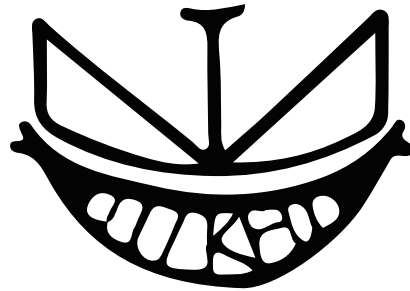

DESIGN-PORTFOLIO



WICKEDNERD

2014.03 – 2023.11

CONTENTS

INTRODUCTION

CHARACTER DESIGN

BRAND DESIGN

ETC



01

INTRODUCTION

Information

이름 - 권태환

나이 - 30

H.P. - 010.3492.7201

메일 - vdenfsla@naver.com

Prime Minister History

2018. 02. 05 / 반하나 / 행정안전부 장관상 / 한국옥외광고협회

2017. 11. 17 / 신라의 밤 / 특선 / 경상북도 캐릭터 공모전

2017. 10. 05 / 반하나 / 동상 / 충청북도 옥외광고전

2017. 08. 04 / 지피지기면 백전백승 / 특선 / 호국미술대전

2017. 06. 27 / 각시탈 / 특선 / KSDT

2014. 06. 29 / 디스포 / 금상 / Blue Award

Education

Feb. 2015 - 백석문화 대학교

Jan. 2017 - 육군 헌병 특임대

Feb. 2019 - 한국교통 대학교

2022.09 ~ 경희대학교 대학원

Program Skills



02

CHARACTER DESIGN



해태

응답하라
8090





작업명 : 쥬니크

제작일 : 2020. 12 ~ 2021. 02 (3개월)

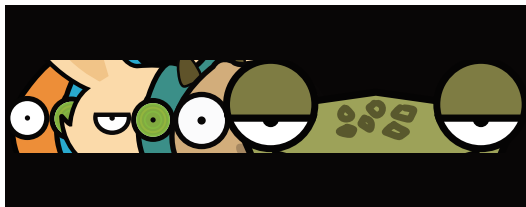
참여도 :  0 50 100



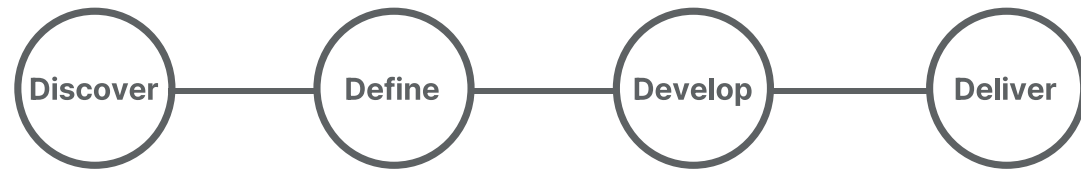
Concept

'쥬니크'라는 네이밍은 Zoo(동물원)와 Unique(독특한)를 합성한 단어이다.

쌍방향 소통이 가능한 각 캐릭터마다 성격부여를 목적으로 한 캐릭터 디자인이기 때문에 친근한 이미지와 각 성격에 맞게 디자인하였다.



Design Process

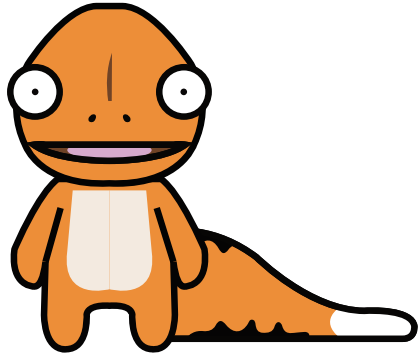


Discover - 현재 파충류 관련 샵과 카페가 급증하고 있고 캐릭터를 활용하여 흥미유발하여 사람들을 유도하고 있다. 하지만 캐릭터는 사인디자인 및 로고디자인, 굿즈 판매 목적으로만 활용되고 있다.

Define - 캐릭터를 위와 같은 목적으로만 사용되고 있는 것을 비판하는 것은 아니지만 캐릭터 각각의 스토리를 담아 보는 것으로 동종업계에 비해 색다르게 경쟁력을 높일 수 있다고 생각한다.

Develop - 가장 인기가 많고 친근한 이미지의 파충류를 선정하고 기업의 일방적인 소통이 아닌 고객과 쌍방향 소통이 용이하도록 각 캐릭터마다 성격을 부여한다.

Deliver - '쥬니크'라는 네이밍은 Zoo(동물원)와 Unique(독특한)를 합성한 단어이다. 쌍방향 소통이 가능하도록 친근한 이미지와 각 성격에 맞게 디자인하였다.



이름 : 레게

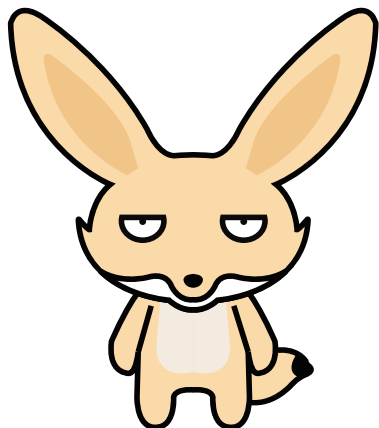
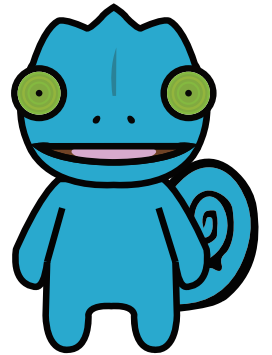
성격

표범도마뱀붙이는 레오파드 게코인 레게는 밝고 명쾌하며 활발한 성격의 소유자이다. 활발한 성격 탓에 사고를 많이쳐 미움을 살 때도 있지만 귀엽게 생긴 외모로 애교를 부려 마냥 미워할 수는 없는 캐릭터이다. 사막여우 '여깡이'가 좋아하지만 눈치가 없어 아직까지도 모르고 있다.

