

# 디자인리서치를 통한 어린이용 휴대폰디자인기획

## Design Planning for Children's Mobile Phone through Design Research

김경진

엠브레인 NPD 컨설팅팀

Kim, Kyoung Jin

NPD Consulting Team, MR Dept., Embrain

나 건

홍익대학교 국제디자인전문대학원

Nah, Ken

IDAS

• Key words: Design Methods, Design Research, Lifestyle Needs, Mobile Needs

### 1. 서론

휴대폰 시장이 급속도로 성장하고 있는 요즘, 캠퍼폰 비트 박스폰, 블루투스폰 등 기술의 발전에 따른 제품의 혁신적 발전 추세가 나타나고 있다. 또한 실버폰, 키즈폰, 거울폰 등 휴대폰 사용자를 연령 혹은 성별 등의 특징에 따라 세분한 목표 사용자(Target User)를 위한 휴대폰 디자인도 하나의 큰 흐름으로 자리 잡고 있다. 최근 휴대폰 시장의 관심이 1318에 집중되고 있는데 특히 초중등학생들의 휴대폰 이용이 증가하고 사용행태가 다양해짐으로써 이들의 라이프스타일을 연구하고 니즈(Needs)를 정확히 파악하여 이에 부합하는 제품디자인을 기획하는 것이 중요한 과제가 되고 있다.

#### 1-1. 연구 목적

본 연구는 향후 휴대폰 시장에서 중요한 사용자로 자리 잡을 것으로 예상되는 초중등학생들에 대한 이해를 위한 디자인 리서치에 기반하여 이들의 라이프스타일 및 모바일 니즈에 기반한 휴대폰 디자인 기획에 초점이 맞추어져 있다.

#### 1-2. 연구 방법 및 프로세스

이러한 연구를 위해 최적의 디자인기획프로세스를 설계하고 연구 목표에 맞게 연구대상자를 선정하여 디자인기획을 하였다. 본 연구에 적용된 디자인리서치방법은 문헌조사, 타운워칭, 포토다이어리, 심층인터뷰 등 4가지 단계로 구성되었다. 연구대상자는 서울의 강남과 강북, 대전의 대덕연구단지 등에 거주하고 있는 만10세 이상 만14세 이하의 초중등학생을 대상으로 했으며 선도적 라이프스타일 및 휴대폰 다량이용 등의 특성을 가진 학생들을 대상으로 설계에 의한 조사 분석을 실시하였다.

### 2. 조사 분석

#### 2-1. 사회 문화적 특징

연구대상자들에 대한 전반적인 이해를 돕기 위해 문헌연구를 통해 다음과 같은 사회 문화적 특징을 알 수 있었다.

첫째, 개인화(Personalization)다. 현대의 어린이들은 어느 세대보다도 강한 개성을 가지고 있어 휴대폰 사용행태에서도 개인화(Personalization) 양상이 뚜렷하게 나타나고 있다. 둘째, 도형, 기호 혹은 다른 언어의 일부를 사용하여 매우 파괴적이며 창의적인 방법으로 한글 커뮤니케이션을 하는 외계어(Alien

language)다. 이는 초중등학생들 사이에서 만연하여 강한 개성과 의식을 표현하고자 하는 잠재된 니즈로 분석된다. 셋째, 기술수용성(Technology Adoption)이다. 어떤 세대 보다도 빠르게 휴대폰 자판을 익히고, 게임을 설치하며, 빠르게 디지털 카메라를 사용법을 익혀 부모님에게 설명해 주기도 하는 디지털 기술 수용성이 높으며 새로운 기술을 습득하고 그것을 잘 이해하고 활용하면서 우월감을 갖고 있다.

#### 2-2. 라이프스타일 분석

타운워칭, 포토다이어리, 심층 인터뷰의 각 조사 결과를 종합한 결과 연구대상자들의 행동 (Activity), 환경 (Environment), 상호작용 (Interaction), 소지품 (Object), 사용자 (User)의 욕구 등을 분석하였는데 큰 특징은 다음 세 가지로 요약될 수 있다. 첫째, 친구/또래 집단을 중요하게 생각한다는 것이다. 또래집단의 행동이 중요하게 생각하며 따라 하고, 커뮤니티 형성에 관심이 많다. 둘째, 개성 표현에 대한 니즈가 많다. 휴대폰을 스티커로 꾸미거나 패션과 악세서리에 관심이 많아 화장품을 세트로 구매하는 경우도 많다. 셋째, 놀 거리의 부족함과 놀이에 대한 니즈가 많다. 그래서 연령제한이 없는 노래방, PC방, 영화관 등이 이들 사이에서 인기가 있으며 게임을 좋아하여 어디서든 게임을 즐기고 싶어 한다.

