

라이프스타일에 따른 자동차 인테리어 발전 방향에 관한 연구 - 노인운전자 중심으로 -

A Study on Proposed direction of car interior design driven by individual lifestyle

정미선, 류승훈, 윤상훈, 김철수, 박영목, 인식일
국민대학교 테크노디자인전문대학원 산업디자인전공

Jung, Mi-Sun Ryu, Seung-Hoon Yoon, Sang-Hun
Kim, Chul-Soo Park, Young-mok In, Suk-Il

Dept. of Industrial Design, Graduate School of Techno
Design, Kookmin University

박종서
주) 현대 자동차

Park, Jong-Suh
Hyundai Motor Company Inc.

• Key words: life style , Medical service , scenario

1. 서론

1-1. 연구배경 및 목적

사회, 문화적으로 개인이 존중되는 경향이 승용차에도 영향을 주고 있다. 기본 기능인 주행, 안전 이외에도 개인의 감성을 만족 시켜주기 위한 변화가 요구되고 있다. 고령화 사회에 접어들면서 경제력을 갖춘 실버 세대는 새로운 핵심 소비자 계층으로 대두되고 있다. 21세기의 실버 세대의 소비자들은 왕성한 생활의욕을 가지고 소비활동에 적극성을 보이고 있다. 노년기는 제3기의 인생으로 인식되어 지속적인 사회참여나 경제적인 활동, 자아실현을 위한 활동을 적극적으로 하고 있다.

1-2 연구의 내용 및 방법

노인의 신체적 특성을 배려한 자동차 인테리어의 구조적, 기능적 해결을 위한 방법으로 상황전개, 시나리오 도출, 설문지, 인터뷰 등의 방법으로 연구 하였다

본 연구는 노인의 신체적, 심리적 특성 그리고 라이프스타일에 대한 조사를 기반으로 노인 운전자를 위한 인테리어요소 발전 방향에 대해 연구를 진행하였다.

2. 본론

2-1 노인의 라이프스타일 연구

고령화 사회가 도래하면서 노인의 경제력이 커지고 활동적으로 변하고 있다. 일반 운전자를 대상으로 디자인된 기존의 자동차는 노인에게 신체적, 심리적으로 불편함을 초래할 수도 있다. 본 연구는 노인의 라이프스타일 연구를 통해 승용차의 인테리어를 제안할 수 있는 기반을 마련한다.

2-2. 소비시장의 흐름

경제 환경의 변화 : 21세기 우리의 소비생활 환경에 직접적인 영향을 미치게 되는 경제 환경의 변화로는 '시장의 개방과' '세계화'의 물결을 들을 수 있다. 시장의 개방과 세계화의 물결은 소비시장의 국경을 없애고 생산체계의 국제적 전쟁을 초래하는 '소비와 생산시장의 새로운 경제혁명'으로 대변된다.

과학기술적환경의 변화: '제 3의 물결'로 표현되는 현재의 정보화 사회는 과학기술환경의 변화와 발전이 뒷받침되어 나타나게 된 사회이다. 정보화 사회에서는 생산의 주요 요소가 '정보'가 되고 산업의 중심도 '지식 산업'으로 이동하고 있다. 21세기에는 지식과 정보산업의 발달이 기업의 성공가능성에 지

대한 영향을 미치게 될 것이다. 즉 세계경제는 20세기의 중화학 공업을 위주로 한 '산업경제 시대'에서 21세기의 '지식 경제 시대'로 이행하고 있는 것이다.

인구통계환경의 변화: 미래 소비자들의 소비지출패턴을 예측하기 위해서 가장 흔하게 사용되는 방법은 과거와 현재 소비자의 지출패턴의 추세분석이라고 할 수 있으며, 여기에 인구 통계학적 요인과 그 변화의 동향을 함께 고려하게 된다. 이에 따라 높은 교육 수준과 다양한 욕구를 가진 신세대 소비자와 노인 소비자가 새로운 주요 소비계층으로 나타나게 되며 소비시장에서는 이들을 목표고객(Target client)으로 하여 새로운 변화들이 다양한 모습으로 나타나고 있다.

3. 자동차 분류에 따른 사용자의 유형구분

본 연구에서는 국내 승용차 회사들이 웹 상에서 구분해 놓은 분류방법을 사용하여 나누었다. 국내에서 생산되는 승용차는 경차, 중형, 대형으로 나뉘어 지며, RV는 MPV, SUV로 나뉘어지며, 그 외로 스포츠카로 나뉘어 질 수 있다. 차량 분류별 사용자 층의 라이프스타일과 각 차량의 인테리어의 조사를 통해 향후 승용차 인테리어에 있어서 디자인될 필요가 있는 요소들을 추출하였다.

4. 승용차 인테리어 디자인 경향 분석

4-1 승용차에 있어서 인테리어 개념

일상생활 가운데 승용차의 이용시간 비중이 커지면서 승용차 인테리어 디자인의 중요성이 커지고 있다. 인테리어 디자인이란 장래동향, 사회 필요성, 인간공학 등을 바탕으로 실내의 쾌적한 거주공간의 설정과 쾌적한 이미지를 종합적으로 추구하여 내부공간의 종합기획을 행하는 것이다. 인테리어 디자인의 요인으로는 예방 안전, 충돌시의 안전, 인테리어 디자인의 소재 등이 있다.

