

# 싱글족을 위한 다기능 가구 디자인 컨셉연구

## A Study on the Multi-function Furniture Design Concept for the 'Singles'

오시림\*, 이보배\*\*

동서대학교 산업디자인과\*, 동서대학교 BK21플러스\*\*

Shi Lin Wu(angellin\_27@163.com)\*, Bo-bae Lee(bb1030@naver.com)\*\*

### 요약

전통사회로부터의 발전 및 변화에 따라 사람들의 사고방식과 생활습관도 변하고 있다. 현대 사회에서는 전통적인 가치관의 탈피와 결혼관 등의 변화로 인해 싱글족이 점차 늘어나고 있으며, 이에 따라 싱글족의 행동방식, 생활환경, 소비습관 역시 관심의 대상이 되었다. 싱글족의 출현으로 전통 가구 역시 이미 이들의 수요를 만족할 수 없게 되었고, 때문에 싱글족의 특성에 맞춘 가구 디자인을 개발해야 한다. 본 연구는 싱글족의 발생배경 및 소비심리에 대한 연구를 통해, 싱글족의 소비와 기호의 특성을 분석했으며, 가구수요를 조사해 싱글족의 거주형태, 가구종류 및 특징에 대해 정리하고 있다. 또한 SWOT분석 방법을 사용하여 싱글족 가구의 장단점에 관하여 한층 더 체계적인 연구를 진행했다. 더불어 싱글족의 가구 수요, 거주형태 및 싱글족 가구의 장단점에 대한 분석을 종합하여 싱글족을 위한 멀티형 가구 디자인이라는 개념을 내놓았으며, 이를 기초하여 싱글족의 특징 및 수요를 만족할 수 있는 가구 디자인으로 싱글족의 가구수요를 만족시키기 위해 본 연구를 진행했다. 마지막으로 멀티형 디자인 및 접이식 기능은 공간 활용도를 향상시켰으며, 새로운 제품 디자인 개발방법을 제시한 점에서 새로운 의미를 가진다.

■ 중심어 : | 싱글족 | 다기능 가구 | 디자인 개발방법 |

### Abstract

With the development of the society, people's thought and the way of life is changing. The change of the traditional values and marriage lead to the increase of the "singles" groups in modern society. The "singles" group's behaviors, living environment, and consumption have become a social focus. With the emergence of the "singles", traditional furniture already can't meet the demand, so personalized furniture should be developed for the "singles". This study based on background and consumption psychology of the "singles", analyzed the consumption characteristics and preferences of the "singles". It studied the furniture demand of the "singles", and analyzed the existing unmarried person's residential form, types and characteristics of the furniture, and also analyzed the existing furniture using by the "singles" with SWOT, made a more systematic study for finding the advantages and disadvantages of existing the "singles" group's furniture. Then, combined with the unmarried person's furniture needs, living forms, the advantages and disadvantages of the "singles" furniture, etc., made the multi-functional furniture design concept for the "singles". This concept as a design direction, which would make out more suitable furniture be in keeping with the "singles" group's characteristics and requirements. Finally through the concept of multi-functional and folding raise the utilization ratio of narrow space of the living environment.

■ keyword : | The 'Singles' | Multi-function Furniture | Design Development Method |

## I. 서론

### 1. 연구의 배경 및 목적

오늘날, 급속도로 진행되는 산업화와 도시화의 영향으로 가족구성의 유형이 다양하게 변화하고 있다. 가족구성원의 유형과 구조가 급변하기 시작하면서 이러한 변화는 사회의 변화 또한 촉진시켰다.

21세기에 들어서면서 사회의 고령화와 함께 1인 가구는 해마다 급증하고 있다.

이러한 1인 가구의 증가 현상은 거주 시장의 끊임없는 수요 변화를 초래하였고 기술 및 사회의 발전에 따라 주택의 유형과 생활양식의 변화는 필연적인 것이 되었다.

국토해양부에서 조사한 내용에 따르면 1995년 1642천 가구였던 1인 가구 수가 2020년에는 4109천 가구에 이를 것으로 추정된다. 싱글족이 형성된 배경에는 사회·경제·문화적인 요인들이 복합적으로 연관되어 있으며, 일종의 사회적 트렌드로 볼 수 있다[1].

