



---

**YOO MI HEON**  
**PORTFOLIO**

---

유미현 | 1991.01.10 | 010.8814.6328 | ymh3650@naver.com | 경기 용인시 처인구 포곡읍 둔전리 멜로디 아파트 102동 813호

**학력**

2011.03-2015.02 상지대학교 디자인학부 산업디자인  
2007.03-2010.02 용인 고등학교

**경력 사항**

2014.09-2014.12 (주)시골의사농장 근로장학  
2014. 07 비타디자인 인턴  
2013.09-2014.06 (주)시원 근로장학

**직무 능력사항**

**교육사항**

2015.03-2015.07 ncs 시각편집디자인정규과정  
2014.03-2014.12 의료기기디자인  
그린컴퓨터아카데미 수료  
강원의료기기산업 수료

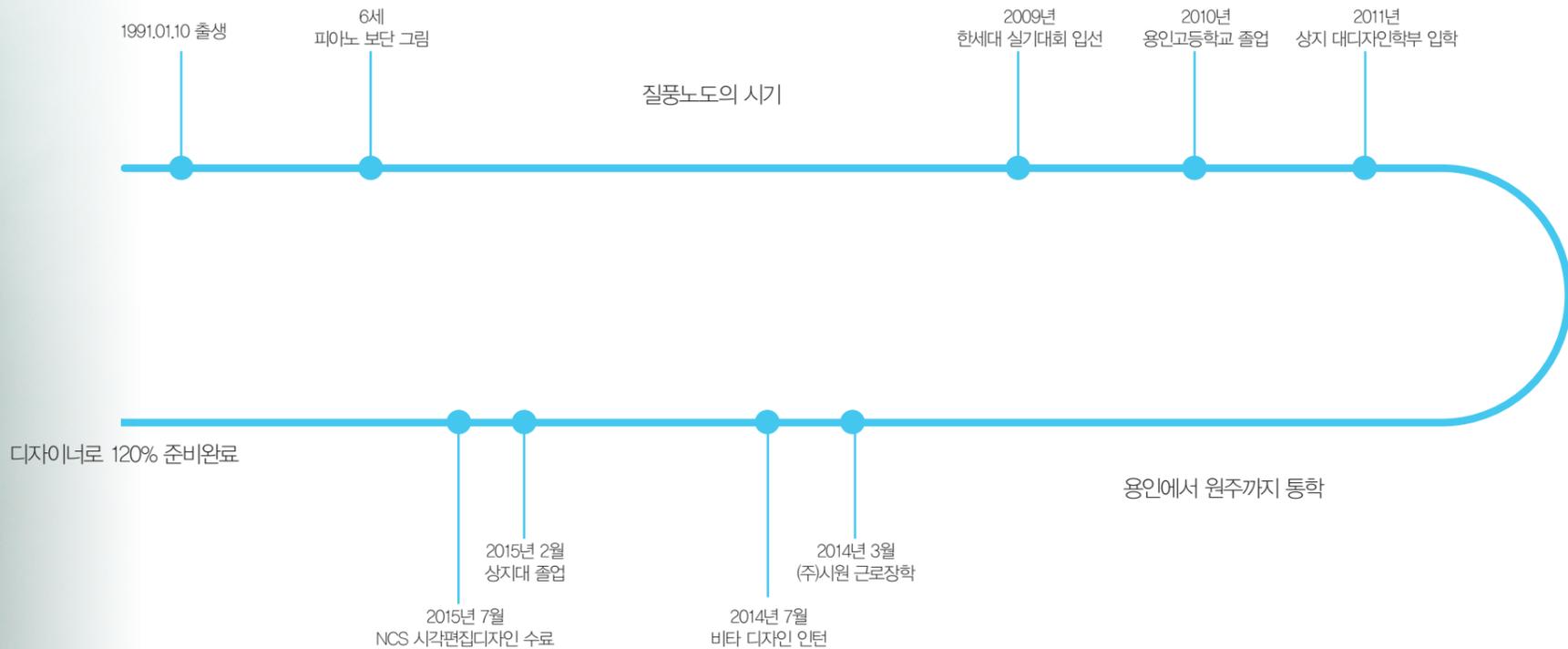
**자격 및 면허취득 사항**

2015.05.23 GTQ 1급 한국생산성본부

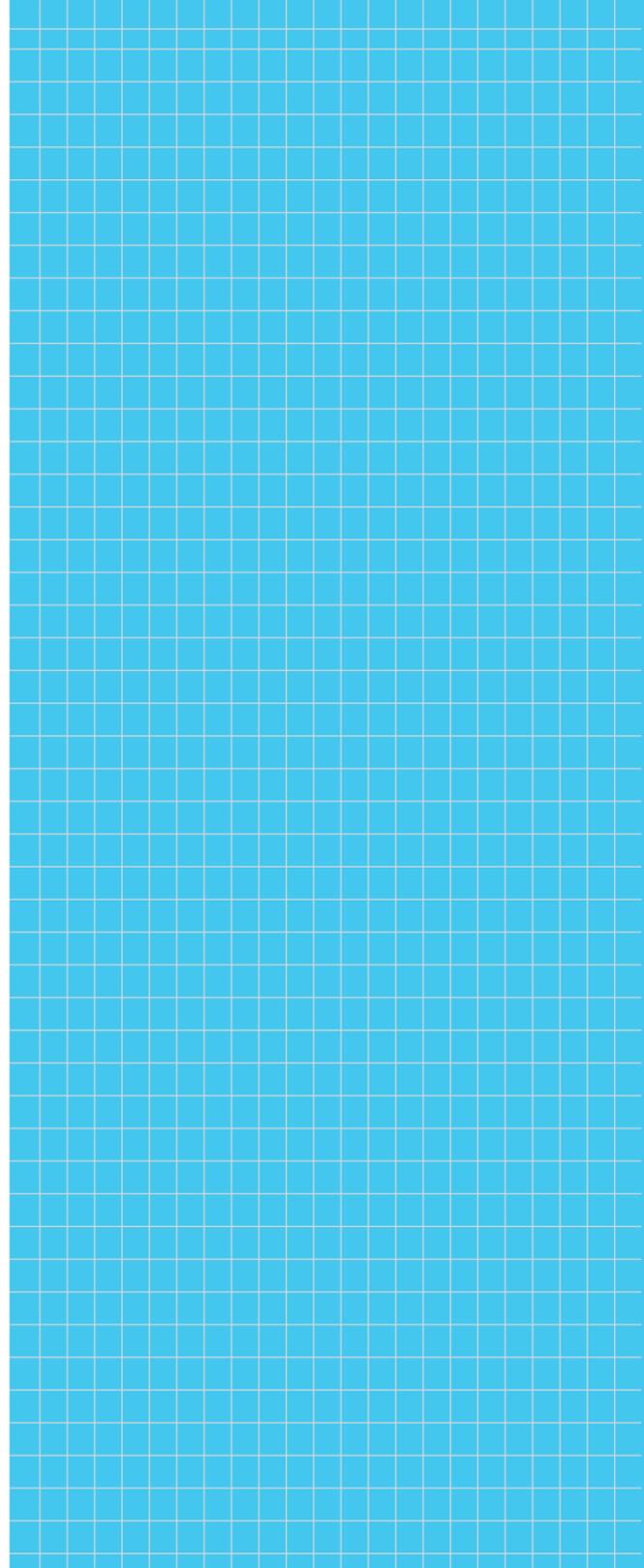


**인생 발자취**

잘 팔리는 디자이너가 되고 싶은  
유미현입니다.



각종 양면 인쇄



00 자기소개 이력서 2p

01 목차 3p

02 오투기에서 런칭한 미쁘다 카레 4p

03 제품디자인 24p

04 기타 작업물 33p



## 오뚜기의 브랜드 런칭 제안

# 오뚜기 요식업 사업 제안 이유



오뚜기는 1969년 창립된 후 라면 케첩, 카레, 참치, 즉석식품 등 많은 상품을 선보였으며, 매해 신제품을 출시하는 기업입니다. 오뚜기와 동종 업계인 아워홈, CJ 에션 노하우를 살려 요식업 사업을 활발히 하는 반면 오뚜기는 상품만 생산한다는 사실을 알게 되었습니다. 이런 오뚜기의 친근한 이미지와 오래된 노하우와 기술을 살려 요식업 사업을 한다면, 브랜드 가치가 상승할거라 생각되어 요식업 사업을 제안합니다.

# 오뚜기의 NEW Brand Naming

미쁘다라.

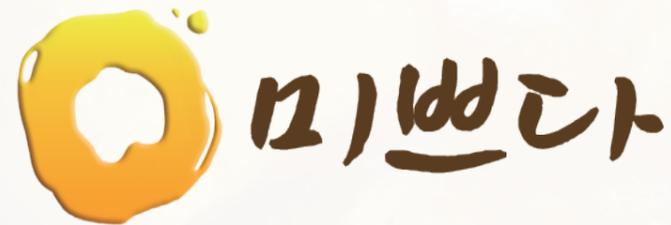
미쁘다란? 순 한글이며, 사전적 의미로는 믿음성이 있다. 믿음직스럽다, 진실하다라는 뜻입니다.  
오뚜기라는 오랜된 브랜드에서 새로운 브랜드를 런칭을 하는 만큼 고객들의 신뢰와 믿음을 심어 줄 수 있는 단어인 미쁘다를  
선택하였습니다.

**'오뚜기가 만들어 믿음직스러운 카레 집'**의 의미입니다.

# 미쁘다 BI 시안

카레 전문점이라는 것을 바로 느낄 수 있도록 직설적으로 디자인을 하였고, 네이밍과 어울릴 디자인을 고려하였습니다. 최종 3가지 시안이 나왔으며, 시안 2번이 최종 디자인이 되었습니다.

1



카레를 흘린 모양을 모티브 하여 디자인하였습니다.

2



그릇에 담긴 카레와 재료를 은유적으로 컬러로 표현하여 디자인하였습니다.

3



그릇에 담긴 카레를 top에서 본 모습이며, 미쁘다의 이니셜 M을 소스 형태로 바꿔 표현하여 디자인하였습니다.

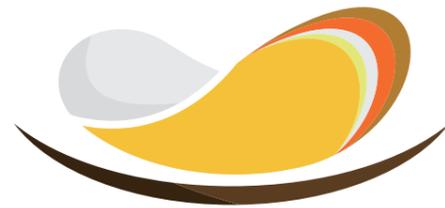
# 최종 BI 디자인

접시에 카레와 밥이 담겨 있는 것을 형상화하였습니다. 먹음직스럽게 담긴 카레밥이 흘러넘칠 듯 넘실거리는 것을 표현하였으며, BI의 사용된 컬러는 카레에 들어가는 식재료의 컬러입니다. 노란색 카레, 흰색 밥, 브라운 고기, 주황색 당근, 아이보리 양파, 연노랑 감자를 상징합니다.

