DESIGN TREND

09

LEISURENOMICS

미래 유망 산업과 디자인

융합형 여가 서비스,
새로운 경제를 이끈다 ›

미래 유망 산업과 디자인

LEISURENOMICS

융합형 여가 서비스, 새로운 경제를 이끈다

여가생활이 행복의 중요한 척도로 부상하고, 시간의 양 뿐만 아니라 질적인 성장이 요구되고 있다. 여가란 우리에게 어떤 의미일까? 여가의 영어 낱말 레저(leisure)는 "허가된, 여유가 있는"의 뜻을 가진 라틴어 licere에서 나온 것이다. 이 말은 노동과 직무 뿐만 아니라 일체의 용무(用務)나 책임으로부터 해방되어 개인이 자기 뜻대로 이용할 수 있는 시간을 의미하기도 하는데 자유시간 또는 자유시간을 갖게 된데서 오는 자유로움이나 좋은 기회를 의미하기도 한다. '자기주도적인 삶'의 가치가 중요해지고 있는 시대에 여가생활이 중요해지는 것은 아마도 사람들이 여가를 통해 개인의 진정한 자유와 주체성을 느끼기 때문일 것이다.

현대인의 여가생활에서 빼놓을 수 없는 것이 또한 '여행'이며, 여행은 자유롭고 여유로운 삶의 상징이기도 하다. 과거의 여가생활이 대부분 비슷한 활동과 패턴을 보이다 최근 개인의 취향과 취미, 자기계발을 중심으로 다양하게 변화하고 있듯이, 여행도 개인의 가치와 새로운 경험을 중심으로 변화의 시점을 맞고 있다. 건강의 가치와 일의 가치, 자기표현의 가치, 그리고 삶을 차별화시키는 경험의 가치를 추구하는 여가생활과 여행 서비스가 어떠한 모습으로 디자인되어질 수있을지 살펴보도록 하자.

LEISURENOMICS

CONTENTS

PAGE

LIFE & MARKET ISSUES 05

나를 위한 여가, 여행의 가치를 변화시키다

01 웰니스(Wellenss)여가와 여행 06

02 밀레니엄 세대의 새로운 여가 패러다임 08

03 여행 같은 일상, 일상 같은 여행 10

04 새로운 경험을 추구하는 최초와 최후의 여행자 11

DESIGN TREND 12

HEALTH+LEISURE
건강과 여가의 융합

CANYON RANCH 13

THE WE 13

SLEEP EXPERIENCE PACKAGE 14

THE LIFE CHANGE PEOPLE 14

ONOMICHI-U2, HOTEL CYCLE 15

16

WORK+LEISURE
업무와 여가의 융합

COWORKING CAMP 17

HACKER PARADISE 17

SPACEMARKET 18

WORK ON WHEELS 19

SUPERSONIC JET S-512 19

LEISURENOMICS

CONTENTS

DESIGN TREND 20

SMARTNESS+LEISURE
스마트 기술과 여가의 융합

LOST LUGGAGE PROJECT 21
PACKNADA 21
CADDY 22
BLUESMART CARRY-ON 22
THE SKY KITCHEN 23
AIRBUS HEADREST 23
LOCAL'S GUIDE 24
TAXITRAILS 24
RE CAMERA 25
CA7CH LIGHTBOX 25

26

DAILY EXPERIENCE+DIGITAL LEISURE
일상과 디지털 여가의 융합

NORWEGIAN RED CAB 27
KLM LIVE HIGH FIVE 27
LIVING HISTORY APP 28
BRING RUBENS, BACK TO LIFE 28
SATELLITE-U 29
FRIENDS IN SPACE 29

LEISURENOMICS

나를 위한 여가,
여행의 가치를 변화시키다

LIFE&MARKET ISSUES

IMAGE SOURCE | www.headphonesunboxed.com

웰니스(Wellenss)여가와 여행

미국 중년남성 중심으로 사이클 관광이 트렌드로 부각
휴가기간 중 피트니스 축제 참여, 해외 리조트에서는 웰니스 멘토 프로그램 실행 중

한국문화관광연구원이 발표한 '키워드로 보는 2015 국내외 관광트렌드'에서는 '사이클링(Cycling)'을 주요 트렌드 중 한 가지로 꼽았다. 2000년대 미주에서 2,500만명이 즐길만큼 인기였던 골프는 2013년 1,900만명으로 감소하는 추세이나, 사이클 관광은 이와 반대로 빠르게 성장하고 있다고 한다. 사이클링 관광의 주역은 중년남성으로 이들의 사이클링 참여는 2010년부터 주목 받기 시작했다. '쫄쫄이를 입은 중년'이라는 뜻의 MAMILS가 신조어로 떠오르기도 했는데, 건강 또는 사회적인 이유로 사이클을 타는 35~50세 사이의 남성들이 사이클복을 입고 무리를 지어 다니는 모습을 표현한 말이다. 사이클 관광은 수익성이 높고 인기가 높아짐에 따라 미주내 관광업계에서 이에 대응해 관련 인프라 구축 등 서비스를 제공하고 있다. Oregon주의 연구결과 사이클 관광객은 일반 숙박 관광객보다 20% 더 많은 비용을(평균 744US$) 지출한다고 한다.

사이클을 즐기는 중년남성들 'MAMILS'

SOURCE I mamils.com.au

사이클링이 스포츠에 가까운 여가활동이라고 한다면, 몸과 마음의 건강을 동시에 추구하는 요가는 명상과 결합된 정적인 여가활동이다. 최근 휴가기간 동안 휴양과 함께 '요가'와 같은 피트니스를 색다르게 즐기는 현상도 나타나고 있다. 미국과 유럽의 지역들에서 매년 개최되고 있는 '원더러스트(Wanderlust Festival)'라는 요가 축제는 대자연의 공간에서 요가와 함께 음악과 예술가들의 공연을 즐기고 다양한 먹을 거리를 즐기는 축제로 유명하다. 이 축제 기간 동안 전세계 요가인들이 모여 축제를 즐기며, 휴가기간을 활용하여 축제에 참여하는 일반인들이 증가하고 있다. 또한 해외 리조트에서는 최근 '웰니스 멘토'라고 불리는 전문가들이 상주하여 고객들에게 체계적으로 스트레스를 관리해 심신의 평온함을 찾아주는 서비스를 실행하고 있다. 몰디브 후파벤 푸시 리조트(Huvafen Fushi Resort)를 비롯해 발리의 포시즌스 발리 샤안(Four Seasons Bali at Sayan)에도 웰니스 멘토가 상주하고 있다. 포시즌스의 이부 게라(Ibu Gera) 의 프로그램을 보면, 하루에 두 번 명상을 하고, 매주 5차례 각각 1시간 동안 '라이프 토크'를 진행하며, 마음의 평안을 찾는 법, 행복의 비밀, 스트레스 해소법 등으로 구성되어 있다고 한다.

2015년 시드니 '원더러스트 축제' 포스터

SOURCE I wanderlust.com

Four Seasons Bali at Sayan의 웰니스 멘토 프로그램 Ibu Gera

SOURCE I spaopportunities.com

웰니스(Wellenss)여가와 여행

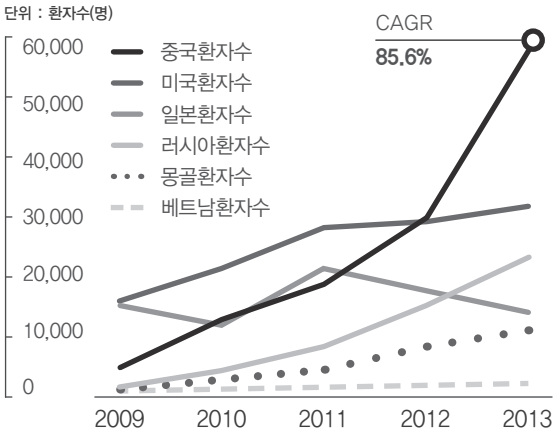
요우커를 주요타겟으로 한 의료관광과 힐링관광 산업육성, 일본은 온천 중심의 힐링관광 자원과 의료서비스를 결합시키는 노력 중

요우커라 불리는 중국 관광객과 의료관광 산업은 전세계가 주목하고 있는 가장 뜨거운 시장이다. 2010년 한국 의료관광 시장 규모는 주변 아시아 국가에 비해 그리 높지 않았다. 하지만 최근 외국인 환자수 증가 추이를 보면, 중국 의료관광객수가 급등하는 가운데 러시아, 미국 등 의료관광객수도 증가 추세에 있다. 국내 의료관광의 특징은 스파치료 등의 휴식 목적으로 방문하는 태국과는 달리 간이식, 성형수술 등 전문화된 수술을 찾아 방문하고 있다. 한국관광공사 조사자료에 따르면 중국 의료관광객들은 대부분 성형을 위해 한국에 온다고 한다.

미국 최대 여행 정보업체 '트래블주(Travelzoo)'는 중국 대륙, 홍콩, 타이완, 호주 등 지역 5000여 명의 인터넷 사용자를 대상으로 '2015년 희망 여행국' 조사를 진행하였는데, 조사 결과, 중국 요우커는 자유로운 힐링 투어 또는 가족과의 여행을 가장 희망하는 것으로 나타났다고 한다. 여행지 선택 시 '힐링', '편안한 환경'등이 요우커의 선택을 좌우하는 중요한 척도로 부상하여, 가장 여행 떠나고 싶은 TOP 3국으로 일본(39.6%), 미국(31.4%), 뉴질랜드(26.8%)가 선정되었다. 작년 대비 홍콩, 마카오 등 쇼핑 투어 대표지가 10% 이하로 하락하고 태국 · 호주 · 몰디브 등 지역은 자연경관 · 기후 등의 이유로 선호도가 높아진 것이다. 또한 50%의 설문 응답자가 썬뚜요우를 선호한다고 답변하였는데, 썬뚜요우(深度遊)란 글자 그대로 '심도 있는 여행'을 뜻하며 기존의 관광과 구별되는 뚜렷한 여행목적을 가지고 여행 과정을 즐기며 '힐링'을 지향하는 여행 방식을 의미한다고 한다. 건강의 중요성이 부각되는 점을 감안해 출시한 의료 관광, 도시인이 자연과 친해질 수 있는 시간을 가지도록 하는 생태관광, 교육과 재충전이 필요한 현대인을 위한 교육 · 트레닝 · 어학연수, 모험 마니아를 타깃으로 하는 정글여행 등이 최근 부상하는 썬뚜요우라고 한다. 힐링투어가 가장 어울린다고 생각되는 나라로는 미국, 호주, 일본 순으로 응답하였는데, 전문가들은 일본의 관광상품을 주목할 필요가 있다고 지적한다.

산업연구원은 지난해 발행한 '의료관광산업의 국제경쟁력 분석과 정책과제'보고서를 통해 "향후 일본의 의료관광산업이 어떤 수준의 경쟁력을 가질지는 예측하기 어렵지만 지리적 인접성 등을 고려할 때 우리나라와 경쟁하게 될 가능성이 매우 높다"며 "중국이나 러시아 등 경쟁시장이 공유될 가능성이 높아 일본 의료관광산업의 장단점을 보다 정교하게 분석해서 차별화되는 우리나라의 장점을 집중적으로 강화해야 할 것"이라고 조언하였다. 최근 일본은 온천을 활용한 의료관광 상품을 개발 중인데, 온천을 보유한 지방자치단체가 지역발전을 위해 메디컬 투어리즘과 헬스 투어리즘의 이름으로 의료관광을 추진하는 경우가 많다. 풍부한 온천자원을 바탕으로 수준 높은 의료기술, 인정받는 국가 브랜드 이미지를 통해 웰니스산업 부문에서 세계시장 경쟁력을 갖추어 나갈 것으로 예측된다. 한국의 중국 관광 상품은 주로 쇼핑에 집중되어 있으며, 지역 또한 서울과 제주도에 제한되어 있다. 국내 의료기술과 지역의 자연, 문화가 결합된 다양한 서비스 개발이 필요한 시점이다.