#### 2-3. User Needs 분석

또한 사용자욕구(User Needs)에 관한 다음과 같은 핵심적인 Insight가 발견되었다.

(1) 인터랙션(Interaction): Chatting> 주소록등록> SMS> 벨소리 선물> E-mail> 커뮤니티 형성의 프로세스로 인터랙션을 하며 주로 컴퓨터와 휴대폰을 이용한 커뮤니케이션을 한다.

(2) 엔터테인먼트(Entertainment): 어디서든 컴퓨터를 이용하고 싶어 하고 주로 게임을 하며 CD버전, 모바일 버전뿐만 아니라 배틀넷 게임까지 다양한 버전을 즐긴다. 휴대폰으로도 다양한 게임을 다운로드 즐긴다.

(3) 학습(Learning): 어린이들이 직접 자기가 되고 싶은 미래를 설계하고 목표에 맞는 능력을 키우기 위해 적절한 학원을 자신이 선택하는 경우가 많아지고 있다.

(4) 개성 (Personality): 스티커, 고리 등을 이용하여 자신만의 휴대폰을 가지고 개성을 표현하고 있다. 대체로 자신만의 화장품 세트를 가지고 있으며 친구들과 만나서 노는 이벤트가 있는 날은 진하게 화장을 하고 잔뜩 멋을 내고 신나게 논다.

(5) 우상 (Idolization): 좋아하는 연예인을 우상화하고 그들의 사

진을 수집하거나 팬 카페 활동을 하고 있다. 잘 생긴 이성(지대)을 이상화하기도 한다.

(6) 경제적 구속: 부모로부터 용돈을 받는 것이 이 세대의 대부분의 수입이기 때문에 항상 경제적으로 구속되어 있다고 느낀다.

(7) 문화체험: 방학이 되면 다양한 체험 프로그램에 참여한다. 다양한 문화를 체험하기 위해 국내의 외딴 마을 혹은 멀리 해외로 나가 다양한 문화를 접하고 있다

### 3. 사용자 세그멘테이션

대상자들은 유형에 따라 행태(Behavior)와 욕구(Needs)가 조금씩 다르며 궁극적으로 추구하고자 하는 가치(Value)도 차이가 있어 유형에 따라 콘텐츠 및 서비스가 다르게 제공되어야 한다는 전제 하에 조사에서 수집된 결과를 바탕으로 사용자 세그멘테이션 (User Segmentation)을 실시하였고 다음과 같이 세분화되었다.

#### (1) Self-Manager

자기 관리를 잘 하는 유형으로서, 자신의 원하는 미래상이 뚜렷하고 그것을 달성하기 위해 어디에 정보가 있으며 무엇을 해야 하는 지를 잘 알아 스스로 계획을 세우고 실천한다. 남들보다 우월한 미래를 갖고 싶어 하며 질 좋은 정보를 얻고자 하는 니즈가 많으며 다양한 문화를 체험함으로써 자신이 깊이 있으면서도 폭넓은 이해를 가진 사람으로 성장하기를 원한다.

#### (2) Game Mania

게임을 매우 좋아하는 유형으로서, 하루 일과 중 많은 시간을 게임을 하면서 보내며 대체로 남학생들이 이 유형에 속한다. 이들은 게임을 잘 하는 것이 자신의 능력이라고 생각하고 실력을 키우기 위해 노력하며 다양한 게임을 실감나게 즐기고 싶은 니즈가 있다.

#### (3) Attention-Seeking

남들로부터 주목 받고 싶어 하는 유형으로서, 평범한 것보다는 화려하고 자신을 돋보일 수 있는 독특한 것을 좋아한다. 항상 자신을 남들에게 표현하고자 하며 자신을 차별화시킬 수 있는 디자인과 감성적인 커뮤니케이션을 할 수 있기를 기능을 원한다.

#### (4) Parent-Controlled

부모의 지원과 통제를 많이 받는 환경적 특성을 가진 유형으로서, 다른 유형에 비해 부모의 니즈가 많은 영향을 미친다. 부모는 항상 자녀들의 안전을 걱정하며 모니터링 하고자 한다. 반면 학생들은 부모의 간섭으로부터 자유롭고자 하고 부모의 울타리뿐 아니라 더 넓은 세상에서의 자신의 정체성을 발견하고 싶어 한다.

