

자동차 Key Holder 디자인 개발에 관한 사례연구

A Study of Auto car Key holder Design

오성진

경민대학 산업디자인과

Oh, Sung-jin

Dept. of Industrial Design, kmu

제 1 장 서론

캐릭터를 이용한 상품들이 속속 등장하고 있으며 그 수를 헤아리기 힘들 정도로 많아 졌고 실제로 성공한 사례도 적지 않다. 팬시용품을 비롯한 여러 가지 제품에 적용되는 캐릭터는 그 부가가치 면에서도 과소평가할 수 없다. 그러므로 본 연구에서는 이러한 캐릭터를 활용한 상품연구에 있어서도 자동차 Key Holder 에 부착하여 사용할 수 있는 캐릭터를 연구하고자 한다. 먼저 캐릭터 산업의 개발 현황 및 개발 사례를 살펴보았으며 자동차용 Key Holder 캐릭터에 대한 설문조사를 실시하였다. 다음으로 설문조사 결과에 따른 CONCEPT을 설정하였으며 이에 따른 IDEA 전개를 실시하여 몇 가지 최종 시안을 제안하였다.

제 2 장 연구 목적

제 1 절 연구 방법

본 ITEM은 일반적인 캐릭터 개념을 전제로 하여 자동차 Key에 부착하여 사용하는 것으로 열쇠고리라는 본원적인 기능 외에 악세사리로서의 추가적 의미를 부여하여 상품가치를 높이고자 하는데 목적이 있다. 연구 방법에 있어서는 먼저 기존 캐릭터의 시장 조사와 함께 개발 현황을 파악하고 그 개발 사례와 함께 소비자에 대한 선호도를 파악하였다. 캐릭터에 대한 선호도 파악은 설문지를 통해 실시되었으며 그 후 설문조사 내용에 따라서 디자인 의도를 상정하고 IDEA SKETCH를 진행하였다. 진행된 아이디어는 재차 선호도 검증을 통해 선호 빈도수가 비교적 높은 안을 선택하여 최종 시안으로 제시하였다.

제 2 절 국내 캐릭터 산업의 개발 현황

1. 환경운동연합 캐릭터 디자인 개발 사례

환경 친화적인 요소를 강조하기 위해 'clean & cute & Active' 라는 컨셉을 도출하여 귀엽고 친근하며 활기가 넘치는 이미지를 형상화하였다. Main Color는 Green을 사용하여 신선하고 푸른 울창한 숲을 상징한다. 전체적으로 하늘과 땅의 깨끗한 지구를 간직하는 의미를 가지고 있으며 다양한 표정 변화를 위해 눈의 형태를 과장하였다.

제 3 절 국외 캐릭터 디자인 개발 사례

1. 디즈니와 MAGIC 디자인개발 사례

디즈니가 캐릭터 라이선싱을 허가할 때 가장 염두에 두는 점도 역시 Magic과 Fun 이다. 디즈니 캐릭터를 통해 사람들에게 즐거움과 기쁨 그리고 매직을 선물하겠다는 기본 철학으로 라이선싱 산업의 품목을 엄격하게 제한하고 있으며 또한 그때그때 사람들의 취향에 맞춰 캐릭터의 라인을 변형시킨다. 오랜 세월동안 디즈니사가 캐릭터 시장을 독점하고 있는 이유는 무엇보다 Magic 과 Power 영향이 크다고 볼 수 있다.

제 3 장 기존 자동차용 Key Holder 조사

제 1 절 자동차용 Key Holder 시장조사

자동차용 Key Holder의 연령별 분포는 30대가 많이 소유한 것으로 조사되었고 자동차 Key를 소지한 사람 중 약 60%가 Key Holder 캐릭터를 가지고 있었다. 조사방법은 무작위로 인터뷰하는 방법을 통하여 악세사리 소지유무를 파악하였고 공공 주차장에 보관되어 있는 자동차 Key를 sample로 추출하여 조사하였다.

제 2 절 기존 자동차용 Key Holder 선호도 조사

자동차를 소유한 사람 중 자동차용 Key Holder 는 가족으로 된 형태와 금속으로 만들어진 형태가 많았으며 디자인은 단체 마크를 상징하는 평면적인 그래픽 형태가 주를 이루고 부조형 캐릭터 모양을 소지한 경우도 많았다. 대체로 간편한 모양으로 얇고 호주머니에 넣어도 튀어나오지 않는 것을 선호하는 것으로 나타났고 그리고 최근에 유행하는 것은 투명한 아크릴 속에 자기 사진이나 가족사진을 넣은 자동차 Key Holder 캐릭터가 많은 것으로 조사되었다.

