

부산 도시브랜드 리뉴얼 디자인 개발

BUSAN IDENTITY RENEWAL

결과보고서

제출문

부산시청 귀하

본 보고서를 부산 도시브랜드 리뉴얼 디자인 개발 용역
결과보고서로 제출합니다.

2023. 12.

수행기관 : 주식회사 피앤

부산 도시브랜드 리뉴얼 디자인 개발

BUSAN IDENTITY RENEWAL

결과보고서

목차

Contents

액션플랜	4
리서치	40
PR	92
슬로건개발	116
디자인개발	150

부산 도시브랜드 리뉴얼 디자인 개발

BUSAN IDENTITY RENEWAL

액션 플랜

부산 도시브랜드 리뉴얼 디자인 개발

BUSAN IDENTITY RENEWAL

개요

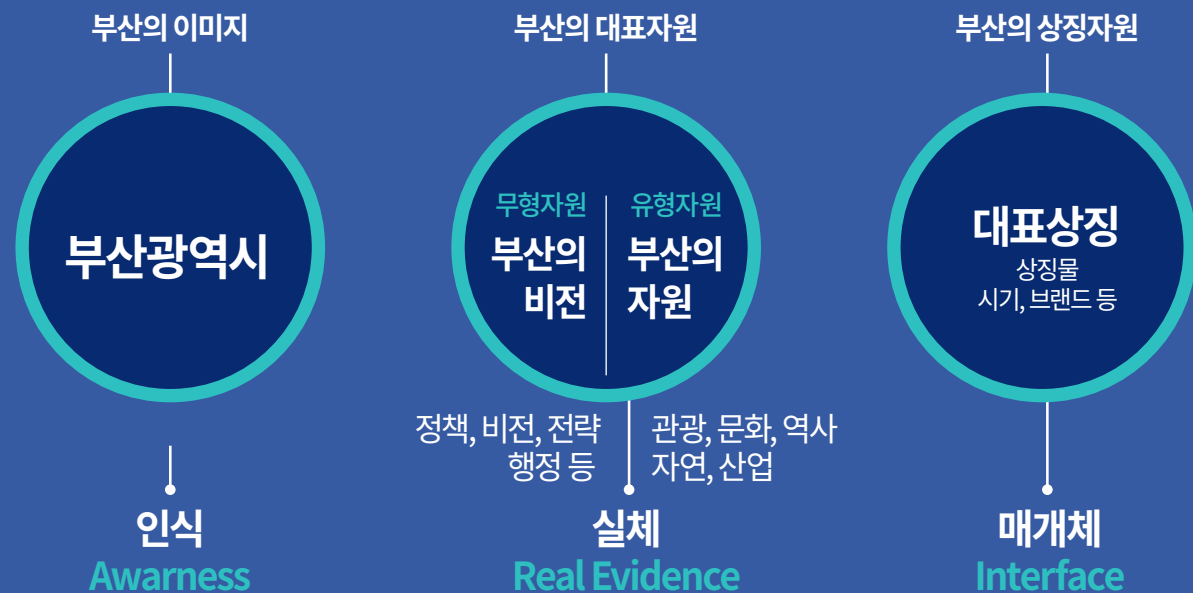
Overview

개발 배경 및 목적

도시브랜드 상징의 의미와 역할

대표상징은 부산광역시를 대변하는 얼굴이며 부산광역시의 다양한 내외부 활동을 식별하고 견인하는 매개체로 국내외에 부산광역시 이미지를 인식시키는 역할을 함. 따라서 변화되는 환경에 따라 대표상징도 바뀌어야 함.

부산의 다양한 내외부 활동을 식별하고 견인하는 매개체, 대표상징



부산과 도시브랜드의 변천사

부산광역시의 상징물은 지역을 식별하기 위한 CI와 BI를 20년 이상 꾸준히 활용. 오랫동안 활용되어 온 CI와 BI를 **현재의 트렌드에 맞게 전략적인 변화 필요.**

부산광역시로 승격		2002 한일월드컵 계기로 도입					
1995년 이전		1995년	2003년	2010년	2014년	2018년	2022년
대표 상징 (CI)							글로벌 도시 부산에 부합되는 브랜드 개발 필요
대표 상징 (BI)							
시정 비전		희망과 도약, 세계도시 부산	크고 강한 부산				글로벌 성장전략과 대외적 위상에 맞는 도시브랜드 재정립이 요구됨
개발 배경	지방분권의 선두주자 다양성에 기초한 지역 통합 추구	글로벌 부산광역시 부각을 위한 브랜드 슬로건 도입. 도시브랜드 개발하여 부산 대표상징물로 활용					

도시브랜드 리뉴얼 배경

Global City Brand Identity

INTERNAL ISSUE

**대한민국 제 2의 도시 부산광역시의 글로벌 도시 위상강화를 위해
새로운 도시 브랜드 개발 필요성 대두**

‘2030부산세계박람회’를 유치하는 글로벌도시로서
부산의 대외적 위상과 글로벌 성장 전략에 맞는 도시브랜드 재정립 요구
글로벌 도시로 부상하기 위한 모멘텀과 계기 도래

EXTERNAL NEEDS

글로벌 도시로서의 품격을 높이고
이를 통해 도시 경쟁력 제고

아시아 10대 행복도시 부산의
긍정적 이미지를 국내외 고취

대한민국 제 2의 도시로서의
위상정립으로 자긍심 고취

부산 도시브랜드 기본방향

시민들의 의식속에 내재화된 부산 도시브랜드의 가치를 표출하고 반영하여
시민과 전문가들이 참여하여 만드는, 범 시민이 공감할 수 있는 부산 도시 아이덴티티를 확립.

ISSUE 1. CORE VALUE

내재화된 “상상”속 부산의 핵심가치 발굴

ISSUE 2. GOVERNANCE

시민, 전문가의 참여와 협력으로 브랜드 개발

ISSUE 3. BRAND PORTFOLIO

부산시를 대표할 CI, 글로벌 트렌드에 부합하는 BI

ISSUE 4. ACTIVITY

브랜드 개발 후에 성공적인 확산방안

부산 도시브랜드 리뉴얼 디자인 개발

BUSAN IDENTITY RENEWAL

수행계획

Process

수행 프로세스

추진체계

시민과 전문가 중심의 도시브랜드 리뉴얼 체계

부산 도시브랜드 리뉴얼 추진을 위한 **시와 전문가의 전략과 디자인개발**,
개발 이후 시와 **시민 소통이 중요**. 전문성, 당위성 등을 담보할 수 있도록 시민그룹과 전문가 그룹의 **Two Track 체계**로 도시브랜드 개발.

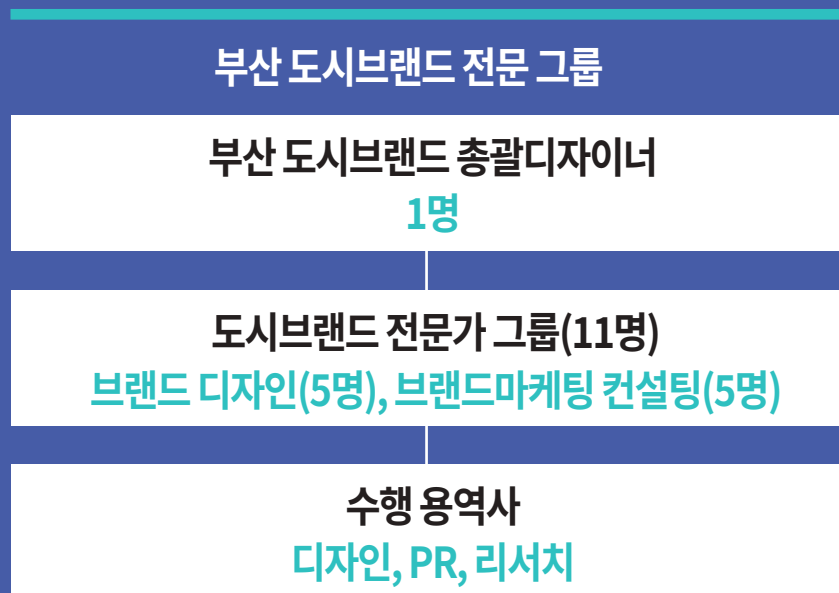
전문가
그룹

시민 그룹

추진체계

총괄디자이너 주도 도시브랜드 전문그룹 운용

범시민 수용을 높일 수 있는 부산 도시브랜드 총괄디자이너를 선임하여 총괄디자이너의 가치를
신 도시브랜드 가치로 내재화 하고, 도시브랜드 최종결정·평가 등 과정참여와 수행 용역사와의
Co-Work을 통해 도시브랜드 전 과정의 당위성 제고



전문가 그룹으로
(가칭) “브랜드 상상공하기 X”



부산 도시브랜드 총괄디자이너

성명 : 나건(Nah Ken), 한국

나이 : 64세(1959^生)

학 력 : 美 Tufts대 공학박사(엔지니어링 디자인)

한국과학기술원 대학원 석사(산업공학과)

직위 : 홍익대 국제디자인전문대학원 원장,

국제디자인트렌드센터 센터장

주요 경력

Red-Dot Award 공모전 심사위원('09~22)(14년 연속, 아시아 최초)

제10회 광주디자인비엔날레 총감독('22)

한국토지주택공사 공공주택 총괄디자이너('20)

부산시 도시브랜드 전문가 그룹

디자인 부문(5명)

이름	주요경력	전문분야
권현창	사)브랜드디자인학회 명예회장/한국은행 디자인 자문위원 / 전)부산국제광고제 감사	브랜드/디자인
강필현	부산디자인진흥원 원장 / 전)한국디자인진흥원 혁신성장본부 본부장	디자인
이창근	부산대학교 예술대학장, 디자인학과 시각디자인전공 교수 / 전) 부산미래혁신위원회 위원	광고디자인
김거수	홍익대학교 산업미술대학원 디자인 교수 / 전)평창올림픽 기념주화 디자인	브랜드/디자인
이강현	홍익대학교 산업미술대학원 산업디자인전공 교수 / 전)광주디자인 비엔날레 디자인 큐레이터	브랜드/시각디자인

부산시 도시브랜드 전문가 그룹

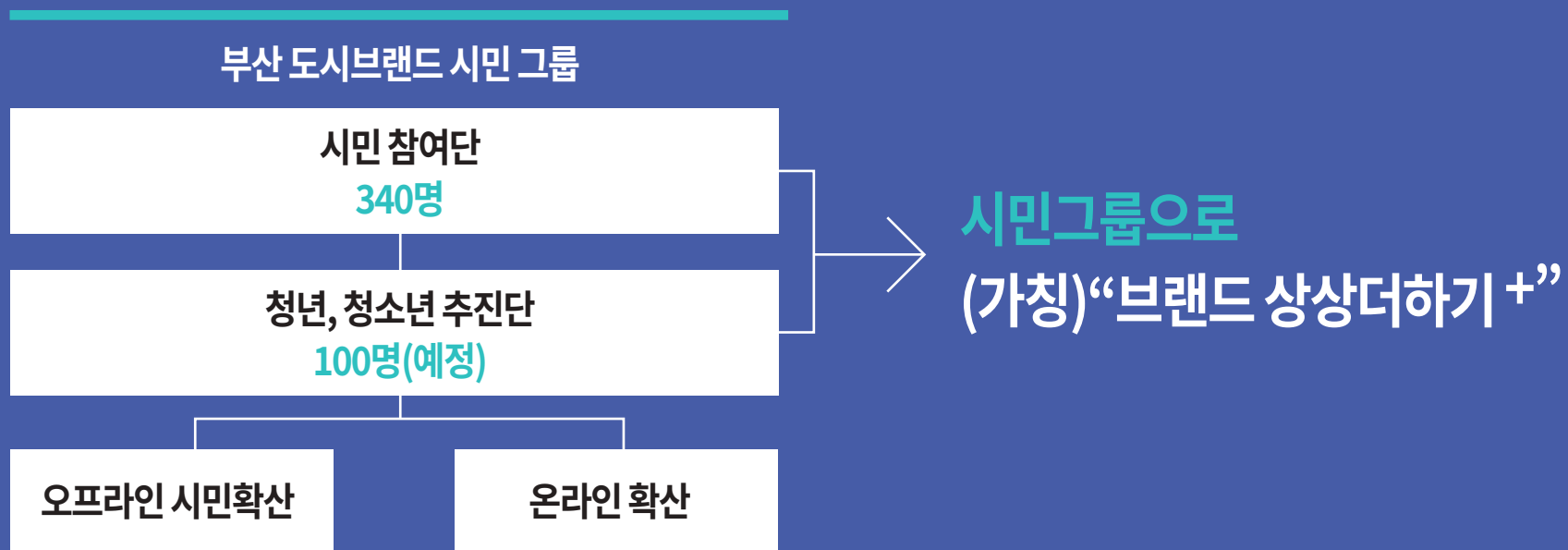
마케팅 부문(5명)

이름	주요경력	전문분야
황부영	브랜드임애편트너즈 대표 / 전)제17대 대통령직인수위 상임자문위원	브랜드/마케팅
류도상	동서대학교 광고홍보학 교수 / 전) 주)제일기획 차장, LA지사 국장	시각, 영상디자인
김시래	동서대학교 광고홍보학과 객원교수 / 현)롯데자이언츠 마케팅자문위원	마케팅/광고
김지윤	홍익대학교 영상커뮤니케이션 대학원 교수 / 전)Walt Disney Company, Disney Channel 차장	브랜드영상/캠페인
정재희	홍익대학교 산업미술대학원 교수 / 전)LG전자 모바일커뮤니케이션 상품기획팀장	서비스디자인

추진체계

시민이 참여하는 메가 프로젝트 추진

부산 도시브랜드 개발 출발에서 부터 최종 디자인 선정 선호도조사 까지 전 과정의 홍보와 이벤트 참여를 시민참여단이 주도하고 시민의 활동과 참여를 적극적으로 유도함



부산 도시브랜드 리뉴얼 디자인 개발

BUSAN IDENTITY RENEWAL

리서치부문

Research

리서치 플랜

부산 도시브랜드 리뉴얼을 위해 부산의 이미지 및 축적 자산에 대한 정성 / 정량적 조사를 실시하고, 이를 통해 현재 그리고 미래 부산이 지향해야 할 가치 키워드 도출을 목적.



부산 도시브랜드 적정성 조사

부산 시민이 부산의 도시브랜드(CI, BI) 인지 및 인식을 파악하고,
현 CI와 BI가 부산 도시브랜드로서 적정한지에 대한 적정성을 평가하는 것을 목적으로 조사

총 1,000 유효표본

On-line Survey [표준화된 설문지를 이용]

11월 4일 ~ 10일 진행예정

서울시 사례

2022. 서울시민 1,000명 대상 설문조사
새로운 도시브랜드 필요 약68% 응답

경기도 사례

2019. 경기도민 1,000명 대상 설문조사
새로운 도시브랜드 필요 약70% 응답



부산 도시브랜드 키워드 도출

부산 도시브랜드 이미지 및 핵심가치, 지향점 도출 목적.

➔ 도시의 현재와 미래이미지, 인식상의 자산파악을 통해 **약 500여개의 키워드 도출**

집단 심층 토의 [FGD: Focus Group Discussion]

6그룹(그룹당 6명), 총36명

11월 13일 -14일 진행예정

전문가 인터뷰 [개별 심층 토의: In- Depth Interview]

브랜드 전문가:3명

커뮤니케이션 전문가:3명

디자인 전문가:2명

11월 16일 -18일 진행예정



부산의 현재 이미지(예시)



부산의 미래 이미지(예시)



부산의 인식상 자산(예시)

부산 도시브랜드 이미지 정량조사

약 500여개의 키워드를 기준으로 부산 도시브랜드의 이미지, 핵심가치 및 지향점을 정량적으로 수치화 하여 평가하고 진단하는 것을 목적으로 함.

총 1,300명 유효표본

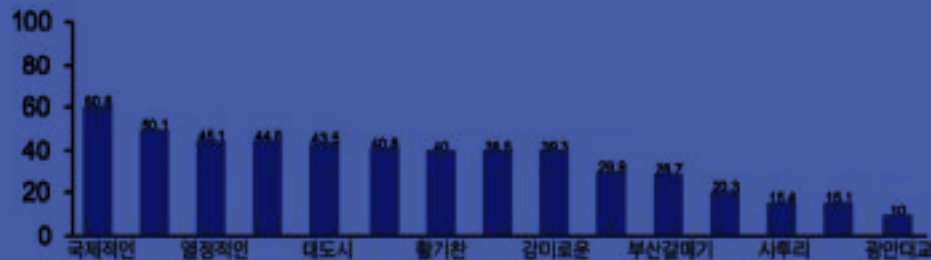
국내 : 총 1,000 유효표본

On-line Survey [표준화된 설문지를 이용]

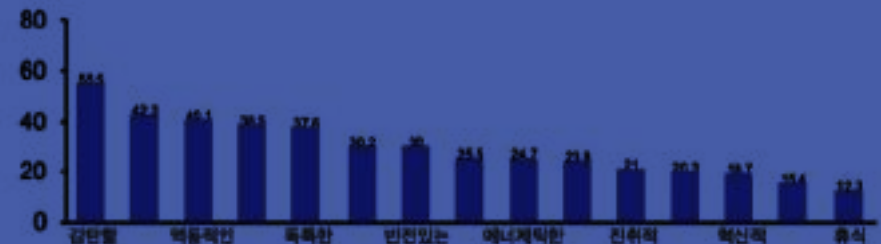
해외 : 총 300 유효표본

미국/일본/중국의 수도에 거주하는 20~59세 사이의 남녀로 부산시 인지자

11월 25일 ~ 12월 2일 진행예정



부산의 도시 이미지(예시)



부산의 핵심가치(예시)

부산 도시브랜드 키워드 후보안 도출

총 1,300명의 표본조사로 정량적으로 수치화된 키워드를 크리에이티브 워크숍을 통해 CI, BI(도시슬로건)에 반영할 최종 핵심키워드 후보안 선정을 목적으로 함.

Creative Workshop

키워드 후보안 압축 토론회

총 80명

성/연령별, 지역별, 직업별 분포에 따라 참석자 리쿠르팅

12월 12일 진행예정



부산 도시브랜드 리뉴얼 디자인 개발

BUSAN IDENTITY RENEWAL

홍보부문

Public Relations

PR 플랜

시민을 대상으로 한 온오프라인 홍보 및 확산

부산시민 누구나 쉽게 참여하며, 새로운 도시브랜드 탄생을 함께 축하하는 대장정을 구현함.

	정체성 도출	슬로건 도출	CI, BI 결정		디자인결정	
	2022. 11	12	2023. 1	2	3	4
캠페인	시민참여단 모집(340명) - 시민 240명 - 대학생 50명 - 디자인계열 고교생 50명	시민 상상캠페인1 시민참여단 상상플러스 발족식 “상상On” [12.17(토)]	시민 상상캠페인 2 선호도조사 시민 참여 캠페인	시민 상상나누기* 캠페인 디지털 취약계층 캠페인 (10 회)	시민 상상캠페인3 디자인선호도조사 시민참여 캠페인	
공모전	부산키워드공모전 해시태그 온라인이벤트 부산상상모음전 #키워드	슬로건 공모전 도시브랜드 슬로건공모전 부산상상모음전 #슬로건	슬로건 선호도 조사 [~1.8(일)]		디자인 선호도 조사 [~3.11(일)]	
	플랫폼 구축					

시민소통 플랫폼 구축

시민참여 열린 플랫폼 구축 : 온라인 소통채널 상상 ON

시민참여를 보장하기 위해 양방향 소통이 가능한, 세심한 플랫폼 제작.
도시브랜드의 단계에서 시민과 소통하는 공간으로 개발과정의 정보, 이벤트 참여, 선호도조사 투표 등을 진행.



시민참여 공모전

부산상상모음전 #키워드 #슬로건

키워드 추출 - 슬로건 개발 - 디자인 개발 단계에 맞춰 시민의견을 들을 수 있는 공모전을 진행.

부산 키워드 공모전 “#키워드 브랜드 상상모음전”

참가기념품 : 500백만원 경품

부산 슬로건 공모전 “#슬로건 브랜드 상상나래 공모전”

시상 : 1등 200만원(+슬로건 최종후보 6개에 포함)

참가기념품 : 300백만원 경품



시민참여단 구성

도시브랜드 개발 시민참여단 '브랜드상상더하기+'

부산인구 340만명을 대표해 시민 340명 규모로 구성하고 MZ그룹과 Senior 그룹을 통합한 세대 통합형 팀구성으로 부산시의 상징성과 대표성을 확보.

부산 도시브랜드 시민참여단
“부산 상상더하기+”

일반 시민
(240명)

대학생
(50명)

청소년
(50명)

시민 브랜드 상상캠페인 1

시민참여단 '브랜드상상더하기+'의 발족식 "부산 상상온(ON)"

청소년/청년/중장년이 한데 모여 부산시민의 의견을 대표하는 자긍심으로 책임감 갖도록 함.
임명식과 키워드 압축토의 팀별미션을 진행.

세대별 분임토의

MZ와 Senior가 **각각 바라보는** 부산 도시 키워드

세대통합 분임토의

MZ와 Senior가 **함께 바라보는** 부산 도시 키워드

팀빌딩

MZ와 Senior가 **함께 도출한** 부산 도시 키워드
도시 키워드 그림 그리기 미션

세대별
분임토의

세대통합
분임토의

세대통합
팀빌딩

시민 브랜드 상상캠페인 2, 3

대 시민 오프라인 선호도조사 캠페인

슬로건(캠페인2)과 CI, BI 디자인(캠페인3) 최종후보 3개안에 대한 온오프라인 조사를 병행. 오프라인으로는 시민참여단 브랜드상상더하기+가 시민과 함께하는 캠페인 전개.

슬로건 시민 선호도 조사 [~1.8(일)]

동절기 기상조건을 감안하여 중점 지하철역을 중심으로 대 시민 선호도 조사 실시

평일

덕천역, 사상역, 연산역, 수영역, 동래역, 국제금융센터역

주말

서면역, 부산역, 경성대(부경대)역, 남포역

CI, BI 디자인시민 선호도 조사 [~3.11(일)]

대학 청소년

학교 개학/개강시즌을 감안하여 대학·고교에서 디자인 전시 및 투표 독려.

일반시민

구·군 대표 시민참여단과 구·군이 연계하여 구·군별 투표독려

시민 상상나누기+ 캠페인

디지털 취약계층 대상 참여지원 캠페인

16개 구 전역에서 노년층 및 장애인 등 온라인 사각지대에 있는 분들에게 부산도시브랜드 리뉴얼에 대해 이해하기 쉽게 설명하고, 디자인 선호도조사에 참여하도록 지원함.



시민 상상나누기+ 캠페인

기간

2023년 1월 16일 ~ 3월 11일

내용

팀별 취약계층 1기관 매칭, 1회 이상 방문 후 상상나누기 진행
디자인 선호도조사 시 재방문해 조사 참여 지원

부산 도시브랜드 리뉴얼 디자인 개발

BUSAN IDENTITY RENEWAL

디자인부문
Design

디자인 플랜

도시브랜드전략의 수립 통해 구체적인 표현컨셉을 설정하고 3개의 방향으로 슬로건개발
슬로건 개발 단계에서 CI 디자인 개발을 선행하여 진행함.
전문가 공모전을 통한 다양한 시각적 접근.

정체성 도출		슬로건개발 / CI 디자인		CI, BI 디자인 개발		선포식 개회	
2022. 11		12		2023. 1		2	
						3	
						4	
정체성 도출 - 표현전략 설정		슬로건 후보안 압축 슬로건 압축안 결정		CI, BI 디자인개발 아이디어 스케치		디자인 후보안 압축 슬로건 압축안 결정	
슬로건 개발 컨셉별 발상안		2차 자문회의 슬로건 후보안 결정		3차 자문회의 슬로건 최종안 토의		최종회의 슬로건 후보안 결정	
전문가 슬로건 공모전		전문가 CI 공모전		슬로건 선정		응용디자인 개발 우선디자인 항목 디자인	
						매뉴얼 개발	

도시브랜드 개념의 변화 트렌드

도시의 상징물은 시대의 패러다임에 따라 그 역할과 방식을 달리하였으며
현재의 도시 상징물은 다양한 사람들과 상호 소통하기 위한 플랫폼의 역할을 함

브랜드 도입 이전 Authority



권위 중심
도시식별 / 기관중심

도시 상징(브랜드) 1.0 Difference



언어적 표현중심(수식어)
관광목적 / 언어 중심

도시 상징(브랜드) 2.0 Open



거버넌스 중심
시민소통 / 도시명 중심의 열린문장

도시 상징(브랜드) 3.0 Interactive



소통 인터랙티브
감성중심 / 도시의 다양성 표현

도시브랜드 Verbal 체계 패턴 분석

도시의 특성과 가치를 표현하기 위하여 도시의 특성을 반영한 다양한 방법의 시도를 통한 슬로건 개발

명칭만으로 활용						
지역명 이니셜 표현						
명칭의 부분활용 (명칭과 연계)						
간결한 구호형						
지역의 가치표현 슬로건활용						
언어적 확장성 슬로건활용						

부산 도시브랜드 리뉴얼 디자인 방향성

도시브랜드 트렌드를 반영한 디자인 개발과 부산의 상징체계를 명확하게 하고,
CI와 BI를 동시에 리뉴얼 하는 계기로 직속기관과 산하기간의 상징체의 가이드를 수립.
시민과 원할한 소통을 할 수 있는 표현 방식으로 시민이 자긍심을 가지고 경험할 수 있는 디자인 개발.

상징체계

| Identity |

CI와 BI의 관계

CI와 BI의 체계를 어떻게 할 것인가?

표현방법

| Expression |

부산의 가치를 표현하는 방법

부산의 상징을 어떻게 나타낼 것인가?

상징물 확산

| Experience |

시민이 경험할 수 있는 확산

어떻게 시민이 경험하고 확산되게 할 것인가?

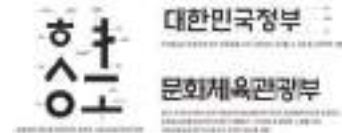
상징체계 정립

CI와 도시브랜드의 관계를 명확히 정립하여 가이드라인 제시할 것이며,
또한 직속 기관과 25사업소의 특성을 파악하여 부산을 대표할 수 있는 CI 방안을 제시.

One integrated image, Various uses

하나의 통합된 이미지, 다양한 활용

행정부처 예시



예외 기관



슬로건 표현방법

도시브랜드를 개발, 활용함에 있어서 시민들과 소통할 수 있는
브랜드를 어떻게 만들어 갈 것인가?

사용자와 상호소통하는
Interactive Branding



디지털 환경에 최적화 된
Responsive Branding

Direction 1

간결한
슬로건

YES!
TOKYO

LET'S TEXAS

ONLY LYON

Direction 2

부산의 가치표현
슬로건

Basel
Culture Unlimited

Stockholm
The Capital of Scandinavia

EDINBURGH
BURROUGHS LEITH

Direction 3

부산의 명칭활용
슬로건

TOTALLY
LOND ON

I amsterdam.

