

패키지 디자인의 시각적 구성요소에 의한 펫푸드 브랜드 분석

- 펫푸드 브랜드 Top 10 중심으로 -

An Analysis on Pet Food Brand by Visual Components of Package Design

- Focusing on the Top 10 Pet Food Brands -

주 저자

중앙대학교 대학원, 디자인학과 시각디자인전공

Jeong, Keon Hee

석사과정 정 건 희

교신 저자

중앙대학교 대학원, 디자인학과 시각디자인전공

Kim, Hee Hyun

교수 김 희 현

접수일자 : 2024.05.16.

게재 확정일자 : 2024.06.18.

심사일자 : 2024.05.19.

Original Articles

BDAK (사)한국브랜드디자인학회
BRAND DESIGN ASSOCIATION OF KOREA

패키지 디자인의 시각적 구성요소에 의한 펫푸드 브랜드 분석

An Analysis on Pet Food Brand by Visual Components of Package Design

- 중심어 : 펫푸드, 패키지 디자인, 시각적 구성요소
- Keyword : Pet Food, Package Design, Visual Components

목 차

1. 서론

1.1. 연구배경 및 목적

1.2. 연구범위 및 방법

2. 펫푸드 시장의 성장성

2.1. 펫푸드 시장의 트렌드 변화 및 규모

2.2. 반려동물 및 반려가구 현황

3. 패키지 디자인의 이론적 고찰

3.1. 패키지 디자인의 의의 및 기능

3.2. 패키지 디자인의 선행연구

3.3. 패키지 디자인의 시각적 구성요소

4. 패키지 디자인의 조사 및 분석

4.1. 패키지 디자인의 조사

4.2. 패키지 디자인의 분석

5. 결론

5.1. 연구의 분석결과

5.2. 연구의 한계점 및 제언

참고문헌

초 록

연구배경은 펫푸드 산업의 급속한 발전에 따라 이를 둘러싼 국내외 환경변화를 살펴보는 데 있다. 이 연구는 펫푸드 브랜드 패키지 디자인의 중요성을 인식하고, 이를 통한 브랜드 차별화의 필요성을 강조한다. 연구목적은 펫푸드 브랜드의 경쟁력 확보를 위해 패키지 디자인의 효과적인 방향을 제시한다. 연구범위는 국내 매출실적 상위 10위 내의 펫푸드 브랜드로 한정했다. 연구방법은 관련 논문을 참고하여 브랜드 로고, 타이포그래피, 레이아웃, 색상, 일러스트레이션, 용기형태를 패키지 디자인의 시각적 구성요소로 추출했다. 연구결과는 다음과 같다. 브랜드 로고는 대체적으로는 다양한 형태의 CI, 서체 및 색상을 적용하고 있다. 타이포그래피는 대체적으로 고딕체나 명조체를 주로 적용했고 가끔 필기체를 혼용하여 적용했다. 색상은 비슷하거나 동일하여 펫푸드 브랜드의 특징과 장점을 살리지는 못했다. 레이아웃은 비슷한 패키지 디자인으로 독창성과 가독성이 부족했다. 일러스트레이션은 빠르게 변화하는 패키지 디자인의 흐름을 반영하지 못하고 있었다. 그

리고 용기형태에서도 형태나 재질도 상당히 제한되어 있었다. 결론적으로 펫푸드 브랜드 패키지 디자인은 소비자 측면에서는 편리성이고, 디자인 측면에서는 디자인 구조의 간결성이 중요한 요소로 꼽을 수 있는 만큼 상호보완적인 관계가 중요하다. 패키지 디자인의 시각적 구성요소에 대한 이해는 판매 촉진의 연관성에 대한 이해와 실제적인 디자인 감각을 키울 수 있어야 한다. 추후 연구에서는 소비자 설문조사 및 인터뷰를 통해 실증적으로 검증할 필요가 있다.

Abstract

The research background of this paper is to examine domestic and international environmental changes surrounding the rapid development of the pet food industry. This study recognizes the importance of pet food brand package design and emphasizes the necessity for brand differentiation through it. The research purpose of this paper is to suggest an effective direction for package design to secure the competitiveness of pet food brands. The research scope of this paper was limited to pet food brands within the top 10 in domestic sales performance. As a research method for this paper, brand logo, typography, layout, color, illustration and container shape were extracted as visual components of package design by referring to related papers. The research results of this paper are as follows. Brand logos generally apply various types of CI, fonts and colors. For typography, sans serif or serif was mainly applied, and cursive was sometimes mixed. Colors were similar or identical, so they did not take advantage of the characteristics and advantages of pet food brands. Layouts lacked originality and readability with a similar package design. Illustrations did not reflect the rapidly changing trends in package design. Containers were very limited in shape and material. In conclusion, the important thing in pet food brand package design is convenience in terms of consumers and simplicity of structure in terms of design, so complementary relationships are important. An understanding the visual components of package design should be able to develop an understanding of sales promotion and practical design sense. Future research needs to empirically verify these findings through consumer surveys and interviews.

1. 서론

1.1. 연구배경 및 목적

연구배경으로는 인구구조의 변화, 경제수준의 향상, 생활방식과 가치관의 전환 등 반려동물을 둘러싼 경제·사회의 변화와 함께 전 세계적으로 반려동물 양육인구가 증가하고 있다. 이러한 경향에서 반려동물 양육에 필수적인 펫푸드 시장이 꾸준히 성장하고 있으며, 이러한 변화를 성장의 기회로 삼으려는 펫푸드 업체들이 증가하고 있다.

따라서 이 연구는 펫푸드 브랜드 패키지 디자인의 중요성을 인식하고, 이를 통한 브랜드 차별화의 필요성을 강조한다. 반려동물을 가족화·인간화하는 펫휴머니제이션(Pet-Humanization) 경향이 확산되면서 반려동물의 먹거리를 식품으로 인식하는 소비자가 증가하고 반려동물 사료에 식품의 개념을 접목한 펫푸드의 개념이 등장하여 성장하는 시장이 되었다. 펫푸드는 경제적 목적으로 사육되는 동물들과 달리 반려동물과 정서적 유대감을 갖는 양육자의 선택이 펫푸드 시장에 중요한 영향을 미치는 등 기존 사료 산업과 차별화된 특성을 가지고 있다.

이런 시장 상황에서 신성장 산업인 펫푸드 산업을 둘러싼 환경변화 및 국내외 여건을 살펴보고, 이러한 과정을 거쳐 펫푸드 브랜드의 경쟁력을 확보하기 위해 펫푸드 브랜드 패키지 디자인을 시각적 구성요소에 의한 분석을 통해 효과적인 디자인 방향성을 제시하는데 연구목적이 있다.

1.2. 연구범위 및 방법

연구범위는 반려동물 양육과 펫푸드 산업현황 등을 고려하여 펫푸드를 생산·판매하는 업체 중에서 국내 매출실적 상위 10위 내의 업체를 대상으로 한정했다. 국내 펫푸드 브랜드의 시장현황을 조사한 결과 2022년 기준 국내 펫푸드 매출 점유율 순위는 다음과 같다. 1위는 로얄캐닌, 2위는 우리와, 3위는 마즈, 4위는 대주산업, 5위는 내츨코어, 6위는 카길에그리프리나, 7위는 하림펫푸드, 8위는 이나바펫푸드, 9위는 롯데네슬레, 10위는 이글베테크 순으로 나타났다.¹⁾ 상위 10위 내의 펫푸드 업체의 브랜드

패키지 디자인을 연구대상으로 선정했다.

연구방법은 펫푸드 업체의 온라인 사이트, 인터넷 신문기사, 검색 사이트, 학회지 논문과 학위논문, 도서와 잡지 등을 통하여 자료를 수집하여 펫푸드 브랜드 관련 자료를 조사했다. ‘브랜드 로고, 타이포그래피, 색상, 일러스트레이션, 레이아웃, 용기형태와 같은 시각적 구성요소는 펫푸드 브랜드의 차별화를 이루는데 중요한 역할을 한다.’는 가설을 설정하여 패키지 디자인의 분석방법으로 활용한다.

