3. 4주차: 디자인 컨셉 및 비주얼 방향 설정, 1차 시안 제작** - 주요 활동: 디자인 키워드 도출, 캐릭터 활용 전략 수립, 무드보드 제작 - 코칭 계획: 캐릭터 가이드 및 디자인 구조 기획 및 방향 설정 **4. 5~6주차: 디자인 시안 수정 제작 및 고도화** - 주요 활동: 응급키트 구성품 및 패키지 디자인 시안 개발, 정보 전달 디자인 적용, 시안 보완 및 완성도 개선 - 코칭 계획: 시안 리뷰 및 실무 기준 디자인 피드백 **5. 7주차: 목업 제작 및 사용자 테스트, 최종 개선 방향 설정** - 주요 활동: 목업 제작을 통한 테스트 진행, 문제점 도출 및 개선 반영 - 코칭 계획: 테스트 결과 분석 및 개선 방향 코칭 **6. 8주차: 최종 결과물 제작 및 발표** - 주요 활동: 최종 디자인 산출물 정리, 결과 발표 및 실무 적용 방안 제시 - 코칭 계획: 결과물 완성도 점검 및 발표 피드백

■ **프로젝트 결과 및 예상 결과물**

주요 결과	신규「Safety Tool Box」디자인
예상 결과물	비스코x부기 캐릭터 초안(5월중 제작 완료)  공단 응급키트 예시 사진(기 제작된 기념품)

■ 참여청년 필요 역량

필요역량	- 어도비 프로그램(포토샵, 일러스트 등) 활용 능력 - 굿즈 및 패키지 디자인에 대한 기본 이해 - 캐릭터 활용 디자인 및 공공기관 브랜딩 이해도

■ 기대 효과 및 활용 분야

기대 효과	• 'BISCO X 부기'를 활용한 응급키트 제작으로 공공 안전 인식 제고 • 시민이 직관적으로 활용 가능한 공공 안전 디자인 모델 구축 • 응급상황 대응을 고려한 UX 기반 안전 키트 개발로 실질적인 안전 인식 및 행동 개선 유도 • 실용적인 안전 굿즈 개발을 통해 시민 대상 활용도 높은 홍보물 제작 • 공공기관 캐릭터를 활용한 디자인 시스템 구축을 통해 향후 다양한 안전 콘텐츠 및 서비스로 확장 가능 • 공공기관의 친근한 이미지 구축 및 브랜드 가치 강화
참여기업 결과물 활용 계획	• 부산시설공단 운영 시설 내 배치 및 시범 운영 • 부산시설공단 안전 캠페인 및 행사 배포용 굿즈로 활용 • 안전 교육 프로그램 및 캠페인 콘텐츠로 활용(온/오프라인) • 공단 디자인 가이드라인 및 표준 안전 키트 모델로 적용 • 향후 부산시 및 유관기관 확산을 위한 확장형 디자인 자산으로 활용 • 공단 방문객 및 시민 대상 홍보 물품으로 제공

■ 사전직무교육

사전직무교육	- 일시 : 2026.7.13.~2026.7.14. - 장소 : 부산디자인진흥원 3층 세미나C 등 - 주요 내용 : AI 활용 브랜드 마케팅 기획 전략 등 - 기타 : 자세한 사항은 붙임.

■ 기타 사항

참여청년에게	- 디자인 실무 경험이 부족한 청년도 참여 가능하도록 단계별 업무 수행 계획 운영 - 참여 청년의 창의적인 아이디어를 적극 반영한 디자인 개발 진행 - 프로젝트 결과물을 포트폴리오로 활용 가능하도록 지원
별첨파일	

상기 내용과 같이 프로젝트형 청년 일경험 지원사업에 프로젝트를 제안합니다.

(재)부산디자인진흥원 귀하

[붙임 1]

프로젝트형 일경험 프로젝트 제안서

제안기업 명	대선주조(주)		
사업장 주소	부산광역시 동래구 여고로 77		
담당자명	오수영	직급	계장
담당자 연락처		담당자 이메일	

프로젝트명	주류 브랜드(대선골드) 리브랜딩		
직무 분야	□ 경영 · 사무 □ 광고 · 마케팅 □ 생산 · 제조	□ 금융 · 회계 □ IT □ 공공행정	□ 영업 · 해외영업 □ 연구 · R&D ■ 기타 (디자인)

■ 프로젝트 개요

프로젝트 소개 제안배경 및 제안내용 *	-제안 배경 대선골드는 1994년 수확한 최상급 청매실을 33년간 숙성시킨 비매품 프리미엄 라인 매실주로, 희소성과 상징성을 동시에 지닌 제품입니다. 매년 리뉴얼을 통해 브랜드 가치를 지속적으로 고도화해왔으며 특히 해마다 디자인 변경을 하여 더욱 고급스럽고 차별화된 디자인으로 발전시키며 프리미엄 제품으로서의 위상을 강화해오고 있습니다. 올해의 리뉴얼은 단순한 디자인 변경을 넘어 병 형태 변경이 예정되어있어 이에 대응한 패키지 디자인의 전면적인 재정비가 필요한 시점입니다. 또한 대선골드는 명절을 중심으로 한정수량 출시되는 제품으로, 패키지 제작 기간을 고려할 때 사전 디자인 개발이 필수적입니다. 이에 따라, 대선골드의 프리미엄 가치를 한층 더 강화할 수 있는 완성도 높은 패키지 디자인 개발이 필요한 시점입니다. -제안 내용 대선골드의 프리미엄 가치를 극대화하기 위한 고급화된 패키지 디자인 리뉴얼을 제안합니다. 33년 숙성이라는 가치와 희소성을 시각적으로 전달할 수 있도록 고급스럽고 세련된 디자인으로 제품을 완성도 높게 구현하고자 합니다. 특히, 내년에는 병 형태 변경이 예정되어 있어 단순한 디자인 수정이 아닌 패키지 전반의 리뉴얼이 필요한 시점입니다. 병 디자인부터 라벨 디자인, 외포장(박스) 디자인, 마지막으로 레터디자인까지 제품 전반을 아우르는 패키지 디자인 개발을 제안합니다.
수행기간(예정)	2026.07.20.~2026.09.13. (8주)