이름 : 통

성격

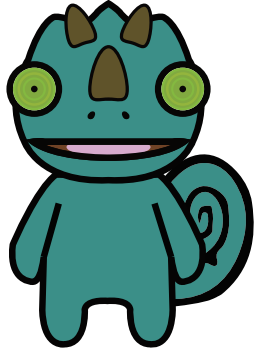
팬서 카멜레온인 통은 성격변화가 심한 기분파 성격의 소유자이다. 기분파 성격 탓에 단순하여 '여깡이'에게 단순무식하다는 말을 줄곧 듣는다. 기분이 좋을 때는 '레게'와 함께 사고를 치며 돌아다닌다. 반면, 기분이 좋지 않을 때는 괜히 '팩맨'과 '잭슨 콘'에게 시비를 건다. 하지만 '여깡이'를 유일하게 무서워하여 쉽게 다가가지 않는다.



이름 : 여깡이

성격

사막여우인 여깡이는 예민한 성격의 소유자이며, 유일한 홍일점이다. 예민한 성격을 가진 잭슨 콘과는 달리 조금이라도 본인의 심기를 불편하게 한다면 주먹을 날린다. 하지만 좋아하는 '레게' 앞에서는 수줍음이 많다. '레게'에게 용기를 내어 고백을 하였지만 야속하게도 눈치가 없는 '레게'는 눈치를 못 채고 있어 답답해 하고 있다.



이름 : 잭슨콩

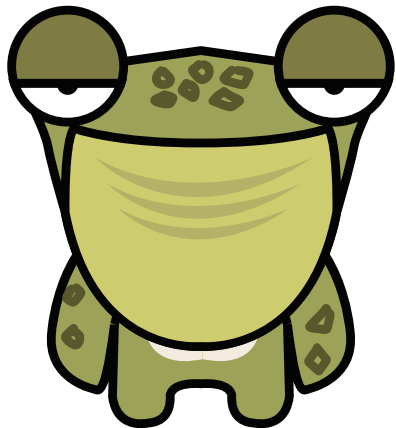
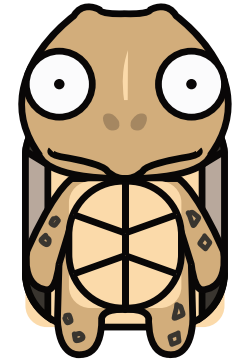
성격

잭슨 카멜레온인 잭슨 콩은 예민한 성격의 소유자이다. 예민한 성격 탓에 구석진 곳을 좋아한다. 또, 친구들과 어울리기는 하나 자발적으로 친구들 곁에 다가서질 못한다. 사막여우 '여깡이'를 좋아하지만 용기를 내어 고백을 못하고 있다.

이름 : 등딱이

성격

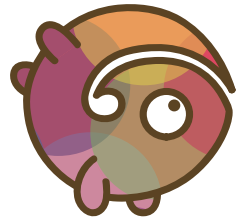
갈라파고스 육지거북인 등딱이는 이래봬도 가장 연장자이다. 느긋한 성격의 소유자이며, 친구들과의 분쟁을 싫어하는 평화주의자이다. '팩맨'이 친구들에게 화를 내거나 '여깡이'가 폭력을 행사할 때 마다 중재역할을 한다.



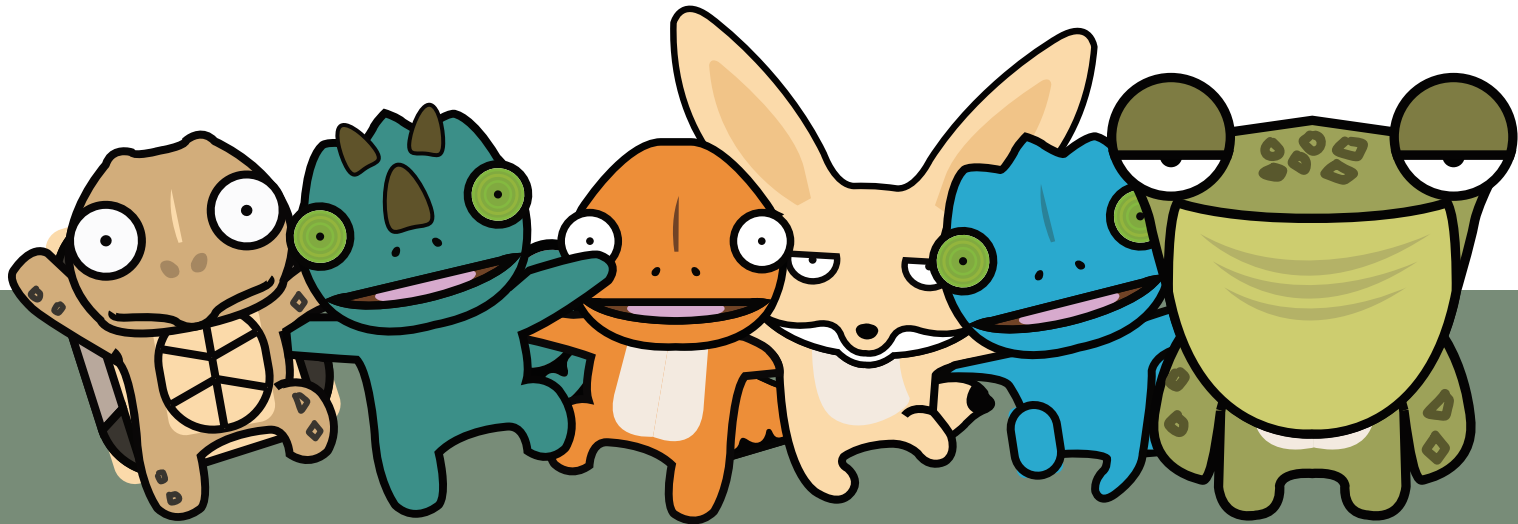
이름 : 팩맨

성격

팩맨은 평상시에도 포악한 성격의 소유자이다. 포악한 성격 탓에 쉽게 다가갈 수 없으나 친구와의 의리를 중요시 여긴다. 또, 식성이 좋아 가끔 친구들을 먹이로 착각할 때가 있다.