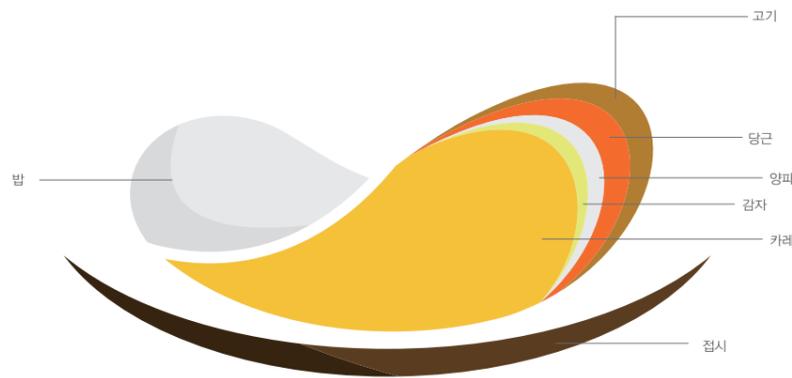
## Sketch



## Symbol



## Signatory concept



## Signatory



## Color

F4C71C	E7E96E	E5E5E5	EC6A1A	B47D1C	D4D4D4	39220E	603B1A
CMYK 4,24,89,0	CMYK 13,0,66,0	CMYK 0,0,10	CMYK 0,71,92,0	CMYK 35,55,100,0	CMYK 0,0,17	CMYK 69,79,98,58	CMYK 59,75,100,36
RGB 244,199,28	RGB 231,233,110	RGB 229,299,229	RGB 236,106,26	RGB 180,125,28	RGB 212,212,212	RGB 57,34,14	RGB 96,59,26

# 미쁘다 아이덴티티 디자인

직원들의 사무용품부터 직원 유니폼, 손님 테이블웨어, 영업용 차와 냉동차 그리고 매장과 홍보용 포스터, 홈페이지와 앱까지 미쁘다 카레 아이덴티티 디자인을 하였습니다.

심플하게 하여 로고를 적극 활용하여 브랜드가 강조될 수 있게 디자인하였습니다.



# 미쁘다 명함 디자인



미쁘다 B와 카레가 연상되는 컬러를 이용하여 디자인하였습니다.  
사이즈 92X52



# 미쁘다 직원유니폼 디자인

매장 서빙 직원 유니폼입니다.

직원이 걸어 다니는 광고판이라는 생각으로, 로고가 돋보이도록 심플하게 디자인하였습니다.



# 미쁘다 Table ware Design

매장 고객 테이블 웨어 디자인입니다.  
구성은 테이블 페이퍼, 냅킨, 접시와 머그컵입니다.



# 포장 패키지 디자인

포장 고객들을 위한 포장 패키지 디자인입니다.

뜨거운 음식을 포장하기 때문에, 포장용기를 종이컵으로 하여 사용자의 건강과 환경을 생각하였습니다. 구성은 포장 컵, 플라스틱 수저와 나무젓가락 그리고 냅킨, 이를 담는 종이백입니다. 디자인은 모두 통일성 있게 로고를 배치하였고, 카레 컬러를 주색으로 하였습니다.

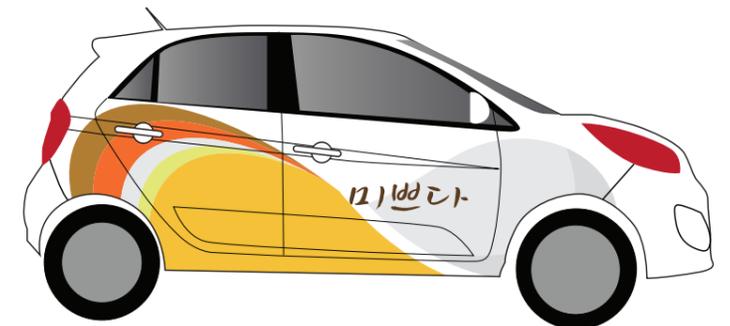
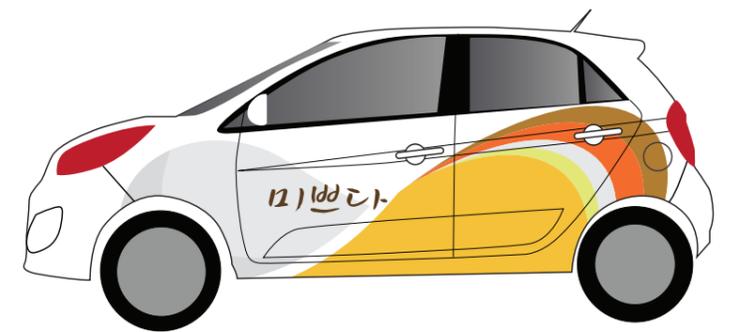


# 미쁘다 영업용 차량 디자인



영업용 차량 디자인입니다.  
차 모델은 소형차인 모닝으로 하였으며, 도로에서 로고가 잘 보이게 하게 위해 로고와 네이밍을 측면에 크게 배치하였습니다.

AI 도면



# 미쁘다 냉동차 디자인



냉동차 디자인입니다.  
각 지점마다 식재료 배송을 위한 냉동차이며, 차량 모델은 봉고입니다. 도로 위에서 잘 보이게 하기 위해 로고 외엔 화이트 컬러만 사용하여 로고 돋보이게 하였습니다.

## 시 도면

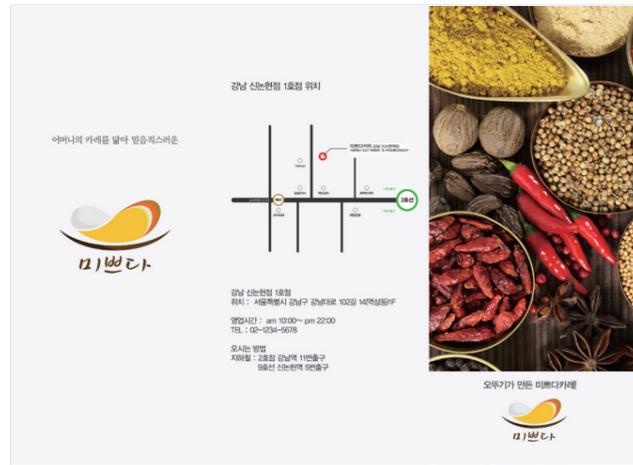


# 미쁘다 3단 리플렛 앞장 디자인 \_ A

리플렛 앞장 A 안 디자인입니다. 카레 원재료 이미지를 이용해 고급스러워 보이게 디자인하였습니다. 맨 뒷장이 되는 가운데 페이지엔 매장 약도 정보를 배치하였습니다.

사이즈 285X208

## Design



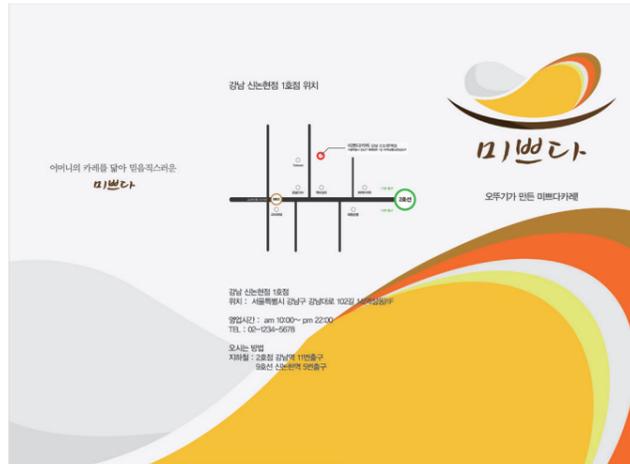
## 접은 모습



# 미쁘다 3단 리플렛 앞장 디자인 \_ B

리플렛 앞장 B 안 디자인입니다. 미쁘다 로고를 강조하여 사용자가 미쁘다 브랜드가 눈에 익숙해질 수 있게 디자인하였습니다. A 안과 마찬가지로 뒷장이 되는 가운데 페이지엔 매장 약도 정보를 배치하였습니다. 사이즈 285X208

## Design



## 접은 모습



# 미쁘다 3단 리플렛 뒷장 디자인

미쁘다 리플렛 뒷장 내용 부분 디자인입니다. 새로운 브랜드이다 보니 사용자에게 미쁘다 소개하는 홍보용 리플렛 입니다. 카레의 향신료 이미지와 카레 요리 이미지를 담았으며, 오픈 포스터와 오픈 일을 강조하여 사용자에게 저극 어필할 수 있게 하였습니다.  
 사이즈 285X208

## Design



오뚜기가 만들었습니다.  
 믿음직스러운 카레  
 미쁘다 카레

오뚜기 3분 카레를 매장에서

미쁘다 카레 소개

오뚜기의 많은 노하우를 바탕으로 자랑스럽게 만든 미쁘다 카레는 한국적인 맛과 향을 담은 카레입니다. 일본 카레도 아닌 집에서 양파가 잘 한국적인 카레라 생각됩니다.

향신료 향이 강한 인도식 카레도 아니며, 일본식으로 변형된 일본식 카레도 아닌 오뚜기의 노하우로 배합으로 2015년 어머니의 손맛이 느껴지는 카레전문점 미쁘다를 오픈하였습니다.

미쁘다란? 믿음직스럽다라는 순 우리말로 양파가 만든 것처럼 믿을 수 있고, 카레를 오뚜기가 직접 카레가루부터 아예, 고기, 쌀까지 모든 재료에 신경을 썼으며 조리하여 손님에게 온전히 나가는 그 순간까지 믿음을 주겠다 라는 믿음만 한 카레라는 뜻입니다.

미쁘다 카레는 강남 신논현역 1호점을 시작으로 직원 가격으로 최고의 맛과 품질, 서비스를 제공하여 기분좋은 한끼 식사를 제공하는 믿음직한 카레 미쁘다가 되었습니다.



OPEN  
 7월 1일

2015년 7월 1일  
 강남 신논현역  
 오뚜기가 새로운  
 장점을 다해 많은  
 사랑을 부탁드립니다.

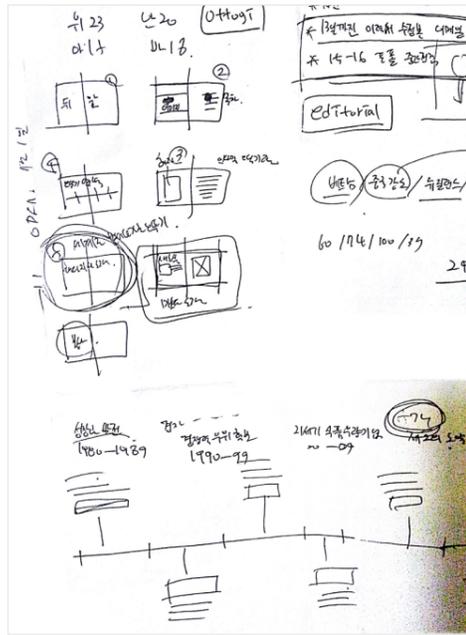
신선한 재료로 만든 카레  
 어머니 카레를 담은 카레  
 다양한 카레를 한곳에서 만나세요!!!

