

노인을 위한 제품디자인 개발에 관한 연구

A study on the Product Design for Elderly

한기웅

강원대학교 산업디자인학과

Han, Ki-woong

Dept. of Industrial Design, KWU

• Key words: Universal Design, Elderly products, New Material

1. 서론

[要約]

이 연구의 기본 목표는 노인 용품에 대한 제품의 트렌드와 사용자의 라이프 스타일 분석 등을 초고령사회 단계에 있는 해외 국가에서 추진하여 디자인 개발에 반영함으로써, 국내 실버상품의 국제화를 모색코자 하는데 그 중요한 의미가 있다. 따라서 본 연구에서는 노인용품(복지용품 포함)의 새로운 성향과 사용자의 다양한 니즈(Needs) 파악 등을 보다 성공적으로 전개하기 위하여 세계 최장수 국가 중 하나인 호주에 1년간 파견하여 세계 각국에서 수입되어 판매되고 있는 노인용품 및 복지용품에 대한 판매동향과 실생활 속에서의 제품사용 반응도, 및 주거환경 분석 등을 입체적으로 조사, 분석하여 실효성있는 프로젝트 설정과 디자인 컨셉을 추출함으로써, 국내·외 시장에서 사용자가 선호할 수 있는 전략적 상품개발을 도모하고자 노력하였다. 또한 디자인 전개과정에서도 현지의 관계기관(재활센터, 양로원, 병원 등)과 지속적으로 교류하면서 아이디어 접목에 따른 실효성을 검증받는데 주력하였다. 본 연구개발을 통하여 제안된 결과는 향후 관계기업의 기술검토를 거쳐서 상품화를 추진할 것이며, 보다 현실성 있는 시장조사 분석을 토대로 진행된 신제품 개발이 국내·외 시장에서 좋은 반향을 얻을 수 있을지의 검증은 받는 중요한 계기가 될 것으로 판단된다.

1-1. 연구 내용 및 방법

본 연구에서는 노인용품 중에서 어떤 테마를 설정하여 전개할 것이며, 사용자에게 다가갈 수 있는 컨셉을 설정하기 위하여 일찍이 초고령사회에 진입해 있는 호주의 시장에 직접 파견하여 노인들에게 가장 좋은 반응을 얻고 있는 상품들의 유형 분석과 노인들이 희망하는 미래상품에 대한 제품 트렌드(Trend) 분석을 병행하였다. 특히 현지의 주요 지역(빅토리아주, 뉴사우스웨일주)에 있는 노인관련 시설물들(재활센터, 양로원 등)과 유니버설 용품 판매장에 대한 시장조사 분석을 실시하였다. 이와 같이 현지 시장에 대한 다양한 반응조사를 통하여 개발 프로젝트와 디자인 컨셉을 설정함으로써, 새로운 상품개발에 따른 실패 요인을 최소화 하는데 주력하였다.

2. 현지 시장 조사/분석

2-1. 기존 환경 분석

호주의 노인 인구는 이미 1990년대 중반에 전체 인구의 12%를 차지할 만큼 조기에 고령화 사회로 진입하였으며, 현재는 초고령사회에 진입해 있는 상태이다. 따라서 국가적·사회적 차원에서 노인을 위한 복지제도가 잘 발달되어 있으

며, 노인용품 시장도 크게 형성되어 있는 상황이다.(표 1-1 참조)

[표 1-1] 시드니, 멜버른시의 노인용품(재활용품 포함) 판매장 현황

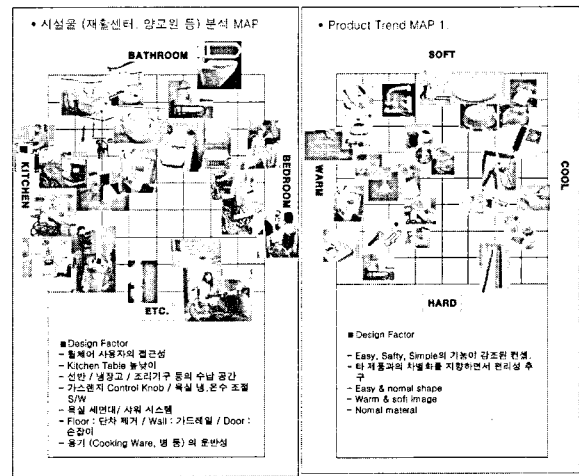
| 유형 | 시드니 | 멜버른 | 비고 |
|-------------|-----|-----|-------|
| 유니버설 용품 판매장 | 65 | 48 | 수입판매점 |
| 재활용품 전문 판매장 | 112 | 70 | " |

※ 자료제공 : Standards Australia

2-2. 환경 및 제품 트렌드 분석

호주는 물론 국내·외 시장에 상품화되어 판매되고 있는 노인용품(복지용품 포함)에 대한 경향 분석은 다음과 같다.

[사진 2-1] 국내·외 환경 분석 MAP 1



2-3. 개발 프로젝트 설정

2-3-1. 프로젝트 설정 조건

- (1) 사용자(노인)와 구매자(노인 혹은 관계자)의 Needs Point에 부합한 제품
- (2) 노인 개개인에게 필요한 제품
- (3) 생산성이 용이하고, cost가 지나치게 높지 않은 제품
- (4) 노인의 건강유지와 연계된 제품
- (5) 노인의 새로운 문화를 리드할 수 있는 제품
- (6) High Technique의 기술을 요하지 않는 제품(개발 기업의 기술적 측면 고려)

2-3-2. 개발 아이템 설정

이상과 같이 시장 조사/분석을 통하여 추출된 제요소와 프로젝트 설정 조건 등을 토대로 선정된 다양한 예상 프로젝트 중 최종적으로 선택한 개발 아이템은 표 2-2와 같다.

