

Design, Meet the Future

디자인, 미래를 만나다

Design Dive 2020 미래 시나리오

디자인 전략 2020 미래전략자문단 운영 결과 보고서

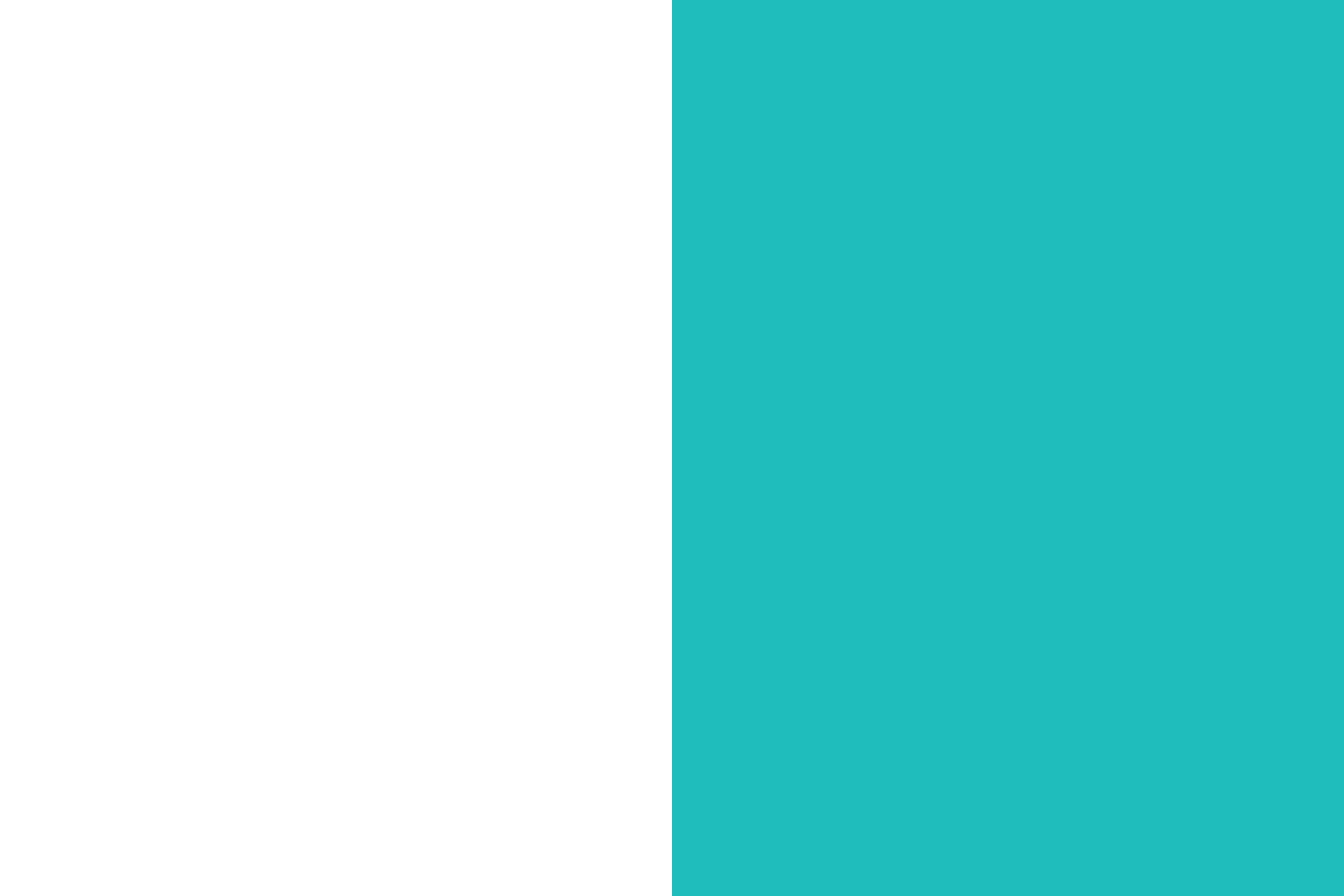
Design Dive 2020 미래 시나리오
디자인, 미래를 만나다



이 보고서는 지식경제부에서 시행한 디자인기술개발사업의 기술개발 보고서입니다. 이 내용을 대외적으로 발표할 때에는 반드시 지식경제부에서 시행한 디자인기술개발사업의 결과임을 밝혀야 합니다.

Design Dive 2020 미래 시나리오 Design, Meet the future 디자인, 미래를 만나다







디자인, 미래를 만다라

Design, Meet the Future

Design Dive 2020 미래 시나리오



Contents

prologue	_ 디자인, 미래를 만나다	005
project summary	_ Design Dive 2020	006
2020 scenario	_ 1team 종합병원을 찾은 고령자가 편안하게 의료서비스 경험하기	014
	_ 2team 2020년 시니어들의 스포츠 관람	026
	_ 3team 2020년 등장할 문화적 이해에 기반한 맞춤형 비즈니스 컨설팅	040
	_ 4team Crowd-sourcing으로 전세계의 디자이너들이 참여할 수 있는 Open Deisgn service Platform	054
	_ 5team 2020년 농촌에서 새로운 부가가치 찾기	068
	_ 6team 융합 소유심리를 대체하는 감성 충족형 무소유 시나리오	082
	_ 7team 2020년의 즐겁고 편리한 음식물쓰레기 버리기	096
	_ 8team 이산화탄소 배출량 감소를 위한 신개념 생활편의 제공 시나리오	110
	_ 9team 2020년 스마트폰 동영상 촬영 관련 잠재적 니즈 찾기	124
	_ 10team 2020년 재난에 대처하기	138
epilogue	_	150
용어해설	_	154

Design, Meet the Future

Design Dive 2020 미래 시나리오

본 보고서는 사회, 문화, 경제적 변화에 따른 디자인 산업의 역할변화에 대한 인식을 기반으로 2020년을 가정하여 디자인 중심의 문제해결 방안을 제안하기 위해 운영된 'Design Dive 2020' 프로그램의 결과를 기록한 보고서이다. 'Design Dive 2020'의 참가자들은 디자인 전략 2020 사업의 미래전략자문단으로서 2020년 후 예상되는 문제점들에 대해 전망하고 시나리오를 도출함으로써 미래에서의 디자인의 역할을 조망해 볼 수 있는 가설을 제시하는 역할을 수행하였다.

'Design Dive 2020'은 다음의 절차로 연구를 수행하였다. 미래 전망을 총체적 시각에서 조망하기 위해 마이클 포터의 다이아몬드 모델의 4대 구성요소인 '생산조건(Factor condition)', '수요조건(Demand condition)', '전략/구조/경쟁(Strategy, Structure, Rivalry)', '관련 및 지원 분야(Related and Supporting Industries)'에 맞는 네 가지 요인을 먼저 선별하였다.

※ 마이클 포터의 다이아몬드 모델(Diamond Model) :

경영 전략 분야의 석학인 마이클 포터 미국 하버드 대 경영대학원 교수가 1990년 개발한 국가경쟁력 분석 이론. 생산 조건, 수요 조건, 연관 산업, 경영 여건이라는 4가지 요소가 국가경쟁력을 좌우한다는 것이 핵심 내용. 이 모델은 국가 차원뿐 아니라 개인, 기업, 산업 등 다양한 분야에서 문제를 종합적으로 이해하게 하는 분석도구로서 널리 활용되고 있음.



생산조건으로서 '인구고령화', 수요조건으로서 '융합', 전략/구조/경쟁의 측면에서 '세계경제통합', 관련 및 지원분야로서 '환경/자원'이라는 네 가지 핵심 이슈를 시대 변화를 이끄는 거시 동향으로 선정하고 각 주제별로 2~3개씩 총 10개의 다학제 팀을 구성하였다. 팀별 세부 연구 테마를 설정하여 디자인 산업 및 트렌드를 고려한 10년 후의 사회 변화에 대한 통찰이 반영된 시나리오를 개발하였다. 각 팀들은 미래의 사용자 경험을 시각화하고 시나리오로 구현하는 데에 있어 서비스디자인 방법을 적극 활용하였다. 완성된 미래 시나리오는 동영상 등 시각적 결과물로 개발하고 통합 발표회 및 웹사이트 등을 통해 연구 내용과 결과를 공유하였다.

Design Dive 2020

디자인, 미래를 만나다 Design Dive 2020

10년 후 디자인의 역할을 전망해보기 위해 발족된 미래전략자문단 '디자인다이브 2020'은 디자인, 공학, 경영학, 마케팅 등 다양한 분야의 전문가로 구성된 다학제 전문가 조직이다. 인구고령화, 세계경제통합, 융합, 환경·자원 등 당면하게 될 사회, 문화, 경제적 문제를 중심으로 10년 후인 2020년을 예측한 시나리오¹⁾를 개발하고 디자인 산업 및 디자인 트렌드를 고려한 결과물을 도출하였다.

연구주제 선정과 팀 구성

총 8주차에 걸쳐 진행된 미래전략자문단 디자인다이브 2020은 총 10개 팀으로 구성되었다. 인구고령화, 세계경제통합, 융합, 환경·자원의 4가지 주제 중 한 가지를 선택하여 팀별로 세부적인 연구를 진행하였다.

창의력을 기반으로 10년 후의 사회 변화를 예측해 보고 해당 분야의 전문가와 사용자와의 Co-Creation을 통해 공급자와 고객의 '경험'을 분석하여 잠재된 문제점을 발견하고 '서비스청사진(Blueprint)²⁾'을 통해 해결방안을 연구했다. 직접 고객이 되어 실연해 보는 과정을 경험함으로써 문제를 해결하기 위한 서비스의 프로토타입(Service Prototype)을 제시하였다.



자문위원

김남형 계원디자인예술대학 교수 / 오경순 SADI UX전공 교수 / 이경미 사이픽스 대표
이성혜 팀인터페이스 대표 / 전원근 알티케스트 이사

팀구성

구분	전문성 또는 역할
팀 리더	연구방향 설정 및 팀 운영
디자인 전문가	서비스디자인 창의적 사용자 중심적 디자인 사고에 기반한 문제해결 전문가
타분야 전문가	과학적, 논리적 사고에 기반한 문제해결 전문가(경영학, 공학 등)
기록자	진행 내용 기록(문서/사진)

※ 각 팀별 활동 영상기록을 위해 계원디자인예술대학에서 협력(김남형 교수), 인터랙션&모션그래픽스 전공 학생 1명씩 총 8명이 영상 제작을 지원하였다.

추진일정

주차	구분	주요 내용
1주차	세미나 (1차), 팀별 사전모임	주제선정
2주차	1차 팀모임, 2차 팀모임, 세미나 (2차), 전체참가자모임 (Big Dive)	주제발표, 아이디어 도출, 마인드맵
3주차	3차 팀모임	사례조사, 리서치, 고객여정맵
4주차	4차 팀모임, 중간발표 (Salon)	고객여정맵, 서비스청사진, 중간발표 공유 (온라인)
5주차	5차 팀모임	시나리오 작업
6주차	6차 팀모임	시나리오 작업, 팀내 발표
7주차	전체 참가자모임, 공개 발표회 (Big Dive)	결과 발표
8주차	팀리더모임	회고, 향후 발전방향 논의

사전간담회 및 워크숍

미래전략자문단의 효율적인 운영을 위해 팀별 리더를 대상으로 2회에 걸쳐 사전간담회와 워크숍을 진행하였다. '연구주제 도출 및 시나리오 개발을 위한 디자인 방법론', '팀 퍼실리테이션 교육' 등을 통해 연구 취지와 방향성에 대한 이해도를 높이고, 효율적인 팀 운영과 연구효과 제고 방안을 공유하였다. 2011년 3월 23일에 개최된 1차 사전 간담회에서는 팀원들이 스스로 문제를 해결하도록 유도하는 과정을 설계하고 진행을 도울 수 있는 방법, 팀 내 시나리오를 공유하고 만들어가는 방법, 아이디어 창출 시 문제 파악과 발견, 전략 개발 회의를 보다 효율적으로 설계하고 진행하는 요령에 대한 교육이 이뤄졌다. 2011년 3월 26일 2차 간담회에서는 디자인 방법론을 통한 미래시나리오 구성을 강의하고 토론하는 시간을 가졌다.



세미나, 평균 7회의 팀워크숍, 최종 발표회

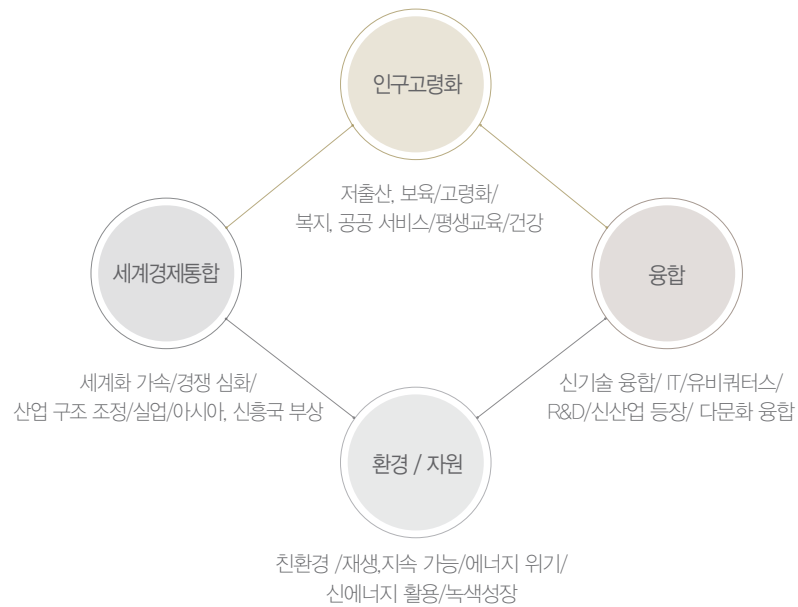
2011년 3월 31일과 4월 9일 2회에 걸쳐 미래디자인의 역할에 대한 강의와 토론을 통해 미래디자인의 동향을 알아보고 정보를 공유하였다. 당초 1회로 계획된 세미나는 신청자가 많은 관계로 2차로 나누어 진행하였다.

2011년 3월 사전간담회로부터 5월 최종 발표회까지 약 8주간 참가자들은 팀별 평균 7회 내외의 워크숍을 실행하였고 각 팀은 자발적으로 선택한 세부 연구 주제를 해결할 구체적 방안을 시나리오로 구성해 나갔다. 이와 함께 의료, 디자인 등 다양한 분야의 전문가 특강을 병행, 각 분야에 대한 참가자들의 이해를 높이는 과정도 함께 진행되었다. 더불어 각 팀별 진행상황을 페이스북, 트위터 등 온라인을 통해 공유하고, 고객여정맵³⁾ 등의 진행과정을 영상으로 소개하였다.

2011년 5월 11일 최종 발표회를 통해 각 팀들이 연구된 결과를 성공적으로 발표함으로써 프로그램은 종료되었다. 다음에는 최종 발표회에서 소개된, 각 팀의 세부 연구 주제에 대한 미래 시나리오의 내용이 기록되어 있다.



주제도출을 위한 프레임 워크



연구주제

팀	구 분	주 제	목 표
1팀	인구 고령화	종합병원을 찾은 고령자가 편안하게 의료서비스 경험하기	정성적 디자인리서치를 중심으로 종합병원을 찾은 고령자가 진료 서비스를 처음부터 끝까지 편안하게 경험할 수 있는 새로운 개념의 서비스를 제안
2팀	인구 고령화	2020년 시니어들의 스포츠 관람	사회성 유지 및 세대 화합 관람 경험의 질적 향상
3팀	세계경제 통합	2020년 등장할 문화적 이해에 기반한 맞춤형 비즈니스 컨설팅	타문화에 대한 이해와 전문 지식을 갖춘 맞춤형 코디네이팅 서비스를 위한 시각화 된 가이드 제시
4팀	세계경제 통합	Crowd-sourcing으로 전세계의 디자이너들이 참여할 수 있는 Open Design service Platform	소외된 저개발 국가를 위한 문제 해결 디자인 활성화와 세계 경제의 양극화 심화 해소를 위한 새로운 형태의 디자인 Process & Business Model 제시
5팀	융합	2020년 농촌에서 새로운 부가가치 찾기	농촌과 도시의 간극 줄이기를 통해 농촌이 새로운 부가가치를 생산할 수 있는 방법 모색
6팀	융합	소유심리를 대체하는 감성 충족형 무소유 시나리오	물질적 소유의 행복이 아닌 감성 치유를 통한 행복을 느낄 수 있는 '무소유'적 시스템을 Design 하자!
7팀	환경/자원	2020년의 즐겁고 편리한 음식물쓰레기 버리기	쓰레기 버리는 과정에 새로운 가치 창출
8팀	환경/자원	이산화탄소 배출량 감소를 위한 신개념 생활편의 제공 시나리오	에너지 절약-탄소 배출량 감소를 위한 Off-line cloud life style에 기반한 생활편의 서비스 안에서 공동 시설 통합화 서비스
9팀	융합	2020년 스마트폰 동영상 촬영 관련 잠재적 니즈 찾기	선행 상품기획 프로세스 확립으로 추후 비즈니스 연계(대구 특화-로봇, 의료)
10팀	환경/자원	2020년 재난에 대처하기	재난시 대처방법과 공공기반 서비스에 관한 미래 가이드 제시





1 TEAM

고 통 을 희 망 으 로 바 꾸 는 디 자 인

‘어떻게 하면 1차 진료기관에서 3차 진료기관인 종합병원으로 보내진 고령자가 공포감을 덜 느끼면서 진료를 받을 수 있을까?’ 건강이 좋지 않으면 정신적으로도 힘이 든다. 하지만 대부분의 병원 시스템은 환자의 정서적인 면까지 케어하지 못하는 것이 현실이다. 인구고령화 문제에 관심을 갖고 모인 1팀은 노인이 병원에서 흔히 겪게 되는 '공포'를 줄이는 디자인을 주제로 선택했다.

브레인스토밍의 과정을 거쳐 고령자를 위한 의료서비스에 의견이 모아졌다. 자료조사와 의료 서비스업에 종사하는 전문가와 사용자와의 인터뷰 그리고 3차에 걸친 전문가 특강을 통해 의료 서비스에 대한 전반적인 이해를 갖게 되었고, 우리는 이를 토대로 정성적 디자인리서치를 진행하였다.

전문가와의 인터뷰를 통해 고객의 입장과는 달리 시스템 내부 관계자, 서비스 제공자에게도 고충이 있음을 알게 되었다.

정성적, 정량적 자료를 바탕으로 종합병원을 찾은 고령자가 진료 서비스를 처음부터 끝까지 편안하게 경험할 수 있는 새로운 개념의 서비스를 제안하기로 했다. 공급자(병원) 관점에서 제공되는 현재의 의료 서비스를 사용자(환자) 중심으로 개선하는 방안을 연구하는 데 목표를 두고 프로젝트를 진행하였다.



Theme_ 인구고령화

연구주제 종합병원을 찾은 고령자가 편안하게 의료 경험하기

목표 종합병원을 찾은 고령자가 진료 서비스를 처음부터 끝까지 편안하게 경험할 수 있도록 서비스를 기획한다.

팀구성

구분	이름	소속	전문분야
팀 리더	김승인	홍익대학교 DAS 교수	UX 프로젝트 및 연구
디자인 전문가	이원제	상명대학교 시각디자인과 교수	시각디자인
타분야 전문가	김선희	한국특허정보원 선임연구원	리서치
	김종현	한국생산기술연구원 실버기술개발단	UX디자인
	박준선	SK Telecom HQ팀	마케팅
기록	김영리	삼성전자 선임연구원	UX디자인
	민지연	크리베이트 컨설턴트	UX 리서치

- 영상기록 이로운 (계원디자인 예술대학, 인터랙션 & 모션그래픽)
- 자문위원 이경미 (사이픽스 대표, 제품 디자인)
- 관찰자 김귀련 (홍익대학교 국제디자인전무대학원 박사과정, 브랜드 디자인), 팽한솔 (사이픽스, 제품 디자인)

기존의 종합병원 서비스가 고령환자에게 불편을 주는 이유

기존의 종합병원 서비스가 고령환자에게 불편을 주는 이유를 보다 구체적으로 파악하기 위해 직접 필드로 나가 환자의 입장에서 종합병원 서비스를 경험했다. 필드리서치와 데스크리서치를 통해 기존의 종합병원서비스는 복잡한 검진과정과 이동 시 가이드가 부족하거나 정보를 알아보기 힘들어 고령환자에게 불안감을 주고 있음을 알 수 있었다. 그 중 고령환자에게 최고의 공포감을 주는 순간은 검사 후 결과를 듣기 위해 대기하는 시간이었다. 우리는 몸에 이상이 있으나 정확한 원인을 몰라서 1차 진료기관을 거쳐 종합병원에 온 고령 환자가 검사 후부터 결과를 확인하기 전까지의 과정에서 경험하는 심리적인 공포감과 스트레스를 완화하고 의사와 환자 모두 희망을 갖게 하는 디자인을 목표로 설정하였다.

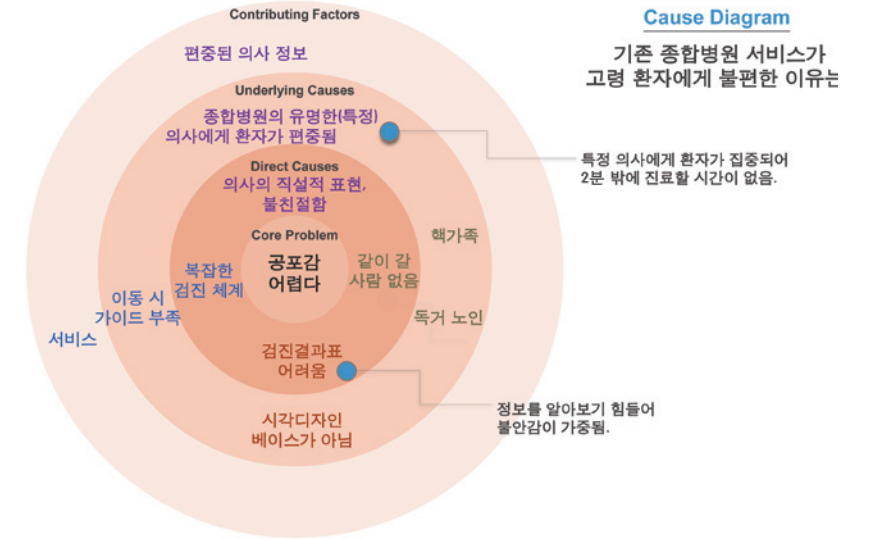
Field Research

- 4.1(금) 강남성모병원 • 4.7(목) 서울대학병원 • 4.13(수) 삼성의료원

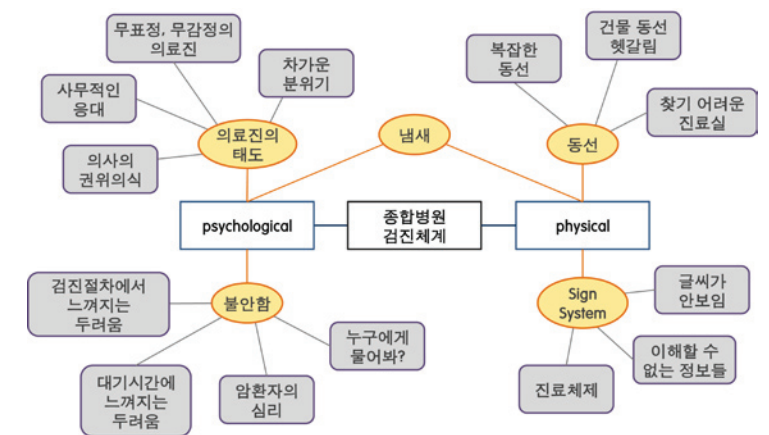
Desk Research

- Carnegie Mellon, Design for the Clinic Experience
- 월간 디자인, Medical Design
- 특허1, RFID를 이용한 진료 안내 서비스 제공 방법
- 특허2, 고객에게 절차 별 다음 서비스에 관한 정보를 안내하는 시스템
- 블로그, 노인병원(<http://leon77j.blog.me/120109042531>)
- 디자인 보고서, The Health Manifesto
- 가이드, Assessing older people(노인의 요구를 헤아리기 위함)
- 스토리 보드, 어린이 수술을 위한 병원 이용

리서치



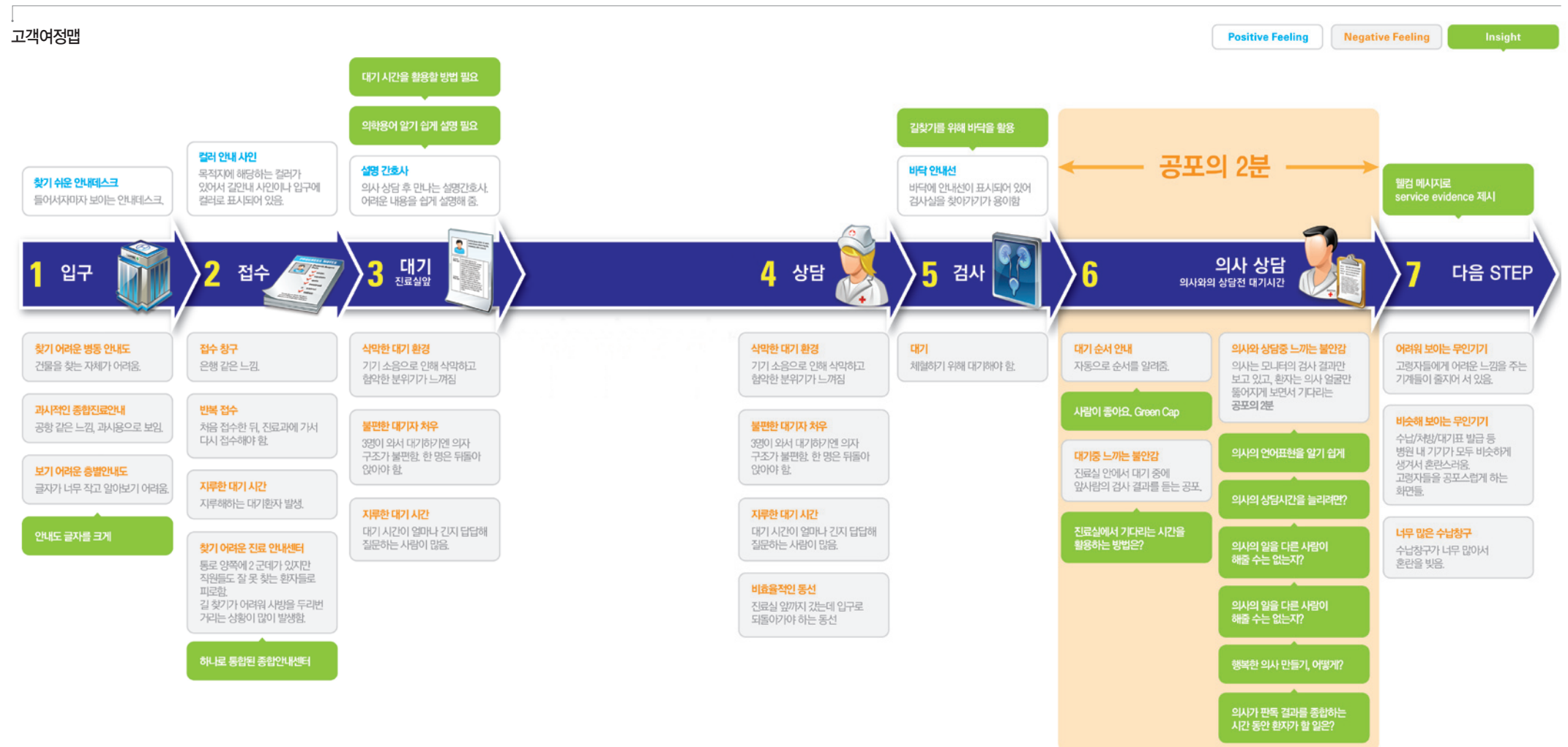
마인드맵



공포를 극복하는 솔루션

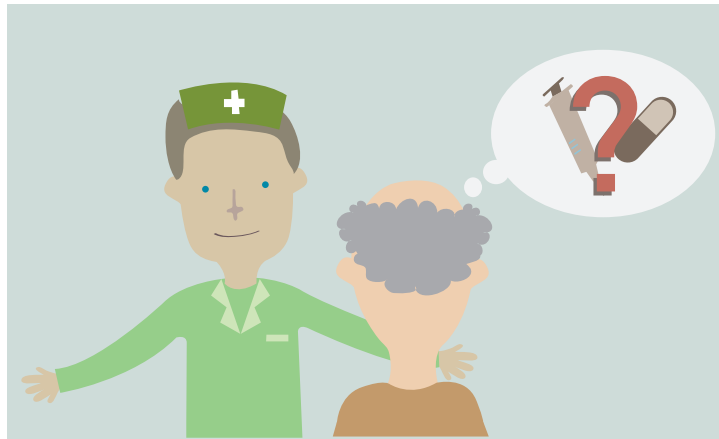
병원 시스템에 대한 보다 심도 있는 이해를 위해 신경외과 뇌신경 전문의, 인턴 등 전문가 인터뷰를 진행하였다. 이를 통해 우리는 병원의 종류와 시스템이 너무 광범위하여, 가상의 클라이언트 없이는 심도 있는 분석은 물론, 서비스청사진 제작이 어렵다고 판단했다.

고령자에게 공포감을 주는 근본원인과 해결방안을 찾기 위해 전문가 인터뷰와 토의를 통해 각자가 생각하는 '공포의 근본원인'을 공유하고 논의결과를 시각화하는 과정을 통해 공포를 극복할 수 있는 솔루션에 대한 토의를 진행하였다. 이를 바탕으로 서비스청사진을 제작하였다.