미쁘다  
 강남 신논현역점

# 오뚜기 브로셔 커버 디자인

오뚜기 브로셔 디자인입니다. 겉 표지 디자인과 속지 디자인이 전반적으로 그린 컬러와, 연못의 푸른 잎 이미지를 사용하여 자연적인 느낌과 보는 이가 편안한 느낌이 느낄 수 있게 디자인하였습니다. 사이즈 210X297

## Sketch

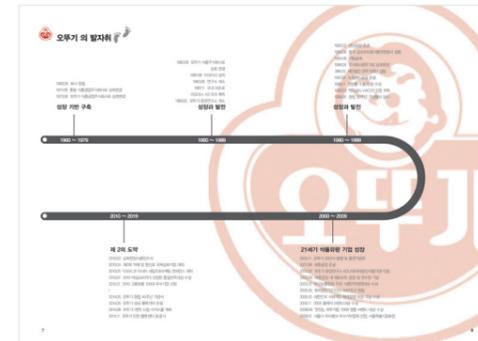
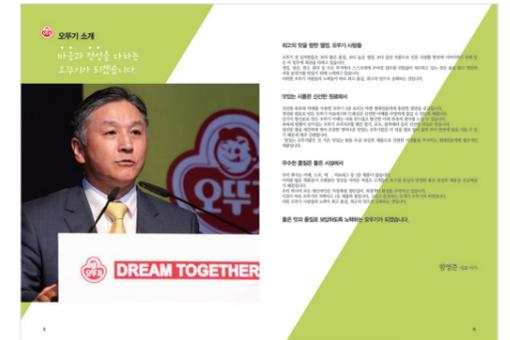


## Design



# 오뚜기 브로셔 내지 디자인

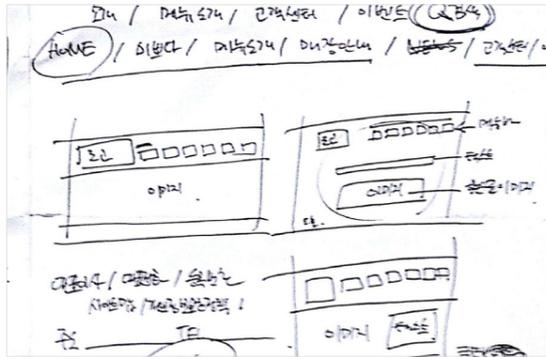
속지 내용으로는 오뚜기의 연혁과 대표 인사말, 세계 속 오뚜기, 새로운 브랜드 미쁘다 런칭 소식, 신제품 소식을 인포적인 디자인으로 담았습니다. 사이즈 210X297



# 미쁘다 홈페이지 와 앱 디자인

카레에 들어가는 원재료 이미지를 이용하여 메인 페이지 디자인을 하였습니다. 홈페이지 페이지엔 상단 메뉴와 메인 이미지만 배치하여 사용자가 정보를 찾기 쉽게 하였고, 앱은 많이 보는 메뉴를 하단에 항상 뜨게 하였으며, 홈으로 돌아가기, 메뉴 보기, 매장 정보, 검색을 배치 하였으며, 메뉴바는 상단 오른쪽에도 배치하여 한 손으로도 터치하게 쉽게 하였고, 좀 더 빠른 정보를 찾기 쉽게 검색창을 상단 가운데에 배치하였습니다.

## Sketch



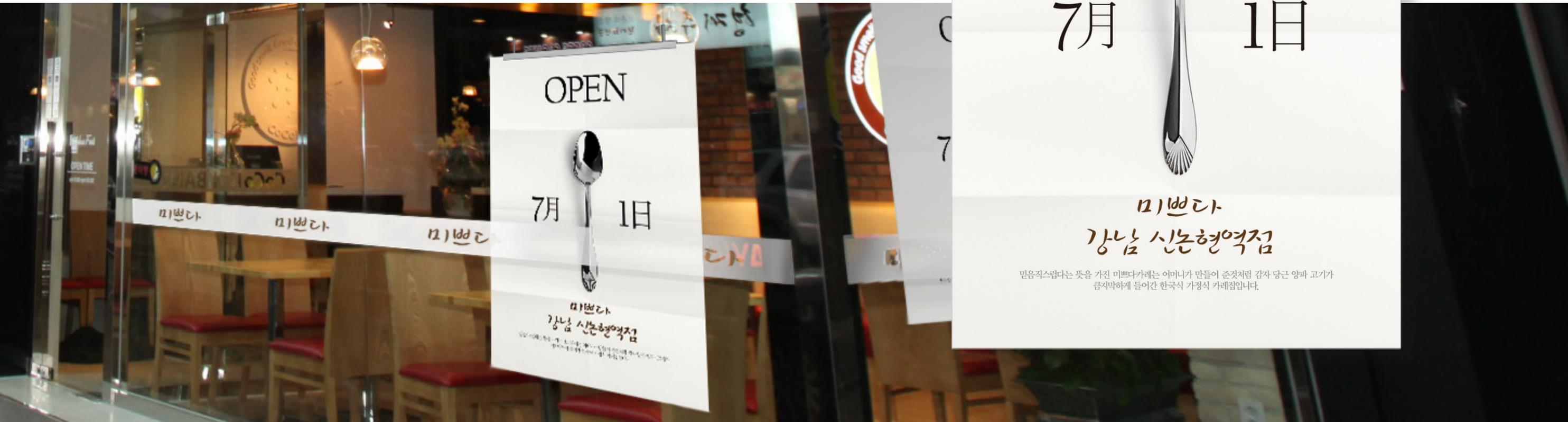
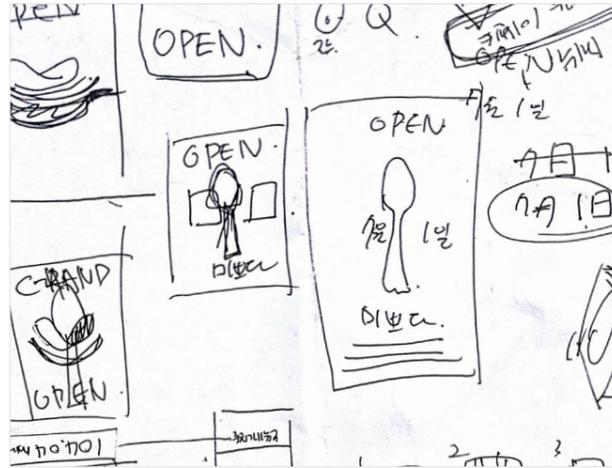
## Homepage Design



# 오픈 포스터 디자인

포스터 디자인은 손가락 이미지와 날짜 그리고 OPEN을 심플하고 크게 하여 사람들로 하여금 궁금증을 유발할 수 있게 하였고, 네이밍과 오픈 일, 지점명만 명시하여 강조하였습니다. 사이즈 420x594

## Sketch



# 미쁘다 매장 디자인

매장과 간판 디자인은 로고와 어울릴 수 있게 카레의 노란색을 주색으로, 브라운 컬러를 보조색으로 하여 로고와 어울리면서 사용자들이 멀리서도 카레집이라고 알 수 있게 하였습니다.

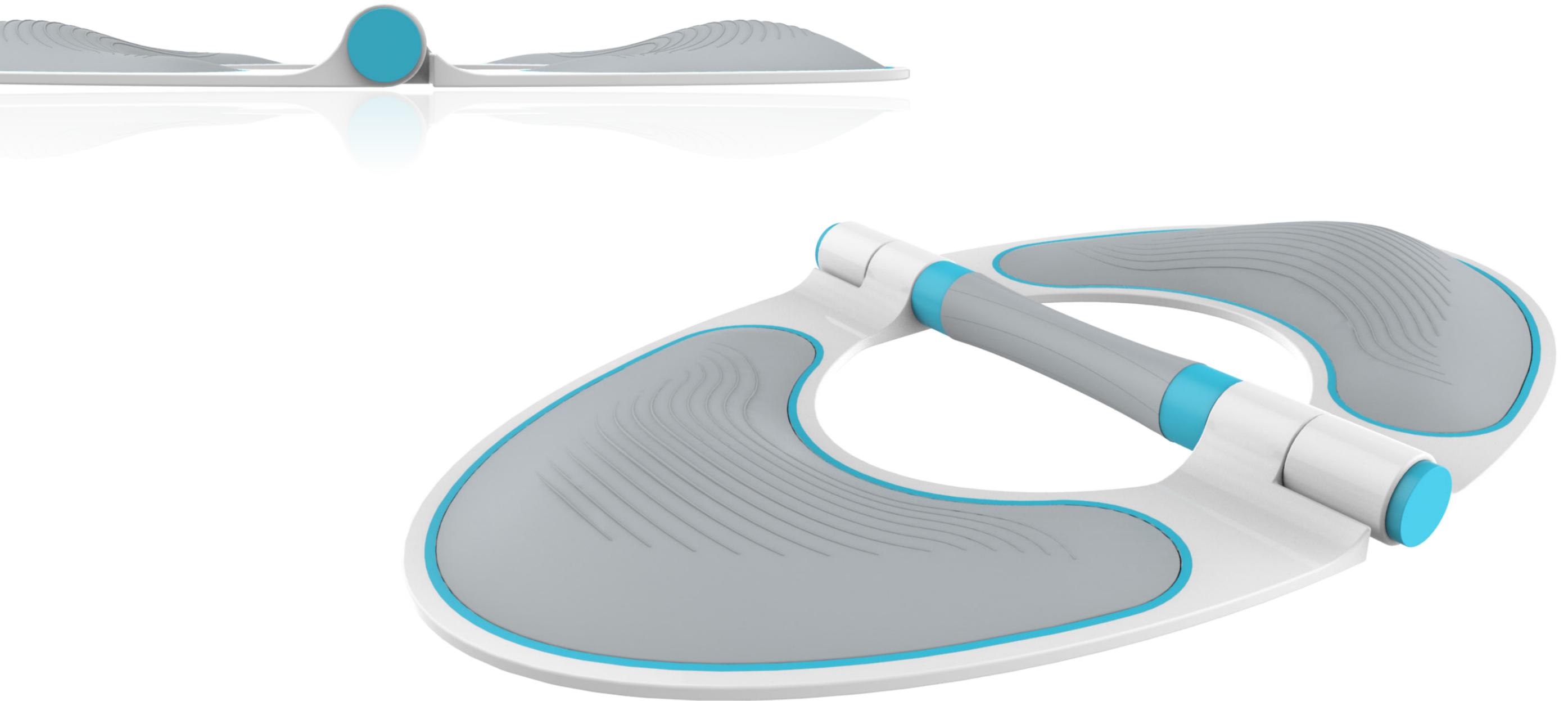




제품 디자인

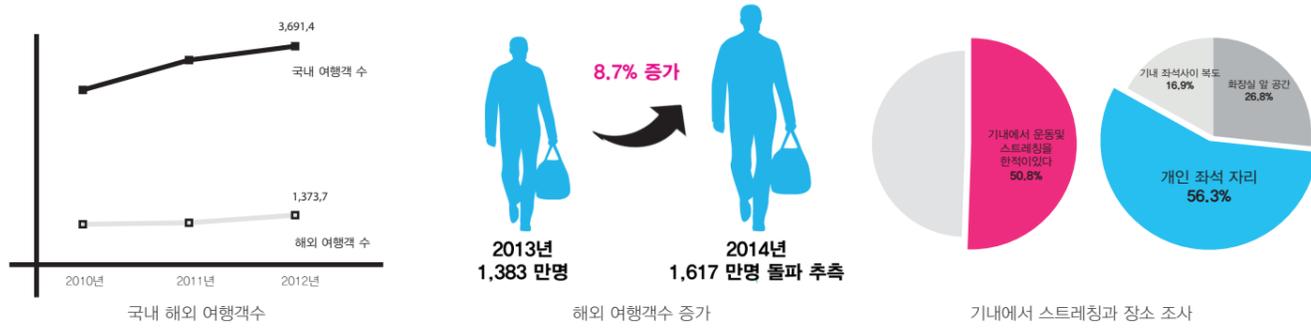
# Folding Air Gymball \_ 이코노미클래스 증후군 완화를 위한 복합 스트레칭 기구