I FEEL
SLOVE

디자인 표현방법

도시브랜드를 개발, 활용함에 있어서 시민들과 소통할 수 있는 도시브랜드 개발로 활용성이 높은 플렉서블 디자인 전개

서술형 > 개방형

서술적 이미지의 도시브랜드와는 다른
유연한 이미지 강조

Interactive Branding

오감을 통해 상호교감하며 반응하는 개방형 브랜드 디자인, 온/오프
다양한 환경에 최적화 된 반응형 브랜드 디자인



캐나다_퀘벡



이탈리아_우디네



프랑스_루아르

정체성 도출	슬로건개발 / CI 디자인	CI, BI 디자인 개발		선포식 개최	
2022. 11	12	2023. 1	2	3	4
	압축안 선정 컨셉별 4개안 압축 / 총 12개안	BI 디자인 개발 디자인 전략 수립 디자인 컨셉 도출 각 컨셉별 50여개안 스터디 350개 시안 예상	압축안 선정 컨셉별 4개안 압축 / 총 12개안	기본형 결정	
슬로건 스터디 슬로건 전략 수립 슬로건 컨셉 및 키워드 도출 컨셉별 후보안 50여개안 총 150여개안 스터디	2차 자문회의 전문가 자문 12개 제시안에 대한 의견 수렴 *보고 후 수정 보완		자문회의 CI, BI 제시안에 대한 의견 수렴 C.I:6개 / B.I:6개	시급 아이템 개발 선포식 준비	
전문가 슬로건 공모전 방법:공모전 사이트 참여예상 : 300명	슬로건 후보안 선정 선호도 조사 3개안 압축	컨셉별 시안 압축 C.I:60개 / B.I:80개		CI, BI 기본형 관리지침 개발 -시그니취, 전용색상, 활용방안 등	
CI 디자인 개발 컨셉별 디자인전개 350개 시안 예상	전문가 디자인 공모전 -방법:공모전 사이트 -참여예상 : 300명	디자인 시안 압축 컨셉별 시안 압축 C.I:30개 / B.I:40개	디자인 후보안 선정 선호도 조사각 3개안 압축		
		2차 시안 압축 컨셉별 10여개안 압축 C.I:12개 / B.I:20개			

부산 도시브랜드 리뉴얼 디자인 개발

BUSAN IDENTITY RENEWAL

리 서 치

Project Overview

부산 CI/BI 리뉴얼에 앞서 부산이 지향해야 하는 이미지 도출 및 리뉴얼 방향 진단

부산의 대외적인 위상과 글로벌 성장 전략에 맞는 도시 브랜드 리뉴얼을 위해 부산의 주요 이미지와 가치를 파악하고자 함
공식 상징마크, 슬로건, 이미지 리뉴얼을 통해 범시민과 세계시민이 공감할 수 있는 도시 브랜드를 만들기 위해 향후 부산이 지향해야 할 방향성에 대한 키워드 도출을 목적으로 함



현재의 부산 이미지 진단

현재의 부산 이미지 평가를 통해 도시 브랜드로서 경쟁력을 진단
국내/외 거주자 대상 부산에 대해 인식하고 있는 이미지를 파악

- 부산의 도시 브랜드로서의 경쟁력 진단 및 현재의 CI/BI 적정성 평가
- 국내(부산/부산 외 거주) 및 해외(미국/일본/중국) 거주자 대상 각각의 부산에 대한 이미지 파악
- 이상적인 도시가 지녀야 할 이미지 파악



부산 도시 브랜드 리뉴얼

도출된 이미지와 키워드를 바탕으로 부산의 경쟁력을 강화할 수 있는
브랜드 리뉴얼 방향성 제언

- 부산의 경쟁력 요소 파악
- 도시 브랜드 리뉴얼을 위해 주력해야 할 키워드 도출(선정) 및 적합성 파악
- 부산이 추구하고자 하는 미래 도시, 글로벌 도시 방향성에 맞춘 전략 방향 제언

Framework

다각적인 자료 수집을 통해 부산의 이미지와 가치를 파악

대표성있는 정량데이터 수집을 위해 웹 서베이 진행, 타겟 집단 좌담회와 크리에이티브 워크숍 등 다양한 정성적 조사방법론을 통해 키워드별 이미지에 대한 가치 해석을 진행
또한 전문가 인터뷰 등을 더해 리뉴얼 방향성에 대해 신뢰도 높은 데이터를 수집함

	 적정성평가	   키워드 도출 및 선정	  리뉴얼 방향 진단
Methodology	정량(웹 서베이)	정성(FGI, CW)+정량(웹 서베이)	정성(FGI, IDI)
주요내용	<ul style="list-style-type: none"> CI/BI인지도 평가 CI/BI적합성 평가 CI/BI 선호도 평가 	<ul style="list-style-type: none"> 부산에대한 인식 평가 부산주요 이미지 평가 이상적인도시평가 	<ul style="list-style-type: none"> 국내/외도시브랜드 평가 도시브랜드 사례 평가 부산 경쟁력 평가
핵심 결과물	<ul style="list-style-type: none"> 현재부산 CI/BI적정성 도시 브랜드리뉴얼을 위한 근거 자료 	<ul style="list-style-type: none"> 부산의 경쟁력 파악 도시 브랜드 리뉴얼을 위한 주요 키워드 도출 	<ul style="list-style-type: none"> 키워드별부산과의 적합성 평가 도시브랜드 리뉴얼방향성 진단

Research Design

조사설계

1. 적정성평가

조사 방법	웹 서베이					
조사 대상	• 부산 시민, 20~59세 남성 및 여성					
조사 규모	• 1,000명					
		20대	30대	40대	50대	계
	남	125	125	125	125	500
	여	125	125	125	125	500
	합계	250	250	250	250	1000
조사 내용	• 부산 도시 브랜드 리뉴얼에 대한 적정성 인식 파악 (리뉴얼 필요성 수준 진단)					

2. 부산 시민 대상 좌담회

조사 방법	FGD(표적집단좌담회)			
조사 대상	<ul style="list-style-type: none"> 부산광역시 거주 중인 20~59세 성인 남녀 			
조사 규모	<ul style="list-style-type: none"> 6그룹 (6명 x 6그룹 = 총 36명) 			
	그룹	대상자	그룹	대상자
	1	20대 직장인	4	30~50대 전업 주부
	2	30대 직장인	5	20대 대학생
	3	40대 직장인	6	50대 직장인
조사 내용	<ul style="list-style-type: none"> 부산 이미지 평가, 키워드 도출 부산 도시브랜드 CI/BI 평가 이상적 이미지 및 개선점 파악 			

Research Design

조사설계

3. 전문가 인터뷰

조사 방법	전문가 IDI
조사 대상	<ul style="list-style-type: none"> 마케팅, 디자인분야 전문가
조사 규모	<ul style="list-style-type: none"> 각 분야별 4명, 총 8명
조사 내용	<ul style="list-style-type: none"> 도시 브랜드 정의 및 가치 도시 브랜드 트렌드 국내외 도시브랜드 우수사례 현재 부산 도시 브랜드 평가 부산의 주요 특징 및 강점 파악 리뉴얼 지향 방향성 (마케팅, 디자인 측면)

4. 키워드 선호도 평가

조사 방법	Web Survey						
조사대상	<ul style="list-style-type: none">국내 : 서울, 부산, 대구, 광주, 대전 총 5개 도시 거주자 & 20~59세 성인 남녀해외 : 미국, 일본, 중국 총 3개국 대도시 거주자 & 20~59세 성인 남녀 & 부산 인지자						
조사 규모	<ul style="list-style-type: none">국내 총 1,000명						
	조사지역		부산	서울	대구	광주	대전
	수집샘플		500 명	200 명	100 명	100 명	100 명
	<ul style="list-style-type: none">해외 총 300명(국가별 100명)						
	조사 지역		U.S		Japan	China	
수집 샘플		100 명		100 명	100 명		
조사 대상	거주도시	워싱턴D.C, LA, 뉴욕		도쿄, 오사카	베이징, 상하이		
	‘부산’	인지자					
조사 내용	<ul style="list-style-type: none">부산 키워드 선호도 평가						

Research Design

조사설계

5. 크리에이티브 워크숍

조사 방법	Creative Workshop
조사 대상	<ul style="list-style-type: none"> 부산광역시 거주 중인 20~59세 성인 남녀
조사 규모	<ul style="list-style-type: none"> 11그룹, 총 80명 - 7명 x 8그룹 + 8명 x 3그룹 = 총 80명 - 그룹별 성비, 연령 고르게 구성
조사 내용	<ul style="list-style-type: none"> 조별 토론 및 발표 11개 키워드의 이미지 재구성 (콜라주, 브레인스토밍 기법 활용) 키워드 최종 선호도 파악



Contents

목차

I. 브랜드적정성 평가

- 1) CI/BI인지도 평가
- 2) CI/BI 적합도 평가
- 3) CI/BI 선호도 평가

II. 키워드 도출 및 선정

- 1) 부산 이미지 자유 연상
- 2) 키워드 도출 및 선호도 평가
- 3) 최종 선정 키워드 이미지 확립

#부산역
#푸른바닷가
#다양한먹거리
#문화예술
#미래도시



부산 도시 브랜드
디자인 리뉴얼을 위한
키워드 도출 프로젝트
결과보고서

Part1

브랜드 적정성 평가



부산시 상징마크 및 로고 인지

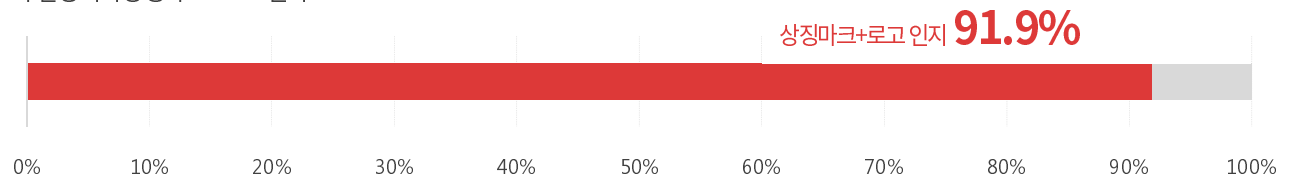
부산광역시의 상징마크 및 로고 (CI) 인지도는 91.9%로 매우 높은 수준임. 연령대가 낮을수록, 남성 대비 여성에게서 인지도가 높음

Q1_1.
귀하께서는 아래 로고를 보신적 있으신가요?



분석사레수:부산거주 20~59세남녀 1,000명
단위:%

부산광역시상징마크+로고 인지도



인구통계적 특성에 따른 세부 집단별 결과

	성		연령			
	남성	여성	20대	30대	40대	50대
인지	90.2	93.4	98.4	95.6	89.2	84.4
비인지	9.8	6.6	1.6	4.4	10.8	15.6

부산시 브랜드 슬로건 인지

조사대상자 1,000명 중 965명이 부산광역시의 브랜드 슬로건(BI)을 알고 있다고 응답하였음. 모든 연령대에서 94%이상의 인지도를 보였으나, 특히 40대의 경우 98.4%로 가장 높음

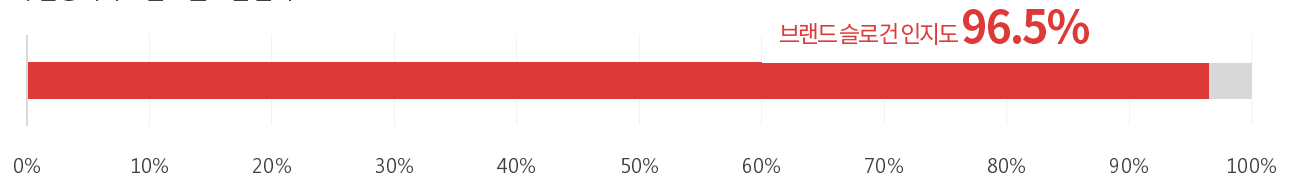
Q1.2.

귀하께서는 아래 로고를 보신적 있으신가요?



분석사례수:부산거주 20~59세남녀 1,000명
단위:%

부산광역시 브랜드 슬로건 인지도



인구통계적 특성에 따른 세부 집단별 결과

	성		연령			
	남성	여성	20대	30대	40대	50대
인지	96.5	96.5	94.0	97.6	98.4	96.0
비인지	3.5	3.5	6.0	2.4	1.6	4.0

참고 [보기카드]

[부산광역시 로고 및 컨셉]



지금 보시는 이미지는 부산광역시의 상징마크와 부산시의 로고입니다.
(1995년 지정)

[컨셉트]

부산의 상징인 갈매기, 오륙도, 산, 바다, 강을 기본 컨셉트로 형상화한 것으로 전체 도형인 사각형을 모로 세워 균형성과 역동성을 강조했고 윗부분 삼각형은 우주, 공간 창조를 아랫부분 삼각형은 부산 바다와 도시배경을 아랫부분 큰 물결 두개는 세계와 미래로 뻗어 나가는 부산시의 의지를 상징하고 있습니다.

[부산광역시 브랜드 슬로건 및 컨셉]



지금 보시는 이미지는 부산광역시의 브랜드 슬로건입니다. (2003년 지정)

[컨셉트]

Dynamic Busan[다이나믹 부산]은 개방 진취적인 부산시민의 기질을 나타내고 있습니다.

서체와 어우러진 파도와 태양은 해양 도시 부산의 이미지를 표현하고 있으며, 파도 위의 US는 우리 함께 세계도시로 나아가는 이미지를 표현하고 있습니다.

슬로건에 사용된 붉은 색은 2002년 월드컵에서 보여준 부산 시민의 하나 되는 모습을 상징하고, 오렌지색은 부산 시민의 미래에 대한 꿈과 희망을, 청색은 해양도시와 미래도시 부산을 상징하고 있습니다.

부산시 상징마크 & 로고와의 콘셉트 적합도

부산광역시의 상징마크 및 로고와 콘셉트에 대한 적합도 평가는 비교적 긍정적 수준임

Q2.

귀하께서는 상징마크 & 로고의 콘셉트 설명에 어느정도 동의하시나요?



지금 보시는 이미지는 부산광역시의 상징마크와 부산시의 로고입니다.
(1995년 지정)

[콘셉트]

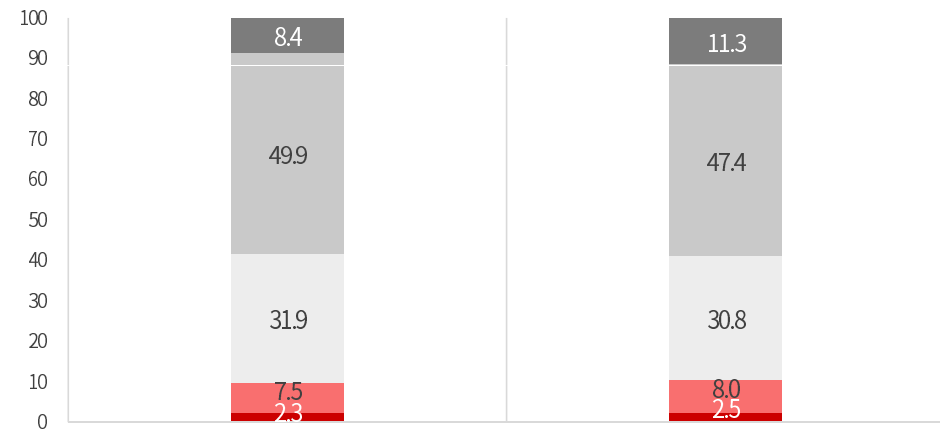
부산의 상징인 갈매기, 오륙도, 산, 바다, 강을 기본 콘셉트로 형상화한 것으로 전체 도형인 사각형을 모로 세워 균형성과 역동성을 강조했고 윗부분 삼각형은 우주, 공간 창조를 아랫부분 삼각형은 부산 바다와 도시 배경을 아랫부분 큰 물결 두 개는 세계와 미래로 뻗어 나가는 부산시의 의지를 상징하고 있습니다.

분석 사례수: 부산 거주 20~59세 남녀 1,000명

단위: % | 5점 척도

부산광역시 상징마크 & 로고 콘셉트 적합도

- 매우 동의한다
- 동의하는 편에 가깝다
- 반반이다
- 동의하지 않는 편에 가깝다
- 매우 동의하지 않는다



콘셉트는 부산의 특징을 잘 설명하고 있다

상징마크와 로고는 부산시와 잘 어울린다

부산시 상징마크 및 로고 선호도

부산광역시 CI 선호도는 약 50% 수준으로 도시 상징마크+로고로써 절반 수준의 시민만이 호감을 갖고 있음

Q3.

귀하께서는 부산시 상징마크&로고가
얼마나 마음에 드시나요?



분석사례수:부산거주 20~59세남녀 1,000명
단위:%

부산광역시상징마크+로고 선호도

■ 매우 마음에 든다

■ 마음에 드는 편이다

■ 반반이다

■ 마음에 들지 않는 편이다

■ 매우 마음에 들지 않는다



선호도(긍정율 기준)
51.7%

	성		연령			
	남성	여성	20대	30대	40대	50대
선호	50.0	53.3	65.2	50.0	39.2	52.4
보통	39.2	38.6	29.6	40.8	49.2	36.0
비선호	10.8	8.1	5.2	9.2	11.6	11.6

부산시 브랜드 슬로건과의 콘셉트 적합도

부산광역시 슬로건의 콘셉트 부합도는 약 52.9%로 부산 시민의 절반 가까이는 슬로건 컨셉에 대해 다소 동의하지 않는 것으로 나타남

Q4.

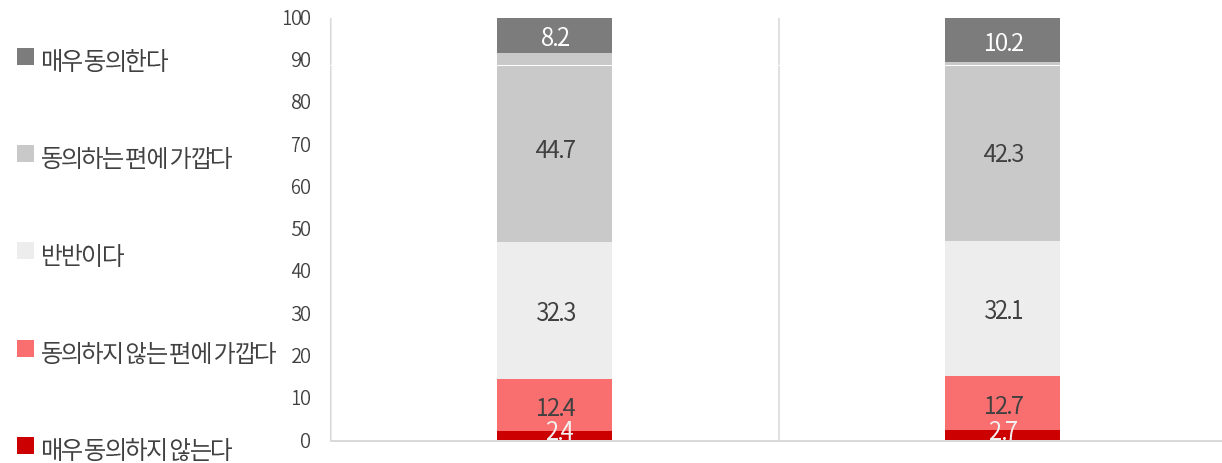
귀하께서는 브랜드 슬로건의 콘셉트 설명에 어느정도 동의하시나요?



지금 보시는 이미지는 부산광역시의 브랜드 슬로건입니다. (2003년 지정)
[콘셉트]
Dynamic Busan[다이너믹 부산]은 개방 진취적인 부산시민의 기질을 나타내고 있습니다.
서체와 어우러진 파도와 태양은 해양 도시 부산의 이미지를 표현하고 있으며, 파도 위의 US는 우리 함께 세계도시로 나아가는 이미지를 표현하고 있습니다.
슬로건에 사용된 붉은 색은 2002년 월드컵에서 보여준 부산시민의 하나되는 모습을 상징하고, 오렌지 색은 부산시민의 미래에 대한 꿈과 희망을, 청색은 해양도시와 미래도시 부산을 상징하고 있습니다.

분석사례수: 부산거주 20~59세 남녀 1,000명
단위: %

부산광역시 브랜드 슬로건 콘셉트 적합도



콘셉트는 부산의 특징을 잘 설명하고 있다

브랜드 슬로건은 부산시와 잘 어울린다

부산시 브랜드 슬로건 선호도

부산광역시 브랜드 슬로건에 대한 선호도는 BI 대비 소폭 높은 55.6%로 나타남

Q5.

귀하께서는 부산시 브랜드 슬로건이
얼마나 마음에 드시나요?



분석사례수:부산거주 20~59세남녀 1,000명
단위:%

부산광역시 브랜드 슬로건 선호도

■ 매우마음에든다

■ 마음에 드는편이다

■ 반반이다

■ 마음에 들지 않는편이다

■ 매우마음에들지 않는다



선호도(긍정률 기준)
55.6%

	성		연령			
	남성	여성	20대	30대	40대	50대
선호	53.3	57.7	62.8	48.4	56.0	55.2
보통	31.5	33.4	30.8	33.6	31.2	34.4
비선호	15.1	8.9	6.4	18.0	12.8	10.4

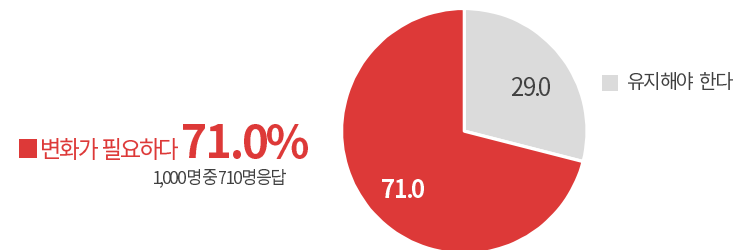
부산시 상징마크+로고 변화 필요성

조사대상자 1,000명 중 710명이 부산광역시의 상징마크+로고(BI)의 콘셉트 및 디자인에 변화가 필요하다고 응답하였음
여성보다는 남성에게서, 다른 연령대 대비 3040세대에서 로고 변화의 필요를 더 느끼는 것으로 나타남

Q6

귀하께서는 부산시 상징마크 & 로고의 콘셉트 및 디자인의 변화가 필요하다고 생각하시나요?

부산광역시 상징마크+로고 변화 필요성



인구통계적 특성에 따른 세부 집단별 결과

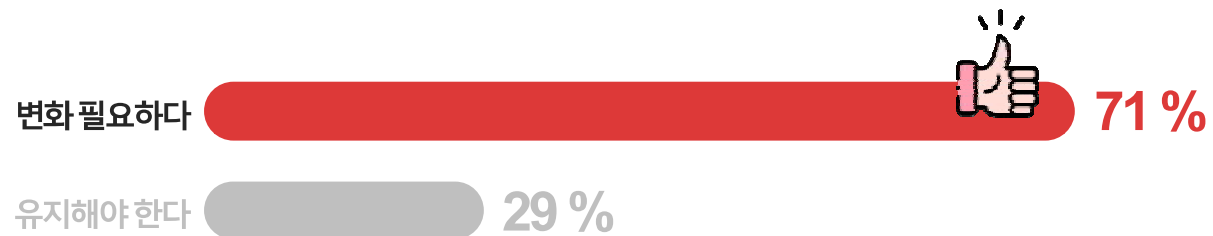
	성		연령			
	남성	여성	20대	30대	40대	50대
유지해야 한다	25.7	32.0	56.4	16.8	7.6	35.2
변화가 필요하다	74.3	68.0	43.6	83.2	92.4	64.8

분석사레수:부산거주 20~59세남녀 1,000명
단위:%

Summary

적정성 평가 결과

현재 부산시민 인식상에서 부산광역시의 CI/BI 는 디자인 리뉴얼이 필요하다는 의견이 71%로 변화의 필요성이 높다고 평가향후 2030부산엑스포를 유치하여 세계로 뻗어 나가는 도시로 발전하기 위해 **부산과 걸맞는 컨셉 및 디자인으로 변화시킬 필요가 있음**



Part2

키워드 도출 및 선정



Overview

키워드 도출 과정



FGD - 부산의 주요 키워드 도출

부산 시민 대상으로 카테고리별(음식/식재료, 여행/관광, 문화/예술/스포츠) 키워드 도출 및 부산의 전반적 이미지 파악

- 부산 이미지 평가, 키워드 도출
- 부산 도시브랜드 CI/BI 평가
- 이상적 이미지 및 개선점 파악



Web Survey - 최선호 키워드 선정

국내, 해외의 부산 인지자를 대상으로 FGD에서 도출된 키워드 중 부산/이상적 도시의 적합 키워드 평가&선정

- 이상적인 도시 이미지 파악
- 방문하고 싶은 도시 이미지 파악
- 살고 싶은 도시 이미지 파악
- 키워드별 부산 이미지 적합도
- 부산이 유지해야 하는/지향해야 하는 이미지



Workshop - 선정 키워드 이미지 구체화

콜라주&브레인스토밍 기법으로 정량조사에서 선정된 키워드 11개에 내포된 이미지를 구체화함

- 조별 토론 및 발표
- 11개 키워드의 이미지 재구성 (콜라주, 브레인스토밍 기법 활용)
- 키워드 최종 선호도 파악

‘부산’ 자유 연상

‘부산’과 관련된 자유 연상 단어로는 **부산의 명소**인 바다, 산, 항구 등이 언급되었으며 **거주민들의 일상과 밀접**해 있는 시장, 사투리, 국밥과 같은 먹거리들에 대해 가장 먼저 떠올리고 있음
반면, 부산 시민들이 생각하는 부산의 이미지는 활기차고 역동적이며 열정적인 등 정적이기 보다 동적인 이미지에 대해 언급 빈도가 높음

‘부산’ 관련 자유 연상 단어

바다	센텀시티	꼼장어
산	신발공장	부산사나이
돼지국밥	신공항	기장
항구	롯데	북항
영화	광안대교	금융단지
해운대	자갈치	국제시장
영화제	관광	피난
회	신선한 해산물	수정동 판자촌
강동시장	제 2의 도시	사직야구장
페스티벌	먹거리	급한 성격
국밥	사투리	노인과바다
광안리	피난수도	태종대
남포동	범어사	밀면
바다 축제	부산역	관광단지

‘부산’ 관련 이미지 및 이유

이미지	이유
활기찬	바다는 부산의 대표적인 관광지라서, 여행지다 보니 활기찬 느낌
거친	거칠게 말하고 행동하지만 속에는 정이 있는 부산 특유의 성향때문에
포근한, 푸근한	산이 주는 푸근하고 안정된 느낌이 있어서
다채로운	관광적인 면에서 산과 바다가 있고 즐길거리가 많음
밝은	역동적이며 에너지가 넘치는 분위기라서
역동적인	말보다 행동이 먼저 나가는 부산인들의 기질과 다양한 액티비티가 있어서
따뜻한	정이 많고 4계절 내내 따뜻한 날씨때문에, 부산하면 여름이 먼저 연상됨
편안한	광안리 바다를 보고 있으면 편안한 느낌이라서
직설적인	감정표현시 애둘러 말하지 않고 직설적으로 말하는 부산사람들의 성향때문에
복잡한	산동네가 많아서, 70년대의 길+도시화된 길이 혼재되어 있음
정겨운	특유의 경상도 사투리로 인한
시원한	바다가 많아 탁 트인 느낌이 들어서
화려한	관광도시이다보니 화려한 빛과 조명을 자주 볼 수 있기에
반짝반짝한	광안리바다에서 불꽃놀이하기에
열정적인	야구(롯데)를 응원할 때 열정을 느낄 수 있음

[출처: 부산 도시 브랜드 리뉴얼을 위한 시민 대상 FGD 中]

풍부한 수산 자원은 부산 시민에게 도시의 가치를 높이는 요소 중 하나이며, 타지역과 비교했을 때 부산만의 특별한 요소로 인식하고 있음

SETP.3

그룹핑을 통한 키워드 도출 과정



그룹핑 명칭	그룹핑 內연상 단어
#부산이 원조인	부속물 음식/ 돼지국밥/ 씨앗호떡 비빔당면/ 부산어묵/ 밀면/ 물떡 늪은호박전/ 정구지/ 동래파전
#신선한 해산물	해산물/ 회/ 날것의 조개구이/ 생선구이/ 꿈장어 기장 미역/ 기장 멸치/ 직접 잡은
#정미 느껴지는	가성비 좋은/ 투박한 정이 있는/ 할매 짜장면-계란후라이/ 잡채밥-짜장소스
#자극적인 음식문화	막장/쌈장/다대기 산초/소금/김치/짬 젓갈/경상도 특유의/간이 센



토속적인	든든한	부산만의	근본의
고유한	소울(SOUL)	자부심	정미있는
신선한	특별한	익숙한	대중적인
만족하는	낭만적인	저렴한	믿을수 있는
푸근한	편안한	정겨운	가성비있는
자극적인	부산만의		

부산 이미지 자유 연상(2) - 여행/관광

부산은 관광 요소가 많은 도시로서 장소에 따라 의미가 다양하게 적용되는 다양성 이미지를 지니고 있다고 평가. (광안리바닷가 → 북적거리는, 영도 바닷가 → 여유로운)
또한 감천문화마을, 전포카페거리 등 성공적인 도시재생지역은 외지인뿐만 아니라 부산 시민에게도 매력적인 관광지의 역할을 하고 있음.

SETP.1

부산의 여행/관광 연상단어



SETP.2

연상 단어 그룹핑

그룹핑 명칭	그룹핑 내 연상 단어
#여름 휴양지의	해수욕장/바다가 인접한/여름휴가 광안대교/광안리/해운대 유람선/해상케이블카/해변열차
#독특함이 있는	감천문화마을/흰여울 문화마을 전포카페거리/남포동 수변공원/마린시티/오션뷰
#한적함이 있는	영도/태종대/송정 이기대 공원/용두산 공원 올레길/걷기좋은 곳/화창한날씨
#북적거리는	광안리 불꽃축제/부산국제영화제 자갈치/서면/젊은 여행객 부산역/김해공항

SETP.3

그룹핑을 통한 키워드 도출 과정

시원한 상징성	광활한 힐링	청량한 잘 꾸며진	설레는 젊은
독특한 여행온 듯한	역사가있는 그림 같은	활동적인 예쁜	편안한 레트로
한적한 살기 좋은	여유로운 깨끗한	웃음 맑은	조용한 자유로운
아름다운 시끌시끌한	국제적인 허브역할의	가보고 싶은 다양한	허무한 기대감

[출처: 부산 도시 브랜드 리뉴얼을 위한 시민 대상 FGD 중]

부산 이미지 자유 연상(3) - 문화/예술/스포츠

부산은국제영화제를 통해 국제적인 명성을 보유하고 있으며, 영화제로부터 파생되는 문화 산업에 큰 강점이 있다고 평가
또한 스포츠의 경우 야구뿐 아니라 서핑, 요트 등 수상스포츠에 친화적인 특색이 있다고 인식하고 있어 향후 브랜드 리뉴얼에 있어 문화/예술/스포츠 측면의 이미지가 필요할 것으로 판단됨.