주요 국적별 국내 외국인 환자 수 증가추이



SOURCE I 보건복지부, 하이투자증권(2014)

중국 관광객이 선호하는 여행지 2015 vs 2014

순위	15년도 선호국가	비율(%)	순위	14년도 선호국가	비율(%)
1	일본	39.60	1	일본	29.20
2	미국	31.40	2	미국	28.90
3	뉴질랜드	26.80	3	대만	26.00
4	호주	25.60	4	뉴질랜드	24.70
5	대만	24.90	5	태국	24.40
6	태국	22.40	6	몰디브	23.70
7	몰디브	21.30	7	호주	22.90
8	중국 본토	18.20	14	중국 본토	12.70
23	홍콩	8.70	17	홍콩	11.90
28	말레이시아	5.80	29	말레이시아	9.90

NOTE | November survey of more than 4,300 Asia-based Travelzoo members.

SOURCE I Travelzoo

밀레니엄 세대의 새로운 여가 패러다임

일과 여가의 경계가 모호해지는 레져 재핑(Leisure-zapping), 여가를 즐기기 위해 일을 하는 레져 홀릭(leisure holic)

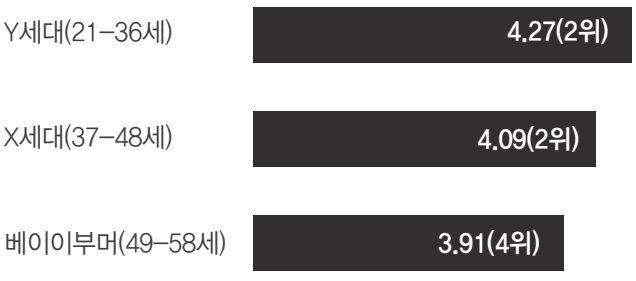
일과 여가시간의 경계가 조금씩 사라지는 현상들이 나타나면서 이를 표현하는 새로운 용어들이 만들어지고 있다. 레저 재핑(Leisure-zapping)은 leisure와 zapping의 합성어로 일이 여가의 영역을 침범하는 것을 표현한 말이며, 블레저(Bleusire)는 Business와 Leisure의 합성어로 업무와 여가를 동시에 즐기는 것을 가리킨다. 웨저(Weisure) 또한 Work와 Leisure의 합성어이다. 일이 여가시간을 침범한다는 레저 재핑이 성장중심의 사회에서 나타나는 현상이라면, 선진화된 사회일수록 여가를 중시하는 레저홀릭(leisure holic) 방식이 등장한다고 한다. 서구의 장기휴가제도는 삶의 목적이 '일'이 아닌 즐기는 '여가'가 되고 있는 것을 보여주는 좋은 사례이다. 구인구직 시장이 유연한 서구의 경우 직장은 여가를 즐기기 위한 비용을 버는 수단으로 인식하는 문화도 존재한다.

최근 국내에서도 일부이긴 하지만, 자체적으로 일정기간 동안 일을 하고 장기적인 휴가를 갖는 업무와 여가방식을 추구하는 사람들이 나타나고 있다. 특히 젊은 층을 중심으로 여가중심의 가치관이 확산되고 있는 것을 볼 수 있는데, 한국노동연구원에서 2014년 1월 발표한 '세대별 일의 가치를 통해 본 의미 및 역할'의 조사결과가 이러한 사실을 잘 보여준다. 직업의 가치를 묻는 질문에서, 모든 세대가 '즐거움과 재미를 느끼는 것'을 1위로 꼽았지만, 2순위들에서 세대 별 차이가 컸다. X세대와 Y세대는 '여가와 자유시간을 갖는 것'을 일을 하는 두 번째 이유로 꼽은 반면 베이비부머들은 '다른 사람의 인정과 존경을 받는 것'을 2위로 선택했다.

젊은 세대들의 이러한 가치관 변화로 글로벌 여행업계는 '밀레니엄 세대(1982~2000년 출생)'가 여행산업을 변화시키는 큰 소비층으로 성장하고 있음에 주목하고 있다. '2014~2015년 ITB 세계 여행 동향 보고서'에 따르면 북미에서 해외로 떠나는 여행 건수는 올해 3% 증가할 것으로 전망되는데, 이 여행객들의 대부분은 밀레니어 세대에 속할 것으로 예상된다고 한다. 여행상품 경매업체 '핫와이어'는 "미국의 밀레니엄 세대의 3분의 1이상이 이번 해에 더 많은 여행을 떠날 예정"이며 "국내 여행과 해외 여행을 포함해 약 2260억 달러(약 245조원)를 지출할 것으로 추산된다"고 밝혔다. 글로벌 여행기업 Expedia에서 발표한 보고서 'The Future of Travel'에서도 밀레니엄 세대에 주목하며, 이들의 업무 상 출장이 개인여행으로 연결되는 특성을 언급하였다. 보고서에 따르면, 세대별로 업무 상 출장 시 개인적인 레저여행을 추가로 즐기는가를 물어본 결과, 18~30세 그룹이 타 그룹 대비 긍정적인 응답이 높았으며, 부정적인 응답도 월등히 낮았다고 한다.

2030세대 직업관 인식

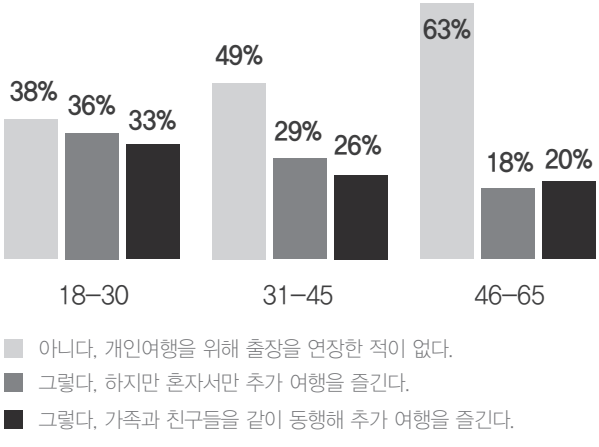
여가와 자유시간이 일의 가치인가? (5점 만점)



()는 직업가치 9개 중 응답점수 순위

SOURCE I 한국 노동연구원, 내용의 '세대별 일의 가치를 통해본 의미 및 역할' 보고서 (2014)

미국 세대 별, 업무출장 시 개인 레저활동을 같이 즐기는가에 대한 응답 비율



SOURCE I Expedia, 'The Future of Travel', 2013

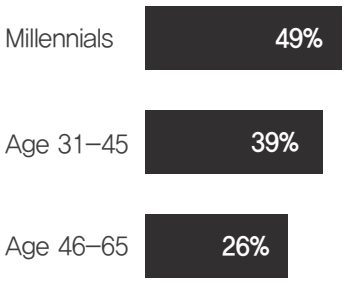
밀레니엄 세대의 새로운 여가 패러다임

자기 주도적으로 여행을 계획하고 기록하고 공유하는 것이 중요,
즉각적인 정보제공과 개별화된 서비스가 가능한 모바일과 SNS가 새로운 여행수단으로 부상

한국문화관광연구원이 발표한 '키워드로 보는 2015 국내외 관광트렌드'에서도 세계관광 트렌드 중 첫 번째로 '모바일'을 꼽았는데, 모바일 기술은 현재 관광 시장에서 고객서비스 및 고객행동을 크게 변화시킬 것으로 예상되며, 끊임없이 변화하는 관광시장에서 생존하기 위해서는 모바일을 통한 서비스 제공은 필수가 될 것이라고 언급하고 있다. 2015년 미국의 관광 예약 중 약 25%가 모바일을 통해 이루어질 것이며, 여행관련 모바일 사이트뿐만 아니라 모바일 결제시스템, 무선인터넷서비스 등이 더불어 증가할 것이라고 전망된다고 한다.

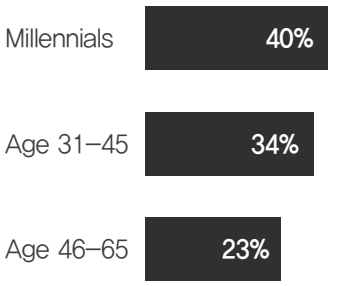
글로벌 여행기업 Expedia에서 발표한 보고서 'The Future of Travel'의 내용을 추가적으로 더 살펴보면, 특히 인터넷과 모바일에 친숙한 밀레니엄 세대가 다른 세대에 비해 모바일을 활용한 여행 소비의 특징이 강하다고 한다. 미국의 세대 별로 스마트폰을 활용하여 여행계획을 세우고 예약을 하는가에 대한 질문에 밀레니엄 세대들은 49%라 그렇다고 대답하였고 31~45세는 39%, 46~65세 그룹은 26%가 그렇다고 대답하였다. 또한 여행 중 SNS를 통해 여행기를 공유하는가라는 질문에도 밀레니엄 세대가 다른 세대에 비해 월등히 높게 그렇다라고 응답하였다.

미국 세대 별, 스마트폰을 활용해 여행을 계획하거나 예약하는가에 대한 응답 비율



SOURCE I Expedia, 'The Future of Travel', 2013

미국 세대 별, 여행 중 SNS로 여행경험을 공유하는가에 대한 응답비율



SOURCE I Expedia, 'The Future of Travel', 2013

국내에도 모바일과 SNS를 활용하여 '자기 주도적인 여행'을 하는 것이 새로운 여가 트렌드로 부상하고 있다. 문화체육관광부와 한국관광공사가 빅데이터 분석 전문 회사인 다음소프트와 함께 2012년부터 2014년까지 최근 3년 동안 블로그, 트위터, 커뮤니티를 통해 나타난 여행 관련 문서(총 71,899,146건)를 통해 국내 여행 및 관광에 대한 트렌드를 분석한 결과, 여행과 관련해 여행기나 여행계획을 스스로 기록하는 일에 대한 관심이 높아지고 있다고 한다. 다른 사람의 여행기나 여행 계획을 참고로 해서 스스로 여행 계획을 짜면 틀에 고정된 여행이 아닌 자기만의 여행일정을 계획할 수 있으며, 여행을 마친 뒤 일정과 후기를 공유했을 때도 많은 사람들에게 좋은 반응을 얻을 수 있기 때문이다. 특히 여행지도를 보고 무작정 떠난다는 사람들이 늘고 있어, 이때 꼭 필요한 실시간 정보와 색다른 경험을 제공해줄 수 있는 가이드북이 필요해 보인다.