항공사의 과도한 욕심으로 많은 승객을 태우기 위해 많은 사람들이 이용하는 이코노미 클래스가 점점 좁아지고 있다. 비좁은 좌석에서 장시간 앉아 이동을 하다보면, 요통, 발의 통증, 호흡곤란 등의 증상이 생기는데 이를 이코노미클래스 증후군이라 한다. 좁은 좌석에 장시간 계속 앉아 있게 되면 다리와 종아리가 부어오르는데, 이는 넓적다리에 압박이 가해져 정맥에 혈전이 형성된다. 특히 중년의 여행객, 비만증을 앓고 있는 여행객이라면 특히 주의해야 한다. 최악의 경우 폐색전증을 일으켜 호흡 곤란, 혈담, 흉통 등을 호소하다가 수 시간내에 쇼크사하는 경우도 있다. 비행기 뿐만 아니라 버스, 기차도 장시간 이동을 하다보면 발생할 수 있는 질병으로, 이코노미클래스 증후군을 예방 및 완화 할 수 있는 제품을 제안하고자 한다.



# Folding Air Gymball

## Design Research



국내·외 여행객이 매년 증가하고 있으며, 특히 해외여행객의 증가가 눈에 띄게 많아졌는데, 장시간의 비행 중 기내에서 운동 및 스트레칭을 한적 있는 사람이 50.8%로 과반수가 했으며, 주로 개인 좌석에서 한 것으로 나타났다. 비행기 뿐만 아니라 자동차로 장시간 이동 시 70%가 이코노미 클래스 증후군에 걸리 위험이 있는 것으로 나타났다.

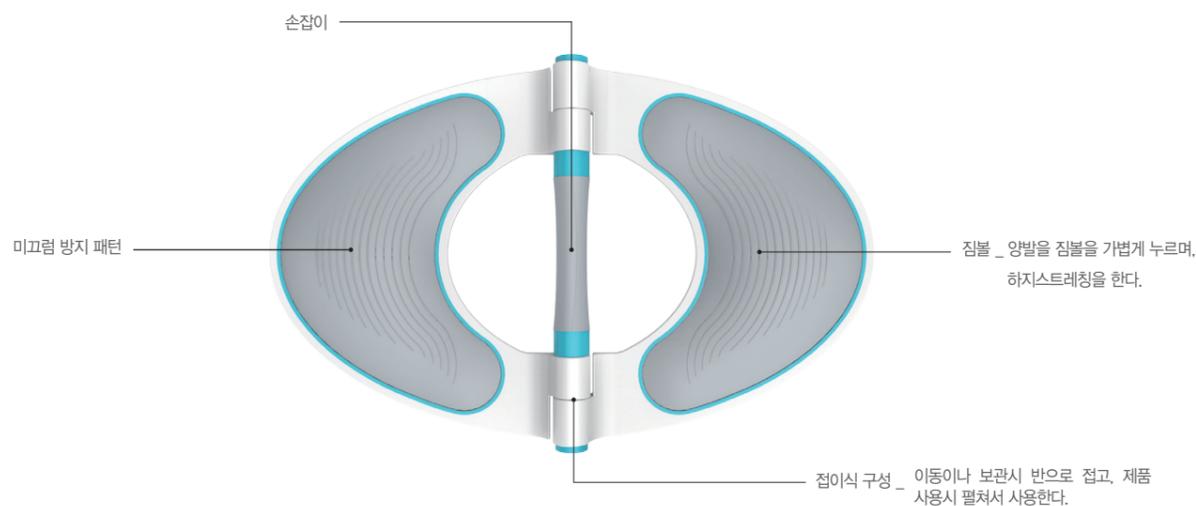
## Design Concept

장시간 여행을 하는 여행객을 위한 제품으로 이동성에 가장 많이 중점을 두었다. 접이식 제품으로 하였고, 얇고 가볍게 하여 이동과 보관이 용이하게 하였다. 제품 특성상 좁은 자석에서 간단한 상하체 스트레칭을 할 수 있어야 하기 때문에 소형화 하였고, 이 모든 요소를 융합하여 여행객을 위한 스트레칭 복합 기구 디자인을 하였다.

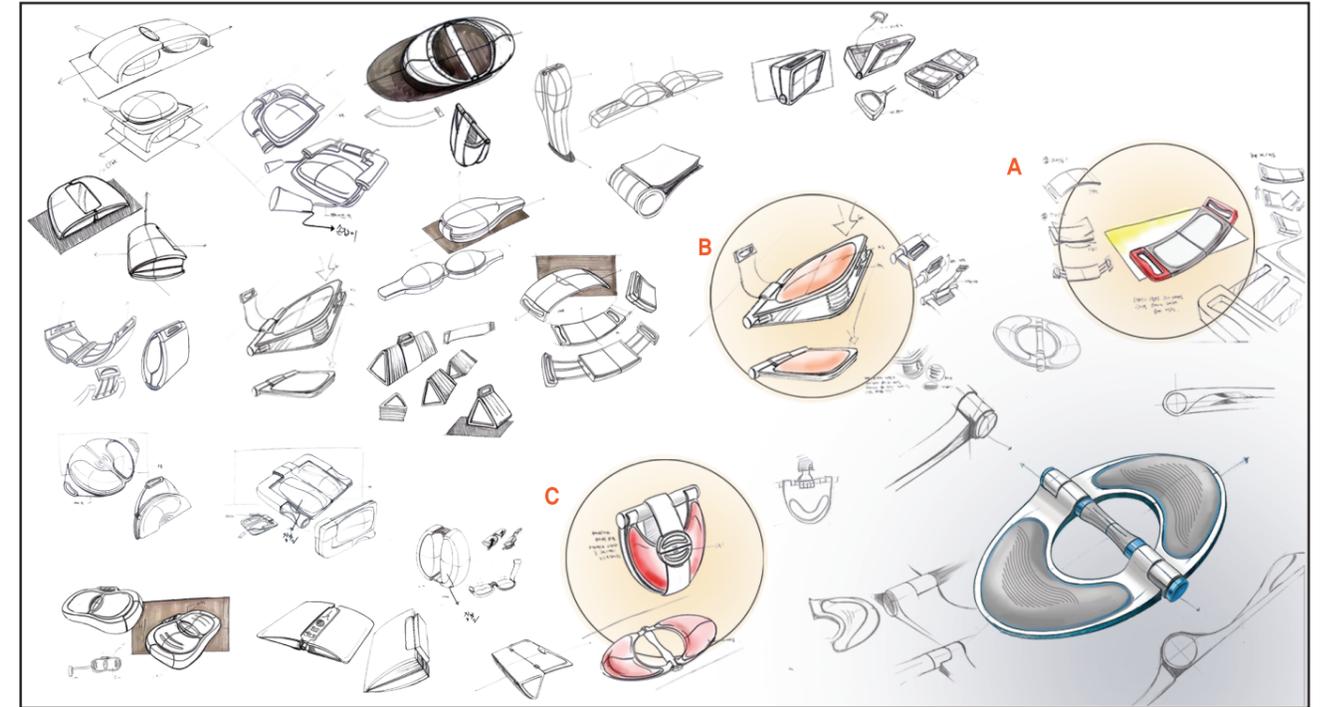


## Structure

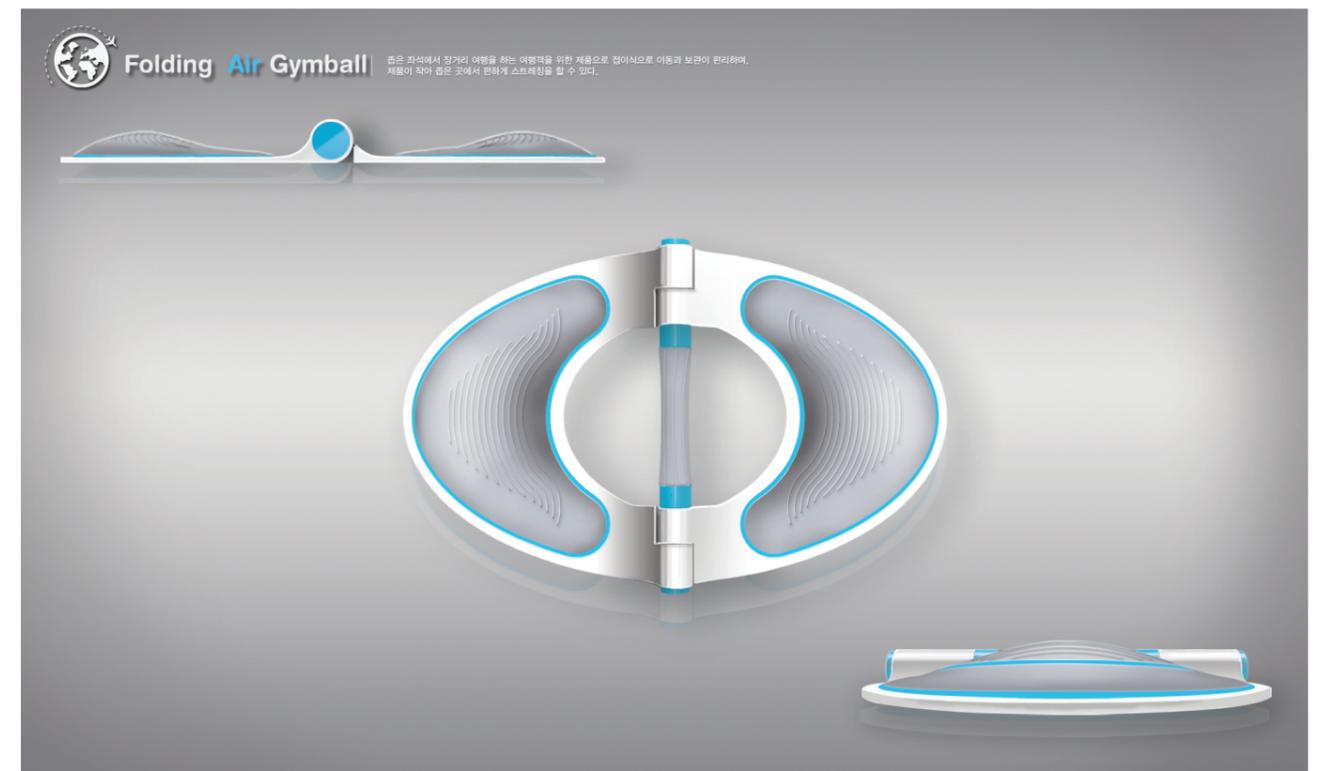
이동과 좁은 공간에서 사용자가 사용이 용이하기 위해 접이식 제품이며, 하지 스트레칭을 위해 공기가 적게 들어간 짐볼을 양발을 밟을 수 있게 하였고, 양쪽 손잡이가 달린 라텍스 밴드는 간단한 상체 스트레칭을 할 수 있도록 구성되어 있다.