2. 펫푸드 시장의 성장성

2.1. 펫푸드 시장의 트렌드 변화 및 규모

2.1.1. 펫푸드 시장의 트렌드 변화

글로벌 펫푸드 시장에 확산되고 있는 주요한 트렌드 변화에는 인간화(Pet-Humanization), 고급화(Premiumisation), 지속가능성(Sustainable), 건강중시, 편의성, 첨단화 등이 있다.²⁾

1인 가구의 증가, 고령화 등에 따른 반려동물 양육인구 증가, 동물 지위의 상승 등으로 반려동물 제품과 서비스 수요가 빠르게 성장하고 있다. 반려동물 전용 제품과 서비스가 확대되고 고급화되며 신산업으로 부각하고 있다. 글로벌 연관산업 규모는 연평균 7.6%(’22~’32년) 수준으로 성장하고 펫테크, 펫헬스케어와 같은 새로운 시장이 출현하고 확대되고 있다.³⁾

2.1.2. 펫푸드 시장의 트렌드 규모

전 세계적으로 반려동물 양육규모가 지속적으로 증가하면서 글로벌 펫푸드 시장규모는 2017년 760억 달러에서 2022년에 1,172억 달러로 연평균 8.9% 성장했다. 실제로 2017~2020년에는 글로벌 펫푸드 시장 규모가 연평균 7.4% 증가한데 비해, 코로나19 팬데믹 기간인 2020~2022년에는 연평균 11.5% 증가했다. 이에 따라 글로벌 펫푸드 시장규모는 2028년 1,798억 달러에 달할 것으로 예측되고 있다.⁴⁾

1) 황윤재·박기환·박성진·박준홍, 「농식품산업 신성장동력 창출을 위한 펫푸드 산업 육성 과제」, 한국농촌경제연구원, 2023, p.69.

2) Ibid., p.134.

3) 농림축산식품부, 「반려동물 연관산업 육성대책」, 관계부처합동 비상경제장관회의, 2023, p.1.

2.2. 반려동물 및 반려가구 현황

반려동물을 기르는 반려가구는 2022년 말 기준으로 552만 가구로 2020년 말 536만 가구 대비 2.8% 증가했다. 전체가구에서 반려가구가 차지하는 비중은 25.7%로 2020년 말 26.3% 대비 0.6%p 감소했다. 이는 한국 전체가구 증가율 5.4% 대비 반려가구 증가율 2.8%로 상대적으로 낮은 결과로 보인다. 반려인은 1,262만 명으로 2020년 말 1,282만 명 대비 20만 명 감소했다. 반려가구 중 반려동물로 개를 기르는 반려견 가구가 가장 많은 71.4%이고, 고양이를 기르는 반려묘 가구가 그 다음으로 27.1%였다. 반려견 가구는 71.4%로 2020년 말 74.6%인 것에 비해 3.2%p 감소한 반면, 반려묘 가구는 27.1%로 2020년 말 25.2%였던 것에 비해 1.9%p 증가한 것으로 나타났다.⁵⁾

3. 패키지 디자인의 이론적 고찰

3.1. 패키지 디자인의 의의 및 기능

3.1.1 패키지 디자인의 의의

패키지 디자인은 포장(包裝) 디자인이다. 포장이란 제품을 보호하고 감싸며(包), 아름답도록 제품의 모양새를 치장한다(裝)는 의미이다. 포장은 제품을 보존하고 보호하며, 내용물의 의미를 아름다운 디자인을 통해 효과적인 방법으로 전달하고, 제품판매에 도움이 될 수 있도록 소비자의 관심을 이끌어내어 치장하는 것이 그 본질이다.⁶⁾

3.1.2 패키지 디자인의 기능

패키지 디자인의 기능은 다음과 같다. 첫째, 보존성은 제품을 보호하는 포장의 기본적인 기능이다. 둘째, 편리성은 구조를 간단하게 하여 제품의 운반과 적재가 용이하도록 한다. 셋째, 심미성은 적절한 아름다움을 표현하여 제품의 용도에 맞게 한다. 넷째, 상품성은 제품 브랜드 아이덴티티를 잘 표현한다. 다섯째, 구매욕구성은 소비자의 관심을 유도하여 구매의욕을 높인다. 여섯째, 재활용성은 환경보

존을 위한 절감, 재사용, 재생 부분을 고려한다.⁷⁾

3.2. 패키지 디자인의 선행연구

패키지 디자인 관련 선행연구의 논문 편수 통계는 <표. 1>에서 정리했다. 국회전자도서관, 한국학술연구정보서비스(RISS), 국립중앙도서관 등의 자료들을 검색하여, ‘반려동물 사료’, ‘패키지 디자인’, ‘시각적 구성요소’를 중심으로 학위논문과 학술논문 등 선행연구의 논문 내용을 파악하고 검색·수집한 결과, 학위논문 42편, 학술논문 44편을 포함해 총 86편을 참고했다.

구 분		논문 편수					
		2000~ 2010년	2011~ 2020년	2021~ 2022년	2023~ 2024년	소 계	
학위 논문	석사 박사	4 -	20 1	8 2	7 -	39 3	42
학술 논문		4	16	11	13	44	
총 계		8	37	21	20	86	

<표. 1> 선행연구 논문 편수

특히, 2000년 이후의 학위논문과 학술논문의 편수가 다수인 관계로 연구의 효율성과 편의성을 위해서 2023년 이후의 학위논문 7편, 학술논문 13편을 패키지 디자인의 시각적 구성요소를 추출하기 위한 참고논문으로 활용했다.

저 자	연구주제	시각적 구성요소	출 처
학위논문(2024년)			
임수엽	마스크팩 브랜드의 패키지 디자인 연구	브랜드 로고, 타이포그래피, 컬러, 레이아웃, 일러스트레이션, 재질	중앙대학교
장가호	어린이우유 브랜드의 패키지 디자인 개발	브랜드 로고, 색상, 레이아웃, 일러스트레이션, 용기형태	중앙대학교
학술논문(2023년)			
강한나	ESG 트렌드에 따른 스낵류 포장디자인 연구	브랜드 로고, 색상, 레이아웃, 일러스트레이션	중앙대학교
김민지	모바일쇼핑 플랫폼의 브랜드 충성도에 영향을 미치는 시각적 요소에 관한 연구	아이콘, 텍스트, 색상, 레이아웃	홍익대학교
원서분	기능성 화장품 패키지 디자인의 시각적 표현요소가 MZ세대 소비자 선호도에 미치는 영향	브랜드 로고, 타이포그래피, 색상, 레이아웃, 일러스트, 형태, 재질	단국대학교
천차오 하오	패키지 디자인의 시각유형이 구매에 미치는 영향 관한 연구	브랜드 로고, 타이포그래피, 컬러, 레이아웃, 일러스트레이션, 배경질감	단국대학교

4) 황윤재 · 박기환 · 박성진 · 박준홍, Op.cit., pp.131-132.

5) 황원경 · 이신애, 「2023 한국 반려동물 보고서, 반려동물 맞이 준비와 건강관리」, KB금융지주 경영연구소, 2023, pp.18-19.

6) 오연희, 저칼로리 젤리 브랜드 패키지 디자인 제안 연구, 중앙대학교 석사학위논문, 2022, p.19.

7) 윤금옥, 한국과 중국 포장 디자인의 시각적 비교 연구, 중앙대학교 석사학위논문, 2012, p.9.

