

여성 운전자의 라이프 스타일을 고려한 자동차 인테리어에 관한 연구- 자동차 편의장비를 중심으로
A Study on Car Interior Design Tailored to Lifestyle of Female Drivers - Focused on the Facilities in Car

한유정, 오선아, 류형곤, 김철수, 박영목, 인석일
 국민대학교 테크노디자인전문대학원

Han Yu-Jeong, Oh Sun-Ah, Ryu Hyoung-Gon,
 Kim Chul-Soo, Park Young-Mok, In Suk-Il
 Dept. of Industrial Design,
 Graduate School of Techno Design, Kookmin University
Park Jong-Suh
 Hyundai Motor Company Inc.

박종서
 (주) 현대자동차

• Key words: Female Drivers, Lifestyle, Telematics

1. 연구 개요

여성의 사회진출이 증가함에 따라 소비주체로서의 여성의 힘이 커졌으며 마케팅 전반에 여성시장의 중요도가 강조되고 있다. 그럼에도 불구하고 자동차 디자인에 있어서는 여성운전자에 대해 충분히 고려되지 않고 있는 실정이다. 자동차 구매에 있어서도 여성의 구매결정권이 크게 작용할 뿐 아니라 여성 자가운전자가 급증하고 있는 실정을 고려할 때 이는 당연히 개선되어야 할 부분이다.

또한 디지털 기술은 그 적용 영역이 확대되어 길안내, 위험관리 등의 서비스를 제공함으로써 자동차 기능 및 인테리어까지 그 영역을 넓히고 있다.

따라서 이 연구는 강력한 소비주체인 여성의 라이프 스타일과 적용 가능한 정보기술을 고찰함으로써 그들의 필요와 감성적 욕구를 만족시켜줄 수 있는 자동차 인테리어를 제한하는데 목적이 있다.

소비주체로서의 여성의 중요성 및 자동차에 적용되고 있는 정보기술을 조사하여 주요 대상범위를 선정하고, 여성운전자에 대한 인터뷰 및 설문을 통하여 라이프스타일에 대해 고찰함으로써 구체적인 문제점을 분석한다. 시나리오 기법으로 상황을 도출하여 여성 생활의 편의를 더할 수 있는 자동차 인테리어의 방향을 제안한다

2. 사용자와 기술동향에 관한 고찰

2-1. 취업 여성운전자에 대한 이해

여성의 고학력화, 사회활동의 증가, 취업의 증가, 가사노동의 기계화 및 외부화, 출산율의 저하 등으로 여성들이 보다 높은 소득과 자유시간을 즐길 수 있게 되었으며 따라서 소비시장의 중요한 소비계층으로서의 지위를 차지하게 되었다.

취업여성 소비자는 독립적인 경제력을 갖춘 실질적인 소비자라는 점과 주부 소비자는 소비의 실권자로서 오늘날 대부분의 시장에서 제일 강한 영향력을 행사하고 있음을 주목하고, 또한 여성운전자 중 자동차의 필요성이 가장 크다는 점에서 취업 주부를 본 연구의 대상으로 하였다.

신세대 여성은 가치관 면에서 '나만의 것'을 주장하는 차별화 성향, 자기표현 성향이 뚜렷하며 서구식 합리주의가 어느 정도는 체질화되어 있다. 양보다는 질을 중시하며 감성이나 욕구도 대중적인 것에 만족하지 않고 개인적으로 차별화, 다양화 되는 것을 원한다.

또한 이들 신세대 취업주부 계층은 전통적인 가치관이나 성

역할에 대한 기존의 구분방식에 거부감을 보이며, 소비문화의 변화를 주도하고 있다. 심야쇼핑, 생필품 등의 구입단위의 대량화, 자동차를 이용한 레저문화, 해외여행의 보편화 등의 생활문화를 확대, 발전시킨 주체가 이들이라 할 수 있다. 가전제품의 대형화, 고급 수입가구 소비의 증가 등도 이들의 편의 추구적, 감각적, 고급지향적 소비행태에 기인한 것으로 볼 수 있다.