## Design Sketch

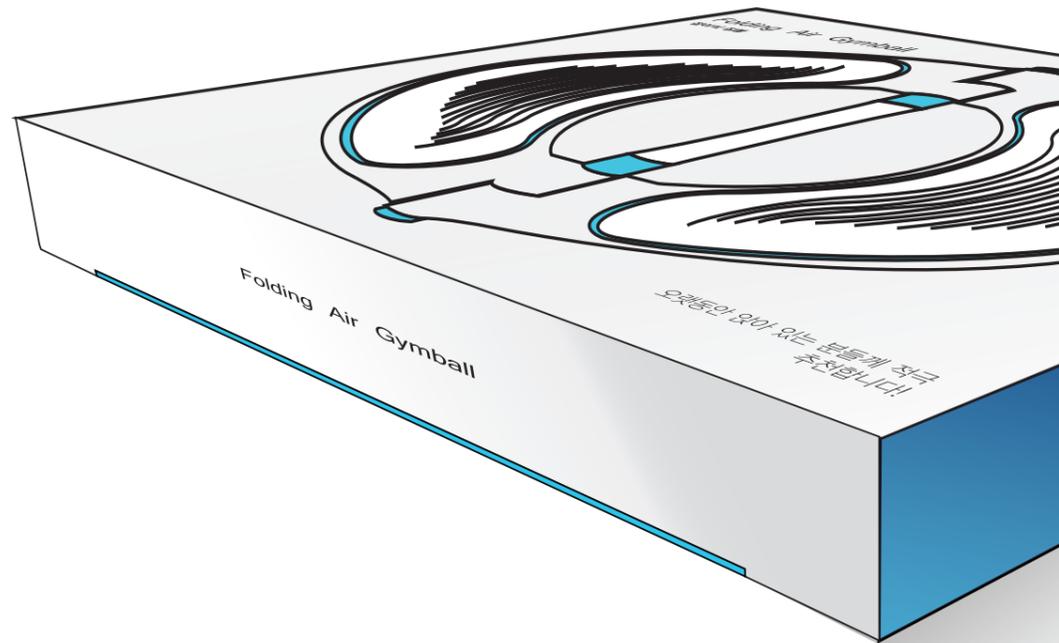
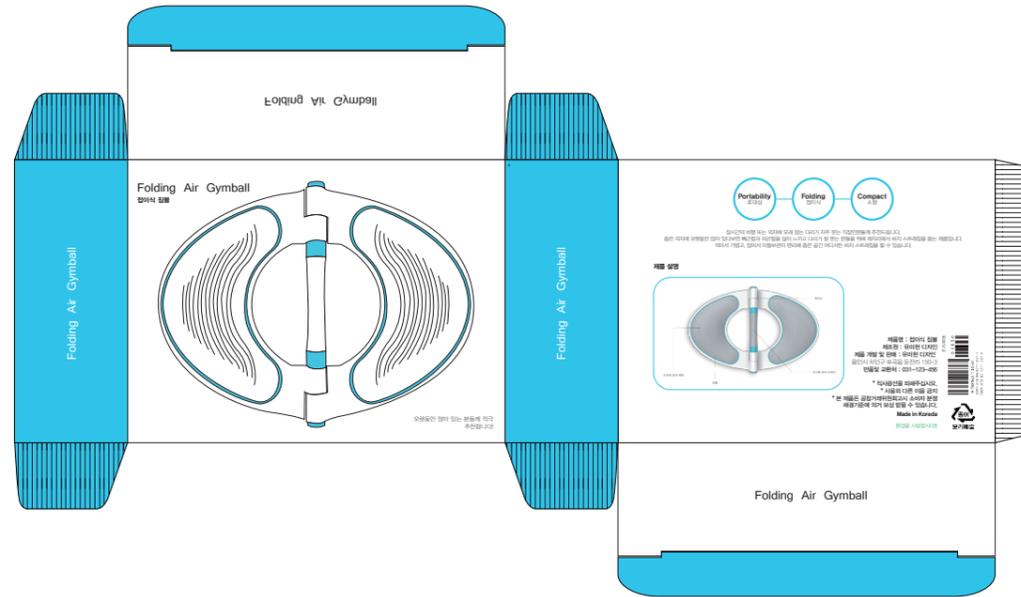


## 2D Rendering

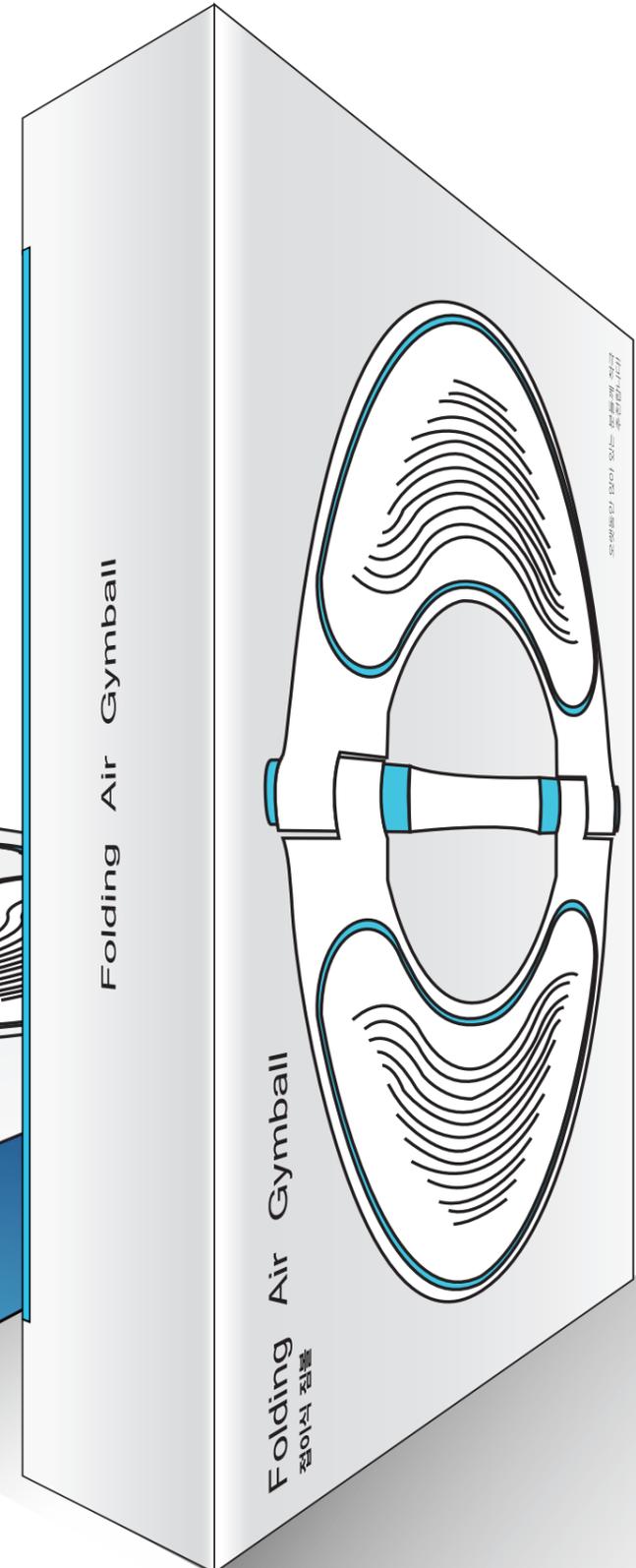


# Folding Air Gymball 패키지 디자인

시 도면



제품에 사용된 컬러를 이용하였고 패키지 디자인으로는 제품 일러스트를 삽입하여 심플하게 디자인하였습니다.



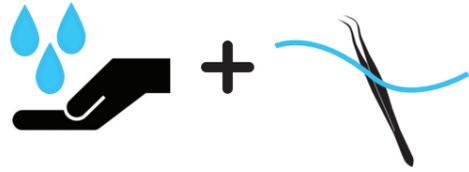
# Folding Air Gymball 광고 포스터

다리가 부으면 사람들은 '코끼리 다리가 된다고 하는 것에서 아이디어를 얻었습니다. 오랫동안 좁은 비행기에 앉아 있어 다리가 부어서 코끼리가 되었다는 의미로, 좁은 공간 어디서든 하지 스트레칭이 가능하다는 것을 광고 포스터로 표현하였습니다. 사이즈 420x594



# Safety Disinfection \_ 손과 기구 소독기구

의료 기구와 의료진의 손소독은 정말 중요하다. 기구 소독과 손소독을 소홀히 할 경우 고스란히 환자들의 질병 감염으로 이어진다. B형 감염, C형 감염은 물론, 에이즈(HIV)까지도 감염될 수 있는, 소독은 아주 중요한 과정이며, 의료진의 철저한 기구 소독과 손소독만으로 충분히 예방이 가능한 질병이다. 기존 기구 소독기와 손소독 제품은 나와 있지만, 따로 구입하여 사용을 해야 한다. 기구 소독과 손소독 모두 중요한 만큼 한 제품에서 모두 할 수 있는 제품이 필요성을 느껴 디자인 하게되었다.



# Safety Disinfection

## Design Concept

손소독과 의료 기구 소독을 모두 할 수 있는 제품으로서, 이 두 가지의 기능을 모두 충족할 수 있는 디자인으로, 제품 상단에는 기구 소독을 하단은 손을 집어넣어 손소독을 할 수 있도록 하기 위해 벽에 걸어 사용하는 벽걸이 형태로 하였고, 손소독을 하고 남은 잔여물이 떨어지는 부분을 스틸 재질로 하여 위생적인 면을 생각하였고, 주 컬러를 화이트로 하고, 포인트 컬러를 블루로 하여 깨끗함과 청결함을 강조하였다.