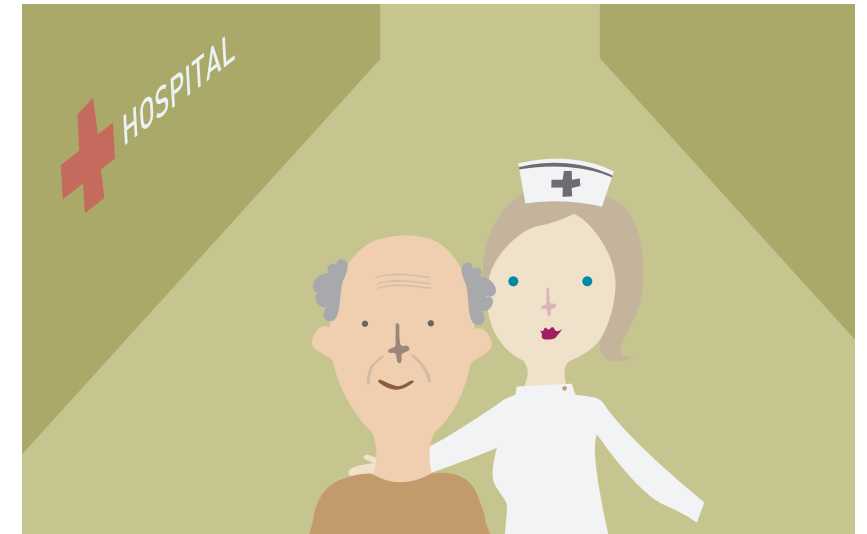
고령환자를 위한 의료서비스 시나리오

평소 변비 증상이 있었으나 대수롭지 않게 여기던 홍석환 할아버지. 인근의 병원에서의 진단결과 종합병원에서의 정밀검사를 권유받았다. 홍석환 할아버지는 종합병원에 가야 한다는 사실만으로도 스트레스를 받기 시작했다. 차일피일 미루던 홍석환 할아버지는 아들 홍병권 씨의 성화에 못이겨 불안한 마음을 안고 종합병원으로 향했다.



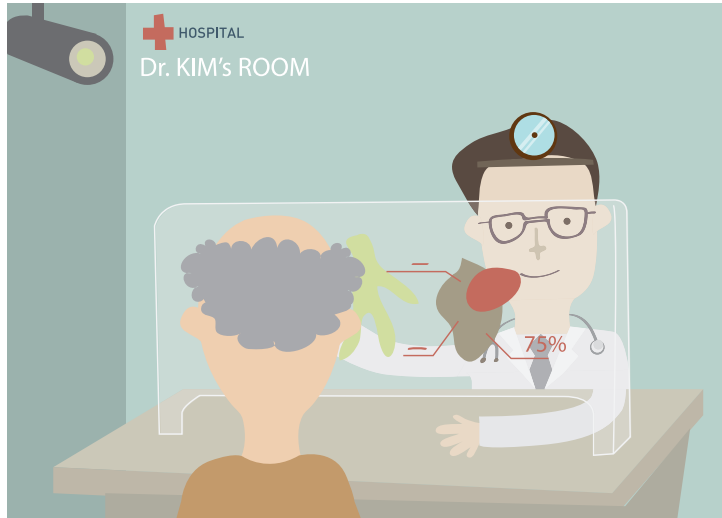
넓고 복잡한 병원 로비. 홍석환 할아버지는 심호흡부터 한다. 이때 어디선가 친절한 청년이 나타나 접수처까지 안내해 주며 헤매지 않고서도 접수를 마친다. 첫 출발이 순조롭자 두려웠던 마음이 한결 가벼워진다.

접수를 마치자 아들 홍병권 씨가 병원에 오기 전에 미리 작성해 둔 '상담기록카드'로 할머니의 증세를 잘 알고 있는 담당 간호사가 앞으로 받게 될 검사과정이 담겨 있는 책자를 주며 친절하게 안내해 준다. 담당 간호사의 도움으로 검사과정은 생각보다 어렵지 않게 마칠 수 있었다.



드디어 모든 검사를 마치고 검사결과를 기다리는 시간. 대기실 모니터에 대장암 질병에 대한 소개가 나온다. '혹시 대장암 진단이 나오면 어쩌나' 불안한 마음이 들 무렵이었다. 모니터와 책자를 통해 대장암이 어떤 질병인지 자세히 알게 되자 '막연히 무서워할 필요는 없구나'라는 생각이 든다.





맞은 편에 앉은 의사가 모니터로 검사 결과를 보여주며 하나하나 설명해 주니 두려웠던 마음이 눈 녹듯 사라진다. 기다리는 동안 대기실의 모니터와 게시판을 통해 나이, 성격 등을 알게 되어서일까. 담당의사가 조금 무뚝뚝해 보이긴 하지만 웬지 오랫동안 알아온 사람처럼 편하게 느껴진다.

“바깥텐데 다음부터는 나 혼자 다니마”

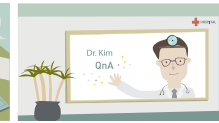
신상정보와 상담 내용이 기록된 진료카드를 받아 집으로 돌아오는 길, 할아버지가 아들 흥병권 씨에게 한 말이다. 병원 가는 걸 그리도 싫어하던 할아버지의 반응에 아들 흥병권 씨는 흐뭇한 미소를 짓는다.

공포를 극복할 수 있는 10가지 솔루션



1. 상담기록카드

담당간호사와의 상담을 통해 환자 개인별로 상담기록카드가 작성되며, 진료 시 의사의 진료모니터에 함께 제공된다. 진료 시 주어진 시간을 좀 더 알차게 보낼 수 있게 한다.



2. FAQ BY Doctor

환자가 자주 묻는 의학정보, 처방, 용어에 대한 정보와 담당 의사에 대한 정보를 대기실 화면을 통해 제공해 대기 시간을 유용하게 보낼 수 있도록 한다. 더불어 의사의 프로필, 경력, 성격에 대한 정보를 담당 의사가 직접 소개하는 영상을 통해 환자와 친밀감을 형성한다.



3. 성공사례 Booklet

진료과목과 관련된 다른 환자의 병을 이겨낸 성공사례를 담은 성공사례집을 대기실에 비치해 둔다. 병을 이겨낸 환자의 경험을 중심으로 운동방법, 식단, 마음가짐 등에 대한 내용을 자세히 소개, 대기실에서 기다리는 시간 동안 증폭되는 불안감을 완화시킨다.



4. Step by Step

접수, 대기, 예진, 접수, 대기, 검사 등의 종합병원시스템은 환자에게는 매우 복잡하고 생소하며 지루하다. 환자 개인별로 진료과정을 명확하게 알려 주고, 기다림에 대한 정확한 정보를 'Step by Step'으로 제공함으로써 병원에서 유발되는 불안감과 생소함을 줄인다.



5. 담당간호사

환자는 자신의 질병뿐만 아니라 심리적인 불안감 해소와 질병에 대한 보다 정확하고 상세한 정보를 원한다. 또, 홀로 병원을 방문한 경우 친절한 안내와 도움을 필요로 한다. 이러한 역할을 담당간호사가 수행함으로써 환자의 불안을 해소하고 양질의 서비스를 제공한다.



6. Green Cap

종합병원에 처음 방문한 경우 위치와 진료 절차에 대한 정보가 필요하다. 별도의 스탭프를 배치, 환자의 불편을 해소해 준다. 이때, 안내 스탭프는 'Green Cap' 등을 착용하여 안내 스탭프에 대한 빠른 인지를 돕는다.



7. 환자용 Kit

현재 병원에 기록된 정보들은 병원 시스템을 통해 관리되고, 환자에게는 공유되지 않는다. 그러나 환자는 마치 산모수첩과 같이 자신의 진료에 대한 기록과 경험한 과정의 공유를 원한다. 이를 환자용 Kit을 통해 관리하며 또한, 처방, 수납, 약에 대한 정보도 체계적으로 관리할 수 있도록 한다.



8. 감사의 글을 위한 게시판

진료 후 의사에게 친밀감과 감사의 마음을 표현하고 싶은 경우 이용할 수 있도록 병원 곳곳에 게시판을 제공한다. 이를 통해 환자와 의사 간의 커뮤니케이션을 돕고, 대기 환자들과도 공유함으로써 의사에 대한 호감도를 형성한다.



9. 의사와 환자의 거리 좁히기

전문의에게 진료받는 시간은 2~3분 정도, 이 짧은 시간조차 의사는 차트를 작성하느라 마주보며 이야기하기 어렵다. 마주 보고 이야기할 수 있는 환경을 조성하여 의사와 환자 사이의 거리를 좁힌다.



10. 방향지시 시스템

복잡한 종합병원은 환자 혼자 위치를 찾아 다니기가 쉽지 않다. 접수 시 제공되는 접수증, 진료 카드 등을 통해 다음 방향을 알려주는 지시 시스템을 제공한다. 예를 들어 병원 내 복잡한 갈림길의 벽에 나의 카드를 리더기 가까이로 가져가면 방향을 알려주는 서비스 형태이다.



인구 고령화와 IT기술이 융합된 의료 서비스

기술의 디지털화와 소형화는 의료기기 기술에도 변화를 가져오고 있다. 의료기술이 아날로그에서 디지털로 전환되고 있을 뿐 아니라 각종 의료 및 정보기기의 소형화와 모바일화로 의료 서비스에도 시간과 장소의 제약이 줄고 있다. 진료현장뿐 아니라 일상생활 중에도 휴대용 소형 진단기기로 실시간으로 건강관리 및 질병진단을 할 수 있을 뿐 아니라 개인 건강정보의 축적, 분석이 가능해지고 있다. 따라서 의료서비스의 개념이 '질병치료(Cure)' 중심에서 개인 맞춤형 '건강관리(Care)' 개념으로 확장되고 있다.

기술의 진화와 기술 수용도 높은 시니어 세대의 만남

2020년 등장할 '뉴 시니어(New Senior)'는 고령화 사회와 건강한 삶을 추구하는 웰빙트렌드가 맞물리면서 시니어 세대의 삶에도 많은 변화가 따를 것으로 예상된다. 2020년 등장할 뉴 시니어는 자신의 건강을 위해 테크놀로지를 적극적으로 수용하는 세대로 병원뿐 아니라 집안에서도 손쉽게 건강을 체크하고 관리할 수 있는 인터리어, 가전제품과 결합된 헬스케어 제품 디자인이 요구된다.

최근 후지쯔는 병원시설을 보다 쉽게 이용할 수 있는 솔루션을 제시했다. 무선 통신 시스템을 이용해 병원 기록시스템을 연결, 별도의 등록 절차 없이 병원을 이용할 수 있을 뿐 아니라 내비게이션을 내장하고 있어 병원 내 시설을 손쉽게 찾아갈 수 있도록 해준다. 더불어 대기 시간이 길어질 경우를 위해 어디에 있든 검사나 진료 차례가 오면 진동과 디스플레이로 알려준다.

또, 노키아에서는 도시의 시니어를 위한 'HEALTH GUARD'를 선보였다. 나이가 들수록 기억력이 감퇴하여 어떤 약을 언제 먹어야 하는지, 현재 어떤 영양분이 필요한지 등을 판단하기 어려운 시니어를 위한 제품이다. RFID TAG을 이용해 사용자가 냉장고 안의 어떤 제품을 얼마나 소비하는지를 모니터해주고 음식, 약, 영양 정보 등도 실시간으로 제공한다.

정보통신기술이 융합된 의료산업 대상의 디자인 육성

헬스케어산업의 고속 성장과 융합화를 통한 신산업 창출은 새로운 디자인 수요를 창출하게 된다. 예를 들면 태블릿 PC와 같은 휴대용 진료정보단말기와 병원의 종합정보 시스템을 연동하면 의료서비스의 효율성이 비약적으로 향상된다. 이를 위해서는 의료정보시스템의 통합을 위한 표준화, 의료기기의 표준화 등이 필수적이다. 따라서 철저하게 환자 중심의 관점에서 편리한 사용성을 제공하고 쾌적한 경험을 제공하는 제품, 환경, 서비스 디자인을 개발할 수 있는 기술 역량을 갖추어야 한다.

따라서 2020년 미래, 디자인은 의료산업의 경쟁력 향상을 위한 매우 중요한 전략이 될 것이다. 이를 위해서는 전문 인력의 육성과 함께, 의료 산업 내에서도 자발적 혁신의 동기가 일어날 수 있도록 좋은 디자인의 기준을 수립하고 성공사례를 발굴 홍보하는 등 정부의 지속적 관심과 역할이 중요하다.

출처 : 디자인 전략 2020보고서, 2011, 한국디자인진흥원



2 TEAM

시 니 어 를 위 한 스 포 츠 관 램

인구고령화를 주제로 디자인다이브 2020을 진행한 2팀은 10년 후 미래상황을 고려하여 활동적이고 건강한 시니어세대가 자발적으로 참여하고 즐길 수 있는 문화레저 서비스를 연구주제로 선정하였다.

급격한 고령화에 따라 시니어와 관련된 여러 현상과 문제들이 우리 사회의 이슈가 되고 있다. 특히 우리나라의 고령화는 세계적으로 유례가 없을 정도로 매우 급격하게 증가하고 있으며 2020년에는 전체 인구의 약 15%가 65세 이상의 시니어가 차지하게 될 거라는 전망이다. 인구고령화를 주제로 디자인다이브 2020을 진행한 2팀은 10년 후 미래상황을 고려하여 활동적이고 건강한 시니어세대가 자발적으로 참여하고 즐길 수 있는 문화레저서비스를 연구주제로 선정하였다. 10년 후의 상황을 구체적인 시나리오로 가시화하며 디자인의 사회적 역할에 대해 고민해볼 수 있는 시간이었다.

전문가 인터뷰를 비롯한 자료조사 결과 우리팀의 시선을 끄는 것이 있었다. 바로 시니어세대에게 가장 많이 주어진 '여가'시간. 대부분의 시니어세대는 이 여가시간을 매우 의미 있게 활용하고 싶어하지만, 시니어를 위한 장소와 시설이 부족한 것이 현실이다. 이런 문제점을 해결하기 위해서는 시니어들이 자발적으로 참여하고 즐길 수 있는 문화레저 서비스가 필요하다는 공감대가 형성되어 '2020년 시니어들의 스포츠 관람'이라는 연구주제가 선정되었다.

팀원 모두 퍼소나⁴⁾가 되어 시니어의 관점에서 서비스를 설계하기 위해 많은 노력을 기울였다. 우리는 이 과정을 통해 시니어세대를 보다 깊게 이해할 수 있었다. 시니어세대는 현재의 우리와 다르지 않았다. 기본적인 욕구는 물론, 타인과의 교감, 사회의 일원이라는 소속감, 원하는 것을 해내는 성취감, 스스로 가꾸고 배우는 자존감 등 다양한 욕구를 동시에 가지고 있다. 따라서 시니어의 삶의 질을 본질적으로 향상시키기 위해서는 그들의 다양한 욕구를 입체적으로 만족시키는 서비스가 필요하다는 것을 깨닫게 되었다.



Theme_ 인구고령화

연구주제

2020년 시니어들의 스포츠 관람

목표

관람 경험의 질적 향상 :
스포츠 경기를 안전하고 편리하게 즐기며 관람할 수 있는 환경 조성
사회성 유지 및 세대화합 :
여러 세대와 자연스럽게 어울리는 기회를 확장, 우울증 예방 및 세대 간의 격차 완화

팀구성

구분	이름	소속	전문분야
팀 리더	손주현	Kimberly-Clark 디자인팀장	Design Managemen, Product. Design
디자인 전문가	김원택	홍익대학교 IDAS 교수	서비스디자인, Foresight and Design
	김선우	한양대학교	UX/UI 기획, 서비스 디자인, 사용성 평가
	노수진	다음 커뮤니케이션	시각 디자인
	허내경	(주) 바이널 UX Strategy 사업부 서비스 기획팀	서비스디자인 UX기획
타분야 전문가	김민영	관동 의대 명지병원	의료-IT 융합 서비스 기획, UI기획
	정희경	매뉴얼세븐	책과 잡지 편집 및 홍보 마케팅
기록자	이안규	이노션	통합플래닝팀 디자인, 기획

- 영상기록 : 황명환(계원디자인예술대학, 멀티미디어 디자인)

What they have? What they need?

65세 이상의 시니어가 전체 인구의 약 15%를 차지하게 될 2020년에는 사회 전반적으로 활력이 떨어지는 가운데 새로운 생각이나 유행에 반응하기 보다는 기존의 틀을 지키고 가꾸는 보수 성향이 더욱 짙어질 가능성이 크다. 반면, 시니어세대가 은퇴 이전과 다름없이 활발한 활동을 이어갈 수 있는 조직적 지원이 이루어진다면 우리 사회는 질적으로 더 풍요롭고 성숙한 사회가 될 수 있다. 인구 고령화가 시장에 미치는 영향도 크다. 건강, 여행, 자산관리, 보안, 가사 대행 등 고령자들이 필요로 하는 다양한 서비스 분야가 성장할 것이라는 예측이 가능하다. 2020년에는 고령자의 절반 이상이 도시에 거주하고 자녀와 동거하는 등 대가족의 부활도 예상해볼 수 있다. 또, 인터넷이나 스마트폰 등 개인 미디어를 활용한 사회적 활동과 교류에 능숙한 '똑똑한' 시니어세대가 증가할 것이다. 이와 같이 2020년의 사회적인 변화를 가시화한 시나리오를 토대로 2020년 시니어세대의 퍼소나를 분석, 시니어세대의 삶의 질을 높이기 위해 필요한 서비스를 구상하는 데 의견이 모아졌다.

전문가인터뷰를 비롯해 시니어세대 인터뷰와 선진국의 사례 조사를 통해 시니어에게 가장 많은 것이 '여가시간'임을 알게 되었다. 시니어세대는 뜻이 맞는 친구들과 즐겁고 의미있는 여가시간을 보내고 싶어하며 스포츠에 많은 관심을 갖고 있다. 하지만 스포츠 관람 부문에서는 저조한 참여율을 보이고 있었다. 이는 여가에 대한 정보나 지식, 장소와 시설 등이 부족하기 때문이다.

2010년 현재 시니어세대는 복지관이나 문화센터(93.3%)에서 가장 많은 시간을 보내고 다음으로 'TV 보기, 라디오 청취, 독서(90.0%)' 등 집안 내에서 여가활동을 하고 있다.



시니어세대가 필요로 하는 것은 기본적인 욕구 외에도 타인과의 교감, 사회의 일원이라는 소속감, 원하는 것을 해내는 성취감, 스스로 가꾸고 배우는 자존감 등 자아실현욕구까지 다양하였다. 단지 '뒷방 늙은이'로 생각되어지기보다는 그들도 역시 우리와 같은 한 사람으로서 즐겁고 편안하게 타인과 교감하며 사회에 기여하고 인정받는 삶을 원한다. 다만 여가시간을 활용해서 원하는 것을 누리는 방법을 모를 뿐이다. 시니어세대가 갖고 있는 '여가'를 활용하여 그들이 원하는 다양한 욕구를 입체적으로 만족시킬 수 있는 디자인을 목표로 시니어들의 스포츠 관람 확대를 위한 서비스디자인⁵⁾을 구상하였다.

2020년에 등장할 뉴시니어세대를 중심으로 한국의 시니어 유형 중 기본적인 활동성은 있지만 성향이 완전히 다른 두 유형을 대상으로 고민을 시작하였다. 은퇴 후 건강 상태가 양호하며 경제적 여유가 있는 젊은 시니어집단과 경제 능력은 없으나 활동하고 싶어하는 공원형 시니어집단을 메인 타겟으로 설정하였다.

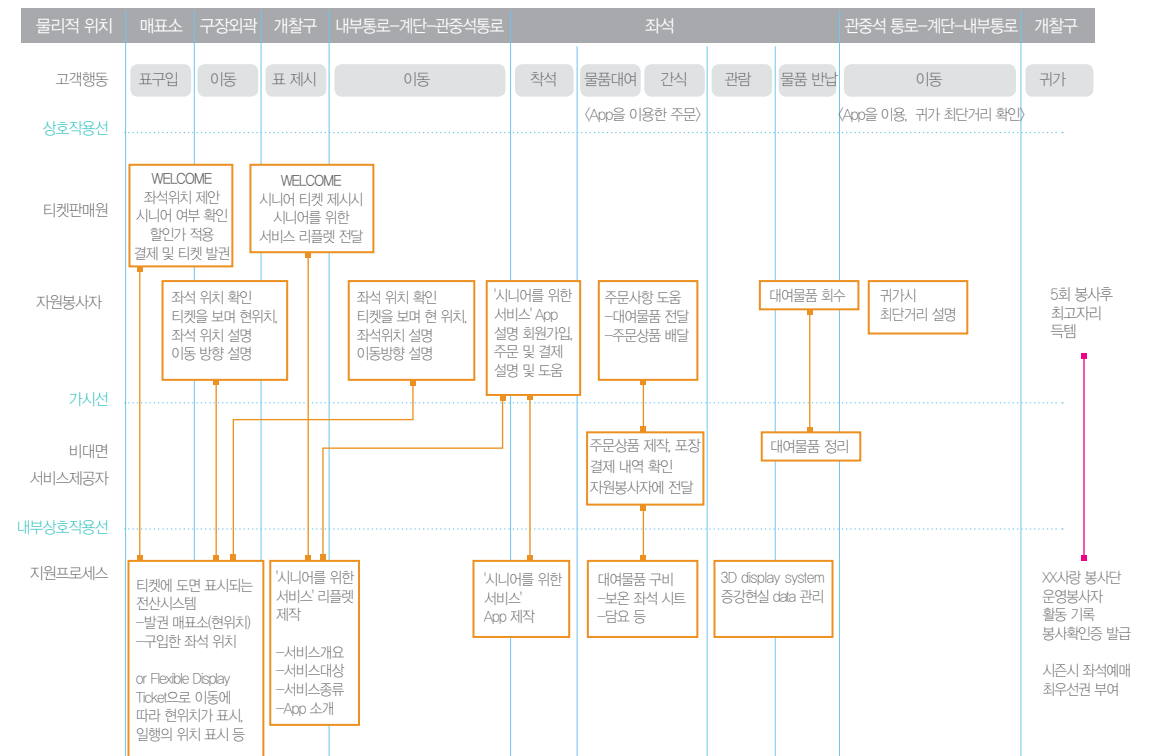
직접 야구장을 방문, 메인 타겟인 젊은 실버형과 공원형의 입장이 되어 관람문화를 경험해 보았다. 야구장에서 야구를 관람해본 결과 티켓예매부터 경기관람 후 귀가까지 동선을 유도하는 가이드가 불명확하거나 사인표시가 정확하지 않아 위치를 찾는 데 어려움이 많았다. 또 경기장 내에서 커뮤니케이션을 형성할 만한 장소가 없어 시니어 세대에게 스포츠 관람 경험을 제공하는 데 많은 문제가 발견되었다. 우리는 이를 고객 여정맵으로 가시화하고 이를 개선할 수 있는 방법에 대해 고민하였다.

고객여정맵



고객여정맵에서 발견된 여러 문제점을 토대로 버스정류장부터 경기장 내에서의 서비스까지 시니어세대가 보다 편안하게, 즐겁게, 건강하게 그리고 타 세대와 함께 즐길 수 있는 스포츠 관람환경을 조성하기 위한 아이디어를 전개하며 서비스청사진을 개발하였다.

서비스청사진



확대되는 시니어 소비자를 위한
새로운 여가문화 경험 디자인 시나리오

복잡한 곳을 싫어하는 김 씨. 야구장에 가자는 이 씨의 성화에 못 이겨 따라 나섰지만 별로 내키지 않는다. 젊은 사람들이나 가는 복잡한 곳에 간다는 것 자체가 그에게 두려움이기 때문이다. 하지만, 막상 경기장에 도착한 김 씨는 친구 이 씨가 야구장을 자주 찾는 데는 이유가 있다는 것을 알게 된다.



경기장에 도착하니, 멀리서도 눈에 띄는 핑크색이 여기저기에 불을 밝히고 있다. 시니어 전용 서비스는 모두 핑크색으로 표시되어 있어 찾기도 쉽고 편리하며 이 씨가 칭찬을 늘어놓는다.

길게 줄을 서 있는 매표소에 다가가자 한숨부터 짓는 김 씨와 달리 이 씨는 핑크존으로 성큼 성큼 걸음을 옮긴다. 자원봉사자가 친절하게 안내해 주는 시니어 전용 매표소가 있어 기다리지 않고도 편리하게 티켓을 구매할 수 있기 때문이다.



‘이 넓고 복잡한 곳에서 길을 잃지 않고 제대로 좌석을 찾아갈 수 있을까?’ 생각보다 쉽게 티켓을 구매했지만 김 씨는 걱정이 태산이다. 이 씨는 플렉서블 LCD로 만들어진 티켓만 있으면 다 해결된다며 호 현장담한다. 잠시 후, 김 씨는 깜짝 놀란다. 갈래길이 나타날 때마다 티켓의 화살표가 길을 안내해 주는 것 아닌가.



드디어 경기가 시작하고 오랜만에 야구를 보는 김 씨도 흥미진진하게 야구경기를 볼 수 있었다. 바로, 등장 선수의 프로필을 상세하게 보여주는 홀로그램 전광판 덕분이었다.



그뿐만이 아니었다. 티켓으로 음식주문부터 친구찾기까지 가능해 편안하게 경기를 즐길 수 있었다.



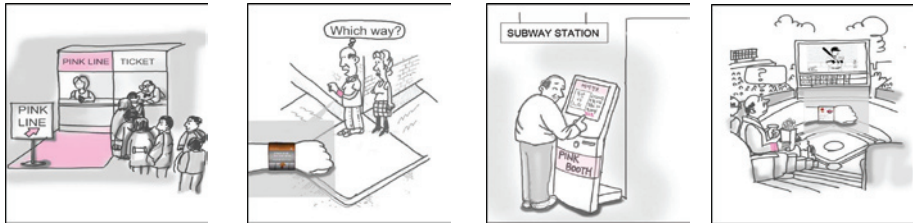
한참 경기에 빠져 있는데 자원봉사자가 김 씨와 이 씨를 찾아와 괜찮냐고 묻는다. 이 씨의 심박수가 높이 올라가 확인하러 온 것이다. 그래서야 혈압약 먹는 것을 잊었던 이 씨는 자원봉사자를 향해 겸연쩍게 웃어 보인다. 심박수를 체크해 응급센터에 실시간으로 전송해주는 기능이 있는 티켓 덕분에 응급사고를 예방할 수 있었다.



경기가 끝나고 자리에서 일어서자 한적한 핑크라인이 또 눈에 띄었다. 바로 걸음이 느린 시니어를 위한 전용 복도인 것. 혼잡한 인파를 피해 여유롭게 귀가하는 김 씨. 이 씨가 하루가 멀다 하고 야구장을 찾는 이유를 알 수 있었다.



시니어를 위한 스포츠 관람 솔루션



1. 핑크라인 & 핑크존

시니어 전용 서비스구역인 핑크라인과 핑크존을 설치해 두어 티켓구매부터 귀가까지 보다 쉽고 편안한 이동을 돕는다.

2. 쉽고 빠른 길 찾기

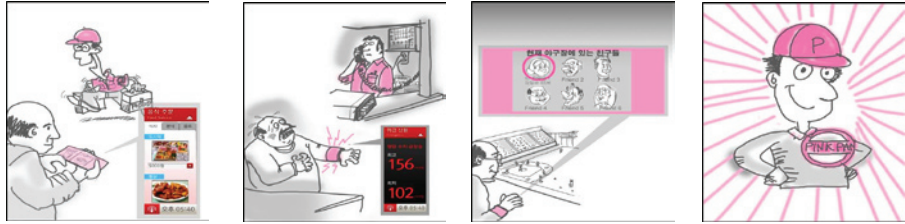
화살표로 표시되는 티켓의 화상 정보가 입구에서 좌석까지 길을 안내한다

3. 손쉬운 티켓 예매

대중교통안내소에 마련되어 있는 핑크부스를 통해 사진 티켓 예매가 가능하다.

4. 선수정보 멀티 디스플레이

선수에 대한 정보를 보여주는 멀티디스플레이로 출전하는 타자의 신상정보를 보다 편안하게 검색할 수 있어 경기관람의 재미를 더해 준다.



5. 친절한 서비스

티켓에 제공되는 터치 하나로 음료와 음식 주문은 물론, 담요 등을 주문할 수 있으며 선호 메뉴도 등록 가능해 미리 등록해놓은 메뉴를 곧바로 주문할 수 있다.

6. 건강체크 및 응급 상황 감지

심박수 체크가 가능한 티켓을 통해 건강상태를 응급센터에서 모니터링 가능하다. 심박수가 위험자수에 도달하면 티켓의 위치서비스를 통해 응급센터가 곧바로 출동하여 상태를 점검해준다.

7. 공통관심사 친구 만들기

티켓에 제공되는 '친구 찾기 서비스'를 통해 관심사와 취향 등을 등록해두면 같은 구역 내에 있는 새로운 친구를 소개해준다.

8. 자원봉사

특별석에서 야구를 볼 수 있는 혜택을 제공하는 시니어 자원봉사단을 운영. 자원봉사를 통해 자연스럽게 다양한 세대와의 커뮤니케이션 기회를 확대한다.



뉴시니어 세대의 문화적 욕구와 디자인 전략

시장 및 기술 패러다임, 정책기조의 변화로 인해 급변하고 있는 세계경제 환경의 경쟁 구조가 변화하고 있다. 선진국을 중심으로 본격화되고 있는 고령화와 단독세대의 증가, Y세대 등 신세대 소비자의 급부상 등으로 제품 디자인과 생산 시스템의 변화를 초래하고 있으며 새로운 디자인 수요를 창출하는 것으로 이어진다. 헬스케어산업의 고속성장과 융합화와 고령화, 단독세대의 증가 등 다양한 사회적 변화로 인해 편의성과 안전성 등을 요구하는 새로운 개념의 제품과 서비스에 대한 요구가 늘어날 것이다. 특히, 고령화로 인해 의료기기와 보건·의료 등 헬스케어산업의 성장이 예상된다. 헬스케어산업의 디자인에 대한 수요가 증가함과 더불어 유니버설 디자인과 메가시티화에 따른 공공디자인의 재해석도 요구되고 있다.