수행팀(수)	3팀	1팀당 팀원(수)	4명
코칭계획 (2회 이상)	– 프로젝트 목적 및 방향성 공유 – 디자인 컨셉 구체화 및 방향성 피드백 – 실제 제품 적용을 고려한 실무 피드백		

■ **프로젝트 결과 및 예상 결과물**

주요 결과	대선골드 패키지 리뉴얼
예상 결과물	

■ 참여청년 필요 역량

필요역량	포토샵, 일러스트

■ 기대 효과 및 활용 분야

기대 효과	– 본 프로젝트를 통해 대선골드의 프리미엄 이미지를 한층 강화하여 제품의 완성도를 높이고, 고급 주류로서의 브랜드 위상을 더욱 공고히 할 것으로 기대된다. 아울러 매년 지속적으로 이어지는 리뉴얼 전략을 통해 브랜드의 고급 이미지를 유지·강화하고, 프리미엄 제품군으로서의 장기적인 브랜드 자산 축적이 가능할 것으로 기대된다.
참여기업 결과물 활용 계획	– 실제 제품 패키지 리뉴얼 및 온·오프라인 마케팅 전반으로 확장 활용

■ 사전직무교육

사전직무교육	- 일시 : 2026.7.16.~2026.7.17. - 장소 : 부산디자인진흥원 3층 세미나F 등 - 주요 내용 : AI 활용 브랜드 마케팅 기획 전략 등 – 기타 : 자세한 사항은 붙임.

■ 기타 사항

참여청년에게	– 열정을 가지고 성실히 참여할 청년들의 많은 지원 부탁드립니다.
별첨파일	– 별첨1. 2026 일경험 프로젝트 상세_대선주조_대선골드

상기 내용과 같이 프로젝트형 청년 일경험 지원사업에 프로젝트를 제안합니다.

(재)부산디자인진흥원 귀하

[붙임 1]

프로젝트형 일경험 프로젝트 제안서

제안기업 명	대선주조(주)		
사업장 주소	부산광역시 동래구 여고로 77		
담당자명	오수영	직급	계장
담당자 연락처		담당자 이메일	

프로젝트명	주류 브랜드(부산소주) 리브랜딩		
직무 분야	□ 경영 · 사무 □ 광고 · 마케팅 □ 생산 · 제조	□ 금융 · 회계 □ IT □ 공공행정	□ 영업 · 해외영업 □ 연구 · R&D ■ 기타 (디자인)

■ 프로젝트 개요

프로젝트 소개 제안배경 및 제안내용 *	-제안 배경 부산소주는 대선주조에서 26년 2월에 출시한 자도주입니다. 지역의 이름을 내건 신제품인만큼 부산 대표 주류 기업의 정체성을 확고히 하고, 지역사회에 활력을 불어넣고자 기획되었습니다. 다만, 보다 폭넓은 소비자층의 공감과 접근성을 높이기 위해 직관적이고 친숙한 한글 라벨 디자인에 대한 필요성이 제기되고 있습니다. 기존의 한자 중심 디자인은 브랜드의 정통성과 신뢰감을 전달하는 데 큰 강점이 있으나, 트렌드에 민감한 젊은 소비층과 대중에게는 직관적인 인지도가 다소 낮을 수 있다는 우려가 있습니다. 신제품 출시 초기 단계에서 브랜드 이미지가 고착되기 전, 한글 타이포그래피를 결합한 듀얼(Dual) 라벨 전략을 통해 시각적 진입장벽을 낮추고 브랜드 확산을 유도하고자 합니다. 이에 따라 한글 라벨디자인을 통해 전략적인 접근이 필요한 시점입니다. -제안 내용 브랜드 확장성과 대중성 강화를 위해 한글 중심의 라벨 디자인 개발을 핵심으로 하는 리브랜딩을 제안합니다. 개발된 한글 라벨 디자인을 기준으로 지박스, 패키지 및 각종 홍보물 등 다양한 브랜드 디자인을 리뉴얼하여 시각적 통일성과 완성도를 강화하는 리브랜딩을 실현하고자 합니다. 기존 부산소주의 아이덴티티를 유지하되, 한글 타이포그래피를 반영한 디자인을 적용하여 제품 인지도를 높이고 소비자 접근성을 강화하는 것이 목표입니다.
수행기간(예정)	2026.07.20.~2026.09.13. (8주)

수행팀(수)	2팀	1팀당 팀원(수)	4명
코칭계획 (2회 이상)	– 리브랜딩 프로젝트 목적 및 방향성 공유 – 디자인 컨셉 구체화 및 방향성 피드백 – 실제 제품 적용을 고려한 실무 피드백 – 차별성 및 시장 적합성 중심 피드백		

■ 프로젝트 결과 및 예상 결과물

주요 결과	부산소주 라벨 및 패키지 리뉴얼
예상 결과물	

■ 참여청년 필요 역량

필요역량	포토샵, 일러스트

■ 기대 효과 및 활용 분야

기대 효과	– 기존의 한자 중심 라벨이 다소 전통적이고 제한적인 이미지로 인식될 수 있는 반면, 한글 라벨은 보다 직관적이고 감각적인 표현을 통해 MZ세대를 포함한 폭넓은 소비자층의 관심과 공감을 이끌어낼 수 있을 것으로 기대됩니다.
참여기업 결과물 활용 계획	– 실제 제품 패키지 리뉴얼 및 온 · 오프라인 마케팅 전반으로 확장 활용

■ 사전직무교육

사전직무교육	- 일시 : 2026.7.16.~2026.7.17. - 장소 : 부산디자인진흥원 3층 세미나F 등 - 주요 내용 : AI 활용 브랜드 마케팅 기획 전략 등 – 기타 : 자세한 사항은 붙임.