그러나 이들 취업주부층은 가사와 육아, 직장생활을 병행하는데 따른 절대적 시간의 부족으로 좀처럼 자기계발이나 재충전을 위한 충분한 기회를 갖지 못하고 있다. 따라서 이러한 부분을 도와줄 수 있는 디자인은 이제 필수 요소라고 할 수 있을 것이다.

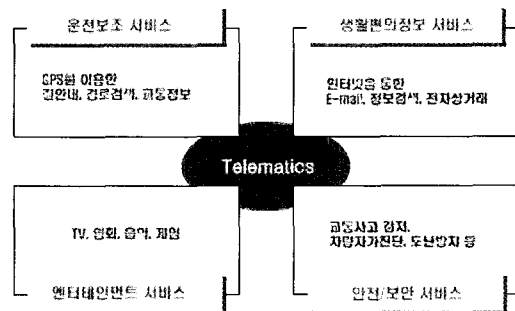
2-2. 텔레매틱스 기술동향

GPS 기술을 자동차에 접목시킨 카네비게이션에 이어 텔레매틱스(Telematics) 시스템이 고급차량을 시작으로 확산 적용되고 있다. 텔레매틱스(Telematics)는 통신(Telecommunication)과 정보과학(Informatics)을 합친 신조어로서 다중 미디어 커뮤니케이션을 가능하게 해주는 서비스로 무선 네트워크를 통해 운전자에게 운전정보는 물론 다양한 생활정보를 실시간으로 제공해주는 차세대 자동차 기술이다.

텔레매틱스의 주요 기능으로는 운전보조 서비스, 생활편의정보 서비스, 엔터테인먼트 서비스, 안전/보안 서비스 등이 있다.

여성의 부족한 지리,공간감에 대한 보조역할과 각종 생활정보의 제공은 현재 제공되는 서비스 수준으로도 바쁜 취업주부에게 많은 도움이 될 것이다.

[그림 2-1] 텔레매틱스 주요 기능



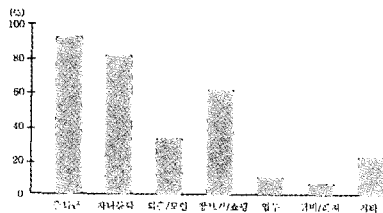
3. 조사 및 분석

여성 운전자의 라이프 스타일 조사를 위해 30대의 자녀를 둔 취업 여성을 대상으로 인터뷰 및 설문조사를 실시하여 승용차 이용시 주로 사용하는 기능과 새로운 기능에 대한 Needs를 추출하였고 이를 바탕으로 새로운 부가기능들을 제안하고 편의장비로서의 텔레매틱스 적용에 대한 가능성을 컴퓨터 시뮬레이션을 통해 알아보았다. 조사결과에 대한 분석과 함께 시나리오를 설정, 실제 생활에서 자녀를 둔 여성 취업자를 위한 편의장비로서의 텔레매틱스 활용에 대한 제안을 하였다.

3-1. 여성 운전자의 라이프 스타일 조사

30대 취업 여성의 경우 가정 내 2대 이상의 차량을 보유하고 있는 경우가 점차 늘고 있고 여성이 소유한 차량은 자녀의 통학과 쇼핑, 출퇴근용으로 사용하고 있는 경우가 많았다. 특히 전문직의 여성의 경우 개인의 경제력이 높아지면서 가게 구매 의사 결정권 또한 높아졌으며 시간 절약과 편의성 중심의 상품을 지향하고 새로운 정보기기에 대한 이해와 활용도도 비교적 높은 편이었다. 바쁜 아침시간대에 차안에서 하루일과에 대한 준비를 하는 경우가 많았으며 이를 도와주는 차량내의 시스템에 대한 요구가 높았다.