쥬니크



작업명 : 건키크루

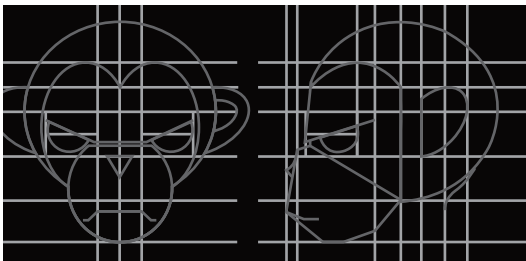
제작일 : 2022. 03 ~ 2022. 06 (3개월)

참여도 : 

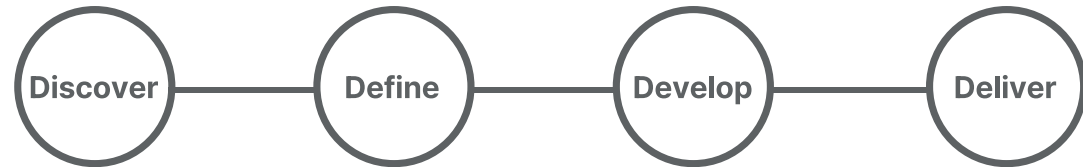


Concept

'건키크루'는 Gun(권총)과 Monkey(원숭이)의 합성어로 짧고 강렬하게 총알같이 지난 미성숙(원숭이)했던 우리들을 표현한 네이밍이다. 우리들의 스토리로 사람들로 하여금 공감대를 형성하여 함께 추억해보는 캐릭터 디자인이다.



Design Process



Discover - 저마다 학창시절 죽마고우처럼 지낸 친구들이 있기 마련이다. 하지만 점차 세월이 흘러 각자의 삶에 투자하는 시간이 늘면서 이제는 그때의 감성 그때의 순수했던 감정들이 사라지고 있다.

Define - 그때의 기억을 다시금 추억하고 잠시나마 순수했었던 우리들의 이야기를 캐릭터 디자인으로 표현해보고자 한다.

Develop - 학창시절 친구들과의 사진 및 대화를 토대로 기억을 되짚어보며 성격 및 패션, 컬러 등의 특징을 캐릭터에 부여한다.

Deliver - '건키크루'는 Gun(권총)과 Monkey(원숭이)의 합성어로 짧고 강렬하게 총알같이 지난 미성숙(원숭이)했던 우리들을 표현한 네이밍이다. 우리들의 스토리로 사람들로 하여금 공감대를 형성하여 함께 추억해보는 캐릭터 디자인이다.

Story

때는 2011년에서 2012년. 서로 같은 반 친구로 지내며 공부는 뒷전. 학교 가기 전, 점심 시간, 체육 시간, 저녁 시간, 주말 등 시간이 날 때 마다 축구에 매진하고 철 없이 놀기만 했던 우리들의 이야기가 시작된다.



성격

만수 - 만수는 예의와 배려에 관해서는 예민한 성격의 소유자이다. 그외에는 거친 성격 탓에 승부를 가릴 수 있는 스포츠 경기 하는 것을 좋아한다.

동만 - 동만은 항상 밝고 명쾌하며 활발한 성격의 소유자이다. 활발한 성격 뒤에 우유부단한 성격도 있어 가끔 친구들이 답답하지만 밝은 이미지로 인해 미워할 수는 없는 캐릭터이다.

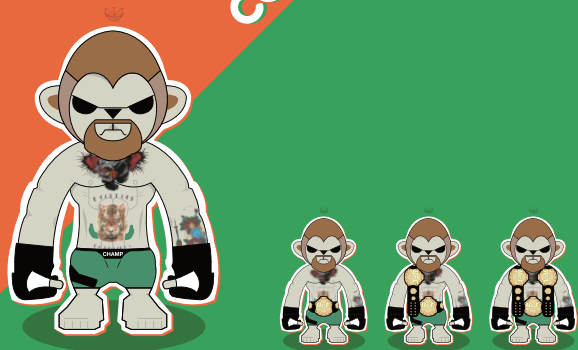
준태 - 준태는 과묵한 성격의 소유자이다. 항상 있는 듯 없는 듯 자신의 자리를 지킨다. 하지만 장난끼가 한번 발동되면 천진난만한 어린아이가 된다. 그리고 세상 어느 무엇에도 관심이 없다.

오상 - 오상은 시간약속에 특히나 예민한 성격의 소유자이며, 만수와 동일하게 예의와 배려에 민감하다. 승부욕이 강하며 자신의 일은 절대 미루지 않고 확실하게 하는 편이다.

환타 - 환타는 추진력이 강한 성격의 소유자이며, 친구들과 과의 분쟁을 싫어하는 평화주의자이다. 운동을 좋아하며 만수와는 라이벌 관계이다. 또한, 예쁜 것을 좋아하여 예쁜 굿즈상품을 보면 그냥 지나치지 못한다.

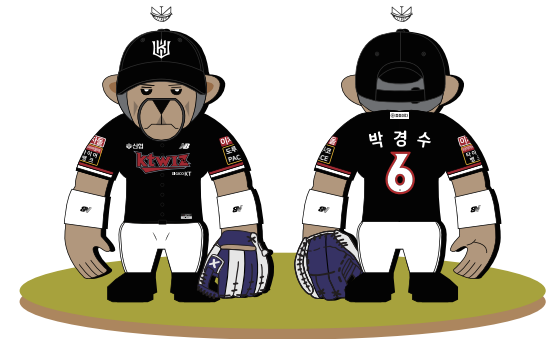
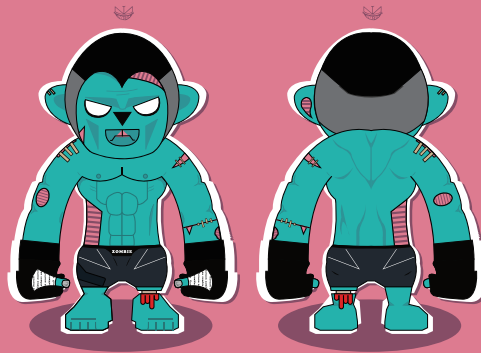