SETP.1

부산의 문화/예술/스포츠 연상단어



SETP.2

연상 단어 그룹핑

그룹핑 명칭	그룹핑 내 연상 단어
#영화 산업의	부산국제영화제/시청자미디어센터 영화의전당/영화거리 영화산업/영화<국제시장>
#문화생활 인프라	벡스코/F1963/소극장/전시장 남포동/뮤지컬/연극 부산문화회관/시립미술관
#부산만의 축제	2030엑스포/G-STAR 부산비엔날레/광안대교불꽃축제 지역거리축제/어방축제/북극곰축제
#스포츠 친화적인	야구/야구응원/사직구장/롯데 수상스포츠/서핑/요트/패들보드

SETP.3

그룹핑을 통한 키워드 도출 과정

글로벌한	화려한	자부심	예술적인
대표적인	개방적인	협조적인	우호적인
다양한	소통하는	국제적인	뿌듯한
접근성이 좋은	볼거리가 많은	다채로운	상업적인
활동적인	즐거움	눈부신	경이로운
기대되는	다채로운	다양한	특색있는
역동적인	단합의	공감대	심장
특색있는	열정적인	혼연일체의	활기찬

[출처: 부산 도시 브랜드 리뉴얼을 위한 시민 대상 FGD 중]

부산 이미지 자유 연상 키워드 형상화

부산 시민들이 언급한 주요 키워드를 통해 ‘부산’ 과 관련된 키워드(이미지) 정리

중복 된 단어와 부정적인 키워드(이미지)를 제거하여 총 167개 키워드(이미지) 도출 → 비슷한 의미와 통합 할 수 있는 키워드(이미지) 조합 과정을 통해 최종 38개 키워드 선정

도출된 키워드 형상화 과정

1. 키워드 리스트업 (180개)

- 부산의 현재 및 미래 이미지, 가치 부합성을 기준으로 그룹핑 및 정제화 과정 진행



2. 부정적 키워드 제거

- 이미지 리뉴얼을 위해 부정적 이미지 총 13개 제거
- 제거 키워드 List

no	키워드	no	키워드	no	키워드
1	낙후된	6	피곤한	11	기괴한
2	아쉬움	7	정신없는	12	비릿한
3	힘든	8	낮선	13	안타까운
4	비싼	9	더운		
5	애매한	10	오래된		

3. 키워드 통합 과정 진행 (167개)

- 167개 키워드 중 유사 의미의 키워드 조합
- 통합 과정 예시

1차리스트업	2차통합	3차통합
기대감/여행 온 듯한/기대되는	기대되는	실례는
볼거리가 많은, 다채로운	다양한	
웃음, 신나는, 스릴감있는	신나는	재미있는
로컬의, 전통의	토속적인	
싱싱한, 생명력있는, 건강한	신선한	
아름다운, 눈부신, 신기한	신기한	경이로운

4. 선호도 조사를 위한 형상화 작업 (38개)

- 도출 키워드를 통해 정량 조사 준비

[출처: 부산 도시 브랜드 리뉴얼을 위한 시민 대상 FGD 중]

부산 이미지 도출 키워드

No	키워드	No	키워드	No	키워드	No	키워드	No	키워드	No	키워드
1	즐거움	31	행복한	61	웃음	91	맛있는	121	깨끗한	151	포만감
2	기대감	32	편안함	62	국제적인	92	정겨운	122	상쾌한	152	그림같은
3	추억	33	로컬의	63	유명한	93	부산다운	123	힙한(멋진)	153	미래적인
4	설레는	34	기분이 좋은	64	가보고 싶은	94	부산의 상징	124	새로운	154	사람냄새 나는
5	활기찬	35	상징성	65	세련된	95	가고싶은	125	조용한	155	생명력있는
6	다양한	36	핫한	66	시끌시끌한	96	새로운 만남	126	정제된	156	힘이 있는
7	화려한	37	신나는	67	원조의	97	여유로운	127	여행온듯한	157	특이한
8	시원한	38	복잡한	68	정감있는	98	자연	128	시끌벅적한	158	잊을수 없는
9	낭만적인	39	시끄러운	69	옛것을 지키는	99	허브 역할의	129	부산 특유의	159	평범한
10	뜨거운	40	살기좋은	70	레트로	100	글로벌한	130	수요가 많은	160	특출함
11	청량한	41	독보적인	71	가성비있는	101	역사적인	131	차별적인	161	건강한
12	재미있는	42	신선한	72	유일한	102	웅장한	132	국룰의	162	달콤한
13	광활한	43	저렴한	73	뿌듯한	103	대접하고 싶은	133	특별한	163	스트레스 해소되는
14	기대되는	44	푸짐한	74	익숙한	104	먹고싶은	134	전통	164	가정적인
15	자극적인	45	흔한	75	편한	105	푸근한	135	일상적인	165	스릴감 있는
16	정이 있는	46	마케팅을 잘한	76	우정	106	서민적인	136	무난한	166	신기한
17	예쁜	47	만족하는	77	위로	107	대중적인	137	부산만의 문화	167	가족적인
18	역사가 있는	48	믿을 수 있는	78	가꿈의	108	공감되는	138	왕성한		
19	활동적인	49	편안한	79	혼연일체의	109	어울리는	139	다채로운		
20	열정적인	50	근본의	80	부산의 자존심	110	전통적인	140	상업적인		
21	토속적인	51	소울	81	공감대	111	소통하는	141	소수의		
22	튼튼한	52	개방적인	82	단합	112	아름다운	142	교양있는		
23	부산만의	53	대표적인	83	탁트인	113	눈부신	143	친숙한		
24	고유한	54	예술적인	84	역동적인	114	경이로운	144	심심한		
25	생소한	55	꼭 빠져있는	85	정적인	115	쾌감있는	145	한적한		
26	자유로운	56	자부심	86	나만의	116	부러운	146	아기자기한		
27	젊은	57	친근한	87	볼거리 많은	117	심장	147	외진		
28	독특한	58	널리 알려진	88	협조적인	118	화합	148	강렬한		
29	특색있는	59	잘 꾸며진	89	우호적인	119	따뜻한	149	은은한		
30	힐링	60	다이나믹한	90	풍요로운	120	맑은	150	멋진		

형상화를 통해 도출된 부산 이미지 키워드 (1)

No	KEYWORD(KOR)	KEYWORD(ENG)	관련 단어(연상 단어)*부산시민이 언급한 대표 단어
1	즐거움	Fun & Joyful	남포동 소극장, 전시장, 벅스코, 2030엑스포, 광안리 불꽃축제, 아시아드 주경기장, 지스타(국제 게임 전시), 모터쇼, 원아시아 페스티벌, 해운대 모래예술, 부산국제영화제, 크루즈, 서핑, 요트, 수영만 요트경기장, 수상스포츠, 바다, 여름휴가, 여름, 송정바다, 자갈치, 자갈치시장, 해운대, 광안리, 광안대교, 태종대, 유람선, 해변열차 등
2	설레는	Thrilled	부산역, 김해공항, 시티투어, 해운대, 광안리, 광안대교, 태종대, 유람선, 해변열차, 해수욕장, 송정, 다대포, 송도, 해산물, 밀면, 돼지국밥, 박물관, 부산문화회관, 벅스코, 방 송국, 아시아드 경기장, 사직운동장, 부산국제영화제, 광안리 불꽃축제, 멸치축제, 북항(오페라하우스), 여름, 바다, 바다내음, 감천문화마을, 흰여울문화마을, 마린시티, 힐튼호텔, 오션뷰
3	인상적인	Impressive	돼지국밥, 밀면, 비빔당면, 고갈비, 꼼장어, 멸치(회), 기장미역, 물떡, 돼지껍데기, 비빔당면, 떡볶이, 씨앗호떡, 부평시장 먹거리, 충무김밥, 국수, 정구지, 급한 성격, 친목문 화, 방송국, 아시아드 경기장, 사직운동장, 해운대, 광안리, 광안대교, 태종대, 유람선, 해변열차, 해수욕장, 송정, 다대포, 송도
4	여름의	Summery	여름, 바다, 해수욕장, 해운대, 광안리, 바다내음, 여름휴가, 방송국, 아시아드 경기장, 사직운동장, 부산역, 김해공항, 시티투어, 남포동, 부산국제부산국제영화제, 전포카페 거리, 서면, 요트, 기장 롯데월드
5	활기찬	Energetic	야구, 사직야구장, 롯데 자이언츠, 부산국제영화제, 광안리 광안리 불꽃축제, 바다, 해운대, 광안대교, 미포힐집, 벅스코, F1963(복합문화공간), 2030엑스포
6	다채로운	Varied	부산국제영화제, 광안리, 광안리 불꽃축제, 벅스코, 시립미술관, 남포동 연극/뮤지컬/소극장/전시장, 문화예술회관, 지스타(국제 게임 전시회), 멸치축제, 북항(오페라하우 스), 벅스코, F1963(복합문화공간), 2030엑스포, 해운대 모래예술, 영도 흰여울마을, 감천문화마을
7	화려한	Gorgeous	부산국제영화제, 광안리, 광안리 불꽃축제, 벅스코, 시립미술관, 남포동, 남포동 연극/뮤지컬, 지역거리축제, 학춘, UN공원, 영화의 전당, 전포카페거리, 서면, 요트, 기장 롯데월드, 아시아드 주경기장, 지스타(국제 게임 전시), 모터쇼, 원아시아페스티벌, 멸치축제, 북항(오페라하우스)
8	시원한	Cool	여름, 바다, 해수욕장, 해운대, 광안리, 광안대교, 다대포, 영도 바닷가, 태종대, 바다내음, 바다캠핑, 서핑, 요트, 수영만 요트경기장, 수상스포츠, 북항, 밀면, 돼지국밥, 선지 국밥
9	낭만적인	Romantic	회, 조개구이, 해산물, 생선, 요트, 수영만 요트경기장, 수상스포츠, 서핑, 해운대, 광안리, 광안대교, 다대포, 영도 바닷가, 감천문화마을, 흰여울문화마을, 마린시티, 오션뷰, 힐튼호텔, 불꽃놀이, 오션뷰
10	정열적인	Passionate	여름, 바다, 해수욕장, 해운대, 광안리, 바다내음, 크루즈, 서핑, 여름휴가, 여름, 송정바다, 야구, 롯데, 사직야구장, 이대호, 정상수(래퍼)
11	깨끗한	Clean	여름, 바다, 해수욕장, 해운대, 바다내음, 여름바다, 여름휴가, 광안리, 광안대교, 다대포, 영도 바닷가
12	흥미로운	Exciting	여름, 바다, 해수욕장, 해운대, 광안리, 바다내음, 야구, 롯데, 사직구장, 프로야구, 바다수영, 남포동, 부산국제영화제, 전포카페거리, 서면, 요트, 기장 롯데월드, 크루즈, 여 름휴가, 송정바다, 수상스포츠, 송정 서핑, 서핑, 수영만 요트경기장, 서면, 젊은여행객, 밀면

형상화를 통해 도출된 부산 이미지 키워드 (2)

No	KEYWORD(KOR)	KEYWORD(ENG)	관련 단어(연상 단어)*부산시민이 언급한 대표 단어
13	활동적인	Active	전포카페거리, 수변공원, 기장 롯데월드, 감천문화마을, 남포동, 자갈치시장, 광안리 불꽃축제, 어반축제, 야구, 2030엑스포
14	열광적인	Enthusiastic	야구, 사직야구장, 롯데 자이언츠, 이대호, 프로야구, 서핑, 요트, 영화의 전당, 부산국제영화제, 바다캠핑, 정상수(래퍼)
15	전통적인	Traditional	부속물음식(돼지국밥, 해장국), 간짜장(계란프라이 올려주는), 잡채밥(짜장소스주는), 곰장어, 씨앗호떡, 해산물, 돼지고기, 광안리, 광안대교, 야경, 오리고기, 불고기, 산성, 동래파전, 생선구이
16	자유로운	Free	요트, 길거리버스킹, 패들보드, 이기대수변공원, 용두산공원, 금정산, 올레길(이기대올레길)
17	젊은	Young	송정서핑, 서핑, 요트, 패들보드, 길거리버스킹, 서면, 젊은여행객, 밀면, 부산국제영화제, 벅스코, 문화예술회관, 지스타(국제 게임 전시회), F1963(북한문화공간), 2030엑스포, 해운대, 광안리, 광안대교, 태종대, 유람선, 해변열차, 해수욕장, 송정, 다대포, 송도, 오시리아, 해동용궁사, 감천문화마을, 기장 카페, 남포동, 전포카페거리, 서면, 기장 롯데월드
18	유명한	Popular	서면, 젊은여행객, 밀면, 자갈치, 곰장어, 국제시장, 광통시장, 용두산 공원, 씨앗호떡, 돼지국밥, 아시아드 주경기장, 지스타(국제 게임 전시), 모터쇼, 광안리 불꽃축제, 원아시아 페스티벌, 태종대, 북항, 영도, 청사포, 수변공원, 시장, 회, 해운대, 광안리, 광안대교, 유람선, 해변열차, 해수욕장, 송정, 다대포, 송도
19	신선한	Fresh	바다와 인접함, 해녀, 송정, 자갈치, 해산물, 멸치, 날것, 회, 조개구이, 굴, 랍스타, 미역, 킹크랩, 생선구이, 대게, 갈치, 곰장어, 기장미역
20	풍요로운	Enrich	자갈치, 자갈치시장, 해산물, 멸치, 날것, 직접 잡은 해산물, 박물관, 벅스코전시회, 문화회관, 회, 돼지국밥, 밀면, 동래파전, 대파, 산성막걸리, 감천문화마을, 바다와 산이 있는, 좋은 날씨, 걷기 좋은 곳, 조개구이, 생선
21	편안한	Cozy	할매, 정, 투박함, (서울에 비해)가성비 좋음, 송정, 부산국제영화제, 오시리아, 해동용궁사, 감천문화마을, 기장 카페, 곰장어, 국수, 정구지, 돼지국밥, 선지국밥, 밀면, 커피, 비빔밥, 대선소주, 부산어묵, 곰장어, 해산물, 조개구이, 회, 국수, 정구지, 영화, 남포동, 시민회관, 청사포, 자갈치, 수변공원, 시장, 바다, 해운대, 여름바다, 여름휴가
22	개방적인	Exoteric	광안리 불꽃축제, 어반축제, 야구, 2030엑스포, 영화, 남포동, 영화 친구, 국제시장, 시민회관
23	세련된	Sophisticated	부산국제영화제, 영화도시, 광안리 불꽃축제, 태종대, 북항, 영도, 시립미술관, 현대미술관, 남포동 연극 극단
24	정감있는	Warm	영도학여울마을, 감천문화마을, 범어사, 부속물음식(돼지국밥, 해장국), 간짜장(계란프라이 올려주는), 잡채밥(짜장소스주는), 곰장어, 씨앗호떡, 해산물, 돼지고기, 돼지국밥, 돼지껍데기, 곰장어, 할매, 정, 투박함, (서울에 비해)가성비 좋음, 자갈치, 자갈치시장, 국제시장, 청사포, 수변공원, 시장, 회, 광통시장, 용두산 공원, 언양불고기, 철마한우, 양곱창, 현여울문화마을, 다대포, 마린시티, 힐튼호텔, 오션뷰, 불꽃놀이, 멸치, 조개, 조개구이, 홍합, 공원, 시민공원, 송상현광장, 오맹, 어묵

형상화를 통해 도출된 부산 이미지 키워드 (3)

No	KEYWORD(KOR)	KEYWORD(ENG)	관련 단어(연상 단어)*부산시민이 언급한 대표 단어
25	함께하는	Harmonious	야구, 롯데, 롯데 자이언츠, 사직운동장, 이대호, 프로야구, 정상수(래퍼), 박물관, 벡스코전시회, 문화회관, 오리고기, 불고기, 산성, 동래파전, 생선구이, 영화, 남포동, 영화 친구, 국제시장, 시민회관
26	역동적인	Dynamic	송정서핑, 요트, 바다캠핑, 크루즈, 서핑, 여름휴가, 여름, 송정바다
27	여유로운	Relaxed	이기대수변공원, 용두산공원, 금정산, 울레길(이기대울레길), 공원, 시민공원, 송상현광장, 태종대, 북항, 영도, 감천문화마을, 흰여울문화마을, 다대포, 마린시티, 힐튼호텔, 오션뷰, 불꽃놀이, 서핑, 요트, 바다캠핑, 바다, 해운대, 여름바다, 여름휴가, 시민공원, 송상현 광장, 공원, 오시리아, 해운대 시청자미디어센터, 문화예술타운, 보수동 책방 거리
28	글로벌한	Global	UN공원, 영화의 전당, 광안리 불꽃축제, 부산국제영화제, 영화거리, 부산역, 김해공항, 시티투어, 벡스코, 2030엑스포
29	역사적인	Historical	UN공원, 영화의 전당, 광안리 불꽃축제, 부산국제영화제, 영화산업, 해운대 시청자미디어센터, 영화거리, 전포카페거리, 수변공원, 기장 롯데월드, 감천문화마을, 남포동, 자갈치시장
30	웅장한	Magnificent	UN공원, 영화의 전당, 부산국제영화제, 광안리 불꽃축제, 야구, 사직야구장, 롯데 자이언츠, 프로야구
31	서민적인	Folksy	비빔당면, 떡볶이, 부평시장 먹거리, 충무김밥, 돼지국밥, 선지국밥, 밀면, 커피, 비빔밥, 대선소주, 부산어묵, 씨앗호떡, 해산물, 회, 굴, 랍스타, 돼지국밥, 밀면, 공원, 시민 공원, 송상현광장, 갈치, 대게, 생선구이, 조개구이, 미역, 킹크랩
32	경이로운	Wondrous	광안리 불꽃축제, 지역거리축제, 학춤, 영화의 전당, 부산국제영화제, 멸치축제, 북항(오페라하우스)
33	해양스포츠의	Marine Sports	요트, 수영만 요트경기장, 수상스포츠, 서핑
34	새로운	New	남포동, 부산국제영화제, 전포카페거리, 서면, 기장 롯데월드, 오시리아, 해운대 시청자미디어센터, 문화예술타운, 보수동 책방거리, 송정서핑, 요트, 서핑
35	문화예술의	Culture and Art	F1963(복합문화공간), 영화산업, 해운대 시청자미디어센터, 감천문화마을, 흰여울문화마을, 문화예술타운, 보수동 책방거리
36	아름다운	Beautiful	송정, 부산국제영화제, 오시리아, 해동용궁사, 감천문화마을, 기장 카페, 바다, 해운대, 광안리, 광안리 불꽃축제, 광안대교, 미포횃집, 태종대, 북항, 영도, 전포카페거리, 수 변공원, 부산 롯데월드, 남포동, 자갈치시장, 광안리, 광안대교, 야경
37	미래지향적인	Futuristic	송정, 부산국제영화제, 오시리아, 해동용궁사, 감천문화마을, 기장 카페
38	가족적인	Family-oriented	벡스코, 지스타(국제 게임 전시), 해운대 모래예술, 영도 흰여울마을, 감천문화마을, 야구, 사직야구장, 롯데 자이언츠, 프로야구

형상화를 통해 도출된 부산 이미지 키워드

최종 선정된 38개 이미지를 통해 정량조사(웹 서베이) 진행.

국내/외 거주자 대상으로 ‘부산’과 적합성 및 기대 가치에 부합하는 이미지 및 이상적인 도시로서의 이미지 선호도 조사를 통해 **최선호 키워드** 도출함.

no	키워드	no	키워드	no	키워드
1	즐거움	14	열광적인	27	여유로운
2	설레는	15	전통적인	28	글로벌한
3	인상적인	16	자유로운	29	역사적인
4	여름의	17	젊은	30	웅장한
5	활기찬	18	유명한	31	서민적인
6	다채로운	19	신선한	32	경이로운
7	화려한	20	풍요로운	33	해양스포츠의
8	시원한	21	편안한	34	새로운
9	낭만적인	22	개방적인	35	문화예술의
10	정열적인	23	세련된	36	아름다운
11	깨끗한	24	정감있는	37	미래지향적인
12	흥미로운	25	함께하는	38	가족적인
13	활동적인	26	역동적인		

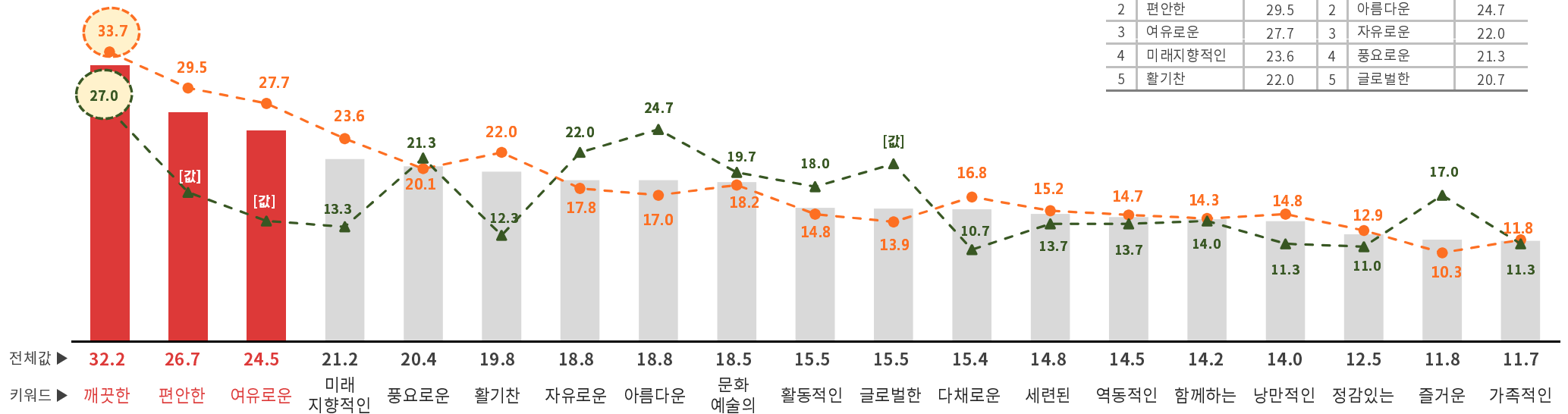
이상적인 도시의 이미지 (1)

전체 응답자 대상 이상적인 도시 이미지로 ‘깨끗한’ 이미지가 1순위로 응답됨.(32.2%)

국내 응답자의 경우 ‘깨끗한’ 다음으로 ‘편안한’ 도시를 이상적이라고 응답하였으나, 해외 응답자의 경우 ‘아름다운’ 도시를 2순위로 꼽은 것이 특징임.

이상적인 도시 이미지

■ 전체(국내+해외) ● 국내 ▲ 해외



국가별 TOP5

국내 (사례수) (1,000)		해외 (사례수) (300)	
1	깨끗한	1	깨끗한
2	편안한	2	아름다운
3	여유로운	3	자유로운
4	미래지향적인	4	풍요로운
5	활기찬	5	글로벌한

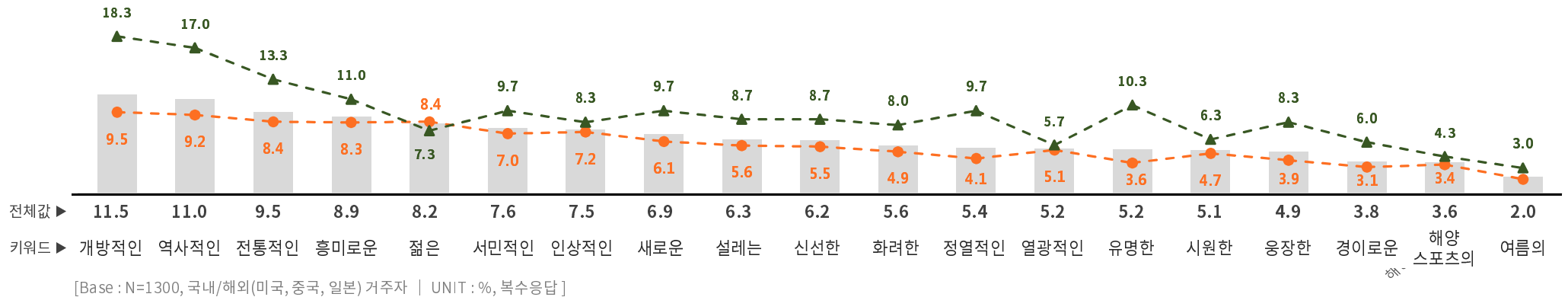
[Base : N=1300, 국내/해외(미국, 중국, 일본) 거주자 | UNIT : %, 복수응답]

이상적인 도시의 이미지 (2)

(계속)

이상적인 도시 이미지

■ 전체(국내+해외) ● 국내 ▲ 해외



국가별 TOP5

국내 (사례수)		해외 (사례수)	
(1,000)		(300)	
1	깨끗한	1	깨끗한
2	편안한	2	아름다운
3	여유로운	3	자유로운
4	미래지향적인	4	풍요로운
5	활기찬	5	글로벌한

방문하고 싶은 도시의 이미지 (1)

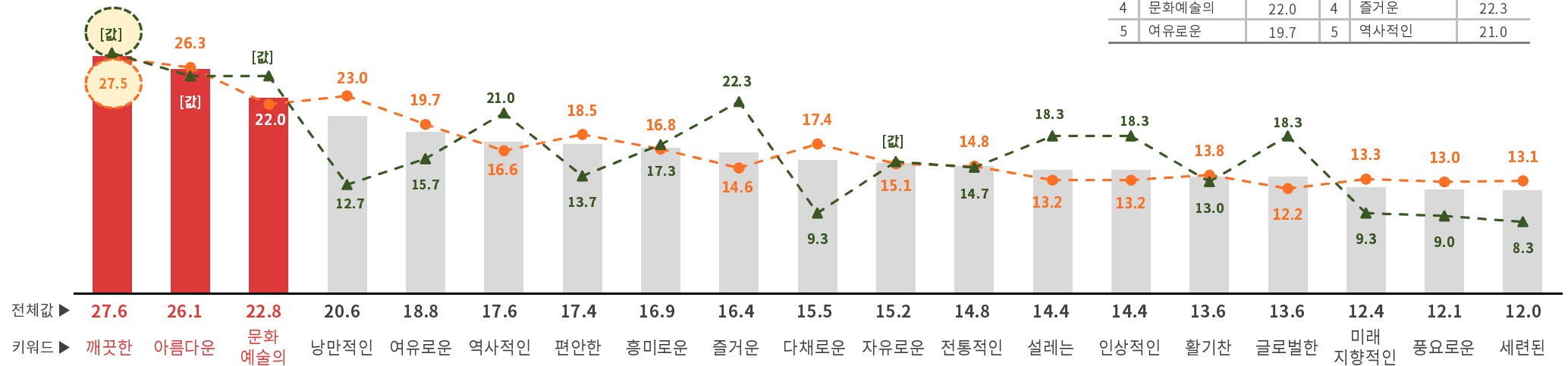
이상적인 이미지와 마찬가지로 방문하고 싶은 도시 역시 ‘깨끗한’ 이미지의 도시임

그밖에 국내/외 응답자 모두에게서 ‘아름다운’과 ‘문화예술의’ 이미지와 같이 미적 측면의 가치를 느낄 수 있는 도시가 방문객을 이끌게 하는 요소로 보여짐.

해외 응답자의 경우 이상적인 이미지와 방문하고 싶은 이미지에서 모두 ‘즐거움’ 키워드가 국내 응답자 대비 상대적으로 높게 나온 것이 특징임

방문하고 싶은 도시 이미지

■ 전체(국내+해외) ● 국내 ▲ 해외



국가별 TOP5

국내 (사례수)		해외 (사례수)	
(1,000)		(300)	
1	깨끗한	1	깨끗한
2	아름다운	2	아름다운
3	낭만적인	3	문화예술의
4	문화예술의	4	즐거움
5	여유로운	5	역사적인

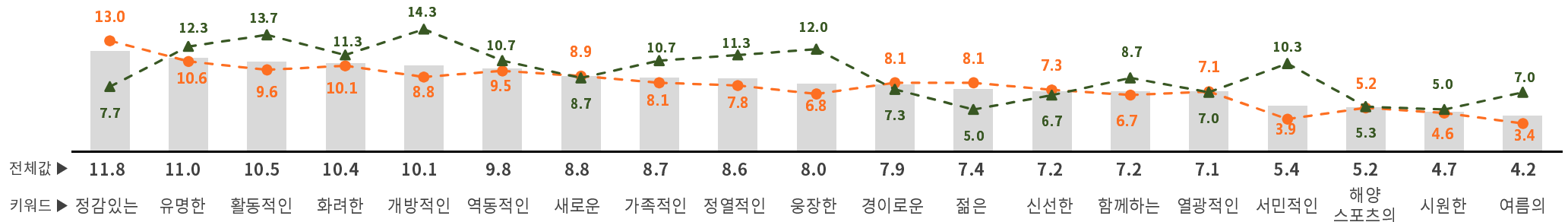
[Base : N=1300, 국내/해외(미국, 중국, 일본) 거주자 | UNIT : %, 복수응답]

방문하고 싶은 도시의 이미지 (2)

(계속)

방문하고 싶은 도시 이미지

■ 전체(국내+해외) ● 국내 ▲ 해외



[Base : N=1300, 국내/해외(미국, 중국, 일본) 거주자 | UNIT : %, 복수응답]

국가별 TOP5

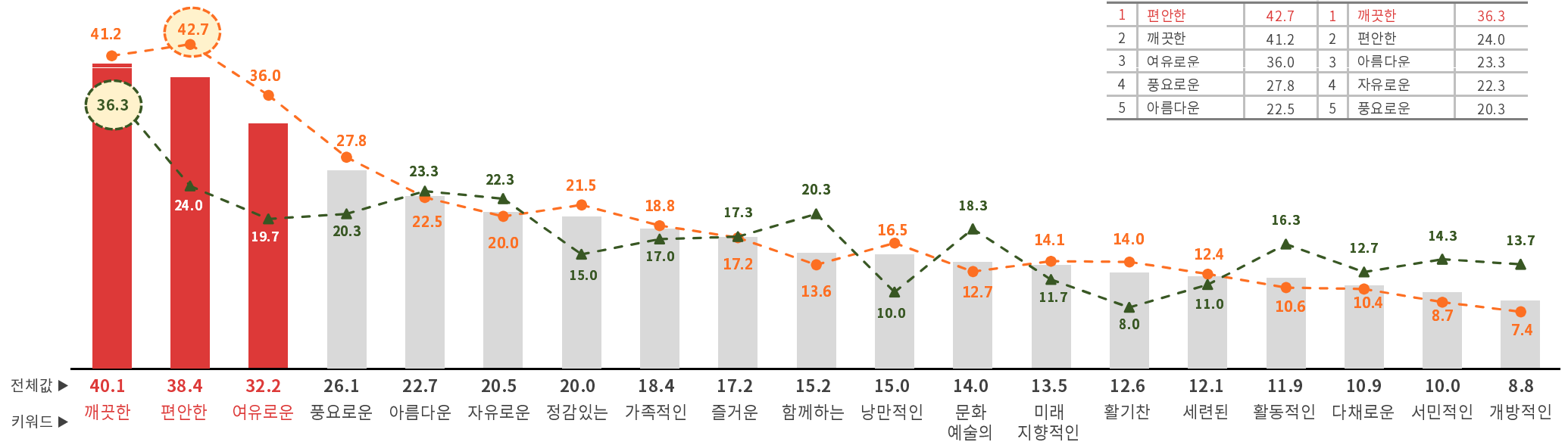
국내 (사례수) (1,000)		해외 (사례수) (300)	
1	깨끗한	27.5	1 깨끗한 28.0
2	아름다운	26.3	2 아름다운 25.3
3	낭만적인	23.0	3 문화예술의 25.3
4	문화예술의	22.0	4 즐거운 22.3
5	여유로운	19.7	5 역사적인 21.0

살고 싶은 도시의 이미지 (1)

‘깨끗한’ 이미지의 도시는 [이상적인 도시], [방문하고 싶은 도시]에 이어 살고 싶은 도시의 이미지에서도 가장 선호되는 속성임.
 ‘편안한’ 이미지의 경우 국내 응답자 대상 1순위(42.7%)로 나타나 ‘깨끗한’과 더불어 상대적으로 중요도가 높다고 판단 됨

살고 싶은 도시 이미지

■ 전체(국내+해외) ● 국내 ▲ 해외



국가별 TOP5

국내		해외		
(사례수)	(1,000)	(사례수)	(300)	
1	편안한	42.7	1 깨끗한	36.3
2	깨끗한	41.2	2 편안함	24.0
3	여유로운	36.0	3 아름다운	23.3
4	풍요로운	27.8	4 자유로운	22.3
5	아름다운	22.5	5 풍요로운	20.3

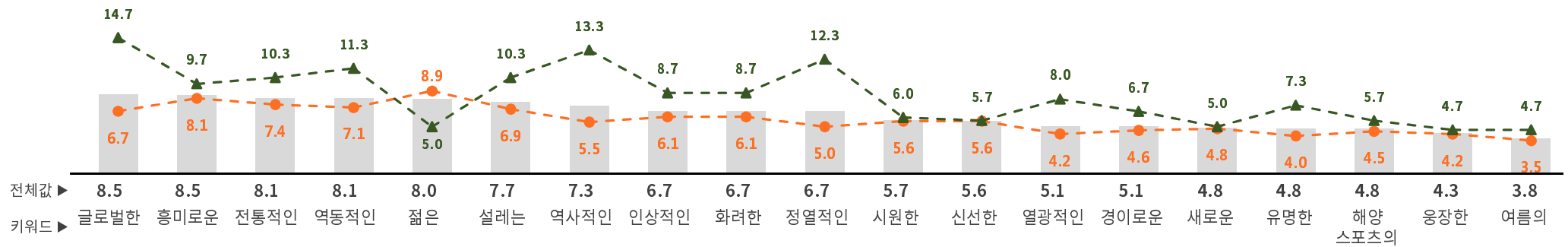
[Base : N=1300, 국내/해외(미국, 중국, 일본) 거주자 | UNIT : %, 복수응답]

살고 싶은 도시의 이미지 (2)

(계속)

살고 싶은 도시 이미지

■ 전체(국내+해외) ● 국내 ▲ 해외



[Base : N=1300, 국내/해외(미국, 중국, 일본) 거주자 | UNIT : %, 복수응답]

국가별 TOP5

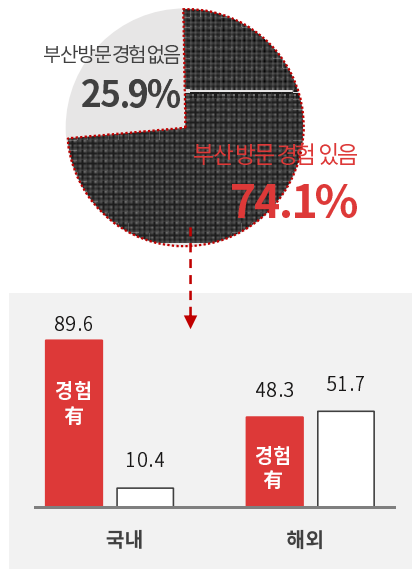
국내		해외			
(사례수)	(1,000)	(사례수)	(300)		
1	편안한	42.7	1	깨끗한	36.3
2	깨끗한	41.2	2	편안한	24.0
3	여유로운	36.0	3	아름다운	23.3
4	풍요로운	27.8	4	자유로운	22.3
5	아름다운	22.5	5	풍요로운	20.3

‘부산’하면 떠오르는 이미지

부산을 방문한 경험이 있는 응답자들은 전체 74.1%로 국내/외 거주에 따라 ‘부산’의 이미지에 대한 응답 차이를 보임.