■ 기타 사항

참여청년에게	– 라벨 디자인을 중점적으로 작업 부탁드립니다. (기존 한자버전 리뉴얼 라벨 + 한글버전 라벨 으로 총 2종 희망) – 열정을 가지고 성실히 참여할 청년들의 많은 지원 부탁드립니다.
별첨파일	– 별첨1. 2026 일경험 프로젝트 상세_대선주조

상기 내용과 같이 프로젝트형 청년 일경험 지원사업에 프로젝트를 제안합니다.

(재)부산디자인진흥원 귀하

[붙임 1]

프로젝트형 일경험 프로젝트 제안서

제안기업 명	삼진식품(주)		
사업장 주소	부산시 동구 중앙대로216 교원부산빌딩 15층		
담당자명	김진의	직급	과장
담당자 연락처		담당자 이메일	

프로젝트명	패밀리 캐릭터 및 굿즈 개발		
직무 분야	□ 경영 · 사무 □ 광고 · 마케팅 □ 생산 · 제조	□ 금융 · 회계 □ IT □ 공공행정	□ 영업 · 해외영업 □ 연구 · R&D ■ 기타 (디자인)

■ 프로젝트 개요

프로젝트 소개 제안배경 및 제안내용 *	제안 배경 삼진어묵은 대표 시그니처 제품인 '어묵고로케' 를 기반으로 한 캐릭터를 보유하고 있으나, 현재 단일 캐릭터 중심의 운영으로 인해 브랜드 스토리 확장 및 콘텐츠 다양화에 한계가 있습니다. 특히, 최근 F&B산업에서는 단순 제품 소비를 넘어 캐릭터 기반 브랜드 경험 및 굿즈 소비가 중요한 트렌드로 자리 잡고 있으며, 이는 브랜드 충성도 및 재방문율에 직접적인 영향을 미치고 있습니다. 이에 따라 기존 캐릭터의 아이덴티티를 유지하면서 확장 가능한 캐릭터 구성이 필요한 상황입니다. - 세계관 확장 - 캐릭터 간 관계성 형성 - 콘텐츠 및 상품 확장성 확보 등 브랜드 경험과 굿즈 개발 활용이 가능한 패밀리 캐릭터 체계 구축이 필요합니다. 제안 내용 기존 어묵고로케 캐릭터를 중심으로 패밀리 캐릭터 3종을 개발하되, 기존 캐릭터의 형태 · 무드 · 아이덴티티를 반영하여 통일감 있는 어묵 캐릭터 세계관을 구축합니다. ■ 패밀리 캐릭터 개발 - 기존 캐릭터의 형태, 컬러, 무드, 브랜드 톤앤매너 분석 - 신규 캐릭터 3종 개발 - 캐릭터별 역할 및 성격 설정(세계관 스토리 구축) ■ 캐릭터 활용 비주얼 개발 - 캐릭터별 감정 표현 및 동작 시안 제작 - SNS, 매장, 패키지에 활용 가능한 비주얼 세트 구성 - 브랜드 커뮤니케이션에 활용 가능한 콘텐츠 디자인 제작 등

프로젝트 소개 제안배경 및 제안내용 *	■ 굿즈 기획 및 디자인 – 타겟층(MZ세대, 관광객 등) 분석 기반 굿즈 아이템 도출 ex) 키링, 스티커, 에코백, 패키지 한정 상품 등 – 캐릭터 별 특성을 반영한 차별화된 디자인 적용		
수행기간(예정)	2026.07.20.~2026.09.13. (8주)		
수행팀(수)	3팀	**1팀당 팀원(수)**	4명

코칭계획 (2회 이상)	**1차 코칭(컨셉 · 방향 설정)** – 브랜드 및 캐릭터 방향성 검토 – 캐릭터 컨셉 및 세계관 설정 피드백 – 초기 시안 점검 및 개선 방향 제시 등 **2차 코칭(시안 발전 · 구체화)** – 캐릭터 디자인 완성도 검토 – 활용 비주얼 확장 방향 지도 – 브랜드 일관성 유지 여부 점검 등 **3차 코칭(굿즈 · 상품화 연결)** – 굿즈 아이템 적합성 검토 – 실제 상품화 기준 디자인 보완 – 제작 및 활용 가능성 중심 피드백 등 ※ 브랜드 실무 기준 기반 피드백을 제공하고 결과물의 완성도를 극대화 하는 데에 초점을 둔 코칭 예정