THE NOTORIOUS
CONOR MCGREGOR



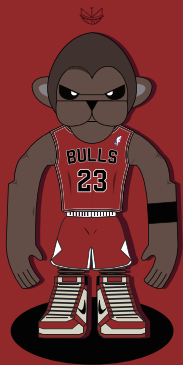
KOREAN ZOMBIE

JUNG CHAN-SUNG



WICKEDNERD

**JORDAN
23**



WICKEDNERD



**BRYANT
24**



WICKEDNERD



건키크루로 응용한 스포츠 스타 시리즈

작업명 : 해태

제작일 : 2020. 07 ~ 2020. 08 (1개월)

참여도 : 

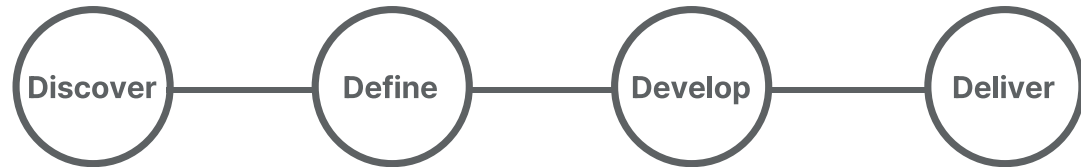
해태

Concept

'해태'는 우리의 역사에서 옳고 그름을 가릴 줄 알고, 화재나 재앙을 물리친다고 알려진 상상 속의 동물이다. 그리하여 네이밍을 '해태'로 짓게 되었다. 또한, 역사 배경을 조선시대로 한정하여 캐릭터 디자인을 하였다.



Design Process



Discover - 역사 공부 및 역사 영화를 보면 가끔 화가 치밀어 올라 주체할 수 없을 때가 있다. 우리 선조들의 자만했던 어리석었던 나약했던 그리고 침략에 비참했던 우리의 역사를 상상에서나마 바꿔 보고자 한다.

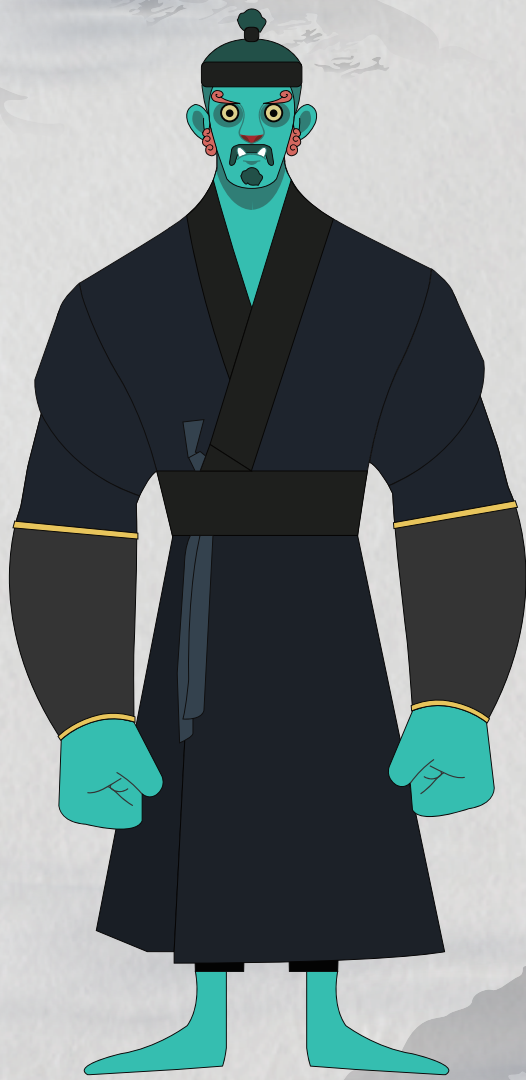
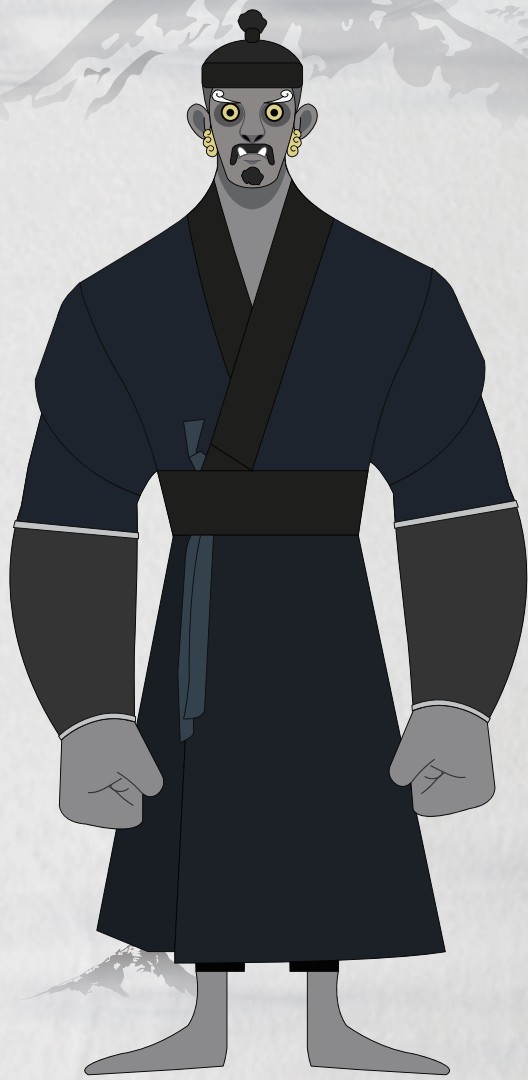
Define - 우리가 희망하는 그러한 인물을 상상속에서 만들어 낸 캐릭터를 역사 속 중요한 사건에 보내 문제를 해결하는 재밌는 상상을 해본다.

Develop - 침략에 맞서 싸울 수 있는 강인한 정신과 육체를 지닌 캐릭터를 디자인한다.

Deliver - '해태'는 우리의 역사에서 옳고 그름을 가릴 줄 알고 화재나 재앙을 물리친다고 알려진 상상 속의 동물이다. 그리하여 네이밍을 '해태'로 짓게 되었다. 또한, 역사 배경을 조선시대로 한정하여 캐릭터 디자인을 하였다.