국내 거주자의 경우 ‘바다’와 같은 자연환경과 부산의 대표적인 명소에 대해 언급을 하는 반면 해외 거주자의 경우 부산에 대한 느낌과 이미지를 떠올림
그러나 이미지에 대한 연상 이유로 국내/외 거주자 모두 부산의 ‘바다’, ‘항구’, ‘자연 경관’에서 연상되는 것으로 나타남

부산 방문 경험



부산하면 떠오르는 이미지

	전체	국내	해외
◆느낌/이미지◆	28.0	14.6	50.3
좋은	3.4	0.0	9.0
아름다운	2.6	0.4	6.3
활기찬	1.8	1.8	1.7
시원한	1.6	1.8	1.3
열정적인	1.3	0.8	2.0
젊은	1.0	1.2	0.7
◆관광지/지명◆	29.4	41.7	8.7
해운대	21.1	33.2	1.0
광안리	2.3	3.4	0.3
자갈치시장	2.1	3.4	0.0
대한민국	1.6	0.0	4.3
전통시장	1.1	1.6	0.3
◆자연환경◆	24.8	35.0	7.7
바다	23.6	34.2	4.0
갈매기	1.0	1.6	0.0

이미지 연상 이유 TOP10

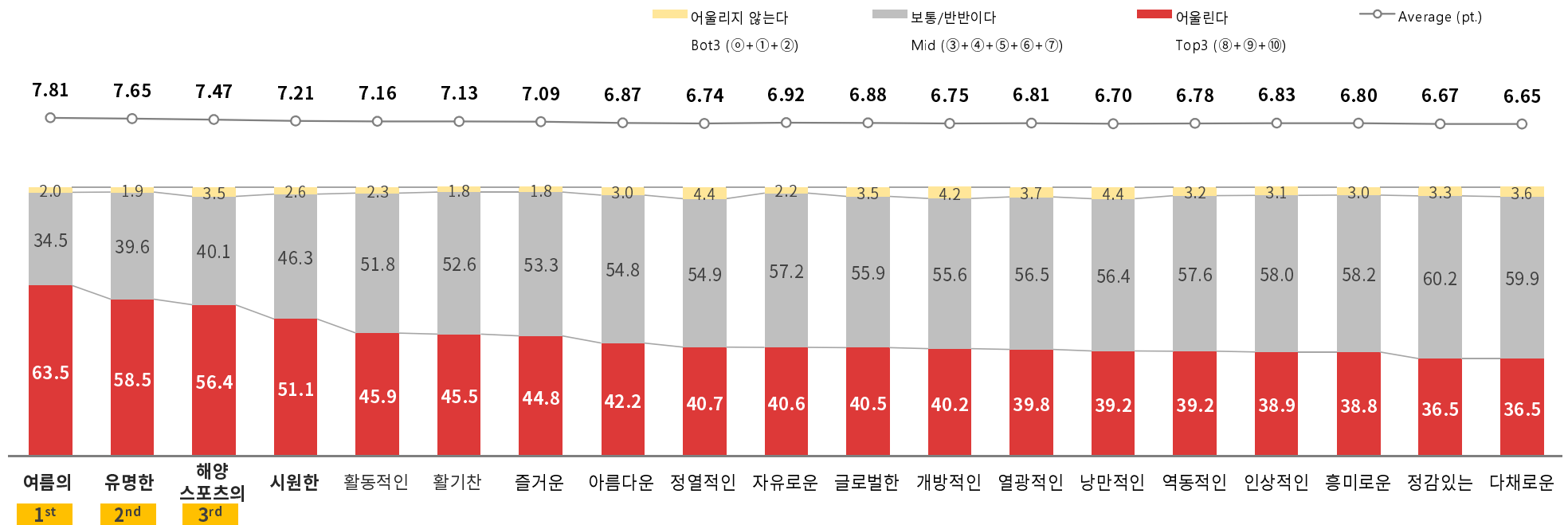
No	국내	%	No	해외	%
1	가장 유명해서/대표적이어서	18.8	1	멋있어서	11.0
2	푸른 바다가 있어서	10.8	2	항구가 있어서	7.0
3	가장 바다가 인접해 있어서	7.8	3	경관이 좋아서	6.3
4	대표적인 바다라서	7.2	4	TV/영화에서 많이 봐서	5.7
5	해수욕장이 유명해서	3.6	5	가장 바다가 인접해 있어서	4.7
6	바다가 예뻐서/멋있어서	3.2	6	한국에 위치한 곳이어서	4.0
7	TV/영화에서 많이 봐서	2.8	7	바다가 예뻐서/멋있어서	3.0
8	관광객이 많이 찾아서	2.4	8	관광지가 많아서	2.7
9	항구가 있어서	2.4	9	전통이 느껴져서	2.7
10	볼거리/놀거리/먹거리가 많아서	2.2	10	기억에 남아서	2.0

* 바다와 관련된 응답 표기

[Base : N=800, 부산 외 거주자 | UNIT : %, 복수응답]

키워드별 부산 이미지 적합도 (1)

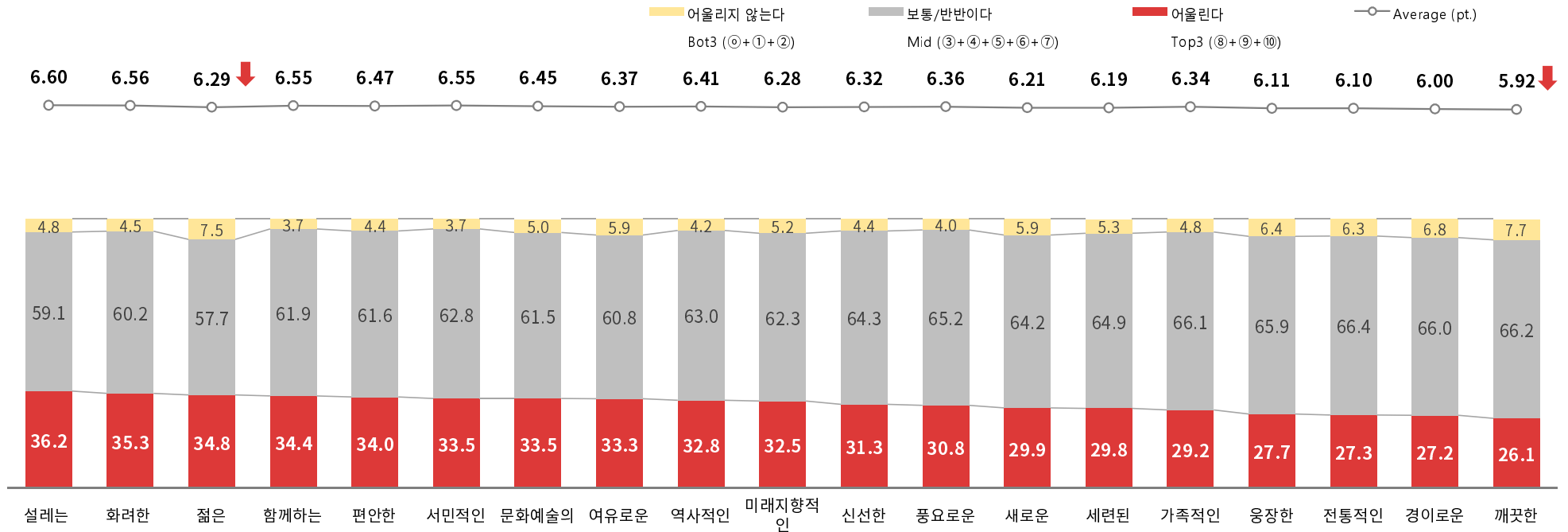
이미지 적합도 결과로 ‘여름의’ 키워드가 가장 어울린다는 평가를 받았으며 뒤이어 ‘유명한’, ‘해양스포츠의’, ‘시원한’ 이 Top3 50%이상의 긍정적인반응을 얻어냄
 ‘여름의’ 키워드는 이상적이며 거주하고 싶은 도시 이미지와는 거리가 있으나 부산과 잘 어울린다는 평가에서는 높은 점수를 이끌어냄
 이는 앞서 부산하면 떠오르는 이미지에서 언급되었던 주요이유인 ‘바다’, ‘자연 경관’ 과 같은 이미지로부터 연관지어진 것으로 유추됨



[Base : N=1300, 국내/해외(미국, 중국, 일본) 거주자 | UNIT : %, 11점 척도]

키워드별 부산 이미지 적합도 (2)

반면 평균 기준, '깨끗한', '젊은' 키워드가 부산과 적합성이 가장 낮다고 평가되었음



[Base : N=1300, 국내/해외(미국, 중국, 일본) 거주자 | UNIT : %, 11점 척도]

[상위 30개 키워드 외 제외]

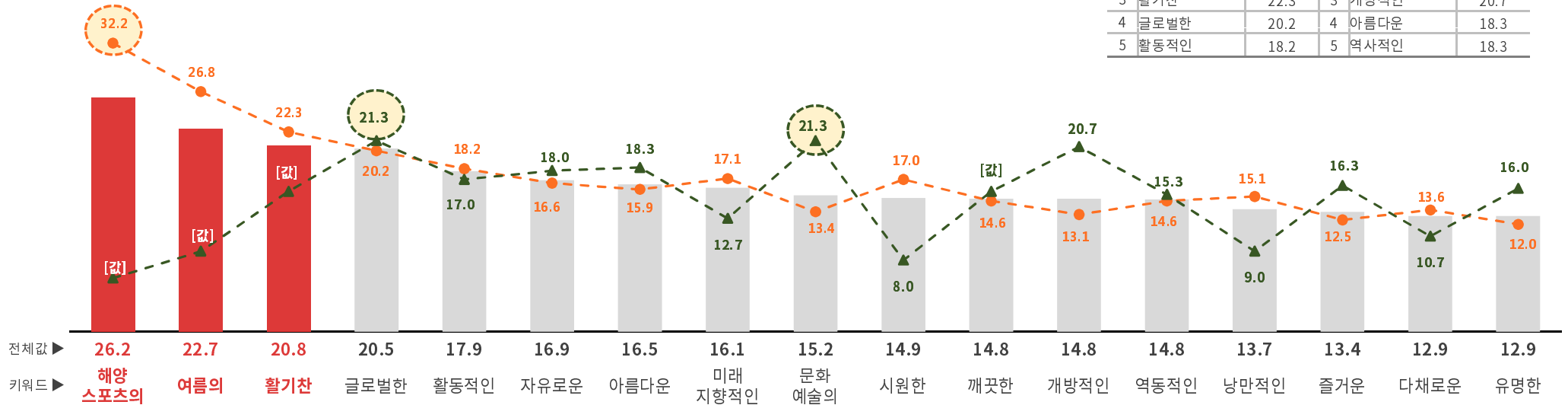
부산이 지속적으로 유지하여야 하는 이미지 (1)

국내 응답자들은 ‘해양 스포츠의’, ‘여름의’, ‘활기찬’과 같은 동적인 느낌의 이미지가 부산이 계속 유지하여야 하는 이미지로 평가하고 있음.

반면, 해외 응답자들은 ‘글로벌한’, ‘문화예술의’, ‘개방적인’과 같은 이미지를 유지해야 한다고 평가하여 국내/해외 응답자간의 GAP을 보이고 있음.

유지하여야 하는 이미지

■ 전체(국내+해외) ● 국내 ▲ 해외



국가별 TOP5

국내		해외			
(사례수)	(1,000)	(사례수)	(300)		
1	해양스포츠의	32.2	1	글로벌한	21.3
2	여름의	26.8	1	문화예술의	21.3
3	활기찬	22.3	3	개방적인	20.7
4	글로벌한	20.2	4	아름다운	18.3
5	활동적인	18.2	5	역사적인	18.3

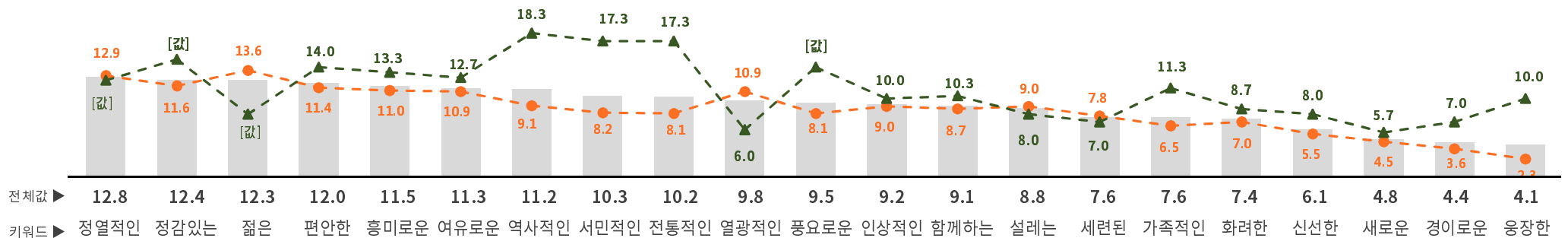
[Base : N=1300, 국내/해외(미국, 중국, 일본) 거주자 | UNIT : %, 복수응답]

부산이 지속적으로 유지하여야 하는 이미지 (2)

특히 ‘역사적인’, ‘서민적인’, ‘전통적인’ 이미지는 국내 거주자 대비 상대적으로 해외 거주자의 유지 이미지 비중이 높음
부산이 도시 브랜드로서 해외 관광객과의 커뮤니케이션 진행 시 부산만의 전통과 역사에 대해 소통할 필요가 있다고 판단됨

유지하여야 하는 이미지

■ 전체(국내+해외) ● 국내 ▲ 해외



[Base : N=1300, 국내/해외(미국, 중국, 일본) 거주자 | UNIT : %, 복수응답]

국가별 TOP5

국내		해외			
(사례수)	(1,000)	(사례수)	(300)		
1	해양스포츠의	32.2	1	글로벌한	21.3
2	여름의	26.8	1	문화예술의	21.3
3	활기찬	22.3	3	개방적인	20.7
4	글로벌한	20.2	4	아름다운	18.3
5	활동적인	18.2	5	역사적인	18.3

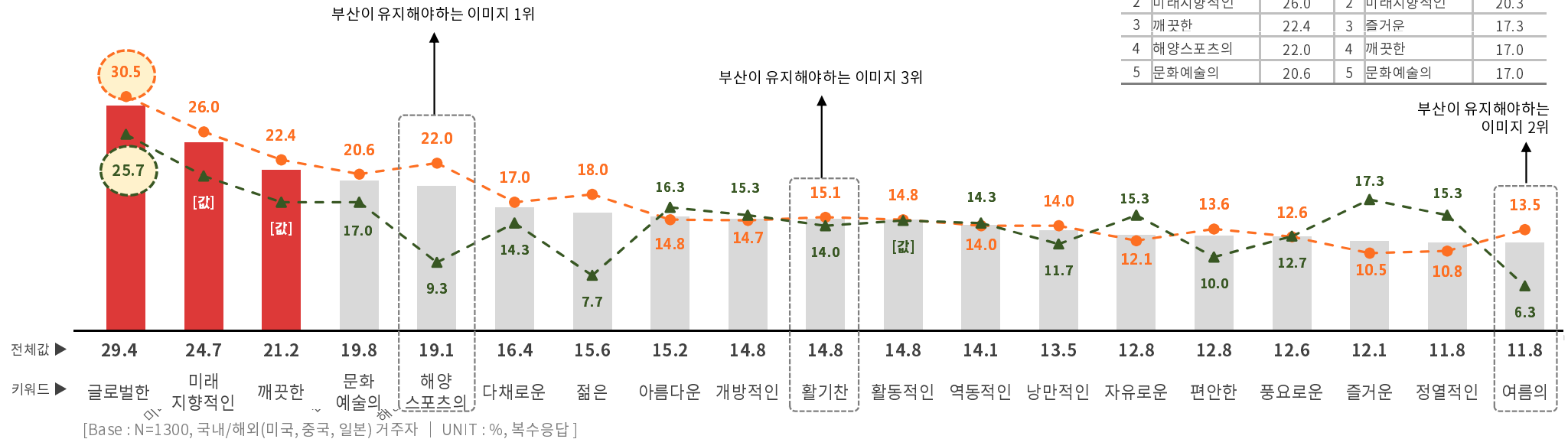
부산이 향후 지향하여야 하는 이미지 (1)

국내, 해외 응답자들에게 부산이 지향해야 할 이미지로 ‘글로벌한’ 이미지가 1위, ‘미래지향적’인 이미지가 2위로 꼽힘.

세계적으로 부산을 글로벌 도시로 인지를 넓히기 위하여, 기존에 가지고 있던 이미지를 유지하되 미래지향적이며 깨끗한 도시의 이미지를 지향할 필요성이 있어보임.

지향하여야 하는 이미지

■ 전체(국내+해외) ● 국내 ▲ 해외



국가별 TOP5

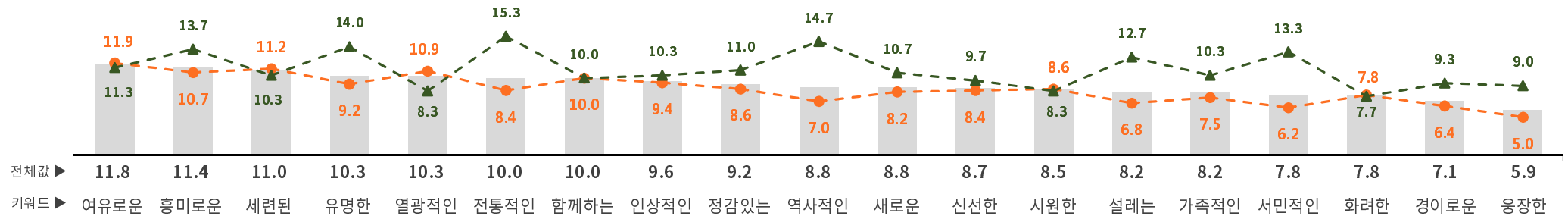
국내 (사례수) (1,000)		해외 (사례수) (300)	
1	글로벌한	1	글로벌한
2	미래지향적인	2	미래지향적인
3	깨끗한	3	즐거워
4	해양스포츠의	4	깨끗한
5	문화예술의	5	문화예술의

부산이 향후 지향하여야 하는 이미지 (2)

(계속)

지향하여야 하는 이미지

■ 전체(국내+해외) ● 국내 ▲ 해외



[Base : N=1300, 국내/해외(미국, 중국, 일본) 거주자 | UNIT : %, 복수응답]

국가별 TOP5

국내 (사례수) (1,000)		해외 (사례수) (300)	
1	글로벌한	1	글로벌한
2	미래지향적인	2	미래지향적인
3	깨끗한	3	즐거움
4	해양스포츠의	4	깨끗한
5	문화예술의	5	문화예술의

최선호 키워드 선출

깨끗하고 편안한느낌의 휴양지의 이미지부터 세계적이고 미래지향적인느낌을 주는 도심의 이미지 등의 총 11개의 선호키워드 선발됨.



도시의감성적
이미지는
자연과어우러진
휴식의이미지



1	깨끗한	3.38
2	편안한	2.92
3	아름다운	2.86
4	여유로운	2.64
5	글로벌한	2.53
6	자유로운	2.45
7	문화예술의	2.45
8	활기찬	2.45
9	미래지향적인	2.32
10	낭만적인	2.16
11	풍요로운	2.16



기능적이미지는
글로벌/문화예술
/미래지향적의앞서가는
예술의도시이미지



[Base : N=1300, 국내/해외(미국, 중국, 일본) 거주자 | UNIT : %, 복수응답]

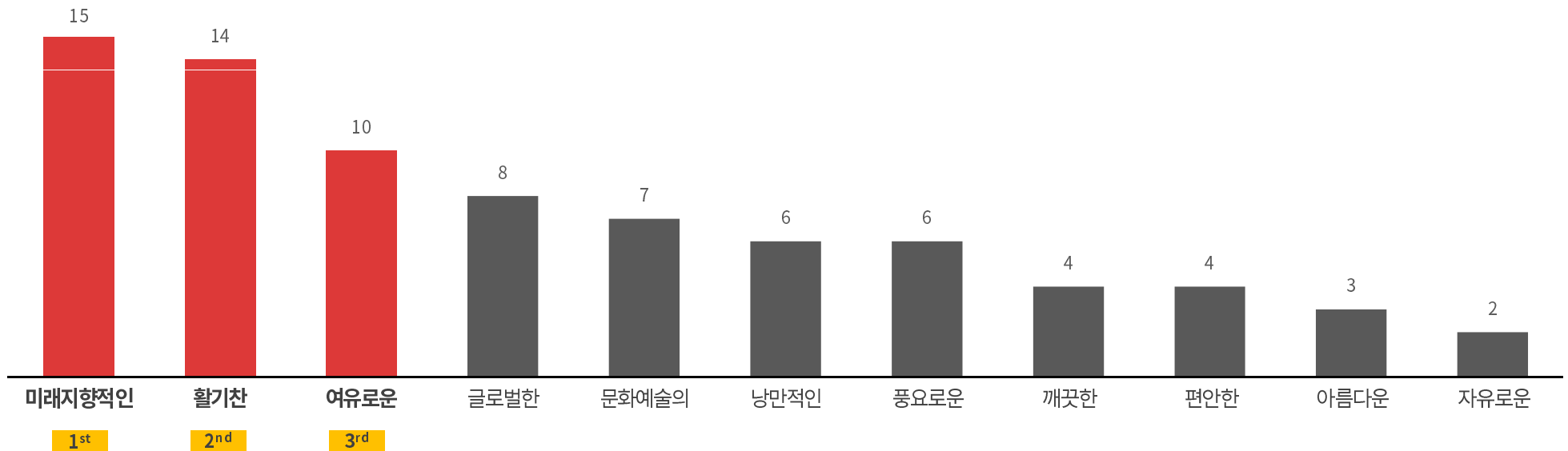
부산 이미지 적합도 결과값에 A1~3, A7~8 문항 결과를 가중치를 부여한 *GBASE Table을 산출하여 얻은 수치
(*GBASE Table : 결과값의 합이 100%가 되도록 응답 기준 백분비를 산출한 테이블)

대표 키워드 선호도 TOP11

정량 결과를 바탕으로 진행한 크리에이티브 워크숍을 통해 각 조별 다음과 같은 순서를 통해 TASK 수행

[1. 이상적인 도시에 대해 토론 ▶ 2. 풀라쥬 작업을 통해 키워드에 대한 연상 이미지 조합 ▶ 3. 조별 주요 내용 발표 ▶ 4. 최적 키워드 선정]

참석자들의 의견 취합 결과 '미래지향적인' 이미지가 부산의 도시 브랜드로써 가치를 높일 수 있는 최적의 키워드로 선정됨. (미래지향적인 > 활기찬 > 여유로운 순)



[Base : N=80, 크리에이티브 워크숍 참석자 | UNIT : %]

크리에이티브 워크숍 키워드

1위

미래지향적인

시민들이 생각하는 미래지향적인 도시란?, 산업이 발전한 대표적인 도시로 ①Hub의 역할과 ②삶의 질을 높이는 인프라를 갖추고 ③ eco-friendly한 가치를 지니고 있는 도시를 의미함

미래지향적인 도시는?

① 경제적 발전 가능성이 높은 Hub 도시

- 동북아 무역의 중심지인
- 신공항, KTX 등 교통의 편리성이 우수한
- ▶ 다양한 교통 수단으로 전국, 전세계적으로 교통 요충지의 역할을 통해 물류 산업의 활성화와 관광객이 오고 싶은 글로벌 Hub 도시

미래지향적인 도시하면 떠오르는 연상 이미지



② 인프라 구축을 통해 거주민 삶의 질을 높이는 도시

- IT, 인공지능이 발달한 스마트 시티
- 생태공원, 숲, 바다 등 자연친화적 주거환경
- ▶ 행정, 교육, 의료 등 주요 인프라 서비스와 첨단 기술이 제공되고, 자연 친화적 도시로 거주민 전체의 삶의 질이 향상된 도시



③ 자연과 공존을 위한 Eco-friendly한 도시

- 녹색 도시, 친환경 요소가 풍부한
- 저탄소, 전기차 등 기후 위기에 대비한
- ▶ 자연환경을 보호할 수 있는 기술을 통해 기후 위기 대응에 우수한 도시



*연상 이미지는 실제 참여자들이 조별 과제(콜라주)시 사용한 사진과 비슷한 이미지로 선정

크리에이티브 워크숍 키워드

2위

활기찬

활기찬 도시는 다양한 사람들과의 만남을 형성하는데 기여하는 도시로 다양한 콘텐츠를 통해 남녀노소 거주민, 관광객 모두가 함께 열린 마음으로 어우러지는 도시를 의미함

활기찬 도시는?

① 모두가 함께 어우러질 수 있는 개방적 도시

- 외국인이 많이 찾는, 관광객이 많은, 온 가족이 즐길 수 있는
- 안전함이 느껴지는, 반려동물과 함께 할 수 있는
- 도시의 정보를 쉽게 제공받을 수 있는
- ▶ 활기찬 도시란 남녀노소 할 것 없이 전 연령대, 전 세계인들이 방문하고 싶은 요소가 가득한 도시를 의미함. 다양한 관광객이 방문하기 위해서는 접근성이 용이해야 하고 개방적이어야 한다고 해석하고 있음
- ▶ 활기찬 도시는 사람들이 모여 함께 하는 것을 넘어서 반려 동물 또한 포함하고 있음.

활기찬 도시하면 떠오르는 연상 이미지



② 콘텐츠가 풍부한 도시

- 축제의 도시, 볼거리&먹거리가 많은
- 도시만의 고유의 문화&역사가 있는, 특산품이 있는
- 자연 환경이 우수한, 레저 체험과 같은 제반 시설이 잘 갖춰진
- ▶ 직접 몸소 경험을 할 수 있는 형식의 콘텐츠가 다양한 도시로, 축제 및 볼거리, 먹거리를 즐길 수 있는 도시를 의미함.
- ▶ 더불어 지역 고유의 문화와 역사가 있어야 하며 이는 곧 관광객들에게 지역 특산품, 지역 기념품으로 까지 이어지는 것으로 정의.