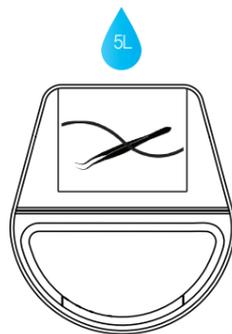
## How To Use

1



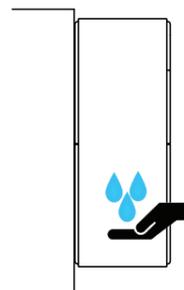
기구를 흐르는 물에 한번 가볍게 세척 합니다.

2



물 5L와 소독할 기구를 넣고 작동 후, 멸균 의료기기는 고압증기 멸균기로 한 번 더 소독한 뒤 완료하면 되며, 비 멸균 의료기기는 2단계 후 완료하면 된다.

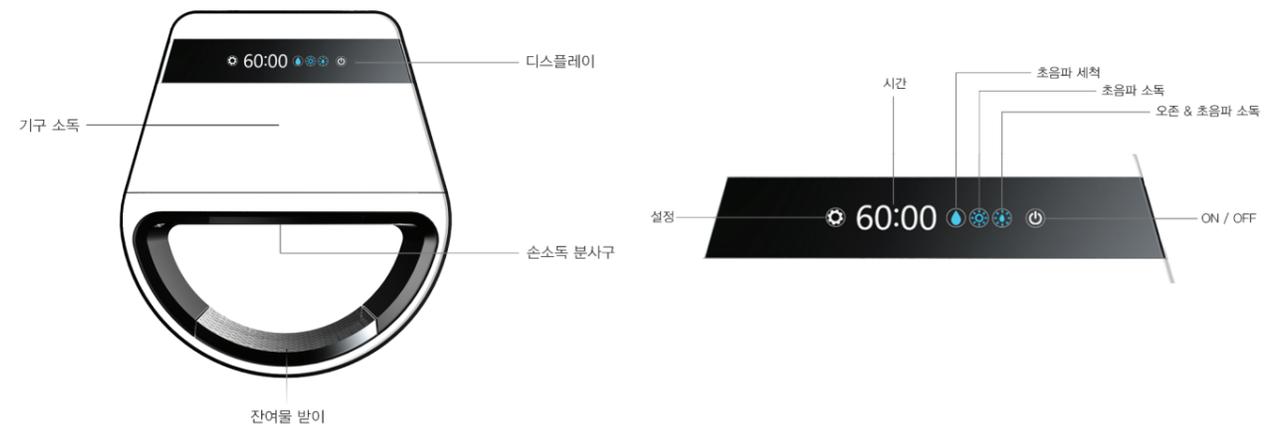
3



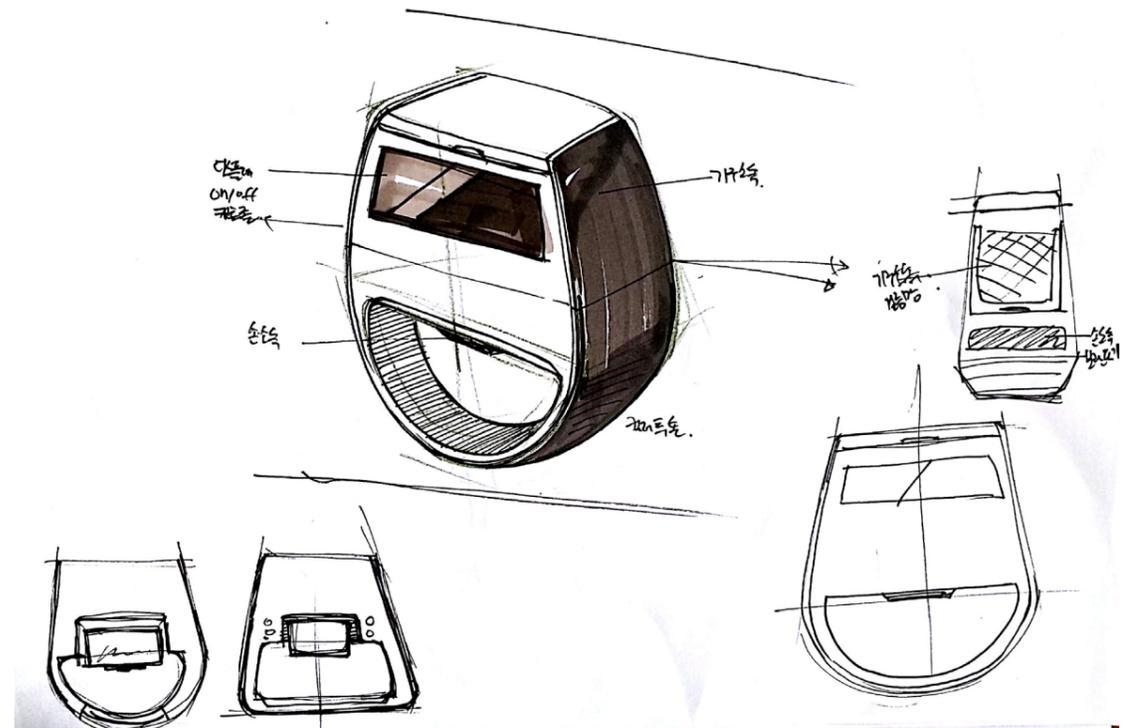
손소독 입구에 양손을 중반부에 넣으면 소독제가 자동분사가 된다.

## Design Function

기구 소독과 손 소독 일체형으로 두 가지 기능을 모두 충족시키기 위해 벽걸이형으로 하였으며, 손 소독 부분을 크게 만들어 두 손 모두 들어갈 수 있게 하였다. 또한 디스플레이를 제품 정면에 크게 만들었으며, 직관적인 GUI 디자인을 하여 사용자가 쉽고 빠르게 이해할 수 있도록 하였다.

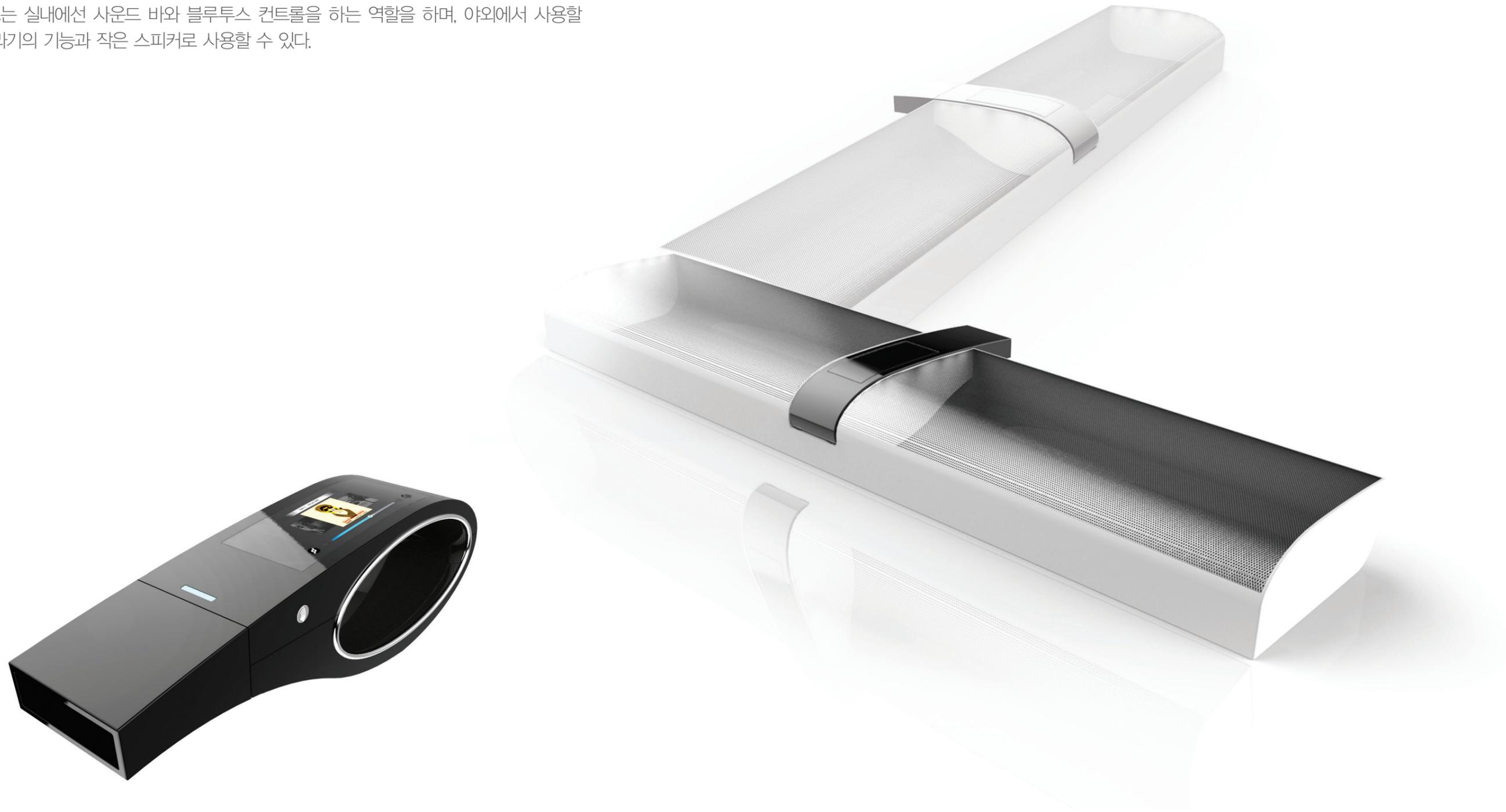


## Sketch

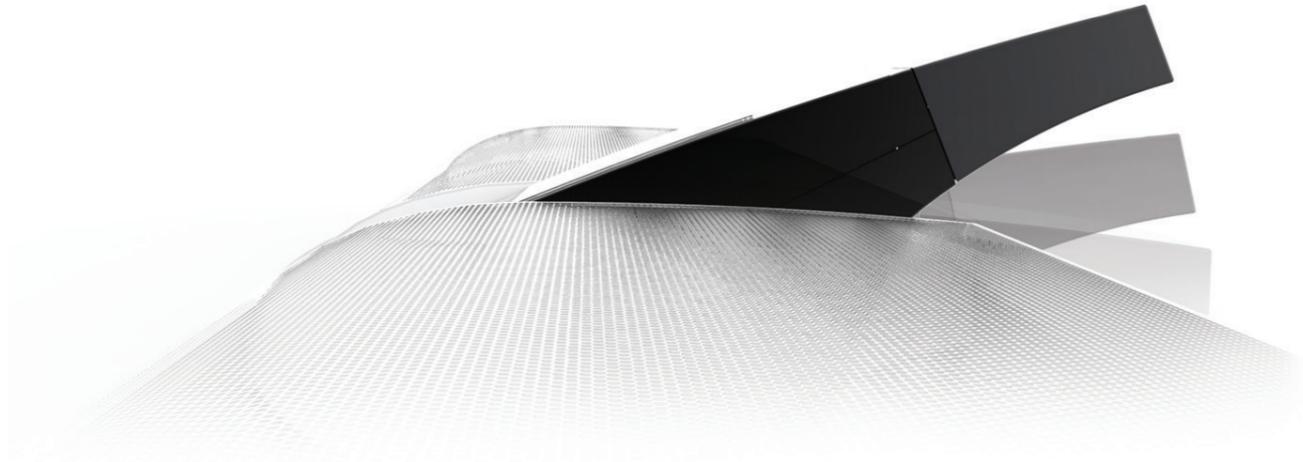


# Sound Whistle

건강에 관심이 많아지면서, 다양한 스포츠 운동을 하는 현대인들이 많아졌는데, 음악을 들으며 운동을 하는 모습을 흔하게 볼 수 있다. 호루라기 와 오디오를 합쳐, 호루라기 형태의 디바이스는 실내에선 사운드 바와 블루투스 컨트롤을 하는 역할을 하며, 야외에서 사용할 땐 호루라기의 기능과 작은 스피커로 사용할 수 있다.