따라서, 가구 유형의 다양화와 함께 소비자의 특성과 요구를 파악하여 디자인이 이루어져야 하며, 늘어가는 싱글족만을 위한 새로운 라이프 스타일에 맞는 가구의 필요성이 강조되어야 한다.

본 연구에서는 최근 급증하고 있는 싱글족의 특징에 대해 이해하고, 싱글족의 라이프 스타일 변화에 대해 분석하였다. 그리고 이처럼 하나의 문화코드로 떠오르고 있는 싱글족의 다기능가구 디자인을 제안하였다. 특히, 가구의 형태와 기능, 싱글족의 수요에 충족하는 가구의 특징을 강조하고, 싱글족의 라이프 스타일에 맞는 미래지향적인 디자인 방향을 제시하는데 본 연구의 목적 있다.



그림 1. 연구의 배경 및 목적

### 2. 연구의 범위 및 방법

본 연구의 범위는 안정된 직업과 수입을 보유한, 또한 소비능력을 가진 20-30대 미혼의 남녀 싱글족을 대상으로 하였다. 연구의 진행은 국내외 서적, 논문, 관련 기관 공시자료, 인터넷 등을 중심으로 싱글족과 관련된 사회적 현상, 주거환경, 현재 선호되고 있는 싱글가구 등을 조사/분석하여 싱글족의 주거공간을 효율적으로 이용할 수 있는 싱글가구의 특성을 형태와 기능을 중심으로 도출해 내고, 이를 반영한가정용가구 디자인 전략과 디자인 제안하였다. [그림 2]는 위와 같은 연구 방법과 범위를 보여 주고 있다.

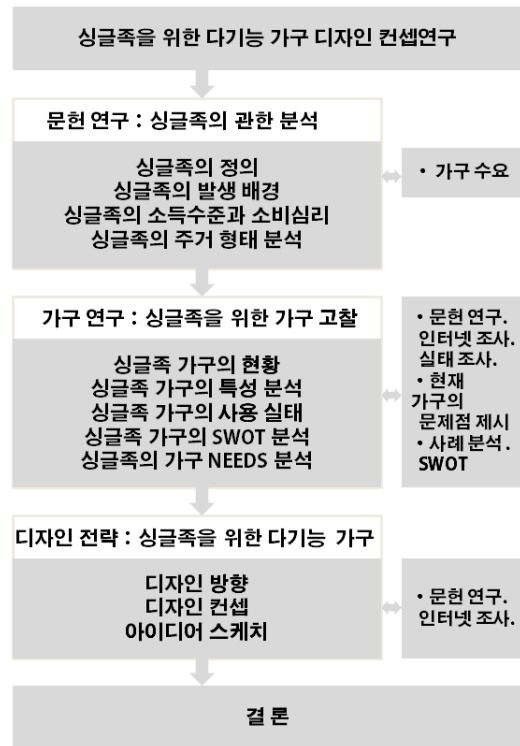


그림 2. 연구의 범위 및 방법

## II. 싱글족의 일반적 고찰

### 1. 싱글족의 정의

싱글족에서 싱글은 우리말, ‘독신’의 의미와 같은 것

으로 독신의 사전적 의미는 “형제, 자매가 없는 독자나 배우자가 없는 사람, 홀몸” (한국어사전편찬회,2001)을 뜻하지만 통상 배우자가 없는 사람을 독신으로 지칭한다.

현대사회의 변화에 따른 신조어인 싱글족은 혼자 사는 사람, 독신자, 1인 가구 등을 일컫는다. 싱글족은 정신적, 경제적으로 독립된 사람, 즉 탄탄한 경제력과 인터넷 활용 능력을 갖추고 자신들만의 삶을 만끽하며 홀로 사는 신세대 남녀를 뜻한다. 싱글족은 결혼이라는 틀에 자기를 맞추기보다 자유와 이상과 일이 더 중요하지 않고 필수적으로 여기지 않는다는 것이다[2].