*연상 이미지는 실제 참여자들이 조별 과제(콜라주)시 사용한 사진과 비슷한 이미지로 선정

크리에이티브 워크숍 키워드

3위

여유로운

여유로운 이미지는 [다양하다]라는 의미로 해석하고 있으며 ① 다양한 취미생활을 보장받을 수 있도록 제공해주고 ② 다양한 사람들이 어울릴 수 있는 도시의 역할을 뜻함

여유로운 도시는?

① 다양한 여가 생활을 통해 삶의 질이 좋은 도시

- 다양한 장르의 문화생활이 가능한
- 취미 생활을 하는데 있어 제약이 없는
- 핫플레이스, 산책 등 장소 선택이 다양한, 접근성이 좋은

▶ 취미, 여가 생활에 있어서 다양한 선택지가 있는 도시로, 어디에 가든 접근성(대중교통)이 편리한 도시를 의미함

여유로운 도시하면 떠오르는 연상 이미지



② 사회적 약자를 포함한 다양한 사람들이 함께하는 시민이 행복한 도시

- 장애인도 편하게 산책할 수 있는
- 다문화 가정이 함께 공감할 수 있는
- 반려동물과 함께 지내기 좋은

▶ 어떤 장소든 아이, 노약자, 장애인, 반려동물이 함께 어우러지며, 도시의 전반적 사회 분위기가 약자를 배려하는 시민이 행복한 도시



*연상 이미지는 실제 참여자들이 조별 과제(콜라주)시 사용한 사진과 비슷한 이미지로 선정

크리에이티브 워크숍 키워드

4위

글로벌한

글로벌한 키워드의 이미지는 관광 요소와 인프라를 모두 갖추고 있는 도시로 관광객 유치와 더불어 거주민의 삶과 연관된 제반 인프라가 모두 우수한 도시를 의미함

글로벌한 도시는?

① 관광 이미지가 강한 도시

- 눈에 띄는 랜드마크가 있는 (자유의 여신상, 에펠탑)
 - 문화 공연이 많은 (콘서트, K-pop, 오페라 하우스)
 - 놀거리가 풍부한 (테마파크, 먹거리, 해양스포츠)
- ▶ 글로벌한 도시는 관광지로서의 역할을 충분히 담고 있는 도시임.
즐길 거리와 더불어 에펠탑, 자유의 여신상과 같은 누구나 떠올릴 수 있는 랜드마크를 지닌 도시

글로벌한 도시하면 떠오르는 연상 이미지



② 도시 인프라가 잘 갖춰져 도시민의 삶의 질이 높은 도시

- 편리한 교통, 다양한 이동 수단이 있는
 - 우수한 의료 서비스, 금융 서비스, 쇼핑 시설 등을 갖춘
 - 치안이 우수한, 시민들이 안전하게 생활 할 수 있는
- ▶ 거주민들의 삶의 질이 우수한 도시로 시설과 서비스 인프라가 갖춰진 도시이며, 안전 측면에서도 치안이 좋아 안심할 수 있는 도시를 글로벌 하다고 표현



*연상 이미지는 실제 참여자들이 조별 과제(콜라주)시 사용한 사진과 비슷한 이미지로 선정

크리에이티브 워크숍 키워드

5위

문화예술의

문화예술 도시는 다양한 전시공연의 개최 뿐 아니라 도시 전반(ex. 공공장소, 도시 컨셉)에서 문화예술적인 분위기가 느껴지는 도시를 의미함

문화예술의 도시는?

① 현재와 미래가 공존하는 도시

- 역사를 존중하는
 - 지역적 특성을 해치지 않는 (정감이 느껴지는 건축물, 특산물 개발)
- ▶ 도시가 가진 역사 및 지역적 특색이 긍정적으로 개발된 도시를 의미함
문화예술 이미지 형성 시 도시재개발이 아닌 도시재생 측면의 이미지를 내포

문화예술의 도시하면 떠오르는 연상 이미지



② 미적 감각이 우수한 도시

- 예술 문화 행사(공연, 전시, 버스킹 등)가 다양한
 - 예술인이 많이 거주하는
- ▶ 다양한 예술 행사가 개최되어 누구나 문화생활을 할 수 있는 도시를 뜻함
- ▶ 예술인의 정착 지원을 통해 지역 내 예술 커뮤니티가 구축되어 평소에도 문화 예술 도시임이 느껴지는 도시



③ 자연을 해치지 않고, 있는 그대로 어우러지는 도시

- 자연환경과 어우러지는 건축물(산, 바다, 산성, 읍성)
 - 도시의 마케팅 측면에서 색채 / 서체의 통일성이 느껴지는
- ▶ 도시 전반이 하나의 컨셉으로 정돈되어 통일성이 느껴지는 이미지, 또한 자연과의 조화를 유지하여 이질적임이 없는 이미지



*연상 이미지는 실제 참여자들이 조별 과제(골라주)시 사용한 사진과 비슷한 이미지로 선정

크리에이티브 워크숍 키워드

낭만적인

낭만적인 도시는?

① 콘텐츠를 통해 추억을 남길 수 있는 도시

- 야경, 축제, 문화, 레저 등 즐길 거리가 많은
- 연인, 가족, 친구들과 함께 추억을 남길 수 있는
- 한번쯤은 방문해 보고 싶은

▶ 낭만적인 도시는 휴일이나 여행을 생각했을 때 떠오르는 도시로 언젠가 한번쯤은 방문해 보고 싶은 이미지를 갖고 있음

낭만적인 도시하면 떠오르는 연상 이미지



*연상 이미지는 실제 참여자들이 조별 과제(콜라주)시 사용한 사진과 비슷한 이미지로 선정

6위

풍요로운

풍요로운 도시는?

① 모두가 함께 공존이 가능한 도시

- 문화, 일자리, 복지가 풍요로운
- 친환경, 자연 스팟이 풍부한

▶ 세대 간의 갈등이 적고 노령화 시대 맞춘 복지와 시스템이 구축된 도시 (아동 바우처, 요양 서비스, 케어 센터 등)로 삶의 질이 풍요로운 도시를 의미

▶ 풍요로운의 의미는 자연과 인간이 공존 하는 것에 대한 의미도 포함되어 있음

풍요로운 도시하면 떠오르는 연상 이미지



*연상 이미지는 실제 참여자들이 조별 과제(콜라주)시 사용한 사진과 비슷한 이미지로 선정

7위

크리에이티브 워크숍 키워드

깨끗한

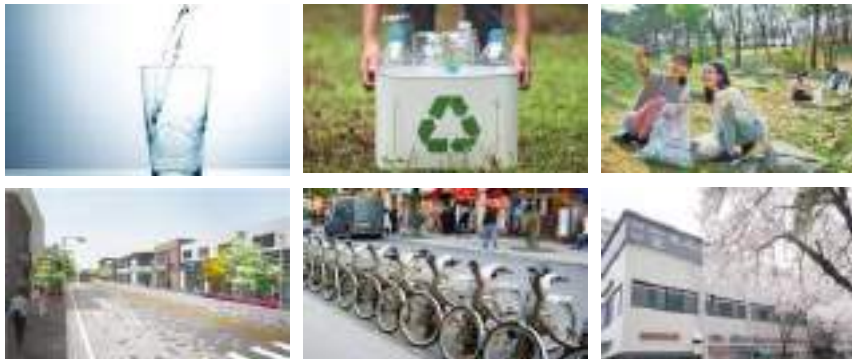
깨끗한 도시는?

① 도시정비 사업 활성화로 정돈된 도시

- 우수한 환경 관리(정화 시설, 리사이클링, 쓰레기가 없는)
- 정돈된 도시(전봇대가 없는, 간판이 아름다운 거리, 정돈된 재래시장)
- 범죄 없는 도시, 치안이 우수한

▶ 거주민들이 생활하는데 있어 깨끗한 도시로 쾌적한 느낌의 이미지를 떠올리는 경향이 있으며 정직한 이미지를 내포함

깨끗한 도시하면 떠오르는 연상 이미지



*연상 이미지는 실제 참여자들이 조별 과제(콜라주)시 사용한 사진과 비슷한 이미지로 선정

8위

편안한

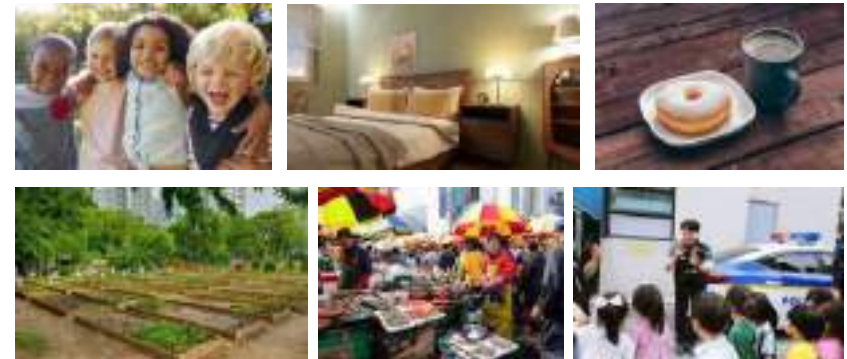
편안한 도시는?

① 사람사는 냄새가 나는 정이 넘치는 도시

- 아이들이 행복한, 웃음이 가득한
- 힐링이 되는, 휴식이 느껴지는, 내 집 같은
- 정겹고 친절한 사람들이 가득한, 사투리가 있는
- 범죄가 없는, 밤거리가 안전한, 긴장이 없는

▶ 이웃 주민들과 정을 나누며 웃음이 가득한 이미지로, 아이들을 위한 복지와 안전에 있어서 안심이 되는 도시를 의미하고 있음

편안한 도시하면 떠오르는 연상 이미지



*연상 이미지는 실제 참여자들이 조별 과제(콜라주)시 사용한 사진과 비슷한 이미지로 선정

9위

크리에이티브 워크숍 키워드

아름다운

아름다운 도시는?

① 전통을 고수하면서 미적 감각이 느껴지는 도시

- 고즈넉한, 전통적인 건축물이 있는, 지역 언어가 정감가는
- 즐길 거리가 다양한, 화려함이 있는
- 자연 친화적인, 힐링이 되는

▶ 아름다운 도시는 도시의 역사, 현대의 화려함과 더불어 자연이 주는 편안함 까지 모두 갖춘 도시를 의미함

아름다운 도시하면 떠오르는 연상 이미지



*연상 이미지는 실제 참여자들이 조별 과제(콜라주)시 사용한 사진과 비슷한 이미지로 선정

10위

자유로운

자유로운 도시는?

① 개방성, 국제성을 띄고 있는 도시

- 세계적인 기업이 유치가 된
- 관광을 위한 교통 수단 이용이 편리한
- 관광 요소(장소, 먹거리, 축제)가 다양한

▶ 자유로운 도시는 개인과 기업 모두 활동하는 데 있어 제약이 없는 이미지를 내포 하고 있음

자유로운 도시하면 떠오르는 연상 이미지



*연상 이미지는 실제 참여자들이 조별 과제(콜라주)시 사용한 사진과 비슷한 이미지로 선정

11위

부산 도시브랜드 리뉴얼 디자인 개발

BUSAN IDENTITY RENEWAL

PR

홍보 개요

목적	시민이 참여하여 부산 도시를 새롭게 브랜드화하고 국내외에 부산광역시를 각인시키고자 함
행사명	부산광역시 도시브랜드 리뉴얼 2023
일정	22.11.15.(화) ~ 23.03.11.(토) 약 4개월
세부 프로그램	<ul style="list-style-type: none">1) 홈페이지 구축2) 공모전<ul style="list-style-type: none">- 부산 키워드 공모전- 슬로건 공모전3) 캠페인<ul style="list-style-type: none">- 시민 참여단 모집- 상상캠페인1 (시민참여단 상상플러스 발족식)- 상상캠페인2 (슬로건 선호도조사)- 시민 상상 나누기 캠페인- 상상 캠페인3 (디자인 선호도 조사)

세부 프로그램(안)_ 1. 홈페이지 구축

목적	2023년 부산광역시 도시브랜드 리뉴얼에 있어 시민참여를 보장하기 위해 소통의 장 및 프로젝트 홍보 창구 개설
주요 콘텐츠	<ul style="list-style-type: none"> - 시민참여단 소개(상상플러스) - 슬로건 공모전 - 디자인 선호도 조사
운영 일정	- 개설 : 22년 11월 24일(목) ~ 23년 6월
운영 내용	<ul style="list-style-type: none"> - 부산 도시 브랜드 리뉴얼 사업 홍보 및 이벤트 진행 - 시민과 소통하는 공간으로 선호도 조사 투표 진행 - 활동 갤러리 시민참여단 활동 사진 업로드
홈페이지	

세부 프로그램(안)_ 2. 공모전

부산 키워드 공모전

- 온라인 키워드 공모전 진행을 통해 부산 핵심 키워드를 확인, 키워드 순위 선정 및 핵심가치 도출 추진
- 부산 도시이미지 정량적 조사(~12.2(월))와 연계하여, 핵심 키워드를 부산 핵심가치 10~20개로 도출하고 슬로건 네이밍 개발 착수

행사명

부산 키워드 공모전 '#키워드 브랜드 상상모음전'

일정

22년 11월 15일(화) ~ 11월 27일(일) / (공식 인스타그램 댓글 참여)

결과

총 1만여 명, 총 13,059개(중복포함) 키워드 참여


(중복제외 : 2,247개)

	조사 결과		비고
	순위	키워드	건수
도시 키워드	1위	해운대	915건
	2위	광안리	521건
	3위	바다	430건
	4위	광안대교	395건
	5위	돼지국밥	352건

- (부산 도시이미지 정량적 조사) 도시 핵심가치 10~20개 도출
- (부산 도시이미지 최종 워크숍) 도시 최종 핵심가치 3개 도출

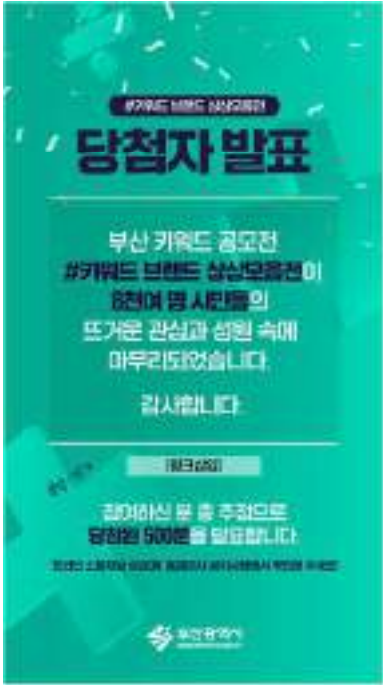
세부 프로그램(안)_ 2. 공모전

<부산 키워드 공모전 당첨자 발표 '#키워드 브랜드 상상모음전'>

#키워드 브랜드 상상모음전 발표 인스타그램 문안	
내용	시안
<p>부산 키워드 공모전 #키워드 브랜드 상상모음전이 1만여 명 시민의 뜨거운 관심과 성원 속에 마무리되었습니다.</p> <p>감사합니다.</p> <p>참여하신 분 중 추천으로 당첨된 500분을 발표합니다.</p> <p>'온라인 소통채널 상상ON' 홈페이지(https://www.busanbrand.co.kr) 공지사항에서 본인 인스타그램 아이디를 확인해주세요!</p>	

세부 프로그램(안)_ 2. 공모전

<부산 키워드 공모전 당첨자 발표 '#키워드 브랜드 상상모음전'>

#키워드 브랜드 상상모음전 발표 홈페이지 문안	
내용	시안
<p>#키워드 브랜드 상상모음전이 1만여 명 시민의 뜨거운 관심과 성원 속에 마무리되었습니다.</p> <p>참여해주신 모든 분께 감사드립니다. 참여하신 분 중 추첨으로 당첨된 500분을 발표합니다.</p> <p>이벤트에 당첨되신 분들은 경품 발송을 위해 아래 링크를 통해 성명 / 연락처 / 인스타그램 아이디 기재 부탁드립니다</p> <p>개인정보 수집 링크: https://naver.me/x1gasTiR</p> <p>#당첨자 확인 방법 1) ctrl+F 키를 누르고 본인 인스타그램 계정 아이디를 검색해주세요. (맨 끝자리 제외) 2) 12월 9일(금) 자정까지 개인정보를 입력해주세요. (개인정보 수집 링크에 기재) #당첨자 명단 추가 예정</p> <p>*개인정보 수집 동의, 성명, 연락처, 인스타그램 아이디 등의 수집에 대한 회신이 없을 시 당첨이 취소됩니다. *잘못된 개인정보 제공으로 인한 상품 오발송에 대해서는 책임지지 않습니다. *제공된 개인정보는 상품 발송 목적 외에는 사용되지 않으며, 발송 후 즉시 파기됩니다. *중복 당첨 시 경품 항목 1개로 제한됩니다.</p>	 <p>홈페이지 링크 : www.busanbrand.co.kr</p>

세부 프로그램(안)_ 2. 공모전 (붙임1. 부산 키워드 공모전 조사 결과)

부산도시 키워드			
1	해운대 (915건)	11	부산야경 (180건)
2	광안리 (521건)	12	야경 (166건)
3	바다 (430건)	13	갈매기 (136건)
4	광안대교 (395건)	14	부산갈매기 (118건)
5	돼지국밥 (352건)	15	불꽃축제 (113건)
6	자갈치시장 (316건)	16	낭만 (109건)
7	부산국제영화제 (295건)	17	롯데자이언츠 (102건)
8	국제시장 (230건)	18	2030엑스포 (99건)
9	태종대 (208건)	19	영화의도시 (98건)
10	밀면 (184건)	20	남포동 (94건)
:			
2228	국제화 (1건)	2238	근대역사 (1건)
2229	168모노레일 (1건)	2239	과학도시 (1건)
2230	그려지는도시 (1건)	2240	글로벌 (1건)
2231	과거와현재의공존 (1건)	2241	곽튜브 (1건)
2232	그리워지는도시 (1건)	2242	글로벌부산 (1건)
2233	과거현재미래 (1건)	2243	20대의추억 (1건)
2234	그린스타트 (1건)	2244	관광기념품 (1건)
2235	과거현재미래가공존하는도시 (1건)	2245	골목길아름다운도시 (1건)
2236	그사세부산 (1건)	2246	골목맛집 (1건)
2237	과원 (1건)	2247	게임축제 (1건)

세부 프로그램(안)_ 2. 공모전 (붙임2. 부산 도시 핵심가치 주요내용)

○ 부산시민 심층토의 진행(11.13(일)~11.14(월), 총36명) → 핵심가치 38개 선정


1	즐거운 Fun & Joyful	남포동 소극장, 전시장, 벅스코, 2030엑스포 등	11	깨끗한 Clean	여름, 바다, 해수욕장, 해운대, 바다내음, 여름바다, 여름휴가
2	설레는 Thrilled	요트경기장, 수상스포츠, 바다, 여름휴가, 여름 등	12	흥미로운 Exciting	바다수영, 남포동, 부산국제영화제
3	인상적인 Impressive	돼지국밥, 밀면, 비빔당면, 고갈비, 곰장어	13	활동적인 Active	송정 서핑, 서핑, 수영만 요트경기장, 서면
4	여름의 Summery	여름, 바다, 해수욕장, 해운대, 광안리	14	열광적인 Enthusiastic	야구, 사직야구장, 롯데 자이언츠, 이대호, 프로야구
5	활기찬 Energetic	야구, 사직야구장, 롯데 자이언츠, 부산국제영화제	15	전통적인 Traditional	부속물음식, 간짜장(계란프라이 올려주는)
6	다채로운 Varied	부산국제영화제, 광안리, 광안리 불꽃축제, 벅스코	16	자유로운 Free	요트, 길거리버스킹, 패들보드, 이기대수변공원
7	화려한 Gorgeous	2030엑스포, 해운대 모래예술, 영도 흰여울마을	17	젊은 Young	송정서핑, 서핑, 요트, 패들보드, 길거리버스킹
8	시원한 Cool	여름, 바다, 해수욕장, 해운대, 광안리, 광안대교	18	유명한 Popular	서면, 젊은여행객, 밀면, 자갈치, 곰장어, 국제시장
9	낭만적인 Romantic	회, 조개구이, 해산물, 생선, 요트, 수영만 요트경기장	19	신선한 Fresh	바다와 인접함, 해녀, 송정, 자갈치, 해산물, 멸치
10	정열적인 Passionate	여름, 바다, 해수욕장, 해운대, 광안리, 바다내음	20	풍요로운 Enrich	자갈치, 자갈치시장, 해산물, 멸치, 날것, 직접 잡은 해산물

세부 프로그램(안)_ 2. 공모전_부산 슬로건 공모전

부산 슬로건 공모전	- 부산 도시 슬로건 공모전 진행을 통해 시민들의 독창적인 슬로건 공모 및 도시 브랜드 리뉴얼에 대한 관심 고조
행사명	부산 슬로건 공모전 '#슬로건 브랜드 상상모음전'
일정	22년 11월 28일(월) ~ 12월 7일(수)(공식 인스타그램 댓글 참여) - 심사 기간 : 12월 9일(금) / 당첨자 발표 : 12월 12일(월) - 슬로건 공모전 최우수상(1명) 100만원 시상 및 슬로건 최종 후보 6개에 포함 - 슬로건 공모전 우수상(2명) 각 50만원 시상 - 공모전에 참여한 인원 대상 참가 경품 증정 (1만원 상당의 커피 기프티콘 300인 증정)
결과	총 300여 명, 최종 30안 선정
심사	대표성(25%), 창작 의도(25%), 대중성(25%), 독창성(25%)에 따른 부산 도시브랜드 위원회 심사를 통하여 선정


대표성(25%)	- 글로벌 허브 도시 부산을 대표할 수 있는가? - 글로벌 허브 도시 부산의 미래 비전을 담고 있는가?	대중성(25%)	- 많은 사람이 공감하고 이해할 수 있는가? - 슬로건으로 부르기에 어색하지 않고 자연스러운가?
창작 의도(25%)	- 담고 있는 의미가 부산과 잘 부합하는가? - 창작 의도가 슬로건 공모전 취지에 잘 부합하는가?	독창성(25%)	- 다른 사례를 참고 또는 모방했는가? - 공모한 슬로건이 기존의 관점과 다른 참신함을 갖고 있는가?

세부 프로그램(안)_ 2. 공모전_부산 슬로건 공모전

온라인 소통채널 상상은 공지사향	
내용	시안
<p>#슬로건 브랜드 상상 모음 공모전 공모 결과 발표</p> <p>부산 도시브랜드개발 #슬로건 브랜드 상상 모음 공모 결과를 다음과 같이 알려드립니다.</p> <p>최우수상 1인 World bridge 부산 (김승* / 352*)</p> <p>우수상 2인 Time for Busan (부산 시대) (이혜* / 359*)</p> <p>Connect Future! Busan 이태* / 263*</p> <p>참여해 주신 모든 분들께 진심으로 감사의 말씀을 전하며 앞으로도 지속적인 관심과 응원 부탁드립니다.</p> <p>감사합니다.</p> <p>경품 증정에 추첨으로 당첨된 300분의 명단은 아래에서 확인하실 수 있습니다.</p> <p>당첨자 발표 ㄱ-ㅎ 순 / 휴대폰 뒤 4자리 홍길* / 123*</p> <p>#수상자 안내 최우수상, 우수상을 수상한 분들에게겐 별도의 개별 연락을 통해 안내될 예정입니다</p> <p>#경품 당첨자 확인 방법 1) ctrl+F 키를 누르고 본인 핸드폰 번호 뒤 4자리 중 앞 3자리를 검색해 주세요. (휴대폰 번호 뒤 4자리 중 맨 끝자리는 *(별표) 표기) 2) 경품은 12월 23일(금) 공모전에 참여 시 작성한 핸드폰 번호로 일괄 지급 예정입니다.</p> <p>#당첨자 명단은 ㄱ-ㅎ 순으로 정렬했으며, 개인정보 보호를 위해 이름과 휴대폰 번호 뒤 4자리 중 맨 끝자리는 *(별표) 처리 했습니다.</p>	

세부 프로그램(안)_ 3. 시민참여단 모집 발족식

모집 목적	부산인구 340만명을 대표해 시민 340명 규모로 구성하고 MZ그룹과 Senior 그룹을 통합한 세대 통합형 팀구성으로 부산시의 상징성과 대표성을 확보
단체명	부산 도시브랜드 시민참여단 '브랜드 상상더하기+'
운영 일정	<ul style="list-style-type: none"> - 모집 기간 : 11월 24일(목) ~ 12월 5일 (월) / 12일 - 모집 발표 : 12월 9일(금)
모집 인원	<p>일반 시민 / 대학생 / 청소년을 20개 팀으로 나누어</p> <p>3회의 대형 캠페인 및 디지털취약계층 상상나눔 활동 전개</p>

2023 부산 도시 브랜드 개발 시민참여단 “부산 상상플러스”		시민참여단 모집 포스터
일반 시민 (240명)	<ul style="list-style-type: none"> ① 25세~70세, 부산의 16개 구 인구 비율에 기반해 각 구 별 10명 ~20명 성별/연령대별 고르게 분포해 구성 ② 개인 온라인 홍보활동 및 지역 기반 활동에 참여 	
대학생 (50명)	<ul style="list-style-type: none"> ① 부산 내 21개 대학 홍보대사 추천받아 구성(학교별 2명~3명) ② 캠페인 기획 및 현장 활동의 중심축 역할 ③ 캠퍼스 내 캠페인 전개 시 본인 학교에서 학생회와 연계해 캠페인 추진 	
청소년 (50명)	<ul style="list-style-type: none"> ① 부산 내 디자인계열 전공 고교 10개에서 각 5명씩 선발 ② 지역 활동 및 학내 캠페인 전개 ③ 봉사활동 점수 부여 	

세부 프로그램(안)_ 3. 시민참여단 모집 발족식

□ 시민참여단 상상더하기+ 발족식

목적

청소년/청년/중장년등 다양하게 구성된 시민참여단 상상더하기의 출발을 기념하며 앞으로의 활동에 대한 이해를 돕기 위한 오리엔테이션 진행

대상

부산 도시브랜드 리뉴얼 시민참여단 상상더하기+ 전원

일시 및 장소

12월 17일(토) 벅스코 컨벤션홀 3층 (그랜드볼룸)

참여단 구성

부산 시민 총 340명 선발/ 분임 별 17명 - 총 20개 분임

분임 별 17명씩 총 20개 분임 구성		
대학생	청소년	일반 시민
2 or 3 명	2 or 3 명	12 명

주요 프로그램

- ① 시장님 인사말씀
- ② 부산 도시 브랜드 개발 목적 및 의의 소개
- ③ 부산 시민참여단 선서식 및 위촉식
- ④ 단체 사진 촬영
- ⑤ 부산 시민참여단 오리엔테이션
- ⑥ 팀빌딩

세부 프로그램(안)_ 3. 시민참여단 모집 발족식

□ 타임테이블

구분	시간		주요내용	비고
리셉션	13:00~14:00	60'	참가자등록 및 입장	명찰, 단체티 수령 키워드작성 및 부착
티타임	13:50~14:00	10'	VIP 사전환담	1층 VIP대기실
1부 (발족식)	14:00~14:05	5'	내빈소개 및 국민의례	
	14:05~14:10	5'	인사말씀	시장님
	14:10~14:15	5'	축사	의장님
	14:15~14:35	15'	부산 도시브랜드 소개	
			-의의와 목적 -브랜드 방향과 지향점	황부영 총괄디렉터 나건 총괄 디자이너
	14:35~14:45	10'	부산시민참여단 선서 및 위촉식	참여단 대표 3인 선서
	14:45~15:00	15'	기념촬영	
휴식				
2부 (참여단 활동)	15:20~15:40	20'	부산 시민참여단 오리엔테이션	[부산시]
	15:40~16:10	30'	아이스브레이킹	[전문MC]
	16:10~17:10	60'	팀빌딩	
	17:10~17:30	20'	분임리더선출	
	17:30~18:00	30'	마무리 및 해산	

세부 프로그램(안)_ 3. 시민참여단 모집 발족식

□ 사진



세부 프로그램(안)_ 4. 시민참여단 상상더하기 활동

□ 시민참여단 상상더하기+활동

주요활동

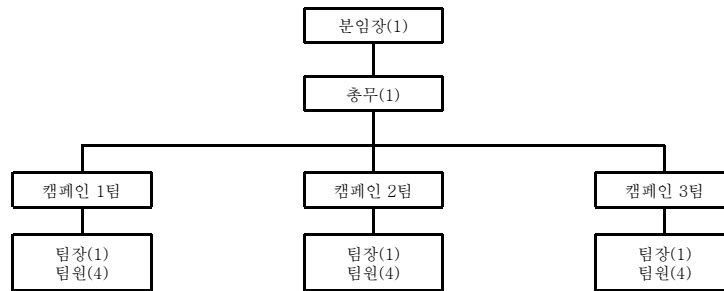
- ① 시민참여단 발족식 '부산 도시브랜드 상상온(ON)' 참석
- ② 슬로건/디자인 선호도 조사 및 디지털 소외 이웃지원 캠페인
- ③ 각종 리서치 및 의견 개진