#### (5) Life-Enjoying

부모가 학생들의 일상에 관심을 갖고 간섭을 하는 환경 속에 있지만 긍정적인 생활태도로 항상 즐거운 일을 찾아 더 재미있게 하루 하루를 살고 있으며 더 재미있게 놀 수 있는 방법을 찾아내어 신나게 즐길 수 있기를 원한다.

### 4. 사용자 유형별 디자인 어플리케이션

자기 관리를 잘 하고 자신의 원하는 미래를 설계하고 그것을 이루기 위해 노력하는 Self-Manager는 문화적이고 교육적인 체험을 원하는 욕구가 있어 디자인 컨셉은 'Educative Experience'로 하여 사전을 번들로 제공하는 것과 편리하고 꼼꼼하게 일정관리를 할 수 있도록 하는 스케줄러를 제안하였다.

Game Mania를 위한 디자인 컨셉으로 Game Driven Experience

를 제안하고 게임을 더 실감나게 즐길 수 있도록 하는 키패드와 액정 등 제품 중심으로 발전시켰다.

남들에게 주목 받기를 원하는 Attention-Seeking을 위한 디자인 컨셉은 Image Boosting이다. 이것은 SMS/MMS 기능을 확대한 어플리케이션으로 발전되었다.

Parent-Controlled를 위해서는 부모가 항상 자녀의 안전을 걱정하고 자녀를 모니터링 하고자 하는 니즈를 충족시켜주기 위해 자녀가 부모와 떨어져 있을 때 자녀의 안전한 상태를 부모에게 전달할 수 있는 디자인 컨셉으로 Safely Networked를 제안하고 모바일 가드(Mobile Guard)라고 하는 서비스 아이디어로 발전시켰다.

Life-Enjoying을 위해 Rich Enjoying을 디자인 컨셉으로 제안하였다. 이것은 음악관련 콘텐츠를 풍부하게 제공함으로써 항상 '더 재미있게 놀고 신나게 즐길 수 있도록 디자인컨셉을 제안하였다.

### 5. 결론 및 향후 과제

본 연구 대상자들을 사용자 유형별로 다양한 라이프스타일과 니즈를 가진 점을 중점적으로 분석하여 그들의 라이프스타일 및 모바일 니즈를 분석하고 사용자를 유형별로 세분화하여 각 유형에 맞는 휴대폰 디자인 컨셉을 제안하였다.

향후 본 연구를 발전시켜 사용자들의 잠재 니즈를 심도 있게 분석하기 위해 Key Needs 분석 혹은 래더링 분석 등을 시도하고자 하며 이러한 방법을 통해 핵심 니즈 도출에서 나아가 커뮤니케이션 전략을 얻을 수도 있을 것으로 기대된다.

#### 참고문헌----> 스타일이름 : 요약제목

- Elissa Moses, The \$100 Billion Allowance Accessing the Global Teen Market, John Wiley & Sons, 2000
- Bill Abrahams, The Observational Research Handbook, NTC Business Books, 2000, p xxi
- Hugh Beyer, Karen Holzblatt, Contextual Design: Defining Customer-Centered Systems, Morgan Kaufmann Publishers, 1998
- Melinda Davis, The New Culture of Desire, Carlisle & Company, 2002
- L.G. Schiffman, Consumer Behavior, Prentice-Hall Inc., 1987
- Margaret D.LeCompte and Jean J.Schensul, Designing & Conducting Ethnographic Research, Altamira press, 1999, p62
- Biz Stone, Blogging: Genius Strategies for Instant Web Content, New Riders, 2002
- THE WIRE Sep.200, Publishing by WPP Group, bimonthly.
- Eric Bergman, Information Appliances and Beyond: Interaction Design for Consumer Products, Morgan Kaufmann Publishers, 2000
- Robin Landa, Thinking Creatively: new ways to unlock your visual imagination, North Light Books, 1998
- Rolf Jensen, The Dream Society, McGraw-Hill, 1999
- Tom Kelly, Jonathan Littman, The Art of Innovation, ICM, 2001
- Patrick G. Riley, The One-Page Proposal: How to Get Your Business Pitch onto One Persuasive Page, Regan Books; 2002