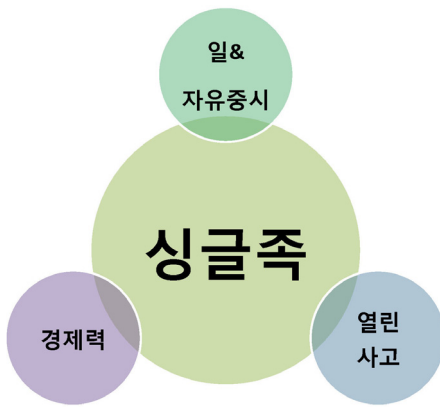


그림 3. 싱글족의 특성

## 2. 싱글족의 발생 배경

2000년부터 2005년까지 한국 전체 가구 수가 연평균 1.5%씩 늘어나는 것에 비하여 싱글 가구 수는 약 3.3%씩 증가하고 있다. 2005년에 전체 가구 수의 17%를 차지하고 있는 싱글 가구는 2020년이 되면 약 21.5%를 차지할 것으로 예측하고 있다. 한국에서 싱글족이 본격적으로 관심을 받고 각 분야에서 서서히 연구의 대상이 되기 시작한 것은 2000년대 초반부터지만 이는 훨씬 이전부터 서서히 형성된 가치관의 변화라고 할 수 있다 [3]. 2005년 통계청의 인구 총 조사 결과에 따르면, 25세 이상 39세 미만 미혼 인구는 4백만 명이 넘는다[그림 4]. 이는 1980년의 1백만 명 수준보다 4배가량이나 커진 규모다. 25년 전이라면 당연히 결혼을 했을 나이임에도 불구하고, 미혼으로 남아있는 2030세대가 빠르게 증가하고 있는 것이다.

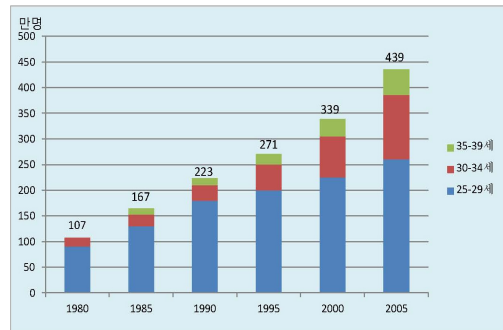


그림 4. 미혼인구 증가 추이

각 연령별 증가 속도를 보다 구체적으로 살펴보자. 1980년에 20대 후반의 미혼자는 30%에 불과했지만, 2005년에는 71%에 달하고 있다[그림 5]. 과거와 달리 요즘은 20대 후반의 기혼자를 찾기가 점점 어려워지고 있다고 볼 수 있다. 같은 기간 30대 초반의 경우에는 6배, 30대 후반의 경우 10배 이상 미혼자 비율이 가파르게 늘고 있다[4].

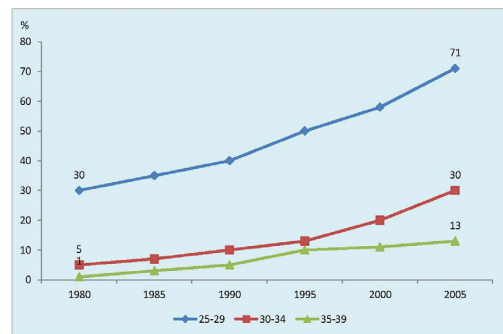


그림 5. 미혼인구 비중 추이[4]

싱글족이 증가하는 배경으로 현대사회의 변화와 관련하여 4가지 원인이 있다.

첫째, 개인주의와 다원화로 인해 가치관이 변화했기 때문이다. 과거 전통사회에서는 ‘나’보다는 ‘우리’가 강조되었지만 현대사회에서는 개인주의가 보편화되면서 ‘나’의 행복이 가장 큰 가치로 여겨지고 있다.

둘째, 경제 성장으로 인한 물질적 풍요를 누릴 수 있기 때문이다. 싱글족으로 살아갈 때 가장 중요한 여건은 경제적 상황이다. 최근 경제 성장으로 인해 개인 소

득의 증가는 혼자 살아갈 충분한 여건을 만들어 주고 있다.

셋째, 전통적인 가족의 해체는 남성과 여성을 기존 성별의 역할에서 벗어나게 해주기 때문이다.

넷째, 싱글에 대한 사회적 인식이 변화하고 있기 때문이다. 과거 20-30대 싱글족을 일컫는 말로는 독신자, 미혼자 등 부정적 이미지의 단어를 쓰곤 하였다. 하지만 최근 싱글족의 이미지는 세련되고, 능력 있는 도시인 등 긍정적으로 변화하였다[5].