4-2. 승용차 인테리어 디자인의 경향 분석

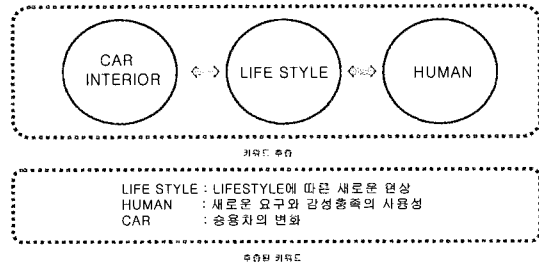
승용차 디자인은 용도에 따라 여러 종류의 승용차로 분류된다. 승용차 디자인을 용도별로 분류하는 것은 결국은 사용자인 사람의 라이프 스타일에 의해 분류가 되는 것이다. 2002년에 개최되었던 모터 쇼 중 뉴욕 모터 쇼, 제네바 모터 쇼, 파리 모터 쇼, LA 모터 쇼 그리고 디트로이트 모터 쇼에 공개되었던 신형 양산 승용차와 컨셉 승용차를 중심으로 패밀리 승용차, 스포츠 승용차 그리고 럭셔리 스포츠카로 분류를 하여 최신 승용차의 트렌드를 살

펴 보았다.

5. 승용차 인테리어 디자인의 발전 방향

'미래의 승용차 인테리어는 어떻게 변화할 것인가?'

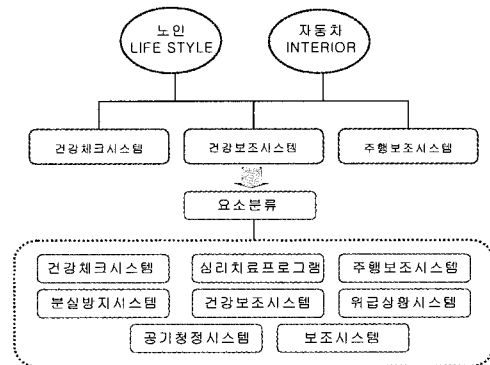
승용차와 인간의 관계, 인간과 Life Style의 관계를 우선적으로 분석한 다음, 인간의 감성적 만족을 전제로 한 승용차와 Life Style의 관계를 분석하여, 3 가지 요소의 관계성을 통해서 미래의 승용차 인테리어가 어떻게 변할 수 있을 것인가에 대한 예상 결과를 추정할 수 있다.



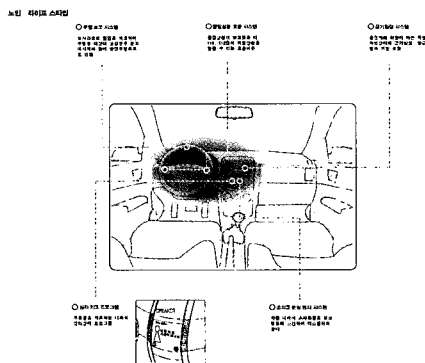
[그림 1] 키워드 추출

6. 인테리어의 Life Style로 부터의 제안

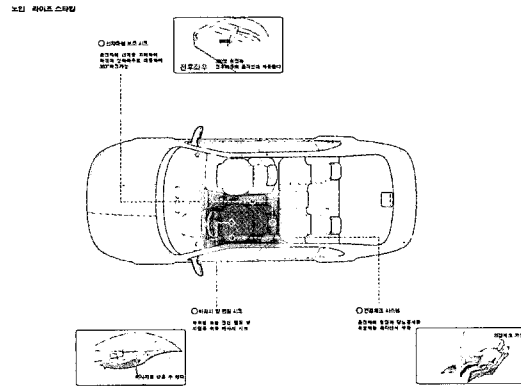
노인의 신체적 특성을 배려하여 핸디캡을 극복하기 위해 노인의 라이프스타일을 중심으로 자동차 인테리어의 구조적 또는 심리적 해결책을 상황전개 시나리오로 도출하였다.



[그림2] 시나리오 도출과정



[그림3] 인테리어 제안1



[그림 4] 인테리어 제안2

3. 결론 및 향후 연구 과제

고령화 사회에 접어들면서 경제력을 가지고 있는 실버 세대는 새로운 핵심 소비자 계층으로 주목 받고 있다. 현재의 실버세대는 지속적인 사회 참여나 경제적인 활동, 자아실현을 위한 활동을 적극적으로 하게되었다. 이전의 노인세대와는 사회, 경제적으로 부각되고 있기 때문에 그들의 특성을 정확히 파악한 자동차 인테리어 디자인이 필요하다. 본 연구는 노인의 신체적, 심리적 특성에 맞는 승용차 인테리어 개발을 위해 다양한 방법으로 라이프 스타일을 연구하여 새로운 인테리어 제안을 하였다. 향후 연구 과제로서 휴식공간, 의료서비스, 사회성을 높일 수 있는 다양한 콘텐츠 개발과 인테리어내의 건강 보조 시스템과 주행보조 시스템을 기반으로 한 노인을 위한 자동차 인테리어 요소들에 대한 연구가 더욱 더 활발히 진행되어야 할 것이다.

참고문헌

- 배철형, 이영진, 노인의학, 고려의학 1996
- 최혜경, 정순희, 노인과 실버산업, 동인, 2001
- 문숙재, 여윤경, 소비자트렌드21세기, 시그마 프레스,2001
- 김용선 외, 노화와 질병, 인제대학교 출판부, 1999
- 이정모 외, 인지심리학, 학지사, 1999
- 사회통계조사보고서, 통계청, 1999
- 김미미자, 감성공학, 디자인 오피스, 1998
- 나까마찌 미주오, 감성공학, 상조사, 1999
- 사토구니오, 히라사와 데츠야, 감성마케팅, 그린비, 1998

• 본 연구는 현대자동차와의 산학 프로젝트의 일환으로 감성 지향적 자동차를 개발하기 위한 기반조사 단계로서 노인을 위한 인테리어 연구 및 시나리오 분석과정에서 연구내용을 추출하였다.