프로그램		주요 내용		프로그램	주요 내용
시민참여단 발족식	발족식	○일시 : '22.12.17.(토), 09:00 ○장소 : 벅스코 컨벤션홀 3층 ○참석 : 시장, 총괄 디자이너, 총괄 디렉터, 참여단 등	상상나누기 캠페인	캠페인	○기간 : '23.1.16.(월) ~ 2.28.(화) * 분임별 1회 이상 ○장소 : 디지털 소외이웃이 존재하는 모든 공간
상상클래스(1차)	기획회의	○일시 : '22.12.18.(일), 14:00 ○장소 : 청년두드림센터 대회의실 ○참석 : 도시브랜드전략팀장, 시민참여단 60여 명	상상토론회	토론회	○일시 : '23.2.19.(일), 14:00 ○장소 : 시청 1층 대회의실 ○참석 : 기획관, 총괄 디자이너, 총괄 디렉터, 참여단 등
슬로건 선호도 조사	캠페인	○기간 : '23.1.4.(수) ~ 1.8.(일) ○장소 : 지하철역, 김해공항, 부산역 등 주요 캠페인 거점	상상클래스(3차)	기획회의	○일시 : '23.2.19.(일), 16:00 ○장소 : 시청 1층 대회의실 ○참석 : 도시브랜드전략팀장, 시민참여단 60여 명
상상클래스(2차)	기획회의	○일시 : '23.1.15.(일), 13:00 ○장소 : KT&G 상상마당 3층 ○참석 : 도시브랜드전략팀장, 시민참여단 60여 명	디자인 선호도 조사	캠페인	○기간 : '23.2.28.(화) ~ 3.8.(수) ○내용 : 디지털 소외이웃 기관 재방문, 주요 역사 캠페인
상상 토크콘서트	콘서트	○일시 : '23.1.15.(일), 15:00 ○장소 : KT&G 상상마당 3층 ○참석 : 기획관, 총괄 디자이너, 총괄 디렉터, 참여단 등	도시브랜드 선포식	해단식	○일시 : '23. 3. 21.(화) ○장소 : 벅스코 컨벤션홀 3층 ○참석 : 시장, 총괄 디자이너, 총괄 디렉터, 참여단 등

세부 프로그램(안)_ 4. 시민참여단 상상더하기 활동

분임 구성

- ① 분임 체제 : 20개 분임(분임별 17명 구성)
- ② 분임별 분임장 1명, 총무 1명 캠페인팀 15명(총 3팀/ 각 5명)



- 캠페인 3개팀은 각각 슬로건선호도조사기획팀,
- 도시브랜드선호도조사기획팀, 상상나누기기획팀 역할

주요 성과

- **(시민의견 반영)** 4개월간, 부산시민 340만 명을 대표해 현장에서 직접 시민 의견을 듣고, 부산 도시브랜드를 설명하는 활동을 펼침으로써 새로운 도시브랜드에 대한 시민여론 수렴 및 공감대 형성 추진
- **(시민참여 독려)** 공모전, 참여 조사, 캠페인 등 21회에 걸친 시민 소통을 바탕으로 도시브랜드 리뉴얼이 범시민이 공감하는 'Mega Project'로 추진될 수 있도록 부산시민 10만여 명* 참여를 견인 * (슬로건 선정) 1만3천여 명 (슬로건 선호도) 2만5천여 명 (디자인 선호도) 6만여 명

시사점

- **(민주성 강화)** 부산의 위상과 비전을 반영한 새로운 도시브랜드 결정에 시민참여단 자발적인 참여와 토론을 통한 의사결정을 바탕으로 시민참여도를 제고하고, 절차적 민주성을 확보함
- **(소통행정 실현)** 10만 시민의 의견이 도시브랜드 리뉴얼에 반영되게 함으로써 새로운 도시브랜드가 대내적으로 시민의 자긍심을 높이고, 시민 공감과 참여를 바탕으로 소통행정을 구현함으로써 시민이 행복한 부산으로 도약하는 계기가 됨
- **(대외경쟁력 제고)** 적기에 도시브랜드 리뉴얼을 추진함으로써 부산 브랜드가 대외적으로 가치 있게 인정받을 수 있는 초석을 마련하고, 글로벌 허브도시로서 부산의 도시경쟁력을 강화하는 기반을 구축함

세부 프로그램(안)_ 5. 시민 브랜드 상상 캠페인

□ 시민 브랜드 상상 캠페인 - “슬로건 시민 선호도 조사”

목적

부산 슬로건 최종 후보 3개 안에 대한 범시민 선호도 확인

대상

부산 시민/대국민

일시

2023년 1월 4일 (수) ~ 1월 8일 (일)

개요

시민참여단이 부산 시내 주요 전철역 및 공공시설 등 주요 캠페인 거점에서 슬로건 후보안에 대한 시민대상 선호도 조사 활동 진행

운영

- 캠페인 장소 : 20개 캠페인 대상지역 중 분임별 1개지역 선정 / ※ 주요 캠페인 거점(해당 장소 사전 협조 필요)

장소	평일	주말
지하철	덕천역, 사상역, 연산역, 수영역, 동래역, 국제금융센터역	서면역, 부산역, 경성대(부경대)역, 남포역
교통시설	부산역(KTX), 노포동종합버스터미널, 김해공항 등	
기타	벡스코, 롯데월드, 센텀시티등	

세부 프로그램(안)_ 5. 시민 브랜드 상상 캠페인

-캠페인 시간 : 평일 1일, 주말 1일 최소 2시간씩 진행 권장 / ※ 장소별 유동인구를 고려하여 활동시간 분임별 결정

-진행방식 : 고정스팟 (이젤을 활용한 스티커 투표) + 게릴라 홍보활동(태블릿을 활용한 2인 1조 단위 선호도 조사 진행)

구분	고정투표소 운영	이동식 투표소 운영
투표방식	이젤에 거치된 폼보드에 스티커를 부착하는 형식의 투표	태블릿에 선호 안 터치(클릭)
투표도구	슬로건이 인쇄된 폼보드 및 이젤	태블릿 PC(렌탈)
운영스팟	2개 스팟에서 운영	최소 2개조 운영(2인 1조)
지급품	홍보배너 2set, 이젤, 간이테이블1ea, 의자2ea, 시민참여관측물(사탕류) 슬로건후보안 폼보드, 스티커, 태블릿PC 등 ※캠페인 전 운영사무국에서 지급 및 행사종료 후 회수	



세부 프로그램(안)_ 5. 시민 브랜드 상상 캠페인

□ 시민 브랜드 상상 캠페인 - “상상토크온”



세부 프로그램(안)_ 5. 시민 브랜드 상상 캠페인

□ 시민 브랜드 상상 캠페인 - “상상나누기”

목적

노년층, 장애인 등 디지털 사각지대에 있는 이웃에게 브랜드리뉴얼 과정에 참여할 수 있도록 지원하는 상상나누기÷ 캠페인 전개

대상

부산시내 디지털 소외 이웃(고령자, 장애인 관련 시설 등)

일시

2023년 1월 ~ 2월

운영

- ① 분임별 디지털 소외 이웃 대상 시설 및 단체 섭외
 - 1차 방문하여 부산 브랜드 리뉴얼 관련 소개 및 참여 방법 안내
 - 디자인 선호도 조사 진행시 재방문하여 참여 지원
 - 교육을 위한 기자재는 분임별 준비(소요 비용 지원)
- ※상상은 진행시 및 분임별 디지털 상상나누기기획팀에서 기획안 작성 및 제출
- ② 운영사무국에 캠페인 요청 접수시 분임별 배당



세부 프로그램(안)_ 5. 시민 브랜드 상상 캠페인

□ 시민 브랜드 상상 캠페인 - “상상대토론회”



세부 프로그램(안)_ 5. 시민 브랜드 상상 캠페인

□ 시민 브랜드 상상 캠페인 - “상상대토론회”



세부 프로그램(안)_ 5. 시민 브랜드 상상 캠페인

□ 시민 브랜드 상상 캠페인 - “디자인 시민 선호도 조사”

목적

부산 디자인(CI, BI) 최종 후보 3개 안에 대한 범시민 온오프라인 조사를 병행하고, 오프라인으로 브랜드 상상더하기+ 캠페인 전개

대상

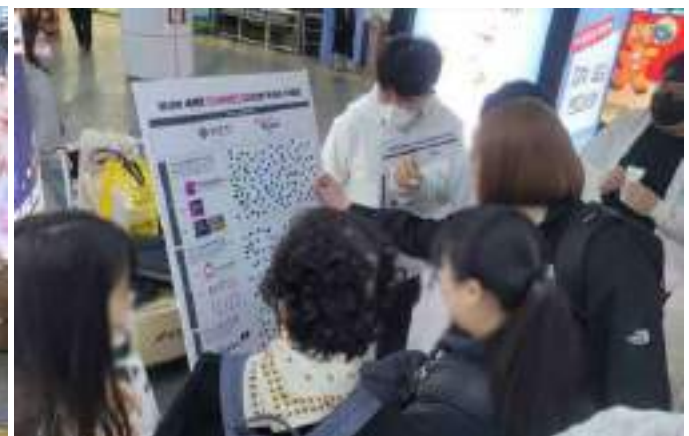
부산 시민/대국민)

일시

2023년 2월 28일 (화) ~ 3월 8일 (수)

운영

- ① 슬로건 시민 선호도 조사와 동일한 방식으로 운영
- ② 대학생/청소년: 학교 개강시즌을 감안하여 대학·고교에서 디자인 전시 및 조사 참여 독려 (후보안 전시 및 QR코드반영 홍보물 제작)
- ③ 일반시민: 부산 도시브랜드 상상더하기+와 구·군이 연계하여 지역별 온라인 참여 독려 (시민참여단은 개인별 단독방 및 카페 등 온라인 커뮤니티 등에 홍보 활동 진행)



세부 프로그램(안)_ 5. 시민 브랜드 상상 캠페인



부산 도시브랜드 리뉴얼 디자인 개발

BUSAN IDENTITY RENEWAL

슬로건개발

부산 도시브랜드 리뉴얼 개발
BUSAN IDENTITY RENEWAL

기본방향
Viewpoint

부산 도시브랜드의 변천사

부산광역시의 상징물은 지역을 식별하기 위한 CI와 BI를 20년 이상 꾸준히 활용.
오랫동안 활용되어 온 CI와 BI를 **현재의 트렌드에 맞게 전략적인 변화 필요.**

부산광역시로 승격										2002 한일월드컵 계기로 도입																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
1995년 이전										> 1995년										> 2003년										> 2010년										> 2014년										> 2018년										> 2022년																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
대표 상징 (CI)						부산광역시 BUSAN METROPOLITAN CITY																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				</	

부산 도시브랜드 리뉴얼 배경

Global City Brand Identity

INTERNAL ISSUE

대한민국의 새로운 성장축으로서 부산광역시의 글로벌 도시 위상강화를 위해
새로운 도시 브랜드 개발 필요성 대두

글로벌 허브도시로서 부산의 대외적 위상과
글로벌 성장 전략에 맞는 도시브랜드 재정립 요구

싱가포르, 홍콩을 뛰어넘는 글로벌 도시로 부상하기 위한 모멘텀 도래

EXTERNAL NEEDS

글로벌 도시로서의 품격을 높이고
이를 통해 도시 경쟁력 제고

아시아 10대 행복도시 부산의
긍정적 이미지를 국내외 고취

대한민국 제 2의 도시로서의
위상정립으로 자긍심 고취

부산 도시브랜드 기본방향

시민들의 의식속에 내재화된 부산 도시브랜드의 가치를 표출하고 반영하여
시민과 전문가들이 참여하여 만드는, 범 시민이 공감할 수 있는 부산 도시 아이덴티티를 확립.

ISSUE 1. CORE VALUE

내재화된 “상상”속 부산의 핵심가치 발굴

ISSUE 2. GOVERNANCE

시민, 전문가의 참여와 협력으로 브랜드 개발

ISSUE 3. BRAND PORTFOLIO

브랜드 일원화·연계 전략으로 상징체계의 명확화

ISSUE 4. ACTIVITY

브랜드 개발 후에 성공적인 확산방안

부산 도시브랜드 리뉴얼 개발

BUSAN IDENTITY RENEWAL

도시정체성 분석

Identity analysis

브랜드 정체성 도출을 위한 기본 구조

도시브랜드 정체성 분석 프로세스

도시 정체성을 분석하고 이해하기 위해 부산의 무형가치(Soft Ware), 유형가치(Hard Ware) 시민인식(People Insight) 3가지 측면을 검토하여 도시 핵심가치 도출



브랜드 정체성 도출을 위한 부산 도시 분석

Soft Ware : 부산의 역사에 기반한 도시위상

역사적으로 대륙과 해양을 잇는 교두보이자 대한민국의 관문으로 피란수도이자 산업화의 중심지였으며 현재 세계 2위의 환적항이자 세계 7위 컨테이너 항만을 보유한 허브도시

나라의 관문

왜관을 통해 일본인의 입국 및 교역 장소로 활용



1876년 부산항개항
(우리나라 최초의 개항)

부산부 (일제강점기)

피란 수도

1950년~1953년 정부부처의 부산 이전 및 임시 수도로서의 역할 수행



부산시 (1949~1962)
1955년 부산지역인구 100만명 돌파

부산직할시(1963 ~ 1994)
경공업산업의 중흥기 이룩,
국가경제발전에 기여

항만물류도시

부산항을 동북아 허브항만으로 육성하기 위한 다각적인 노력 진행 중



부산광역시(1995 ~ 현재)
세계 제2위의 환적항이자
글로벌 물류 허브도시로 성장

역사적인

지형적특성(가마솥)

나라의 관문

피란수도

회복 탄력성있는

허브도시

도전정신

성장하는

확장하는

개방적인

항만·해양관광

동북아 중추도시

브랜드 정체성 도출을 위한 부산 시정 분석

Soft Ware : 부산시 시정비전 및 도시목표

부산의 시정비전과 시정기조, 6대 도시목표 18개 세부목표 검토를 통한 부산이 지향하고자 하는 핵심 미래가치의 키워드 도출



Livable City

Workation City

Embrace

Smart City

혁신적인

Global Hub

Wave

Green Tomorrow

따뜻한 공동체

문화관광의 앵커도시

창조적인

빠르게 선도하는

시민이 행복한

아시아 창업도시

매력있는

브랜드 정체성 도출을 위한 부산 정책 분석

Soft Ware : 부산시 주요정책

부산의 정책 목표와 7대 중점 추진전략, 32개의 정책 검토하여
부산이 추진하고자 하는 현재 가치의 키워드 도출



대한민국 최초의
세계박람회 유치

초광역 단일경제권

글로벌 혁신도시

안전하고 깨끗한

인재양성의

더 나은 미래를 품은 도시

쾌적한 환경도시

Co-Working

누구나 즐기는
생활문화도시

편리한

디지털 금융중심지

Converging

지속가능한 환경생태도시

상생발전, 균형발전

품격있는 문화도시

브랜드 정체성 도출을 위한 부산 도시 분석

Soft Ware : 소결

부산의 무형적 가치 요소인 역사, 시정비전, 주요정책을 조사분석하여 100여개의 Keyword를 도출하여 9개의 Core Value로 압축

부산의 도시위상



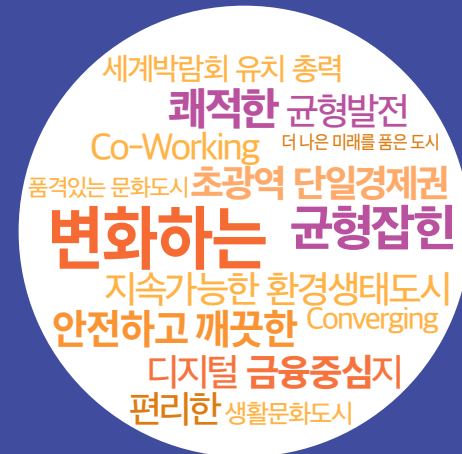
관문 . 개방적인 . 글로벌 허브

시정비전 및 도시 목표



살고싶은 . 포용하는 . 스마트한

주요정책



변화하는 . 균형잡힌 . 쾌적한

브랜드 정체성 도출을 위한 부산 도시 분석

Hard Ware : 부산의 환경자원

산과 바다, 낙동강으로 둘러 쌓인 천혜의 자연환경과 기후환경으로 휴양, 휴식을 동시에 누릴 수 있는
워케이션 도시이며, 7개의 해수욕장과 7개의 해안교량이 어우러진 매력적인 해양도시

부산의 지정학적 위치

지명의 의미 _ 1402년 富山(부자 “富” _ 풍요한 자연환경)
1470년 釜山(산모양이 가마꼴 형태) 사용

기후적 특징 _ 4계절이 뚜렷한 온대기후(연평균 0~29°C)로
1년 내내 즐길 수 있는 휴양도시

지형적 특징 _ 산과 강, 바다가 어우러진 천혜의 자연환경을
갖춘 워케이션 도시

7 Beach 7 Bridge

7개의 해수욕장과 7개의 해안교량이 어우러진
매력적인 해양도시



천혜의 자연

해양도시

삼포지향

힐링의 도시

역동적인

해양스포츠의 도시

낭만있는

쉽이있는

입체환경도시

연결되는

워케이션

온화한

브랜드 정체성 도출을 위한 부산 도시 분석

Hard Ware : 부산의 주요산업

부산은 문화관광, 마이스산업, 국제금융 등 비즈니스 중심도시로 자리매김 하여 미래를 앞서는 산업체계 구축과 함께 친환경 그린스마트도시로 도약

부산의 산업적 성과



마이스산업의 선두	교류하는	Open	Eco-Friendly	융합하는	생동감있는	젊은
아시아 대표 영화제	관광일류도시	혁신적인	액티브한	가능성있는	금융허브	디지털스마트도시

브랜드 정체성 도출을 위한 부산 도시 분석

Hard Ware : 부산의 도시인프라

최첨단 트라이포트를 보유한 아시아 제1의 글로벌 허브도시로서
교육, 문화 등 생활 인프라 뿐 아니라 미래를 선도하는 인프라까지 보유한 **시민행복도시**



Tri-Port

하늘, 바다, 육지가 모두 연결된
최첨단 **트라이포트** 보유도시



항만물류

세계 물류의 중심인 부산신항을 보유한
대한민국 1위 글로벌 물류허브도시



교육시설

21개 대학 보유,
매년 4만명의 졸업생을 배출하는 **인재육성도시**



문화시설

예술이 어울어진 품격있는 문화도시
(부산오페라하우스, 부산국제아트센터 개관)



혁신인프라

규제자유특구, 경제자유구역 등으로
미래 신산업을 이끌어갈 **그린스마트 선도도시**

변화하는

연결되는

Ocean Science
Mecca

Hub Port

해양산업 중심지

대전환의

개방적인

역동적인

진취적인

살기좋은

활기찬

열정적인

브랜드 정체성 도출을 위한 부산 도시 분석

Hard Ware : 소결

부산의 유형가치인 환경자원, 주요산업, 도시인프라를 조사분석하여 100여개의 Keyword를 도출하여 9개의 Core Value로 압축

부산의 환경자원



워케이션 . 심이있는 . 낭만적인

부산의 주요산업



활기찬 . 열려있는 . 혁신적인

부산의 도시인프라

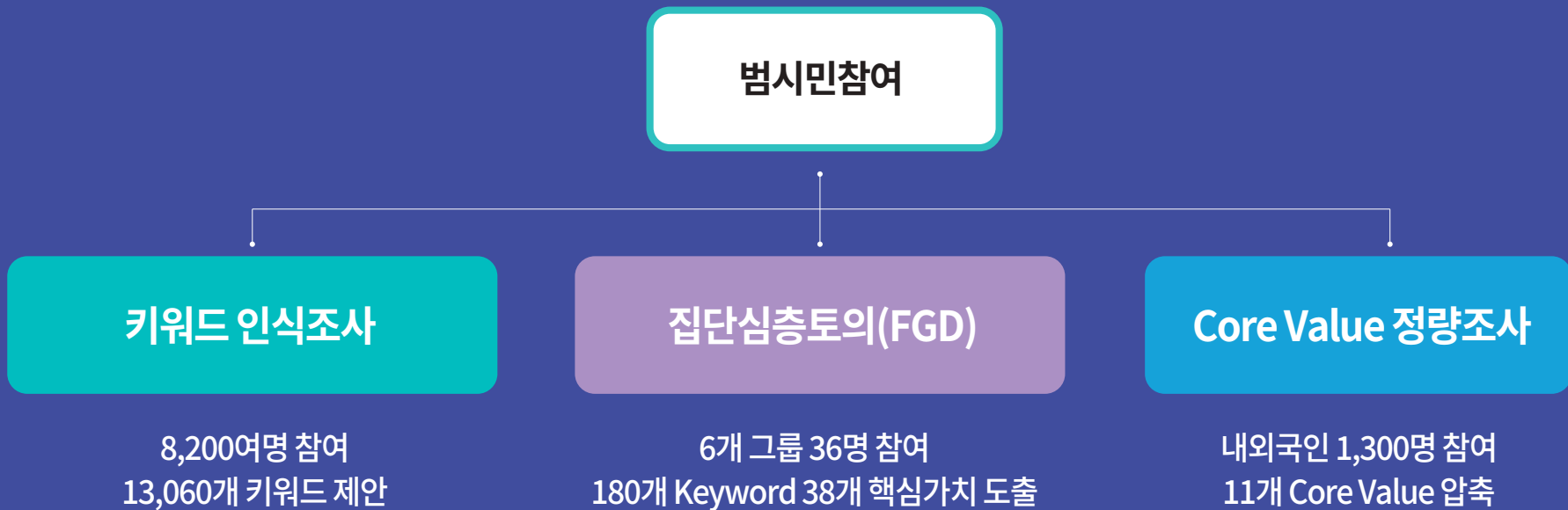


연결되는 . 살기좋은 . 진취적인

브랜드 정체성 도출을 위한 부산 도시 분석

People Insight : 부산에 대한 이미지 조사

부산 시민과 부산을 인지하는 내·외국인의 부산에 대한 인식을 조사분석하여
Keyword를 도출하고 이를 정량화하여 Core Value를 선정



부산하면 떠오르는 대표 키워드를 온라인 플랫폼을 통해 범시민 인식조사 실시,
총 8,192명의 시민참여 및 총 13,060개 부산 도시 키워드 도출

- 132 -

브랜드 정체성 도출을 위한 부산 도시 분석

People Insight : 부산 시민 집단심층토의

시민참여로 만들어진 13,060개의 부산도시 키워드를 부산시민 집단심층토의를 통해 180개의 Keyword로 압축 후, 핵심가치 38개 도출

즐거움	빠른	살기좋은	친근한	위로	여유로운	심장	일상적인	사람냄새나는	기대감	토속적인	오래된
널리 알려진	가끔의	자연	화합	무난한	추억의 장소	든든한	독보적인	잘 꾸며진	혼연일체의	허브 역할의	따뜻한
부산만의 문화	생명력있는	설레는	부산만의	신선한	다이내믹한	부산의 자존심	글로벌한	많은	왕성한	힘이 있는	활기찬
고유한	낮선	웃음	공감대	역사적인	깨끗한	다채로운	특이한	다양한	생소한	저렴한	국제적인
단합	웅장한	상쾌한	상업적인	잊을수 없는	화려한	자유로운	푸집한	유명한	탁트인	대접하고 싶은	힙한(멋진)
소수의	평범한	시원한	젊은	흔한	가보고 싶은	역동적인	먹고싶은	새로운	교양있는	특출함	낭만적인
독특한	고급스러운	세련된	정적인	푸근한	조용한	친숙한	건강한	뜨거운	특색있는	마케팅을 잘한	시끌시끌한
나만의	서민적인	정제된	싱싱한	피곤한	청량한	힐링	만족하는	원조의	불거리 많은	대중적인	여행온듯한
한적한	달콤한	재미있는	행복한	믿을 수 있는	정감있는	협조적인	공감되는	시끌벅적한	아기자기한	희망찬	광활한
편안함	편안한	옛것을 지키는	우호적인	어울리는	부산 특유의	외진	스트레스 해소되는	기대되는	로컬의	근본의	레트로
풍요로운	전통적인	더운	강렬한	가정적인	자극적인	기분이 좋은	소울	가성비있는	맛있는	소통하는	수요가 많은
은은한	스릴감있는	정이 있는	상징성	개방적인	유일한	정겨운	아름다운	차별적인	멋진	신기한	예쁜
핫한	대표적인	뿌듯한	부산다운	눈부신	애매한	포만감	가족적인	역사가 있는	신나는	예술적인	익숙한
부산의 상징	경이로운	국룰의	그림같은	그리움	활동적인	복잡한	폭 빠져있는	편한	가고싶은	쾌감있는	특별한
미래적인	아쉬움	열정적인	시끄러운	자부심	우정	새로운 만남	부러운	전통	해양도시	힘이되는	



즐거움
설레는
인상적인
여름의
활기찬
다채로운
문화예술의

화려한
시원한
낭만적인
정열적인
깨끗한
흥미로운

전통적인
자유로운
젊은
유명한
신선한
풍요로운

개방적인
세련된
정감있는
함께하는
역동적인
여유로운

역사적인
웅장한
서민적인
경이로운
해양스포츠의
새로운

아름다운
미래지향적인
가족적인
열광적인
활동적인
편안한
글로벌한

브랜드 정체성 도출을 위한 부산 도시 분석

People Insight : 부산 Core Value 정량조사

부산을 인지하는 내·외국인 1,300명을 대상으로 38개의 도시 핵심가치 온라인 설문조사 실시,
정량조사를 통하여 11개의 Core Value로 압축

즐거운
설레는
인상적인
여름의
활기찬
다채로운
문화예술의

화려한
시원한
낭만적인
정열적인
깨끗한
흥미로운

전통적인
자유로운
젊은
유명한
신선한
풍요로운

개방적인
세련된
정감있는
함께하는
역동적인
여유로운

역사적인
웅장한
서민적인
경이로운
해양스포츠의
새로운

아름다운
미래지향적인
가족적인
열광적인
활동적인
편안한
글로벌한



CORE VALUE

글로벌한

자유로운

문화예술의

활기찬

미래지향적인

깨끗한

편안한

아름다운

여유로운

낭만적인

풍요로운

브랜드 정체성 도출을 위한 부산 도시 분석

정체성 도출 결론 : Final Creative Workshop

부산시민 80명을 대상으로 워크숍을 실시하여 부산의 새로운 Brand Essence를 선정,
Soft Ware, Hard Ware, People Insight의 20개 Core Value를 3개의 Brand Essence로 압축

CORE VALUE

글로벌한 | 포용하는 | 연결되는 | 열려있는 | 미래지향적인 | 활기찬 | 자유로운 | 편안한 | 아름다운 | 여유로운
관문의 | 문화예술의 | 혁신적인 | 변화하는 | 진취적인 | 살고싶은 | 깨끗한 | 쉽이있는 | 풍요로운 | 낭만적인



BRAND ESSENCE

글로벌한 · 미래지향적인 · 활기찬 · 여유로운

부산 도시정체성 분석 체계도

BRAND ESSENCE

글로벌한 · 미래지향적인 · 활기찬 · 여유로운

CORE VALUE

글로벌한 | 포용하는 | 연결되는 | 열려있는 | 미래지향적인 | 활기찬 | 자유로운 | 편안한 | 아름다운 | 여유로운
관문의 | 문화예술의 | 혁신적인 | 변화하는 | 진취적인 | 살고싶은 | 깨끗한 | 심이있는 | 풍요로운 | 낭만적인

KEYWORD

관문의 자주적인 글로벌 허브인 살고싶은 포용하는 스마트한 변화하는 화려한 연결되는 Be a gateway Independent Global hub Livable Embrace Smart Changing Gorgeous Connected	균형잡힌 진취적인 역사적인 편안한 가족적인 문화예술의 자유로운 신선한 설레는 Balanced Adventurous Historical Cozy Family-oriented Culture & Art Free Fresh Thrilled	워케이션 풍요로운 낭만적인 활기찬 개방적인 다채로운 심이있는 젊은 전통적인 Workation Enrich Romantic Energetic Exotic Varied Healing Young Traditional	역동적인 미래지향적인 깨끗한 흥미로운 시원한 열정적인 활동적인 여름의 새로운 Dynamic Futureristic Clean Exciting Cool Passionate Active summerly New	정감있는 함께하는 여유로운 즐거움 활기찬 쾌적한 해양스포츠의 세련된 유명한 Warm Harmoniuos Relaxed Fun & Joyful Energetic Pleasant Marine sports Sophisticated Famous	인상적인 아름다운 글로벌한 혁신적인 웅장한 열광적인 경이로운 서민적인 열려있는 Impressive Beautiful Global innovative Magnificent Enthusiastic Wonderous Folksy Open
--	--	--	---	---	--

슬로건 개발 방향

의미 측면

Hard Ware, Soft Ware와 People Insight를
통해 도출한 Brand Identity
‘글로벌한·미래지향적인·활기찬·여유로운’을
담은 슬로건

형태 측면

기억용이성, 발음용이성, 의미전달성,
활용성 등을 고려한
간결하고, 쉬운 표현



1~2개의 단어로 표현된 간결한 슬로건
다양한 연령대가 이해할 수 있는 쉬운 표현

부산 도시브랜드 리뉴얼 개발

BUSAN IDENTITY RENEWAL

슬로건 최종후보안

Slogan Candidate

후보안 1

Busan is Good

부산이라 좋다



부산에 대한 자긍심, 만족감을 좋다(Good)로 표현
세계적이고(**G**lobal) 특색있는(**O**riginal) 개방적인(**O**pen),
다이나믹(**D**ynamic)한 부산의 다양성을 상징화

후보안 1

Busan is good 활용 예시

Busan is Good to live.

Busan is Good to work.

Busan is Good to play.

Busan is Good for Business.

Busan is Good to enjoy.

Busan is Good for traveling.