[표 2-2] 최종 선정된 개발 아이템

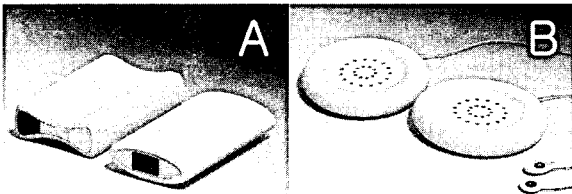
| 아이템 | 기본 컨셉 | 비고 |
|-----------|--|---------------------------------|
| 안마를 겸한 베개 | - 새로운 소재(Material)의 접목과 기능(Music)의 다양화를 연계하여 편안한 Sleeping이 되도록 함. - 신개념의 형태와 건강유지도를 도울 수 있는 Factor 도입 | - Soft하면서도 기능성 유지할 수 있는 소재 개발 중 |

3. 디자인 개발

3-1. 디자인 컨셉

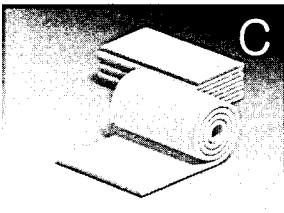
1. Easy, Simple, Saftly가 녹아 있는 컨셉
2. Natural or Soft material의 접목
3. 세심한 Human Scale의 고려
4. 생활용품 + Health ware 겸용
5. 항상 가까이 할 수 있으며 선물용품으로 적합한 제품
6. 무겁지 않고 휴대나 운반이 용이한 제품
7. Communication 역할이 부가된 제품

3-2. 최종 디자인 안(案)



- Design Factor
- 새로운 소재의 접목
- 기능 : 안마, 라디오
- 요철 도입을 통한 Pair 개념 도입

- Design Factor
- 양형과 단결합으로 SET화 처리
- 기능 : 안마, 라디오
- Remote Control 방식 채택



- Design Factor
- 사용자의 니즈에 부합하는 자유로운 구조
- 기능 : 안마
- 박문형의 진동 시스템 채택

4. 결론

이상과 같이 노인용품의 시장이 잘 형성되어 있는 호주에서 1년간 거주하면서 세계 각국의 상품들을 분석하고, 현지의 노인들에 대한 라이프 스타일 분석과 관계기관 등의 반향 조사를 종합하여, 개발 프로젝트로 설정된 안마를 겸한 베

개 디자인의 최종 결과물인 렌더링 A, B, C type을 토대로 현지의 전문점 판매인(55명)에게 각각의 디자인 안에 대한 특성을 설명하고 실시한 선호도 투표에서 얻어진 결과는 표 4-1과 같다.

[표 4-1] 최종 디자인 안의 선호도 조사

| 디자인 안 | 선호인 수 | 퍼센트(%) | 비고 |
|-------|-------|--------|-------------|
| A 안 | 31 | 56 | 라디오 기능 선호 |
| B 안 | 8 | 15 | |
| C 안 | 16 | 29 | 박판 안마 기능 선호 |

디자인 전개과정에서 기능성에 대한 검토는 가격 상승 요인과 연계되어 많은 검토 과정을 거치는 중요한 변수로 작용하였다. 특히 라디오 기능을 채택하는 과정에서는 개발 기업과의 많은 의견 교환을 통하여 결정된 사항으로, 원가 상승과 사용자의 니즈(Needs) 사이에서 과연 상품성의 가치가 어느 쪽에 치우치는지에 대한 검토가 적극적으로 반영되었다. 판매자의 투표 결과에서도 나타나고 있듯이, 안마의 기능과 함께 음악을 들을 수 있는 라디오 기능의 선택은 세일즈 포인트로써 중요한 역할이 기대되는 부분이다. 향후 기업에서는 최종 디자인에서 제시하고 있는 신소재에 대한 적극적인 검토와 안마 및 라디오 기능의 채택에 따른 기구 개발 등을 거쳐 2005년 상반기에 신상품으로 선보일 예정이다. 서론에서도 언급했듯이, 현지에서 사용자와 관계기관의 여론 등을 수렴하여 개발된 노인용품 디자인이 국내·외 시장에서 어떤 반응을 얻어낼 수 있을지를 기뻐하는 새로운 전기가 될 것으로 판단된다. 우리의 상품들이 세계 시장에서 경쟁력을 갖춘 전략 상품으로 거듭나기 위해서는 이와 같은 적극적 마케팅 공략을 통한 상품 개발의 기회가 더욱 확대되어야 할 것으로 사려 된다.

참고문헌

- William K. Wasch, Home Planning for your Later Years, BCP press, 1993
- Creative publishing International, The Accessible Home, printed by Quebecor world, 2003
- James J. Pirkl, Anna L. Babic, Guidelines and Strategies for Designing Transgenerational products, Syracuse Univ. press, 1988
- Margaret Wyld, Adrian Barom-Robbins and Sam Clark, BUILDING FOR A LIFETIME, The Taunton press, 1994
- Vitra Design Museum, DESIGN BERLIN, GZD press, 2003

※ 본 논문은 2002년도 강원대학교 기성회비 지원에 의하여 연구되었음