저 자	연구주제	시각적 구성요소	출 처
학위논문(2023년)			
후썬에	한·중 반려견 간식사료 패키지 디자인의 시각적 정보분석과 구매에 미치는 영향 관한 연구	브랜드 로고, 네이밍, 캐릭터, 색채, 레이아웃, 타이포그래피, 일러스트레이션, 이미지	단국대학교
학술논문(2024년)			
몽운정 김희현	베이징 고궁박물관의 문화상품 패키지 디자인 연구	기호, 색상, 텍스트, 제품형태	한국브랜드 디자인학회
학술논문(2023년)			
루엔 최원재	캔맥주의 패키지 디자인 시각요소에 관한 소비자 선호도 연구	브랜드, 타이포그래피, 색채, 레이아웃, 일러스트레이션	한국브랜드 디자인학회
류양 김희현	인스턴트커피 패키지 디자인의 시각적 요소 비교분석 및 제안	브랜드 로고, 색채, 레이아웃, 일러스트	차세대 컨버전스 정보서비스학회
사가열 김희현	밀크티 브랜드 로고의 시각적 요소 비교 분석	브랜드 로고, 색상, 배열	차세대 컨버전스 정보서비스학회
왕신초 김희현	담배 브랜드 패키지 디자인의 시각적 요소 분석	로고요소, 이미지요소, 글씨체, 색상, 레이아웃	차세대 컨버전스 정보서비스학회
왕탁 김희현	에너지바 제품의 패키지 디자인 시각요소 분석 연구	브랜드 로고, 색채, 레이아웃, 일러스트레이션, 용기형태	한국기초조형학회
웨이 위한	펫팜족 문화와 애견용 주류 패키지 디자인의 인지문제를 통한 리디자인 제안 연구	브랜드 로고타입, 컬러, 레이아웃, 이미지, 용기형태	한국브랜드 디자인학회
위광 박상희	브랜드의 패키지 디자인에 나타난 무של장 컨셉의 시각적 상징표현 연구	브랜드, 기호, 색채, 레이아웃, 일러스트레이션	한국디자인트렌드학회
유빙청 김희현	중국 고추장 제품 라벨디자인의 선호도 연구	브랜드 로고, 컬러, 레이아웃, 일러스트	차세대 컨버전스 정보서비스학회
유재기 정의태	커피 패키지 디자인의 시각언어가 소비자의 미각 판단에 미치는 영향	타이포그래피, 컬러, 이미지, 조형	한국브랜드 디자인학회
유통 김희현	유아용 제조 분류 브랜드 로고의 시각적 요소 분석	브랜드 로고, 심벌, 서체, 색상, 형태	차세대 컨버전스 정보서비스학회
임수엽 김희현	패키지 라벨디자인 시각요소의 브랜드 선호도 연구	로고타입, 컬러, 레이아웃, 일러스트레이션, 라벨	한국브랜드 디자인학회
정조택 김희현	어린이 감기약의 패키지 디자인 비교 연구	브랜드 로고, 컬러, 레이아웃, 일러스트	한국브랜드 디자인학회

<표 2> 시각적 구성요소의 정리

이상 선행연구 논문을 기반으로 펫푸드 브랜드 패키지 디자인의 시각적 구성요소를 6가지로 추출하였다. ① 브랜드 로고, ② 타이포그래피, ③ 색상, ④ 일러스트레이션, ⑤ 레이아웃, ⑥ 용기형태로 6가지의 시각적 구성요소를 패키지 디자인의 분석기준으로 활용한다.

3.3. 패키지 디자인의 시각적 구성요소

3.3.1. 브랜드 로고(Brand Logo)

브랜드 로고는 시각적인 방식으로 브랜드 네임이나 메시지를 표현한 이미지이며, 브랜드의 의미를 함축하여 소비자에게 전달한다. 브랜드 로고는 패키

지 디자인의 시각적 구성요소 중 하나로서 브랜드 인지도를 높이고, 브랜드 정보를 소비자에게 전달하는 중요한 시각적 구성요소이다.⁸⁾

3.3.2. 타이포그래피(Typography)

타이포그래피는 시각적이나 서술적으로 제품정보의 처리방법과 전달내용으로서 슬로건, 제품명, 사용법, 바코드, 기호나 픽토그램, 단어와 문장 등을 말한다. 타이포그래피는 서체의 크기, 행간, 자간, 내용을 나열하는 단어의 길이, 글자의 기울기, 조판 형식, 단수, 색채 등과 가독성이 상관관계가 있다.⁹⁾

3.3.3. 색상(Color)

색상은 제품의 이미지를 연상하기 위해 활용되며, 자연스럽게 색상 이미지와 브랜드 이미지를 소비자는 동일한 것으로 인식하게 된다. 패키지 디자인에서 색상은 중요한 역할을 하기 때문에 제품이 소비자의 눈에 잘 보이기 위해서는 색상을 정확하게 패키지 디자인에 적용하여 소비자의 관심을 유도하는 것이 중요하다.¹⁰⁾

3.3.4. 레이아웃(Layout)

레이아웃은 조형미를 고려하면서 시각적 전달을 목적으로 시각적 구성요소를 효과적으로 배열하고 구성한다. 제품의 정보전달을 목적으로 하는 레이아웃은 글꼴 크기, 글꼴 선택, 글자 간격 설정, 행, 행 수, 행 간격 등 많은 세부사항의 조합과 활용을 고려한다.¹¹⁾

3.3.5. 일러스트레이션(Illustration)

일러스트레이션은 커뮤니케이션 수단으로서의 뚜렷한 목적을 갖고 있는 소비자의 비주얼커뮤니케이션 수단이다. 일러스트레이션은 소비자의 심리적 요구와 시각적 요구를 충족시키는 중요한 역할을 한다. 일러스트레이션의 표현형태는 제품의 예술성 향상을 제고하고 기본적으로 브랜드의 시각적 정보내용을 전달한다.¹²⁾

8) 오연희·김희현, 중국 저칼로리 젤리 제품의 패키지 디자인 시각요소 분석 연구, 기초조형학연구, Vol.22 No.4, 2021, p.210.

9) 노선영, 헤리티지 콘셉트 브랜드에 따른 패키지 디자인의 시각적 표현에 관한 연구, 브랜드디자인학연구, Vol.19 No.4, 2021, p.103.

10) 왕미·김희현, 패키지 디자인의 시각요소에 관한 비교 분석 연구, 디지털예술공학멀티미디어논문지, Vol.6 No.2, 2019, p.84.

11) 임수엽·김희현, 패키지 라벨디자인 시각요소의 브랜드 선호도 연구, 브랜드디자인학연구, Vol.21 No.3, 2023, p.10.

3.3.6. 용기형태(Container Shape)

용기형태가 다른 제품과 차별화를 가지게 되면 소비자는 동일한 형태의 제품에 관심을 가지게 되고, 이러한 제품에 대한 관심은 구매로 이어진다. 제품의 판매량은 증가하고 제품의 유통은 활발하게 된다. 이러한 이유로 용기형태의 시각적 구성요소에 의한 디자인은 제품을 변질이나 파손되지 않게 보호·보존하는 기능적인 측면도 갖춰야 한다. 이는 그 자체만으로도 브랜드의 경쟁력을 갖추게 된다.¹³⁾

4. 패키지 디자인의 조사 및 분석

4.1. 패키지 디자인의 조사

4.1.1. ROYAL CANIN의 패키지 디자인 분석

로알캐닌은 반려동물을 위한 더 나은 세상을 만들기 위해 맞춤형 솔루션을 기반으로 성장해 오고 있다. 주요 연혁은 1968년 반려견을 위한 ‘엘로수프’ 생산 후 Royal Canin 브랜드를 출시했고, 2020년 한국 생산 펫푸드 최초로 호주에 수출하는데 성공했다. 주요 브랜드는 로알캐닌이다.¹⁴⁾

로알캐닌 ROYAL CANIN		
회사 로고	브랜드 로고	패키지 디자인
		
로 고	① 회사 로고 - 왕관 문양 하단에 영문 타입의 브랜드 로고 심벌 이미지 적용 - 왕관 문양 하단에 'ROYAL CANIN' 문구 표기 ② 브랜드 로고 - 회사 로고와 동일	
타이포 그래픽	① 회사 로고 - 고딕체(Sans Serif)의 영문 타입 적용 - 수평 기준선 배열 적용 ② 브랜드 로고 - 회사 로고와 동일 ③ 패키지 디자인 - 고딕체(Sans Serif)의 영문·숫자 혼용 타입 적용 - 수평 기준선 배열 적용	

- 12) 정조택 · 김희현, 어린이 감기약의 패키지 디자인 비교 연구, 브랜드디자인학회, Vol.21 No.3, 2023, p.57.
 13) 왕탁 · 김희현, 에너지바 제품의 패키지 디자인 시각요소 분석 연구, 기초조형학연구, Vol.24 No.2, 2023, p.277.
 14) 한국농수산식품유통공사, 「2020 펫푸드 시장 현황」, 농림축산식품부, 2021, p.39; 로알캐닌, <https://www.royalcanin.com/kr>, 2024.04.17.