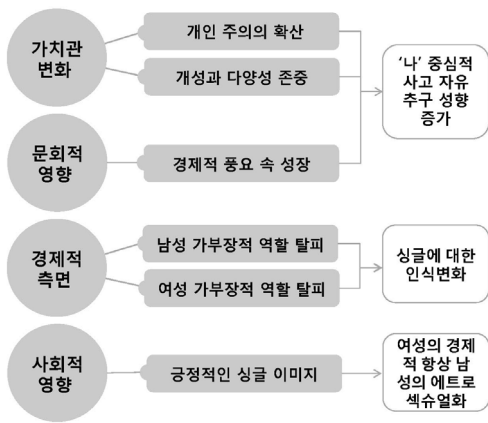


그림 6. 싱글족 등장의 배경적 요인

### 3. 싱글족의 소득수준과 소비심리

제품디자인에서 소비자의 욕구와 행동패턴을 종합적이고 객관적으로 파악하고, 분석하는 연구 분야의 연구 성과는 많지 않다[5]. 제품의 디자인은 ‘사물’ 자체보다는 제품 속의 ‘인간적인 요소’를 부각시켜야 한다. 디자인을 통해 제품을 보다 더 인간 친화적으로 만들으로써 ‘인간’이 ‘사물’에 적응하는 것이 아니라 ‘사물’이 ‘인간’에 맞게 최적화되어 지는 것이 미래의 제품 디자인이 나아가야 할 방향이다. 소비자가 새로운 제품을 접하고, 비로소 “Aha”하는 탄성과 함께, “이 제품 참 좋다”라는 생각을 가지게 하는 감동제품을 내놓아야 하는 시대가 도래 하였다[7].

2006년 통계청 조사에 따르면 1인 가구의 월평균 소득은 117만 2천원으로 2인 이상 가구의 298만9천원의 39.2% 수준이다. 1인 가구의 소득 수준이 생각보다는 높지 않다. 하지만 소득이 없는 독거노인과 부모에게

경제적으로 의존하는 싱글족이 가파르게 늘어나는 실정을 감안한다면 상당한 수준으로 볼 수 있다[8].

표 1. 싱글족의 소비심리

싱글족의 소비심리	
1.	패션의 개성적인 특징에 초점 맞춤, 개인 속성의 표현 강조
2.	첨단 기술에 초점을 맞춘 자동화, 전문화와 친환경의 개념
3.	감정, 정서에 좌우되거나 자아의식적인 소비에 대한 연구

첫째는 패션의 개성적인 특징에 초점 맞춤, 개인 속성의 표현 강조 이다. 싱글족에게는 크게 제한되는 부분이 없기 때문에 대부분인 경우 자기 일에 대해 스스로 결정을 하는 편이며, 사고가 개방적이고 상상력이 풍부하고, 새로운 것을 추구하며 변화하는 것을 좋아하는 집단으로서 이들의 가구에 대한 요구도 새롭고 최신 유행에 맞는 것인지, 패션을 대표할 수 있는 것인지, 아름다운 모습을 가졌는지에 있다.

둘째는 첨단 기술에 초점을 맞춘 자동화, 전문화와 친환경의 개념 이다. 디지털 상품이 인기를 끄는 요즘 세대에서 가구는 더이상 단일한 기능으로 소비자의 눈길을 끄는 것이 아니라 첨단 재료의 응용 및 지능화를 판매의 중심으로 싱글족 집단에 속하는 소비자들의 관심을 받고 있다[9].

셋째는 감정, 정서에 좌우되거나 자아의식적인 소비에 대한 연구 이다. 싱글 청년기는 미성숙한 소년시기에서 성숙한 청년시기로 넘어가는 과도기에 처해 있다.

### 4. 싱글족의 주거형태 분석

싱글족은 대부분 혼자 살기에 적당한 크기의 주거공간을 지녔다. 물론 경제적으로 허락하는 이들에겐 넓은 생활공간이 허용되지만, 대부분의 싱글족들은 혼자 생활하기 적당한 크기의 공간에 만족한다. 싱글족의 주거공간에서 좁게 느껴지는 공간이라도 어떻게 활용하면 2배로 넓게 사용할 수 있을까 하는 것은 매우 중요한 문제다. 이런 점 때문에 공간을 효율적으로 사용할 수 있는 기능을 지닌 가구를 활용하기도 하고 이를 통해 멀티기능을 가진 효율적인 공간으로 혼자만의 삶을 만끽하기도 한다.