여행 같은 일상, 일상 같은 여행 추구

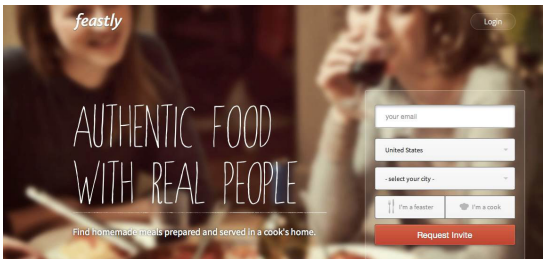
일상생활처럼 인식되는 여행, 여행 테마를 담은 도심 속 문화공간들도 증가
낯선 여행지에서 현지인의 일상을 경험하는 여행 트렌드 주목

최근 3년 동안의 여행관련 국내 소셜빅데이터 분석에서 나타난 또 한 가지 변화포인트는 여행과 일상이 연관성이 높아지고 있는 것이다. 여행의 연관어로는 카페, 음식 등 먹는 것과 친구, 분위기, 기분 등 일상적으로 쓰는 말들이 함께 언급되고 있다. 또한 최근 3년간 눈에 띌게 늘어난 표현이 '놀러 가다'였다고 하는데, '놀러 가다'는 1박 2일이란 단어와 연관도는 떨어지는 반면, 연휴, 일상, 여름, 계획과 같은 단어들과의 연관도는 점점 높아지고 있다고 한다. 여행에 대한 경험이 많아지고 일상 속에서도 여행 때와 같은 설레고 새로운 기분을 느끼고 싶어하는 사람들에게는 도심 속 새로운 공간을 접하거나, 근교에 소풍을 가는 것도 짧은 여행이라고 생각되게 되는 것으로 보인다. 2014년 5월 청담동에 오픈한 현대카드의 '트레블 라이브러리(TRAVEL LIBRARY)'는 도심에서 여행을 즐기는 새로운 경험을 제공한다. 여행에 대한 정보와 함께 가상경험을 즐길 수도 있으며, 여행사에 직접 상담을 받고 여행예약 서비스도 받을 수 있어 이슈가 되고있다. 이 공간을 디자인한 카타야마는 "여행에 가는 계기를 제공하는 것도 라이브러리의 중요한 역할 중 하나이지만 이 장소에 오는 것, 시간을 내어 여기에 놀러오는 것 자체가 하나의 여행에 가까운 체험이 됐으면 한다"고 설명하였다.

현대카드 트레블 라이브러리(TRAVEL LIBRARY)

SOURCE I blog.hyundaicardcapital.com

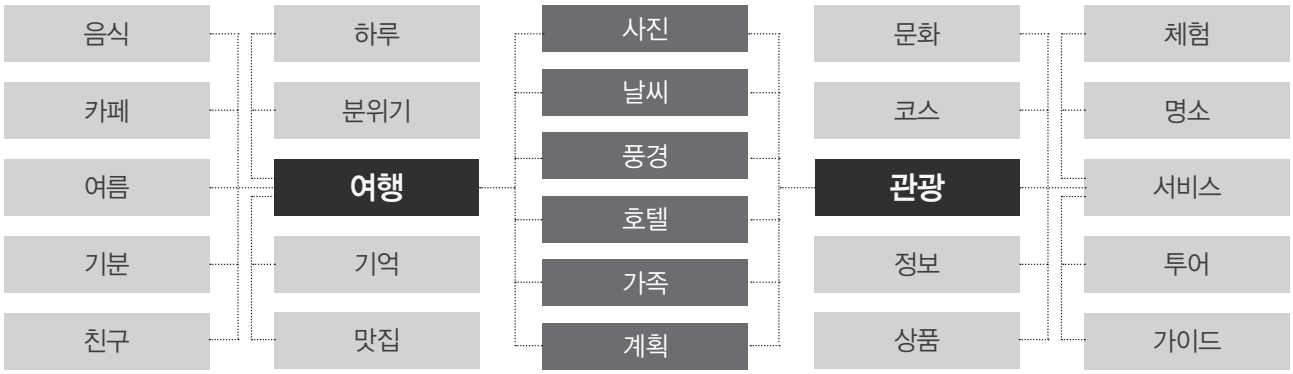
여행객과 현지 가정집 연결해 현지음식을 제공하는 매칭 플랫폼 '피스틀리(Feastly)'



SOURCE I eatfeastly.com

일상에서는 여행 같은 경험을 추구한다면, 진짜 본격적인 여행에서는 현지의 진솔하고 독특한 일상을 체험하고자 하는 현상이 나타나고 있다. 기존의 여행상품들이 주요 관광지를 중심으로 일정이 구성되었다면, 자기만의 여행계획을 세우는 사람들은 현지의 삶을 좀 더 깊숙하게 경험하고 느끼려고 한다. 이러한 니즈를 충족시켜주며 인기를 끌고 있는 것이 현지인의 집을 여행자에게 빌려주는 에어비엔비와 같은 공유경제 서비스이다. 현지의 가정집에서 여행객을 초대하여 저렴한 가격에 현지 음식을 먹을 수 있도록 해주는 매칭 플랫폼 '잇위드(Eatwith)'와 '피스틀리(Feastly)'도 최근 출시되어 좋은 반응을 얻고 있다.

여행과 관광 연관어 네트워크 소셜 빅데이터 분석



SOURCE I 문화체육관광부&한국관광공사&다음소프트, 빅데이터 분석을 통한 국내여행 트렌드 조사, 2012.~2014

새로운 경험을 추구하는 최초와 최후의 여행자

접근 불가능했던 야생지역과 우주공간에 대한 현실적 경험 가능성 높아져, 경험중심의 가치관 확산으로 독특한 여행경험에 대한 니즈 증가할 것

전세계 여행 가격비교사이트 스카이스캐너(Skyscanner)가 세계 각국의 전문가들과 함께 10년 뒤 공항과 항공 여행의 변화를 전망한 '2024 미래 여행(2024 Future of Travel)'보고서(2014)를 발표했다. 보고서에서는 새롭게 접근 가능해지는 지역과 사라지는 지역을 경험하고자 하는 '최초와 최후의 여행자'가 미래 트렌드 중 하나가 될 것이라고 말한다. 2024년에는 금지된 지역을 찾은 최초의 한 사람이 된다는 것이 용감한 여행자들 사이에서 사회적 선망의 대상이 될 수 있다는 것이다. 야생 코뿔소, 호랑이, 오랑우탄을 보거나 세계 문명 여행의 마지막 기회를 잡는 생태관광도 부상하게 될 것이라고 전망한다.

또한 2024년경에는 지구 궤도 여행이 좀 더 저렴해져 우주는 지구인들에게 마지막 여행 개척지가 될 것이라고 보고 있다. 최근 우주개척의 영역이 민간기업으로 확산되면서 우주여행에 대한 현실가능성이 높아지고 있다. 영화 아이언맨의 주인공 토니 스타크의 실제 모델로 유명한 앨런 머스크는 우주에 대해선 백지상태에서 '스페이스 X'를 설립했고 12년이 지난 지금 스페이스 X는 나사도 의존할 정도로 혁신 기업이 됐다. 수백억 달러가 드는 발사체 개발 비용을 10분의 1로 줄였고, 부품의 재활용이라는 꿈의 아이디어를 내놨다. 최근엔 삼각형 모양의 우주택시 '드래곤 V2'를 선보여 또 한 번 세상을 놀라게 했다. 우주항공 기술의 발전뿐 아니라, 우주인들의 생활과 관련된 제품의 수준이 높아지고 있는 것도 우주를 더욱 친근하게 느끼는 역할을 하고 있다. 최초 우주인들이 튜브에 넣은 초콜릿과 다진 고기, 냉동식품을 먹었다면, 이제는 스테이크는 기본, 한식과 중식, 일식까지 즐길 수 있다. 심지어 에스프레소 한잔의 여유도 가능해졌는데, 이탈리아 커피 브랜드 라바짜는 우주의 높은 기압을 버티는 '이스프레소(ISSpresso)'라는 커피머신을 개발하는데 성공하여 국제우주정거장에 보낼 예정이라고 한다.

2024년 미래 여행 트렌드, 금지된 지역을 찾는 '최초와 최후의 여행자'

SOURCE | skyscanner2024.com

스페이스X의 우주택시 '드래곤 V2'(좌)와 우주인을 위한 커피머신 '이스프레소(ISSpresso)'(우)

SOURCE | spacex.com, lavazza.com

LEISURENOMICS 01

DESIGN TREND

건강과 여가의 융합

HEALTH+LEISURE

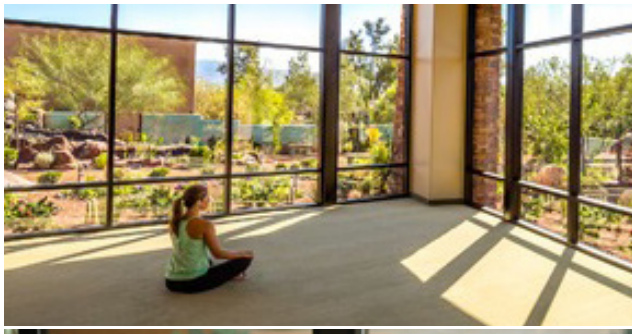
IMAGE SOURCE | wallpaperswide.com

의료 서비스와 휴양을 결합한 메디컬 리조트 (Medical Resort)

전문적인 의료 서비스와 리조트의 휴양을 결합한 메디컬 리조트가 부각되고 있다. 병원의 전문 서비스와 고급스런 스파, 리조트의 휴양을 결합해 원스톱 의료 휴양 서비스를 제공하는 것이다. 병리학적인 문제 외에도 수면 장애 등의 정신의학 치료, 미용 성형 센터까지 확대되고 있으며, 자연과 어우러진 휴향지에서 여유로운 휴식도 함께 즐길 수 있다.

CANYON RANCH

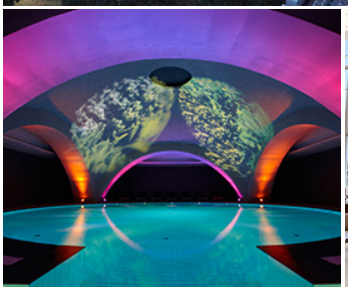
COMPANY Canyon Ranch
SOURCE canyonranch.com

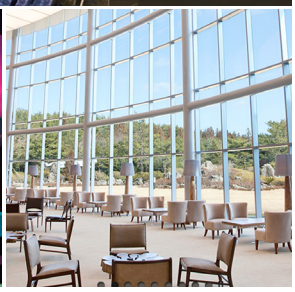


미국 애리조나 주의 한 목장을 휴양 센터로 개조하여 시작한 메디컬 리조트 1세대라고 할 수 있음. 1979년 리조트 내에서 고혈합 관리 및 체중 감량 프로그램을 진행하다가, 이후 전문 의료 서비스를 시작, 건강식과 건강 보조 식품 개발 및 판매까지 영역을 넓힘. 수면 장애 전문가, 심리 전문의, 운동 처방의 등이 상주하며, 수면장애, 섭식장애, 부부관계, 체중 조절, 스트레스 관리를 위한 프로그램을 진행함. 병리학적 문제 외에도 자존감 고취, 긍정적 생활 습관 등의 심리 치료도 진행하고 있음. 또한 하이킹, 트레킹, 산악 자전거 등의 피트니스 프로그램도 병행함.

THE WE

COMPANY Halla General Hospital
SOURCE wehotel.co.kr





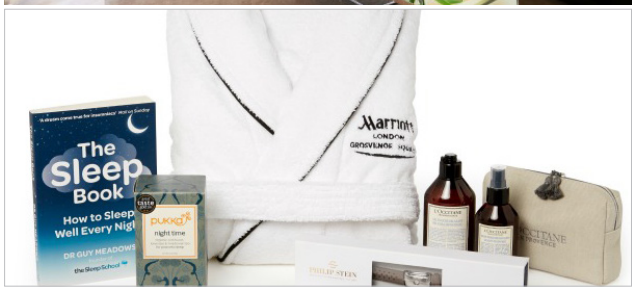
제주도 남단에 위치한 헬스 리조트 임. 2014년 2월 오픈한 이곳은 건강 증진, 자연 치유, 안락한 휴식을 위해 원시림 상태 그대로 숲을 조성, 水 치료 센터, 미용 성형 센터, 건강 증진 센터, 임상 심리 센터 등 치료와 휴양을 동시에 경험할 수 있음. 또한 글램핑이 가능한 광장을 갖추고 있으며, 제주 한라 병원과 연계한 국내 최초의 메디컬 리조트임. 물(water)과 에너지(energy)에서 머리 글자를 따서 리조트 이름을 정함. 맑은 물을 이용한 수(水)치료와 천연림을 활용한 산림 테라피를 주요 프로그램으로 하고 있음. 웰니스 센터, 아쿠아 테라피 룸, 특히 은은한 조명과 곡선을 이용한 인테리어가 특징적인 아쿠아풀이 시그니처 시설임. 물과 수중 스피커의 파장을 이용해 몸의 긴장을 풀어 준다고 함.