■ 프로젝트 결과 및 예상 결과물

주요 결과	어묵캐릭터 3종 개발, 캐릭터별 동작 일러스트 개발, 굿즈 제작
예상 결과물	

■ 참여청년 필요 역량

필요역량	어도비 일러스트, 드로잉 등

■ 기대 효과 및 활용 분야

기대 효과	■ 기업 측면 – 캐릭터 IP확장을 통한 브랜드 자산 강화 – 굿즈 상품화를 통한 부가 수익 창출 기반 마련 – 온・오프라인 채널에서의 고객 경험 강화 ■ 고객 측면 – 브랜드에 대한 친밀도 및 몰입도 증가 – 캐릭터 기반 콘텐츠 소비 확대 – 관광・체험 요소 강화 ■ 파생 효과 – SNS 바이럴 콘텐츠 생성 가능 – 시즌/콜라보 상품 확장 기반 마련
참여기업 결과물 활용 계획	■ 단기 활용 계획 – 매장 내 굿즈 시범 적용 및 판매 테스트 – SNS 콘텐츠 및 홍보물로 즉시 활용 – 패키지 디자인 일부 반영 검토 ■ 중・장기 활용 계획 – 캐릭터 IP 기반 정식 상품 라인 확장 검토 – 시즌별/콜라보 굿즈 기획 활용 – 브랜드 마케팅 및 콘텐츠 지속 운영 및 확장

■ 사전직무교육

사전직무교육	- 일시 : 2026.7.16.~2026.7.17. - 장소 : 부산디자인진흥원 3층 세미나F 등 - 주요 내용 : AI 활용 브랜드 마케팅 기획 전략 등 – 기타 : 자세한 사항은 붙임.

■ 기타 사항

참여청년에게	– 디자인 및 캐릭터 기획에 관심 있는 청년 – 프로젝트 전 과정(기획 · 디자인 · 굿즈 개발)에 성실히 참여 가능한 청년
별첨파일	

상기 내용과 같이 프로젝트형 청년 일경험 지원사업에 프로젝트를 제안합니다.

(재)부산디자인진흥원 귀하

[붙임 1]

프로젝트형 일경험 프로젝트 제안서

제안기업 명	주식회사 태성당		
사업장 주소	부산시 동구 중앙대로 296번길 3-5, 1층(초량동)		
담당자명	김태은	직급	팀장
담당자 연락처		담당자 이메일	

프로젝트명	브랜드 콘텐츠 및 디자인 에셋 구축		
직무 분야	□ 경영 · 사무 □ 광고 · 마케팅 □ 생산 · 제조	□ 금융 · 회계 □ IT □ 공공행정	□ 영업 · 해외영업 □ 연구 · R&D ■ 기타 (디자인)

■ 프로젝트 개요

프로젝트 소개 제안배경 및 제안내용 *	■ 프로젝트개요 1. 프로젝트소개 본 프로젝트는 부산 로컬 베이커리 브랜드'태성당' 과'부산별빛샌드'의 브랜드 경쟁력 강화를 위해, 브랜드 홍보 영상, 굿즈, 웹페 이지 등 통합 디자인 자산을 구축하는 실무형 프로젝트이다. 단순 결과물이 아닌 실제 매장 및 온라인 채널에서 활용 가능한 수 준의 결과물을 제작하여, 참여 청년들의 실무경험 향상 및 브랜드 콘텐츠 확장을 목표로 한다. 2. 제안배경 – ㈜태성당은 부산을 대표하는 로컬 베이커리 브랜드로서 관광객 유입이 높은 매장을 운영 중이나 홍보콘텐츠 및 웹디자인 자산이 부 족하여 채널별 활용도가 제한적인 상황임 – SNS 중심 소비 환경 변화에 따라 영상 콘텐츠, 웹 기반 브랜드 경험의 중요성이 증가함 – 청년 디자이너들의 신선하고 창의적인 아이디어를 통해 다양한 디자인 결과물을 도출하여 브랜드 콘텐츠 경쟁력을 강화하고자함 3. 제안내용 본 프로젝트는 총3개 세부 과제로 구성되며, 각팀이 하나의 프로젝트를 수행하여 최종 결과물을 도출한다. ①브랜드 홍보 영상디자인 – 브랜드 스토리 및 제품 중심의 홍보 영상 기획 및 제작 – 릴스 및 숏폼 등 SNS 확장형 콘텐츠 제작 ②브랜드 굿즈 디자인 – 브랜드 굿즈 기획 및 디자인,제작 – 관광 및 선물용 아이템 개발 ③웹디자인 – 브랜드 스토리 기반 웹 페이지 기획 및 디자인 - UX 기반 정보 전달 구조 설계

수행기간(예정)	2026.07.20.~2026.09.13. (8주)		
수행팀(수)	3팀	1팀당 팀원(수)	4명

코칭계획 (2회 이상)	1차 코칭:프로젝트 방향 설정 및 브랜드 이해(Kick-off) – 태성당 및 부산 별빛 샌드 브랜드 소개 – 매장 및 제품 이해를 위한 대표 제품, 패키지, 경험 요소 등 공유 – 프로젝트 별 과업 범위 및 결과물 기준 안내 > 목표 :프로젝트 방향성 정립 및 구체화 2차 코칭 : 중간 점검 및 실행 피드백 – 팀별 진행 현황 점검 – 결과물 초안 리뷰 및 수정 방향 제시 – 브랜드 적합성, 실현가능성, SNS 적용가능성 등 피드백 > 목표 :결과물 완성도 향상 및 실무 적용 가능성 확보 3차 코칭 : 결과물 고도화 및 최종 완성 – 최종 결과물 리뷰 및 디테일 보완 (완성도, 가독성, 일관성 등) – 실제 활용을 고려한 수정 피드백 - 결과물 정리 및 최종 제출 정리