후보안 2

Bridge for All, Busan

모두를 연결하는, 부산



관문도시 부산의 위상을 브릿지(Bridge)로 표현
사람을 연결하고 (For People), 세계를 연결하는 (For World)
모두를 위해 연결하는, 부산

후보안 2

Bridge for All, Busan 활용 예시

Bridge for **People** Busan

Bridge for **Worlds** Busan

Bridge for **Happiness** Busan

Bridge for **Educations** Busan

Bridge for **Business** Busan

Bridge for **Possibilities** Busan

후보안 3

True Place, Busan

진정한 도시, 부산



하나하나의 가치에 진심을 담아 부산의 진정성(True)을 표현
진정한 여행(True Travel), 진정한 미래 (True Future)
진정한 다양성이 공존하는 곳, 부산

후보안 3

True Place, Busan 활용 예시

True **Travel**, Busan

True **Happiness**, Busan

True **Life**, Busan

True **Satisfaction**, Busan

True **Technology**, Busan

True **Future**, Busan

최종 후보 3안

1안

Busan is Good

부산이라 좋다

Busan is Good **to live.**

Busan is Good **to work.**

Busan is Good **to play.**

2안

Bridge for All, Busan

모두를 연결하는, 부산

Bridge for **People** Busan

Bridge for **Worlds** Busan

Bridge for **Business** Busan

3안

True Place, Busan

진정한 도시, 부산

True **Travel** Busan

True **Happiness** Busan

True **Life** Busan

부산 도시브랜드 리뉴얼 개발

BUSAN IDENTITY RENEWAL

슬로건 선호도 조사

Slogan Vote

오프라인 조사

2023. 1. 4(수)~1.8(일)

지하철역, 철도역, 공항, 버스터미널 등 총 12곳에서 조사

온라인 조사

2023. 1. 4(수)~1.10(화)

부산 도시브랜드 플랫폼 (상상ON) 온라인 선호도 조사

오프라인 선호도 조사

조사기간 : 2023. 1. 4(수)~1.8(일)

조사방법 : 부산 도시브랜드 시민참여단(상상더하기+) 범시민 오프라인 선호도 조사 캠페인

투표인원 : 16,488명

- 평일 : 6,742명
- 주말 : 9,746명

1

1안

Busan is Good

부산이라 좋다

43%
(7,079명)

2안

Bridge for All, Busan

모두를 연결하는, 부산

42%
(6,964명)

3안

True Place, Busan

진정한 도시, 부산

15%
(2,445명)

온라인 선호도 조사

조사기간 : 2023. 1. 4(수)~1.10(화)

조사방법 : 부산 도시브랜드 플랫폼 (상상ON) 온라인 선호도 조사

투표인원 : 8,732명

- 거주지역 - 부산시민 : 6,202명(71%), 타지역 : 2,530명(29%)
- 연 령 대 - 20대 미만 : 536명(6%), 20대 : 2,559명(29%), 30대 : 2,384명(26%), 40대 : 1,901명(22%), 50대 이상 : 1,452명(17%)

1

1안

Busan is Good

부산이라 좋다

49%
(4,294명)

2안

Bridge for All, Busan

모두를 연결하는, 부산

46%
(4,017명)

3안

True Place, Busan

진정한 도시, 부산

5%
(421명)

슬로건 선호도 조사 합계

투표인원 : 총 25,220명

- 오프라인 선호도 조사 : 16,488명
- 온라인 선호도 조사 : 8,732명

1

1안

Busan is Good

부산이라 좋다

47.8%
(11,373명)

2안

Bridge for All, Busan

모두를 연결하는, 부산

45.2%
(10,981명)

3안

True Place, Busan

진정한 도시, 부산

11%
(2,866명)

※온라인 조사 40%(중복성참여 배제), 오프라인 조사 10%(중복참여 가능) 반영

부산 도시브랜드 리뉴얼 디자인 개발

BUSAN IDENTITY RENEWAL

디자인개발

Brand Design Structure

브랜드 디자인 개발 체계도

4만여명의 시민·전문가 참여로 만들어진 새로운 도시 슬로건 “Busan is Good”,
부산의 가치와 정체성을 담은 새로운 도시 심벌마크 디자인개발

Brand Identity

글로벌한·미래지향적인·활기찬·여유로운

Brand Slogan

Busan is Good

부산이라 좋다

Brand Design

City Identity(CI)



▶ 디자인 개발

Brand Identity(BI)

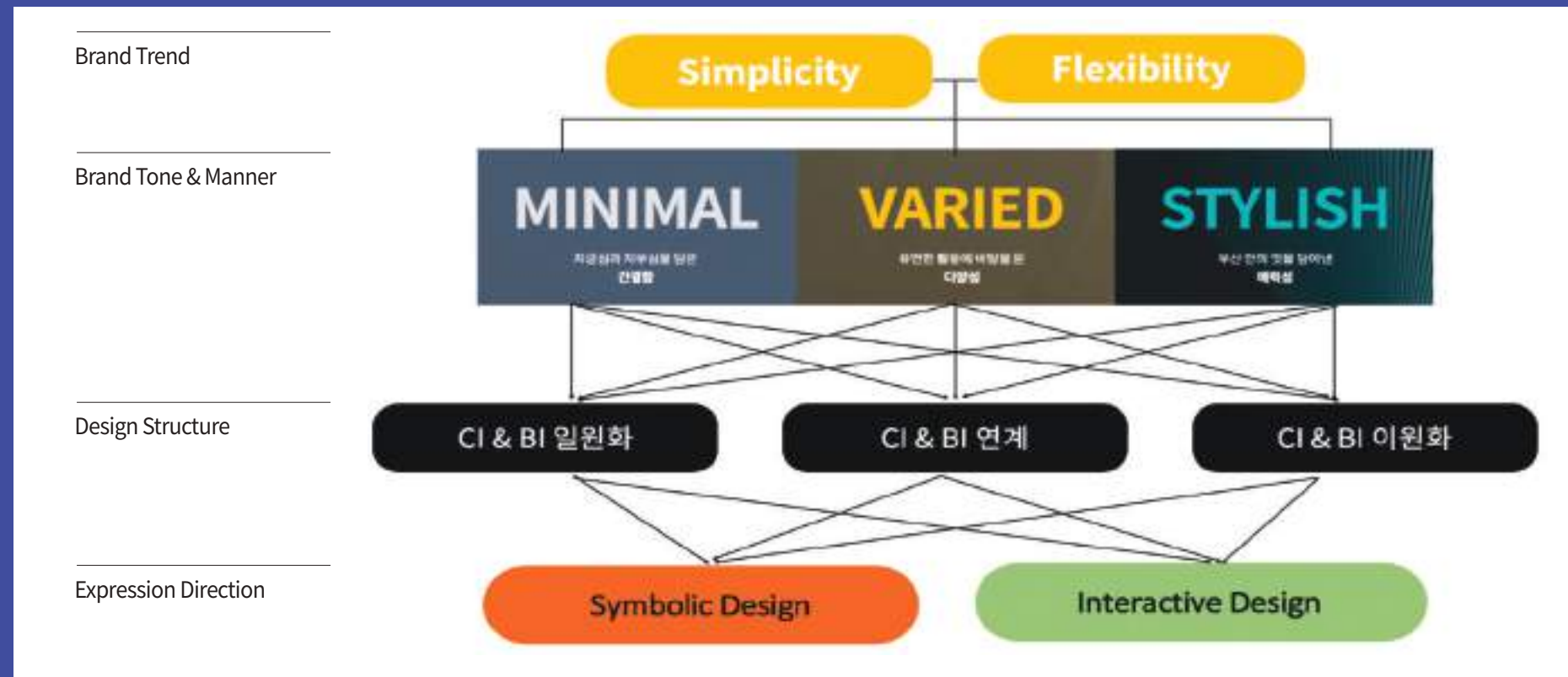


▶ Busan is Good
(디자인 개발)

Design Strategy

도시브랜드 디자인 개발 전략

도시브랜드 전문가그룹회의, 디자인개발 워크숍 개최 등을 통해
디자인개발 전략 및 최종 디자인 후보안 개발



부산 도시브랜드 리뉴얼 개발

BUSAN IDENTITY RENEWAL

디자인 후보안

Design Candidate

1

Candidate

THEMA

부산의 비전과 가치를 상징화

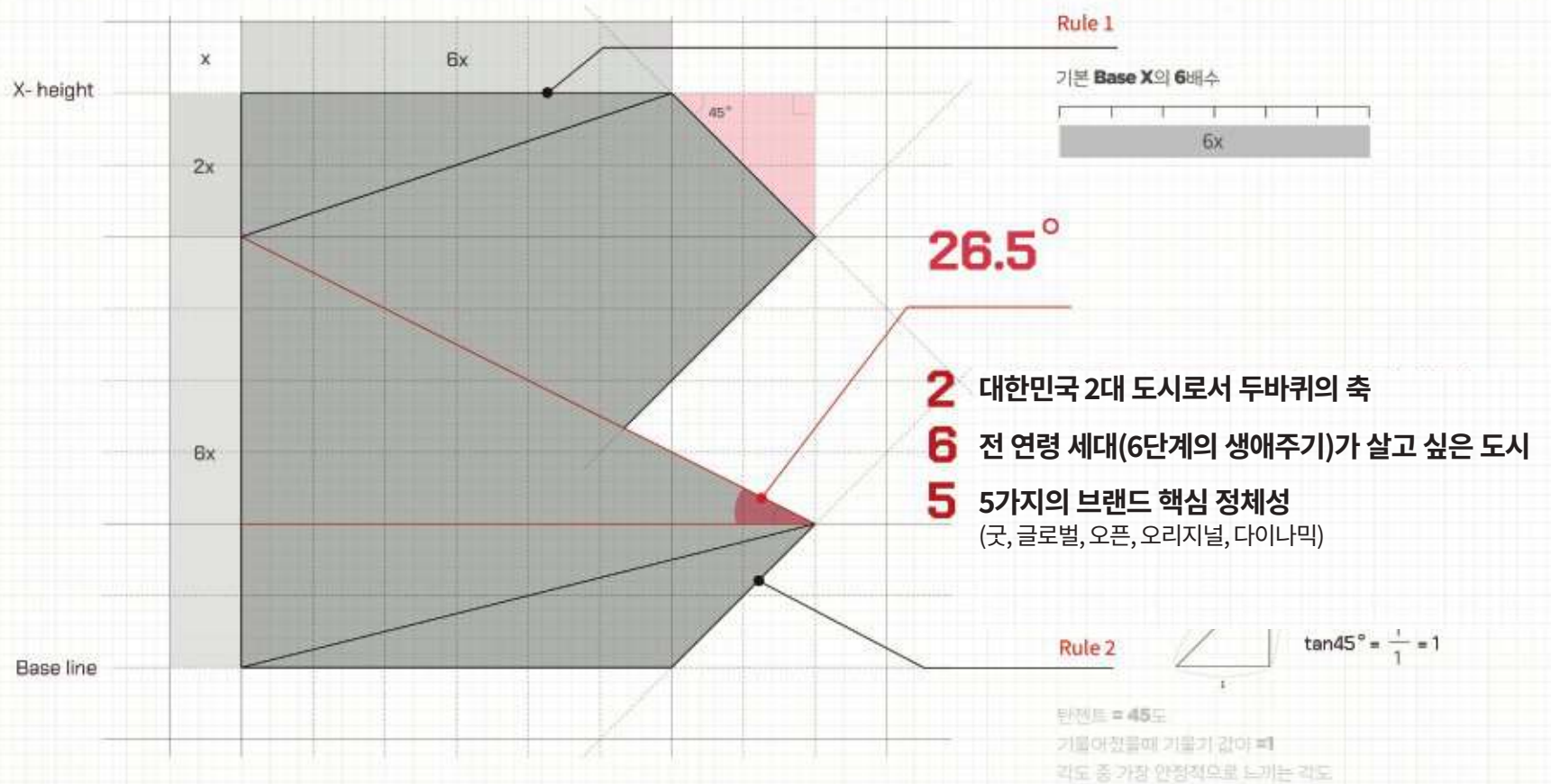
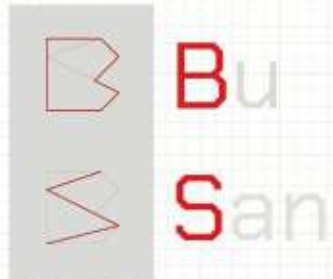
KEYWORD

대한민국 2개의 축 | 전 연령 세대(6단계의 생애주기)가 살고 싶은 도시 | 5가지 부산의 핵심가치

CANDIDATE 1 도시심벌(CI)

BUSAN New Logic

'B'U'S'AN [Title Case]



The logic is established based on the lowercase 'x-axis'

BUSAN CI Keyvisual

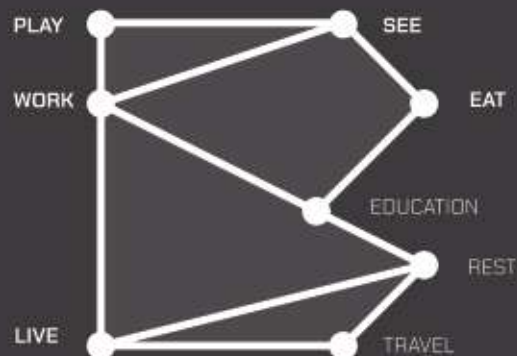


As a global city hosting the 2030 Busan World Expo, Busan City aims to create a new city brand that fits Busan's external status and global growth strategy. Through the renewal of the official symbol mark and slogan image of Busan City, we will create a city brand that all citizens can sympathize with.



8 strategic pillars

As a global city hosting the 2030 Busan World Expo, Busan City aims to create



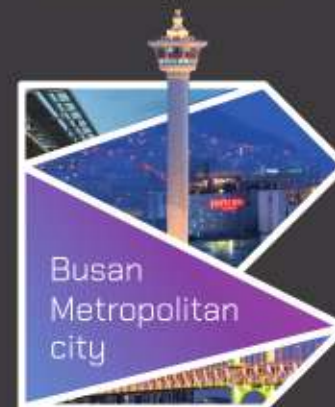
4 Brand Ingredients

As a global city hosting the 2030 Busan World Expo, Busan City aims to create

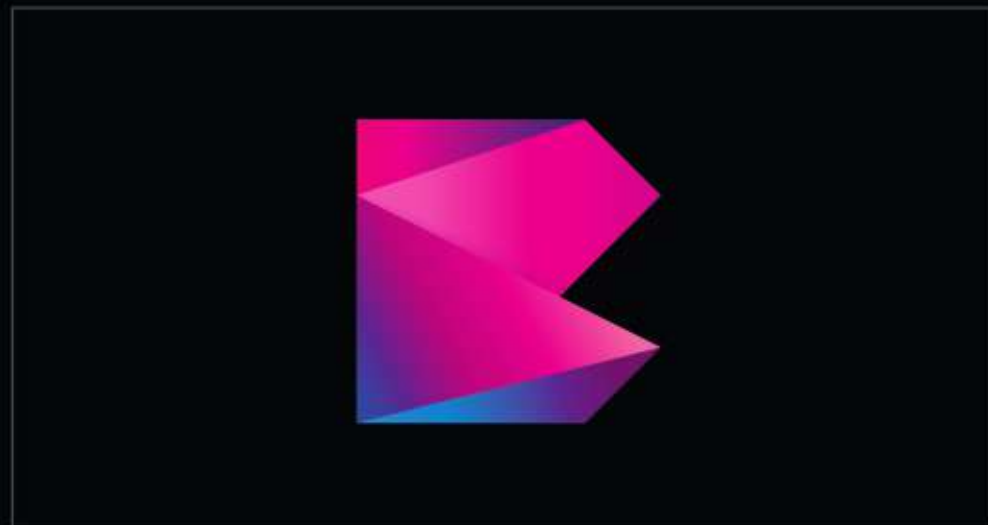


Busan city

we will create a city brand that all citizens can sympathize with

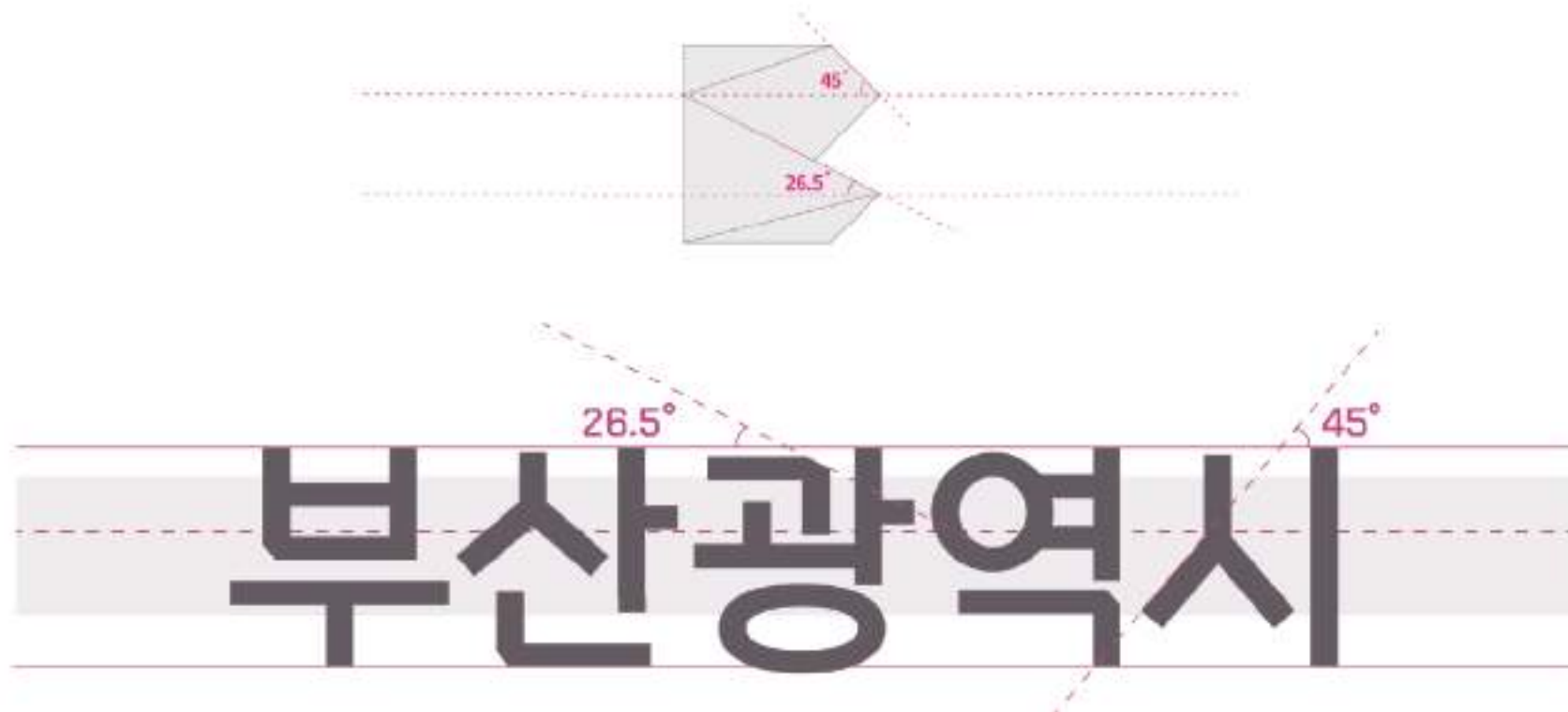


MOTION GRAPHIC MODULE



LOGOTYPE

도시심벌(CI)의 개발각도 45° , 26.5° 를 국문 로고타입에 적용하여,
도시심벌마크와 국문 로고타입의 논리 연관성 및 안정성을 높임



SIGNATURE & EMBLUM

Basic Signature



3D Signature



Emblum



CANDIDATE 1 도시슬로건(BI)

Busan
is good
부산이라 좋다



45°
26.5°
~~부산이라 좋다~~

Slogan 슬로건 Busan is Good 의 플렉서블 주제표현



SIMULATION



도시심벌(CI)



도시슬로건(BI)



2

Candidate

THEMA

부산의 이미지를 직관적으로 표현

KEYWORD

국문·도형을 통한 상징화 | 부산의 다양성을 시각화

CANDIDATE 2 도시심벌(CI)



모두의 부산, 당당한 부산

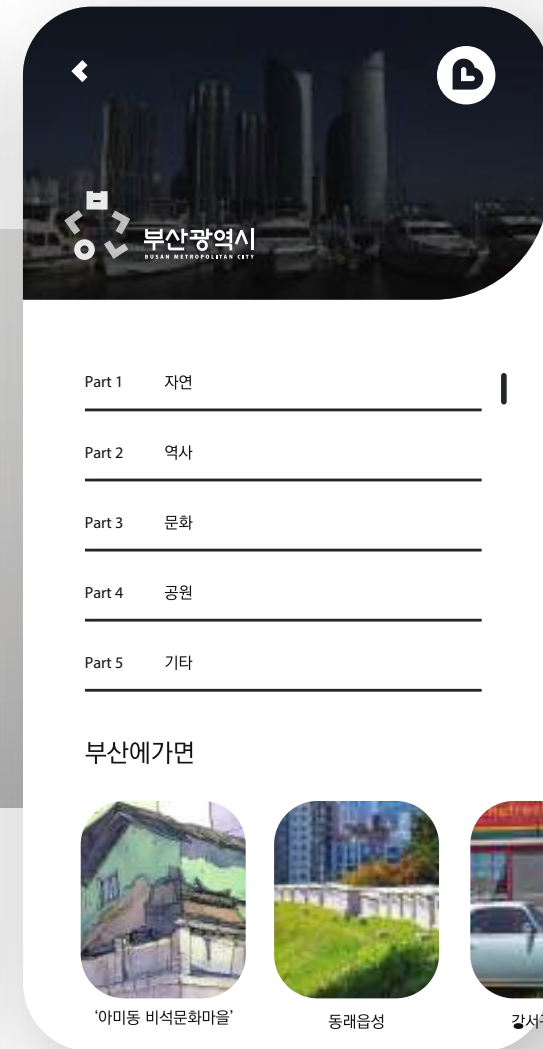
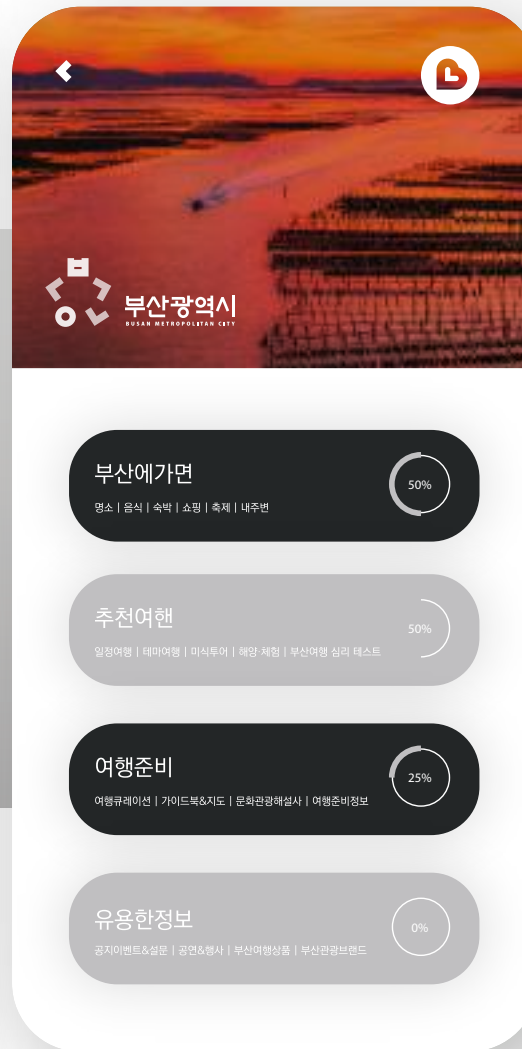
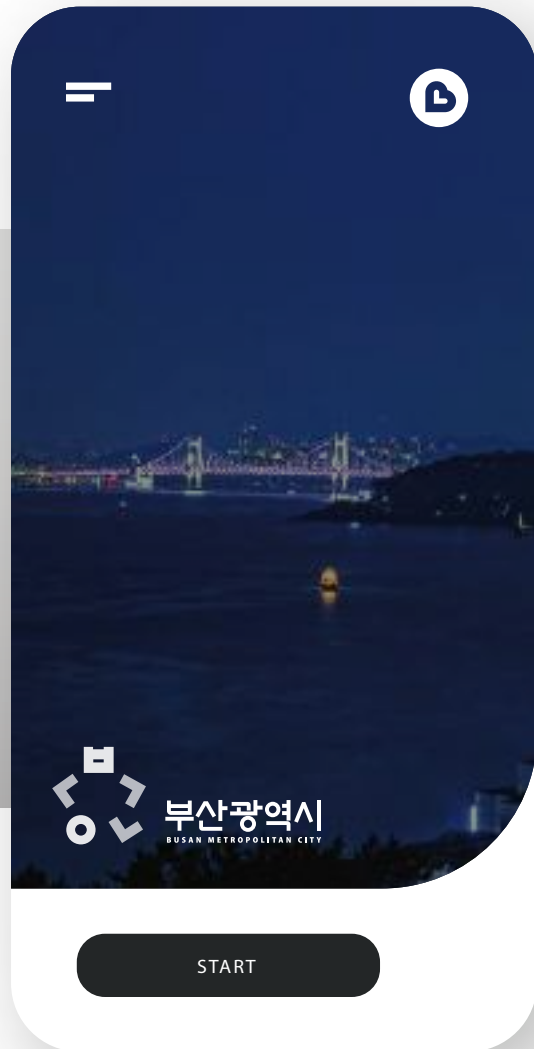
부산광역시의 초성 글자 부산시를 활용해 당당한 자부심으로
가득한 부산인의 형태를 간접적으로 나타내는 단순하며 직관적인
형태의 심볼 마크



조화롭게 연결되는 부산

어디에나 조화롭고 미래를 위해 뻗어가는 진취적인 부산의
비전을 담기 위해 부드럽고 유연한 형태의
점, 선, 면의 절제된 조형 요소를 활용

SIMULATION



SIMULATION



CANDIDATE 2 도시슬로건(BI)



다양한 표정으로 가득한 부산

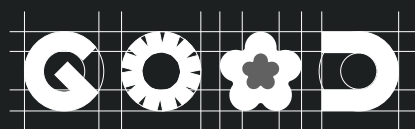
부산의 알파벳 BUSAN을 하트, 스마일, 물고기, 장소마크, 산 등 부산을 대표하는 이미지를 아이콘으로 나타낸다.
그 외에 부산을 상징하는 다양한 형태의 아이콘을 파생하여 아날로그와 디지털, 온라인과 오프라인을 넘나드는
경계로부터 자유로운 이미지 커뮤니케이션

IMAGE SIGNATURE

Horizontal Type_A



Horizontal Type_B



A Visual Identity for Busan

B	U	S	a	n
Love&Heart	Smile	Fish	Location	Tree&mountain



GRAPHIC MOTIF



SIMULATION



도시심벌(CI)



도시슬로건(BI)



3

Candidate

THEMA

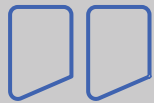
부산의 이미지를 감성적으로 표현

KEYWORD

모두가 하나되는 부산 | 모든것이 연결되는 부산

CANDIDATE 3 도시심벌(CI)

BUSAN
METROPOLITAN CITY
부산광역시



혁신과 개방,
관문의 도시 부산

활기넘치는 생동감 있는
선도적인 도시 부산

부산의 가치 및 따뜻한 공동체,
전세계가 원하는 부산

국내를 넘어 글로벌 도시로서 앞서서 이끌어가는 부산을 상징
혁신성과 개방성으로, 앞선 도시 부산을 상징

좌에서 우로 향해 나가는 지향점의 이미지는 해양도시 부산을 상징
세계를 향해 나아가고자 하는 부산의 이미지를 전달
하고자 하였으며, 세계와 함께 걸어가는 부산을 상징

부산의 B를 기본 모티브로 미래를 선도하는 부산의 모습을 상징
우리의 도시, 모두의 도시, 시민의 자긍심과 만족도가 높은
최고의 도시인 부산을 상징

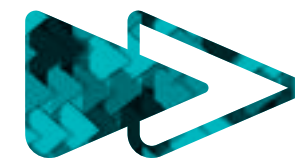
GRAPHIC MOTIF



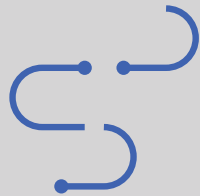
EXPO 2030
BUSAN



All eyes will be
on Busan



CANDIDATE 3 도시슬로건(BI)



해양도시로서
부산 바이브

대한민국의 관문인 부산만의 바이브로
부산과 세계를 연결, 부산과 다른도시와의 연결,
부산시민들간의 다양한 이야기를 하나로 연결,
전국민들과의 연결



일과 쉼이 연결되는 워케이션 도시로서
부산 바이브

천혜의 자연 환경, 기후 환경을 기반으로
워크(WORK)에 휴양, 휴식이 이어지는 워케이션 도시,
시민 서로가 서로를 아껴주고 보살펴주는
행복도시로서 시민을 연결



역사와 미래가 함께하는 도시로서
부산 바이브

피란수도이자 산업화의 중심지였던 곳에서 부산항만을 통한
글로벌 허브도시로서의 미래를 준비하며 혁신적 변화를 모색하는
부산만의 바이브로 OLD와 NEW를 연결

IMAGE SIGNATURE



PICTOGRAM & DESIGN PATTERNS



바다/파도



부산타워



요트



송도 케이블카



범어사



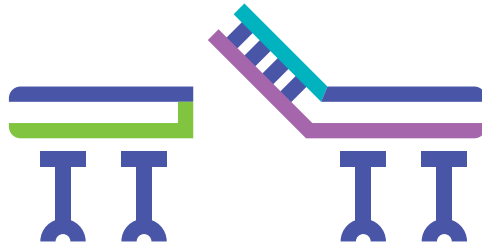
자갈치 시장



부산국제영화제



파라솔



해운대 센텀시티



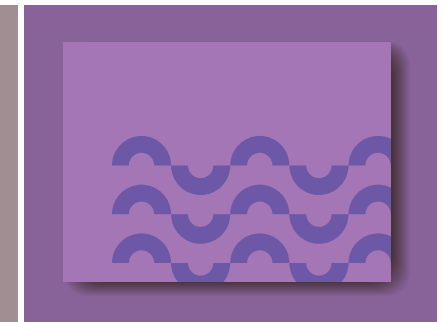
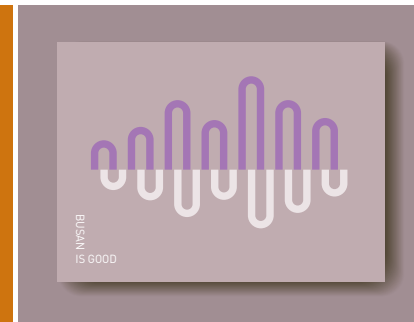
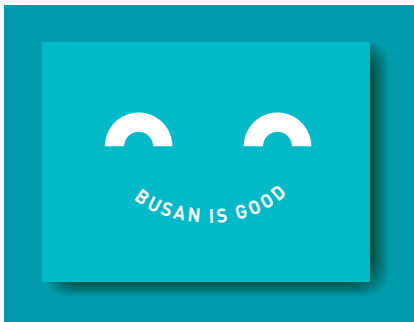
어묵