# Sound Whistle

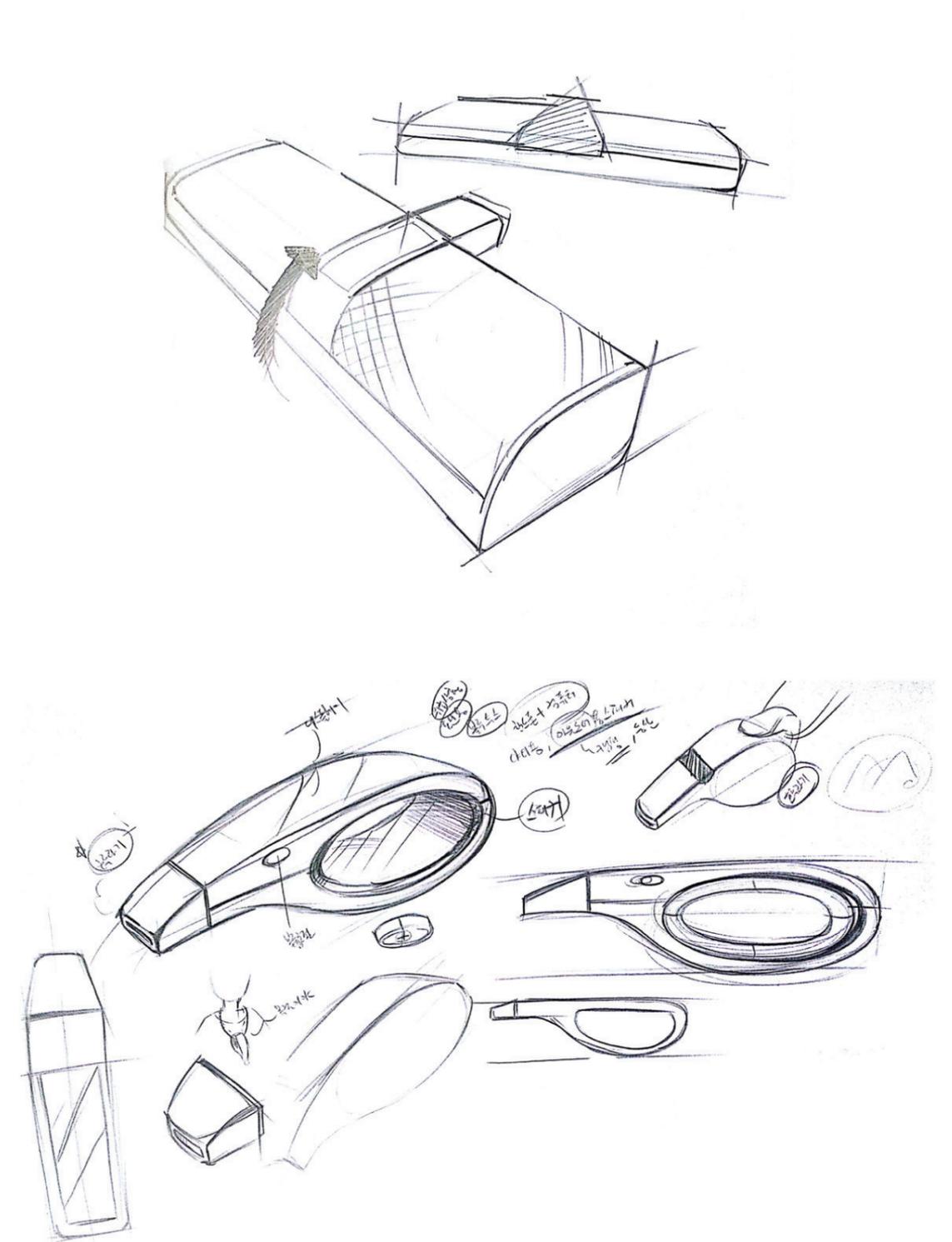


호루라기 형태의 스피커와 밤 타입의 오디오가 분리가 되어 실외 실내에서 자유롭게 사용이 가능하다. 실내에서는 호루라기 형태의 디바이스가 컨트롤러의 역할이 되어 실내 어디에서 든 볼륨, 음악 재생 등을 자유롭게 컨트롤이 가능하며, 실외에서는 스마트폰과의 블루투스 연결로 하여 작은 스피커가 되고, 호루라기가 필요한 상황에선 입으로 불면 호루라기 소리가 나오며, 볼륨 조절을 하여 힘을 덜 주면서 크고 멀리 소리를 낼 수 있다.

## Design Function



## Sketch

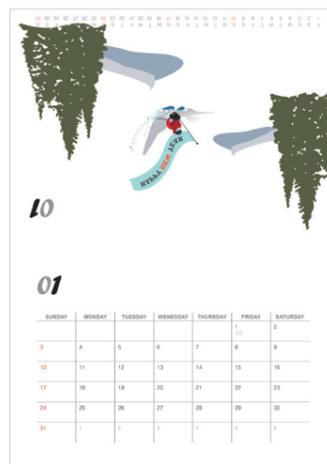




## 개인 작업물

# 2016 달력 디자인

2016년 달력 디자인입니다. 달마다 떠오르는 이미지를 일러스트 삽화를 그려 디자인하였습니다. 1월 새해 스키장 이벤트, 2월 까치살날 3월 벚꽃, 4월 싱그러운 레몬과 자몽, 5월 폭신한 아이스크림, 6월 푸른 나뭇잎입니다.



# 북 디자인\_ 해를 품은 달

해를 품은 달의 북 커버를 리디자인 해 보았습니다. 제목을 직접적이면서 간접적으로 표현 하였습니다. '해를 품은 달'이라는 책 제목 그대로 노란 달이 붉은 해를 품는 듯한 형상을 표현하여 리디자인을 하였습니다.

## Sketch

붓을 이용하여 달과 해를 그려 포토샵으로 색 보정을 하였습니다.

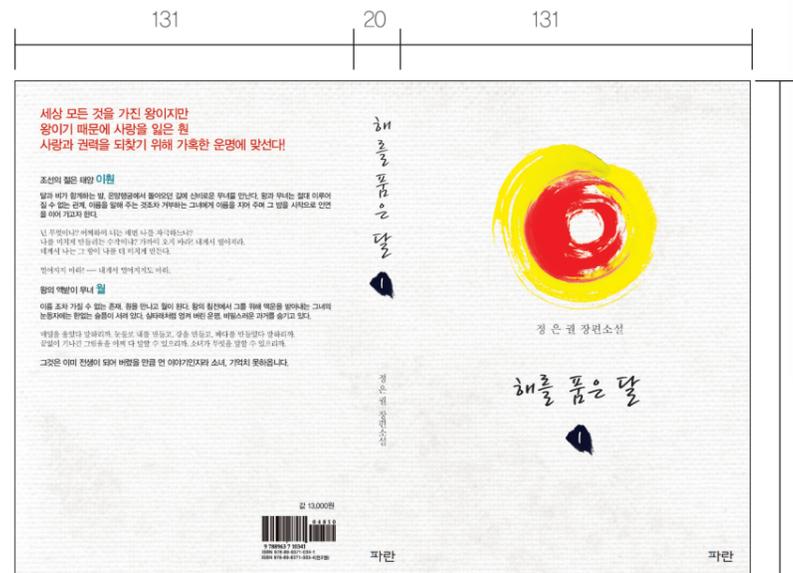


달



해

## Size

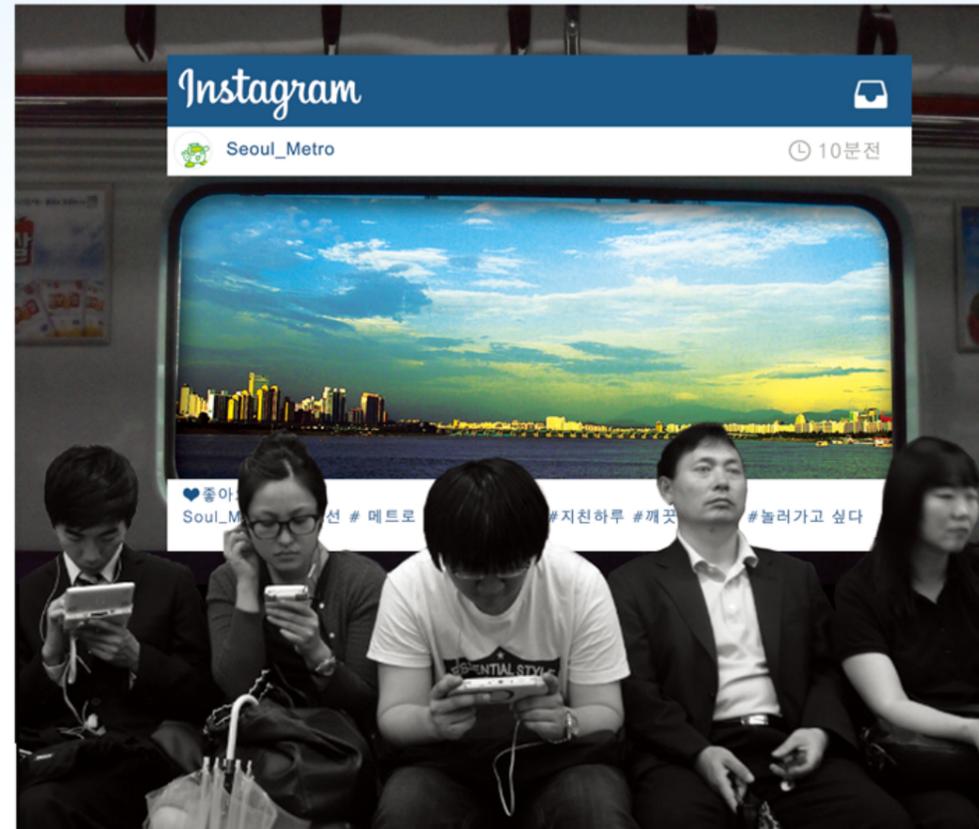


# 서울 메트로 공익 포스터 디자인

서울 메트로 포스터로, 현대인들 출퇴근 시간에 모두 핸드폰을 보기 위해 몸과 고개를 숙여 현실이 아닌 가상 세상의 풍경만 보는 현대인들의 삭막함을 느꼈습니다. 서울 지하철을 타다 보면 한강 다리를 건너거나 멋진 풍경을 지날 때가 있는데 모두 핸드폰만 보고 있기에 보질 못 합니다. 핸드폰 SNS 속 풍경이 아닌 고개를 들어 지하철 창밖 멋진 풍경을 보라는 내용을 담은 포스터 디자인을 하였습니다. 사이즈 420x594

Seoul Metro

고개를 들어



가짜를 보지 말고 진짜를 보세요!!!