[표 3-1] 승용차 사용도



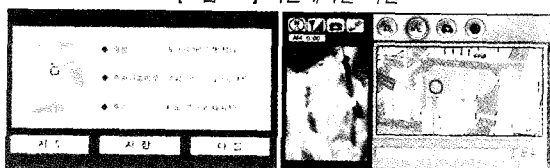
3-2. 편의장비로서 텔레매틱스 기능 조사

텔레매틱스의 주요기능 중 '운전보조 서비스'와 '차량관리/긴급 안전 서비스'를 기본적으로 중요하게 생각했으나 '생활편의정보 서비스'에 대한 요구는 개인에 맞출 수 있는 맞춤 시스템을 원하였고, 차량 내에서의 편리한 통신기능에 대한 욕구 또한 높았다. 텔레매틱스 사용시 필요한 기능과 편리한 사용 환경을 알아보기 위해 라이프스타일 조사를 기반으로 하여 새로운 기능과 항목을 추가, 기능을 인지시킨 뒤 컴퓨터를 통해 시뮬레이션 실험을 하였다

[표 3-2] 텔레매틱스 기능 중요 순위

순위	30대 여성 운전자
1	길안내 서비스
2	위치정보/교통정보
3	긴급구조기능
4	메일 및 통화기능
5	타 기능과의 네트워크

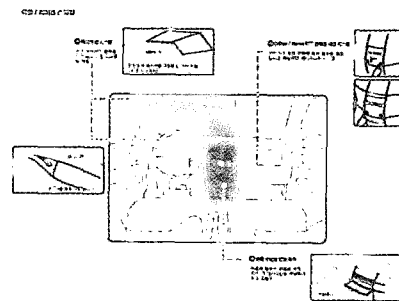
[그림 3-1] 시뮬레이션 화면



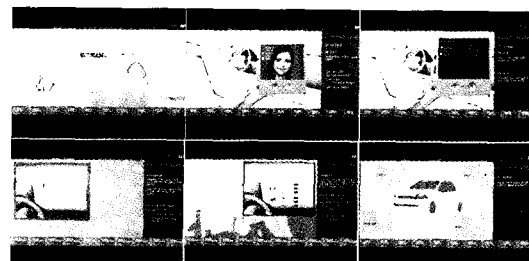
3-3. 분석 및 시나리오 제안

30대 취업 여성 운전자는 가장 바쁜 시간대로 출근시간대를 꼽았으며 출근준비의 마무리는 대부분 차안에서 끝내는 것으로 나타났다. 차안에서 업무스케줄 확인이나 간단한 시사, 생활정보를 얻고 통학하는 자녀와의 대화가 이루어지는 공간이며 퇴근시에는 장을 보거나 가족, 친구들과의 통화가 이루어지는 시간대이며 퇴근 후의 집안일을 계획하는 공간이 된다. 때문에 안전기능과 실속기능을 선호하며 주행시 기능에 대한 명령이나 정보습득에 있어서 음성기능을 선호했으며 차안에서 간단한 업무나 집안일을 계획하거나 손쉽게 조절이 가능한 새로운 기능에 대한 욕구가 높았다. 이러한 결과들을 종합, 'to Home' 'to Office' 라는 새로운 기능을 설정, 텔레매틱스 사용 시나리오를 설계하여 편의장비로서의 텔레매틱스 활용에 대한 제안을 하였다.

[그림 3-2] 사용성에 따른 디자인 제안



[그림 3-3] 사용 시나리오 제안



4. 결론 및 향후 과제

활발한 사회활동으로 인해 소비주체로서 여성의 힘이 커지고, 여성 운전자의 비중이 더욱 확대되어가고 있는 현재, 여성을 위해 개발된 승용차들은 아직도 외형이나 크기 등 단편적인 차별화에서 벗어나지 못한 실정이다. 일과 가정, 두가지를 모두 소화해야하는 현대 여성들의 라이프스타일에 맞춘 정보, 편의, 실용성 등 새로운 기능을 탑재한 승용차 개발이 필요하며 이에 대한 다각적인 연구 또한 계속되어야 할 것이다.

참고문헌

- Car Mobile Navigation System 디자인 연구(결과보고서) : 산업자원부/ 2002. 7
- 이제 텔레매틱스가 자동차 문화를 바꾼다: 진한도서/ 임은모. 2002

※ 본 연구는 (주)현대자동차와 국민대학교 테크노디자인 전문대학원의 산학협동 3차년도 연구내용 중 일부임.