

## 애견용품 브랜드로서 차별화를 위한 패턴디자인 개발 -반려견과 융합적 라이프스타일을 추구하는 소비자 중심으로-

Development of Pattern Design for Differentiation as a Dog Products Brand – Focusing on Consumers Pursuing a Convergent Lifestyle with Dogs –

---

저자 (Authors)	윤수인, 김지인, 박혜신 Yoon, Su In, Kim, Ji-In, Park, Hae-Shin
출처 (Source)	<a href="#">한국과학예술통합학회 38(1)</a> , 2020.1, 143-156 (14 pages) <a href="#">The Korean Society of Science &amp; Art 38(1)</a> , 2020.1, 143-156 (14 pages)
발행처 (Publisher)	<a href="#">한국전시산업융합연구원</a> Korea Institute of Exhibition Industry convergence
URL	<a href="http://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE09298297">http://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE09298297</a>
APA Style	윤수인, 김지인, 박혜신 (2020). 애견용품 브랜드로서 차별화를 위한 패턴디자인 개발 -반려견과 융합적 라이프스타일을 추구하는 소비자 중심으로-. 한국과학예술통합학회, 38(1), 143-156.
이용정보 (Accessed)	단국대학교 죽전캠퍼스 220.149.***.10 2021/04/19 11:24 (KST)

---

### 저작권 안내

DBpia에서 제공되는 모든 저작물의 저작권은 원저작자에게 있으며, 누리미디어는 각 저작물의 내용을 보증하거나 책임을 지지 않습니다. 그리고 DBpia에서 제공되는 저작물은 DBpia와 구독 계약을 체결한 기관소속 이용자 혹은 해당 저작물의 개별 구매자가 비영리적으로만 이용할 수 있습니다. 그러므로 이에 위반하여 DBpia에서 제공되는 저작물을 복제, 전송 등의 방법으로 무단 이용하는 경우 관련 법령에 따라 민, 형사상의 책임을 질 수 있습니다.

### Copyright Information

Copyright of all literary works provided by DBpia belongs to the copyright holder(s) and Nurimedia does not guarantee contents of the literary work or assume responsibility for the same. In addition, the literary works provided by DBpia may only be used by the users affiliated to the institutions which executed a subscription agreement with DBpia or the individual purchasers of the literary work(s) for non-commercial purposes. Therefore, any person who illegally uses the literary works provided by DBpia by means of reproduction or transmission shall assume civil and criminal responsibility according to applicable laws and regulations.

애견용품 브랜드로서 차별화를 위한 패턴디자인 개발  
-반려견과 융합적 라이프스타일을 추구하는 소비자 중심으로-

윤수인 \*

김지인 \*\*

박혜신 \*\*\*

\* 서경대학교 예술대학 디자인학부 교수

\*\* 서경대학교 예술대학 디자인학부 교수

\*\*\* 서경대학교 예술대학 디자인학부 교수

Development of Pattern Design for Differentiation as a Dog Products Brand  
- Focusing on Consumers Pursuing a Convergent Lifestyle with Dogs -

Yoon, Su In \*

Kim, Ji-In \*\*

Park, Hae-Shin \*\*\*

\* Professor, School of Art, Design Division, Seokyeong University

\*\* Professor, School of Art, Design Division, Seokyeong University

\*\*\* Professor, School of Art, Design Division, Seokyeong University

본 연구는 2018년도 한영장학재단 지원에 의한 결과임.