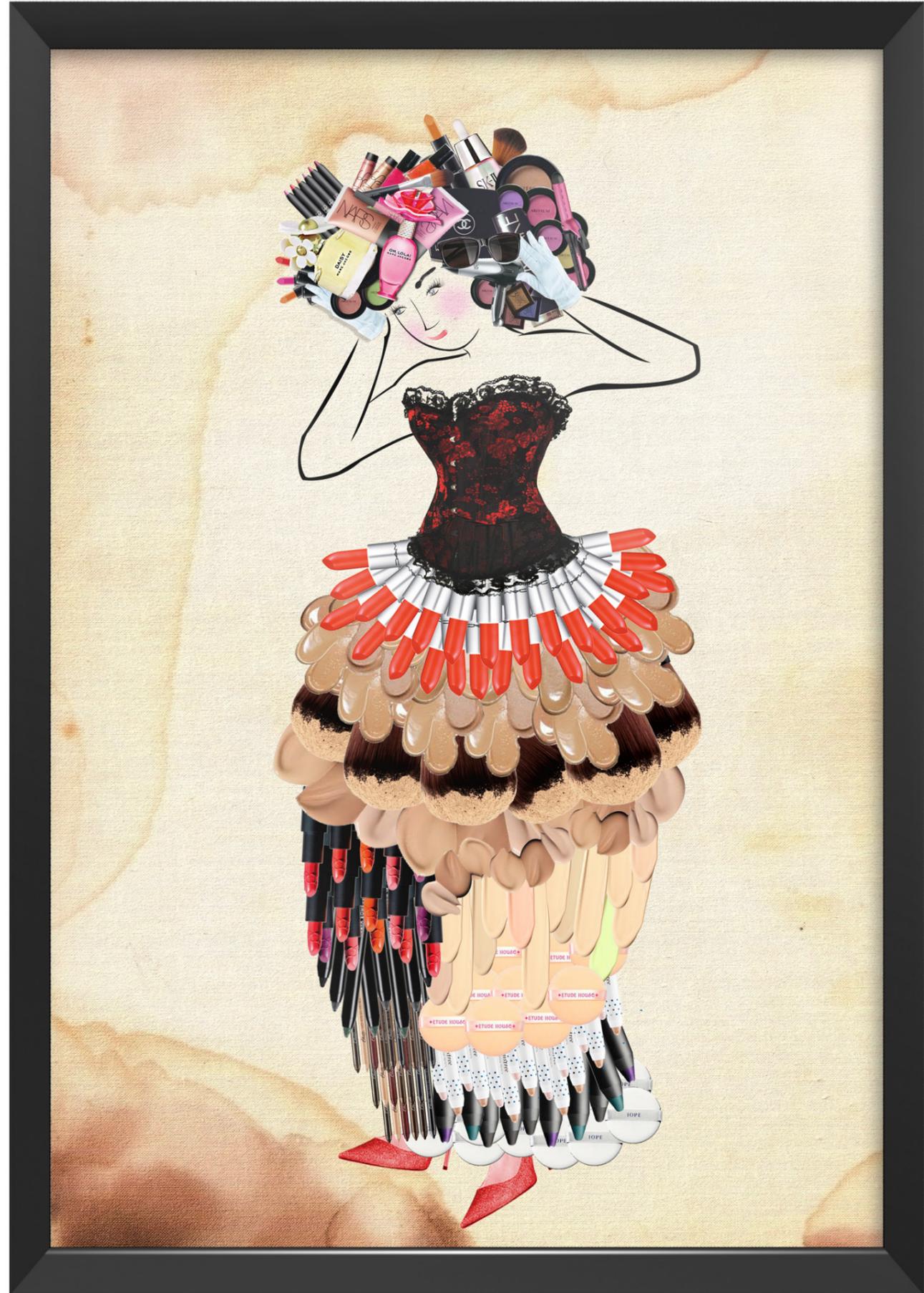
서울메트로 1234콜센터 1577-1234



서울 메트로가  
지친 당신을 응원합니다.  
www.soulmetro.co.kr

# 콜라주\_ 현대판 미인도

조선 시대 작가 미상의 미인도를 현대판으로 재해석하였습니다. 현대 여성들을 아름다움을 위해 매일 같이 여러 화장품의 다양한 색으로 진한 화장을 하며, 몸매를 위해 코르셋을 착용하고 길고 예쁜 다리를 위해 높은 힐을 신는 등 아름다움을 위해 많은 노력을 하는 모습을 현대판 미인이라 생각하여 작업하였습니다. 여러 화장품과 향수, 화장도구를 머리에 이고 몸에 둘러 현대 여성들의 미에 대한 중요성을 표현하였습니다. 콜라주 기법을 이용하여 표현하였습니다.



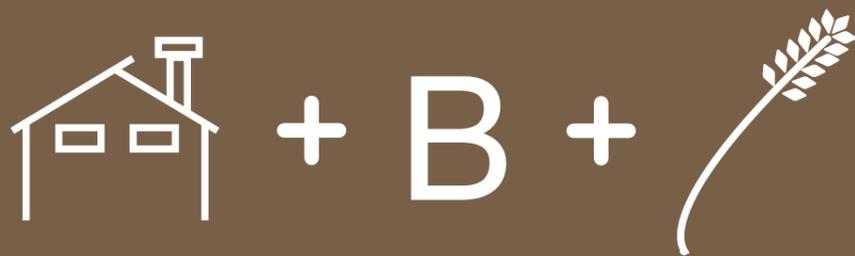
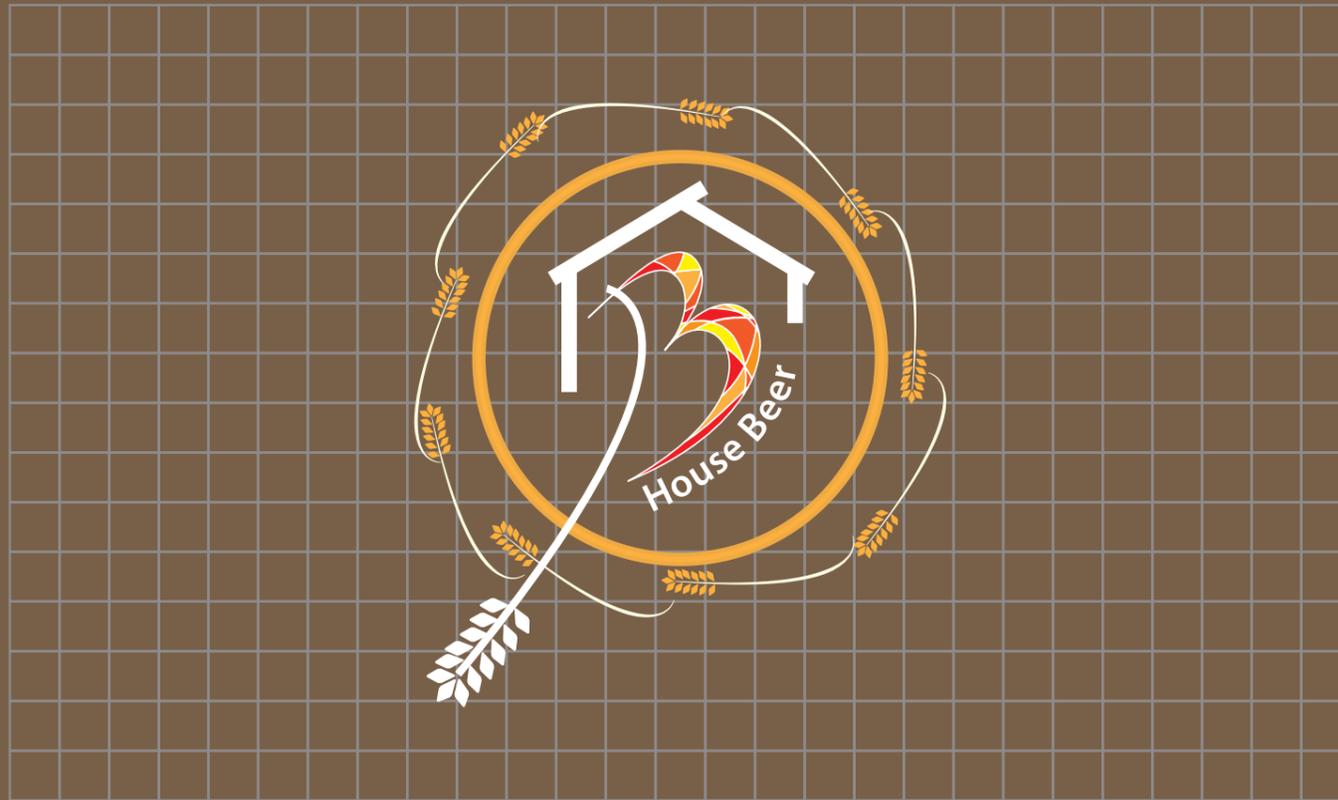
# 어린이 배지 상품 디자인

어린이가 좋아할 우주를 주제로, UFO, 행성과 우주선, 우주인으로 일러스트 삽화를 그려 디자인하였습니다.



# 하우스 맥주 로고 디자인

하우스 맥주 로고 디자인입니다. 하우스 맥주라는 게 집에서 만든 맥주라는 뜻이기에, 맥주 영문 Beer의 B에 맥주의 원료인 맥아를 이용해 B를 디자인하였고, 집 형태에 디자인한 B를 넣어 집에서 만든 맥주를 표현하였습니다



일러스트 3D 목업



# 영화 포스터\_ 말레피센트

말레피센트 영화 포스터를 타이포 디자인으로 리디자인 하였습니다. Maleficent를 반복하여 날개를 표현하였고, 인물은 드로잉 하였습니다. 사이즈 420X594





**THANK  
YOU.**