Story

상상으로 만들어 낸 캐릭터 '해태'를 역사 속 중요한 사건에 투입하여 화재나 재앙 침략을 화끈하게 물리친다.



해태

성격

침략에 맞서 싸울 수 있는 강인한 정신과 육체를 지녔으며, 옳고 그름을 가릴 줄 알고, 화재나 재앙 침략을 화끈하게 물리친다.

제 75주년 국군의 날



대한민국 육군

'국가방위의 중심군'으로써 지상전에서 반드시 승리하는 특직한 육군



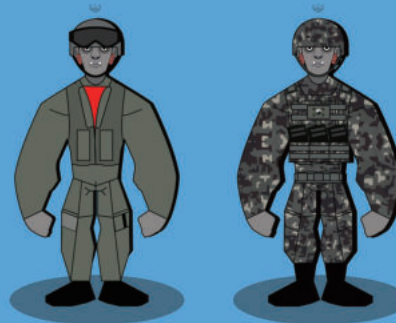
대한민국 해군

해군의 힘, 대한민국의 미래입니다



대한민국 공군

대한민국을 지키는 가장 높은 힘! 정예우주공군



해태로 응용한 제 75주년 국군의 날 시리즈

작업명 : 응답하라 8090

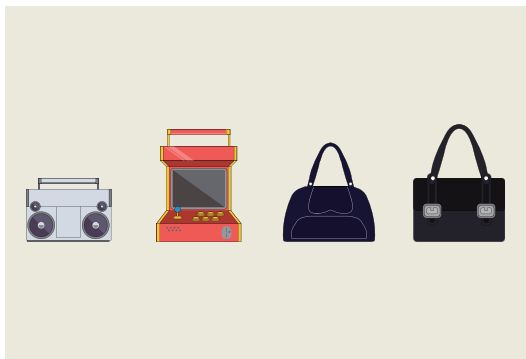
제작일 : 2023. 10 ~ 2023. 11 (1개월)

참여도 : 

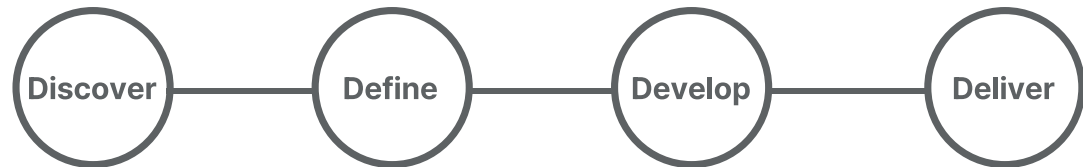
응답하라 8090

Concept

40~50대 아저씨가 그 당시에 유행했던 패션을 옷장에서 다시 꺼내 입고 8090년대의 대표적인 아이템을 들고 향수에 젖는다.



Design Process



Discover - 최근 다양한 매체를 통해 키덜트를 겨냥하여 제작한 캐릭터 의류, 액세서리, 장난감, 만화 영화 등이 다양하게 등장해 새로운 시장을 형성하고 있다.

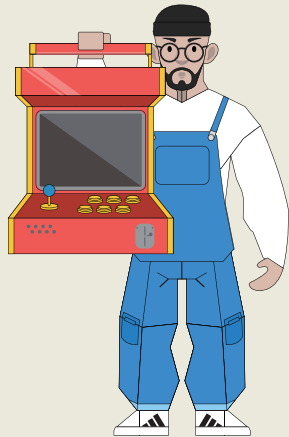
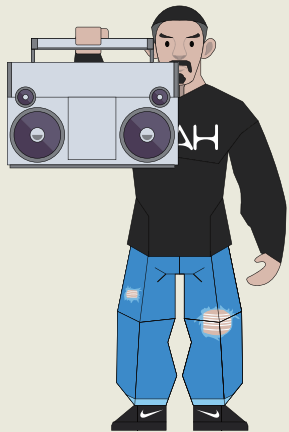
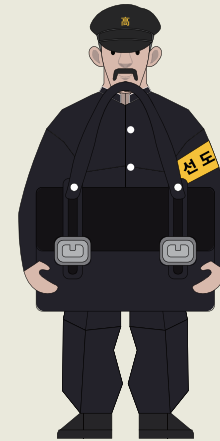
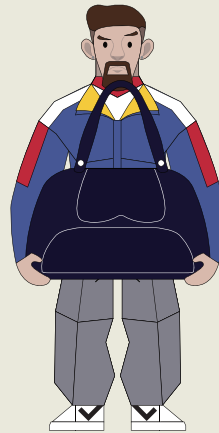
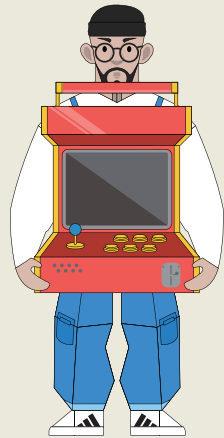
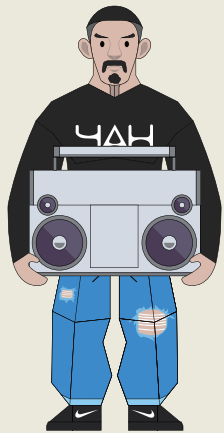
키덜트는 복고 지향형 키덜트와 현재 지향형 키덜트로 분류 되는데 키덜트 문화가 사회 전반의 트렌드라 여겨지고 있지만 그 문화 중 한 분야인 해외 아트토이 시장에서는 현재 지향형과 복고 지향형 각각의 아트토이 작품이 다수 존재하지만 국내 아트토이 시장에서는 해외에 비해 현재 지향적인 아트토이 작품이 대부분이다.

Define - 앞의 문제점을 토대로 현재 지향적인 캐릭터들에 대항할 수 있는 복고 지향적인 아트토이 키덜트 캐릭터를 제시한다.

Develop - 현재 대한민국에서 복고트렌드가 재현해 내는 시기는 대개 1950년에서 1990년 사이이다. 이를 바탕으로 옛 시절의 패션 및 노래 등이 현대인들에게 다시금 환영받고 있으며 특히, 1980년대와 1990년대를 배경으로 한 다양한 미디어를 통해 남녀노소 관객들에게 두루 큰 사랑을 받고 있어 8090년대에 한정하여 복고 지향적인 아트토이 키덜트 캐릭터를 디자인 하였다.