■ 프로젝트 결과 및 예상 결과물

주요 결과	브랜드 홍보 영상 및 굿즈, 웹 페이지
예상 결과물	

■ 참여청년 필요 역량

필요역량	영상콘텐츠 기획 및 편집, 그래픽 디자인 및 브랜드 이해도, UI/UX 등

■ 기대 효과 및 활용 분야

기대 효과	– 브랜드 콘텐츠 및 디자인 자산 확보 – 온.오프라인 마케팅 활용도 향상 – 관광 기념품 상품화 – 온라인 유입 채널 확대 기반 마련
참여기업 결과물 활용 계획	– SNS 및 온라인 채널 콘텐츠로 활용 – 매장 내 디스플레이 및 홍보 영상 활용 – 굿즈 상품화 및 프로모션 활용 – 홈페이지 구축 및 브랜드 정보 전달 채널 활용

■ 사전직무교육

사전직무교육	- 일시 : 2026.7.16.~2026.7.17. - 장소 : 부산디자인진흥원 3층 세미나F 등 - 주요 내용 : AI 활용 브랜드 마케팅 기획 전략 등 – 기타 : 자세한 사항은 붙임.

■ 기타 사항

참여청년에게	– 디자인 및 캐릭터 기획에 관심 있는 청년 – 프로젝트 전 과정(기획 · 디자인 · 굿즈 개발)에 성실히 참여 가능한 청년
별첨파일	

상기 내용과 같이 프로젝트형 청년 일경험 지원사업에 프로젝트를 제안합니다.

(재)부산디자인진흥원 귀하

[붙임 1]

프로젝트형 일경험 프로젝트 제안서

제안기업 명	㈜이대명과		
사업장 주소	부산시 금정구 금사로144 이대명과		
담당자명	공혜정	직급	실장
담당자 연락처		담당자 이메일	

프로젝트명	브랜드 시그니처 굿즈 기획 및 디자인		
직무 분야	□ 경영 · 사무 □ 광고 · 마케팅 □ 생산 · 제조	□ 금융 · 회계 □ IT □ 공공행정	□ 영업 · 해외영업 □ 연구 · R&D ■ 기타 (디자인)

■ 프로젝트 개요

프로젝트 소개 제안배경 및 제안내용 *	본 프로젝트는 전통 전병 브랜드의 가치를 현대적으로 재해석하여 단순한 굿즈가 아닌 이대명과 스토리를 풀어내고 브랜드 확장 전략에 초점을 둡니다. 1.제안배경 ① 전통 식품의 소비 한계 극복 필요 이대명과는 전통 전병을 기반으로 한 프리미엄 브랜드로서 제품 품질과 역사성은 확보되어 있으나, 소비가 “먹는 경험” 에 한정되어 있어 브랜드 접점 확장에 한계가 있는 상황입니다. 먹고 끝나는 제품 → 남는 브랜드로의 전환 필요한 시점입니다. ② MZ세대 및 신규 소비층 유입 필요 최근 소비 트렌드는 단순 제품 구매를 넘어 브랜드 경험과 감성 소비를 중시하는 방향으로 변화하고 있습니다. 특히 굿즈는 브랜드를 일상 속에서 경험할 수 있는 수단이며, SNS 공유 및 자발적 홍보로 이어지는 핵심 요소입니다. 전통 과자 브랜드 역시 굿즈를 통한 소비층 확장 필요한 시점입니다. ③ 패키지 및 브랜드 자산의 확장 가능성 이대명과 전병은 둥근 형태(보름달 이미지), 견과류(땅콩, 깨 등), 전통성 등 시각적으로 활용 가능한 요소가 풍부하여 굿즈 개발 시 차별화된 디자인 자산으로 확장 가능성이 높습니다.

	④ 관광 및 지역 브랜드 연계 가능성 부산을 대표하는 전통 식품 브랜드로서 관광 기념품 및 지역 특화 굿즈로의 확장이 가능하며, 이를 통해 지역 브랜드 가치 상승에도 기여할 수 있습니다. 2.제안내용 이대명과의 제품 및 브랜드 아이덴티티를 기반으로 실용성과 디자인을 결합한 굿즈를 개발하여 브랜드 경험을 확장하고 신규 수익 모델을 창출하고자 합니다. ▷개발 방향 **① 브랜드 아이덴티티 기반 디자인** -전병의 둥근 형태 (보름달 이미지) -견과류(땅콩, 깨 등) 모티브 활용 -전통과 현대의 조화 **② 실용성 + 소장가치 확보** -일상에서 사용할 수 있는 제품 중심 -인테리어 및 패션 소품으로 활용 가능 **③ SNS 및 확산성 고려** -사진 촬영 및 공유 유도 디자인 -타켓층(2-30대)소비 트렌드 분석 및 반영 ▷브랜드 굿즈 개발 구성안 **① 전병 키링 시리즈 (기존 키링 외 추가 시리즈)** 실제 전병 모양 미니어처 땅콩, 깨, 김파래 등 맛별 디자인 **② 견과류 컨셉 굿즈** 땅콩 모양 파우치, 견과 믹스 디자인 에코백 미니수납 케이스, 전병쿠션 등 **③ 패키지 연계 굿즈** 캔 재사용 (수납함, 인테리어 소품으로 활용) 전병 박스 → 보관함 구조 **④ 체험형 굿즈** DIY 전병 키트 (집에서 만들어보는 컨셉) 전병 스탬프/모양틀 브랜드 스토리 카드 **⑤ 프리미엄 굿즈** 전병 보관 틴 케이스 (캔 패키지 연계) 전통 문양 접시 세트 전병 전용 보관 케이스