건강과 외모에 관심이 많은 ‘뉴시니어(New Senior)’

2020년에는 베이비부머 세대가 새로운 시니어세대로 진입하는 시기다. 여기에 급속도로 발전하는 융복합기술로 헬스케어산업이 새로운 국면을 맞게 될 전망이다. 따라서 2020년에는 시니어세대가 새로운 소비계층으로서 부상하게 될 것이다. 2020년 등장할 뉴시니어는 실제 나이보다 스스로를 젊다고 생각하며, 건강과 외모에 대한 관심이 많다. 특히, 뉴시니어는 문화 향유 욕구를 적극적으로 발현하는 첫 시니어 세대로, 이들을 공략하는 공연시장에 있어서도 주요 고객층으로서 부상하게 될 전망이다.

문화적 향수를 미래 관점으로 재해석하는 디자인

뉴시니어세대의 높은 문화적 향유 욕구를 자극하기 위해서는 과거 풍요로웠던 문화적 부흥기 때의 아이콘들을 적극 활용하되, 미래적 관점으로 재해석하는 것이 필요하다. 뉴시니어세대에게는 공감대를, 젊은세대에게는 새로운 디자인으로 소구될 수 있다. 최근 폭스바겐은 스위스 제네바 모터쇼에서 2세기형 콘셉트카로 60년대 샌프란시스코 히피들의 상징이었던 '불리(BULLI)'를 재해석한 모델을 선보였다. 투톤 컬러에 화이트 실내 센터페시아 장식으로 꾸며졌으며, 조수석에 장착

된 아이패드의 앱에 손가락을 대고 운전석 쪽으로 날리면 LED 클러스터에 앱이 입력된다. 또, 2010년 오픈한 영국의 클럽 'MAGGIE'S'는 젊은 베이비부머세대의 70~80년대 문화 아이콘들을 클럽의 콘셉트로 내세웠다. 마가렛 대차를 클럽의 아이콘으로 사용하고, 70~80년대 문화적 상징들을 젊은 감각으로 재해석하여 큰 인기를 끌고 있다. 베이비부머 세대를 대상으로 발행되고 있는 매거진 'ZOOMER'은 젊고 세련된 리얼 패션을 'LOOK OF THE DAY'라는 코너를 통해 게재하고 있고 여성 패션 브랜드 '르베이지'는 30대 감성의 디자인으로 뉴시니어 시장을 공략하여 매출이 2009년 120억 원, 2010년 300억 원으로 급성장하였다. 시니어 세대를 대상으로 한 생활용품은 온라인으로 판매하는 '골드바이올린'은 시니어 세대의 생활필수품들을 신체적, 경제적, 심리적, 사회적 여건을 고려한 제품 개발과 더불어 패션과 자부심의 액세서리로 디자인하여 인기를 끌고 있다.

전체 인구 중 65세 이상 인구가 차지하는 비중에 따라 고령화사회(7~13%), 고령사회(14~19%), 초고령사회(20% 이상)로 분류된다. 2020년이 되면 프랑스, 미국을 포함한 많은 국가들이 초고령 사회로 진입하게 되며, 한국은 2018년 이후면 초고령사회로 진입하게 될 것으로 예측된다.

2020년 곧 다가올 고령화 시대, 제품과 패션 등 일상용품과 관련된 디자인에 있어 시니어에 대한 고정관념보다는 어린 감각을 공략하여 뉴시니어의 젊음에 대한 욕구를 충족시킬 때 비즈니스 기회가 발생하며 시니어를 젊은 감각으로 패션화시키는 디자인이 요구된다.

출처 : 디자인 전략 2020보고서, 2011, 한국디자인진흥원



3 TEAM

다 양 한 문 화 를
반 영 한
비 즈 니 스 컨 설 팅

경영컨설턴트를 포함한 디자이너와 디자인경영, 디자인조사 및 기획 전문가로 구성된 3팀이 제시한 솔루션은 문화 차이뿐 아니라 점점 까다로워지는 개개인의 성향을 반영한 레스토랑 정보제공 시스템, CFM(Cultural Food Manager)이다. 세계경제통합이라는 거대한 대주제에 얽매이지 않고 실질적인 활용이 가능한 서비스를 전제로 결과물보다는 문제해결과정을 효과적으로 보여주는 데 주안점을 두었다.

2025년 세계인구의 30%를 차지하게 될 무슬림 문화에 대한 이해를 바탕으로 국내에 거주하거나 방문 중인 무슬림에 대한 맞춤형 코디네이팅 서비스를 제시하는 것을 목표로 삼았다. 타 문화의 긍정적인 수용은 곧 새로운 시장으로의 진출가능성을 열어주며 이는 국가 서비스 경쟁력에도 일조할 것이 분명하기 때문이다.

2020년 거대한 시장으로 폭풍 성장하게 될 ‘할랄비즈니스’가 대한민국에 성공적으로 안착하는 데 기여할 맞춤형 서비스를 연구하며 이슬람문화 전문가인 한양대 문화인류학과 이희수 교수와의 인터뷰를 통해 이슬람경제권이 생각보다 우리의 생활 가까이에 있음을 알게 되었다. 실제로 무슬림의 70%가 아랍권이 아닌 아시아에 머물고 있다. 이는 세계경제통합과 더불어 다문화를 존중하는 시대로 접어든 우리에게 무엇을 어떻게 준비해야 하는지에 대해 시사하는 바가 매우 크다.

다양한 문화를 가진 신흥국, 그 중에서도 전세계 1/3을 차지하고 있는 2조 달러 무슬림 시장을 진출하기 위해서는 복잡하고 어려운 문화를 포용할 수 있는 기반이 필요하다는 결론을 얻게 되었다.



Theme_ 세계경제통합

연구주제

2020년 등장할 문화적 이해에 기반한 맞춤형 비즈니스 컨설팅

목표

이슬람 문화에 대한 이해와 전문 지식을 갖춘 맞춤형 코디네이팅 서비스를 위한 시각화 된 프로토타입 개발
할랄비즈니스의 성공적 안착을 위해 무슬림의 독특한 문화를 반영한 레스토랑 정보시스템 CFM(Cultural Food Manager)개발
※무슬림 : 이슬람교를 믿는 사람

팀구성

구분	이름	소속	사업분야
팀 리더	유명근	아이디센 대표	디자인전략 컨설팅
디자인 전문가	이영민	KDP 선임연구원	중소기업디자인 컨설팅
	최경진	포스코 A&C	공간(주거, 사무실 등)
타분야 전문가	이기원	Studio BLI	브랜드 컨설팅
	이종근	KAIST MBA	경영 컨설팅, IT트렌드
기록자	김윤미	옴니스페이스	해외 기업, IT 홍보관 및 전시

• 영상기록 강은영 (계원디자인예술대학), 멀티미디어 디자인과

Why Islam?

세계경제의 통합 추세에 따라 새롭게 재편될 가능성이 큰 신흥국에 대한 관심을 갖던 중 무슬림 시장이 현재 16억을 차지하고 있고 미래 세계경제의 흐름을 주도하게 될 것이란 예측을 하게 되었다. '이슬람교의 계율에 따라 도축된 신이 허락한 음식'을 일컫는 무슬림의 할랄음식과 관련된 비즈니스는 현재 독특하고 까다로운 이슬람 문화를 배경으로 식음료, 화장품, 패션, 금융 등 다양한 분야로 확대 적용되고 있다. 하지만, 국내시장은 이와는 매우 대조적이다. 국내에 거주하고 있는 무슬림인구가 14만에 이르지만 이슬람문화에 대한 무지와 편견으로 소외되거나 잘못된 인식으로 잠재적 성장 가능성을 인정받지 못하고 있다.

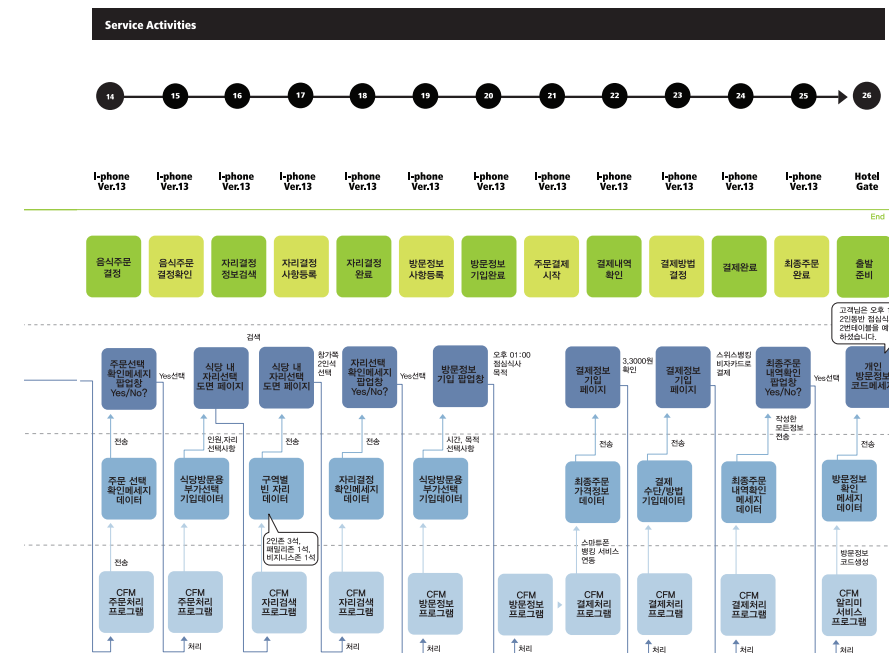
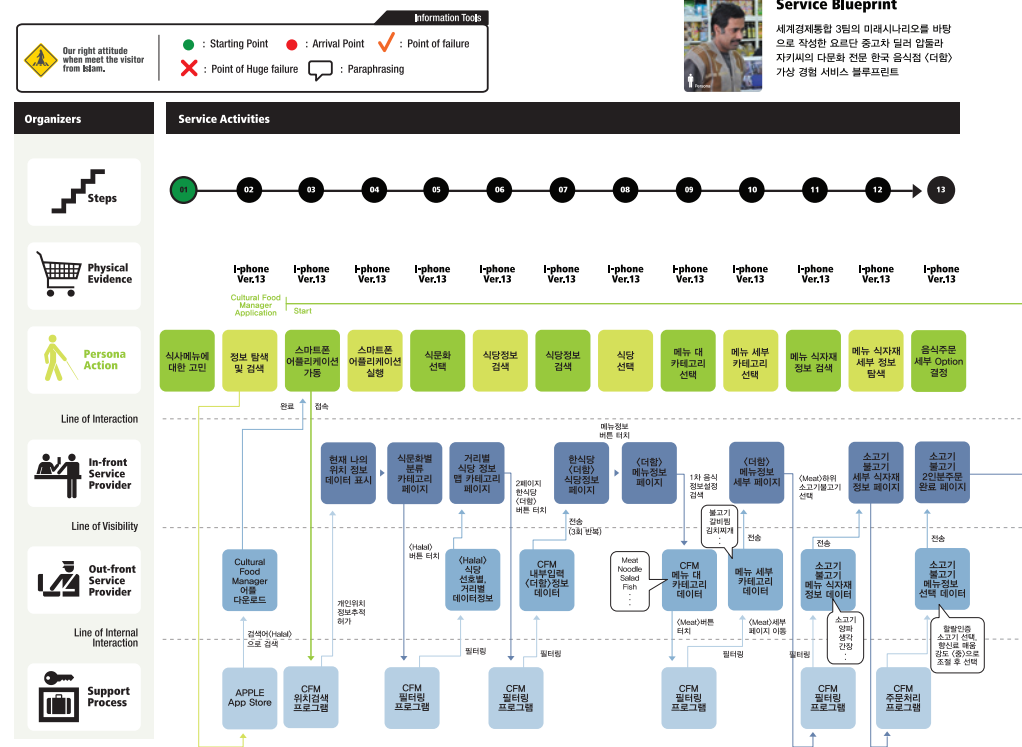
Consumer Experience Management

국내 거주하는 이슬람문화 관련 사람을 장단기 거주자로 분류하고 국내에 거주하거나 단기 체류 중인 비즈니스맨, 유학생, 이슬람 교도인 등 이들과 관계를 유지하고 있는 한국인으로 분류하여 퍼소나별 상황과 활동 배경에 따라 인터뷰를 진행하였다. 퍼소나별 활동을 크게 10단계로 나누고, 각 활동별 장소, 제품이나 물건, 응대하는 사람의 서비스 항목의 터치 포인트에서 만족도를 평가하는 방식으로 문제점을 파악해나갔다. 할랄비즈니스의 성공적 정착을 위해서는 가장 먼저 식문화서비스 문제해결이 시급했다. 음식문화와 식사예절은 동서고금을 막론하고 비즈니스의 성공을 좌우할 만한 코드가 숨겨져 있다는 통찰력으로, 그 숨겨진 코드를 찾아내기 위해 퍼소나를 구체화하고 이를 토대로 고객여정맵을 그려나갔다.

Field Research

- 장소: 이태원의 무슬림 사원을 중심으로
- 컨택 포인트: FMCG 마켓, 서점, 여행사, 레스토랑, 전자기기점 / 이태원 내의 할랄 Shop과 타 지역을 비교

서비스청사진

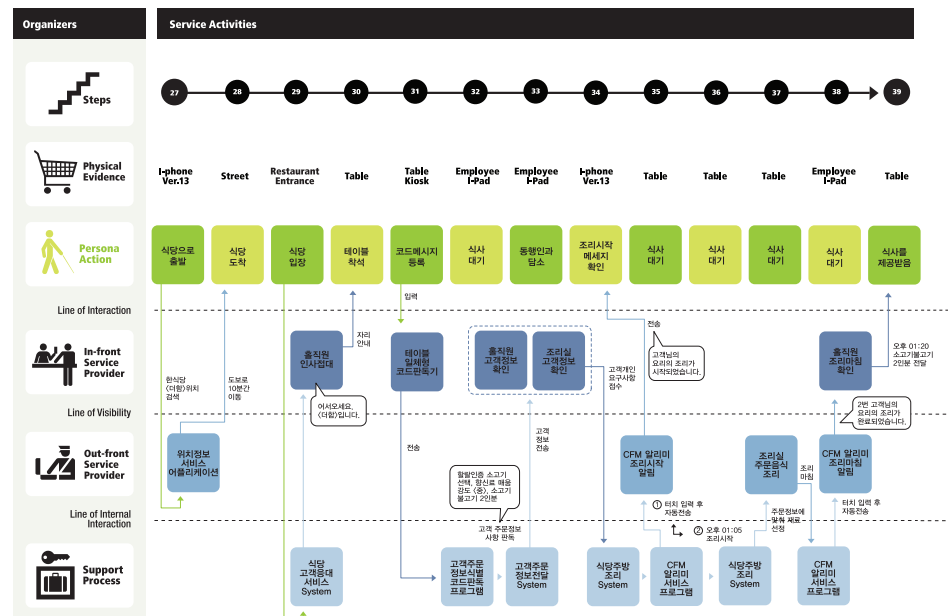


Muslim Attack! We are Ready!

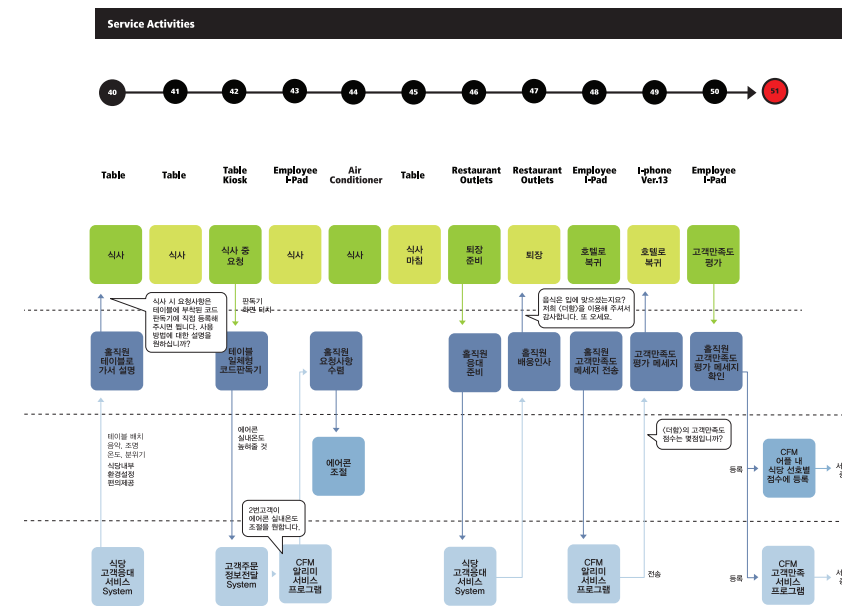
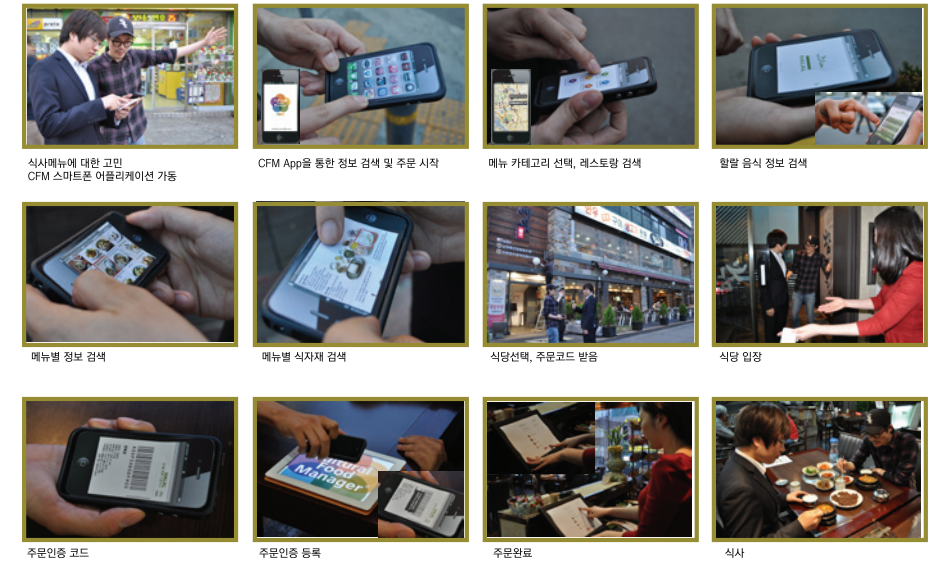
2020년 대한민국 한식 레스토랑의 가상 시나리오를 작성하고 이것을 40단계의 고객 활동으로 세분화하여 고객이 직접 체험하는 인프론트 서비스, 인프론트 서비스를 지원하는 아웃프론트 서비스, 그리고 드러나지 않는 서포트 서비스로 구분하고 각각의 활동단계에서 경험하게 되는 내용과 문제점을 세세히 적어 넣었다. 이 서비스청사진 분석을 통해서 이질감이 느껴지지 않고 다양함이 인정받는 환경 조성을 기본으로 하는 솔루션을 찾았다.

2020년의 변화된 사회상을 반영하여 스마트기기를 활용한 레스토랑 서비스로 방문 전부터 방문 후까지 개개인의 취향에 맞춘 정확한 정보를 제공하고 고객을 비롯하여 서비스 제공자까지 전체 프로세스를 정리하였다.

서비스청사진



스마트기기를 활용한 개인 맞춤형 외식산업



스마트한 환경에서의 국내 거주 외국인을 위한 시나리오

6년 전 한국 중고차 시장과 거래를 시작한 압둘라 자키 씨. 현지에서 한국 중고차의 인기가 높아 한국에 직접 방문했다. 보름간의 일정으로 한국에 도착한 그에게 한 가지 고민이 있었다. 바로 식사문제. 낯선 타국에서 할랄음식을 찾는 게 쉽지만은 않을 것이기 때문이다. 한국 중고차 회사에서 첫 미팅을 마치고 돌아가는 길, 함께 점심식사를 권하는 김 과장에게 그는 자신의 고민을 털어 놓았다.



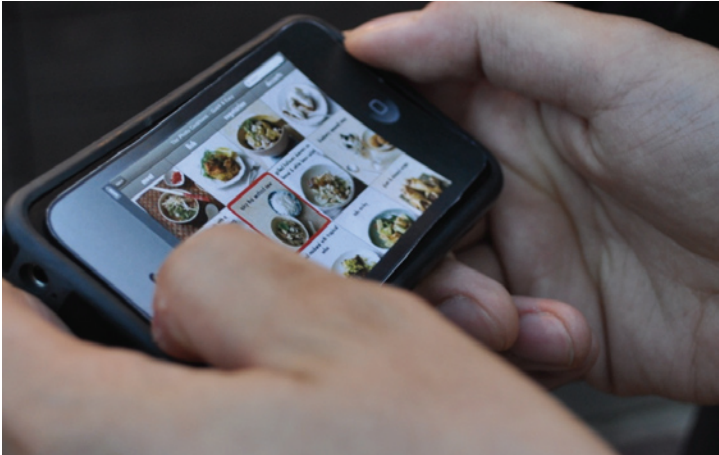
김 과장이 빙긋 웃으며 그에게 보여준 것은 스마트폰 어플리케이션. 문화별로 분류된 카테고리에서 할랄아이콘을 선택하자 할랄레스토랑 리스트가 한눈에 펼쳐졌다.



김 과장에게서 스마트폰을 받아 든 압둘라 자키 씨는 연신 감탄을 쏟아낸다.



할랄음식은 물론, 재료에 대한 정보까지 상세하게 나와 있어 그의 취향에 맞는 메뉴를 손쉽게 찾을 수 있었다.



레스토랑을 선택하고 주문을 하자, 곧바로 레스토랑에서 주문이 확인되었음을 알려주는 문자메시지가 도착했다.



김 과장과 함께 레스토랑에 도착한 압둘라 씨. 김 과장은 문자메시지로 받은 주문인증서를 카운터에 제시하고 자리에 앉았다.



자리에 앉아 김 과장과 이야기를 나누는 동안 주문한 음식이 나왔다. 낯선 타국에서 자신의 취향에 맞는 할랄음식을 편리하게 즐길 수 있을 줄 몰랐다는 압둘라 자키 씨. 김 과장의 배려에 비즈니스 파트너로서의 신뢰가 더욱 깊어가는 것을 느낀다.



밀레니얼 세대의 문화적 다양성을 고려한 디자인

2020에는 시장과 생산의 세계화(GLOBALIZATION)와 지역무역협정(REGIONAL TRADE AGREEMENT)체결의 증가에 따라 지역화(REGIONALIZATION)도 가속화될 전망이다. 이에 따라 표준화된 글로벌 제품 및 서비스, 지역의 문화와 전통이 가미된 지역 제품 및 서비스에 대한 수요가 증가할 것으로 예상된다. 이는 디자인산업의 세계화와 함께 지역화를 촉진해 글로벌 네트워크 및 지역 네트워크의 구축을 촉진할 것이다.

디지털 기반의 문화적 다양성을 갖춘 '밀레니얼 세대'의 등장

밀레니얼 세대(MILLENNIAL GENERATION)란 1982년에서 2000년 사이에 태어나 자연스럽게 디지털 테크놀로지를 접하고 다루며 글로벌 문화의 다양성을 흡수한 세대다. 디지털 세대, G세대, Y세대 등의 이름으로 정의되며, 온/오프라인을 넘나들면서 자기의견을 표출하는 것에 능숙하다. 사회진출시기도 빨라지고 있어 소비 영향력이 빠르게 증가하고 있다.

퓨 리서치센터는 현재 10대와 20대는 종교의 다양성에 대해 관대하며, 다문화가정을 자연스럽게 받아들이고 존중하는 태도를 보인다는 리서치 결과를 내놓았다. '역사적으로 어떤 시대의 젊은이들보다 윤리적, 인종적인 다양성을 추구하는 집단'으로 다양한 민족과 어울리며 학교생활을 하고 존중하는 태도를 배워온 세대라고 분석하고 있다. 또, WHAT YOUTH THINK의 설립자 그라함 브라운과 YRP(YOUTH RESEARCH PARTNER)가 공동으로 발표한 'YOUTH TREND2010'보고서에서는 신흥국의 유스세대의 부상을 언급하며 유스세대는 글로벌 마인드를 지님과 동시에 지역성도 강하게 지닌 세대임을 언급했다. 기술과 경제발전은 유스마케팅에 새로운 프론티어를 등장시켰다. 인도, 중국, APAC국가들이 주시되고 있으며, 2010남아공 월드컵이 열린 남아프리카 공화국은 인구의 50%가 35세 이하이며, 브라질과 나이지리아 인구수를 합하면 유럽연합이나 미국보다 많다.

문화적 다양성을 반영한 인터페이스, 인터랙션, 사용자 경험 디자인

네이트 메데이로스 워드가 햅틱 기술을 이용하여 개발한 드라이빙 내비게이션은 운전대에 부착된 빨간 트랙 포인트가 운전자의 손끝에 위치하며 바뀌야 할 방향으로 미리 움직여 방향을 지시해 준다. 보거나 듣는 것은 다시 생각해야 하지만 촉감으로 방향을 알려 주면 운전이 더욱 집중할 수 있다. 노키아에서 공개한 콘셉트폰 'NOKIA KINETIC'은 전화나 문자 등이 날아오면 본체 안에 장착된 전자석을 이용해 스스로 일어난다는 콘셉트이다. 휴대폰의 디스플레이 디자인이나 진동, 소리를 통한 것이 아닌 모션을 통한 새로운 시각적인 효과와 인터페이스를 보여준다.

테크놀로지 수용력이 높고, 하이테크에 대한 거부감 없이 새로운 경험을 즐기는 밀레니얼 세대에는 글로벌과 지역화가 믹스된 가치관이 잘 반영된 디자인과 마케팅이 필요하다. 더불어 사용하는 제품/서비스의 인터페이스는 기존의 고정관념을 탈피하는 새로운 감각의 활용과 통합된 기술을 통한 디자인 혁신이 요구된다.



4 TEAM

Open Design Service Platform

2020년에는 재택근무가 활성화되면서 자신이 정한 조건, 자신이 정한 무대에서 자유롭게 모였다 흠어지는 프리에이전트(Free Agent)시대가 가속화될 전망이다. 기존의 사회적 계약이 붕괴됨으로써 오픈플랫폼(Open Platform) 형태의 계약관계로 발전될 가능성이 크다. 이와 같은 사회적인 변화를 고려하여 세계경제의 양극화와 청년 실업 문제를 완화할 수 있는 지식공유기반의 Open Platform & Crowd-Sourcing을 제시하였다.

세계경제통합으로부터 소외된 저개발 국가 문제해결에 기여하는 디자인을 활성화하고 새로운 형태의 디자인 프로세스와 비즈니스 모델을 제시함으로써 청년 실업 문제를 해소하는 데 주안점을 두었다.

연구를 수행하기 위해 자료조사와 인터뷰를 진행하면서 이미 많은 사람들이 세계경제의 양극화와 청년 실업 문제에 대해 관심을 갖고 해결을 위해 많은 노력을 기울이고 있다는 것을 알게 되었다. 따라서 우리의 서비스 아이디어도 충분히 현실화될 수 있을 뿐 아니라 문제 해결에도 기여할 수 있으리란 기대를 해볼 수 있었다.