Deliver - 복고지향적인 아트토이 키덜트 캐릭터 '응답하라 8090' 디자인을 통해 8090년대를 보낸 이들에겐 추억으로서 흥미롭게 다가가며 그때를 경험하지 못한 이들에겐 윗 세대들의 환경을 이해하며 세대 간의 차이를 극복해본다.

Main Character Design



Concept

얼굴 - 짧은머리, 무표정
 패션 - 'YAH' 맨투맨,
 '조다쉬' 청바지,
 '나이키' 에어포스

Concept

얼굴 - 비니, 무표정, 안경
 패션 - '게스' 맨투맨,
 '안전지대' 멜빵바지,
 '아디다스' 슈퍼스타

Concept

얼굴 - 포마드, 무표정
 패션 - 목폴라,
 바람막이,
 '포니' 신발

Concept

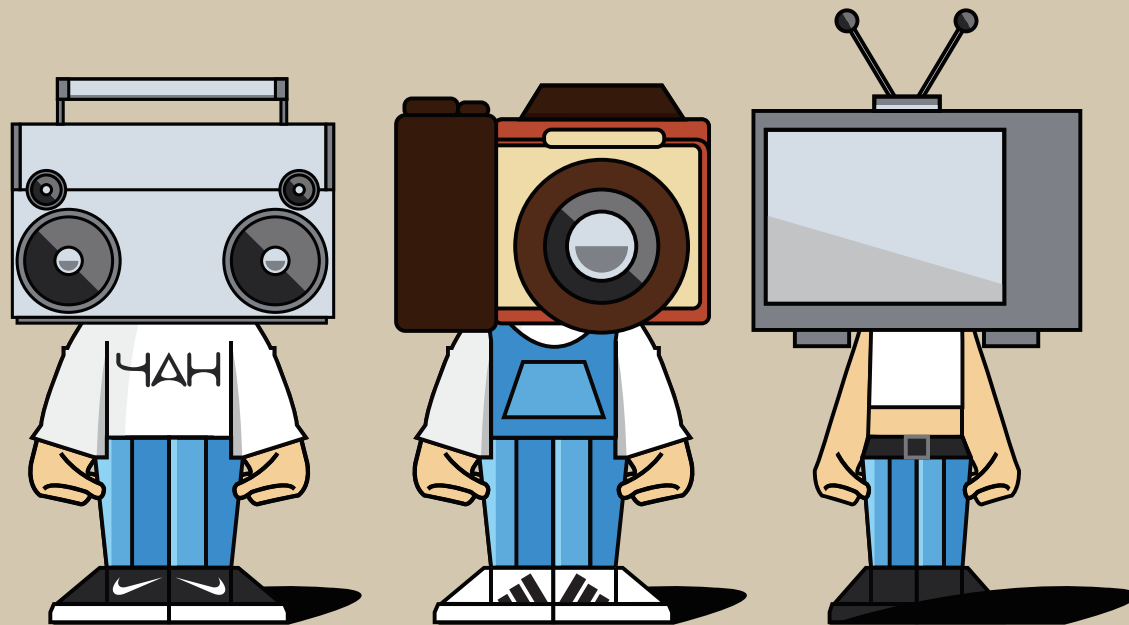
얼굴 - 무표정
 패션 - 선도부

Concept

얼굴 - 무표정, 젊은 얼굴
 패션 - 교련복

Sub Character Design

카	카	테
세	메	레
트	라	비

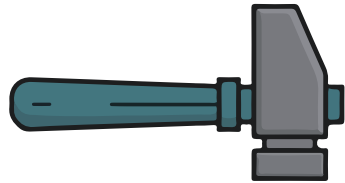


작업명 : 희망동지협동조합 캐릭터 디자인

제작일 : 2020. 10 ~ 2020. 11 (1개월)

참여도 : 

참여자 : 권태환(80%), 정은지(10%), 김가현(10%)



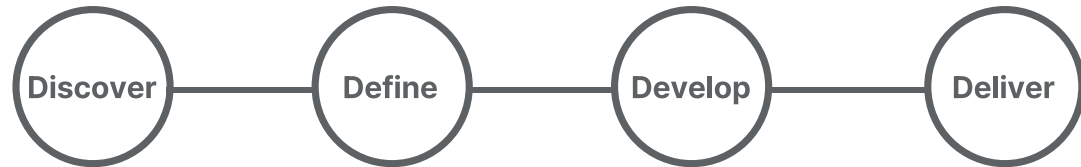
똑딱번째 감각

Concept

‘똑딱번째 감각’은 도시재생에 있어 똑딱똑딱 체계적이고 빠르게 일처리를 하며 감각적으로 새롭게 탄생시킨다는 의미를 가지고 있다. 캐릭터는 다양한 연령층으로 제작하여 누구나 도시재생사업에 자격이 있다는 것을 어필하였다.



Design Process



Discover - 희망동지 협동조합은 주거환경을 개선하는 도시재생센터이다. 좋은 활동으로 선한 영향력을 행사하는 단체임에 불구하고 인지도가 현저히 낮다.

Define - 낮은 인지도 문제 해결을 위해 경기도 디자인 마케팅 지원단에 요청하여 경희대학교 대학원 디자인팀에서 SNS활용에 필요한 캐릭터 디자인을 제안한다.

Develop - 사회적 기업의 전문적 이미지를 구축하는 것이 가장 중요하기 때문에 캐릭터의 방향성은 깨끗한 첫인상을 위한 아이덴티티 구축에 도움이 되는 방향으로 제안한다.

Deliver - ‘똑딱번째 감각’은 도시재생에 있어 똑딱똑딱 체계적이고 빠르게 일처리를 하며 감각적으로 새롭게 탄생시킨다는 의미를 가지고 있다.