전통적인 싱글족의 주거공간은 원룸이나 오피스텔이

다. 작은 공간을 효율적으로 사용할 수 있기 때문에 싱글족에게 각광받는다. 원룸은 공간을 개성 있게 이용하고, 생활이 편리하며, 사생활이 보장된다[10].

싱글족의 주거공간으로는 학군도 필요 없고 복지나 병원도 관여하지 않지만 그들만이 즐길 수 있는 문화공간이나 쇼핑 공간, 스트레스를 풀 수 있는 공간이 옆에 있음을 원한다. 싱글족은 직업의 이동이나 여러 가지 면에서 이동이 잦기 마련이기에 빌트인(Built-in)을 선호하고 전세보다는 월세가 대부분이다. 싱글족은 주거공간은 작으나 가구와 가전을 갖추고 식사와 기타 생활에 필요한 것들을 편리하게 한 건물 안에서 해결할 수 있는 주거 환경을 선호하고 있다. 또한 이렇게 나 홀로의 삶에 불편을 느끼지 못하는 생활환경은 싱글족이 증가하는데 영향을 미치고 있다. 원룸, 오피스텔 주변에 24시간 편의점과 야식 판매점이 빼곡히 들어선 것도 특징이다[11].

표 2. 싱글족의 주거형태 분석

종류	특징	규모
코콘 하우스	침대, 옷장, 책상, 냉장고 등이 갖춰진 침실 화장실이나, 샤워실, 세탁실, 주방 등은 입주자이 공동	2-7평
원룸	침실, 주방, 화장실 기본 거실, 베란다가 안의 독립된 공간 안에 있거나 부분적으로 분리	7-15평
오피스텔	오피스 + 호텔(주거겸용 사무실)	10-20평
아파트	아파트와 오피스텔의 합성어(구거겸용 사무실) 주거 목적에 맞춘 중대형 오피스텔	20-40평
레지던스	호텔식 생활지원 서비스를 제공하는 부대시설을 갖춘 고급화	15-50평
주상복합	생활의 편리함을 쫓아 갈수록 첨단화, 고급화 주로 1층부터 3층까지 빨래방, PC방, 호프집, 노래방등 위락시설. 풀 옵션이 추세	다양함

### III. 싱글족 가구 분석

#### 1. 싱글족 가구의 현황

싱글족 가구 공간 분포 현황:

싱글족 가구의 공간적 분포를 보면 [그림 7]과 같은데, 전반적으로 외곽 지역보다는 도심지역에 입지하는 경향이 높고, 도심 및 부도심, 역세권 등과 밀접한 관련이 있다[12].

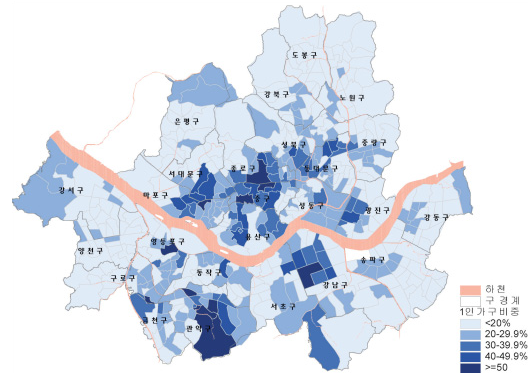


그림 7. 서울시 싱글족 가구의 공간적 분포[12]

지역별로는 종로 1·2·3·4가동, 을지로동, 회현동과 같은 도심 지역, 노고산동과 같은 대학가 주변, 가리봉1동과 같은 공업지역 주변, 신림9동이나 신림9동과 같은 고시촌, 역삼1동이나 영등포2동과 같은 상업업무 밀집지역 등에서 높은 비중을 보이고 있다.

한국에서도 싱글족 가구의 비율은 지속적으로 증가하고 있는데, 통계청에 따르면 2005년 한국의 싱글족 가구 수는 3,171천 가구로 전체가구(15,887천 가구)의 20.0%를 차지하고 있다. [그림 8] 이는 2000년의2,224천 가구에서 947천 가구가 증가하여 약42.5% 가량 증가한 것으로써 전체가구증가율(11.0%)을 훨씬 상회 하고 있다. 싱글족 가구 증가 추이를 보다 자세히 살펴보면, 1990년54.5%, 1995년60.8%, 2000년35.4%, 2005년42.5%로 2000년에 증가율이 둔화되었다가 다시 상승하고 있다[13].