로알캐닌 ROYAL CANIN		
색 상	① 회사 로고 : 1색 색채 적용 ■ #FF0000 ② 브랜드 로고 : 1색 색채 적용 ■ #FF0000 ③ 패키지 디자인 : 7색 색채 적용 ■ #22741C ■ #FFFFFF ■ #FF0000 ■ #BDBDBD ■ #EAEAEA ■ #353535 ■ #997000 ④ 주조색 : 3색 색채 적용 □ #FFFFFF ■ #22741C ■ #FF0000	
레이아웃		- 상단 : 브랜드 로고 배치 - 중단 : 사료설명, 사용연령 배치 - 하단 : 반려견 이미지, 사료 이미지 배치
일러스트		
용기형태	- 직사각 세로형의 볼투명 비닐 소재 사용	

<표. 3> 로알캐닌의 브랜드 로고 및 패키지 디자인

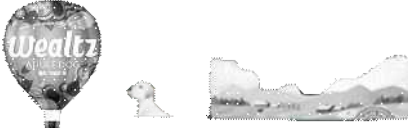
4.1.2. Wealtz의 패키지 디자인 분석

우리와는 펫푸드와 용품은 물론 동물병원과 펫서비스, 온라인몰까지 반려동물에 관한 모든 것을 제공하는 펫라이프 솔루션 회사이다.¹⁵⁾ 주요 연혁은 2018년 대한사료(주)의 펫 사업 부문으로 분리하고, 2019년 ANF 제조 브랜드인 대산엔컴퍼니를 인수했다. 주요 브랜드는 애플루트 홀리틱스, 할로, 이즈칸, ANF, 세니메드 등이다.¹⁶⁾

우리와 Wealtz		
회사 로고	브랜드 로고	패키지 디자인
		
로 고	① 회사 로고 - 한글·영문 혼용 타입의 브랜드 로고 심벌 이미지 적용 - 영문 하단에 '우리와' 문구 표기 ② 브랜드 로고 - 영문 타입의 브랜드 로고 심벌 이미지 적용	

15) Ibid., p.40.

16) 이충현 · 서지혁, 「글로벌 국내 펫 산업분석 보고서」, 밸류와인더인덱스보고서 Vol.01. 2023, p.62; 우리와, <https://www.worIwa.com> 2024.04.17.

우리와 Wealtz	
타이포 그래피	① 회사 로고 - 고딕체(Sans Serif)의 한글·영문 혼용 타입 적용 - 수평 기준선 배열 적용 ② 브랜드 로고 - 명조체(Serif)의 영문 타입 적용 - 수평 기준선 배열 적용 ③ 패키지 디자인 - 고딕체(Sans Serif)·명조체(Serif)의 한글·영문·숫자 혼용 타입 적용 - 수평 기준선 배열 적용
색 상	① 회사 로고 : 3색 색채 적용 ■ #000000 ■ #00D8FF ■ #FF5E00 ② 브랜드 로고 : 1색 색채 적용 □ #FFFFFF ③ 패키지 디자인 : 8색 색채 적용 ■ #5CD1E5 ■ #CC3D3D ■ #670000 ■ #FFFFFF ■ #3DB7CC ■ #22741C ■ #47C83E ■ #E5D85C ④ 주조색 : 4색 색채 적용 ■ #5CD1E5 ■ #CC3D3D □ #FFFFFF ■ #3DB7CC
레이아웃	 - 상단 : 열기구 이미지, 로고 배치 - 중단 : 자연 배경, 건물 등 이미지 배치 - 하단 : 사료설명, 사용연령 배치
일러스트	
용기형태	- 직사각 세로형의 불투명 비닐 소재 사용

<표. 4> 우리와의 브랜드 로고 및 패키지 디자인

4.1.3. Cesar의 패키지 디자인 분석

마즈는 미국 최대 규모의 식품 생산기업으로 가장 유명한 사료 브랜드로 정착했다.¹⁷⁾ 주요 연혁은 1920년 프랭클린 마즈, 식품 기업 Mars 창립했고, 1989년 Cesar를 공식적으로 출시했다. 주요 브랜드는 시저이다.¹⁸⁾

마즈 Cesar		
회사 로고	브랜드 로고	패키지 디자인
		

17) 한국농수산식품유통공사, Op.cit., p.40.

18) 이충현·서지혁, Op.cit., p.63; 마즈코리아, <https://kor.mars.com>, 2024.04.17.

마즈 Cesar	
로 고	① 회사 로고 - 영문 타입의 브랜드 로고 심벌 이미지 적용 ② 브랜드 로고 - 터원형 내부에 영문 타입의 브랜드 로고 심벌 이미지 적용
타이포 그래피	① 회사 로고 - 고딕체(Sans Serif)의 영문 타입 적용 - 수평 기준선 배열 적용 ② 브랜드 로고 - 필기체(Cursive)의 영문 타입 적용 - 사선 수평 기준선 배열 적용 ③ 패키지 디자인 - 고딕체(Sans Serif)·필기체(Cursive)의 한글·영문·숫자 혼용 타입 적용 - 수평 기준선 배열 적용
색 상	① 회사 로고 : 1색 색채 적용 ■ #003399 ② 브랜드 로고 : 3색 색채 적용 ■ #000000 □ #FFFFFF ■ #F29661 ③ 패키지 디자인 : 10색 색채 적용 ■ #980000 ■ #000000 □ #FFFFFF ■ #86E57F ■ #4374D9 ■ #F29661 ■ #BDBDBD ■ #FAED7D ■ #C4B73B ■ #FAEAEA ④ 주조색 : 7색 색채 적용 ■ #000000 □ #FFFFFF ■ #86E57F ■ #4374D9 ■ #F29661 ■ #FAED7D ■ #C4B73B
레이아웃	 - 상단 : 사용연령, 브랜드 로고 배치 - 중단 : 반려견 이미지 배치 - 하단 : 사료 이미지, 원료 이미지 배치
일러스트	
용기형태	- 정사각 라운드형의 불투명 금속 소재 사용

<표. 5> 마즈의 브랜드 로고 및 패키지 디자인

4.1.4. aLLive의 패키지 디자인 분석

대주 펫푸드는 배합사료의 제조 및 판매 기업으로서 오랜 노하우와 축적된 제조 기술로 우수한 사료 제품을 생산하는 배합사료 전문 회사이다. 주요 연혁은 1962년 (주)예산농장의 양축 배합사료 생산을 시작으로, 2020년 생애주기별 맞춤 사료로서 전제품을 업그레이드 출시했다. 주요 브랜드는 도그랑, 루아, 내츄럴스토리 등이다.¹⁹⁾

19) Ibid., p.60; 대주산업, <http://www.daejooInc.com>, 2024.04.17.