정신적, 감정적 힐링과 전문가 상담을 제공하는 여행 서비스

정신 건강의 중요성이 커지면서 정신 의료 서비스가 일반 의료 서비스의 일부로 통합되고 있다. 이러한 흐름으로 일상의 스트레스에서 탈출하기 위한 기회를 제공하는 마음 치유 여행이 증가하고 있다. 편안한 수면 공간을 형성하는 슬립 투어리즘 (Sleep Tourism)을 통해 정신적인 안정을 되찾거나, 전문가에게 개인적인 문제을 상담할 수 있는 새로운 개념의 여행상품들도 생겨나고 있다.

SLEEP EXPERIENCE PACKAGE

COMPANY London Marriott Hotel
SOURCE marriott.com



런던의 메리어트 호텔은 도심 내에서 휴식을 위한 여행을 떠나고 싶은 사람들을 위해 편안한 수면을 돕는 패키지를 운영중임. 안락함을 주기 위해 4면에 커튼이 달린 침대와 편안한 스파, 샤워 시설을 비롯하여, 면역 기능을 강화하고 신경을 안정시키기 위해 햇볕을 쐴 수 있도록 하는 프라이빗 가든을 설치함. 또한 필로우 미스트, 수딩 샤워젤 등의 다양한 릴렉싱 뷰티 제품과 함께 Dr.Guy Matthews의 좋은 수면을 취하기 위한 가이드 북과 Tea 세트, 그리고 Philip Stein이 개발한 Sleep bracelet가 비치되어 있음. 이 제품은 약 150파운드를 넘는 금액으로 편안한 수면 및 개운한 기상을 위해 특정 주파수를 방출함.

THE LIFE CHANGE PEOPLE

COMANY The Life Change People
SOURCE thelifechangepeople.com

현지의 카운셀러와 함께 인간관계의 문제를 치유하는 여행으로, 태국의 전원 속에 위치한 리조트 공간에서 이루어지며, 개인적인 문제부터 커플 간의 갈등까지 문제를 해결하기 위한 프로그램들이 갖추어져 있음. 지치고 힘들어 하는 사람들이 이를 극복하고, 스스로 삶을 바꿀 수 있도록 돕기 위한 다양한 프로그램을 운영함. 개인 프로그램과 커플 프로그램 2가지를 운영 중임. 태국의 5가지 부티크 호텔 중 한 곳에서 머물며, 치유 카운셀링과 함께, 요가, 쿠킹 클래스, 나이트 바자 등의 다양한 패키지가 구성되어 있고, 프로그램이 끝난 후 3개월 간 SNS를 통해 코칭을 받을 수 있음.

운동과 결합된 활동적인 라이프스타일을 지원하는 피트니스 휴가 서비스

운동과 활동적인 라이프스타일을 바탕으로 하는 피트니스 휴가가 성장하고 있다. 사람들은 휴가를 더욱 건강하고 활동적인 곳에서 보내기를 원한다. 요가, 서핑, 러닝 또는 하이킹 프로그램을 제공하는 여행사들이 증가하고 있으며, 베이직한 캠핑부터 고급스런 휴양지까지 다양해지고 있다. 호텔 역시 이러한 추세에 따라 업그레이드된 피트니스 요소를 갖춘 객실을 마련하거나, 게스트들이 호텔공간 안에서 이루어지는 작은 행동들에도 운동이나 스포츠 관련 테마를 적용하여 독특하고 차별화된 서비스 디자인이 적용되고 있다.

ONOMICHI-U2, HOTEL CYCLE

DESIGNER Discoverlink Setouchi
SOURCE onomichi-u2.com

일본 히로시아현 오노미치시에 오픈한 ONOMICHI-U2는 자전거를 타는 여행자들을 위한 복합 상업시설임. 2014년 3월 오픈하였으며 자전거를 탄 채로 체크인, 객실에 자전거를 가지고 들어가는 것이 가능한 호텔임. 자전거의 정비나 부품 조달도 가능한 사이클 전문점과 사이클스루카운터를 갖춘 카페, 로컬 식재료를 이용한 레스토랑, 바, 베이커리와 지역 토산품을 취급하는 판매점, 이벤트 스페이스로 이루어짐. 방에는 자전거를 거치할 수 있도록 핸들바를 벽에 고정시켜 두거나, 거치대를 제공, 자전거 수리용 거치대를 호텔 복도에 비치함. 시설이 있는 건물은 1943년, 전쟁 중에 해군 창고로 건축된 공간으로 관광 산업을 통한 지역 활성화를 위해 설립하게 되었다고 함. 커다란 빈 창고 내부를 마치 하나의 독립된 거리처럼 설계하였음.

LEISURENOMICS 02

DESIGN TREND

업무와 여가의 융합

WORK+LEISURE

IMAGE SOURCE | evaluestores.com

팝업식 공동 사무실(CO-WORKING AREA)과 캠핑 프로그램의 결합

새로운 공간에서의 다양한 문화와 여가 경험은 창의력과 생산성을 높여준다. 이러한 흐름은 한 걸음 더 나아가 공동 작업, 공동 사무실(Co-working Area)의 개념을 한 차원 더 업그레이드시키고 있다. 다양한 지역에서 업무를 할 수 있도록 하는 이동식 팝업 업무 공간 서비스가 캠핑문화와 결합되어 새로운 여가상품으로 선보여지고 있다. 한 공간에서 머물지 않고 지속적으로 새로운 공간으로 옮겨가면서 캠핑을 즐기고 캠핑의 경험이 창의적인 업무 활동으로 연결될 수 있도록 하는 것이다. 대체로 디자이너나 프로그래머 등 창의적이고 자유로운 문화를 추구하는 직무에 도입되고 있으며, 향후 새로운 형식의 직원 연수나 직원 트레이닝 프로그램으로 연결될 수도 있을 것이다.

COWORKING CAMP

COMPANY Coworking Salzburg
SOURCE coworking-camp.com

오스트리아의 CoWorking Salzburg에서는 이동이 잦은 업무 프로세스를 갖춘 기업이나 개인 및 사업가들을 위한 이동식 팝업 공간인 Coworking Camp를 운영하고 있음. 영감을 주는 새로운 공간에서 업무를 할 수 있도록 지원하는 이 캠프는 오픈 마인드, 스마트한 사람들이 모여 자신의 아이디어와 프로젝트를 공유하기도 함. 카이로, 지중해, 알프스 등지의 리조트 등 자연과 맞닿은 공간에 팝업 캠프를 개최하며, 해당 사이트에서 신청을 통해 참여할 수 있음.

HACKER PARADISE

COMPANY Hacker Paradise
SOURCE hackerparadise.org

Hacker Paradise는 새로운 지역에서 12주간의 업무 캠프 서비스를 제공함. 여행자들은 해당 지역에서 1주일~3개월까지 머무를 수 있음. 요가, 조깅 등의 가벼운 운동으로 일과를 시작하고, 현지 음식을 경험하며, 하루 일과를 마치면 멘토와의 대화 시간을 가짐. 전 세계 사람 누구나 참여 가능하며, 새로운 것을 배우고, 일상적인 업무 외의 새로운 프로젝트를 진행하면서 일과 생활의 균형을 맞춰나가는 법을 익히도록 하는 프로그램임. 2014년 여름, Casey와 Alexey가 프리랜서로 일하며 세계 여행을 하던 도중, 자신들만의 새로운 커뮤니티를 만들어내기 위해 프로젝트를 기획하였다고 함. 2014년 가을에 열린 첫 프로젝트는 코스타리카에서 진행하였으며, 2015년 2월은 동남아시아 (베트남 다낭, 발리 우붓, 태국 치앙마이) 에서 진행될 예정임. 디자이너, 개발자 등 창의적인 업무에 종사하는 다양한 사람들이 참여하는 트래블 워킹 커뮤니티라고 할 수 있음.

비즈니스를 위한 특별한 이벤트 공간을 대여해주는 서비스

기업이나 단체들을 대상으로 일시적이고 간편하면서도 독특한 경험을 제공해주는 업무공간을 제공하는 서비스들도 등장하고 있다. 비즈니스 미팅이나 짧은 직원 연수, 워크샵 등 업무와 연계되어 있으면서도 고정된 회사공간을 벗어나 새로운 기분을 느끼게 해주어야 하는 상황들이 다수 발생하게 되지만, 이러한 일정을 소화할 수 있는 공간들은 매우 한정되어 있다. 고정된 건물 공간을 갖추어야 한다는 고정관념에서 벗어나면, 버려지거나 현재는 사용하지 않는 독특한 공간들을 활용하여 새로운 개념의 비즈니스 공간들을 창출해 낼 수도 있을 것이다.

SPACEMARKET

COMPANY Spacemarket
SOURCE spacemarket.com

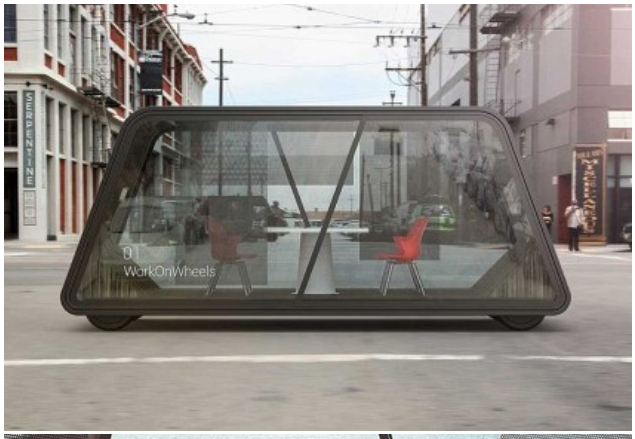
일본 스타트업 기업인 스페이스마켓(Spacemarket)은 업무를 위한 비즈니스 공간을 대여하는 서비스를 실시함. 수없이 많은 공간들이 사용되지 않고, 방치되고 있다는 점에서 착안, 이를 해결하기 위해 버려진 공간을 비즈니스를 위한 공간으로 활용하는 아이디어를 냄. 단순한 미팅룸을 제공하는 것이 아니라, 현재 사용하지 않는 선박, 야구장, 농구 코트, 일본의 전통가옥뿐만 아니라 역사적인 공간이나 무인도까지도 활용함. 현재 775개의 공간이 업무 및 창의적인 활동을 위한 공간으로 사용되고 있으며, 기금 모금을 통해 더 많은 공간 확보하고 접근성을 높일 수 있는 어플 개발에 주력할 것이라고 함.