Theme_ 세계경제통합

연구주제 2020년 Crowd-Sourcing으로 전세계의 디자이너들이 참여할 수 있는 Open Design Service Platform

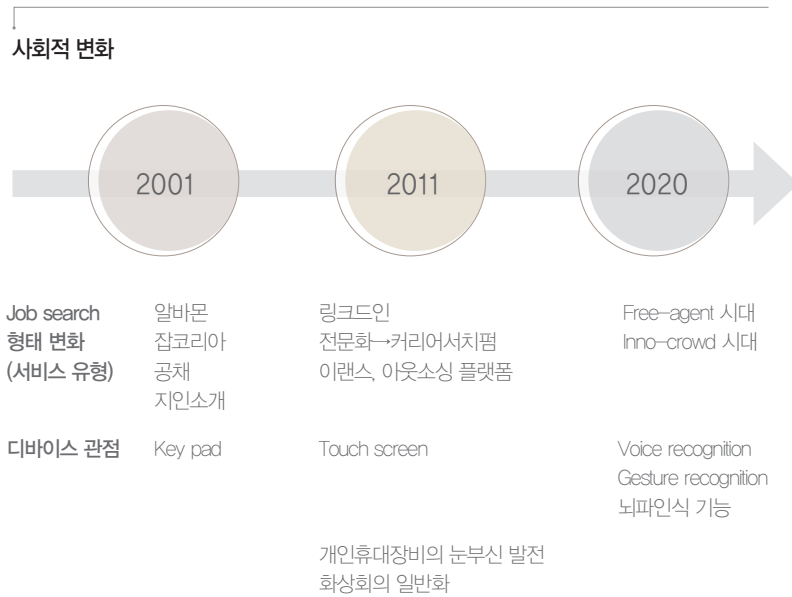
목표 소외된 저개발 국가를 위한 문제 해결 디자인 활성화를 통한 세계경제 양극화 해소, 새로운 형태의 디자인 프로세스와 비즈니스 모델을 통한 청년 실업 문제 해소

팀구성

구분	이름	소속	전문분야
팀 리더	하 윤	LG전자 디자인경영센터 책임연구원	UX 리서치 & 디자인
디자인 전문가	이진현	디스트릭트	Strategic UX Design / UX Product Planning
	정소희	열린사이버대학교	교육 콘텐츠 개발
타분야 전문가	김승균	앤씨스콤 CSR 컨설팅팀 팀장	NPO management & Business sustainability/ CSR 전략컨설팅
	박 찬	SAP R&D	소프트웨어 기획
기록자	이가은	고려대학교 산업정보디자인과	디자인

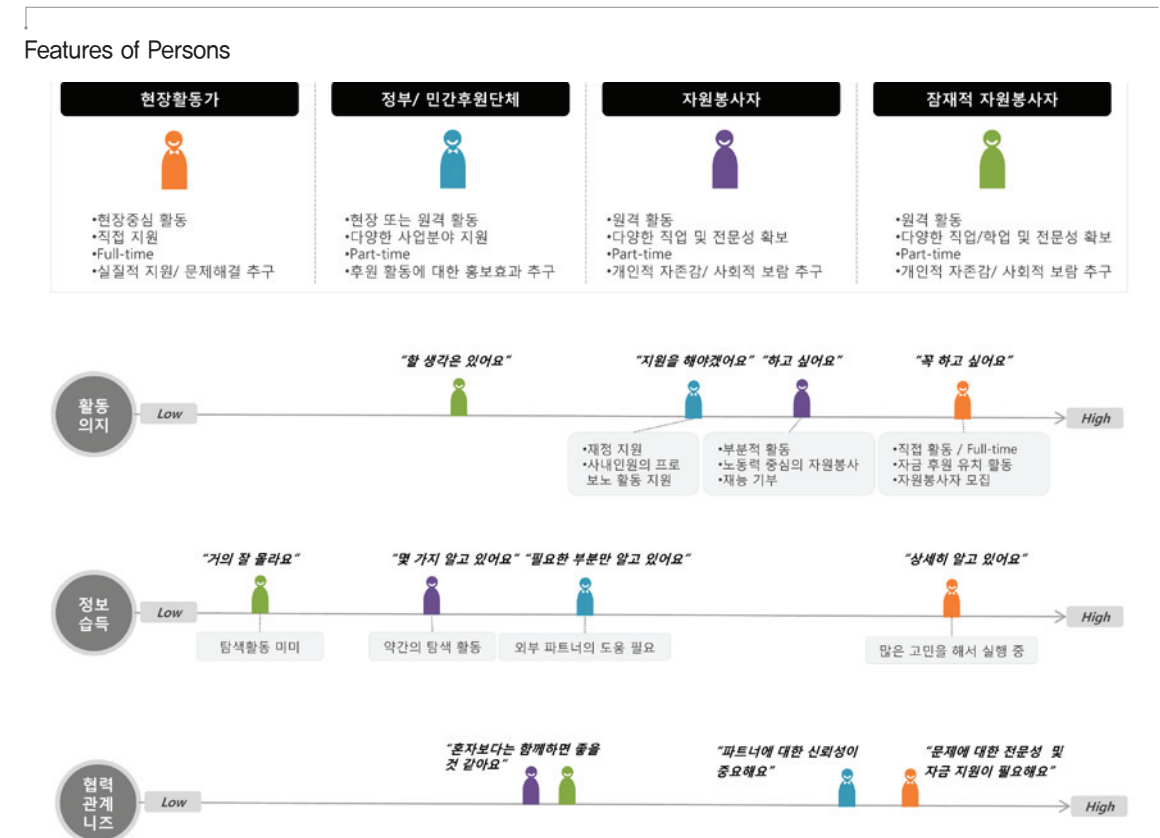
- 영상기록 이주성 (계원디자인예술대학, 실내건축 디자인)
- 운영진 정인애 (DOMC 대표, 디자인 경영), 이화진 (정진학원(UA영어센터), 학습코치)
- 관찰자 고창용 (홍익대 디자인혁신센터, UX 디자인)

세계경제의 양극화와 실업 문제를 완화할 수 있는 미래의 서비스를 구상하기 위해서는 사람들이 일하는 방식이 미래에 어떻게 변할 것인가를 살펴볼 필요가 있다. 여러 자료조사와 토론을 통하여 미래 직업의 모습을 정리해 보았다. 2020년에는 재택근무가 활성화됨으로써 자유롭게 모였다 헤어지는 프리에이전트(Free Agent) 시대가 자리 잡게 될 전망이다.

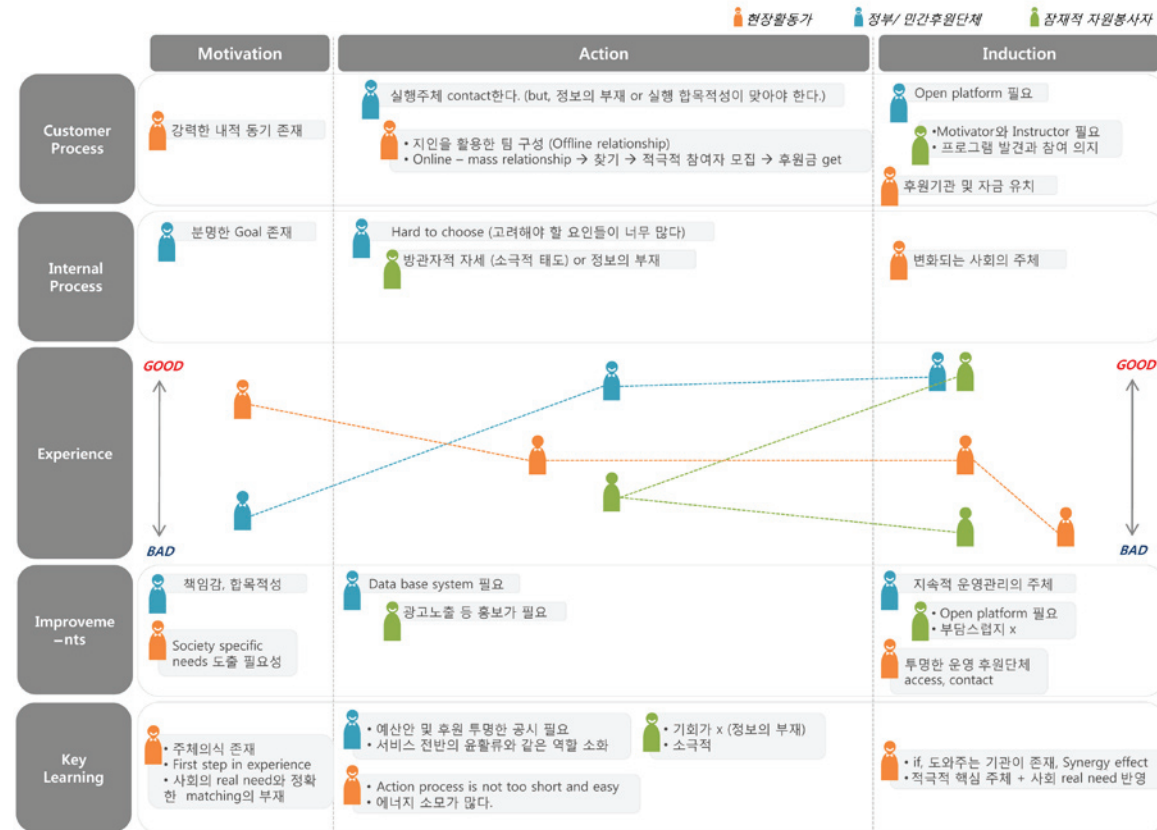


미래의 시나리오를 만들기 위해서 우선 그 출발점인 현재 상황을 리서치하기로 하였다. 사회 공헌 활동에 관련된 여러 역할 주체가 현재 어떻게 활동하고 있는지 알아보기 위해, 사회적 기업과 비영리단체, 복지기관, 후원기업 및 자원봉사자, 잠재적 자원봉사자 등으로 대상을 나누어 인터뷰를 진행하였다. 사회적 활동 분야의 한 예로서 국내의 '다문화 가정'에 포커스를 맞추었다.

인터뷰 결과는 태도(attitude), 행동(behavior), 상황(context)이라는 틀에 따라 4가지 역할로 정리하고 이 모두를 포함해서 현재 시점의 고객여정맵을 그려나갔다.



고객여정맵



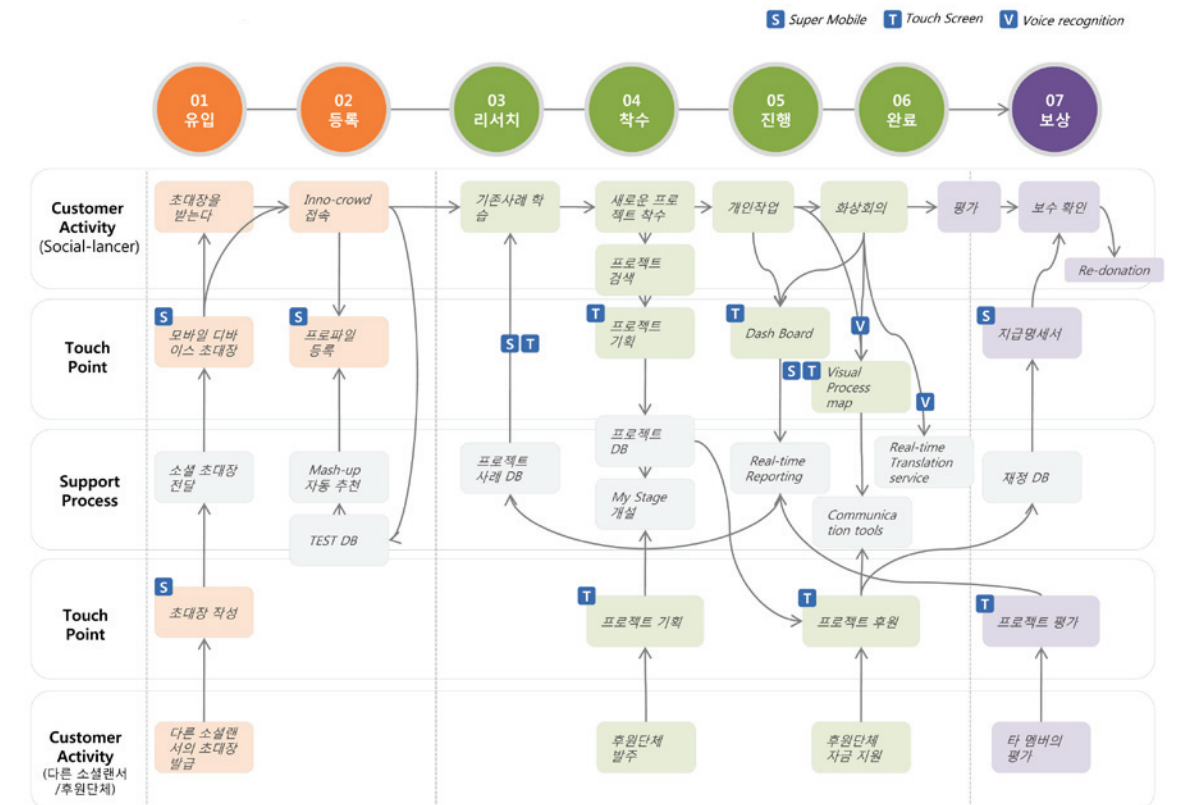
I STEP 03 I

소셜랜서를 위한 오픈 플랫폼

각 분야별로 공통된 니즈를 파악하여 필요로 하는 여러 서비스를 연결해주는 오픈 플랫폼을 구상하였다. 2020년 25세에서 40세의 Y세대인 소셜랜서(Social Freelancer)로 설정하고 아이디어를 서비스청사진을 통해 구체화해 보았다.

사회적으로 탄력적 근무와 재택 근무가 보편화되면서 등장할 소셜랜서는 인터넷을 통해 손쉽게 업무와 창업을 한다. 더불어 사회적 책임과 이타주의, 환경문제에 관심이 많다. 기부 및 사회활동에 있어서 체험형과 유형의 결과를 원한다는 가정하에 서비스청사진을 작성하였다.

서비스청사진



2020 미래 시나리오

커뮤니티 기반의 새로운 디자인 수요 시장 시나리오

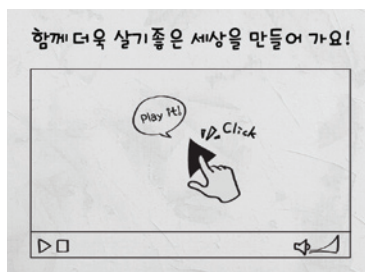
2020년 29세인 신미래 씨는 싱글 프리랜서다.

소셜랜서로 사회적 성격이 강한 프리랜서 활동을 하고 있으며 '나와 우리를 위한 보다 나은 세상 만들기'에 많은 관심을 갖고 있다.

신미래 씨는 Y세대로 수평적인 커뮤니케이션과 적극적인 피드백을 통해 코치와 멘토의 역할을 존중하며 소셜활동을 통해 보람을 느끼고 합리적인 보수를 받는 새로운 직장인군이다.



신미래 씨는 동료 소셜랜서로부터 이노크라우드 초청장을 스마트폰으로 받고 새로운 오픈 크라우드소싱 웹사이트를 접하게 된다.



자동통합 서비스로 여러 웹사이트와 연동되어 있는 이노크라우드의 영상을 통해 소셜랜서로서 활발한 활동을 할 수 있다고 생각한다.



이노크라우드 웹사이트에 등록을 하게 되면 자동통합 서비스로 신미래 씨의 프로필을 구성하게 되고 이노크라우드 레벨 테스트를 통해 자신의 레벨을 검증할 수 있다.

테스트 결과 브론즈, 실버, 골드, 다이아몬드 중 골드레벨을 획득하였다.

*** Test 결과 ***

Bronze Silver **Gold** Diamond

WOW! Level "Gold" 입니다.
상당한 실력의 소유자이시군요!

이노크라우드는 여러 사례와 오픈 프로젝트별 다양한 동영상, 후기, 만족도, 평가 및 보고서 등을 통해 프로젝트를 검토해보며 등록한 프로필을 통하여 적합한 프로젝트를 추천 받을 수 있다.



신미래 씨는 적합도 95%인 사막화 방지 프로젝트에 참여하기로 한다.

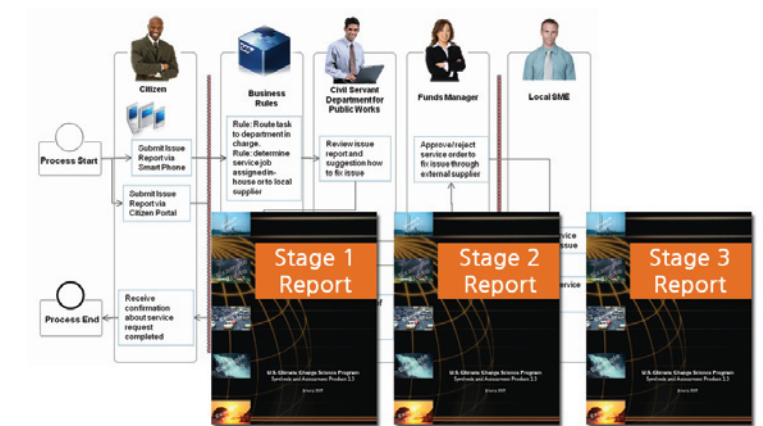
신미래님에게 적합한 프로젝트를 추천합니다.

How might we better connect food production and consumption? Help us design the new food system that connects local food production and consumption that can make a dramatic impact on sustainability efforts. 사막화 방지 프로젝트 OpenIDEO has partnered with the Queensland Government to explore new ideas for encouraging bone marrow donation worldwide. Together we're asking you, the OpenIDEO community, to help us find ways to expand the global network of potential bone marrow donors and support people who are battling leukemia and other blood cancers.	적합도 95%
How might we increase the number of registered bone marrow donors to help save more lives? OpenIDEO has partnered with the Haas Center for Public Service at Stanford University to explore new ideas for encouraging bone marrow donation worldwide. Together we're asking you, the OpenIDEO community, to help us find ways to expand the global network of potential bone marrow donors and support people who are battling leukemia and other blood cancers. Haas Center for Public Service	적합도 50%
How might we improve maternal health with mobile technologies for low-income countries? OpenIDEO has partnered with Oxfam and Nokia to explore how mobile technologies can be used to improve maternal health (particularly in pregnancy and childbirth). We're asking you, the OpenIDEO community, to come up with inspirations and concepts around improving the knowledge and access to maternal health services, specifically where mobile technologies can be used as a tool to add this. We're focusing our solutions in low-income countries, such as Bolivia, France and Bangladesh. In many such countries fees for health care prevent millions of mothers from seeking the professional care they need or where under-investment means health workers or medicines are unavailable. Oxfam NOKIA	적합도 20%
How can we improve sanitation and better manage human waste in low-income urban communities? OpenIDEO has partnered with Unilever and USUP (Urban and Sanitation for the Urban Poor) to explore sanitation issues in Ghana. Together we're asking you, the OpenIDEO community, to USUP	적합도 5%

다국적 소셜랜서들과 화상회의로 현지상황에 대해서 토론하며 현지상황에 맞는 프로젝트를 수행하게 된다.



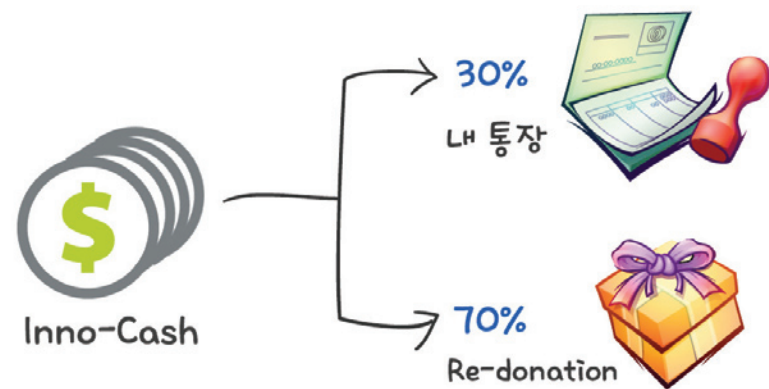
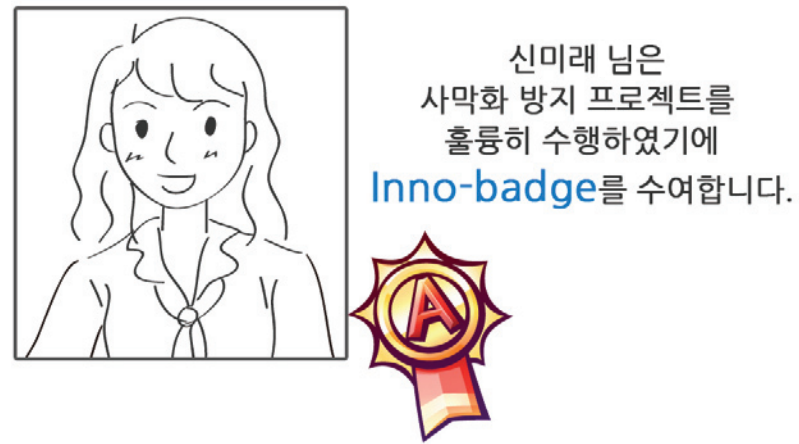
프로젝트가 종료되면 보고서, 동영상 파일 및 활동내역이 자동으로 생성되어 각 멤버들 및 관련자에게 전달된다. 다면평가를 통해 팀원 만족도 평가를 실시하며 완료된 프로젝트는 경력 프로필에 자동으로 등록된다. 프로젝트가 종료되면 보고서, 동영상 파일 및 활동내역이 자동으로 생성되어 각 멤버들 및 관련자에게 전달된다.



다면평가를 통해 팀원 만족도 평가를 실시하며 완료된 프로젝트는 경력 프로필에 자동으로 등록된다.



신미래 씨는 사막화 방지 프로젝트를 성공적으로 수행하고 INNO-BADGE를 획득하였다.
완료된 프로젝트는 자동으로 프로필에 등록되는 것은 물론, 프로젝트를 통해 얻은 수익 중 일부를 기부할 수 있다.



오픈 디자인 서비스 플랫폼 솔루션



모바일 기기 연동

프로젝트 참여와 진행이 모두 스마트폰 등의 모바일 기기와 연동된다. 새로운 사람을 초대하는 것뿐만 아니라 참여 이후 상황에 따라 실시간으로 모바일 기기를 통해 정보를 확인하고 진행할 수 있기 때문에 장소의 제약이 사라지고 더욱 효율적인 협업이 가능하다.

자동 Mashup 프로파일

프로필과 포트폴리오를 쉽게 만들어 준다. 기존에 사용하던 온라인 서비스 또는 커뮤니티의 계정 정보만 입력하면 활동 내역을 자동으로 모아서 프로필과 포트폴리오를 작성해 준다. 자동으로 작성된 내용은 사용자가 최종 판단하여 삭제하거나 수정할 수 있다.

역량 레벨 테스트

소셜랜서가 직업인으로서 활동할 수 있으려면 역량 수준에 대한 신뢰성 있는 객관적 지표가 필수적이다. 참여자의 역량 수준을 객관적으로 검증하는 테스트로 분야별 전문성을 반영한 테스트를 통해 역량 수준을 판별하여 제시해 준다.

프로젝트 매칭 추천

프로필과 포트폴리오, 기타 다른 정보들을 고려하여 해당하는 사람에게 가장 적합한 프로젝트를 추천해준다. 수많은 프로젝트 중에서 참여할 프로젝트를 찾는 번거로움을 크게 줄일 수 있다. 또한 프로젝트 측면에서 볼 때 가장 적합한 참여자들로 팀을 구성할 수 있게 되는 효과도 있다.

실시간 통역 화상회의 시스템

화상회의를 할 때 서로 다른 언어를 실시간으로 통역해 준다. 언어의 장벽을 해결해 줌으로써 더 넓은 범위의 사람들이 서로 협력할 수 있게 된다.



전문가 멘토 지원

프로젝트 진행 중 난관에 봉착한 경우, 해당 분야의 세계적 구루(Guru) 또는 멘토를 지원한 전문가들과 연결하여 도움을 받을 수 있다. 폭넓은 경험과 깊은 전문성을 가진 멘토들은 상대적으로 소수이기 때문에 개인들이 직접 알기는 어렵다. 시스템을 통해서 도움이 필요한 프로젝트와 멘토를 효율적으로 연결해 준다.

보고서 자동 작성

각 단계별로 작성된 자료들은 프로젝트 완료 시에 자동으로 통합되어 최종 보고서로 만들어진다.

다면적 프로젝트 평가

프로젝트 결과에 대해 참여자 모두가 평가를 함으로써 종합적인 평가가 이루어진다. 이를 통해 프로젝트들에 대해 신뢰성 있는 평가가 되고 그 결과들이 소셜랜서, 프로젝트 발주처 등의 참고자료가 될 수 있다.

Inno-Badges

프로젝트를 성공적으로 수행하면 참여한 소셜랜서에게 Badges를 수여한다. 이는 프로젝트 참여에 대한 사회적 인정의 의미를 갖는다. 프리랜서 형태로 프로젝트에 참여하는 소셜랜서에게는 이러한 사회적/심리적 보상도 매우 중요하다.

Inno-Cash

프로젝트 수행에 대한 금전적 보상으로 지급되는 사이버머니. 실제 현금으로 지급받을 수 있다. 소셜랜서가 자원봉사자로 한정되지 않고 직업인으로 자리잡을 수 있는 경제적 바탕이 된다. 원하는 경우에는 다른 프로젝트에 기부할 수 있으며 이러한 순환을 통해 사회적 프로젝트가 더욱 활성화된다.



비즈니스 2.0시대 커뮤니티 기반의 수요시장 창출

디자인산업의 세계화와 국내시장의 한계성에 따라 디자인 업체의 세계화 (Design Intensive Born Global) 전략이 중요시되고 있다. 중견기업뿐 아니라 창업 초기부터 세계시장을 지향한 경영활동의 중요성을 내포하고 있다. 즉, 창업과 동시에 해외시장 진출을 위한 역량과 전략이 필요하다. 세계시장을 대상으로 소비자 친화적이며 친환경적인 디자인을 개발하고 이를 기존 제품에 접목시키는 전략이 요구되고 있다.

뿐만 아니라 점차 개방되고 있는 시장상황에도 주목해야 한다. 주요 교역국과의 자유무역협정 체결이 증가하는 등 해외 우수 디자이너나 전문 업체의 국내 시장 진출이 확대될 전망이다. 따라서 글로벌 역량을 보유한 디자이너의 육성과 더불어 소재, 환경, 인간공학, 광고마케팅 전문가 등 다양한 분야의 디자이너 간의 정보교환과 협업을 위한 기반 구축이 필요하다.

새로운 디자인 서비스 공급자 유형 등장

실제로 선진국에서는 다양한 분야의 디자이너와 다국적 기업이 정보를 교환하고 협업 기반을 구축한 조직이 등장하고 있다. 이는 크게 글로벌 디자인 비정부기구 형과 네트워크형으로 구분된다.

글로벌 디자인 비정부기구형은 수석 디자이너 이사회와 함께 구성된 국제적인 디자인 단체로 전문 프리랜서, 디자이너, 전문가 인재풀(Pool)을 기반으로 한 디자이너의 유목 네트워크 조직이다. 환경, 사회, 전쟁 등의 문제를 지닌 지역에 대해 권한을 갖고 있는 유엔(UN), 영국국제개발부(DfID), 다국적기업(MNCs)으로부터 필요한 자원을 확보하고 기업의 '사회적 책임모델(CSR-Corporate Social Responsibility)'을 지원한다.

네트워크 형은 C2B2C(Consumer To Business To Consumer) 모델의 디자인 커뮤니티로 지역적인 중심지를 가진 이해집단의 공동 설계와 참여를 위한 모델이다. 디자이너는 가치 창출의 촉진제 또는 중재자의 역할을 담당하며, 수익은 공헌의 규모와 '롱테일 경제'에 의존한다. 디자인 하위그룹, 지역사회, 지방자치단체 등을 대상으로 리디자인과 같은 공공부문 등을 담당한다.

새로운 형태의 커뮤니티 기반 비즈니스 모델 도입

비즈니스 모델이란 조직이 어떻게 가치를 창출하고, 어떤 제품이나 서비스를 소비자에게 어떻게 제공하고 마케팅하며, 어떻게 수익을 창출할 것인가의 계획 또는 사업 아이디어이다.

국내 디자이너나 전문업체들은 그 동안의 독자 성장(STAND ALONE) 모델에서 벗어나 네트워크 구축을 통한 협업 모델의 도입과 활용이 필요한 시점이다. 이러한 차원에서 전문기능 연계형 협업(INTEGRATED CONTRACT MANUFACTURING & SERVICE) 모델의 도입을 검토할 필요가 있다. 즉, 인터프리터 커뮤니티가 아이디어와 지식의 공유를 촉진할 것이다. 다양한 학제의 연계를 통해 아이디어의 조기 사업화와 상용화를 촉진할 수 있는 비즈니스 모델이 연구되어야 한다. 또한, 국내외 시장에서 수요를 창출하기 위해서는 원가, 품질, 공급 적기 등 디자인 전문업체의 기본역량 강화를 지원하고 이를 바탕으로 국제화 추진을 지원하는 것이 필요하다. 제품 디자인 수요의 확대 뿐 아니라 관련 서비스업체에 대한 디자인 개발 지원을 실시하여 서비스 디자인의 수요를 창출하는 것도 중요하다.

출처 : 디자인 전략 2020보고서, 2011, 한국디자인진흥원



5 TEAM

농 촌 에 서 새 로 운 부 가 가 치 찾 기

도시에만 몰리는 인구현상에 대한 문제인식을 갖고 '2020년 농촌에서 새로운 부가가치 찾기'를 주제로 과잉된 도시인구집중화 문제를 농촌으로 분산시키는 방안을 연구했다.

농촌과 도시와의 융합이야말로 인구 노령화, 환경 등의 문제를 다룰 수 있는 주제이다. 농촌에 살면서 불만을 느끼는 사람들을 대상으로 퍼소나를 분석, 농촌생활의 불편을 완화시켜줄 수 있는 방안을 크게 교통, 의료, 교육으로 나누어 가시화했다.

데스크 리서치 등 자료를 분석한 후 실경험자 인터뷰를 진행하면서 자료를 통해 알게 된 것과 실제 경험은 많은 차이가 있음을 알게 되었다. 모든 서비스와 비즈니스가 사용자의 경험을 바탕으로 하듯 모든 비즈니스와 서비스는 탁상공론이 아닌 많은 현장경험이 밑바탕이 되어야 함을 깨달았다.