대주산업 aLLive		
회사 로고	브랜드 로고	패키지 디자인
		
로 고	① 회사 로고 - 마름모 모양 내부에 영문·숫자 혼용 타입의 브랜드 로고 심벌 이미지 적용 - 마름모 모양 외부 우측에 한글 타입의 브랜드 로고 심벌 이미지 적용 - 영문 하단에 '1962' 문구 표기 ② 브랜드 로고 - 한글·영문·사료 이미지 혼용 타입의 브랜드 로고 심벌 이미지 적용	
타이포 그래픽	① 회사 로고 - 고딕체(Sans Serif)의 한글·영문·숫자 혼용 타입 적용 - 수평 기준선 배열 적용 ② 브랜드 로고 - 고딕체(Sans Serif)의 한글·영문 혼용 타입 적용 - 수평 기준선 배열 적용 ③ 패키지 디자인 - 고딕체(Sans Serif)의 한글·영문·숫자 혼용 타입 적용 - 수평 기준선 배열 적용	
색 상	① 회사 로고 : 3색 색채 적용 ■ #CC3D3D ■ #5D5D5D □ #FFFFFF ② 브랜드 로고 : 2색 색채 적용 □ #FFFFFF ■ #CC723D ③ 패키지 디자인 : 10색 색채 적용 ■ #F2CB61 ■ #003399 ■ #4374D9 □ #FFFFFF ■ #BDBDBD ■ #000000 ■ #5D5D5D ■ #CC723D ■ #D9E5FF ■ #F6F6F6 ④ 조색 : 2색 색채 적용 □ #FFFFFF ■ #003399.	
레이아웃		- 상단 : 브랜드 로고 배치 - 중단 : 반려견 이미지, 사료설명, 사용연령 배치 - 하단 : 사료설명, 사료 이미지 배치
일러스트		
용기형태	- 직사각 세로형의 불투명 비닐 소재 사용	

<표. 6> 대주산업의 브랜드 로고 및 패키지 디자인

4.1.5. Natural Core의 패키지 디자인 분석

네츄럴코어는 한국 펫푸드 브랜드로 주로 반려묘와 반려견을 위한 사료를 생산하고 판매하고 있다. 주인들과 반려동물들의 행복을 기업의 경영목표로 삼고 있다.²⁰⁾ 주요 브랜드는 에코, 센시티브케어 등이다.²¹⁾

20) 서문청 · 김희현, 반려묘 사료 브랜드 분석을 통한 패키지디자인 제안, 브랜드디자인학연구 Vol.18 No.4, 2020, p.67.

21) Natural Core, 강아지 사료, <https://www.naturalcore.co.kr/pr>

네츄럴코어 Natural Core		
회사 로고	브랜드 로고	패키지 디자인
		
로 고	① 회사 로고 - 원형 모양 내부의 나무 모양과 원형 외부 하단에 영문 타입의 브랜드 로고 심벌 이미지 적용 - 원형 모양 외부 하단에 'Natural Core' 와 'Balanced Nutrition Formula' 문구 표기 ② 브랜드 로고 - 회사 로고와 동일	
타이포 그래픽	① 회사 로고 - 고딕체(Sans Serif) · 명조체(Serif)의 영문 타입 적용 - 수평 기준선 배열 적용 ② 브랜드 로고 - 회사 로고와 동일 ③ 패키지 디자인 - 명조체(Serif) · 고딕체(Sans Serif) · 필기체(Cursive)의 한글·영문·숫자 혼용 타입 적용 - 수평 기준선 배열 적용	
색 상	① 회사 로고 : 2색 색채 적용 ■ #22741C □ #FFFFFF ② 브랜드 로고 : 2색 색채 적용 ■ #8C8C8C □ #FFFFFF ③ 패키지 디자인 : 12색 색채 적용 □ #FFFFFF ■ #FAECC5 ■ #8C8C8C ■ #000000 ■ #D4F4FA ■ #D1B2FF ■ #990085 ■ #F2CB61 ■ #F29661 ■ #99004C ■ #F6F6F6 ■ #5CD1E5 ④ 주조색 : 2색 색채 적용 □ #FFFFFF ■ #D1B2FF	
레이아웃		- 상단 : 브랜드 로고, 사용연령 배치 - 중단 : 사료 이미지, 원료 이미지 배치 - 하단 : 사료설명 배치
일러스트		
용기형태	- 직사각 세로형의 불투명 종이 소재 사용	

<표. 7> 네츄럴코어의 브랜드 로고 및 패키지 디자인

4.1.6. PRO PLAN의 패키지 디자인 분석

카길애그리퓨리나는 65개국에 위치한 글로벌 기업으로서 전 세계적으로 식품, 농업, 산업 제품 관련 서비스를 생산 공급하고 있다.²²⁾ 주요 연혁은 1922년 뉴트리나 브랜드로 사료판매를 시작하여, 2002년 한국에서 뉴트리나 펫케어 사업을 시작했다.

product/11st.html?cate_no=29, 2024.04.18.

22) 한국농수산식품유통공사, Op.cit., p.38.

주요 브랜드 건강백서, 뉴트리나, 비스트로, 원데이 케어, 아나브러쉬 등이다.²³⁾

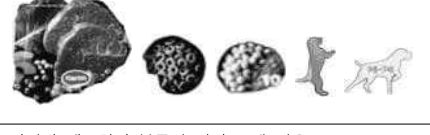
카길애그리퓨리나 PRO PLAN		
회사 로고	브랜드 로고	패키지 디자인
		
로 고	① 회사 로고 - 나뭇잎 모양 하단에 영문 타입의 브랜드 로고 심벌 이미지 적용 - 사각형 바둑판 모양 외부 우측에 영문 타입의 브랜드 로고 심벌 이미지 적용 ② 브랜드 로고 - 영문 타입의 브랜드 로고 심벌 이미지 적용	
타이포 그래픽	① 회사 로고 - 고딕체(Sans Serif)의 영문 타입 적용 - 수평 기준선 배열 적용 ② 브랜드 로고 - 명조체(Serif)의 영문 타입 적용 - 수평 기준선 배열 적용 ③ 패키지 디자인 - 명조체(Serif)의 한글·영문·숫자 혼용 타입 표기 - 수평 기준선 배열 적용	
색 상	① 회사 로고 : 4색 색채 적용 #22741C #000000 #CC3D3D #FFFFFF ② 브랜드 로고 : 1색 색채 적용 #FFFFFF ③ 패키지 디자인 : 6색 색채 적용 #000000 #F2CB61 #FFFFFF #EAEAEA #8C8C8C #47C83E ④ 주조색 : 4색 색채 적용 #000000 #FFFFFF #F2CB61 #47C83E	
레이아웃		- 상단 : 반려견 이미지, 브랜드 로고 배치 - 중단 : 사료 이미지, 사료설명 배치 - 하단 : 사료설명 배치
일러스트		
용기형태	- 직사각 세로형의 불투명 비닐 소재 사용	

<표. 8> 카길애그리퓨리나의 브랜드 로고 및 패키지 디자인

4.1.7. The Real의 패키지 디자인 분석

하림펫푸드는 닭고기 생산, 가공 회사로서 생산 후 ‘30일의 비밀’의 슬로건을 표방한 ‘오늘 생산 & 오늘 배송’ 서비스를 제공하는 펫푸드 기업이다.²⁴⁾

주요 연혁은 1986년 (주)하림식품 설립하여, 2022년 뼈를 제거한 생고기와 슈퍼푸드, 생과채류를 동결건조한 사료 ‘더리얼 로우’를 출시했다. 주요 브랜드는 더리얼, 밥이보약, 더리얼로우 등이다.²⁵⁾