수행기간(예정)	2026.07.20.~2026.09.13.(8주)		
수행팀(수)	2팀	1팀당 팀원(수)	4명
코칭계획 (2회 이상)	단계별 코칭을 통해 기획부터 결과물 완성까지 체계적으로 관리하여, 실제 사업화 가능한 수준의 디자인 결과물을 도출하고자 합니다. **– 1~2주차 코칭 (프로젝트 착수 / 방향 설정)** 1) 목적: 브랜드 및 제품 이해, 굿즈 아이디어 방향 설정 2) 주요 내용: 이대명과 브랜드 스토리 및 핵심 요소 분석, (전병, 둥근 형태, 견과류, 전통성 등) 굿즈 사례 및 트렌드 공유 및 아이디어 브레인스토밍 3)결과물: 굿즈 아이디어 리스트 도출 (5~10개) **– 3~4주차 코칭 (기획안 및 1차 시안 점검)** 1) 목적: 아이디어 구체화 및 디자인 방향 확정 2)주요 내용: 굿즈 디자인 1차 시안 리뷰, 실용성 및 제작 가능성 검토, 타겟(20~30대) 적합성 피드백 3)결과물: 최종 개발 대상 굿즈 2~3종 선정, 수정 방향 확정 **– 5~6주차 코칭 (시제품 및 완성도 개선)** 1) 목적: 실제 제작 기준으로 완성도 향상 2) 주요 내용: 시제품 또는 목업 검토, 소재, 사이즈, 컬러 디테일 보완 패키지 및 연계 구성 검토 3) 결과물: 최종 디자인 확정, 제작 가능 수준 데이터 완성 **– 7~8주차 코칭 (상품화 및 활용 전략)** 시기: 종료 직전 1) 목적: 판매 및 활용 전략 정리 2) 주요 내용: 굿즈 판매 방식 (단품/세트/증정) 기획, 패키지 연계 상품 구성, 마케팅 및 SNS 활용 방안 정리 3) 결과물: 굿즈 활용 및 판매 계획서, 최종 결과물 정리		

■ **프로젝트 결과 및 예상 결과물**

주요 결과	굿즈 개발 예상 결과물 굿즈 디자인 시안 5종 이상 시제품 제작 가능 디자인 패키지 연계 상품 기획안 판매 및 마케팅 활용 계획 등

예상 결과물 (참고 이미지)	

■ 참여청년 필요 역량

필요역량	1. 기본 역량 (필수) – 디자인 툴 활용 능력 (Adobe Illustrator, Photoshop 등 기본 디자인 프로그램 사용 가능) – 제품 및 브랜드 콘셉트를 반영한 굿즈 아이디어 기획 능력 – 색상, 형태, 레이아웃 등 시각 디자인 기본 이해 –패키지 및 제품과 연계한 상품 구성 기획 능력 –굿즈 제작 또는 MD 경험 –간단한 3D 목업 제작 가능

■ 기대 효과 및 활용 분야

기대 효과	**1. 브랜드 경험 확장 및 차별화** –전병 제품을 넘어 굿즈를 통해 일상 속에서 지속적으로 접하는 브랜드 경험 제공 –전통 식품 브랜드의 한계를 넘어 감성적이고 트렌디한 브랜드 이미지 구축 **2. 신규 매출 구조 창출** – 키링, 파우치, 쿠션 등 굿즈의 단독 판매 및 세트 상품 구성 가능 – 패키지 및 제품과 연계한 기획 상품 및 시즌 상품 운영 가능 – 굿즈 개발을 통한 브랜드 접점 및 고객 체류 시간 증가 **3. MZ세대 및 신규 고객층 유입** – 귀여운 디자인 및 실용성 중심 굿즈를 통해 젊은 소비층과의 접점 확대 – SNS 공유 및 자발적 홍보 효과 유도 **4. 마케팅 및 홍보 효과 극대화** – 굿즈를 활용한 이벤트 및 프로모션 운영 (증정, 한정판, 콜라보 등) – 브랜드 굿즈 자체가 지속적인 광고 및 홍보 수단으로 활용

	5. 제품 및 패키지 경쟁력 강화 - 캔 패키지 및 굿즈 연계 상품을 통해 프리미엄 선물시장 경쟁력 강화 - 소포장 제품과 굿즈 결합으로 일상 소비 시장 확대 - 브랜드 자산 축적 및 장기 성장 기반 마련 - 굿즈 디자인 및 콘텐츠를 지속 활용 가능한 브랜드 자산으로 축적 - 향후 콜라보 및 글로벌 확장 시 활용 가능한 IP 기반 확보 **6. 제품들간 연결성 상품과 효과** - 캔 + 굿즈 연결 캔 → 다 먹고 나면 수납함 캔 + 키링 세트 구성 캔 + 티세트 (차 + 전병) - 소포장 + 굿즈 연결 랜덤 키링 증정 시즌 패키지 한정판 SNS 인증 유도 ** 프리미엄 선물용(캔)과 일상 소비용(소포장)을 이원화하여 브랜드의 소비 접점을 확장하고 시장을 다층적으로 확보합니다.
참여기업 결과물 활용 계획	본 프로젝트 결과물은 실제 제품 생산 및 유통, 온·오프라인 마케팅, 브랜드 확장까지 연계하여 활용함으로써 단기 성과와 장기적인 브랜드 자산으로 동시에 활용할 계획입니다. **1. 굿즈 상품화 및 판매 연계** - 개발된 굿즈(키링, 파우치, 쿠션 등)는 정식 상품으로 제작 및 판매 진행 - 제품과 연계한 선물세트 구성 - 캔 패키지 연계 상품 - 시즌 한정 상품으로 확장 운영 - **2. 매장 및 유통 채널 활용** - 백화점 매장 및 직영 매장에서 굿즈 전시 및 판매 - 온라인 몰 및 SNS를 통한 굿즈 단독 판매 및 세트 판매 - 향후 라이프스타일 편집숍, 관광 기념품 매장 등으로 확대 **3. 홍보 마케팅 및 프로모션 활용** - 일정 금액 이상 구매 시 굿즈 증정 이벤트 운영 - 시즌 한정 굿즈 및 랜덤 굿즈 이벤트 진행 - SNS 인증 이벤트 및 브랜드 확산 콘텐츠로 활용

■ 사전직무교육

사전직무교육	- 일시 : 2026.7.16.~2026.7.17. - 장소 : 부산디자인진흥원 3층 세미나F 등 - 주요 내용 : AI 활용 브랜드 마케팅 기획 전략 등 – 기타 : 자세한 사항은 붙임.