Theme_ 융합

연구주제 2020년 농촌에서 새로운 부가가치 찾기

목표 농촌과 도시의 간극 줄이기
농촌의 새로운 부가가치를 생산할 수 있는 방법 모색

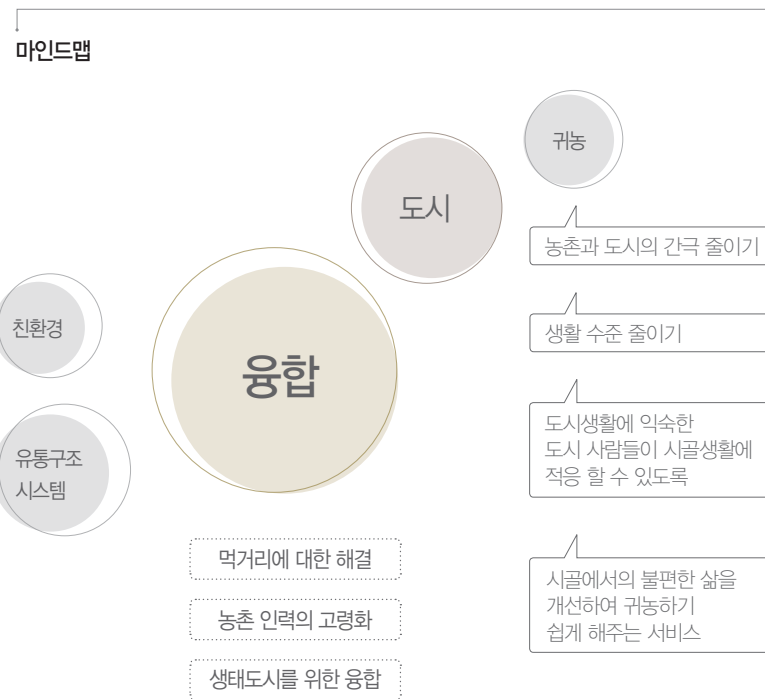
팀구성

구분	이름	소속	전문분야
팀 리더	민영삼	더디엔에이 대표	디자인
디자인 전문가	정혜원	더디엔에이 경험디자인그룹 연구원	디자인
	국혜원	건국대학교 커뮤니케이션디자인	디자인
	임창균	NHN UX QA	디자인
타분야 전문가	이경용	LG유플러스 대리	서비스 기획
	이현경	연세대 생활디자인과, 겸임교수	디자인 경영
	안상하	프리딕트	광고/PR
기록자	이상은	상명대학교 시각디자인	디자인

- 영상기록 박은혜 (계원디자인예술대학, 멀티미디어학과)
- 운영진 김정원 (디자인진흥원, 디자인 리서치)



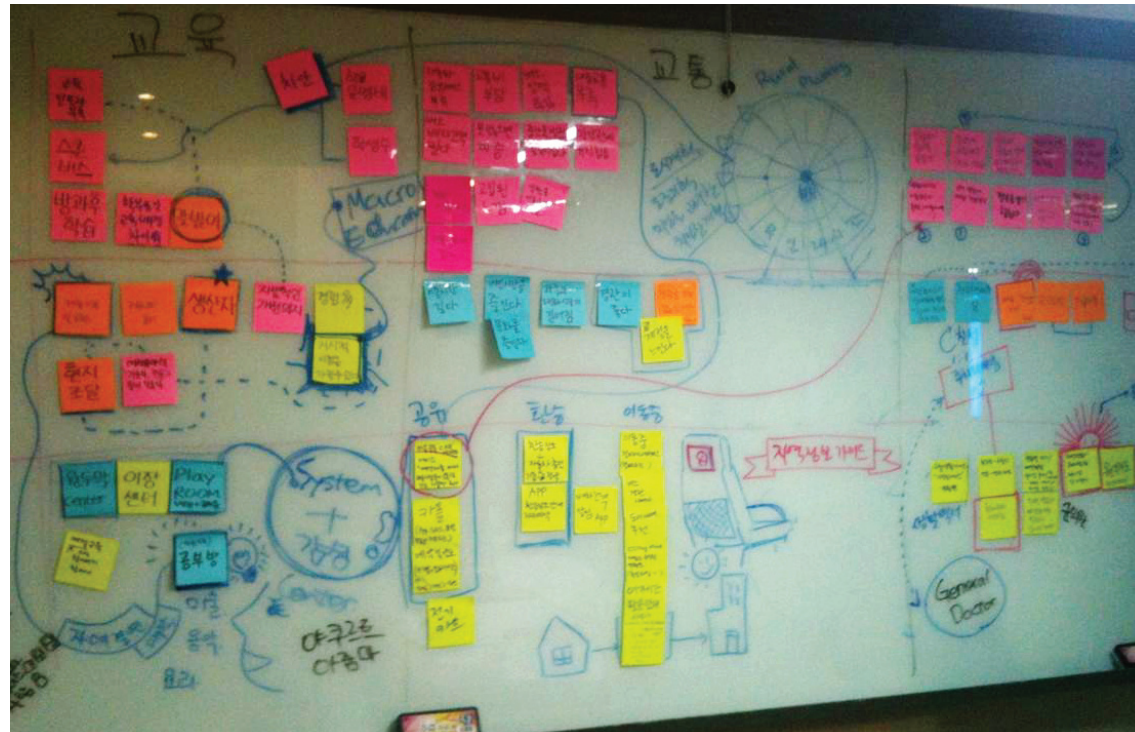
주어진 시간 동안 아이디어를 효과적으로 발전시키기 위해 개인별로 아이디어를 정리한 마인드맵을 작성했다. 이를 타 멤버와 교환하며 타 멤버의 아이디어에 자신의 아이디어를 더하는 방식으로 아이디어를 발전시켜 나갔다. 브레인스토밍을 통해 최종적으로 도출된 아이디어를 바탕으로 농촌에서도 도시적 삶을 영유할 수 있는 방안을 마인드맵으로 통합하였다.



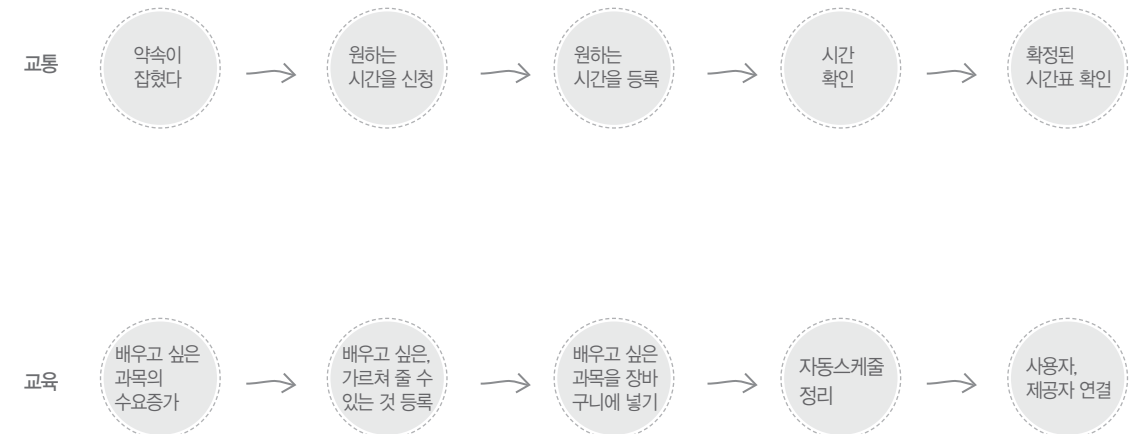
지역사회주민과의 인터뷰를 통해 농촌에서의 삶의 장점과 단점을 분석했다. 이를 토대로 고객여정맵을 만들고 아이디어를 세분화해갔다. 인터뷰를 통해 나타난 농촌생활의 불편한 요소를 크게 교육, 교통, 의료로 나누고 각 분야별로 불편을 해소할 수 있는 방안을 논의했다.

교육	Good	Bad	Idea
	• 자급자족이 가능하다 • 분야별 전문가가 많다 • 도시의 아이들보다 거시적 시점을 가질 수 있다 • 다양한 경험이 가능하다 • 자발적인 개선의지가 많다	• 학교 운영비도 적다 • 학생 수가 적다 • 등하교길 치안이 걱정된다 • 학부모의 교육배경에 차이가 있다 • 교육 인프라가 부족하다	• 원두막 센터 • 이장 센터 • Play Room • 예절 교육하는 장소 • 재능기부를 기반으로 한 공부 (음악, 미술도 가능, 대학 등의 자매 결연을 할 수도 있다)
교통	Good	Bad	Idea
	• 개인 시간을 즐길 수 있다 • 가족 간의 대화가 많다 • 경관이 좋고 계절을 느낄 수 있다 • 여유를 즐길 수 있다	• 대중교통이 부족하다 • 버스가 일찍 끊기고, 배차 간격이 길다 • 중간 환승점을 찾기 힘들다 • 약속 잡기가 힘들어 인간관계 유지가 힘들다 • 고립된 느낌을 받는다 • 농촌-도시 간 이동시간이 길다	• 마을 공동 카풀 서비스 • 환승 장소에 대한 안내 App. • 배차 간격에 대한 안내 App. • 이동 중 멀티미디어 서비스 • 이동 중 낭비되는 시간에 대한 활용 안내 App.
의료	Good	Bad	Idea
	• 환자의 수가 적어 효율적 관리와 빠른 일 처리가 가능하다 • 민간 요법 등 어르신들의 노하우가 있어 자가 치료가 가능	• 근처 병원에 대한 정보 부족 • 병원까지의 이동수단이 불편함 • 병원 진료과목이 다양하지 않다 • 외관 등으로 인해 신뢰감이 낮다 • 폐원 시간이 짧다	• 처방전 없이 상비약을 24시간 구매할 수 있는 자판기 • 화상카메라를 이용한 원격치료 • 원주민-귀촌인 멘토-멘티 제도 • 병원별 실시간 예약 현황 App

장점과 단점을 바탕으로 장점을 살리고 단점을 보완할 수 있는 다양한 아이디어를 도출, 브레인 스토밍을 전개해 나가며 3가지 분야별 시나리오를 구상하였다. 교육은 귀촌인과 지역주민 간의 재능을 교환할 수 있는 이장센터의 교육 서비스, 교통분야는 같은 동네에 사는 사람들이 원하는 시간을 신청하면 심야 버스가 운행되는 심야버스 어플리케이션, 의료분야는 1:1주치의 서비스, 어플리케이션을 선정, 시나리오를 완성하였다.



서비스청사진



Transportation >>

유동형 심야버스 시간표

| 첫째 주 월요일 |
열심히 일하고 있는 이 과장. 휴대폰 메시지가 도착한다.



다음주 수요일 저녁
동창회가 열린다는 반가운 소식이다.



꼭 참여하고 싶은 동창회지만 농촌에 사는 이 과장은
차가 일찍 끊길까봐 망설인다.

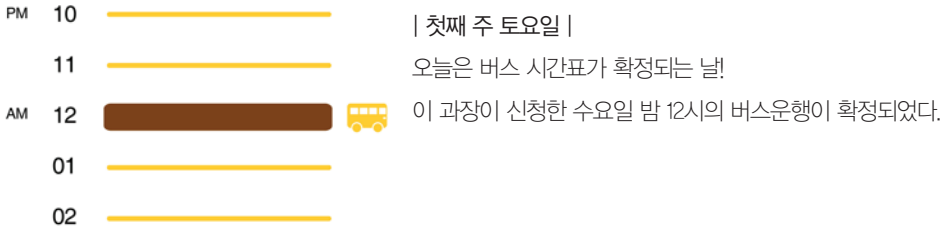


어떻게지?
저녁 10시면
차가 끊기는데..

이때 이 과장 뇌리에 스친 유동형 심야버스.
신청자가 많은 시간에 심야버스를 운행하는 유동형 심야버스를
신청하기로 한다.



야간 막차 시간표
어플에다가
신청하면 되겠구나!



이 과장은 막차 시간 걱정 없이 동창회에 갈 수 있게 되었다.

Medical >>

1:1 주치의 서비스

어느 날 새벽, 딸 민서가 갑자기 열이 많이 났다. 김 씨는 귀촌할 때 이장센터에 등록된 1:1 주치의 서비스를 떠올린다.



귀촌시 소중한 딸을 치료해 줄 의사를 신중히 살펴보고 마음에 드는 의사를 등록했다.



App을 열고 로그인한 후 근처 진료 가능한 병원을 검색, 가까운 병원에 진료를 신청한다.

민서의 진료기록을 병원으로 전송한다.
병원 응급실에 도착한 민서는 복잡한 절차 없이 곧바로 진찰을 받는다.
미리 받은 민서 진료기록을 검토한 의사가 빠르게 처방을 해주어
응급상황에 대처할 수 있게 된다.



Education >>

이장네 교육서비스

A마을에 사는 아이들은 배우고 싶은 것들이 많다. 그래서 자신이 배우고 싶은 것과 가르쳐 줄 수 있는 것들을 이장네 서비스에 등록을 한다.



배우고 싶은 과목이 있으면 온라인 시간표를 검색해 본다.



이장네 서비스에는 재능기부를 통해 배우고 싶거나 가르쳐 줄 수 있는 것들을 공유할 수 있기 때문이다.



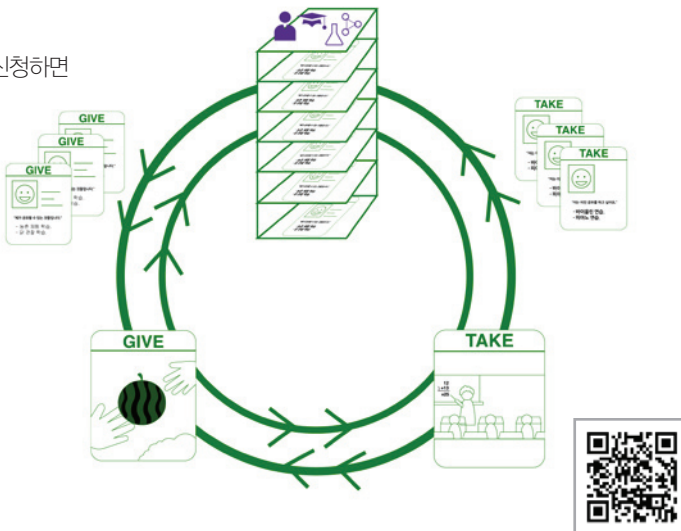
배우고 싶은 'GIVE'서비스와 배울 수 있는 'TAKE' 서비스를 장바구니에 담는다.



Time table			
GIVE	GIVE	TAKE	TAKE
 "제가 공유할 수 있는 것들입니다." - 농촌 체험 학습. - 닭 관찰 학습.	 "제가 공유할 수 있는 것들입니다." - 농촌 체험 학습. - 닭 관찰 학습.	 "제가 어떤 서비스를 하고 싶어요." - 아이돌링 연습. - 피아노 연습.	 "제가 어떤 서비스를 하고 싶어요." - 아이돌링 연습. - 피아노 연습.
GIVE	GIVE	TAKE	TAKE
 "제가 공유할 수 있는 것들입니다." - 농촌 체험 학습. - 닭 관찰 학습.	 "제가 공유할 수 있는 것들입니다." - 농촌 체험 학습. - 닭 관찰 학습.	 "제가 어떤 서비스를 하고 싶어요." - 아이돌링 연습. - 피아노 연습.	 "제가 어떤 서비스를 하고 싶어요." - 아이돌링 연습. - 피아노 연습.

'GIVE' 서비스와 'TAKE' 서비스의 일정과 내용을 신청하면 이장네 서비스가 스케줄 정리를 도와준다.

이장네 서비스는 사용자와 제공자를 연결하여 프로그램을 진행시켜 준다.



도시와 농촌의 조화로운 발전

21세기에 들어서서 수요산업의 지식화, 융합화와 그린화는 디자인산업의 변화를 요구하면서 신규 수요를 창출하고 있다. 자원 고갈, 자연재해의 증가, 지속가능한 개발과 발전의 필요성 등은 친환경적이며 에너지 및 원자재 사용을 줄일 수 있는 제품과 서비스의 개발을 지원하는 디자인 제안을 요구하고 있다.

도시 거주자의 확대

도시화는 앞으로 10여 년간 지속될 '메가트렌드'로서 세계 도시 거주자들의 거대한 증가가 예상된다. 인구조화국(POPULATION REFERENCE BUREAU)에 따르면 2006년 전세계 인구의 48%가 도시에 살고 있으며 2030년까지 전체 인구의 60%가 도시 거주자가 될 것이다. 즉, 매일 18만 명의 사람들이 도시로 이주하고, 매년 6천만 명의 사람들이 새로운 도시 거주자가 되고 있는 것이다(INTUIT, OCTOBER 2010).

선진국의 경우, 과거 도시화에서 교외화 그리고 재도시화 현상으로 변화하는 '3차 그레이트 리셋(GREAT RESET)'이 진행되고 있다. 리처드 플로리다 캐나다 토론토대 교수는 1870년대 미국에서 장기불황이 시작되면서 본격화된 농촌사회의 해체와 대도시 공장지대 중심의 도심화(URBANISM)를 1차 그레이트 리셋으로, 제2차 세계대전을 계기로 대공황이 끝나고 사상 초유의 장기호황을 맞으면서 발생한 교외화(SUBURBANIZATION)를 2차 그레이트 리셋으로, 2008년 글로벌 금융위기 이후 현재 미국이 겪고 있는 도심화 현상을 3차 그레이트 리셋으로 평가하고 있다.

3차 그레이트 리셋의 핵심은 '자동차, 자기 소유의 집, 교외생활 등에 덜 의존하는 것'. 인재가 경제적 기회가 많은 대도시 권역으로 몰리고 일자리에 따라 쉽게 거주지를 바꿀 수 있는 임대주택을 선호하며 에너지 효율이 높은 대중교통을 더 많이 이용한다는 것이 특징이다.

출처 : 디자인 전략 2020보고서, 2011, 한국디자인진흥원



6 TEAM

2020년 무소유 라이프 스타일

현재 우리는 지구 온난화, 제3세계 공핍문제 등 다양하게 산재해 있는 문제 속에서 살아가고 있다. 제레미 러프킨은 다가올 미래에는 '소유'라는 개념이 '가진다는 것'에서 '사용한다는 것'으로 변하고, 이 모든 것을 아우르는 가장 큰 개념은 '접속'이 될 것이라고 미래를 전망했다. 우리는 이와 같이 변화될 우리사회의 미래상을 고려하여 소유 욕구의 원인을 분석하고, 접속이라는 기술을 통한 대안을 제안하였다.

미래 접속이 중심이 되는 시대에는 어떤 변화들이 생길까? 접속이라는 진화된 테크놀로지를 통해 내가 가진 것을 타인과 공유하고, 또 이를 통해서 타인이 나의 소중한 친구가 될 수 있다면 얼마나 좋을까.

우리팀이 그려낸 미래는 '전 지구인이 함께 행복하게 사는 세상'이다. 제 3세계를 비롯한 전 지구인 모두가 행복하게 사는 세상을 목표로 'Green Buddy System'을 연구주제로 삼았다.

디자인 리서치 방법론을 통해서 미래의 모습을 상상하고, 이에 맞는 가설을 세우고 새로운 대안을 제시해본 '디자인다이브 2020'은 그 자체로 매우 새로운 경험이었다. 또, 미래 시나리오가 현실성 없는 SF소설이 되지 않기 위해서는 반드시 인사이트(Insight)가 도출되기까지 과정에 대한 철저한 논리적 설득이 필요하다는 것을 다시 한번 느낄 수 있었다.

Theme_ 융합

연구주제 소유 심리를 대체하는 감성 충족형 무소유 시나리오

목표 물질적 소유의 행복이 아닌 감성 치유를 통한 행복을 느낄 수 있는 '무소유'적 시스템

팀구성

구분	이름	소속	전문분야
팀 리더	오영미	팀인터페이스 그룹장	서비스디자인, UX컨설팅
디자인 전문가	박형준	네무스텍 책임디자이너	모바일 플랫폼 개발
	정요한	Design BS	제품 디자인 및 컨설팅
타분야 전문가	김상훈	(주)아이온커뮤니케이션즈	모바일 서비스 개발
	김세영	Synovate Korea	리서치
	김민수	STUDIO BLI	서비스디자인
	이윤희	웰게이트	
기록자	김나영	송실대학교 정보통신전자공학	

• 영상기록 김소영(계원디자인예술대학, 멀티미디어학과)



미래에는 개인화 서비스가 발달함으로써 오히려 개인의 외로움이 증가될 것이다. 따라서 기기를 사용하지 않고도 감정적으로 교류할 수 있는 서비스가 등장할 것이란 예상 가능하다.

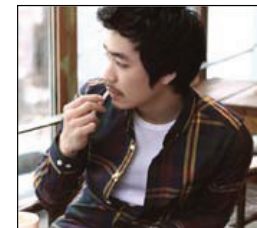
클라우드 서비스가 일반화된 2020년 사회적 환경을 고려하여 감성 교류를 통해 물질적 소유욕을 감소시키는 클라우드 서비스를 주제로 선정하였다.

주요 퍼소나를 과잉소비하는 30~40대 미혼남녀로 선정하고 관찰을 시작하였다. 디자인 컨설턴트와 스마트폰 앱개발자, GUI 디자이너, 소프트웨어 개발자, 프로젝트 매니저 등을 대상으로 인터뷰를 진행하고 그들의 행동을 관찰하며 과잉소비의 원인을 분석했다. 그 결과 물질적인 소비욕은 그들이 인지하든 인지하지 못하든 '외로움'에서 기인하고 있었다.



우리가 선정한 퍼소나, 윤감수는 외로움으로 인해 취미에 집착, 과도한 소비를 하고 있지만 스스로 외로움을 인지하지 못하고 있는 30대 남성이다.

퍼소나



나이 35~40

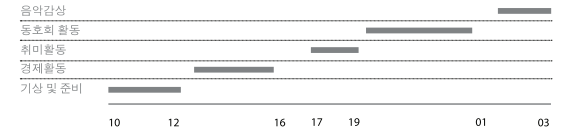
나의 공허한 마음을 달래고 싶다.

직장생활을 하면서 인간관계 그리고 일에 대해서 회의론 많이 느껴왔다. 내가 원하던 일이라도 주변상황과 조직구조에서 항상 문제가 생겨 만족할 수 없었다. 결국 어렸을 때부터 관심을 갖게 되었던 예술활동에 관심을 돌리게 되었다. 내가 좋아하면서도 남에게 구속 받지 않고 책임질 필요도 없어서 즐기게 편하였다. 예술활동등에 관심을 가지면서 부터 새로운 취미가 생겼고, 이 취미 생활을 영위하기 위한 정보를 습득하고 이에 필요한 장비와 물품 등에 욕심이 생기기 시작하였다. 많은 돈을 취미 관련 물품을 구입하는데 지출하였다. 하지만 취미를 통해서 만나는 사람들과의 교류가 취미활동 보다 즐거웠고, 중요한것은 나의 마음을 알아주는 사람들이란 것을 깨달았다.

주요 관심사항

- 취미활동에 필요한 장비: 기타, 스피커, 앰프, 음악CD, 센서사아저, 이펙터
- 자유롭게 움직일 수 있는 교통수단: 자동차, 자동차 액세서리, 튜닝
- 음악동호회
- 밴드 모임

라이프 사이클



주요특징

- 공통관심사를 가진 사람들과의 만남이 좋다
- 외로움에 대한 인지 부족
- 금주립을 느낀후 소비를 많이 했다고 느낀다
- 자유롭게 살고 싶고 워메이키 싶다
- 자신과 맘이 맞는 사람과는 감성을 교류한다.
- 외로움 대신 공허함이라고 생각한다
- 좋은시절의 추억을 음악을 통해서 느낀다
- 군중속에서 외롭다.
- 취미가 전문직으로 변한다
- 음악을 하나의 소통방법이라고 생각한다
- 공허함을 매꾸기 위해 음악으로 대신 했다.
- 기타에 대해 전문적인 정보를 접할 수록 과소비를 하게 된다.
- 취미 그 이상이 되서 장비욕심이 생긴다
- 외로움에 대한 인지부족
- 혼자있는 것이 편하다

목표

- 결혼 및 연애 보다는 즐기는 생활
- 가지고 있는 능력을 활용하여 조직에 얽매이지 않는 자유로운생활
- 혼자서 즐기는 자유

질문

- 가장관심있는 분야는?
- 관심사를 통하여 하게 된 활동들은?
- 관심사를 충족하기 위하여 소망하는 것들은?
- 얼마나 자주 구입하나요?
- 과하게 지출하는 기준은과 금액은?
- 어떠한 상황과 환경에 영향을 받는지?
- 관심사에 대하여 지출하게 되는 이유는?
- 혼자사는 것이 외롭지는 않은지?

정서

- 본인이 자각하지는 않으나 외로움을 많이 탄다
- 다른사람들과의 관계로부터 감수성을 자극받고 싶어한다
- 이러한 관계를 유지하기 위하여 소비를 한다
- 사람들과의 교류를 원했던 것이지 활동 자체가 목적이 아니였을 깨닫고 활동에 회의론 느낌

심리적 만족감을 제공하는 그린버디서비스

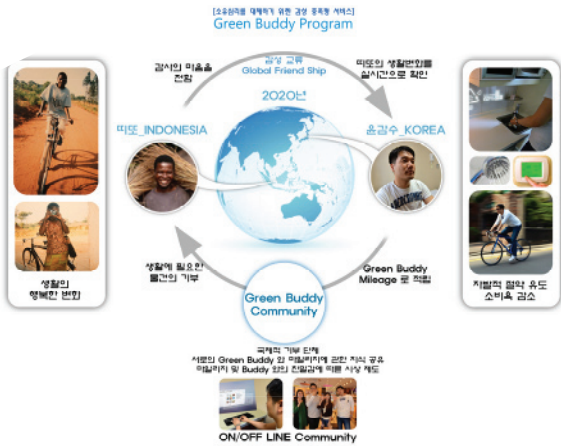
소비 대신 감정교류와 타인과의 공생을 유도하여 심리적 만족감을 제공하는 그린버디서비스로 물질적 행복이 아닌, 감성적 행복을 제공하는 ‘무소유’적 시스템 시나리오를 개발하였다.

고객여정맵

자전거 동호회 회원 윤감수의 하루 나이 35세 | 직업 프리랜서 (스마트폰 앱 프로그래머)

	pm12	pm14	pm16	pm18	pm20	pm22	am00	am02	am04	
	기상	식사 및 라이딩 준비		라이딩모임 한강 63빌딩앞)	라이딩	뒷풀이 장소이동	뒷풀이 해산	집도착	온라인서핑	업무
WOW		동호회 카페글 확인 장비 검색을 한다 (밥을 먹으면서..)	거울을 본다 (뒷모습, 자전거 탄 모습 보기)	자전거를 타고(비싼 MTB) 가는 내 모습이 멋진 것 같다						
GOOD		내가 쓴 글 확인 카페 소식 다른 사람이 구입한 자전거, 장비보기 동호회 친구들 의상 둘러보기	동호회 친구의 연락 문자(장소, 시간) 장비 점검을 한다(깨끗하게 정성껏) 날씨랑 장소에 맞는 의상 준비	샤워를 하고 향수를 뿌린다 (담배 냄새 가리기 위해서) 고급 선글라스를 낀다 자전거에 맞는 옷으로 입는다				픽시 자전거를 검색한다 픽시에 어울리는 패션을 검색한다		중고 사이트를 검색한다 (내 장비를 정리) 픽시를 사기로 결정한다
SOSO		컴퓨터 앞에 앉는다 화장실에 간다 샤발면을 끓인다 라면을 먹고 담배를 핀다. 담배 꺾초는 라면용기에 버린다	엄마에게 전화가 와서 잔소리를 한다		서로의 장비와 패션에 대해서 이야기를 나눈다	술 먹는 동안 내 장비를 정리해야 하나 고민한다 MTB(자기 장비)에 대한 지식을 해본다 픽시의 위험성에 대해 이야기한다 (아닌 척 한다)		라이딩복 페브리즈를 뿌리고 잘 정리해서 옷장 바깥에 맡긴다 덜 먹은 술이 아쉬워서 캔맥주를 마신다 픽시 브랜드에 대해 정보를 수집한다		통장 잔고를 확인한다 (할부 개월 수 검토) 컴퓨터를 켜놓고 잠든다 (메신저는 꼭 켜둔다)
BAD	누운 채 담배 피우기 스마트폰 확인	메일을 확인한다 (업무 확인)			잘 나가는 XXX가 픽시를 타고 나왔다 동호회 멤버들이 픽시 자전거에 대해 이야기를 한다 티를 안내기 위해 노력한다 (잘 나가는 XXX의 패션을 계속 관찰한다)			먼가 착잡하고 픽시가 뭘지 궁금하다 집에 돌아왔을 때 캄캄한 방 퀘퀘한 냄새가 난다 동호회 게시판에 오늘의 라이딩에 대한 리플을 본다 업무에 집중이 잘 안된다		후기에 수고하셨습니다 댓글이 하나 밖에 없다
SHIT	지저분한 방이 보인다 배는 고프데 일어나긴 싫다	라면을 먹는데 국물이 된다 (쏟을 수도 있다)			여자들이 그XXX에게만 관심을 갖는다 내 자전거가 갑자기 촌스럽게 보인다 내 패션도 촌스러워 보인다					
		이야기 상대가 없다 심심하다 공허하다	동호회는 나를 세상과 연결해 준다 관심 받고 싶다 내 존재를 인정 받고 싶다		(정보)트렌드가 계속 변한다 나는 더 이상 주목받는 존재가 아니다 내가 제일 먼저 정보를 몰랐던 이유는 뭐지?		너무 불행하다 극복할 수 있는 방법에 대해 생각한다	트렌드 정보 검색 더 좋은 것을 내가 갖고 싶다 내일의 욕구를 실현 할 수 있는 방법 찾기		현실세계 능력과의 갈등 쇼핑으로 연결 구매

그린버디프로그램 구성 모델



2020 미래 시나리오

무소유 라이프를 실천하는 도시 소비자를 위한 시나리오

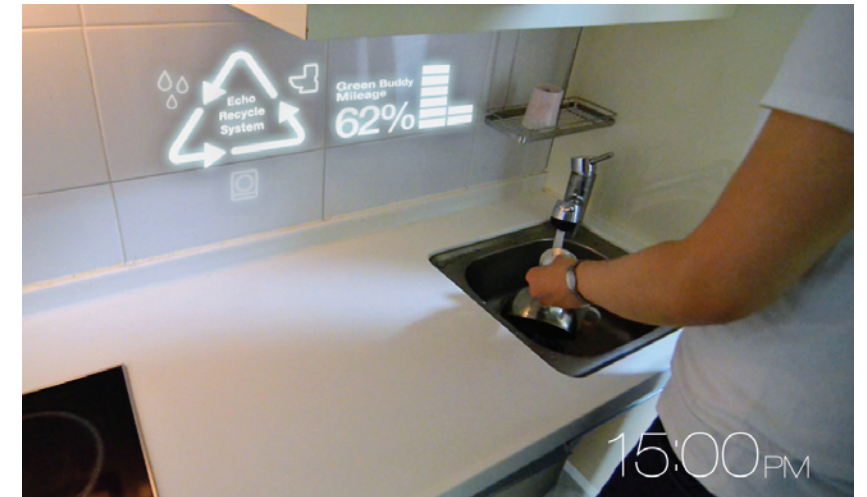
고도로 발달한 기술로 개인화 서비스가 일반화된 2020년. 얼마 전까지 과도한 취미생활로 과잉소비를 해왔던 윤감수 씨는 최근 그린버디시스템에 참여하며 완전히 달라졌다. 물질적인 행복이 아닌 타인과의 교감을 통한 심리적인 행복에서 더 큰 가치를 발견했기 때문이다. 심리적 행복으로 무소유적 삶을 살아가는 그의 특별한 일상을 따라가 본다.

2020년 30대의 윤감수 씨.
그린버디시스템에 참여 중인 그의 일상은 매우 간소하다.



오후 2시. 점심식사로 라면을 준비하던 윤감수 씨는 아프리카에 살고 있는 '띠또(그린버디시스템의 감성친구)'에게 한국의 김치에 대해 알려 주고 싶은 생각이 들었다. 인터넷에 접속, 김치 레시피를 검색하여 메일로 보낸다.

식사를 마친 윤감수 씨는 설거지를 하며 얼마 전에 설치한 물 리사이클 시스템을 확인한다. 에너지 사용을 절감한 만큼 쌓이는 마일리지와 절약한 만큼 절감되는 수도세를 보며 흐뭇해 한다.



오후 5시. 동호회에 참석하기 위해 집을 나선 윤감수 씨. 약속 장소가 그리 멀지 않아 자전거를 타고 이동하기로 한다.