하림펫푸드 The Real		
회사 로고	브랜드 로고	패키지 디자인
		
로 고	① 회사 로고 - 타원형 모양 내부에 한글 타입의 브랜드 로고 심벌 이미지 적용 - 타원형 모양 외부 우측에 한글·영문 혼용 타입의 브랜드 로고 심벌 이미지 적용 - 타원형 외부 우측 한글 상단에 ‘Design Happy Dance’ 문구 표기 ② 브랜드 로고 - 영문 타입의 브랜드 로고 심벌 이미지 적용	
타이포 그래픽	① 회사 로고 - 고딕체(Sans Serif)의 한글·영문 혼용 타입 적용 - 수평 기준선 배열 적용 ② 브랜드 로고 - 고딕체(Sans Serif)의 영문 타입 적용 - 수평 기준선 배열 적용 ③ 패키지 디자인 - 고딕체(Sans Serif)의 한글·영문·숫자 혼용 타입 적용 - 수평 기준선 배열 적용	
색 상	① 회사 로고 : 3색 색채 적용 #CC3D3D #F2CB61 #FFFFFF ② 브랜드 로고 : 1색 색채 적용 #FFFFFF ③ 패키지 디자인 : 13색 색채 적용 #000000 #CC3D3D #22741C #FFFFFF #BDBDBD #F29661 #FAECC5 #030066 #F2CB61 #997000 #EAEAEA #F6F6F6 #22741C ④ 주조색 : 4색 색채 적용 #000000 #CC3D3D #FFFFFF #22741C	
레이아웃		- 상단 : 사료 이미지, 원료 이미지 배치 - 중단 : 사료 이미지, 브랜드 로고 배치 - 하단 : 반려견 이미지, 사료설명 사용연령 배치
일러스트		
용기형태	- 직사각 세로형의 불투명 비닐 소재 사용	

<표.9> 하림펫푸드의 브랜드 로고 및 패키지 디자인

23) 이충현·서지혁, Op.cit, p.60.; 카길애그리퓨리나, 회사소개, <https://www.cargill.kr/ko/%ED%99%88>, 2024.04.18.

24) 한국농수산물유통공사, Op.cit, p.38.

25) 이충현·서지혁, Op.cit, p.60.; 하림펫푸드, 회사소개, <https://www.harimpetfood.com/index.html>, 2024.04.18.

4.1.8. ちゅるび~의 패키지 디자인 분석

국내에 유통되는 이나바의 모든 상품은 사람이 먹을 수 있는 신선한 양질의 원료만을 사용하여 생산하고 있다. 현재 이나바의 브랜드 슬로건은 “모방하지 않는다. 모방 당하지 않는다.”이다. 주요 연혁은 1805년에 가다랑어포 생산 사업으로 시작하여, 1989년에 차오(CIAO) 브랜드가 탄생했다. 주요 브랜드는 차오(CIAO)이다.²⁶⁾

이나바펫푸드 ちゅるび~		
회사 로고	브랜드 로고	패키지 디자인
		
로 고	① 회사 로고 - 파도 문양 상단에 영문 타입의 브랜드 로고 심벌 이미지 적용 ② 브랜드 로고 - 원형 문양 내부에 일어 타입의 브랜드 로고 심벌 이미지 적용	
타이포 그래픽	① 회사 로고 - 고딕체(Sans Serif)의 영문 타입 적용 - 수평 기준선 배열 적용 ② 브랜드 로고 - 일러체 타입 적용 - 수평 기준선 배열 적용 ③ 패키지 디자인 - 일러·숫자 혼용 타입 적용 - 수평 기준선 배열 적용	
색상	① 회사 로고 : 2색 색채 적용 ■ #003399 ■ #00D8FF ② 브랜드 로고 : 5색 색채 적용 ■ #E5D85C ■ #980000 ■ #000000 □ #FFFFFF ③ 패키지 디자인 : 7색 색채 적용 ■ #4374D9 ■ #E5D85C ■ #980000 ■ #997000 ■ #000000 ■ #FFFFFF □ #F6F6F6 ④ 주조색 : 3색 색채 적용 ■ #4374D9 □ #F6F6F6 ■ #997000	
레이아웃		- 상단 : 브랜드 로고 배치 - 중단 : 반려견 이미지, 소품 이미지 배치 - 하단 : 패키지 이미지, 소품 이미지 배치
일러스트		
용기형태	- 직사각 세로형의 불투명 비닐 소재 사용	

<표. 10> 이나바펫푸드의 브랜드 로고 및 패키지 디자인

4.1.9. ONE의 패키지 디자인 분석

네슬레퓨리나는 세계 최초의 반려동물 전문 연구소를 설립했다. 반려동물의 삶의 질을 높이기 위해 노력해온 기업이다.²⁷⁾ 주요 연혁은 1894년 퓨리나를 설립하여 사료를 세계 최초로 개발하여 시판했고, 2014년 (주)롯데네슬레코리아로 한국지사 법인명을 변경했다. 주요 브랜드는 네슬레퓨리나이다.²⁸⁾

롯데네슬레퓨리나 ONE		
회사 로고	브랜드 로고	패키지 디자인
		
로 고	① 회사 로고 - 마름모 문양 내부에 영문 타입, 마름모 문양 외부 우측에 영문 타입의 브랜드 로고 심벌 이미지 적용 - 조류 문양과 조류 문양 우측에 영문 타입의 브랜드 로고 심벌 이미지 적용 ② 브랜드 로고 - 영문 타입의 브랜드 로고 심벌 이미지 적용	
타이포 그래픽	① 회사 로고 - 고딕체(Sans Serif)·필기체(Cursive)의 영문 타입 적용 - 수평 기준선 배열 적용 ② 브랜드 로고 - 명조체(Serif)의 영문 타입 적용 - 수평 기준선 배열 적용 ③ 패키지 디자인 - 고딕체(Sans Serif)의·명조체(Serif) 한글·영문·숫자 혼용 타입 적용 - 수평, 원형 기준선 배열 적용	
색 상	① 회사 로고 : 3색 색채 적용 ■ #CC3D3D □ #FFFFFF ■ #8C8C8C ② 브랜드 로고 : 1색 색채 적용 □ #FFFFFF ③ 패키지 디자인 : 7색 색채 적용 ■ #670000 ■ #00D8FF □ #FFFFFF ■ #353535 ■ #F29661 ■ #F2CB61 □ #EAEAEA ④ 주조색 : 3색 색채 적용 ■ #670000 ■ #00D8FF □ #FFFFFF	
레이아웃		- 상단 : 사료 이미지, 원료 이미지 브랜드 로고 배치 - 중단 : 사료설명, 사용연령 배치 - 하단 : 반려견 이미지, 사료 이미지 사료설명 배치
일러스트		
용기형태	- 직사각 세로형의 불투명 비닐 소재 사용	

<표. 11> 롯데네슬레의 브랜드 로고 및 패키지 디자인

27) 한국농수산식품유통공사, Op.cit, p.40.

28) 이충현·서지혁, Op.cit, p.63.; 롯데네슬레퓨리나, 회사소개, <https://www.purinapetcare.co.kr/>, 2024.04.18.26) INABA, 회사소개, <https://Inabapetfood.co.kr/>, 2024.04.18.

4.1.10. now fresh의 패키지 디자인 분석

이글벳테크는 동물용의약품 품질을 제고하는 등 생산성과 효율성을 극대화함으로써 빠르고 안정적인 제품 생산이 가능하다. 주요 연혁은 2000년 (주)이-글벳으로 상호를 변경했고, 2019년 (주)이글벳으로 법인명을 변경했다.²⁹⁾

이글벳테크 now fresh		
회사 로고	브랜드 로고	패키지 디자인
		
로고	① 회사 로고 - 영문 타입의 브랜드 로고 심벌 이미지 적용 ② 브랜드 로고 - 영문 타입의 브랜드 로고 심벌 이미지 적용	
타이포그래피	① 회사 로고 - 고딕체(Sans Serif)의 영문 타입 적용 - 수평 기준선 배열 적용 ② 브랜드 로고 - 고딕체(Sans Serif) · 필기체(Cursive)의 영문 혼용 타입 적용 - 수평, 사선 기준선 배열 적용 ③ 패키지 디자인 - 고딕체(Sans Serif) · 필기체(Cursive)의 영문 타입 적용 - 수평, 타원형, 사선 기준선 배열 적용	
색상	① 회사 로고 : 3색 색채 적용 ■ #003399 ■ #F29661 ② 브랜드 로고 : 1색 색채 적용 □ #FFFFFF ③ 패키지 디자인 : 8색 색채 적용 ■ #997000 ■ #22741C □ #FFFFFF ■ #002266 ■ #CC3D3D ■ #F2CB61 ■ #8041D9 ■ #998A00 ④ 주조색 : 3색 색채 적용 ■ #F2CB61 ■ #8041D9 □ #FFFFFF	
레이아웃	 - 상단 : 사료, 원료 이미지 배치 - 중단 : 브랜드 로고 배치 - 하단 : 반려견 이미지, 사료 이미지, 사료설명 배치	
일러스트		
용기형태	- 직사각 세로형의 불투명 비닐 소재 사용	

<표, 15> 이글벳테크의 브랜드 로고 및 패키지 디자인

4.2. 패키지 디자인 분석의 소결

국내 매출실적 상위 10위 내의 펫푸드 업체를 대상으로 패키지 디자인을 6가지의 시각적 구성요소

로 분석한 결과는 다음과 같다.