■ 기타 사항

참여청년에게	– 프로그래밍 기초가 없는 청년도 지원 가능 – 열정을 가지고 성실히 참여할 아이디어가 샘솟는 청년들의 많은 지원 부탁드립니다.
별첨파일	

상기 내용과 같이 프로젝트형 청년 일경험 지원사업에 프로젝트를 제안합니다.

(재)부산디자인진흥원 귀하

[붙임 1]

프로젝트형 일경험 프로젝트 제안서

제안기업 명	㈜이대명과		
사업장 주소	부산시 금정구 금사로144 이대명과		
담당자명	공혜정	직급	실장
담당자 연락처		담당자 이메일	

프로젝트명	브랜드 신규 패키지 디자인 개발		
직무 분야	□ 경영 · 사무 □ 광고 · 마케팅 □ 생산 · 제조	□ 금융 · 회계 □ IT □ 공공행정	□ 영업 · 해외영업 □ 연구 · R&D ■ 기타 (디자인)

■ 프로젝트 개요

프로젝트 소개 제안배경 및 제안내용 *	본 프로젝트는 전통 전병 브랜드의 가치를 현대적으로 재해석하여 패키지 디자인, 콘텐츠 개발을 통해 제품 경쟁력 강화 및 브랜드 경험 확장을 목표로 합니다. 특히 기존 제품군을 고객들이 쉽게 접근할 수 있는 패키지와 고급화 시켜 시각적 차별화와 소비자 체험 요소를 강화하여 백화점 및 온라인 시장에서의 경쟁력을 높이고자 합니다. 1.제안배경 ① 패키지 경쟁력 강화 필요성 현재 전병 제품은 품질 대비 패키지 차별성이 부족하여 프리미엄 시장(백화점 · 선물시장)에서 시각적 경쟁력이 제한적인 상황입니다. ② 젊은 소비층과의 접점 부족 전통 과자 특성상 중장년층 중심 소비 구조로 MZ세대와의 접점 확대가 필요한 시점입니다. ③ 브랜드 경험 요소 부족 제품 중심 판매 구조에서 벗어나 영상 콘텐츠 및 굿즈를 통한 브랜드 경험 확장이 요구됩니다. ④ 관광 · 지역 브랜드 연계 가능성 부산을 대표하는 전병 브랜드로서 해운대, 광안리 등 지역 스토리를 활용한 디자인 확장 가능성이 높습니다.

<table>
<tr><td></td><td colspan="3">2.제안내용
(1) 신규 패키지 디자인 개발
▷개발 대상
*전병 캔(신규 라인)
*올리브영등에 납품 가능한 소포장 패키지

▷개발 방향
*캔 패키지-프리미엄 선물형 패키지 강화
*소포장 패키지- 누구나 부담없이 구매하면서도 고급스러움 느낌 조합
*공통사항- 부산 이미지+전병이미지 + 전통 요소 결합
보관 및 재사용 가능한 구조 설계

▷디자인 컨셉
“둥근 전병 = 보름달” 모티브 활용
바다, 모래결 한국적 이미지등의 패턴 적용
전통 색감(오방색)과 현대적 미니멀 디자인 조합

(2)브랜드 홍보 콘텐츠 제작
▷제작 방향
전통성과 현대성을 동시에 전달하는 브랜드 영상
공정 + 감성 + 브랜드 스토리 중심 구성

▷ 콘텐츠 구성
전통 전병 제조 과정 (장인 이미지 강조)
제품 디테일 (바삭함, 원형, 견과류)
가족 · 선물 · 기억의 순간 연출
부산 지역성과 연결된 이미지

▷활용 채널
백화점 매장 디스플레이
SNS (인스타그램, 유튜브)
온라인 쇼핑몰</td></tr>
<tr><td>수행기간(예정)</td><td colspan="3">2026.07.20.~2026.09.13.(8주)</td></tr>
<tr><td>수행팀(수)</td><td>3팀</td><td>1팀당 팀원(수)</td><td>4명</td></tr>
<tr><td>코칭계획
(2회 이상)</td><td colspan="3">단계별 코칭을 통해 기획부터 결과물 완성까지 체계적으로 관리하여, 실제 사업화 가능한 수준의 디자인 결과물을 도출하고자 합니다.