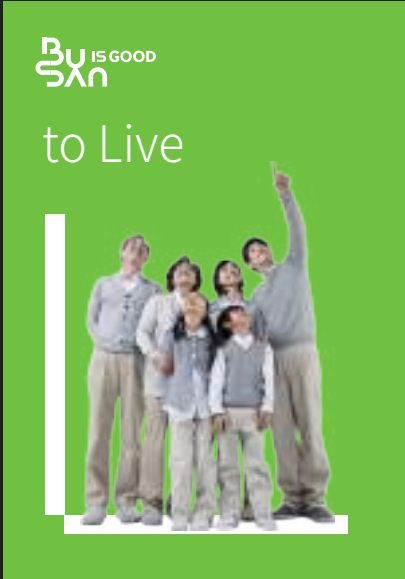
크루즈



해변열차



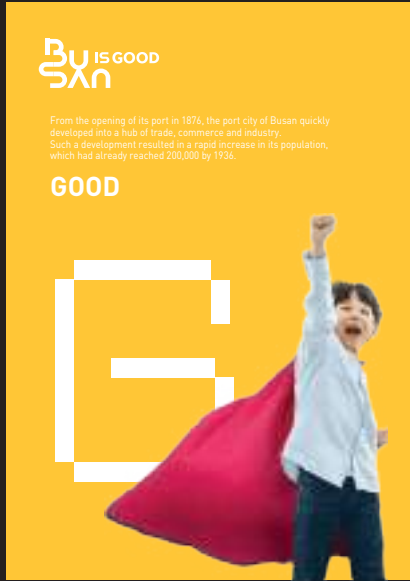
SIMULATION



Geographically, Busan has the Straits of Korea to its south, Ulsan to the north, and Gimhae to the west. Cities that share almost the same latitude with Busan include Jinhae and Gwangju in Korea, as well as Tokyo, Algiers and Oklahoma City internationally. Busan is eight hours ahead of Greenwich Mean Time

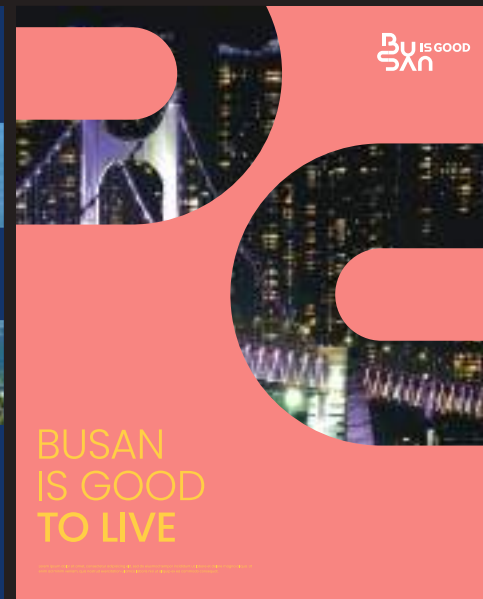
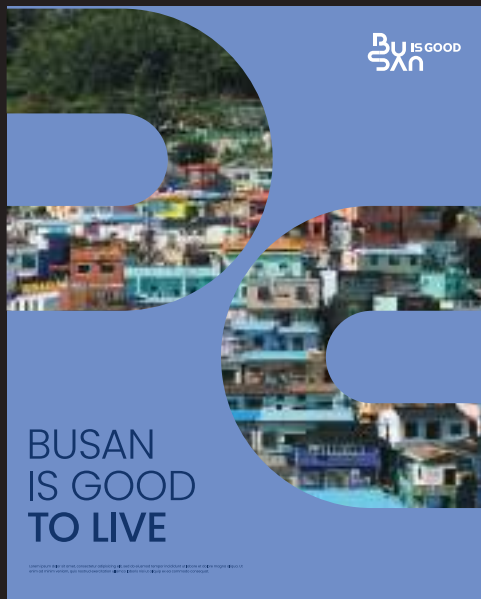


Busan, a city with beautiful mountains, rivers and the sea, is also an important cultural city. With the Nakdonggang River bordering the city and picturesque scenery gaining more and more attention, like Mt. Inha in Haemulsa, Mt. Inha in Haemulsa, and Mt. Inha in Haemulsa, Busan is also a first international port city.



From the opening of its port in 1876, the port city of Busan quickly developed into a hub of trade, commerce and industry. Such a development resulted in a rapid increase in its population, which had already reached 200,000 by 1936.

SIMULATION



도시심벌(CI)

BUSAN
METROPOLITAN CITY
부산광역시



도시슬로건(BI)

BUSAN IS GOOD

CANDIDATE

1안

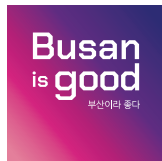
2안

3안

CI



BI



부산 도시브랜드 리뉴얼 개발

BUSAN IDENTITY RENEWAL

디자인 선호도 조사 Design Vote

오프라인 조사

2023. 3. 4~3.8

부산 주요역, 부산소재 고등학교 및 대학교

온라인 조사

2023. 2. 28~3.8

부산 도시브랜드 공식플랫폼

오프라인 선호도 조사

조사기간 : 2023. 3.4(토)~3.8(수)

조사방법 : 부산 도시브랜드 시민참여단(상상더하기+) 범시민 오프라인 선호도 조사 캠페인

투표인원 : 23,552명

- 평일 : 6,045명
- 주말 : 17,507명

1

1안



9,286명(39.4%)

2안



7,266명(20.9%)

3안



7,000명(29.7%)

온라인 선호도 조사

조사기간 : 2023. 2.28~3.8

조사방법 : 네이버폼, 구글폼을 활용한 온라인 조사

투표인원 : 37,033명(국내: 32,005명, 해외 : 5,028명)

- 거주지역 - 부산시민 : **16,108명(50.3%)**, 타지역 : 15,898(49.7%)
- 연 령 대 - 20대 미만:3,061명(9.6%), **20대:8,303명(25.9%)**, **30대:7,477명(23.4%)**, 40대:6,011명(18.8%), 50대 이상:7,154명(22.3%)

1

1안



15,458명(41.7%)

2안



10,429명(28.2%)

3안



11,146명(30.1%)

온·오프라인 합계

투표인원 : 총 60,585명

- 오프라인 선호도 조사: 23,552명
- 온라인 선호도 조사: 37,033명

1

1안



24,744명(41.3%)

2안



17,695명(28.7%)

3안



18,146명(30%)

* 온라인 조사 40%(중복참여 배제), 오프라인 조사 10%(중복참여 가능) 반영

BUSAN METROPOLITAN CITY BRAND DESIGN GUIDELINES

부산광역시 도시브랜드 디자인 가이드라인



BUSAN METROPOLITAN CITY BRAND DESIGN GUIDELINES

부산광역시 도시브랜드 디자인 가이드라인

BRAND MEANING

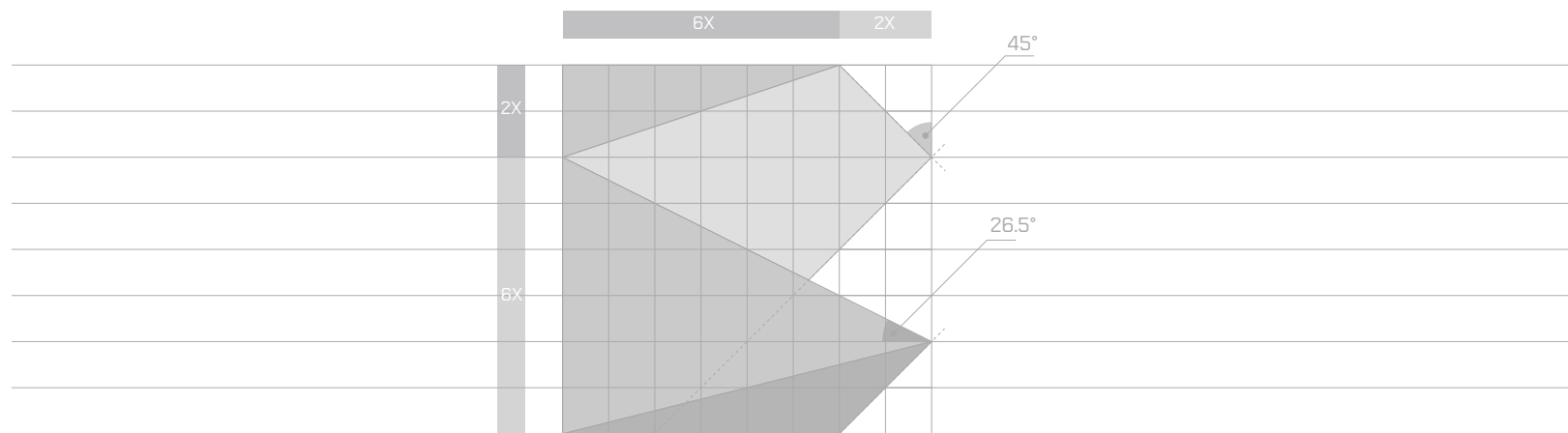
부산 도시브랜드 의미

BRAND MEANING

01

SYMBOL MARK MEANING 심벌마크 의미

전체 도형은 부산(BUSAN)의 영문자 이니셜 B, S를 모티브로 형상화 하고, 각도·색감 등을 통해 부산의 비전·가치를 상징화하였습니다. 자주색(마젠타 색상)과 파란색(시안 색상)의 자연스러운 연계를 통해 부산 시민의 포용과 화합을 상징화하며, 입체적인 색감 사용을 통해 부산의 과거와 현재, 미래가 부드럽게 연계되어 있는 모습을 입체적으로 표현하였습니다.



BRAND MEANING

02

BRAND SLOGAN MEANING 브랜드 슬로건 의미

Busan is good은 부산에 대한 부산시민의 자긍심과 만족감을 Good(좋다)로 표현하였습니다. 특히, 국문 ‘부산이라 좋다’는 타 도시에서 경험할 수 없는 부산 도시 자체의 유일함과 독창성을 상징하고 있으며, Good은 세계적인(Global) 특색있는(Original) 개방적인(Open), 다이내믹한(Dynamic) 부산을 의미하고 있습니다. 슬로건에 사용된 자주색(마젠타 색상), 파란색(시안 색상)은 부산광역시 심벌마크와 연계하여 부산 시민의 포용과 화합을 상징하고 있습니다.

부산광역시 심벌마크와의 연계성을 위해, 심벌마크에서 사용된 각도 45도와 26.5도를 Busan is good(부산이라 좋다) 서체에 반영하였습니다.



BUSAN METROPOLITAN CITY BRAND DESIGN GUIDELINES

부산광역시 도시브랜드 디자인 가이드라인

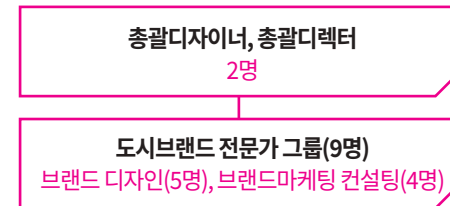
RENEWAL PROCESS

브랜드 리뉴얼 추진체계

부산의 새로운 도시브랜드 리뉴얼은 부산시민 70%의 염원을 담아 시작되었습니다. 부산 도시브랜드 슬로건은 4만여 명의 참여로 「Busan is good(부산이라 좋다)」로 결정되었습니다. 그리고 6만여 명의 참여로 도시브랜드 디자인이 최종 결정되어 총 10만여 명의 시민, 전문가의 참여를 통해 부산의 새 도시브랜드가 탄생하였습니다.

시민과 전문가 중심의 도시브랜드 리뉴얼을 추진하였습니다. 부산 도시브랜드 개발 과정에서 폭넓은 시민 목소리와 전문가의 의견반영을 위해 노력하였습니다. 340명의 시민 그룹과 11명의 전문가 그룹 Two Track 체계로 부산 도시브랜드를 개발하였습니다.

전문가 그룹(브랜드 상상곱하기x)



시민 그룹(브랜드 상상더하기+)

시민 참여단 340명	10대 이하	28명
	20대	115명
	30대	62명
	40대	58명
	50대 이상	77명

CITIZEN PARTICIPATION
시민참여단

시민참여단은 부산시민 340만 명을 대표해 10대부터 70대까지 전 연령대를 포함한 340명으로 구성되어 부산 도시브랜드 개발 전반적인 과정에 참여하였습니다. 시민참여단은 시민의 의견을 폭넓게 수렴하며 참여를 독려하여, 10만여 명의 시민의 목소리를 이끌어내며 브랜드 개발에 핵심적인 역할을 수행하였습니다.

도시브랜드
온·오프라인
홍보활동

디지털 소외이웃을
대상으로 한
캠페인 활동

도시브랜드
리뉴얼 선호도
조사 캠페인

시민과 함께 만들었습니다

부산 키워드 공모전 '#키워드 브랜드 상상모음전'_2022.11.15~2022.11.27

부산 도시브랜드 슬로건 공모전 '#슬로건 브랜드 상상모음전'_2022.11.28~2022.12.7

부산 도시브랜드 슬로건 선호도 조사 캠페인_2023.1.4~2023.1.10

부산 도시브랜드 상상 토크콘서트_2023.1.15

부산 도시브랜드 상상나누기 캠페인_2023.2.1.~2023.2.25.

부산 도시브랜드 상상 대토론회_2023.2.25

부산 도시브랜드 디자인 선호도 조사 캠페인_2023.2.28~2023.3.8



총괄디자이너

나 건

홍익대학교 국제디자인전문대학원 교수 (원장 역임)
2023 광주디자인비엔날레 총감독
한국디자인단체총연합회 부회장
Red Dot Award 심사위원: 제품디자인 및 디자인컨셉 부문
전)한국토지주택공사 인간중심 공공주택 디자인 총괄디자이너

총괄디렉터

황부영

(주)브랜드임애프트너즈 대표 컨설턴트
아시아 브랜드 프라이즈(ABP) 심사위원
한국캐릭터협회(KOCA) 이사
신한카드 / LH토지주택공사 / 더이누스 / 강원도 / 경상북도 / KT / 힐스테이트 / 래미안 / KT&G
삼성전자 등 기업 및 정부기관 브랜드 전략 컨설팅 수행
전)제일기획 브랜드컨설팅 팀장

브랜드 디자인 분야

강필현 부산디자인진흥원 원장
제5기 민간자격등록관리 자문위원
전)한국산업디자이너협회 이사

권현창 브랜드디자인학회 명예회장
한국은행 디자인 자문위원
부산국제광고제 감사

김거수 홍익대학교 산업미술대학원 디자인 교수
전)Landor Associates Brand Designer (San Francisco. USA)
전)제 19대, 20대 대통령 선거홍보물 디자인 자문위원

이강현 홍익대학교 산업미술대학원 산업디자인전공 교수
전)광주디자인 비엔날레 디자인 큐레이터
전)광복 70주년기념 어린이문학 전시 디자인

이창근 부산대학교 예술대학장
디자인학과 시각디자인전공 교수
전)부산미래혁신위원회 위원
전)한화그룹 광고회사 삼희기획

브랜드 마케팅 분야

정재희 홍익대학교 산업미술대학원 교수
전)LG전자 모바일커뮤니케이션 상품기획 차장
전)GS홈쇼핑 전략사업&마케팅 부장

류도상 동서대학교 광고홍보학 교수
전)제일기획 차장, LA지사 국장
전)미국 Ethnic Solution Inc. 부사장

김지윤 홍익대 영상·커뮤니케이션 대학원, 영상디자인 전공 교수
한국시각효과협회 설립이사
전)Walt Disney Company, Disney Channels 차장
전)CJ ENM, Tooniverse 팀장

김시래 동서대학교 광고홍보학과 객원교수
롯데자이언츠 마케팅자문위원
전)제일기획 The South 3 본부장/팀장

BUSAN METROPOLITAN CITY BRAND DESIGN GUIDELINES

부산광역시 도시브랜드 디자인 가이드라인

SLOGAN CORE VALUE

부산 도시브랜드 슬로건 핵심가치

SLOGAN CORE VALUE

01

SLOGAN CORE VALUE

부산 도시브랜드 슬로건 핵심가치

부산 도시브랜드의 핵심가치를 발굴하기 위해 부산시민을 대표하는 340명의 시민참여단, 11명의 대한민국 최고 도시브랜드 전문가그룹, 4만여 명의 시민의 의견을 들었습니다.

시민과 전문가의 참여로 발견한 부산의 핵심가치는 ‘세계적이고(Global)’, ‘개방적이며(Open)’, ‘특색있고(Original)’, ‘역동적인(Dynamic)’이며 그 의미를 담은 슬로건이 「Busan is good」입니다.

Busan is good
부산이라 좋다

GLOBAL

세계적인 도시,
유라시아 관문도시인 부산이라 좋다.

예로부터 부산은 대륙과 해양을 잇는 교두보로 유라시아의 관문이었습니다. 또 피란수도이자 산업화의 중심지였습니다. 현재는 세계 2위의 환적항과 세계 7위의 컨테이너 항만을 보유한 도시라는 위상을 가지고 있습니다. 이제 부산은 하늘, 바다, 육지가 모두 연결된 최첨단 트라이포트와 금융중심지를 보유한 아시아 제 1의 글로벌 허브도시로서 세계를 향해 나아가고자 더욱 박차를 가하고 있습니다.

세계를 관통하는 글로벌 허브도시, 부산이라 좋다.

OPEN

새로운 가능성이 열려있는 도시,
개방적인 도시인 부산이라 좋다.

부산은 디지털경제, 금융, 창업 등 첨단기술이 조화를 이루는 비즈니스 중심도시입니다. 현재 부산은 대한민국 1등 글로벌 스마트 도시('22년 글로벌스마트센터지수, Z/YEN)로서, 국제금융센터지수 29위의 위상('22년, Z/YEN)을 가지고 있습니다. 한국거래소 등 대한민국 대표 금융기관이 집적된 글로벌 '금융허브 도시'이자 블록체인, 핀테크, AI 등 디지털 신산업 중심 육성도시, 아시아 No.1 창업도시를 지향하고 있습니다.

항상 열려있는 도시, 부산이라 좋다.

ORIGINAL

천혜의 자연환경과 기후환경이 특색인 도시,
휴양과 휴식을 동시에 누리는 워케이션 도시 부산이라 좋다.

부산은 산, 바다, 강으로 둘러싸인 천혜의 자연환경을 가진 도시이자 첨단 비즈니스 도시로서 일과 쉼을 누릴 수 있는 워케이션 도시입니다. 현재 부산은 론리플레이닛이 선정한 아시아 제1의 가장 여행하기 좋은 도시(2018), 내셔널 지오그래픽이 선정한 세계 최고의 여행지(2023년 숨이 막히도록 멋진 여행지와 체험장소 선정)로서 세계적으로 도시 매력을 인정받고 있습니다.

일하기 좋고, 살기 좋은 부산이라 좋다.

DYNAMIC

365일 활력이 넘치는 도시,
다이너믹한 부산이라 좋다.

부산은 아시아 No.1 K-콘텐츠 선도도시로서 부산시민은 과거에서부터 혁신적인 변화를 두려워하지 않고 진취적인 면모를 가지고 있습니다. 27회째 부산국제영화제(BIFF)를 개최하며 아시아 No.1 영화도시로서 아시아 첫 번째, 세계 세 번째 유네스코 영화 창의도시로 지정(2014)되며 K-Movie 뿐 아니라, K-POP, e-스포츠 등 다양한 부문의 K-콘텐츠를 선도해 나가고 있습니다.

문화가 숨쉬는 도시, 365일 활력이 넘치는 부산이라 좋다.

BUSAN METROPOLITAN CITY BRAND DESIGN GUIDELINES

부산광역시 도시브랜드 디자인 가이드라인

BASIC SYSTEM

기본편

부산광역시 도시브랜드 가이드라인 관리지침

본 가이드라인은 부산광역시의 고유 CIS(City Identity System) 관리 규정집이므로 외부에 무단으로 유출하거나 복제할 수 없으며, 제작을 위한 발주 시에도 항목별로 필요한 부분만 파일에서 발췌하여 대여하고, 작업 완료 후 즉시 회수 또는 삭제하여야 합니다.

본 가이드라인에 수록된 어떠한 부분도 임의로 해석하거나 내용을 변경하여 사용할 수 없으며, 기타 문의 사항이나 해석이 필요한 경우에는 반드시 디자인 관리부서와 협의하여야 합니다.

본 가이드라인에 수록된 그래픽 요소들은 단지 참고용으로, 원고의 활용 또는 복제 시에는 저장매체에 수록된 공식 자료만을 활용할 수 있으며, 저장매체의 모든 정보는 훼손 또는 분실되지 않도록 하여야 합니다.

본 가이드라인의 내용 중 시대적 요구나 적용 상황 변화에 따라 필요하다고 인정된 경우에는 해당 항목의 점진적인 수정·보완이 있을 수 있으나, 이때에도 반드시 디자인 관리부서를 중심으로 면밀한 연구 및 검토를 거친 후 수정·시행하여야 합니다.

부산광역시 도시브랜드 가이드라인 기본 구성

부산광역시 도시브랜드의 디자인 관리 규정집인 본 가이드라인은 심벌마크, 로고타입, 시그니처, 슬로건 및 각종 규정 등 주요 시각적 정보들로 구성된 기본편과 응용편으로 구성되어 있으며 기본요소, 보조요소, 응용요소 등의 순서로 편집되어 있습니다.

기본편은 부산광역시 도시브랜드 이미지의 핵심이라 할 수 있는 심벌마크와 로고타입, 전용색상의 적용 범위 및 사용규정 등과 색상활용 등 기본적인 시각 정보 요소 및 각종 시그니처를 통합하여 수록하였습니다.

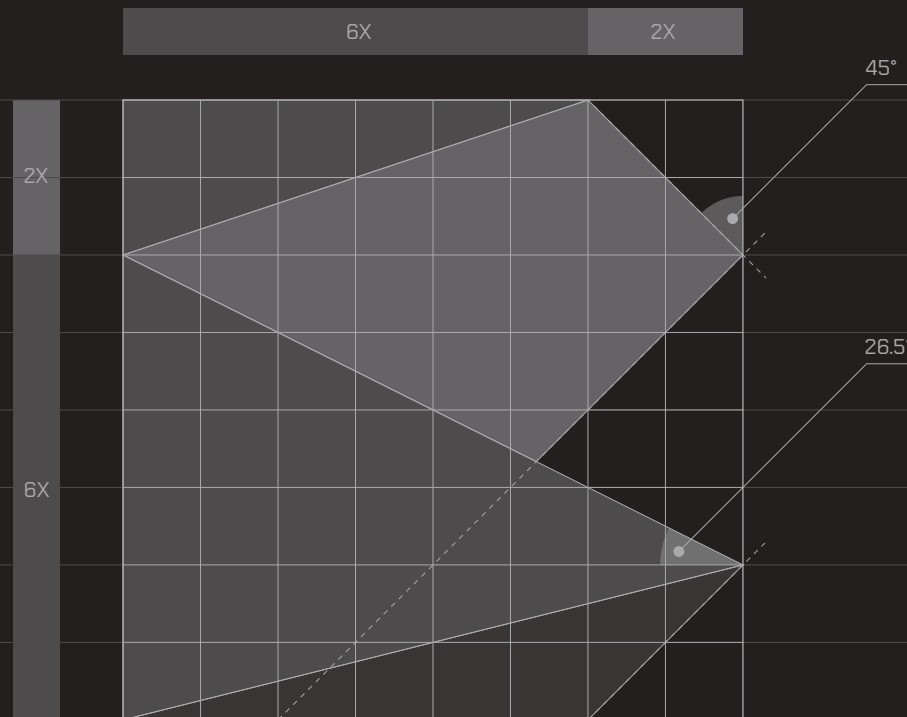
응용편은 부산광역시 도시브랜드의 기본요소를 시각적으로 응용한 것으로서 시의 행정에 필요한 서식류, 총무류, 사인류 및 인쇄 홍보물 등의 시각 요소를 용도와 기능에 따라 체계화했으며, 활용 시 본 매뉴얼을 참고하여 제작하여야 합니다.

BUSAN METROPOLITAN CITY
BRAND DESIGN GUIDELINES

SYMBOL MARK RATIO

심벌마크

전체 도형은 부산(BUSAN)의 영문자 이니셜 B, S를 모티브로 형상화 하고, 각도·색감 등을 통해 부산의 비전·가치를 상징화하였습니다. 자주색(마젠타 색상)과 파란색(시안 색상)의 자연스러운 연계를 통해 부산 시민의 포용과 화합을 상징화하며, 입체적인 색감 사용을 통해 부산의 과거와 현재, 미래가 부드럽게 연계되어 있는 모습을 입체적으로 표현하였습니다.

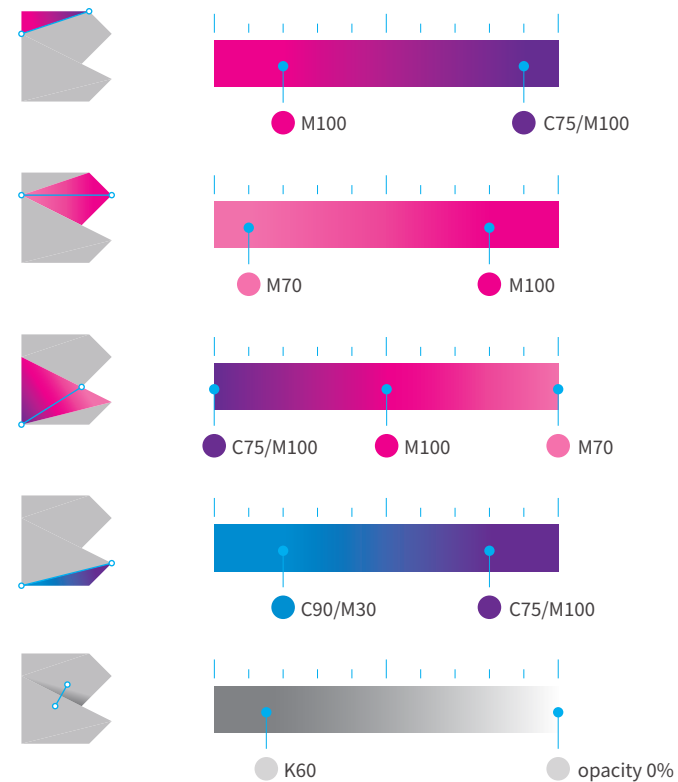


심벌마크는 부산광역시의 이미지를 대표하는 시각 표현물로 도시 아이덴티티의 가장 핵심이 되는 기본 요소입니다. 심벌마크의 형태, 비례, 색상 등을 임의로 변경하여서는 안 되며, 심벌마크의 활용 시에는 가이드라인 저장매체에 수록된 데이터를 활용하는 것을 원칙으로 하나 적용 매체의 특성상 원고용 파일의 사용이 불가능할 경우, 제시된 그리드 시스템 비례 규정에 따라 정확하게 제작·사용해야 합니다.

FULL COLOR



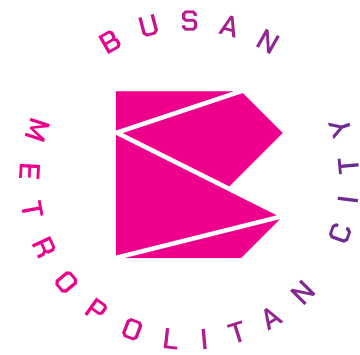
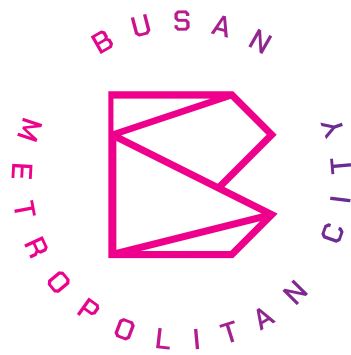
GRADATION



EMBLEM (VARIATION)

엠블럼 활용형

엠블럼은 부산광역시 고유의 가치를 전달하고 커뮤니케이션 효과를 극대화하는 기능을 합니다. 엠블럼은 임명장, 상장 커버 등의 장표와 중요 서류 등 인증의 가치가 있는 아이템에 한하여 사용하며 적용 시 효과적인 타입을 적절하게 선택하여 활용합니다.



SLOGAN RATIO
브랜드 슬로건

Busan is good은 부산에 대한 부산시민의 자긍심과 만족감을 Good(좋다)로 표현하였습니다. 특히, 국문 ‘부산이라 좋다’는 타 도시에서 경험할 수 없는 부산 도시 자체의 유일함과 독창성을 상징하고 있으며, Good은 세계적이고(Global) 특색있는(Original) 개방적인(Open), 다이내믹한(Dynamic) 부산을 의미하고 있습니다. 슬로건에 사용된 자주색(마젠타 색상), 파란색(시안 색상)은 부산광역시 심벌마크와 연계하여 부산 시민의 포용과 화합을 상징하고 있습니다.

Busan
is good

2X

5X

2X

5X

53.3X

SLOGAN BASIC

슬로건 기본형

슬로건은 부산광역시가 가진 가치, 잠재력, 정체성 등을 시각적 및 효과적으로 나타내기 위하여 사용하는 명칭이자 상징물입니다. 도시브랜드는 사람들에게 긍정적인 이미지를 심어 주고 그것을 지속적으로 유지해야 합니다. 따라서 왜곡, 변형 및 오남용 등에 따른 이미지 손상 방지를 위하여 본 규정에 따라 정확하게 사용하여야 합니다.

SLOGAN BASIC

Busan
is good
부산이라 좋다

SOLID COLOR

BUSAN DYNAMIC MAGENTA
M100

Busan
is good
부산이라 좋다

Busan
is good