펫푸드 브랜드 패키지 디자인의 전체적인 문제점은 대체적으로 비슷하고 독특한 개성과 참신한 창의성이 다소 부족하다.

브랜드 로고는 대체적으로는 다양하지 못한 형태의 CI, 서체 및 색상을 적용하고 있다. 상당히 비슷하거나 동일하여 다양성이 부족하다는 결과를 나타내고 있다. 브랜드 로고가 제품의 특징을 나타내고 전달하는 표지기능으로서 시각적으로 전달되는 상징성을 보여주지 못하며, 제품의 브랜드를 만들어 홍보하고 브랜드 이미지의 신뢰성을 표현하는 것이 다소 부족하다.

타이포그래피는 대체적으로 고딕체(Sans Serif)나 명조체(Serif)를 주로 적용하고 가끔 필기체(Cursive)를 혼용하여 적용하고 있다. 타이포그래피는 슬로건, 제품명, 사용방법, 바코드, 심벌이나 픽토그램, 단어, 문장 등을 의미하는 시각적 또는 내러티브 제품정보의 전달내용이나 처리방법이 진부하고, 글꼴 크기, 글꼴, 단어 간격, 줄 간격, 단어 길이, 단어 기울기, 문단 수 등이 단조롭거나 복잡하여 가독성이 떨어지고 있다.

색상은 소비자에게 관심을 끌만한 주목성이 떨어진다는 점이다. 주조색을 특별히 강조하여 펫푸드 제품에 확실하게 생동감을 불어넣지 않는다는 점이다. 그리고 적용하는 색상의 수가 너무 많아서 오히려 소비자에게 전달할 브랜드의 메시지가 분명하지 못하는 경향이 있다.

레이아웃은 시각적 구성요소들을 주어진 공간 안에 보기 좋게 배치하고 구성하는 일련의 과정이지만 가독성, 주목성, 조형성, 명쾌성, 창의성 등 기본조건이 부족하다. 특히, 반려견 이미지, 펫푸드 제품이나 원료의 이미지, 배경풍경이나 소품의 이미지를 비롯하여 펫푸드 제품정보 등에서 비슷한 패키지 디자인으로 독창성과 가독성이 다소 부족하여 소비자에게 쉽게 주목을 받지 못하고 있다.

일러스트레이션은 주로 기존에 적용한 반려견 이미지, 펫푸드 제품이나 원료의 이미지로는 빠르게 변화하는 패키지 디자인의 흐름을 반영하지 못하고 있다. 펫푸드 브랜드 패키지 디자인의 일러스트레이

29) EAGLEVET, 회사소개, <https://eaglevet.com/factory/>, 2024.04.18.

선에서는 반려견, 펫푸드 제품과 원료 등의 일러스트레이션 이미지를 디자인하는 것은 쉽게 직관적으로 이해할 수 있지만 너무 단순하고 기발한 창의성이 부족하여 소비자에게 구매욕구를 불러일으키기는 어렵다는 점이다.

용기형태는 세로형 직사각 형태를 주로 적용하고, 용기재질은 비닐이나 종이 등으로 상당히 제한되어 있다. 제품의 보존성과 환경성을 감안하더라도 펫푸드 제품의 특징과 장점을 나타낼 수 있는 특색의 다양한 용기형태와 재질이 개발할 필요성이 있다.

5. 결론

5.1. 연구의 분석결과

펫푸드 브랜드 패키지 디자인의 시각적 구성요소를 바탕으로 한 분석 결과는 다음과 같다.

시장에서 제품의 기술수준은 평준화되었으며 제품에 대한 기본적인 성능과 품질만으로는 경쟁하기가 어렵게 되었다. 또한, 기업 입장에서는 제품의 차별화를 위해서는 무엇보다도 필수불가결한 요소가 시각적 구성요소에 의한 브랜드의 패키지 디자인이 경쟁력이 되었다.

펫푸드 제품의 품질과 성능이 보편화된 시대적인 흐름에서 펫푸드 브랜드 패키지 디자인은 제품의 마케팅 효과에 직결되는 요소로 그 중요성이 높다. 기본적으로 펫푸드 제품의 보호, 보관, 이동, 유통, 적용의 용이성 등 패키지의 기본적 기능 외에 부가적인 요소가 중요한 요건이다. 펫푸드 브랜드 패키지 디자인의 구조 또는 패키지 표면 디자인의 정보는 다른 제품과의 차별화를 나타낼 수 있는 부분으로 소비자의 제품 선택 과정에서 결정적인 영향을 끼치는 중요한 요소이다.

따라서 펫푸드 브랜드 패키지 디자인은 소비자 측면에서 중요한 부분이 편리성이고, 디자인 측면에서는 디자인 구조의 간결성이 중요한 요소로 꼽을 수 있는 만큼 상호보완적인 가치를 헤아릴 수 있도록 디자인해야 한다.

펫푸드 브랜드 패키지 디자인의 구성요소에 대한 이해는 시각적 요소인 브랜드 로고 타입, 타이포그

래피, 색채, 레이아웃, 일러스트레이션, 용기형태 등의 다양한 소재를 탐구하면서 마케팅과 연결되는 판매 촉진의 연관성에 대해 실무적인 이해와 실제적인 조형 감각이 중요하다.

펫푸드 브랜드의 가치 설정과 목표 지향적인 전개를 통하여 독특한 개성과 기발한 창의성의 가치 창출을 기대하고, 펫푸드 브랜드 패키지 디자인의 프로세스를 통하여 효과적인 마케팅과 업체의 만족도, 소비자의 만족도를 높일 수 있는 펫푸드 브랜드 패키지 디자인의 능력이 요구된다.

구체적으로 살펴보면, 브랜드 로고 타입, 타이포그래피, 색채, 레이아웃, 일러스트레이션, 용기형태의 시각적 구성요소 중 브랜드 로고 타입, 타이포그래피 및 일러스트레이션의 이미지 적용은 정보전달의 기능을 넘어 펫푸드 브랜드만이 지니고 있는 독특한 개성과 기발한 창의성을 나타낼 수 있어야 한다.

브랜드로고는 경쟁업체나 경쟁제품과의 차별화에 있어서 매우 중요한 역할을 한다. 패키지디자인에서 브랜드의 특성을 잘 표현하여 소비자에게 브랜드의 이미지나 메시지를 가장 효과적으로 드러내야 한다. 그러므로 패키지디자인을 통해 차별적이면서도 신뢰할 수 있는 브랜드의 의미를 소비자에게 제시할 수 있어야 한다.

패키지디자인에서 타이포그래피는 적절하게 적용하는 것이 브랜드의 홍보를 하는 시각적 구성요소의 핵심이다. 그러므로 패키지디자인에서 타이포그래피의 형식을 통해서 소비자들에게 강렬한 시각적 효과를 부여하고 브랜드에 대한 인식을 심화시킬 수 있어야 한다.