제 4 장 자동차용 Key Holder캐릭터에 대한 설문조사

제 1 절 SPSS 통계 패키지를 이용한 조사

- 조사대상 : 18세부터 55세 남녀(81명)
- 표 본 단 위 : 20세부터 50세 남녀(75명)
- 조사 방법 : 일대일 개별 면접
- 범 위 : 서울시 거주
- 샘플링 방법 : 단순무작위 표본추출법
- 남녀 성비 : 남자 - 69%, 여자 - 11%

→ 모집단은 조사의 편의상 랜덤하게 면접방식으로 이루어졌으며 자동차 Key Holder 소유여부에 상관

없이 무작위 적으로 표본을 추출하였다.

제 2 절 SPSS 통계 패키지에 의한 조사결과

- 모집단위 연령별 분포 : 20대 ~ 50대
- 소유하고 있는 Key Holder Type: 무난하고 튼튼한 것을 선호하는 경향으로 가죽형이 15.2%, 평면적인 캐릭터 형태는 13.4%를 차지하였다.
- 향후 일반 Key Holder를 구입할 때 가지고 싶은 형태
 - 평면적인 캐릭터 형태 : 39.8%
 - 가죽으로 된 형태 : 27.5%
 - 단체 마크형태 : 19.8%
 - 기타 : 12.9%
- 원하는 Key Holder Type
 - 기하학적 모양 : 45.5%
 - 만화주인공 모양 : 20.9%
 - 인기스타 모양 : 18.6%
 - 동물모양 : 15%

제 5 장 설문조사 결과에 따른 CONCEPT설정

제 1 절 주 고객 DESIGN CONCEPT설정

20대부터 30대를 중심으로 기능적으로는 정전기를 제거할 수 있고 형태적으로는 기하학적이고 입체적인 것과 함께 평면적인 캐릭터를 응용한 자동차용 Key Holder를 요구하므로 IDEA KETCH전개를 한 후에 기하학적인 측면에 포인트를 두었다.

1. 자동차용 Key Holder캐릭터 IDEASKETCH.

그림① 팽이



그림② 병아리



그림③ 반딧불



그림④ 꿀뚜기연



제 2 절 IDEA SKETCH에 의한 선호디자인 파악

IDEA SKETCH를 통 190개 산출한 후 디자인을 설문조사 결과에 주안점을 두어 전개하였고 남녀 40명에게 IDEA SKETCH를 노출시켜 선호하는 디자인을 1인당 5 개까지 무작위로 선택 할 수 있도록 하였다. 또한 선택된 IDEA SKETCH 중 5번 이상 체크된 것을 관심 대상으로 삼았으며 가공성과

재료 적인 측면을 고려하여 형상화로 유도하였고 5 번 이상 체크된 것 중 다중 체크된 것을 가장 선호도가 높은 것으로 처리하였다.

1. 자동차용 Key Holder 캐릭터의 최종 제안

그림① 반딧불



그림② 팽이



제 6 장 결론

본 논문은 자동차용 Key Holder 캐릭터를 단지 디자인으로 마무리하는데 의미가 있다기보다는 기존 캐릭터 시장의 브랜드와 선호도를 파악한 후 향후 Trends, 소비자의 Needs에 부합되는 캐릭터를 형상화시키는 방법에 주안점을 두었다. 특히 소비자에게 자동차 Key Holder의 캐릭터에 대한 선호도를 실증적으로 조사하였다는데 의의를 두는 한편 시각정보전달 매체 분야에서 소비자 선호도를 정성적으로 밖에 도출할 수 없는 한계점을 최대한 극복해 보기 위해 통계패키지를 이용 하여 가급적 정량화 시키는 방법으로 캐릭터를 가시화 시켜 보았다는데 중요도를 두었다. 또한 설문조사 방법이 있어 모집단 범위를 너무 한 직업 위주로 편중시켜 모집단의 대표성에 있어 신뢰도 수준이 높지 않음을 밝혀두며 설문지 항목간 변별력에 다소 객관성이 떨어짐을 한계점으로 지적해 둔다.

참고문헌

- 전자파 차단용 핸드폰 악세'사리 DESIGN PROJECT 보고서 한국산업디자인 진흥원.1998.
- 디자인 신문 278호 .1999.3
- '99경주캐릭터 박람회 홍보자료, 한국캐릭터디자이너협회 .1999.
- DESIGN NET. 디자인 하우스 .1997