약속 장소에 도착한 윤감수 씨는 자전거 주차장에 주차를 한 후 그린버디 마일리지 카드로 자전거로 이동한 거리만큼 마일리지를 적립한다.



오후 6시 동호회 장소. 동호인들이 각자의 버디를 소개하고 그린버디시스템으로 맺은 친구들로 인해 변화된 일상에 대해 이야기를 나눈다. 친해지는 방법, 마일리지 적립 방법, 친구에게 도움을 주는 방법 등의 정보를 교환한다.



이날 윤감수 씨는 동호회 친구들과 함께 자신의 버디인 '띠또'를 위한 영상편지를 만들었다.



집에 돌아온 윤감수 씨. 에너지 고지서를 확인한다. 그린버디시스템에 참여하면서 매월 에코 지수가 상승하고 꽤 많은 양의 마일리지가 쌓여 그린 커뮤니티 등급도 많이 올라갔다. 최고등급이 되면 '띠또'를 직접 만날 수 있다. 띠또를 만날 생각을 하자 빙그레 웃음이 지어진다.



책상 위에는 띠또가 그린버디 커뮤니티를 통해 보내온 우편물이 도착해 있다.



일 년 후 윤감수 씨는 드디어 그린버디 마일리지 최고등급이 되어 띠또를 만나러 인도네시아로 출발한다.



인도네시아에서 만난 띠또는 윤감수 씨를 진심으로 반긴다.
윤감수 씨 덕분에 생활이 행복해졌다고 말하는 띠또의 가족과 즐거운 시간을 보내며 평생 친구가 될 것임을 확인한다.



공유를 통해 심적 행복을 얻는 무소유적 삶

도시의 소비자들은 2020년 미래, 소비지향의 삶에 대응하여 커뮤니티를 통해 얻을 수 있는 사회적 만족감을 추구하게 될 것이다. 따라서 정보통신 기술과 스마트한 환경이 제공하는 효익과 함께 자원 공유 서비스 디자인 산업에도 많은 변화를 가져올 것으로 전망된다. 계속해서 증가하고 있는 도시인구로 인한 극심한 교통문제를 해결하기 위해서는 이동수단의 공유시스템이 체계화되어야 하며 보다 쉽고 편리하게 이용할 수 있는 서비스 디자인에 대한 요구도 늘어날 것이다.

공유 서비스에 대한 디자인 수요 확대

2020년 미래에는 자원을 공유하는 공유 서비스가 확대될 전망이다. 기존 내연기관 대비 효율이 높고, 배출가스가 적은 친환경 신기술 자동차를 통칭하는 그린카(Green Car)가 신개념 도심 이동수단으로 등장함으로써 산업적 변화를 가져오게 될 것이다. 따라서 자전거, 스쿠터 등 소형 이동수단의 다양한 디자인과 이동수단을 지원하는 공공시설에 대한 디자인 수요도 확대될 것이다.

선진국에서는 공공시설에 대한 디자인 개발에 주목하고 있다. 미디어랩은 공간 효율성을 높이고 소음을 줄인 접이식 스쿠터 '로보스쿠터(Roboscooter)'를 선보였으며, BMW는 공해 발생을 제로화한 전기자동차 시리즈를 2013년 선보일 예정이다. 또, GE 와트스테이션(GE WATTSTATION)은 현재 퓨즈 프로젝트와 함께 공공가구처럼 튼튼하고, 신호등처럼 가시성 높으며, 가로수처럼 아름다운 '플러그인 타입의 충전 시설'을 개발하고 있다.

공동체적 삶을 원하는 도시 소비자를 위한 디자인

가속화되고 있는 도시화는 개인주의의 심화와 공동체의 상실이라는 문제점을 안고 있다. 이를 경험한 미래 도시 소비자들은 다양한 구성원들의 커뮤니티 공간과 서비스에 대한 요구가 확대될 것이다. 개인적인 삶과 동시에 공동체적 삶의 양식을 원하는 도시 소비자를 타겟으로 이동수단, 주거공간 등 다양한 자원들을 공동소유하고 사용할 수 있도록 하는 자원 공유(렌트) 서비스 디자인에 대한 수요가 증가할 것이다.

영국 런던의 자동차 렌트회사는 주차장에 보관 중인 자동차를 필요한 사람에게 빌려주는 '힙카' 서비스를 출시했다. 이는 창의적인 공유 시스템으로 평가받고 있다. 덴버시는 B-사이클(B-CYCLE)과 함께 '덴버 B-사이클'을 론칭, 50여 곳의 대여소와 500대의 자전거가 덴버 시민들에게 공유되고 있다. 모든 자전거에는 컴퓨터가 장착되어 있어 이동거리, 칼로리 소모량과 같은 운동량을 알려 주고 자전거를 타는 동안 탄소 배출량이 얼마나 절감되었는지도 알려 주어 긍정적인 반응을 일으키고 있다.

출처 : 디자인 전략 2020보고서, 2011, 한국디자인진흥원



7 TEAM

2020년
즐겁고 편리한
음식물쓰레기 버리기

매년 전세계에서 발생하는 음식물쓰레기량은 영국의 절반을 덮을 정도로 어마어마하다. 이러한 음식물쓰레기 처리를 놓고 각국에서는 여러 가지 제도를 시도하고 있으며 우리나라 역시 분리수거나 종량제를 시행하고 있지만 그 실효는 현재 의문이다. 따라서 2020년 미래사회의 음식물쓰레기 문제에 대한 대안을 제시하고자 했다.

자료조사를 통해 대부분의 음식물쓰레기는 조리과정에서 발생한다는 것과 음식물쓰레기를 분류하고 배출하는 것 자체가 생각보다 매우 복잡한 과정임을 알게 되었다.

따라서 우리는 음식물이 남지 않도록 하는 데 1차 목적을 두고 연구를 시행하였다. 고객의 라이프스타일에 따라 필요한 식재료나 음식을 정량으로 배달해주어 쓰레기 발생을 억제하고, 그래도 남은 음식물은 자동분류 배출되는 에코시스템을 제안하였다.

Theme_ 자연과 환경

연구주제 2020년의 즐겁고 편리한 음식물쓰레기 버리기

목표 음식물쓰레기를 버리는 과정에 새로운 가치 창출

팀구성

구분	이름	소속	전문분야
팀 리더	이진원	EdG (Experience design Group) 대표 / 홍익대 영상대학원 인터랙션전공 겸임교수	서비스 디자인
디자인 전문가	김고은	(주)파인달인터네셔널 / 대리	디자인
	이현주	시스템사업부 대리	디자인
타분야 전문가	이윤희	(주)에코아이 지속가능디자인팀 팀장	에코 지속가능 디자인
	은찬미	한국디자인진흥원 사원	디자인 정책
	남궁성	한국도로공사 도로교통연구원 첨단교통정보연구센터 / 센터장	고속도로 건설 및 유지관리
기록자	홍보미	용인대학교 디지털미디어학과	

• 영상기록 김나람 (계원디자인예술대학)



| STEP 01 |

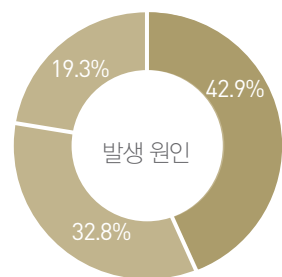
우리의 미래를 위협하는 음식물쓰레기

하루에 버려지는 음식물쓰레기는 15,075톤. 어마어마한 양이지만 그 처리과정 또한 마땅한 해법이 없다. 땅에 묻을 경우 악취 발생을 막을 수 없으며 태울 경우 다이옥신이 대기 중에 퍼져 인체에 해로운 영향을 끼치고 바다에 버릴 경우 해양생태계를 위협한다.

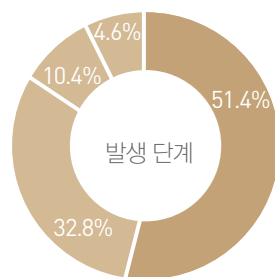
따라서 우리는 2020년 음식물쓰레기를 현명하게 줄일 수 있는 방법을 연구해보았다. 먼저 음식물쓰레기의 발생원인과 발생단계에 대한 조사를 시행하였다. 음식물쓰레기의 주요 발생 원인은 과도한 상처림이며 음식재료 손질 시 가장 많이 발생한다.

우리는 여기에 주목하고 음식물쓰레기를 근본적으로 발생시키지 않는 에코시스템을 구상해보기로 하였다.

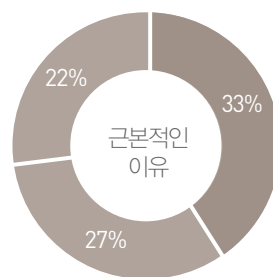
음식물쓰레기의 발생 원인과 발생 단계



1. 필요량 이상 조리 42.9%
2. 남은 반찬 32.8%
3. 잘못된 음식 보관 19.3%



1. 음식재료 손질 51.4%
2. 남은 반찬 32.8%
3. 상한 음식 10.4%
4. 남은 밥 4.6%



1. 과도한 상처림 33%
2. 반찬이 많은 한식 27%
3. 과도한 접대문화 22%

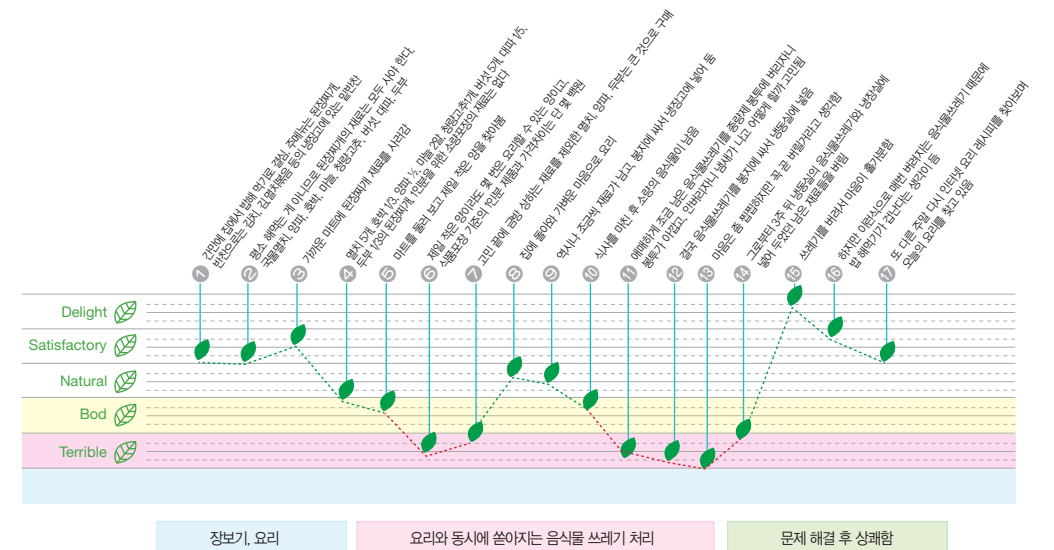
| STEP 02 |

지구에게도 개인에게도 부담스러운 음식물쓰레기

메인 퍼소나를 설정하고 구체적인 아이디어를 논의하였다.

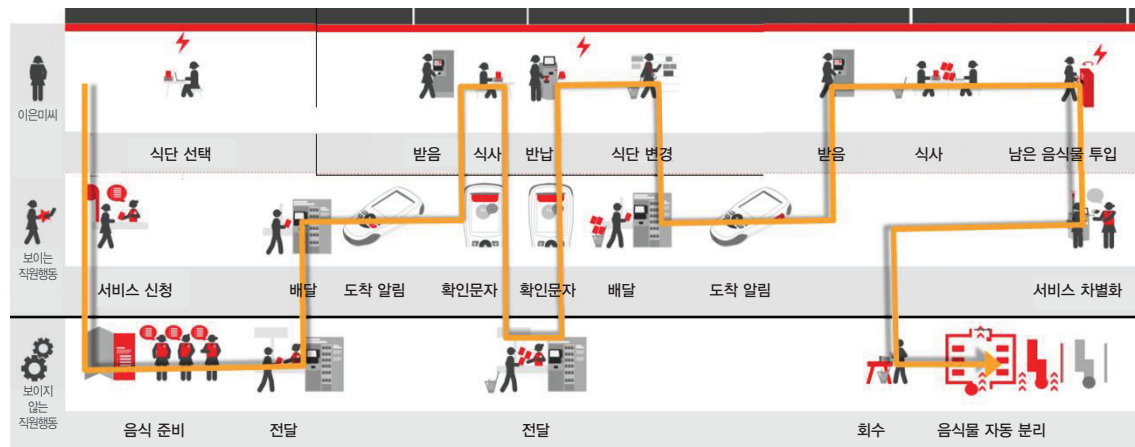
선정한 메인 퍼소나는 2020년 30세인 직장인 여성으로 싱글족이다. 요리를 즐겨하진 않지만 건강을 생각해서 채거 먹으려고 노력 중이다. 하지만 장볼 때마다 늘 난감하다. 소량구매가 어려울 뿐 아니라 조리과정에서 발생하는 음식물쓰레기의 양이 만만치 않아 늘 고민스럽다. 이를 토대로 고객여정맵을 작성했다.

고객여정맵



위 고객여정맵을 바탕으로 보이는 행동과 보이지 않는 행동으로 나누어 음식물쓰레기 발생을 근본적으로 차단하는 서비스청사진을 개발하였다.

서비스청사진



고객의 라이프스타일에 따라 필요한 식재료나 음식을 정량으로 배달해 주는 에코푸드시스템으로 음식물쓰레기 발생을 근본적으로 억제한다. 그래도 남은 음식물은 자동분류 배출되는 시나리오를 완성하였다.



음식쓰레기를 줄이는 도시 소비자의 라이프 스타일 시나리오

최근에 늘어난 몸무게 때문에 고민 중인 이은미 씨. 3년차 직장인으로 싱글족이다. 에코푸드 시스템에 접목하여 다이어트 식단을 신청하였다. 매일 아침 신청한 식단에 따라 신선한 식재료가 집으로 배달된다.

Episode 1. 혼자 즐기는 식사

배달원이 보안을 위해 지문인식을 실행하면 이은미 씨의 '바'의 문이 열린다. 문이 열리면 이은미 씨가 신청한 식단을 '바'에 놓는다.



이은미 씨는 문자메시지를 통해 식단이 도착하였음을 알게 된다. 도착한 식단을 하나하나 꺼내보는 이은미 씨. 다이어트용 식단에 맞게 저칼로리 영양식으로 구성된 식단이 딱 혼자 먹을 만큼의 정량만 담겨져 있다.



소량의 멸치, 두부, 호박 등을 손질해 된장찌개 1인분을 간편하게 완성한다.



1인분에 맞는 정량이 배달되어 왔기 때문에 음식물쓰레기가 전혀 발생하지 않는다.



Episode 1. 파티있는 날

오랜만에 동호회 모임이 있는 날. 이은미 씨는 파티를 위해 개인 식단을 파티용으로 변경, 신청했다. 모임 시간에 맞춰 에코푸드의 파티음식이 배달되었다. 인원수에 맞춰 도착한 음식과 함께 즐거운 파티가 시작된다.



정량대로 주문했지만, 생각지 못하게 음식이 조금씩 남았다.

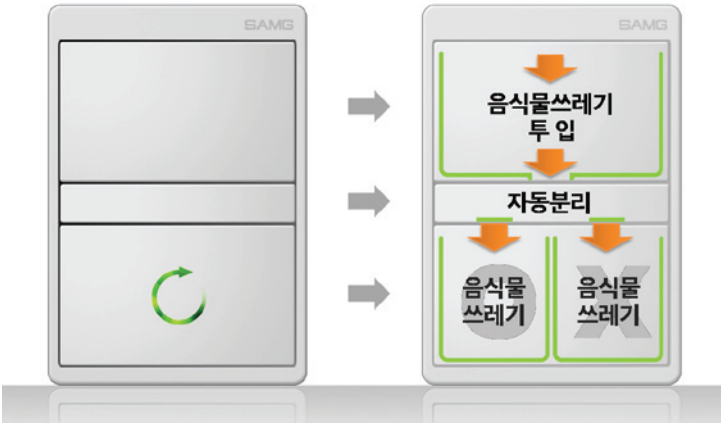
2016년부터 에코푸드시스템을 3년간 시범 운영한 결과
1인 가구의 음식물쓰레기를 30% 이상 절감할 수 있었다.



친구들이 모두 돌아간 후,
이은미 씨는 비닐봉투에 남은 음식을 담아 SamG 쓰레기통 첫 번째 칸에 넣는다.



모아진 음식물쓰레기는 쓰레기통의 자동분리시스템으로 음식물쓰레기와 일반쓰레기로 자동으로 분리된다.



자동으로 분리된 음식물쓰레기를 현관 하단에 있는 바에 넣는다.



넣어둔 쓰레기는 에코푸드시스템 배달원이 방문하여 수거해 간다.



도심 속 친환경 라이프를 위한 디자인

2020년 미래에는 에너지 문제에 대한 인식이 커지면서 제한된 자원을 아껴 쓰기 위한 노력이 확대될 전망이다. 소재와 제조 공정, 효율적 유통, 재활용 등의 제품/서비스의 생산과 소비 과정에 있어 전반적으로 친환경적인 특성이 강조될 것이며, 이러한 경향은 디자인산업에도 변화를 가져올 것이다.

녹색성장 시대와 친환경 디자인

에너지 및 자원이 고갈될 위험이 증가하면서 녹색성장이 중요한 과제로 부상하고 있다. 신에너지 산업 등 새로운 산업 창출에 대한 사회적 요구는 새로운 디자인 수요를 창출하고 있다. 소재 사용의 축소와 제조공정의 최적화, 효율적인 유통, 재사용 및 재활용 등에 기여할 수 있는 친환경 디자인(ECO-DESIGN)이 주목받고 있다.

친환경 라이프를 실천하는 시티 파머의 증가

세계적으로 도시로의 인구 이동이 피할 수 없는 트렌드로 부상하고 있다. 지속가능한 도시 생활을 위해 자급자족, 친환경, 공동체 지향적 도시 라이프를 지향하는 소비자 트렌드로 이들은 도심 속에서 친환경 라이프를 실천하는 특성을 보인다. 이러한 소비자 욕구의 변화는 미국과 유럽을 중심으로 등장한 시티 파머(City Farmer)로 표현되고 있다. 현재 북미와 유럽 지역의 시티 파머만 해도 약 8억 명에 이른다. 세계 인구 7명 중 1명은 채소를 직접 재배하고 있는 것이다. 2009년 먹을거리를 자급자족한 밴쿠버 시민은 전체 인구의 44%에 달했으며, 뉴욕에는 옥상 텃밭을 둔 빌딩만 6백여 개가 넘는다. 런던 사람의 약 14%가 마당에 농작물을 키우고 있다. 한국에서도 시티 파머가 빠른 속도로 증가하고 있다. 2010년 1월 28일에는 도시 농사꾼들의 모임인 도시농업포럼이 출범하였으며, 시티 파머(를 전문적으로 가르치는 도시 농부 학교도 지속적으로 증가할 전망이다. 따라서 앞으로 확대될 미래 소비자의 친환경 수요에 대응할 수 있는 디자인 기술에 대한 연구가 필요하다.

친환경, 저소비를 촉진하는 그린 디자인 전략

미래, 기술 패러다임의 변화는 기존 산업과 정보기술(IT)간의 융합에 따른 E-전환(Transformation)에 이어 바이오 기술(BT), 나노 기술(NT)과 인지과학을 중심으로 기술, 시장, 제품, 산업 간의 융합을 촉진할 전망이다. 또한 친환경 소재 개발을 가속화함으로써 디자인 산업에도 영향을 미칠 것으로 예상된다. 각국은 융합 디자인 산업을 육성하는 한편, 디자인 집약산업 내 기업들은 디자인 중심의 혁신을 추진하고 있다. 각국의 환경, 에너지, 안전 등의 정책 강화는 신기술 개발을 촉진하고 친환경, 에너지 절약 및 고안전 제품의 수요를 촉진할 전망이다. 따라서 친환경, 에너지 저소비 제품 디자인 및 관련 소재 등의 개발을 통한 그린 디자인 전략을 수립할 필요가 있다.

자원순환형 경제에 부응할 수 있는 친환경 제품의 수요도 증가할 전망이다. 3R 즉 폐기물을 축소(Reduce)하고, 재사용(Reuse)과 재활용(Recycle)이 가능한 제품의 수요 증가함에 따른 디자인산업의 대응전략이 필요하다. 특히, 친환경 유기농 제품의 수요 증가에 따라 관련 포장재의 재질과 디자인의 변화가 요구될 것이다.

각국의 환경과 에너지 규제 강화에 따른 산업과 제품의 녹색화와 제품 수명주기의 단축에 따른 디자인 수명주기의 단축과 함께 친환경 디자인에 대한 수요를 증가시킬 전망이다. 스마트 기기와 서비스 산업의 성장은 디지털 디자인의 수요를 지속적으로 촉진하게 될 것이며 알루미늄, 마그네슘, 두랄루민 등 고가 친환경 소재의 수요 증가가 산업 디자인의 새로운 변화를 가져오게 될 전망이다.

출처 : 디자인 전략 2020보고서, 2011, 한국디자인진흥원



8 TEAM

탄 소 배 출 을
감 소 시 키 는
라 이 프 스 타 일

2020년을 기점으로 전세계 온실가스 배출량이 하향세로 반전되지 않는다면 인류의 기후변화 대응은 실패하게 될 것이다. 기후변화의 주요 원인인 이산화탄소 배출은 일상생활과 밀접하게 관련되어 있기 때문에 기후변화 대응을 위해서는 라이프 스타일의 변화가 시급하다. 2020년 저탄소 저에너지 라이프 스타일을 유도하는 방안을 연구주제로 삼았다.

연구를 위한 자료조사를 통해 대한민국 국민은 연간 10톤 정도의 이산화탄소를 배출하고 있음을 알게 되었다. 이는 전 세계 평균 배출량의 두 배에 달하는 양이다.

지구의 미래를 위협하는 탄소배출을 줄이기 위해 우리의 행동을 변화시킬 수 있는 디자인이 매우 시급함을 알게 되었다. 이같은 문제 인식에 따라 우리는 이산화탄소 배출량을 감소시키는 저탄소 생활을 위한 서비스 제안을 주제로 결정하고, 보다 즐겁고 쉽게 라이프스타일의 변화를 유도하는 서비스를 고안하는 데 중점을 두었다.

Theme_ 환경

연구주제 이산화탄소 배출량 감소를 위한 신개념 생활편의 제공 시나리오

목표 이산화탄소 배출량 감소를 위한 생활편의 서비스를 실현하기 위해 공동 시설 통합화 서비스, 에코 마일리지, 에너지 절약 관리 대행 등 서비스의 통합적 운영 모델을 구상한다.

팀구성

구분	이름	소속	전문분야
팀 리더	이창호	샘파트너스 대표이사	브랜드 컨설팅
디자인 전문가	안영만	트리탑스 이사	디자인 컨설팅
	최영현	홍익대학교 디자인혁신센터 책임연구원	디자인 컨설팅
	한동수	제네럴그룹 대표	디자인 컨설팅
타분야 전문가	김지석	영국대사관 기후변화 담당관	환경, 경제
	김혜영	포스코A&C	건축 디자인
기록자	정승환	한국산업기술대학교 산업디자인공학	디자인

• 영상기록 박소윤 (계원디자인예술대학)



지구의 온도, 2도의 차이

환경 관련 토론 및 1차 Brainstorming과 Ideation을 통해 인류는 연간 평균 5톤 정도의 탄소를 배출하고 있는 것을 알게 되었다. 이는 코끼리만한 풍선 5개에 달하는 분량이다. 우리는 2050년까지 일 인당 연간 배출량을 2톤 이내로 줄이지 못한다면 우리의 다음 세대에는 안정적인 미래가 있을 수 없다는 과학자들의 결론을 받아들였다.

지구의 평균 온도가 산업화 이전인 18세기보다 2도 이상 상승될 경우 막대한 피해가 예상되며, 2도의 상승을 막기 위해서는 2020년을 기점으로 온실가스 배출량이 감축 세로의 전환이 필수적이다.

우리는 이산화탄소 배출량 감소를 위한 생활편의 서비스를 연구주제로 선정하고 구체적인 시나리오 구상에 들어갔다.



Eco Clouding life scenario

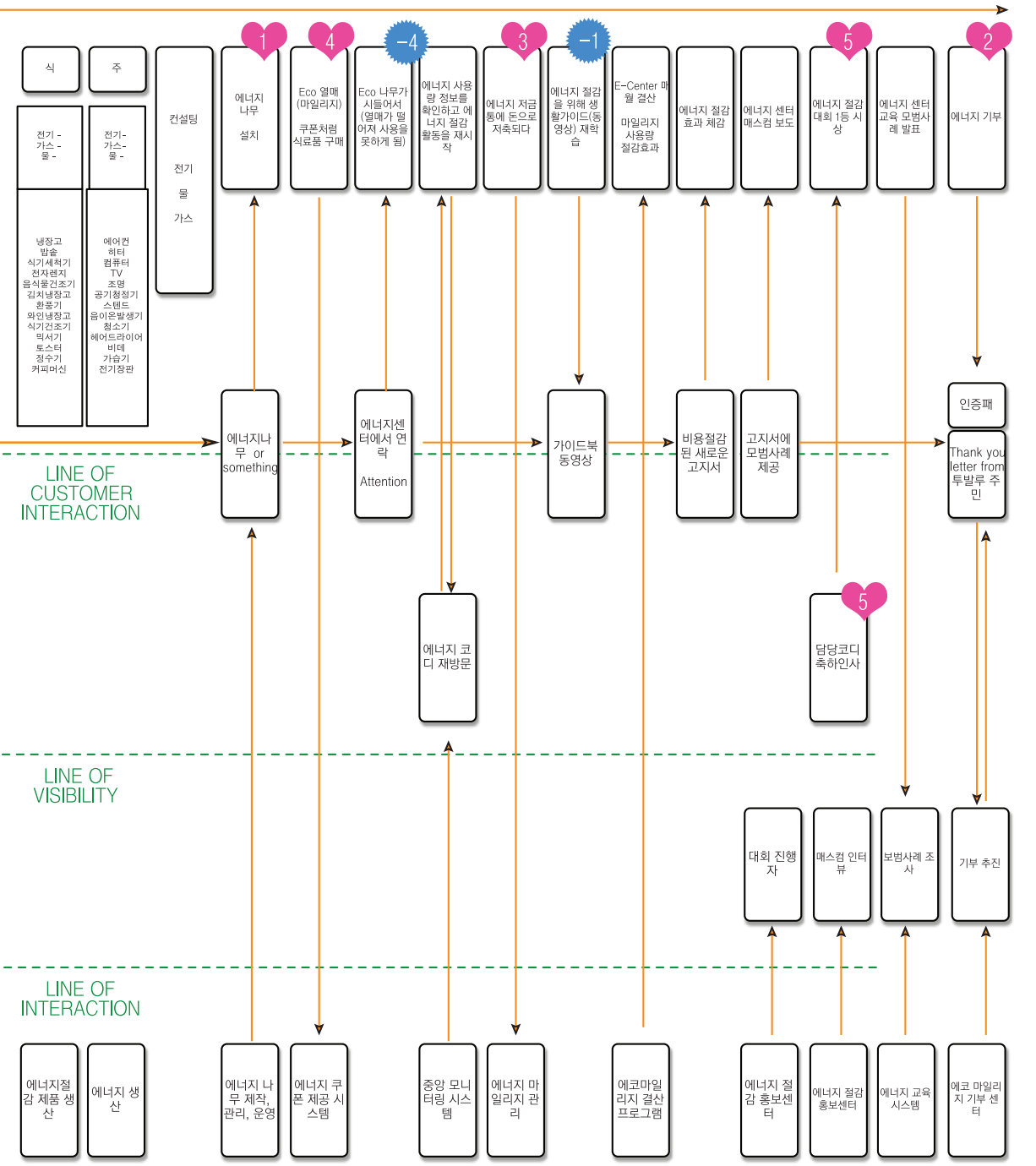
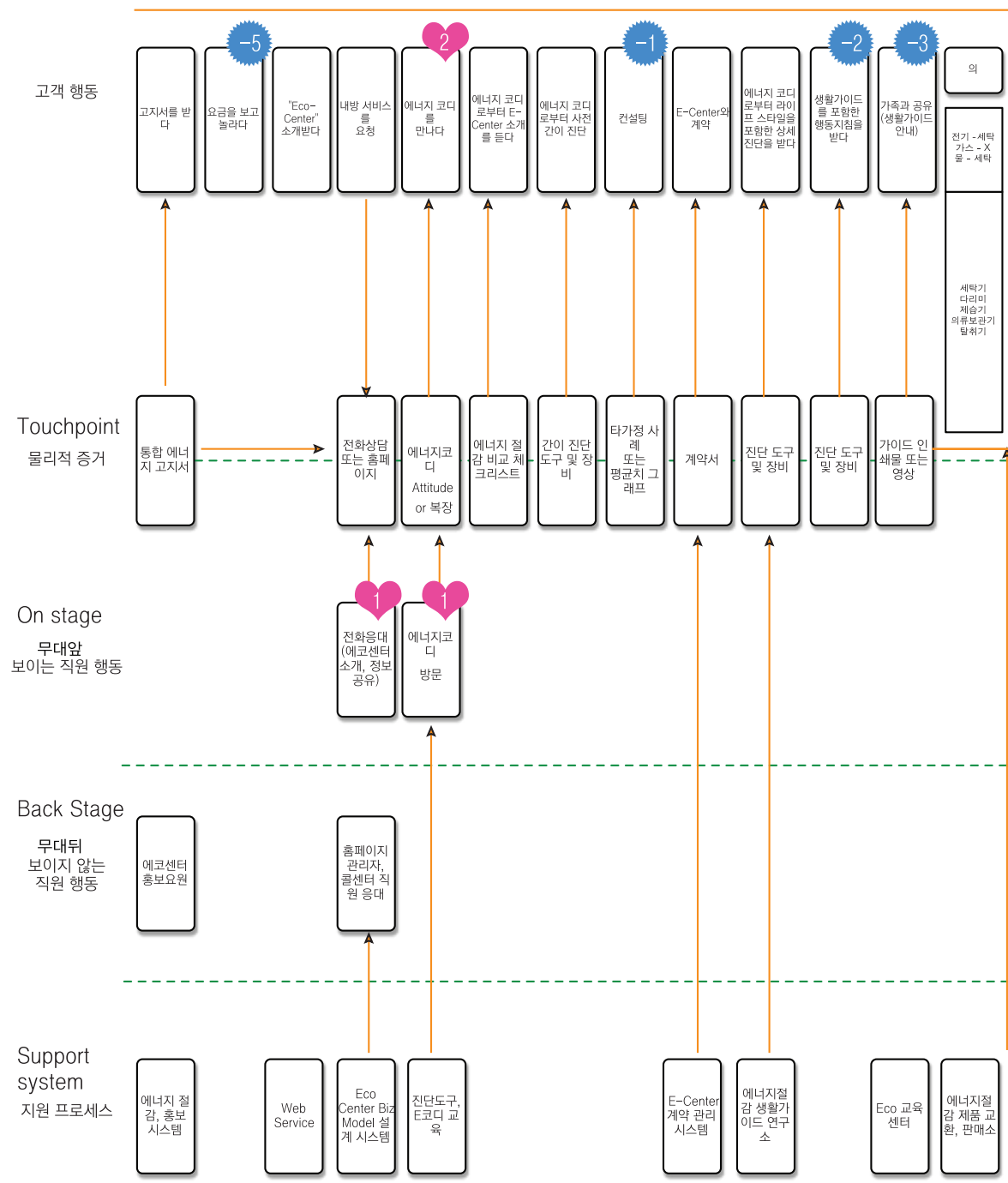
주제에 따른 퍼소나 시나리오를 선정하고 고객여정맵을 개발하였다. 관리와 공유의 측면 중 사용자 입장에서 가치와 행복을 느낄 수 있는 것에 중점을 두고 가정 에너지를 종합적으로 관리해주는 에너지 관리 대행 서비스를 최종 주제로 삼았다.