소비자는 패키지디자인을 보고 제품정보를 파악하고 색상의 느낌만으로도 브랜드 메시지나 이미지를 인식하게 된다. 그러므로 소비자가 색상을 보고 느낄 때 브랜드의 특정한 색상을 연상시킴으로써 브랜드의 아이덴티티를 형성할 수 있어야 한다.

레이아웃은 패키지디자인에서 브랜드의 정보전달력을 가지면서 소비자에게 감성적 만족도와 조화를 갖게 한다. 그러므로 레이아웃은 패키지디자인의 시각적 구성요소에 의해 적절하게 배치하고, 브랜드의 메시지나 이미지를 효과적으로 소비자에게 전달하

기 위해 심미성, 차별성, 제품정보의 우선순위, 시선의 흐름 등으로 표현전략을 세밀하게 연구할 수 있어야 한다.

일러스트레이션은 제품의 개성과 특성을 적절하게 나타내고, 경쟁업체나 경쟁제품과의 차별적이어야 한다. 그러므로 일러스트레이션은 인쇄매체나 광고로 활용할 수 있는 가치가 있어야 하고, 오랜 기간 동안 소비자에게 기억되고 연상되기 쉬울 뿐만 아니라 소비자의 감성에 맞춰 트렌드 변화의 흐름을 고려하여 개성과 창의성을 나타낼 수 있어야 한다.

용기형태는 소비자의 시선과 주목을 끌어야 하고 흥미를 가지게 하여 구매의욕을 불러일으켜 궁극적으로 구매행동에 이르게 한다. 그러므로 패키지디자인의 시각적 구성요소 중 용기형태는 차별화를 통해 브랜드의 이미지와 특성을 확보해야 하므로 무엇보다도 독특한 개성이 있는 용기형태로 디자인될 수 있어야 한다.

결론적으로 펫푸드 브랜드 패키지 디자인의 브랜드 로고의 타입에서 가장 중요한 요소는 제품의 차별화된 이미지와 특성을 위해서는 시각적 구성요소에 의한 패키지 디자인에서 표현되어지는 이미지와 특성이다. 그러므로 처음부터 충분한 시장조사와 연구를 통해 제품의 장점과 특징적인 요소를 찾아내어 소비자의 관심을 이끌어내기 위해 독특한 개성과 디자인정체성이 패키지 디자인에서 중요하다.

펫푸드 브랜드 패키지 디자인의 색상은 소비자가 제품을 구매하는데 핵심적인 요소이기 때문에 충분한 시장조사와 연구를 통해 다양한 색채의 조합으로 소비자에게 더 나은 시각적 효과를 제공해야 한다.

펫푸드 브랜드는 시각적 구성요소에 의한 패키지 디자인으로 레이아웃 이미지의 디자인은 대체로 비슷하며, 또한 상당히 단순하여 소비자를 적극적인 관심을 유도하지 못하고 있다. 깔끔하고 현대적이며 펫푸드 브랜드 제품의 패키지 디자인의 이미지를 표현하고 소비자의 관심을 이끌게 하는 레이아웃 디자인을 연구하면서 패키지 디자인의 시각적 구성요소와 조화를 이루어야 한다.

따라서 독특한 개성과 참신한 창의성이 있는 펫

푸드 브랜드 패키지 디자인의 적용이 절실하고 필요하다. 단순하고 절제된 펫푸드 브랜드 패키지 디자인이지만 소비자에게 감성적으로 다가갈 수 있는 제품의 특징과 장점을 반영하여 패키지 디자인 변화의 흐름을 선도해야 한다.

5.2. 연구의 한계점 및 제언

본 연구는 제한된 펫푸드 업체의 브랜드를 대상으로 했기 때문에 연구의 한계성을 지니고 있다. 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

연구가 국내 매출실적 상위 10위 내의 반려견 사료 업체에만 한정되어 있어, 결과의 일반화에 제한이 있으며, 다양한 규모의 업체나 다른 종류의 펫푸드 패키지 디자인이 연구에서 배제되었을 가능성이 있다. 따라서 후속 연구에서 본 연구의 한계를 넘어서기 위한 연구범위를 넓혀야 할 필요가 있다.

또한, 본 연구는 시각적 구성요소의 중요성을 문헌 연구와 데이터 분석을 통해 간접적으로 검증하였으나, 직접적인 소비자 조사를 통한 실증적 검증은 부족하였다. 후속 연구에서는 소비자 설문조사 및 인터뷰를 통해 시각적 구성요소가 소비자 인식과 구매 의사에 미치는 영향을 직접적으로 검증하고, 다양한 규모와 종류의 펫푸드 제품을 포함한 연구를 통해 결과의 일반화 가능성을 높여야 한다. 또한, 패키지 디자인 변경 전후의 매출 데이터를 분석하여 시각적 구성요소의 효과를 실증적으로 검증하는 것이 필요하다.

참고문헌

- 관계부처합동비상경제장관회의, 「반려동물 연관산업 육성대책」, 농림축산식품부, 2023.
- 이충현·서지혁, 「글로벌 국내 펫 산업분석 보고서」, 밸류파인더인텔스보고서 Vol.01, 2023.
- 한국농수산식품유통공사, 「2020 펫푸드 시장 현황」, 농림축산식품부, 2021.
- 황원경·이신애, 「2023 한국 반려동물 보고서」, KB금융지주 경영연구소, 2023.
- 황윤재·박기환·박성진·박준홍, 「농식품산업 신성장 동력 창출을 위한 펫푸드 산업 육성 과제」, 한국농촌경제연구원, 2022.

제연구원, 2023.

- 노선영, 헤리티지 콘셉트 브랜드에 따른 패키지 디자인의 시각적 표현에 관한 연구, 브랜드디자인학연구, Vol.19 No.4, 2021.
- 서문청 · 김희현, 반려묘 사료 브랜드 분석을 통한 패키지 디자인 제안, 브랜드디자인학연구 Vol.18 No.4, 2020.
- 오연희, 저칼로리 젤리 브랜드 패키지 디자인 제안 연구, 중앙대학교 석사학위논문, 2022.
- 오연희 · 김희현, 중국 저칼로리 젤리 제품의 패키지 디자인 시각요소 분석 연구, 기초조형학연구, Vol.22 No.4, 2021.
- 왕미 · 김희현, 패키지 디자인의 시각요소에 관한 비교 분석 연구, 디지털예술공학멀티미디어논문지, Vol.6 No.2, 2019.
- 왕산초 · 김희현, 담배 브랜드 패키지 디자인의 시각적 요소 분석, 차세대컨버전스정보서비스기술논문지, Vol.12 No.4, 2023.
- 왕탁 · 김희현, 에너지바 제품의 패키지 디자인 시각요소 분석 연구, 기초조형학연구, Vol.24 No.2, 2023.
- 윤금옥, 한국과 중국 포장 디자인의 시각적 비교 연구, 중앙대학교 석사학위논문, 2012.
- 이서현, 펫(Pet) 사료 패키지 디자인 유형에 따른 구매의도, 브랜드디자인학연구 Vol.19 No.2, 2021.
- 임수엽 · 김희현, 패키지 라벨디자인 시각요소의 브랜드 선호도 연구, 브랜드디자인학연구, Vol.21 No.3, 2023.
- 정조택 · 김희현, 어린이 감기약의 패키지 디자인 비교 연구, 브랜드디자인학회, Vol.21 No.3, 2023.
- 내츄럴코어, <https://naturalcore.co.kr>.
- 대주산업, <http://www.daejoolInc.com>.
- 로알캐닌, <https://www.royalcanin.com/kr>.
- 롯데네슬레퓨리나, <https://www.purinapetcare.co.kr>.
- 마즈코리아, <https://kor.mars.com>.
- 우리와, <https://www.woorIwa.com>.
- 이글벳, <https://eaglevet.com>.
- 이나바, <https://Inabapetfood.co.kr>.
- 카길애그리퓨리나, <https://www.cargill.k>.
- 하림펫푸드, <https://www.harimpetfood.com>.