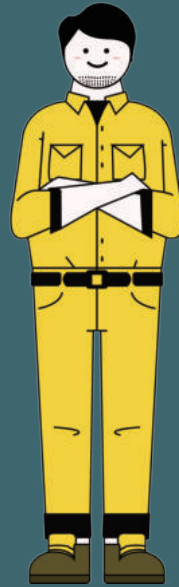
Concept

이름 - 한새로 (타공의 달인)
은퇴하여 취미생활을 찾는 시니어이다.
희망동지협동조합의 작업복, 안경, 중후한 턱수염이 특징이다.



Concept

이름 - 오희망 (니퍼의 달인)
공대 여신이었던 공구 블로거이다.
희망동지협동조합의 작업복, 당당한 표정이 특징이다.



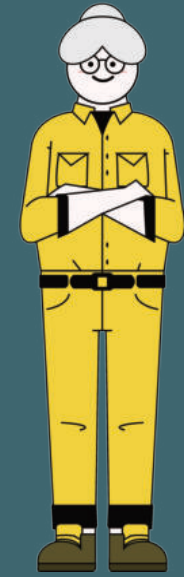
Concept

이름 - 박재생 (망치의 달인)
집수리교육 선생님이다.
희망동지협동조합의 작업복, 턱수염, 든든한 품채가 특징이다.



Concept

이름 - 김도시 (줄자의 달인)
청년사업가이다.
희망동지협동조합의 작업복, 열정적인 표정이 특징이다.



Concept

이름 - 최등 (드릴의 달인)
어릴 적 꿈을 이루기 위해 시작한 시니어이다.
희망동지협동조합의 작업복, 안경, 여유로운 미소가 특징이다.

03

BRAND DESIGN



작업명 : 노루등실

제작일 : 2018. 09 ~ 2018. 11 (3개월)

참여도 :  0 50 100




Logotype & Signature



Color System

 C:0 M:0 Y:0 K:100

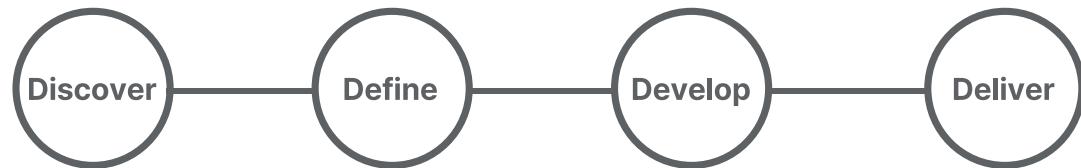
 C:93 M:68 Y:51 K:11

 C:33 M:96 Y:93 K:1

Background

노루궁뎅이버섯은 노루의 하얀 엉덩이와 닮아 지어진 이름이다. 중국에서는 후두고, 일본에서는 아마부 시타케라고 불리우는 버섯으로 중국 및 일본에서는 옛부터 약용 및 식용으로 많이 소비되어 온 버섯이다. 특징으로는 독특한 향과 맛 때문에 세계적으로 널리 애용되는 식품으로, 최근 노루궁뎅이버섯효능에 대한 연구결과를 보면 오랫동안 면역기능의 강화 및 항암활성 등에 효과가 있으며 항산화활성, 항암활성, 면역력 증강활성에 대한 연구, 간에 대한 보호작용 등 다양한 생리활성 효과가 있다.

Design Process



Discover - 충주시농업기술센터에서 노인치매예방과 뛰어난 항암효과를 가진 노루궁뎅이버섯을 대량 생산 재배법을 개발하여 일반인에게 공급하는 무농약 명품 버섯임에도 불구하고 이렇다할 인지도가 없기 때문에 선정하게 되었다.

Define - 앞의 문제점을 해결하기 위해 예로부터 전해오는 노루궁뎅이버섯의 특징과 효능을 소비자들에게 강하게 어필하는 것이 중요하다는 분석이 나왔다.

Develop - 노루궁뎅이버섯의 특징인 노루와 등실등실한 이미지 그리고 예로부터 전해왔다는 것을 활용하여 '노루등실'이라는 브랜드 네이밍을 하게 되었다.

Deliver - '노루등실'이라는 브랜드 네이밍으로 건강식품 로고 디자인을 제안한다.

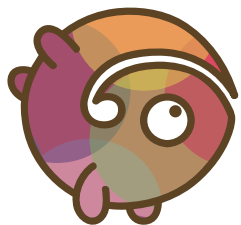
Basic System



작업명 : 쥬니크(ZOONIQUE)

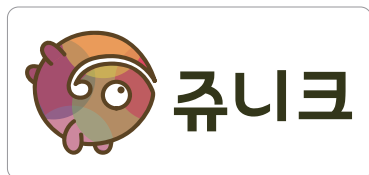
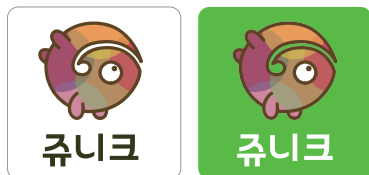
제작일 : 2020. 09 ~ 2020. 12 (4개월)

참여도 : 



쥬니크

Logotype & Signature



Background

쥬니크(Zoonique)는 파충류, 양서류 등 반려동물을 판매하는 파충류샵이다. 또한, 어린이들이 파충류에 관심을 갖으며 함께 교감할 수 있도록 어린이들을 대상으로 한 파충류 교육 프로그램을 진행하고 있는 업체이다.

어린이가 주 타겟이다 보니 도마뱀 형태에 다채로운 색을 활용하여 다양한 파충류, 양서류들을 통해 나눌 수 있는 교감을 표현하였다.

Brand Naming

'쥬니크(Zoonique)' 라는 네이밍은 파충류샵이 마치 다양한 동물들을 모아 둔 동물원과 같아 'Zoo'와 쥬니크 업체만의 강점인 타업체에는 없는 독특한 파충류, 양서류를 독자적으로 판매 양성하고 있어 독특한 이란 단어인 'Unique' 의 합성어이다.