퍼소나 시나리오

- 김복남 여자
- 62세 소비가 많은 주부
- 중소기업 사장 남편, 28세 결혼을 앞둔 딸과 25세 대학생 아들
- 서울 역삼동 개나리 아파트, 42평 개별 냉난방

고객여정맵





인구고령화와 IT기술이 융합된 의료서비스

2020년 임계점에 다다른 환경문제를 해결하기 위해 정부는 종합 에너지 누진세를 시행하게 된다.

개포동 개나리 아파트 고 여사의 집. 100만 원짜리 에너지 고지서를 받고 깜짝 놀란다. 마침 놀러 온 친구가 에너지사용을 종합적으로 관리해주는 업체인 E-센터의 에코트리 서비스를 알려준다.



E-센터에 전화를 걸어 서비스를 신청하자, 곧바로 E코디 김절감 씨가 방문한다.

고여사 집의 고지서와 각종 에너지 소비 상태를 점검한다.



동시에 멀티 디바이스로 우수사례 동영상과 생활습관 진단 체크리스트를 실행한다.



검사를 마친 김철감 코드. 다음달에 50% 절감을 약속하고 계약을 한다.



다음날 김철감 코드는 집안의 에너지 소비량을 관리하고 모니터링할 수 있는 에코트리를 설치한다.



일주일 후 가족들의 에너지 소비 사용습관이 여전히 개선되지 않자 에코트리는 붉게 물들며 시들어간다.



다시 방문한 김철감 코드. 가족들에게 재교육을 실시하고 점검 시 지적되었던 가전제품을 절전형으로 교체하고 돌아간다



한 달 후,
열심히 에너지 사용습관을 개선한 덕에 에코 마일리지 열매가 주렁주렁 매달
린 에코트리를 보게 된다. 그리고 50%이상 절감된 에너지 고지서를 받게 된다.



에너지를 절감한 만큼 쌓인 에코 마일리지로 아프리카 어린이를 위해 기부도
하였다.



이제 에너지 절감이 습관화된 고여사 가족은 에너지 절감 최우수 가족으로 선정되어서
플래티넘 인증을 받았다.



자원고갈로 인한 환경적 불확실성 증가

석유, 물 등 현대 소비자의 주요 에너지원들이 가까운 미래에 고갈될 것이라는 예측이 현실화되어가고 있다. 이에 따라 자원전쟁이 초래될 것이라는 부정적인 미래상까지 대두되고 있다. ISEO에서 발표한 세계 에너지 시나리오를 보면 에너지 수요의 증가를 재생에너지가 따라잡지 못하고 있으며, 세계 미래회의에서는 '세계 3차 대전은 물 전쟁'이라며 향후 10년 안에 물값이 원유 가격만큼 오를 것이라고 발표하기도 하였다.

친환경 디자인의 중요성

에너지 및 자원 고갈의 위험이 증가하면서 녹색성장이 중요한 과제로 떠올랐고, 이로 인해 신에너지 산업 등 새로운 산업의 창출에 대한 요구가 증가하고 있다. 녹색 신산업의 창출은 새로운 디자인 수요를 만들고 있으며, 소재 사용 축소, 제조공정의 최적화, 효율적인 유통, 재사용 및 재활용 등에 기여할 수 있는 친환경 디자인(ECO DESIGN)의 중요성이 강조되고 있다.

2010년 5월 개최된 중국 상하이 엑스포는 'BETTER CITY, BETTER LIFE(더 나은 도시, 더 나은 삶)'를 주제로 다루면서 전 세계적으로 미래의 도시전략과 지속가능한 도시발전에 공통된 관심을 갖고 있음을 보여 주었다. 최근에는 신 도심주의 운동이 확산되고, 에너지 기술이 발전하면서 자급자족할 수 있는 도시개발이 관심을 받고 있다. SCIENCE CITY라고 불리는 스위스의 HONGGERBERG CAMPUS는 더운 계절 동안의 열을 지하에 저장하고, 이를 겨울에 사용하는 방식을 실제 실용화하여 사용하고 있다. 여름과 가전제품, 컴퓨터 서버와 인간들이 발산하는 자연적 열을 모아 여름 기간 중 지하에 저장하고, 겨울이 다가와 온도가 내려갈 때 이들 열을 이용하여 건물 난방에 사용하고 있다.

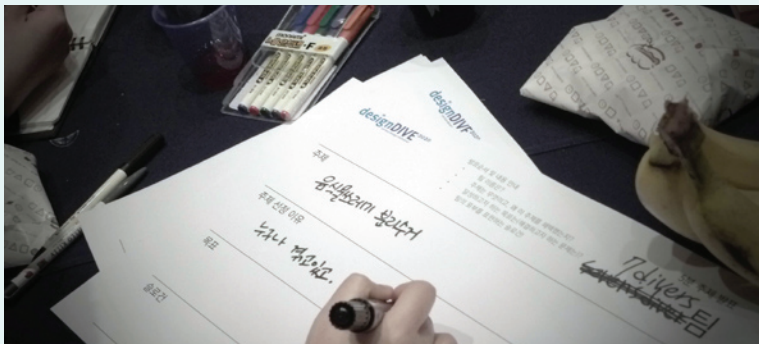
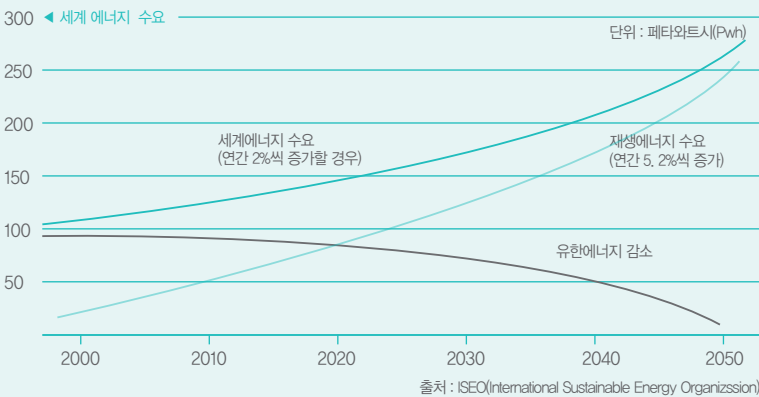
최첨단 에너지기술을 활용한 그린시티 디자인

도시의 에너지 자급자족 실현을 위해 생태 모방기술과 같은 그린 테크놀로지를 활용한 도시 디자인이 실행되어야 하며, 자연과 조화를 이루는 도시인의 삶을 위해 버티컬 가든과 같은 친환경 공간구성이 필요하다. AESTHETICS ARCHITECTS GO GROUP의 CACTUS PROJECT는 무덥고 건조한 사막에서도 잘 자라는 선인장에서 영감을 받아 돔 형태의 빌딩을 설계했다. 햇빛의 강도에 따라서 건물의

SUN SHADES PANEL의 개폐를 자동으로 조절하여 에너지의 효율성을 높인데, 이는 선인장이 더 많은 수분을 유지하기 위해서 낮보다 밤에 증산작용을 하는 것과 비슷한 원리이다. KOOHO JUNG & HAEYON KELLY CHOI의 WALLY OASIS는 도심의 버티컬 가든 디자인으로 빗물을 모아서 정화, 보관하고, 환경오염을 측정하여 알려주거나, 태양으로부터 빛을 저장해서 밤에는 가로등 역할을 하는 에코 시스템을 가진 새로운 공생의 공간으로 재탄생시켰다. 개인 생활에 있어서도 에너지 자급자족을 지원하는 제품이 필요하다. 기존의 제품에 에너지를 생산해 내는 시스템이 결합되거나, 가정용 에너지 발전기가 새로운 제품으로 디자인되어야 할 것이다.

출처 : 디자인 전략 2020보고서, 2011, 한국디자인진흥원

세계 에너지 시나리오 2000~2050



9 TEAM

2020년 스마트폰의 잠재적 니즈 찾기

최초의 스마트폰 영화인 박재욱 형제 감독의 파란만장을 보고 스마트폰 동영상 제품서비스에 영역 확대의 폭이 무한함을 인식하였다. 우리는 여기에서 지속적인 디자인리서치를 통해 새로운 비즈니스 모델을 발굴할 수 있는 가능성을 발견하였다.

디지털 네트워크 기술기반의 스마트 제품과 그를 둘러싼 사용자 환경과 인프라의 변화 속에 'Professional Amateur'라는 사용자층이 확대되고 있다. 이에 따라 스마트폰 동영상 촬영과 관련하여 잠재적 니즈를 발굴함으로써 제품 서비스의 가치를 높이는 것을 연구 목표로 삼았다.

고객여정맵 작성 과정에서 사용자 역할에 몰입해 상상하고 예측했던 것과 실제 Observation, Contextual Interview를 통해 알게 된 것과는 상당한 차이가 있었다.

이는 인터뷰 안에서 비즈니스 모델을 발굴할 수 있음을 시사하여, 사용자 경험의 중요성을 인지할 수 있었다.

Theme_ 융합

연구주제 2020년 스마트폰 동영상 촬영 관련 잠재적 니즈 찾기

목표 선행 상품기획 프로세스 확립, 추후 비즈니스 연계 활용

팀구성

구분	이름	소속	전문분야
팀 리더	김선아	Material ConneXion 디렉터	디자인 경영, 디자인 소재
디자인 전문가	김태선	경일대학교 디자인학부 교수	디자인 기획, 디자인
	백수현	대구경북디자인센터	디자인 기획, 디자인
타분야 전문가	김동호	k456 총괄이사	지능형 로봇팔 연구개발
	이준희	k456 대표	경영
	한승욱	경북대학교 IT대학 전자공학부	지능형 로봇 시스템 및 소프트웨어 개발



기술과 디자인의 융합을 통한 혁신은 사회 Context와 제품 서비스에 내재된 Wants, Needs, Desires의 정확한 구분과 해석에 따른 교차점을 어떻게 활용하느냐가 관건이다.

일과 육아를 병행하는 워싱맘(Working + Single + Mom)이 증가할 것으로 예상되는 2016년, 상용화될 수 있는 비즈니스를 시나리오를 통해 구상해보았다.

사회적으로는 오프라인과 온라인 근무가 혼합된 형태로 일하는 1인 기업이나 재테크 프리랜서가 증가하고, 텍스트, 이미지 형태의 SMS, 메일 등의 점진적인 감소와 공적 영역, 사적 영역 전반에 걸쳐 과거 화상 형태의 Data Upload보다 동시성, 현장성이 강조된 '현재진행형 영상' 공유의 중요성이 확대될 가능성이 크다.

따라서 자동으로 촬영, 편집, 업로드까지 동시에 가능한 스마트 기기가 일반화될 것을 전제로 서비스 마인드 맵을 구상하였다.



※ 워싱맘은 아니지만, 가정에서 육아를 하면서 혼자 겪어야 하는 어려움을 파악하기 위해 옵저베이션과 인터뷰를 진행하였다.

주요 타깃을 퍼소나 시트로 구성하고 고객의 입장에서 상황을 가정하여 행동과 그에 따른 기분을 논의했다. 리서치 결과를 토대로 콘셉트 시트를 작성하고, 고객여정맵을 동영상으로 작성하였다.

퍼소나 스토리

이름_김지은

전공_서양화 (프랑스 파리 미술경영 유학 경험)

근황_ 2008년 첫째 딸 출산, 2011년 둘째 딸 출산, 현재 육아에 전념

남편_ 수의사 (자영업)

동기 및 목표_ 남편, 자녀 교육 성공과 자아실현

자아실현을 완전히 이루지 못해서 항상 아쉬움을 느낀다. 자녀 육아에 지금은 온 힘을 쏟고 있지만, 자녀들이 성장하고 나이가 들고 나서 경제적인 여유가 많이 생기면 나머지 학업을 완수하고 작은 개인미술관을 경영해 보는 것을 통해 자아실현을 하고 싶다는 생각을 항상 갖고 있다.

자녀들에게는 최고의 환경과 사랑을 아낌없이 쏟아주어 행복한 인생을 살게 해주고 싶다.

- 나이 : 만 33세
- 직업 : 전업주부
- 수입 : 연 4~5천만 원
- 취미 : 사진 찍기, 웹서핑, 쇼핑
- 거주지 : 경기도 화성 동탄 신도시
- 결혼 : 2007년 결혼, 2자매
- 라이프스타일 : 낙천적이며 즐기면서 살아가기



128

촬영 후(After)			
 1. 결과물의 확인 _ 도구 내 ①도구 내에서 결과물을 확인한다. 	 2. 결과물의 확인 _ Display도구 내 ①연결 케이블을 찾아 연결한다. ②데이터를 복사/재생 실행 ③동발 채생 되지 않는다  ④소프트웨어에 재결/반복 재생한다.	 3. 결과물의 편집 ①편집프로그램을 연다. 동발 편집안을 사용에 익숙하지 않다. ②간편한 줄 찾기지를 클릭한다. ③시작되는 정도는 편집을 한다 ④편집한 데이터에 따로 저장한다. 	 4. 결과물의 공유 ①네트워크서비스등록식. ②접속자의 확인 ③몇몇 댓글 혹은 몇 안될 댓글추가 ④용량 확인 후 결과물 업로드 
  	①싱크하기도 하고 뚫히기도 한다. ②생각보다 더 예쁜 장면에 웃음이 난다. ③예쁘지 않게 나온 부분은 잘라내서 싹다. ④도구의 화면이 작아 장상의QUALITY 저하된다. ⑤피사체가 사라진 영상 보는 것이 어렵다. 	①촬영한 프로그램데이터를 영상 저장한다. ②간편한 줄 찾기지를 클릭하여 싹다 잘라낸다 ③효과를 적용하고 데이터에 넣는다 ④시작되는 정도는 편집을 한다 ⑤편집한 데이터에 따로 저장한다 	①실용적 수가 많음을 확인하고 기록한다. ②촬영한 영상은 인터넷에 올릴 수 있다 ③몇몇 댓글 혹은 몇 안될 댓글추가 ④용량 확인 후 결과물 업로드 
피사체가 사라진 영상의 재생 제미, 성취감, 자부심 허루함, 실감 	①싱크하기도 하고 뚫히기도 한다. ②생각보다 더 예쁜 장면에 웃음이 난다. ③예쁘지 않게 나온 부분은 잘라내서 싹다. ④도구의 화면이 작아 장상의QUALITY 저하된다. ⑤피사체가 사라진 영상 보는 것이 어렵다. 	①촬영한 프로그램데이터를 영상 저장한다. ②간편한 줄 찾기지를 클릭하여 싹다 잘라낸다 ③효과를 적용하고 데이터에 넣는다 ④시작되는 정도는 편집을 한다 ⑤편집한 데이터에 따로 저장한다 	①실용적 수가 많음을 확인하고 기록한다. ②촬영한 영상은 인터넷에 올릴 수 있다 ③몇몇 댓글 혹은 몇 안될 댓글추가 ④용량 확인 후 결과물 업로드 

작성된 고객여정맵을 페이스북 등 소셜커머스를 이용해 팀원과 공유하며 아이디어션 (ideation)을 진행하였다. 더불어 12개월 미만의 유아를 가진 주부 등을 대상으로 관찰 과 인터뷰를 통해 스마트폰으로 동영상 촬영 시 발생하는 문제점과 이에 대처하는 방법 등 행동을 관찰함으로써 고객의 잠재된 니즈를 찾아 나갔다.

고객의 잠재된 니즈를 분석하는 과정에서 의료적 측면으로 보조 가능한 도구로써 비즈니스 모델을 발굴하였다.

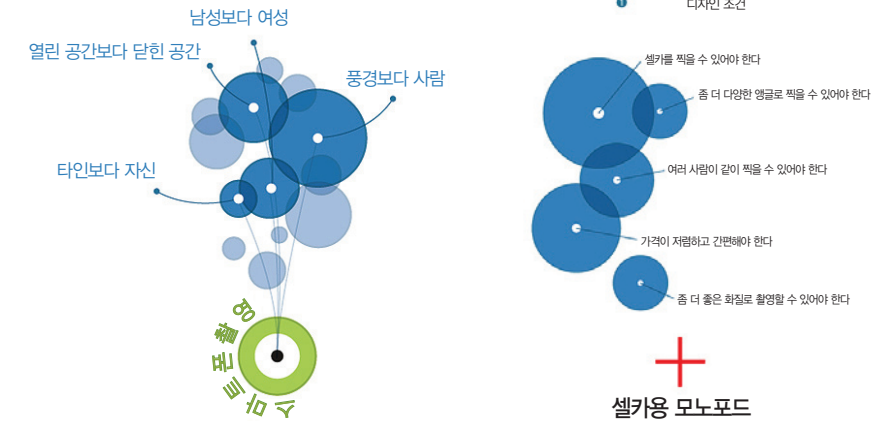
고객의 잠재된 니즈

1. 셀카를 보다 자유롭게 촬영할 수 있어야 한다.
2. 자연스러운 움직임, 이어지는 동작 도구에 구매를 받지 않고 촬영할 수 있어야 한다.
3. 촬영자는 항상 피사체가 될 수 없는 상황을 배제하고, '함께' 찍힐 수 있어야 한다.
4. 도구의 조작 및 컨트롤이 보다 직관적이어야 한다.
5. 가격이 저렴하고 간편해야 한다.
저렴함의 기준 : 고품질의 영상 결과물을 요구하는 프로페셔널 아마추어 기준
간편성 : 행동에 제약을 주는 것을 최소화하고 휴대에 대한 부담감 최소화
6. 보다 나은 화질의 결과물을 만들 수 있어야 한다.

※ 의료적 측면으로 보조 가능한 도구로써의 기회도 엿볼 수 있다.

블루프린트를 통해 발견한 고객의 잠재된 니즈를 바탕으로 셀프 동영상 촬영이 가능한 모노포드로 콘셉트를 좁혀 나갔고 이를 콘셉트 시트와 스케치로 발전시켰다.

콘셉트시트



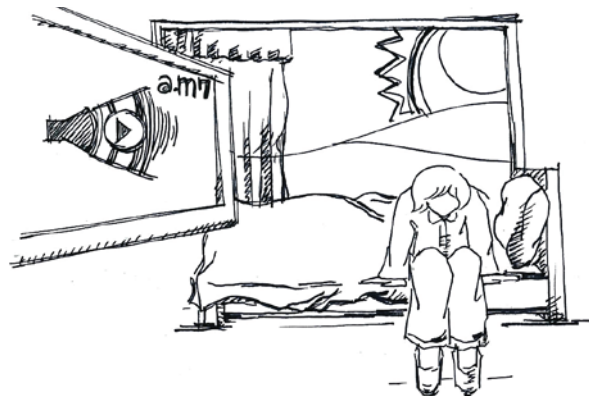
콘셉트스케치



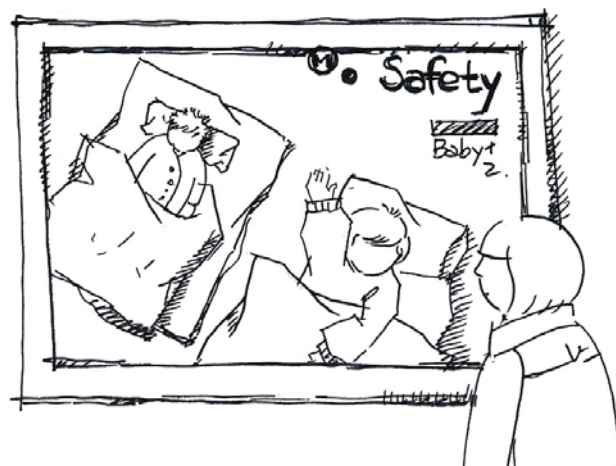
2020년 스마트폰의 잠재적 니즈 찾기

2016년 워싱턴, 김연희 씨의 집.

아기방에 설치된 로카(ROBOT+CAMERA)와 연동된 스크린 알람으로 하루를 시작한다.

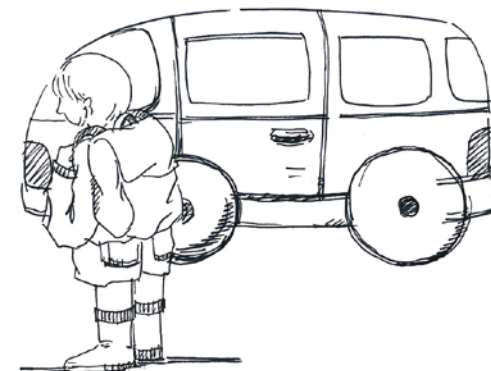


잠에서 깬 김연희 씨는 가장 먼저 로카를 통해 네 살 배기 큰아이와 갓 돌이 지난 둘째 아이가 나란히 잠들어 있는 것을 확인한다.



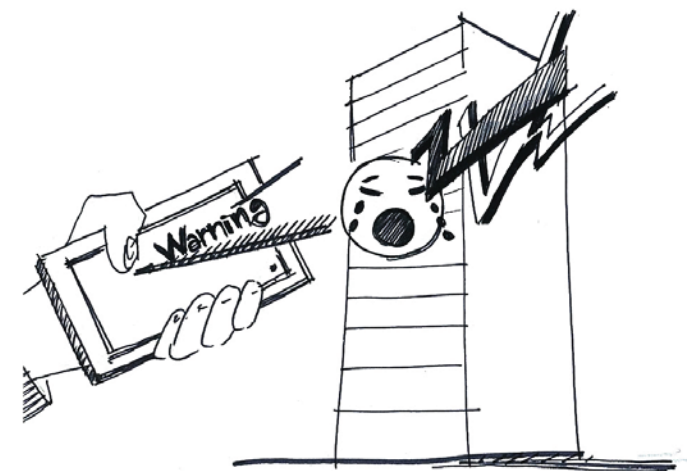
큰아이를 깨워 어린이집에 보낼 준비를 하는 동안, 작은 아이는 여전히 잠들어 있다.

큰아이를 어린이집 차에 태워 보내기 위해 집 밖을 나가는 김연희 씨는 로카를 스마트폰에 연결시킨다. 밖에 있는 동안 작은 아이를 보살필 수 있기 때문이다.

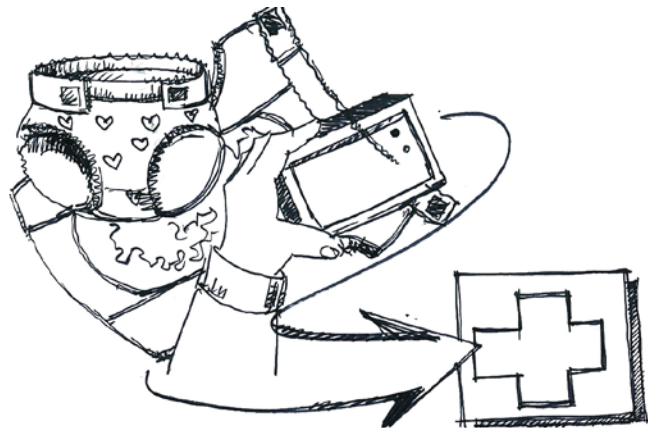


큰아이가 막 어린이집 차에 올라탔을 때 스마트폰에서 경고음이 울린다.

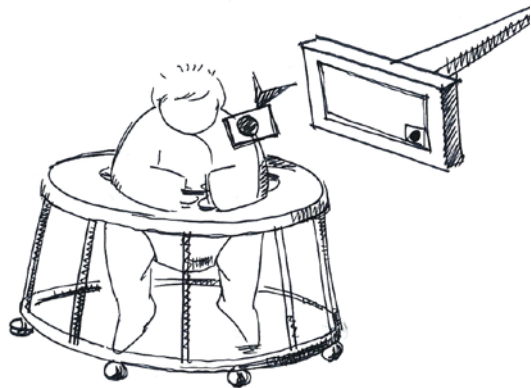
액정을 통해 확인하자 작은 아이가 어느새 잠에서 깨어 울고 있다.



급히 뛰어 올라가는 김연희 씨. 아기를 안아 달래는데도 울음을 그치지 않는다. 기저귀를 확인해 보니 번 색깔이 평소와 다르다. 김연희 씨는 로카로 번을 촬영해 소아과 담당의에게 전송한다.



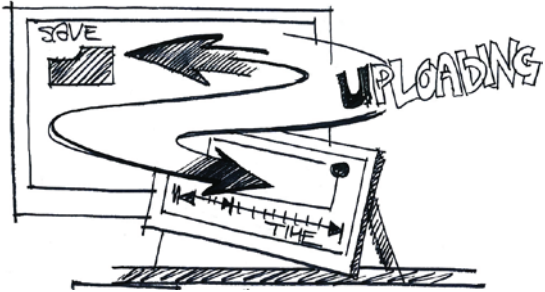
오전 9시, 업무를 시작해야 할 시간이다. 김연희 씨는 감지센서 스티커를 작은 아이의 등에 부착한 후 로카의 움직임 감지모드를 켜다. 아기를 유모차에 앉히고는 업무를 시작한다. 책상 거치대에 부착해둔 스마트폰 액정을 통해 아기의 모습이 보인다. 아이가 내는 작은 소리까지 생생하게 들려오기 때문에 안심하고 업무에 집중할 수 있다.



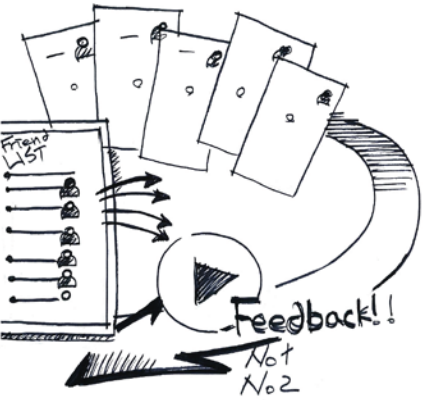
한참 업무를 보고 있는데 뭐가 좋은지 아기의 웃음소리가 들려온다. 모니터를 확인해 보니, 모빌을 보며 까르르 넘어갈 정도로 예쁘게 웃고 있다. 너무 예쁜 순간을 놓칠 수 없는 김연희 씨, 스마트 폰으로 타임 라인을 설정하고 저장 폴더에 동영상을 저장한다. 저장된 동영상은 곧바로 소셜커뮤니티 웹에 업로딩 된다.



'가까운 이웃'으로 등록된 스마트폰 친구들에게 업로드한 동영상이 동시에 업데이트 된다.



잠시 후, 김연희 씨 동영상에 대한 친구들의 동영상 피드백이 속속 업데이트 된다.



정보통신 기기의 디지털화와 스마트화

IT 버블의 붕괴에도 불구하고 전산업에서의 스마트화와 디지털화가 가속화되고 있다. 이에 따라 디자인 집약적인 전자기기의 수요가 증가할 전망이다. 전자산업의 경우 주문 양산(MASS CUSTOMIZATION)이 증가하면서 제품별 디자인 플랫폼에 기반한 주문변형(CONFIGURE TO ORDER) 디자인 수요의 증가가 예상된다.

즐거운 경험을 제공하는 혁신적인 인터페이스

각국의 환경과 에너지 규제 강화에 따른 산업과 제품의 녹색화와 제품 수명주기의 단축에 따라 디자인 수명주기의 단축과 함께 친환경 디자인의 수요 또한 증가할 전망이다. 이러한 스마트 기기와 서비스 산업의 성장은 디지털 디자인의 수요를 촉진할 것이다.

디지털 디자인은 뉴 시니어 세대의 생활을 지원하는 기능과 엔터테인먼트적인 기능을 할 수 있는 디지털 기기의 디자인이, 새로운 기술의 수용력이 높은 밀레니얼 세대에게는 최첨단 기술들이 적용되는 혁신적인 인터페이스, 디스플레이 디자인을 통해 즐거운 경험을 제공해 줄 수 있도록 해야 한다.

창조적 단절을 제공하는 제품과 서비스 디자인

미래의 다른 측면으로서 육체적 건강을 실시간으로 체크하고 케어하는 첨단의료 분야뿐 아니라 정신적·정서적 건강을 위한 케어시설과 서비스 또한 주목을 받게 될 것이다. 이에 따라, 복잡한 현실에서 필요에 따라 능동적으로 창조적 단절을 실행할 수 있도록 지원해 주는 제품과 서비스 디자인이 요구된다.