- 1~2주차 코칭 (프로젝트 착수 / 방향 설정)
1) 목적: 프로젝트 이해도 향상, 디자인 방향성 및 콘셉트 설정
2) 주요 내용: 브랜드 및 제품 이해 (전병, 해운대 시리즈 등)
패키지 / 영상 방향성 설정, 레퍼런스 및 트렌드 공유
3) 기대효과: 같이 의논함으로 초기 방향 오류 방지</td></tr>
</table>

	– 3~4주차 코칭 (기획안 및 1차 시안 점검) 1) 목적: 초기 디자인 및 기획안 검토, 수정 방향 도출 2) 주요 내용: 패키지 시안 1차 리뷰, 영상 콘셉트 및 스토리보드 점검 3) 기대효과: 실무 적용 가능성 확보 + 방향 보정 **– 5~6주차 코칭 (완성도 향상 / 실무 적용 단계)** 1) 목적: 결과물 완성도 향상, 실제 제작 가능 수준으로 개선 2) 주요 내용: 패키지 디자인 디테일 보완 (컬러, 구조), 영상 편집 및 메시지 강화 3) 기대효과: 아이디어 → 실제 상품 전환 단계 **– 7~8주차 코칭 (최종 점검 및 결과물 정리)** 1) 목적: 최종 결과물 완성 및 발표 준비 2) 주요 내용: 최종 디자인 결과물 검토, 포트폴리오 및 발표자료 구성 개선 방향 피드백 3) 기대효과: 결과물의 완성도 + 활용 가능성 극대화

■ **프로젝트 결과 및 예상 결과물**

주요 결과	**1)신규패키지 디자인 개발** 패키지 시안 3종 이상 구조 설계 도면 (슬리브, 박스, 캔) 실제 샘플 제작 가능 수준의 디자인 데이터 **2)홍보 콘텐츠 제작** 메인 홍보 영상 1편 (약 60초) 숏폼 콘텐츠 2~3편 매장용 영상 루프 콘텐츠
예상 결과물	** 캔디자인 및 소포장 디자인 예시

■ 참여청년 필요 역량

필요역량	1. 기본 역량 (필수) – 디자인 툴 활용 능력 (Adobe Illustrator, Photoshop 등 기본 디자인 프로그램 사용 가능) – 시각 디자인 기초 이해 (레이아웃, 색상, 타이포그래피 등 기본 구성 능력) – 콘텐츠 제작 이해도 (영상, SNS 콘텐츠 트렌드에 대한 기본적인 이해)

■ 기대 효과 및 활용 분야

기대 효과	프리미엄 선물용(캔)과 일상 소비용(소포장)을 이원화하여 브랜드의 소비 접점을 확장하고 시장을 다층적으로 확보합니다. **1. 제품 및 디자인 경쟁력 강화** – 프리미엄 패키지(캔 및 선물세트) 개발을 통해 제품의 고급화 및 차별화 실현 – 소포장 제품 개발을 통한 일상 소비 시장 진입 및 제품 라인 확장 – 기존 전통 과자 이미지를 넘어 현대적이고 감각적인 브랜드 이미지 구축 **2. 브랜드 가치 및 소비자 경험 확대** – 패키지, 영상, 굿즈를 연계한 통합 브랜드 경험 제공 – 홍보 영상 제작을 통한 온라인 및 SNS 노출 확대 **3. 매출 증대 및 신규 시장 창출** – 프리미엄 캔 제품 → 선물 시장 공략 – 소포장 제품 → 올리브영, 편집숍, 온라인 채널 확대 **4. 청년 실무 역량 강화 및 일자리 경험 제공** – 실제 기업 프로젝트 참여를 통한 실무 중심 디자인 경험 제공 – 결과물 기반 포트폴리오 구축 가능 **5. 지역 및 산업 파급효과** – 지역 기반 전통 식품 브랜드의 디자인 경쟁력 강화 – 부산 대표 브랜드로서 관광 및 지역 이미지 제고 기여 – 디자인 산업과 식품 산업의 융합 사례 창출
참여기업 결과물 활용 계획	본 프로젝트 결과물은 실제 제품 생산 및 유통, 온·오프라인 마케팅, 브랜드 확장까지 연계하여 활용함으로써 단기 성과와 장기적인 브랜드 자산으로 동시에 활용할 계획입니다.

	1. 제품 상용화 및 판매 연계 - 개발된 패키지 디자인(해운대 2호, 6호, 캔 제품)은 - 실제 제품 생산에 적용하여 백화점 및 온라인 채널에 출시 예정 - 소포장 제품 디자인은 - 올리브영, 편집숍, 온라인몰 등 신규 유통 채널 진입용 상품으로 활용 - 실제 판매 가능한 상품으로 상용화 추진 **2. 매장 및 유통 채널 적용** -백화점 매장 진열 및 디스플레이에 적용하여 프리미엄 브랜드 이미지 강화 -캔 제품 및 선물세트는 명절 및 시즌 기획상품, 수출로 운영 -소포장 제품은 카페, 편의점, 라이프스타일 매장 등으로 유통 확대 - 오프라인 매장 + 신규 채널 동시 활용 **3. 홍보 및 마케팅 활용** -제작된 홍보 영상은, 매장 디스플레이 영상, SNS(인스타그램, 유튜브 등) 콘텐츠, 온라인 쇼핑몰 상세페이지 등에 활용하여 브랜드 인지도 및 구매 전환율 향상, 숏폼 콘텐츠로 재가공하여 지속적인 온라인 마케팅 자산으로 활용

■ 사전직무교육

사전직무교육	- 일시 : 2026.7.16.~2026.7.17. - 장소 : 부산디자인진흥원 3층 세미나F 등 - 주요 내용 : AI 활용 브랜드 마케팅 기획 전략 등 - 기타 : 자세한 사항은 붙임.

■ 기타 사항

참여청년에게	- 프로그래밍 기초가 없는 청년도 지원 가능 - 열정을 가지고 성실히 참여할 아이디어가 샘솟는 청년들의 많은 지원 부탁드립니다.
별첨파일	

상기 내용과 같이 프로젝트형 청년 일경험 지원사업에 프로젝트를 제안합니다.

(재)부산디자인진흥원 귀하