고기향판

소 | 고 | 기 | 전 | 문 | 점

고기향판

작업명 : 고기향판

제작일 : 2022. 06 ~ 2022. 07 (1개월)

참여도 :  0 50 100

Logotype & Signature

고기향판

소 | 고 | 기 | 전 | 문 | 점

고기향판

고기향판

소 | 고 | 기 | 전 | 문 | 점

고기향판

Background

고기향판은 소고기 전문점이다. 고기향판에서는 1등급 한우 및 미국산 소고기 중 가장 좋은 프라임 등급의 소고기만을 엄선하여 직접 손질 후 합리적인 가격으로 손님들에게 제공하고 있다.

정성을 다하여 고객에게 최고의 품질을 제공하고 싶다는 사장님의 철학이 담겨있다.

Brand Naming

‘고기향판’이란 네이밍은 1등급 한우 및 미국산 소고기 중 가장 좋은 프라임 등급의 소고기만을 엄선하여 직접 손질을 한 소중한 한판을 고객들에게 대접을 한다는 의미를 담고 있다.

Color System

■ C : 74 M : 67 Y : 64 K : 23

■ C : 44 M : 100 Y : 100 K : 14



04

ETC...



작업명 : 서울탁주

제작일 : 2017. 03 ~ 2017. 05 (2개월)

참여도 : 

참여자 : 권태환(리플렛 및 포스터 작업)

윤한성(포스터 작업)

이송이(픽토그램 및 캐릭터 작업)

Background

서울탁주는 1962년 2월 1일에 창립된 막걸리를 제조하는 업체이다.
대한민국에서 막걸리 회사 중 가장 인기있는 업체이다.

Concept

대한민국에서 가장 오래된 업체인 서울탁주의 차별성을 돋보이게 하
기 위해 예스러운 멋과 현대적인 모던한 느낌을 융합시켜 디자인하였다.



말걸리 역사

고려시대

우리 민족이 상용한 의대 주가 한성권 시기를 이전의 신라시대와 달리 여러 품종에서 구체적인 술 이름이 등장하였다.

조선시대

가임주 문화의 발달로 찰조기술이 더욱 고명화되었던 시기이다.

일제강점기

우리 전통술의 발효를 찰조기술이 더욱 가세, 현대를 특징으로 만든 주세법과 주세법으로 인해 허가 받지 않은 시합은 술을 제조할 수 없게 되었다.

서울탁주 소개

서울탁주



서울탁주제조협회는 1962년 9월 1일 에 설립된 국내탁주업계 최대, 최고의 탁주제조업 단체이다.

연혁

- 1960년대 1970년대 1980년대 1990년대 2000년대 2010년대
- 1961년 1962년 1963년 1964년 1965년 1966년 1967년 1968년 1969년 1970년 1971년 1972년 1973년 1974년 1975년 1976년 1977년 1978년 1979년 1980년 1981년 1982년 1983년 1984년 1985년 1986년 1987년 1988년 1989년 1990년 1991년 1992년 1993년 1994년 1995년 1996년 1997년 1998년 1999년 2000년 2001년 2002년 2003년 2004년 2005년 2006년 2007년 2008년 2009년 2010년 2011년 2012년 2013년 2014년 2015년 2016년 2017년 2018년 2019년 2020년 2021년 2022년

서울탁주 소개



1952~현재
우리 민족의 전통 술은 국가 명품인 서울 탁주를 현대화하여 1952년 9월 1일 서울탁주제조협회가 설립되었습니다. 현재는 전국 100여개 시·군·구에서 생산되고 있습니다.



상품화

인명명화

2009년도

2010년도

2011년도 ~ 현재

문화원

서울탁주 패키지

1960년대



말걸리
출시연도: 1960.11~1981.8
상용명: 서울탁주
규격: 알코올 6도 기준
용량: 1,000ml
사용원료: P.E



서울탁주
출시연도: 1966.8~9
상용명: 서울탁주
규격: 알코올 6도 기준
용량: 2,000ml
사용원료: P.E



서울탁주
출시연도: 1986.9~10
상용명: 서울탁주
규격: 알코올 6도 기준
용량: 2,000ml
사용원료: P.E

1990년대

생미걸리
출시연도: 1994.11~1995.3
상용명: 서울생미걸리
규격: 알코올 6도 기준(백미 100%)
용량: 900ml
사용원료: P.E



장수생미걸리(국내산)
출시연도: 1994.11~1995.3
상용명: 서울생미걸리
규격: 알코올 6도 기준(백미 100%)
용량: 750ml
사용원료: PET



장수생미걸리
출시연도: 1997.3
상용명: 장수생미걸리
규격: 알코올 6도 기준(백미 100%)
용량: 750ml
사용원료: PET





작업명 : 충주역지도

제작일 : 2018. 09 ~ 2018. 11 (2개월)

참여도 : 0 60

참여자 : 권태환(리플렛 및 지도 작업)
유재형(지도로고 및 랜드마크 작업)
김형두(리플렛 작업)

Background

안내지도는 관광에 대해 특히 자세하게 나타낸 주된 지도이며, 주요 부분은 확대하고 그 밖은 단지 관계위치만을 대략적으로 표시하여 관광객들로 하여금 목적지 선정에 편리함을 느끼도록 해야하는 지도이다. 하지만, 현재 충주 안내관광지도는 그런면에서 매우 부족한 상황이다.

Concept

대동여지도와 같은 콘셉트를 선정하여 옛날 지도의 느낌을 살려 시각적요소와 재미를 더하여 여행객들이 지도를 봤을 때 기존의 지도와는 차별성을 두었다.





작업명 : 반하나

제작일 : 2017. 12 ~ 2018. 01 (1개월)

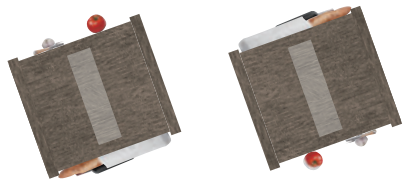
참여도 :  0 50 100

Concept

Banhana는 퓨전 레스토랑이다. 여러종류의 음식들을 판매하는 레스토랑이기 때문에 사인을 식탁의 형태로 표현해 보았다. 식탁 위에 조형음식 오브젝트를 배치하였고, 사인을 움직이는 구조물로 설치하여 사람들에게 한번 더 어필하며 재미있는 요소로 느껴지도록 디자인하였다.

Sign

옆면



정면



