

감성적인 이미지를 적용한 가습기디자인사례

A case study of humidifier using emotional images

송하영

전북대학교 산업디자인과

형성은

전북대학교 산업디자인과

홍정표

전북대학교 산업디자인과

Key words: Design Process, Humidifier, Emotional

1. 서론

1-1 연구배경 및 목적

가습기는 실 내외의 온도 차가 상대적으로 큰 환절기에 역할이 중요한 제품이다. 일교차가 큰 환절기 일수록 실내 습도가 낮고 건조해지기 쉬운데, 특히 면역력이 약한 어린이나 노약자가 있는 가정, 장시간 앉아서 업무를 해야 하는 사무실의 직장인에게 필요하다. 최근 가습기 시장이 확대되고 가격과 그 기능이 평준화되는 동시에 전문 중소기업들이 차별화된 디자인과 기능을 강화한 제품을 내놓으면서 다양해지고 있다. 또한 감성소비 사회가 대두되고 소비자들은 가격과 단일 기능보다 다기능, 컬러, 디자인, 인테리어 기능 등 감성적이고 디자인적인 요소를 중요하게 생각하고 있다. 이러한 배경 속에서 가습기제품 개발 또한 감성적인 디자인 요소가 반영된다면 소비욕구를 충족시킬 뿐만 아니라 시각적인 아름다움을 줄 수 있을 것으로 예상된다.

본 연구는 기존 가습기 시장의 현황을 배경으로 소비자의 요구를 파악하고, 감성적인 디자인 요소를 반영한 가습기디자인개발 사례이다.



그림 1. 감성적인 컨셉으로 출시된 가습기

2. 연구 프로세스

최근, 감성디자인 이라는 단어가 부각되고 무형의 감성적 가치를 선호하는 소비자가 증가하면서 점차 중요한 디자인트렌드가 되고 있다.

본 연구는 감성적 이미지를 적용한 가습기 디자인 사례연구로 프로세스는 아래의 표와 같다.



그림 2. 디자인 프로세스

3. 이론적 고찰

3-1. 가습기의 종류

가습기는 물을 입자화하여 공기 중에 뿜어지게 하는 기본 원리로 구성되어 있다.



그림 3. 가습기의 종류

가습기에는 구동되는 방식에 따른 종류가 있는데 크게 가열식, 기화식, 초음파식, 복합식으로 나뉜다. 그 중 복합식 구조의 가습기는 초음파와 가열식의 장점을 결합한 제품으로 점점 시장점유율이 높아지고 있다. 본 디자인사례 연구에서는 복합식 가습기 구조를 바탕으로 한 감성적 가습기를 디자인하였다

4. 디자인 전개

가습기 디자인의 전개는 아이디어 발상을 통해 감성적 요소를 추출하기 위하여 제품의 형태와 칼라에 대한 정보, 자료수집과 트렌드를 파악하여 디자인컨셉을 도출하는 제품 개발 프로세스를 적용하였다. 이를 위하여 포미(for me) 족이라 불리는 20-30 대 소비자를 타겟으로 선정하여, 이들의 특징으로 차별화 되고 싶고, 남하고 색다른 감성적 디자인을 선호하는 특성에 맞는 가습기를 디자인하였다.

4.1. 기존 제품 리서치



그림 4. 가습기 리서치 프로세스

기존 가습기 시장 제품의 형태와 컬러를 수집 및 조사하였고 타제품과 타 분야에서 트렌드를 도출하였다. 조사 결과 부드럽고 단순한 형태와 밝은 고채도의 컬러군이 선호도와 빈도가 높았으며 디자인 전반적인 트렌드로는 소프트미니멀, 내추럴, 테크노 일루전으로 3 가지 컨셉을 도출할 수 있었다.

4.2. 아이디어 스케치 전개

디자인 전공 학생을 대상으로 다음과 같이 스케치를 진행하고 모델링 샘플을 제작하였다

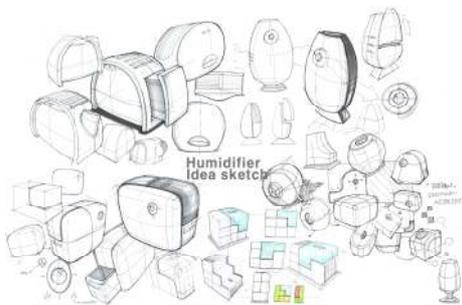


그림 5. 감성가습기 스케치

4.3 최종 렌더링과 키워드에 따른 분류

브레인스토밍을 통해 도출된 컨셉 형용사에 기반하고, 각각의 조형에서 모티브를 받은 결과물은 키워드와 컨셉으로 분류하여 A(미래지향적이고 고급스러운), B(간결한 직선적인), C(곡선적인, 자연적인) 타입으로 그룹핑 하였다.

A타입-Futurism		
컨셉형용사	모티브	
미래지향적 고급스러운	-UFO -우주선 -물의 파동	
	-Teapot -super car -자게기법	
B타입-Hard edge		
컨셉형용사	모티브	
간결한 직선적인	-건축물 -스와로브스키	
	-육면체 -테트리스	
C타입-Natural minimal		
컨셉형용사	모티브	
곡선적인 자연적인	-조기비 -조약돌 -사과	
	-카라 -나뭇잎 -과일	

그림 6. 감성가습기 모델링

5. 결론

본 사례연구를 통하여 다음과 같은 결과와 결론을 얻었다. 첫째, 최종 결과물은 3 가지 컨셉에 맞게 디자인을 제안하였다. A 타입은 ‘미래지향적 감성’을 나타내는 디자인으로 우주선이나 UFO 등의 형태에서 영감을 받은 가습기이다. B 타입은 ‘직선이 주는 감성’을 표현하고 스와로브스키나 테트리스 등으로 포인트를 준 간결한 디자인이다. C 타입은 ‘자연적 곡선의 감성’을 나타낸 타입으로 곡선적인 자연의 이미지와 그에 따른 유기적인 형태가 돋보이는 컨셉을 구현했다. 둘째, 본 사례연구를 통하여 각각의 감성 요소와 컨셉에 따라 제품을 디자인하면 소비자에게 감성적 이미지를 전달할 수 있고 디자인을 강하게 어필할 수 있을 것이다. 향후에는 가습기의 감성요소가 무엇인지를 구체적으로 연구하고 소비자 연령과 기호에 따른 라이프스타일에 따라 감성적 가습기 제품개발이 이루어지도록 구체적인 연구를 진행할 것이다.