\*\*\* Corresponding Author : Park, Hae-Shin [designsku@naver.com](mailto:designsku@naver.com)

THE KOREAN SOCIETY OF SCIENCE & ART

한국과학예술융합학회

THE KOREAN SOCIETY OF SCIENCE & ART Vol.38(1)\_Regular article or full paper

\* Contribution : 2019.12.23\_Examination : 2020.01.09\_Revision : 2020.01.22\_Publication decision : 2020.01.30

## 목차

### Abstract

### 국문초록

#### I. 서론

##### 1.1 연구배경 및 목적

##### 1.2 연구방법 및 범위

#### II. 반려동물 산업 및 브랜드 현황

##### 2.1 반려동물 산업 현황

##### 2.2 반려동물 용품시장 현황

##### 2.3 반려동물 브랜드 현황

#### III. 사례 수집 및 분석

##### 3.1 사례 수집 기준 및 대상 선정

##### 3.2 의류 제품군

##### 3.2 외출용 제품군

#### IV. 제품디자인 개발

##### 4.1 제품디자인 개발 방법

##### 4.2 디자인 개발

##### 4.3 시제품 개발

#### V. 소비자조사

##### 5.1 설문조사

##### 5.2 조사결과 및 분석

#### VI. 결과고찰 및 결론

### Reference

### Endnote

### Abstract

The study began with an interest in the growing pet market. The purpose of this study is to derive the strategic design direction of dog supplies suitable for the consumer who pursues a fusional lifestyle with dogs. The results and contents are as follows. First, we analyzed the lack of existing dog products through the consideration of the status of dog products and brands, and produced a product design containing differentiated strategies. Ten pattern designs, 12 design cyan, and eight prototypes were produced. Second, a survey including the details of the prototype was carried out. First, the purchasing power of small items is high, and design elements such as color, exterior design, and pattern design are revealed as appeal points, which shows the importance of these elements. Next, it was found that consumers often use internet shopping and dog shops to purchase

products. Third, it was found that pattern design influences more than 70% of purchases when purchasing dog products, and that natural and geometric patterns such as tree flowers are preferred to sculptures and food patterns as motifs of pattern design. Lastly, the point of consideration for the purchase of the product was the practicality, durability, convenience of use, safety, etc., and the opinion that the trend is reflected and the tendency of the dog. Future research is expected to continue the study, which includes design directions based on product usability studies.

### 국문초록

본 연구는 눈에 띄게 성장하고 있는 반려동물 시장에 관심을 두고 시작되었다. 연구의 목적은 반려견과의 융합적 라이프스타일을 추구하는 소비자층에 적합한 반려견 용품의 전략적인 디자인적 방향을 도출하는 것이다. 연구결과 및 내용은 다음과 같다. 첫째, 반려견 용품 및 브랜드 현황 고찰을 통해 기존의 반려견 용품들의 미흡한 점을 모색하여 이와 차별화된 전략제시방안이 담긴 제품디자인을 제작하였다. 패턴디자인 10개와 12개의 디자인 시안, 그리고 8개의 시제품이 제작되었다. 둘째, 시제품에 대한 내용을 포함한 설문조사를 실시하였으며, 조사결과를 분석하여 제시된 내용은 아래와 같다. 먼저, 작은 용품의 경우 구매력이 높으며, 칼라, 외관디자인, 패턴디자인 등의 디자인요소들이 어필 포인트(appeal point)로 드러나 이 요소들의 중요성을 알 수 있었다. 다음으로, 인터넷쇼핑과 반려견 전문점 등을 소비자층이 제품구매시 많이 활용함을 알 수 있었다. 세 번째, 패턴디자인이 반려견 제품을 구매할 시 구매에 70% 이상으로 미친다는 것과 패턴디자인의 모티브로는 나무 꽃 등 자연물과 기하학 문양이 조형물이나 음식문양보다 선호됨을 조사할 수 있었다. 마지막으로 제품구매 시 고려하는 점으로는 실용성과 내구성, 사용 편리성, 안전성 등 기능에 관한 내용과 트렌드의 반영 여부, 그리고 반려견의 성향을 고려한다는 의견을 등이 논의되었다. 향후의 연구에서는 제품 사용성 조사에 기반한 설계 방향을 제시하는 연구를 이어지기를 기대한다.

### Key Words

Pet(반려견), Converged Lifestyle(융합적 라이프스타일), Product Design(용품 디자인)