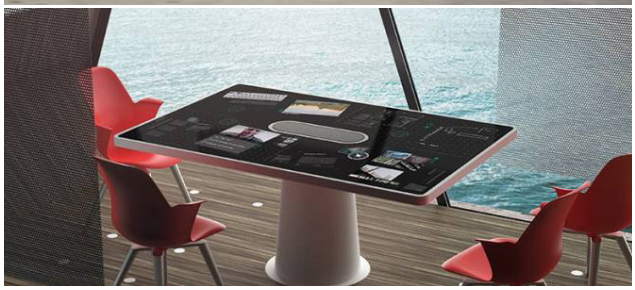
비즈니스 공간으로 진화하는 이동 수단

글로벌 단위로 진행하는 사업들이 증가하면서 잦은 출장으로 이동수단 안에서 보내는 시간이 증가하고 있다. 이들에게는 자동차, 비행기 등 이동하는 동안 소모되는 시간을 효율적으로 활용하고 관리할 수도 있게 해주는 서비스가 필수적일 것이다. 기술을 이용하여 속도를 높임으로써 이동 시간을 절약하는 것 뿐 아니라, 이동공간 안에서 업무지원 시스템을 갖추고 관련 서비스를 제공하는 것으로의 진화가 필요하다. 향후 무인 자동차가 확산된다면, 일과 여행을 동시에 해결할 수 있는 업무공간과 휴식공간이자 이동수단으로서 자동차를 활용할 수도 있을 것이다.

WORK ON WHEELS

COMPANY IDEO
SOURCE ideo.com





글로벌 디자인 기업 아이데오(IDEO)에서 자동차의 미래(The Future of Automobility)라는 제목으로 미래 자동차의 3가지 컨셉을 제시함. 그 중 하나인 워크온휠즈(WorkOnWheels)는 무인 자동차의 대중화로 자동차가 이동식 사무실 형태로 진화하는 것을 제안하고 있음. 도심의 빌딩 안이 아닌, 영감을 불러일으킬 수 있는 새로운 장소에서 미팅을 하거나 업무를 할 수 있으며, 여러 대의 자동차를 연결하면 공간의 확장도 가능함.

SUPERSONIC JET S-512

DESIGNER Spike Aerospace
SOURCE spikeaerospace.com

미국 보스턴의 엔지니어링업체인 스파이크 에어로스페이스(Spike Aerospace)에서 개발 중인 초음속 자가용 제트기 S-512는 유리창 대신 전면 스크린으로 대체한 초음속 제트기임. 동영상 녹화나 라이브 스트리밍, 디스플레이 분야의 최신 발전 사항을 활용할 계획이며, 외부에 소형 카메라가 설치되어 촬영된 영상을 기체 내부의 곡면 디스플레이를 통해 볼 수 있음. 비즈니스 여행객들은 비행하는 동안 프리젠테이션 용도로도 활용 가능함. 18명의 승객을 태우고 최고 시속 2200㎞ 을 낼 수 있어, 일반 자가용 제트기보다 2배 빨라, LA를 출발해 도쿄까지 6시간 만에 도착할 수 있음. 2018년에 12월에 공급할 것으로 예상됨.

LEISURENOMICS 03

DESIGN TREND

스마트 기술과 여가의 융합

SMARTNESS+LEISURE

IMAGE SOURCE | jannelyttanen.com

수화물의 부담을 덜어주는 간편한 여행 지원 서비스

여행이 일생에 특별한 이벤트가 아닌 일상적인 활동으로 변화하면서, 일상에서의 간편한 차림으로 여행을 편하게 즐기고자 하는 니즈도 증가하고 있다. 이에 따라 여행 시, 짐에 대한 걱정과 물리적인 부담을 덜어주는 다양한 패키징 대행 서비스들이 주목을 받고 있는데, 단순히 보관만 하는 것을 넘어서서 여행에서 입을 의류들을 세탁하고 고객이 미리 도착할 숙소에 배달해주는 원스탑 서비스로 진화하고 있다. 향후 필요한 것을 즉각적으로 생산해낼 수 있는 3D프린팅 서비스나 공간들이 확산된다면, 여행자들이 필요한 아이템들을 그때그때 주문해서 받거나 직접 만들어 사용할 수도 있을 것이다.

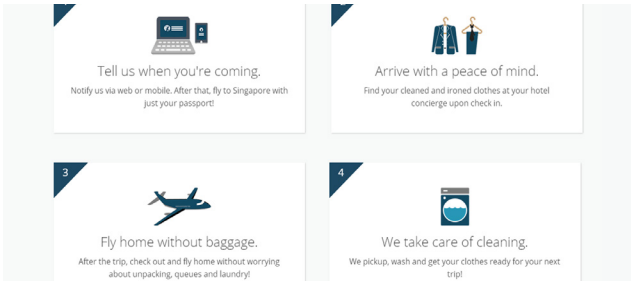
LOST LUGGAGE

DESIGNER Janne Kyttanen
SOURCE jannekyttanen.com

핀란드 작가 얀네 키타넨(Janne Kyttanen)의 3D 프린팅 프로젝트인 Lost Luggage는 3D 프린터 업체와 함께 미래의 여행에 대한 비전을 제시함. 작가는 '우리가 필요로 하는 모든 것이 파일로 축소되고, 어느 장소에서든지 재생산될 수 있다면, 사물과의 관계가 어떻게 바뀔지 상상하라'라고 말하며 소유의 의미에 대한 재고를 제안. 3D 프린터를 이용하여 스웨터, 가방, 원피스 뿐만 아니라 신발, 시계, 핸드백까지 정교하게 생산하는 프로젝트를 통해, 여행 시 크고 무거운 짐 가방 대신 3D 프린터 하나로 모든 것을 해결할 수 있는 모습을 제안함.

PACKNADA

COMPANY Packnada
SOURCE packnada.com



싱가포르의 팩나다는 미리 숙박하게 될 호텔에 옷을 대신 보내고 정리해주는 서비스를 제공함. 해외 출장이 잦았던 설립자 존보소 엔지(Johnbosco Ng)가 양복 때문에 오랫동안 공항에서 기다려야 했던 경험에서 출발하게된 서비스로 고객은 여행을 떠날 때, 짐 없이 편안하게 다닐 수 있으며, 깨끗하게 정리된 옷을 받을 수 있어, 장기간 여행을 다니는 사람들에게 편리한 서비스임. 20여 개의 의류를 보관할 수 있으며, 엄격한 세탁 규정으로 의류를 관리함. 잦은 이동을 하거나, 무거운 짐을 들고 이동하기 힘든 노년층에게 더욱 유용한 서비스가 될 것이며, 공항에서 번거로운 수화물 체크인 과정 없이 편리한 여행을 지원함.

편리한 여행을 지원하는 진화된 형태의 스마트 케이스

여행 가방이 단순한 수납 기능을 넘어, 새로운 소재와 스마트한 기능이 적용된 멀티기능의 여행지원 제품으로 진화하고 있다. 개인화된 여행 서비스를 지원하는 디지털 기술과 결합되어 스마트폰과 연동되고, 가방을 트래킹할 수 있어 짐을 잃어버리는 불안감에서 벗어날 수 있으며 신속하게 개인물품을 찾을 수 있는 편의성을 제공한다. 또한 디바이스를 충전하거나, 케이스 전면을 통해 여행 스케줄이나 정보를 알려주는 등 여행을 도와주는 지원 도구로 역활이 확장되고 있다.

CADDY

DESIGNER Jihyun Seo
SOURCE tuvie.com

디자이너 서지현이 디자인한 컨셉으로 케이스 전면에 유연하고 깨지지 않는 투명한 OLED 디스플레이를 적용한 가방임. 여행 정보 및 GPS를 이용한 여행 지역 날씨와 비행 정보, 환율, 시간, 지도, 스케줄러, 공항이나 역사 등의 공공장소 시설 등 다양한 정보를 얻고 실시간 업데이트가 가능함. 디스플레이는 4가지 모드로 전환 가능하여 사용자의 취향에 따라 가방 디자인을 변경할 수 있으며, 수화물을 쉽게 찾을 수 있도록 하는 네임택 모드, 스티커를 붙인 듯 가방을 장식할 수 있는 배지 모드, 가방을 열지 않고도 내부를 볼 수 있도록 투명하게 바꿀 수 있는 시스루 모드를 갖춤. 이에 사용되는 전원은 바퀴가 회전하면서 전기에너지로 전환하며 충전이 가능함. USB포트가 있어 스마트폰과 같은 작은 디지털 기기를 사용할 수 있도록 함.

BLUESMART CARRY-ON

COMPANY Bluesmart
SOURCE bluesmart.com

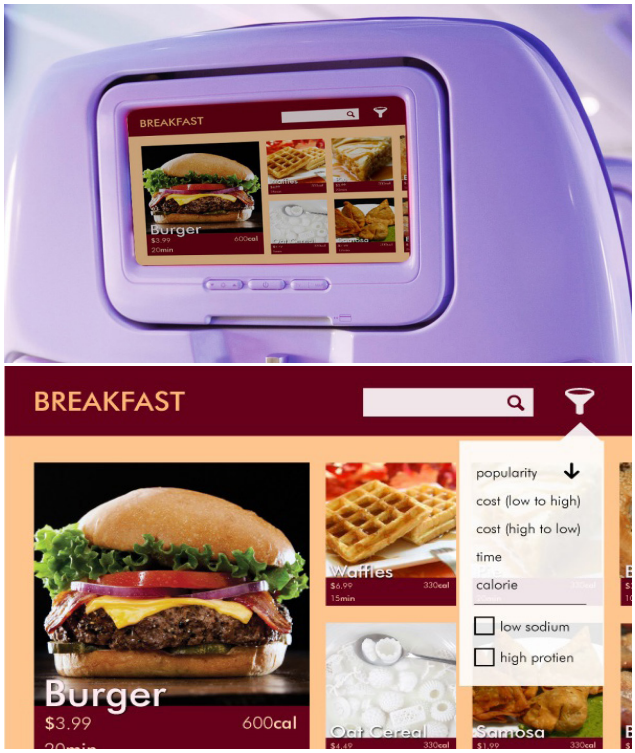
2013년 런칭한 미국의 테크놀러지 회사 Bluesmart에서 디자인한 커넥티드 캐리온은 스마트 기술을 결합한 여행 가방임. 스마트폰 어플과 연결하여 가방을 컨트롤할 수 있고, 디지털 잠금 장치, 지역 트래킹 및 가방의 무게를 감지하는 등의 기능을 실행함. 중량이 줄어들거나 문이 열릴 경우 바로 확인이 가능하고, 스마트폰이나 태블릿PC를 충전하는 기능도 갖추고 있음.

개별 맞춤화된 환경을 제공하는 비행 서비스의 진화

신기술을 활용하여 작은 부분까지 불편함을 해소하고, 편의성을 극대화기 위한 비행서비스 혁신들이 실행되고 있다. 얼마 전 외국의 한 항공사와 구글이 합작하여 비행기 승무원이 구글글래스를 착용하고 더욱 빠르고 편리한 서비스를 제공하는 시도가 있었던 것과 같이 쾌적하고 편안한 공간과 서비스를 지원하기 위해 신기술이 서비스 현장에 도입되고 있다. 비행기 내부 시설과 시스템에 3D 프린팅이나 사물인터넷, 감각기술들이 융합되어 개별 맞춤화된 서비스를 제공하거나, 비행 도중 승객들의 신체적인 휴식과 함께 정신적인 안정을 제공해 줄 수 있는 웨어러블 디바이스들이 도입될 것으로 보인다.