AALTO UNIVERSITY의 학생인 JOHANNA NIEMINEN은 핸드폰 같은 테크놀로지에서 벗어나 휴일을 보내는 아이디어인 'DISCONNECTED HOLIDAYS'를 선보였다. 사이트에 이름과 주소를 남기면 빈 상자가 배달되고, 거기에 휴대폰을 담아 보내면 며칠 후 주인에게 다시 돌아오는 시스템이다. 포드에서는 차 안에서는 휴대전화 수신을 막는 기능을 추가했다. '방해하지 마세요(DO NOT DISTURB)' 버튼을 누르면 차 안에서는 문자 메시지나 전화 수신에 방해로부터 해방된다. 네트워크로 끊임없이 정보를 소통하는 SNS 서비스가 점차 증가하면서 반대로 네트워크의 수신을 차단하는 기능이 추가되고 있는 것이다. 건강, 웰빙을 지향하면서 자연적 치유를 강조하는 에코-힐링형(ECO-HEALING) 리조트도 선보이고 있는 것도 이러한 연결을 강제화하고 있는 네트워크에의 반작용이라 할 수 있다.

출처 : 디자인 전략 2020보고서, 2011, 한국디자인진흥원



10 TEAM

2 0 2 0 년
재 난 에 대 처 하 기

2020년 방사능 누출 시 재난 대처방법을 제안했다. 다가오는 2020년 지금과는 다르게 발전되어 있을 미래의 모습을 시나리오로 구상해 본다.

일본 대지진, 잦은 열차 사고, 연평도 대전, 핵 공격, 테러, 체르노빌 방사능 유출 사고 등 천재지변부터 도시 재난까지 우리는 각종 재난에 노출되어 있다. 영화 속에서만 보아오던 대재앙이 현실이 되고 있는 요즘, 재난은 더 이상 남의 일이 아니다. 특히 1986년 4월 체르노빌에서 최악의 원자력 사고가 발생한 지 25주년 이 된 2011년 3월 도호쿠 대지진과 쓰나미로 인해 후쿠시마 원전 사고가 있었다.

일본의 지진과 이로 인한 방사능 피해를 지켜보면서 방사능의 위험성을 실감할 수 있었다. 일본의 주변국인 우리나라는 방사능 위험지역에 있다고 해도 무방할 정도로 일본의 방사능 피해 영향력에서 벗어나기 힘들다. 이제는 막연한 공포심 보다 방사능에 대한 올바른 이해와 대응수단을 알고 적극적으로 대처해야 할 필요가 있다.

연구과정을 통해 국내 재난 서비스디자인의 취약함과 지역별 재난디자인의 필요성을 인식하게 되었다. 더불어 재난은 초기대응 방법에 따라 사고의 규모나 사태의 추이가 전혀 달라질 수 있다는 것을 알게 되었다.

Theme_ 환경/자원

연구주제 2020년 재난에 대처하기

목표 방사능 누출 시 재난 대처 미래 가이드 제시

팀구성

구 분	이 름	소 속	전문분야
팀 리더	배기범	부산디자인센터 차장	디자인 인간공학
디자인 전문가	박상용	한동대학교 재학	디자인
	방성성	동서대학교 대학원 석사 졸	디자인
	최성우	동서대학교 대학원 박사과정	디자인
타분야 전문가	이명희	동서대학교 교수	서비스 디자인
	이규백	울산대학교 교수	스페이스디자인



방사능 누출 시 정보를 전달하는 고객여정맵을 구성, 방사능 누출 재난 시 대응매뉴얼을 알리는 캠페인과 방사능 누출 재난 대응매뉴얼을 시각화하는 데 의견이 모아졌다. 리서치 결과 도출된 문제해결 아이디어를 바탕으로 방사능 방재를 위한 서비스청사진을 그려나갔다.

방사능 물질 중 우라늄238은 반감기가 45억 년이라고 한다. 아무리 안전하게 저장해놓는다 하더라도 지구의 용기, 이동 등으로 안전을 장담할 수는 없다. 그렇기에 현재 문제 인식과 문제 해결도 중요하지만 미래까지 생각한 방안을 생각하기로 하였다. 미래가 어떻게 바뀔지 모르니 지금과는 다른 상황을 생각하자는 데 의견을 모았다.

방사능 방재를 위한 서비스청사진 중에서 각 주체인 간의 관계성을 살폈다. 외국인인을 포함한 제 1주체인 주민의 경험 여정에 따라서 방재 및 의료지원 기관, 원자력 발전소, 언론 방송기관, 원자력 국제기관에서 각 대응 조치를 분석해 왔으며 2020 지원 프로세스까지 제안하였다.



〈방사능 방재를 위한 프로세스〉

1. 평상시 단계

- 주민은 홍보를 통한 지식습득, 정기 방재교육 및 훈련을 받고, 방재 및 의료지원 기관에서 방사능 방재 대책을 수립한다.
- 방사능 재난 관리체계 수립, 방사능 재난 예방체계 수립, 원전방사능 유출 비상계획, 방사능 방재 교육 및 훈련, 훈련결과 평가, 문제점 도출 및 보완, 전 국토 환경 방사능 감시를 한다.
- 원자력발전소에서는 홍보관 운영, 홍보물 제작 및 배포, 원자력 정기 홍보, 캠페인 마련, 정기 교육 프로그램 마련, 정기 직원 방재 훈련을 한다.
- 언론 방송기관에서는 친숙한 프로그램을 이용한 홍보 및 교육, 재난 관련 방송 프로그램 제작, 재난시 정보통신 수단지원 개발한다.
- 원자력 국제기관에서는 주로 국제간 교류 및 각국 대사관에서 재한국민 정보를 관리한다.
- 따라서 2020 지원 프로세스에는 2020 스마트폰의 방사능 방재 기능 개발과 2020 가정의 방사능 방호망을 제안하였다.

2. 방사능 유출 단계

- 주민은 방사능 재난의 선포, 대피 및 응급 대처, 대피소로 이동, 손상군에 따른 환자 분류, 진료 및 대기 등 일련의 방재 대응조치를 한다.
- 방재 및 의료지원 기관에서는 현장 방사능 방재 지휘센터 운영, 방사선 비상 진료센터 운영, 상황 정보 수집 및 분석과 방사능 오염제염 작업을 한다.
- 원자력 발전소에는 신속하게 사고 신고 및 통보하고 방사선 비상 계획 구역 설정, 오염구역 설정 및 출입 통제, 방사능 오염 분석 및 범위 확인하고 복구 계획 수립 및 복구 조치를 시행한다.
- 언론 기관에서는 방사능 재난 보고 및 통보, 대피 요령 및 장소 방송, 대피 현황 및 사고 정보 중계방송, 조치 및 수습 상황을 방송한다.
- 원자력 국제기관에서는 기술을 협력하고, 각국 대사관은 재한 국민 대피 현황 파악 및 본국 통보와 실종인구 확인 및 통보를 한다.
- 따라서 2020 지원 프로세스에서는 2020 정부의 방사능 방호망과 2020 기업의 비상 아이템 개발을 제안하였다.

3. 사후관리 단계

- 주민은 상태 회복 및 복귀한다. 방재 및 의료지원 기관에서는 대응시설 및 장비를 점검하고 원자력 손해 배상제도를 운영한다.
- 원자력 발전소에는 복귀통보하고 장기적인 복구 체제를 강구한다.
- 언론 기관에서는 복귀 통보 방송 및 사후를 지속적으로 보도한다.

STEP 03

방사능 방재 2020 미래 시나리오

고리 원자력 발전소를 방문하여 원자력에 대한 교육을 받고, 발전소 실무자와의 인터뷰를 진행하면서 우리가 제시한 블루프린트를 검증하는 과정을 거친 후 최종적인 시나리오를 완성하였다.



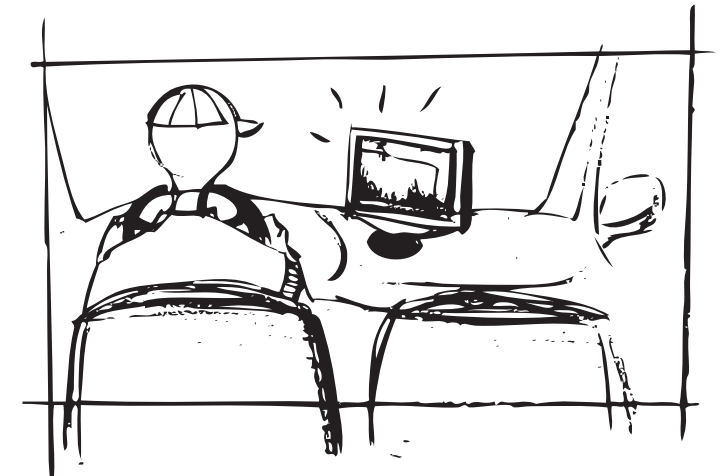
2020년 방사능 방재 방호시스템 시나리오

2020년에는 방사능 방재를 위한 방호시스템이 전 가정에 일반화되어 있으며, 방사능 누출 수위에 따라 대응 방재서비스가 자동으로 작동된다. 부산 시 원전에서 약 6km떨어진 곳에 살고 있는 35세 전업주부 최성미 씨는 방사능 현황 표시 시스템을 설치하고 가족과 함께 지자체에서 실시하는 방재가상 훈련에도 참석하며 대비를 하고 있다.

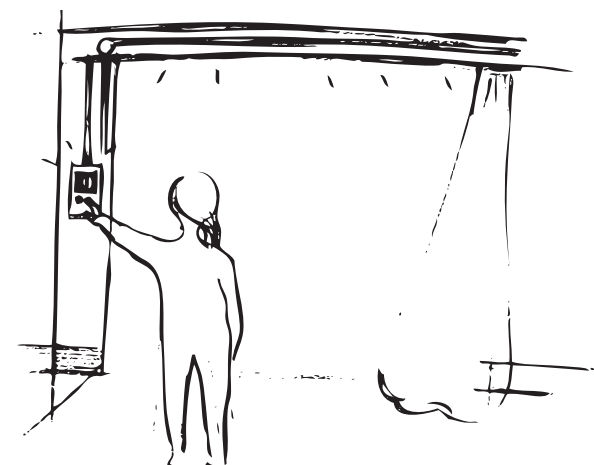


어느 날 최성미 씨는 귀가할 남편을 기다리며 TV를 보고 있던 중 브라운관 화면과 스마트폰의 방사능 알림 시스템에서 <주의> 경고를 확인했다.

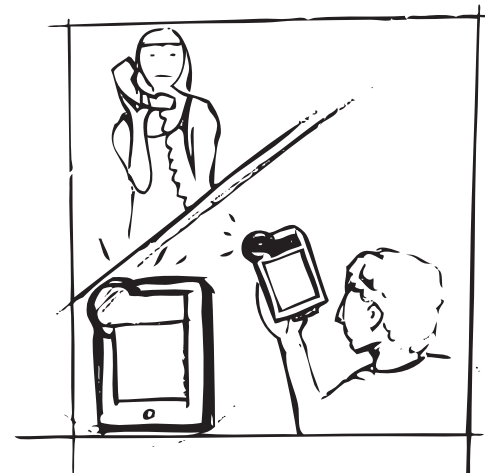
같은 시간 남편 최성우 씨는 운전 중 내비게이션을 통해 집에서 보낸 주의 메시지를 전달받고 현재의 위치를 가정으로 송신한다.



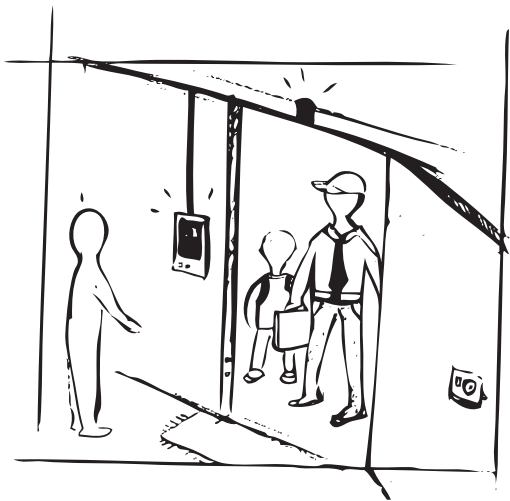
그러나 얼마 있지 않아 알림 시스템은 <비상> 긴급 메시지와 함께 경고음이 방송 된다. 한편 최성미 씨 집은 방사능 보호막이 자동으로 설치되며 집과 주위의 방재시스템이 풀가동된다.



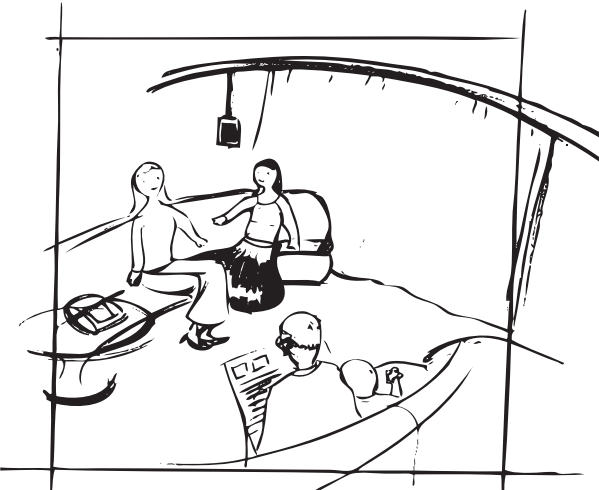
최성미 씨는 남편과의 스마트폰 화상통화로 서로의 방사능 수치를 실시간으로 파악한다.



이윽고 남편이 현관 앞에 도착, 초인종을 누르자 방사능 스캔이 자동으로 실시되고, 검역이 완료되면 집 안으로 들어온다.



<정상> 메시지가 방송되며 모든 방재 시스템이 해제된다.



재난을 대비하는 디자인

세계 곳곳에서 불가항력적인 자연재해와 돌발적인 테러 등이 잇따라 발생하자 '재난 관리 사업'이 블루오션으로 부상하고 있다. 재난대비체제가 중요하게 부각되면서 전문기업이 탄생하는가 하면 위기대응팀을 신설하는 회사도 증가하고 있다.

자연재해로 인한 환경적 불확실성 증가

2010년은 최악의 자연재해가 일어난 해로 기록되었으며, 2011년 상반기 발생하고 있는 자연재해들은 앞으로 2010년보다 더한 재해들이 발생할 수 있다는 불확실한 미래를 예상하게 한다. 브뤼셀에 있는 재해연구센터가 발표한 '2010 연례 재해통계 보고서'는 지난해 전 세계적으로 발생한 자연재해는 모두 385건이며 이로 인해 29만 7000여 명이 사망하고, 1,239억 달러(약 133조 원)의 경제적 손실이 초래된 것으로 보고했다. 2010년은 특히 아이티 지진과 러시아 흑서 등 2건의 초대형 재난으로 20년 이래 최악의 해로 기록되었다. 2011년 3월 11일 일본 동북부 지방에서 발생한 진도 9.0의 지진은 경제적 피해 규모가 역대 최대인 3,000억 달러(약 325조 원)에 이를 것으로 예상되고 있으며, 지진 자체로 끝나지 않고 후쿠시마 원전사고로 인한 2차적인 피해가 장기화되고 있다.

재난 관리 사업의 부상

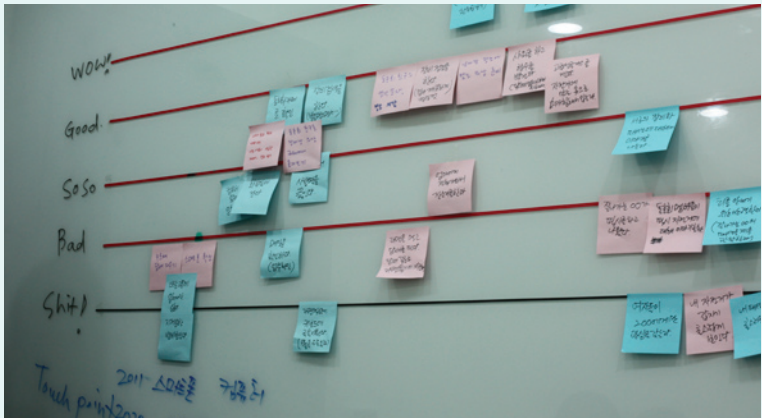
세계 곳곳에서 불가항력적인 자연재해와 돌발적인 테러 등이 잇따라 발생하자 '재난 관리 사업'이 블루오션으로 부상하고 있다. 재난대비체제가 중요하게 부각되면서 전문기업이 탄생하는가 하면 위기대응팀을 신설하는 회사도 증가하고 있다. 세계적인 회계법인 딜로이트는 지난 2월 영국 킹스칼리지 전쟁학과가 개발한 파생상품을 사들여 새로운 분야의 사업을 시작했다. '전쟁 게임'을 통해 기업들이 사업 현장에서 발생할 수 있는 돌발 변수에 대한 대처 방안을 사전에 준비하도록 지원하는 것이다. 영국의 대형 투자은행 HSBC는 최근 다양한 부서에서 차출한 인력으로 기후 위기 대응팀을 발족했다. 지구 전역을 상대로 지정학적으로 위험 지역을 선정하고 감시 및 대응 전략을 마련해 은행과 고객의 이익을 보존하겠다는 전략이다.

안전 지향적인 소비

예측 불가능한 환경적 문제와 급속도로 변화하는 테크놀로지의 발전이 미래에 대한 불안감을 증가시키면서, 소비자들이 위험에 대비한 안전 지향적인 소비를 추구하고, 정서적 안정과 심리적 치유를 삶의 중요한 가치로 인정하게 되는 트렌드를 가진다. 따라서 현재의 첨단기계나 새로운 기술을 사용하지 않고도 더 안전하고 지속 가능하도록 디자인하는 것이 더 미래지향적인 디자인으로 평가받게 될 것이다. 이는 과거 자연과 더불어 살아가던 삶의 방식에서 발견되며, 특별한 테크놀로지를 사용하지 않지만 오프라인이 되어도 인간 스스로 살아갈 방법을 제안해 준다.

NINA TOLSTRUP가 디자인한 DIY MOVABLE OUTDOOR KITCHEN은 이동 가능한 야외 주방기구로 뛰어난 기술과 장비를 사용하지 않고 싱크대, 조리대, 도마 및 수납 시설 등을 갖추고 있다. 양동이 싱크대에서 사용한 물은 호스로 연결하여 재활용할 수 있는 지속가능하고 친환경적인 디자인이다. YANES WUHL가 디자인한 WOOD BURNING STOVE는 과거의 난로의 형태와 유사한 스토브로 뿔감의 수납공간과 불을 지피는 과정에서 발생하는 온기로 방을 덥히고 상단에는 주전자를 올려 물을 끓일 수 있다. 문은 잠금 없이 열 수 있는 재질로 만들어졌으며 소박하고 모던한 형태로 안락한 주방 인테리어와 어울리는 작품이다.

출처 : 디자인 전략 2020보고서, 2011, 한국디자인진흥원



Design Dive 2020 Epilogue

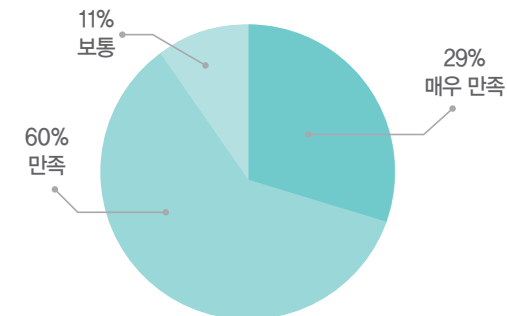
디자인다이브 2020 프로젝트를 모두 마치고 향후 보다 효율적이고 발전적인 형태의 다양한 연구 프로젝트를 진행하기 위해 참가자를 대상으로 설문조사를 진행하였다. 3개월에 걸치는 짧은 기간에도 불구하고 다양한 전문분야와의 협업을 통해 문제를 해결하는 새로운 시각을 발견하고 미래 라이프 스타일과 트렌드를 예견해 볼 수 있었다는 의견이 많았다.



| 참가자 한줄 토크 |

“다양한 분야의 전문가들과 함께 공통과제를 연구하는 과정이 매우 흥미로웠다.”
 “팀 작업의 중요성과 팀원들의 긍정적인 다양한 서비스 개발 방안을 체험할 수 있는 기회였다.”
 “팀원들의 자발적인 참여와 열정으로 새로운 경험할 수 있었다.”
 “아이디어션과 커뮤니케이션 그리고 디자인 솔루션의 중요성을 체험할 수 있는 시간이었다.”
 “결국, 사람과 사람이 만나 사람을 이해하고 사람을 연구하는 것이 디자인이고 미래 디자인이다.”
 “팀 작업을 통해 다양한 시각을 가져야 하고 타인의 이야기에 귀 기울이는 것이 얼마나 중요한지 다시 한 번 체험할 수 있었다.”
 “10년 후의 미래 동향을 예측하고 그 환경에서 필요한 디자인에 대한 연구를 통해 디자인의 가능성과 미래를 만나볼 수 있었다.”
 “다음 시대의 디자인의 역할을 체험할 수 있어 좋았다.”
 “실무를 진행하다 보면 시간적인 제약으로 중요성은 알면서도 어쩔 수 없이 생략하게 되는 과정이 있다. 이런 과정을 차근차근 밟게 된 것은 개인적으로도 의미 있는 경험이었다.”
 “자율적으로 과제를 시행한 프로젝트 진행 방식이 매우 신선했다.”
 “디자인의 힘과 잠재된 가능성을 발견할 수 있었다. 미래, 우리가 나아갈 방향을 미리 경험한 것이 가장 큰 성과다.”
 “다양한 전문 분야의 사람들과 연구하며 문제를 해결하는 다양한 접근법을 배웠다.”
 “팀워크와 다양한 아이디어를 어떻게 수렴하고 발전시키는지에 대한 좋은 경험을 했다.”
 “다양한 시각과 다양한 의견, 서로에 대한 배려가 중요함을 다시 한 번 체험한 시간이었다.”

| 프로젝트 만족도 |



디자인다이브 2020 참가자

구분	이름	소속
1팀	김승인	홍익대학교 IDAS 교수
	이원제	상명대학교 시각디자인과 교수
	김선희	한국특허정보원 선임연구원
	김종현	한국생산기술연구원 실버기술개발단
	박준선	SK Telecom HCI팀 마케팅
	김영리	삼성전자 선임연구원
2팀	손주현	Kimberly-Clark 디자인팀장
	김원택	홍익대학교 IDAS 교수
	김선우	한양대학교
	노수진	다음 커뮤니케이션
	허내경	(주)바이널 서비스 기획팀
	김민영	관동의대 명지병원
	전희경	매뉴얼세븐
	이인규	이노션
3팀	유명근	아이디센 대표
	이영민	한국디자인진흥원 선임연구원
	최경진	포스코 A&C
	이기원	Studio BLU
	이종근	KAIST MBA
	김윤미	옴니스페이스
4팀	하 윤	LG전자 디자인경영센터 책임연구원
	이진현	제일기획 디지털컨텐츠몰
	정소희	열린사이버대학교
	김승균	앤씨스콤 CSR 컨설팅팀 팀장
	박 찬	SAP R&D
	이가은	고려대학교 산업정보디자인과
5팀	민영삼	더디엔에이 대표
	정혜원	더디엔에이 경험디자인그룹 연구원
	국혜원	건국대학교 커뮤니케이션디자인
	임창균	NHN UX QA
	이경웅	LG유플러스 대리
	이현경	연세대 생활디자인과 겸임교수
	안상하	프리딕트 광고/PR
	이상은	상명대학교 시각디자인

구분	이름	소속
6팀	오영미	팀인터페이스 그룹장
	박형준	네무스텍 책임디자이너
	정요한	Design BS
	김상훈	(주)아이온커뮤니케이션즈
	김세영	Synovate Korea
	김민수	STUDIO BLU
	이윤희	웰게이트
	김나영	송실대학교 정보통신전자공학
7팀	이진원	EdG (Experience design Group) 대표/ 홍익대 영상대학원 인터랙션전공 겸임교수
	김고은	(주)파인딜인터네셔널
	이현주	시스템사업부
	이윤희	(주)에코아이 지속가능디자인팀
	은찬미	한국디자인진흥원 사무원
	남궁성	한국도로공사 도로교통연구원
		첨단교통정보연구센터 센터장
	홍보미	용인대학교 디지털미디어학과
8팀	이창호	샘파트너스 대표이사
	안영만	트리탑스 이사
	최영현	홍익대학교 디자인혁신센터 책임연구원
	한동수	제네럴그룹 대표
	김지석	영국대사관 기후변화 담당관
	김혜영	포스코A&C
	정승환	한국산업기술대학교 산업디자인공학
9팀	김선아	Material Connexion 디렉터
	김태선	경일대학교 디자인학부 교수
	백수현	대구경북디자인센터
	김동호	k456 총괄이사
	이준희	k456 대표
	한승욱	경북대학교 IT 대학 전자공학부
10팀	배기범	부산디자인센터 차장
	박성용	한동대학교 재학
	방성성	동서대학교 대학원 석사 졸
	최성우	동서대학교 대학원 박사과정
	이명희	동서대학교 교수
	이규백	울산대학교 교수

운영진

구분	이름	소속
기획	정인애	DOMC 대표
	윤성원	한국디자인진흥원 과장
	정선규	오오커뮤니케이션즈 대표
	하윤	LG전자 책임연구원
교육	박성연	크리베이트 대표
	오영미	팀인터페이스 서비스디자인 그룹장
	이유진	TEDxSeoul / TEDxSamsung organizer
	조현길	삼성전자 선임연구원
운영	한수련	KIAT 연구원
	김정원	한국디자인진흥원 사원
	진연탁	한국디자인진흥원 사원
	은찬미	한국디자인진흥원 사원
	박의태	한국디자인진흥원 사원
	정주영	한국디자인진흥원 사원
	이화진	정진학원(UA영어센터)학습코치
	전계한	국민대학교 학생
영상 기록	김진우	한국디자인진흥원 과장
	강억모	한국디자인진흥원 사원
	이로운(1팀)	계원디자인예술대학 학생
	황명환(2팀)	계원디자인예술대학 학생
	강은영(3팀)	계원디자인예술대학 학생
	이주성(4팀)	계원디자인예술대학 학생
	박은혜(5팀)	계원디자인예술대학 학생
	김소영(6팀)	계원디자인예술대학 학생
	김나랑(7팀)	계원디자인예술대학 학생
	박소윤(8팀)	계원디자인예술대학 학생
그래픽 디자인	허내경	(주)바이널 서비스 기획팀
	노수진	다음 커뮤니케이션 디자이너

1) 시나리오(Scenario)

디자인 시나리오는 서비스의 특징을 세부사항까지 의미있게 시각화하기 위한 일종의 '이야기로 표현된 가정'이다. 디자인 시나리오는 단순 텍스트, 스토리보드, 만화, 영상, 심지어 연기로도 만들어질 수 있다. 구체성을 더 부여하기 위해서 퍼소나라고 불리는 명확하게 정의된 캐릭터가 주인공이 되어 특정 서비스를 어떻게 경험하게 되는지 그 상황을 가능한 생생하게 이야기로 표현한다.

2) 서비스 청사진(Service Blueprint)

대표적인 서비스디자인 방법론으로서 핵심서비스 프로세스의 특성이 나타나도록 알아보기 쉬운 방식으로 가시화하여 문제를 찾고 혁신하기 위해 사용하는 방법이다. 직원, 고객, 기업 측에서 서비스 전달 과정에서 의 각자의 역할과 서비스 프로세스와 관련된 단계와 흐름 등 서비스 전반을 이해하도록 묘사해 놓은 것이다. 서비스와 서비스를 제공하는 조직의 복잡한 업무 등 서비스의 전체적 모습을 정확히 판단할 수 있게 하여 서비스 개선점이나 평가 방법에 대한 착안점을 제공한다.

3) 고객여정맵(Customer Journey Map)

터치포인트(고객과 제공자간의 접점)와 고객과 직접 만나지 않지만 고객이 서비스를 이용하면서 체험하게 되는 부분의 합을 시계열적으로 순차적으로 배열한 것이다. 고객이 서비스를 이용하는 여정을 시각화하는 방법이다. 고객이 서비스를 경험하게 되는 과정을 정의하고, 그 과정에서 생기는 고객 체험을 시각화하기 위해 사용된다. 서비스디자인에서 고객여정맵은 영화에서의 시나리오와 같은 역할을 한다고 할 수 있다.

4) 퍼소나(Persona)

가상의 캐릭터를 구체적 실체가 있는 특정인으로 의인화하는 것을 말한다. 인물을 설정하여 설명을 붙이고 구체적인 성격적, 상황적 조건을 설정한다. 브레인스토밍이나 고객여정맵, 시나리오 등을 작성 할 때 사용자를 대표하는 사람을 정함으로써 논의의 방향이 다른 곳으로 가지 않도록 한다.

5) 서비스디자인(Service Design)

서비스를 구성하는 다양한 각 요소(서비스의 콘셉트, 절차, 시스템, 사용자와의 접점 등) 또는 이 모두를 전체적이면서도 맥락적인 관점에서 파악하여 이해관계자간 잠재된 요구를 포착하고 이것을 창의적이고 협력적인 디자인 방법을 통해 가시화함으로써 고객이 제품과 서비스를 이용하는 경험적 가치를 혁신적으로 향상시키는 방법 및 분야.

※ 출처 : 서비스디자인 동향과 정책방향, 2010, 한국디자인진흥원

첫 인 쇄	2011년 5월 30일
발 행 처	한국디자인진흥원 정책기획실
발 행 인	김 현 태
주 소	경기도 성남시 분당구 아탑동 344-1 코리아디자인센터 한국디자인진흥원 031) 780-2041
웹 사 이 트	한국디자인진흥원 http://www.kidp.or.kr 디자인DB http://www.designdb.com
프로그램 운영	DOMC http://www.domc.or.kr 02) 6104-4836
편집 및 디자인	(주)소크리에이티브 http://www.socreative.co.kr 02) 554-2466

이 보고서는 지식경제부에서 시행한 디자인기술개발사업의 기술개발 보고서입니다.
이 내용을 대외적으로 발표할 때에는 반드시 지식경제부에서 시행한 디자인기술개발사업의 결과임을 밝히야 합니다.