THE SKY KITCHEN

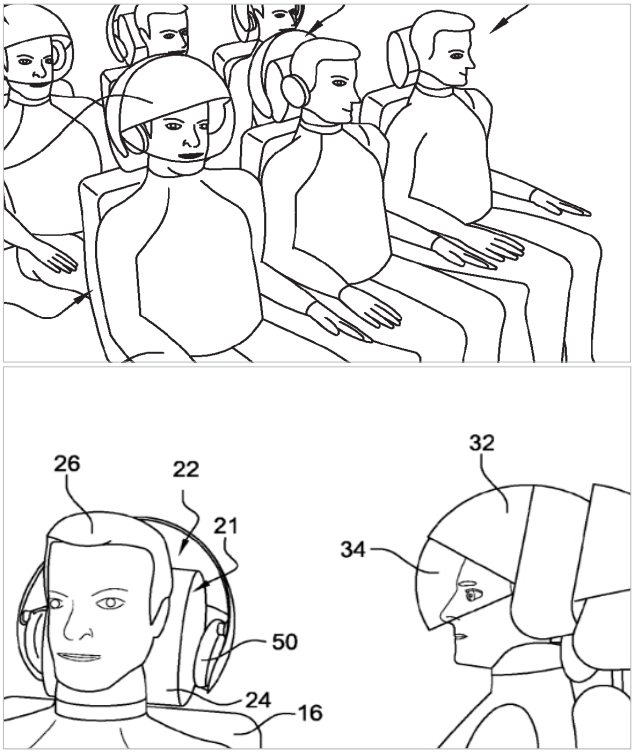
DESIGNER Students Of The IITG
SOURCE trendhunter.com



인도의 구와하티 공대 (Indian Institute of Technology Guwahati) 학생들이 OzCHI24 디자인 어워드를 위해 디자인한 3D 프린팅 비행용 푸드 제조 시스템. LCD 모니터를 통해 사용자들이 간편하게 음식의 종류, 형태, 성분 등을 선택함. 이는 기존의 기내 음식보다 다양한 메뉴를 제공할 수 있으며, 더 많은 양, 신선해진 재료, 그리고 임산부나 당뇨환자들을 위해 특별한 음식들을 만들어 낼 수 있게 함. 이 프로젝트는 여행 산업을 더욱 가치 있게 만들어 비행기 외에 다양한 운송 산업에 확대 적용이 가능할 것으로 예측되고 있음.

AIRBUS HEADREST

COMPANY Airbus
SOURCE google.com/patents/US20120292960



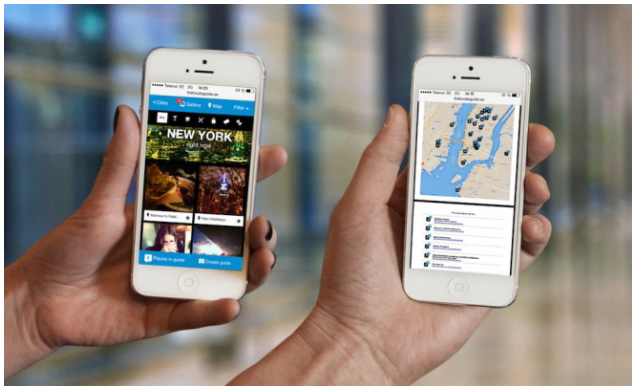
항공기 제조사 에어버스(Airbus)에서 특허를 낸 헤드레스트(headrest)는 승객들에게 심리적인 안정감을 주기 위해 감각을 차단하는 역할을 하는 아이템을 개발함. 접을 수 있도록 디자인 되었으며, 스크린이 내장되어 있거나 이미지를 보여주는 글래스가 장착되어 있고, 가상 키보드로 작동이 가능함. 향을 내는 환기 시스템을 장착하여 해드레스트를 착장한 상태에서 신선한 공기를 맡을 수 있음. 이는 승객들의 스트레스를 최소화하기 위하여 고안된 장치이며, 다양한 음악과 영화를 상영하여 지루한 비행을 즐거운 시간으로 만들어줌.

실시간으로 안내 역할을 하는 디지털 여행 가이드

스마트폰과 SNS의 확장으로 여행을 계획하는 방법이 달라지고 있다. 빅데이터를 이용, 실시간으로 여행자나 여행지에대한 생생한 정보들이 제공되고 있으며, 지도 뿐만 아니라 시각적 컨텐츠인 사진자료 등을 활용하여 더욱 인지하기 편하면서도 감각적이고 재미있는 여행계획 서비스들이 개발되고 있다. 여행을 기록하고 계획하는 새로운 수단으로 부각되고 있는 디지털 여행 가이드 앱이나 서비스를 지원하기 위한 가시성 높은 인터페이스 디자인이 필요한 시점이다.

LOCAL'S GUIDE

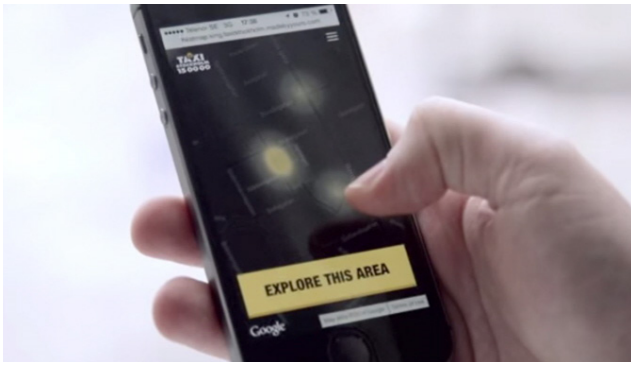
COMPANY Stockholm Arlanda Airport
SOURCE thelocalsguide.se

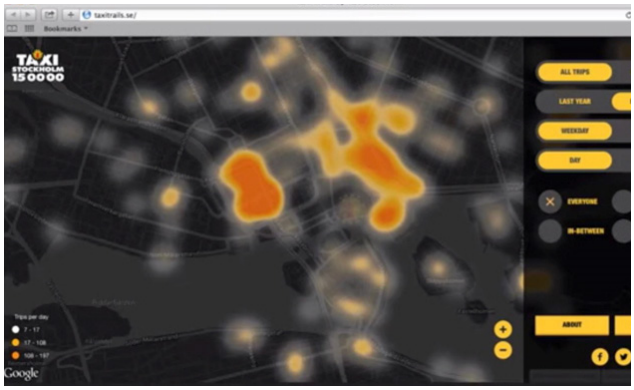


스웨덴 스톡홀롬의 알란다 공항에서 제작, 인스타그램 사진을 활용하여 개인 관광 지도를 만들어 주는 여행 가이드 맵. 여행할 도시를 선택한 후, 그 곳에 거주하는 사람들이 찍어 업로드한 인스타그램 사진 중에서 원하는 사진을 선택함. 사진에 포함된 위치 태그를 활용하여 여행의 목적지와 정보가 지도에 표시되어, 이를 PDF 파일 형태의 지도로 다운로드 할 수 있음.
소셜 빅데이터를 이용하여 유명 관광지 외에, 잘 알려지지 않은 곳까지 방문 할 수 있음. 시각적으로 인지되는 사진 자료를 이용함으로써 더욱 쉽게 인지될 수 있음.

TAXITRAILS

COMPANY Taxi Stockholm 150000
SOURCE taxitrails.se





스톡홀롬 택시 회사인 Taxi Stockholm 150000은 새로운 개념의 택시 투어리스트 가이드인 택시트레일러즈를 선보임. 스톡홀롬 시민들의 여행 동선에서 얻어진 GPS 데이터를 기반으로 만들어 졌으며, 화면 오른쪽 카테고리에서 낮과 밤, 평일과 주말, 지난해와 지난달, 여러 사람 혹은 2명 등으로 나뉘어진 선택사항을 체크하면, 조건에 적합한 여행 루트, 로컬 상점 등을 보여주고, 상세 스트릿 뷰와 정보를 알려줌. 택시 예약을 선택하면, 선택한 곳으로 택시를 이용하여 이동이 가능함. 사용자는 실제 주민들이 오가는 핫 플레이스 중심의 빅데이터를 활용하여 실질적인 로컬 여행이 가능하며, 택시 이용뿐만 아니라 지역 관광 활성화에 기여할 수 있음.

컴팩트한 기능과 디자인의 라이프 로깅 디바이스

디지털 기술의 발달은 여행을 준비하고 계획하는데 다양한 서포트 역할을 할 뿐만 아니라, 여행을 하는 순간순간에 여행자의 모습을 생생하면서도 손쉽게 기록할 수 있도록 지원한다. 라이프 로깅(Life logging) 기기는 사물 인터넷, 웨어러블 테크, 클라우드 서비스 뿐만 아니라 빅데이터, 검색 서비스와도 밀접한 관계를 가진다. 기존의 라이프 로깅 디바이스들의 형태, 디자인, 조작 방법 등이 더욱 컴팩트하고 심플하게 개발되어, 사용자의 몸에 가볍게 착용하거나 다른 소지품의 액세서리 형태로 부착할 수 있는 웨어러블한 디자인 변화가 필요해 보인다.

RE CAMERA

COMPANY HTC
SOURCE recamera.com

스마트폰 회사로 유명한 HTC에서 한손 조작이 가능한 디자인으로 개발된 휴대용 디지털 카메라를 선보임. 크기가 작아서 휴대가 간편하고, 주머니에 넣거나 가방 끈에 끼워둘 수도 있음. 와이파이를 통해 스마트 폰과 연동되어 사진, 비디오 전송이 가능함. 전원버튼이 없으며, 사용자가 제품을 들면 전원이 자동으로 켜지며, 조작법이 심플함. 앞과 뒤에 위치한 버튼 중 아무것이나 1회 누르면 사진을 촬영하고, 2초간 누르고 있으면 비디오 촬영이 시작됨. 용이한 사용법으로 일상 생활뿐만 아니라 여행시 라이프 로깅을 위한 제품으로 유용할 것임.

CA7CH LIGHTBOX

COMPANY Catch Motion Inc.
SOURCE ca7ch.com

CA7CH 라이트박스(CA7CH Lightbox)가 크라우드 펀딩 사이트인 킥스타터를 통해 선보인 라이프로깅기기. 작은 본체를 클립이나 자석을 이용해 셔츠나 모자에 끼울 수 있음. 본체 안에 800만 화소 카메라와 8GB 저장 공간을 가지고 있어, 단편 동영상 200개나 사진 1000장을 연속으로 촬영가능함. 또한 촬영한 컨텐츠들을 라이브 스트리밍하거나 SNS에 공유할 수 있음. 1.5인치 사이즈의 작고 심플한 웨어러블 카메라로 손쉽게 일상을 기록하고 다른 사람들과 공유할 수 있도록 지원함.

DESIGN TREND

일상과 디지털 여가의 융합

DAILY EXPERIENCE +DIGITAL LEISURE

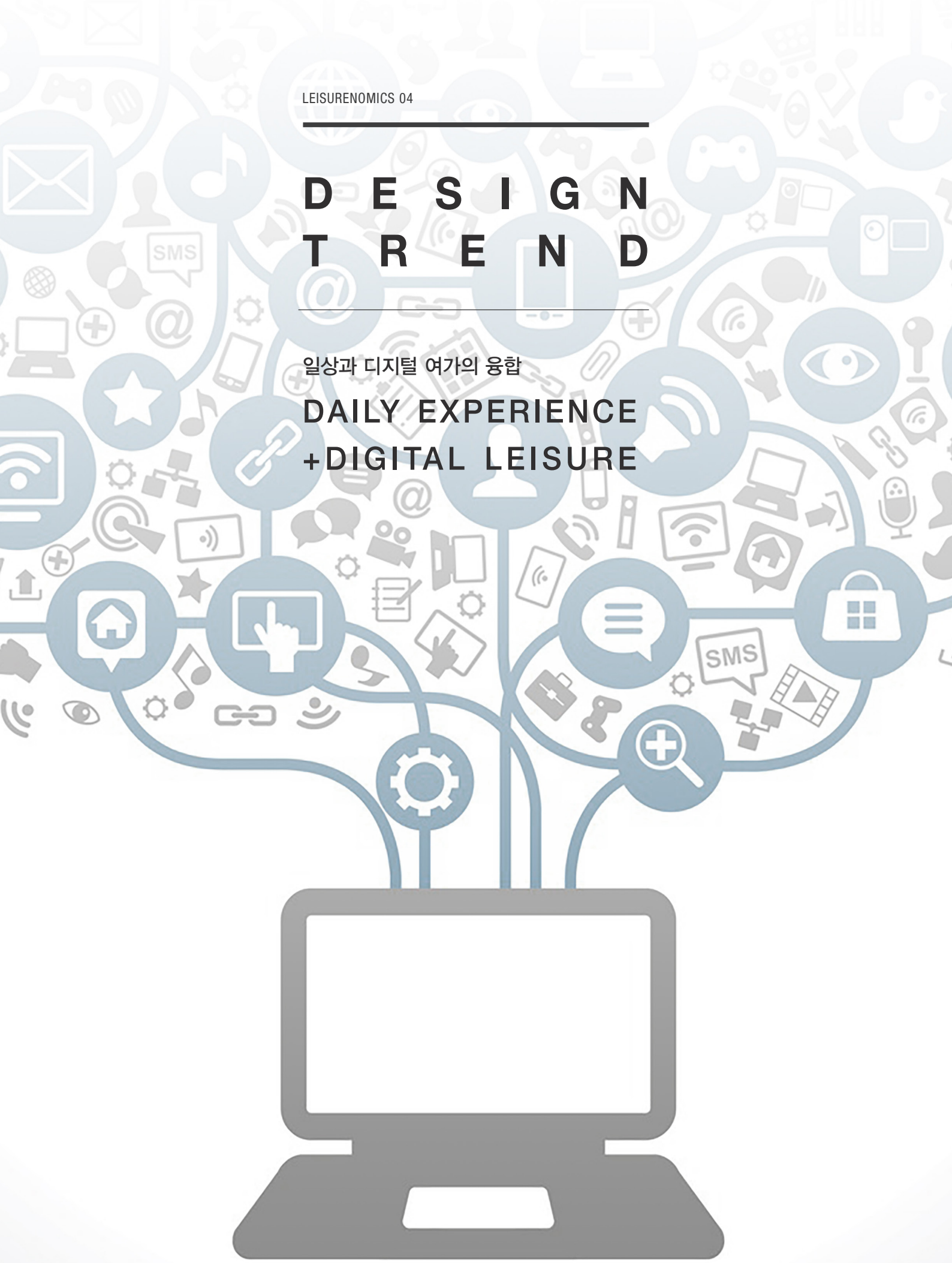


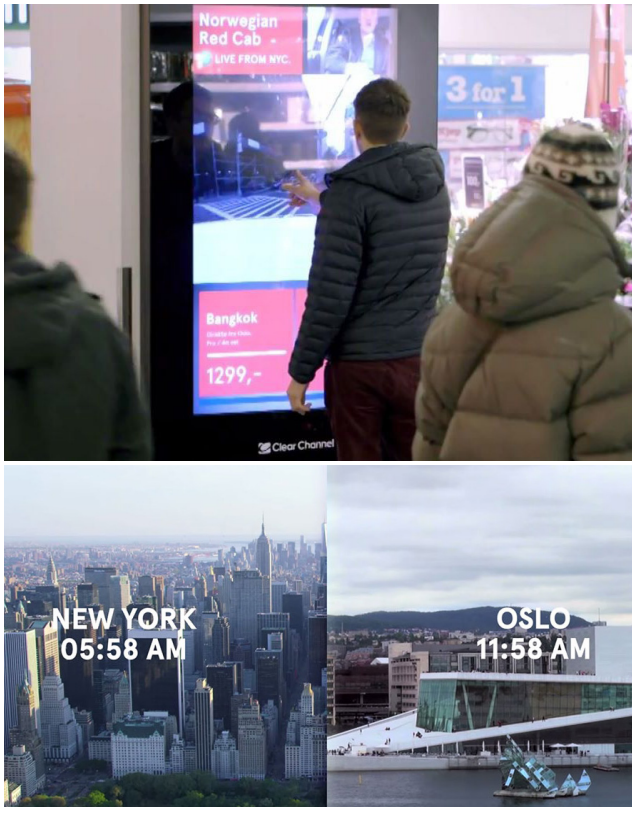
IMAGE SOURCE | barcelonadot.com

제한된 시간에 새로운 공간 체험을 제공하는 디지털 프로모션

디지털 기술을 활용하여 같은 시간에 다른 공간이나 다른 지역으로의 일시적인 연결을 통해서, 생생한 경험을 할 수 있도록 해주는 포로모션들이 확대되고 있다. 직접 방문하지 않고, 현지의 모습을 체험할 수 있으며, 다른 지역에 거주하는 사람들과의 인터렉티브한 행위를 통해 따뜻한 감성까지 전달할 수 있다.

NORWEGIAN RED CAB

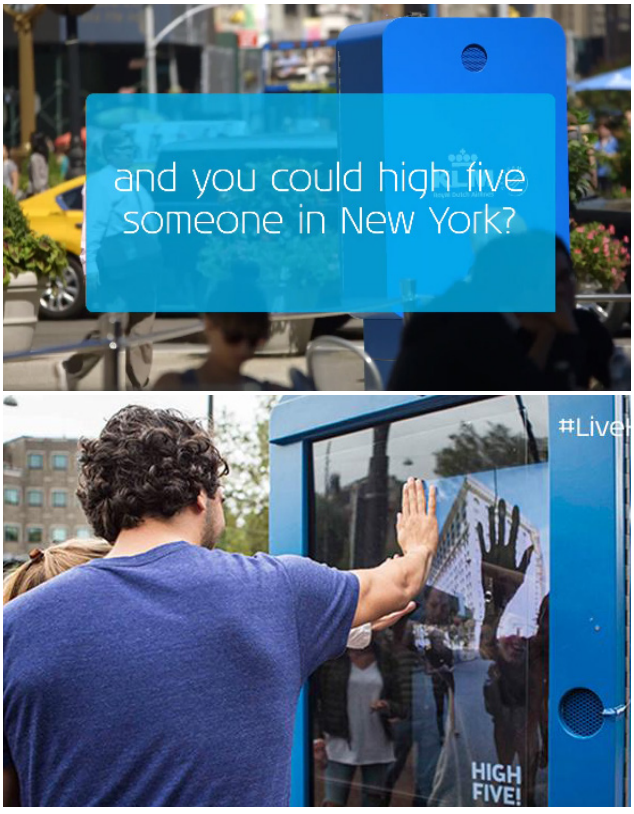
COMPANY Norwegian Air Shuttle ASA
SOURCE adsoftheworld.com



뉴욕, 마이애미, 샌프란시스코, 방콕 등을 운항하는 노르웨이 항공사(norwegian.com)는 뉴욕의 택시와 노르웨이의 빌보드판을 연결하는 노르웨이안 레드캡 프로모션을 선보임. 오슬로의 쇼핑몰에 키오스크 빌보드판을 설치, 4시간 시차가 있는 뉴욕에서 운행되는 노르웨이안 택시가 빌보드판과 실시간 연결됨. 빌보드판을 통해 뉴욕에서 택시를 타고 있는 여행 가이드가 오슬로 쇼핑객들을 불러 세우고, 택시에 설치된 회전 카메라를 통해 뉴욕 시내를 구경함. 택시는 쇼핑객이 요청하는 대로 루트를 변경하며 뉴욕 시내를 누빔. 빌보드 판을 통해 실시간 가상 여행을 경험할 수 있음.

KLM LIVE HIGH FIVE

COMPANY KLM
SOURCE youtube.com/watch?v=JHG2ellt7go



네덜란드 항공사 KLM에서 하이 파이브 행위를 이용하여 감성을 전달하는 인터렉티브 광고를 선보임. 뉴욕과 암스테르담에 비디오 커넥팅 기기를 설치, 디스플레이를 통해 하이 파이브를 하는 이벤트를 진행함. 다른 지역에 사는 사람들이 마치 실제로 만난 것처럼 동시에 하이 파이브를 하고, 타이밍이 완벽한 경우 서로에게 뉴욕과 암스테르담을 갈 수 있는 비행기 티켓을 증정함.

시공간을 초월하는 새로운 체험을 제공하는 증강현실, 비컨 기술

현실 공간 속에서 과거를 경험하고 체험할 수 있는 앱 개발이 증가하고 있다. 증강현실이나 위치 기반 기술을 통해 유서 깊은 공간, 역사적 장소에 담긴 기록들과 사용자를 연결시켜 주며, 과거 모습을 그대로 재현하는 그래픽 디자인 등으로 생생한 현장을 보여준다. 이러한 기술을 통해, 박물관이나 미술관 등에서 개별 맞춤화된 가이드 투어가 가능할 것이며, 물리적인 공간이 아닌 가상으로 디스플레이된 공간의 디자인을 통해 더욱 다채롭고 인터렉티브한 사용자 경험을 제공할 수 있다.

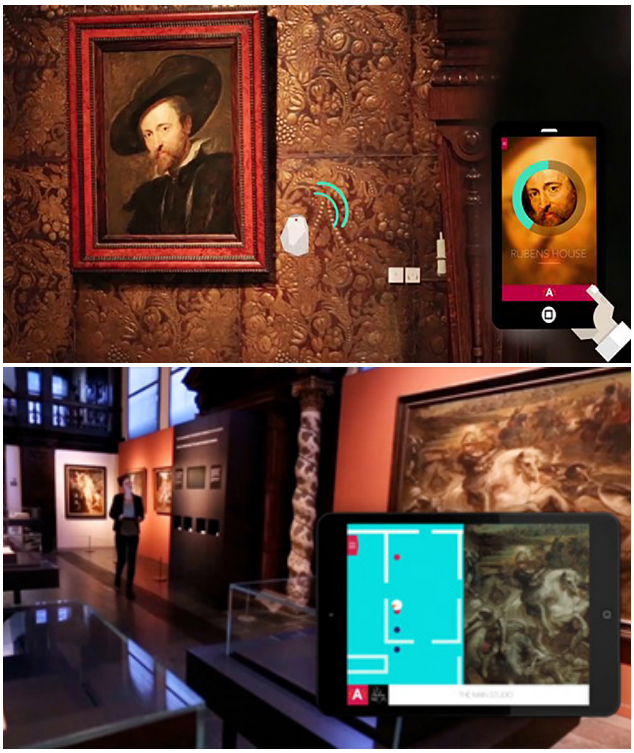
LIVING HISTORY APP

DESIGNER Union Station
SOURCE unionstation.org

캔자스 시티의 유니언 역에서 100주년을 기념하는 어플을 선보임. 증강현실과 위치 기반 기술을 이용, 도시 곳곳에 설치된 비컨을 통해 유니언 역 주변에서 100년 동안 발생한 역사적 사건과 유명 인사들을 만날 수 있음. 증강 현실로 구현된 월트 디즈니, 어니스트 헤밍웨이와 함께 사진과 영상을 촬영하고 SNS에 업로드할 수 있음. 증강현실을 이용하여 생생한 역사를 체험할 수 있도록 함.

BRING RUBENS BACK TO LIFE

COMPANY Prophet
SOURCE prophet.be



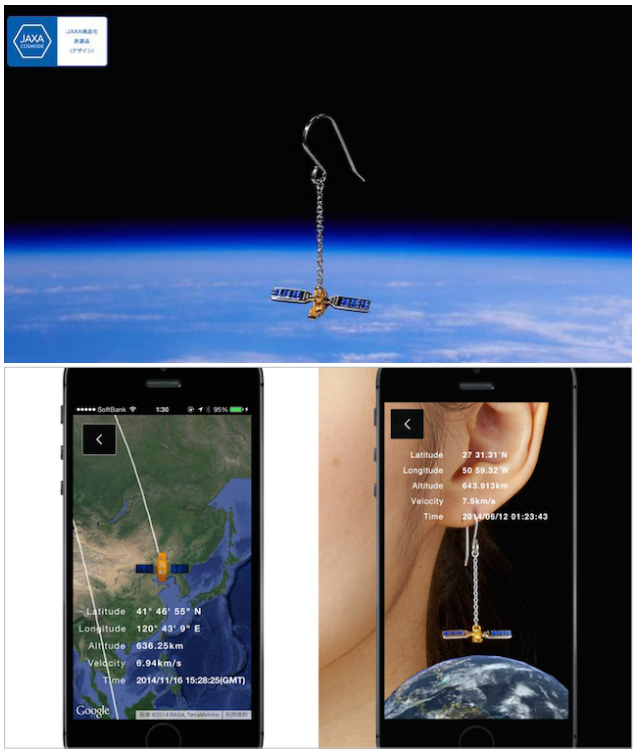
벨기에의 디지털 마케팅 회사 프로펫에서 아이비컨을 활용하여 인터렉티브하고 새로운 사용자 경험을 구현하는 실험을 진행함. 앤트워프에 위치한 루벤스 하우스 내에 아이비컨을 설치하고, 관람객은 자신의 스마트폰이나 태블릿에 앱을 다운로드하면, 이를 통해 관람 경로를 가이드해주거나, 작품의 상세 정보를 제공함. 또한 비컨을 통해 루벤스 하우스의 과거 모습을 동영상으로 제공하고, 그림 속 캐릭터를 가지고 게임을 하는 식으로 작품 감상 뿐만 아니라, 작가의 삶과 작품에 담긴 스토리를 함께 공감할 수 있음. 관람객들은 최첨단 기술을 활용하여 클래식 아트와의 교감도 할 수 있음.

모바일과 SNS를 매개체로 우주와의 일상적인 소통 제공

우주여행이 현실화되고, 우주를 지구의 대안적인 삶의 공간으로 바라보는 인식들이 생겨나면서 우주 공간을 더욱 친숙하게 느끼고자 하는 니즈도 커지고 있다. 실제 우주공간의 모습을 개인 디바이스나 액세서리를 통해 실시간으로 경험할 수 있게 하거나, 실제 우주공간에 머물고 있는 사람들의 일상을 공유할 수 있도록 해주는 서비스들은 사용자에게 우주를 더욱 친숙하게 경험하게 해준다. 인간의 삶의 공간이라는 연장선 상에서 우주공간에 새로운 스토리를 입히거나, 우주공간과 연결된 이벤트들을 현실 공간과 연결시켜보는 시도들이 필요해 보인다.

SATELLITE-U

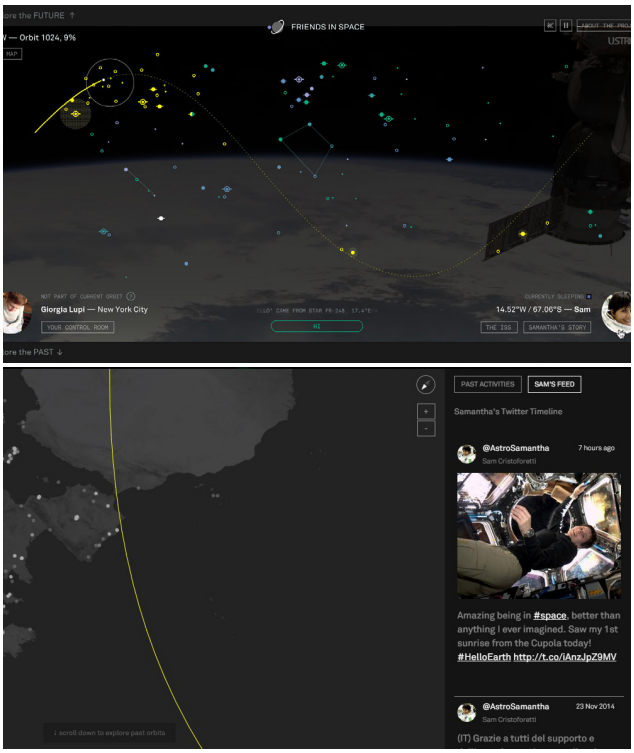
COMPANY Jaxa
SOURCE global.jaxa.jp, satellite-u.com



일본의 우주 항공 에이전시 Jaxa에서는 새로운 인공위성 Satellite-U를 발사하면서 주얼리를 함께 제작함. 위성의 모습과 유사한 형태로 디자인되어 귀걸이, 목걸이, 브로치로 구성됨. 전용 앱을 다운받고 귀걸이를 비추면, 증강현실을 통해 우주공간이 나타나고 지구와 현재 위성의 위치 정보에 대해 상세히 알려줌. 지구와 우주 공간을 연결하는 앱과 액세서리를 통해 특별한 사용자 경험을 제공함.

FRIENDS IN SPACE

COMPANY Accurat
SOURCE app.friendsinspace.org



우주에서 근무하는 비행사 사만다와 SNS를 통해 소통하는 웹사이트임. 우주에서 바라본 지구의 모습을 내려다 볼 수 있으며, 국제 우주 정거장의 움직임을 추적하고, 정거장이 자신이 살고 있는 지역의 궤도 위를 지나면, 간단한 인사를 건넬 수도 있음. 사만다의 위치나 생활하는 모습과 음성을 비디오를 통해 살펴볼 수도 있음. '미래 탐험하기'에서는 우주 정거장의 다음 단계를 미리 보고, 인사를 보낼 준비 등을 할 수 있으며, '과거 탐험하기'에서는 과거에 주고 받았던 흔적이나 우주 공간의 이벤트 등을 살펴 볼 수 있음. SNS를 통해 우주와 지구를 연결하고 정보를 공유할 수 있도록 함.

SUMMARY

DESIGN TREND 01

HEALTH+LEISURE
건강과 여가의 융합

- 힐링, 피트니스, 메디컬 서비스와의 융합
- 테라피, 활동적인 라이프스타일을 지원하는 호텔, 리조트 디자인
- 건강한 삶을 지원하는 시설을 통한건강 증진

DESIGN TREND 02

WORK+LEISURE
업무와 여가의 융합

- 업무 공간과 레저 공간의 융합
- 일, 레저의 멀티 플레이가 가능한 플렉서블 공간, 운송 수단 디자인
- 감성 충족, 즐거움을 더한 공간으로 업무 효율성 증진

DESIGN TREND 03

SMARTNESS+LEISURE
스마트 기술과 여가의 융합

- 3D 프린팅, 웨어러블 테크, 빅데이터와의 융합
- 모바일 & 디지털 여행 가이드, 스마트 디바이스, 여행 가방 디자인
- 여행 준비 및 여정의 불편함 해소, 개별 맞춤화 서비스 제공

DESIGN TREND 04

DIGITAL EXPERIENCE+ DIGITAL LEISURE
일상과 디지털 여가의 융합

- 일상공간과 제품에 증강현실, 위치기반 기술, SNS를 활용한 가상여행 기능 융합
- 현실과 가상 공간을 연결하는 디바이스 & 인터페이스 디자인
- 일상 속에서 독특하고 새로운 여행경험 제공

LEISURENOMICS
융합형 여가 서비스, 새로운 경제를 이끈다

융합형 디자인 전략정보 개발 프레임

본 보고서는 '2차년도 융합형 디자인 전략예측 · 동향정보 활용기반 조성사업'의 일환으로 작성되었으며, 다음과 같은 정보 프레임을 적용하여 개발되고 있습니다. 크게 다음과 같이 메가 트렌드/글로벌 이슈 트렌드/마이크로 트렌드/디자인 트렌드/융합 솔루션/미래비전 픽처라는 6가지 카테고리로 분류되어 있으며, 이 중 메가/글로벌 이슈/마이크로/디자인 트렌드의 4가지 카테고리의 정보들은 동시에 수집, 분석되어 다수의 보고서로 구성되어 업로드되고 있습니다.

디자인 트렌드 보고서는 건강생활 / 일과 여가생활 / 가정생활이라는 3가지 인간생활을 중심으로 다양한 산업들의 신제품&서비스 사례들을 분석한 것으로, 디자인 트렌드 컨텐츠가 개발되면, '융합 솔루션' 단계에서 보고서 내용을 좀 더 심도 있게 분석 하여 디자인 융합 코드를 도출하게 됩니다. 그리고 최종적으로 5가지의 카테고리에서 개발된 모든 보고서 내용은 '미래비전 픽처' 단계에서 다시 한 번 종합 · 분석되고, 분석된 내용을 기반으로 미래의 인간생활상과 디자인의 비전 키워드를 도출합니다.

01. 메가 트렌드

MACRO TREND
거시환경(경제/기술/사회&인구/환경) 중심의 트렌드 분석

02. 글로벌 이슈 트렌드

GLOBAL ISSUES TREND
글로벌 소비자 및 마켓 동향 분석

이머징 마켓(Emerging Market)	글로벌 전시

03. 마이크로 트렌드

MICRO TREND
인간감각을 중심으로 한 미시환경(아트/프로모션/문화아이콘 등) 사례분석

시각	미각	청각

04. 디자인 트렌드

DESIGN TREND
인간생활을 중심으로 한 신제품&
서비스 사례 분석 & 미래유망 산업 분석

05. 융합 솔루션

건강생활
일과 여가생활
가정생활
⊕
의/식/주
전자/운송
⊕
NEW
INDUSTRY

→

CONVERGENCE SOLUTION
디자인 트렌드 종합분석을 통한
디자인 융합코드 도출

↓

06. 미래 비전픽처

FUTURE VISION PICTURE
최종 컨텐츠 분석을 통한 미래 인간생활과 디자인 제시

2014
융합형 디자인 전략예측 동향정보 활용기반 조성사업

기획 산업통상자원부 | 한국디자인진흥원
주관기관 한국디자인진흥원 www.kidp.or.kr | www.designdb.com
총괄책임 김태완 디자인전략연구실장
실무책임 이경순 전략연구팀장 | 이수강 대리
연구책임 Global Future Group
손정민 대표 | 손효민 대표 | 이나진 책임연구원 | 신세라 책임연구원 | 이다연 선임연구원
문의 한국디자인진흥원 디자인전략연구실 031-780-2035 trend@kidp.or.kr

이 보고서는 산업통상자원부에서 시행한
'2014 융합형 디자인 전략예측 동향정보 활용기반 조성사업' 의 일환으로
한국디자인진흥원에서 진행한 디자인트렌드 연구보고서입니다.

본 보고서의 내용은 연구진의 주관적인 의견이 개입되어 있으며
활용의 책임은 이용자들에게 있습니다.
본 보고서에 쓰인 이미지는 연구, 분석 목적으로 쓰여 졌으며
출처는 각 보고서 해당페이지에 출처 표기하였습니다.
이 보고서의 내용을 대외적으로 사용하실 때에는
반드시 산업통상자원부 및 한국디자인 진흥원에서 시행한
'융합형 디자인 전략예측 동향정보 활용기반 조성사업'의 연구결과임을 밝혀야 합니다.

그 밖에 저작권관련 별도 협의가 필요하신 사항은
한국디자인진흥원으로 연락 주시기 바랍니다

산업통상자원부 MINISTRY OF TRADE, INDUSTRY & ENERGY MOTIE
kidp 한국디자인진흥원 KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION

Copyright ⓒ KIDP 2015 All Right Reserved