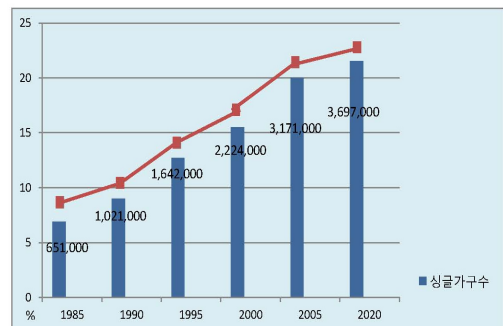


그림 8. 싱글족 가구 규모 및 추이[13]

## 2. 싱글족 가구 특성 분석

싱글족 가구는 싱글족의 주거환경과 생활방식을 고려해 볼 때 일반가구가 가지고 있는 고유의 기능 외에 또 다른 특성을 요구한다. 이에 싱글가구의 디자인 기획 시 고려해야 할 사항은 1인 가구, 주거공간의 규모와 형태, 공간의 효율적 이용, 선호하는 디자인과 기능, 가격, 사용의 편리성, 이동 및 보관 등이다. 본 연구에서는 싱글 가구가 요구하는 형태적, 기능적 특성을 크게 소형, 확장, 적층, 변형, 결합, 이동, 접이식, 수납, 붙박이 등 9가지로 [표 3]과 같이 새롭게 정의하였다.

표 3. 싱글족 가구의 기능 분석

특성	이미지	내용
소형 (小形)		소형은 요구기능이 보장되는 최소한의 규격을 의미하며, 효율적 공간 이용을 위한 가장 기본적인 요소이다. 소형 가구는 취급이 용이할 뿐만 아니라, 구매 시 가격 부담도 상대적으로 적은 경우가 많다.
확장 (擴張)		확장은 길이나 면적 등 규격을 늘리는 것을 뜻하며, 대개 장단(長短) 또는 대소(大小) 등으로 이원화(二元化) 된 규격을 적용하지만 사용자의 기준에 따라 조절이 가능한 경우도 있다.
적층 (積層)		적층은 복수의 동일 유닛(Unit) 또는 동일 모듈(Module)의 유닛을 수평 또는 수직으로 포개어 놓는 것을 말하며, 사용자의 목적에 따라 적층을 하거나 보관공간을 최소화 하는 목적으로 적층을 하기도 한다.
변형 (變形)		변형은 복수 기능이 내재된 가구를 사용목적에 따라 적절히 구성하는 것을 말한다.
결합 (結合)		결합은 품목 고유의 기능 외에 다른 기능을 포함한 것으로 다른 품목 간 또는 다른 기능 간의 복합 또는 융합의 개념이다.

이동 (移動)		이동은 필요에 따라 가구의 위치를 선택적으로 옮기는 것으로 최근 전 가구분야에 다양하게 적용하고 있는 기능이다.
접이식 (Folding Type)		접이 기능은 회전축을 중심으로 한 각도조절 기능으로써 이를 하나의 기능적 형태로 디자인한 가구가 접이식 가구이다.
수납 (收納)		수납은 일반적인 가구의 수납형태가 아닌 숨은 공간이나 자투리 공간을 수납공간으로 활용함으로써 공간 효율을 높이는 것이다.
붙박이 (Built-In)		붙박이는 몸체의 전체 또는 일부를 건물 벽체에 매입, 고정, 설치하는 가구 형태로 거실공간의 절약이 가능하다.








## 3. 싱글족 가구의 사용 실태

본 연구는 기존의 싱글족 가구의 사용실태를 조사하여, 싱글족 가구의 사용실태별로 [표 4]와 같이 침대 겸용소파, 침대, 책상겸용 미니식탁, 테이블, 1인 의자 등 총 10가지 특징으로 분류 하였다.

표 4. 싱글족 가구의 기능 분석

제품명	이미지	기능
침대 겸용 소파		소파, 침대 등 다용도로 사용 매트리스는 쉽게 접었다 펼 수 있어 편리
침대		1층은 책상으로 2층은 침대로 활용하여 하나의 공간을 다양한 용도로 사용할 수 있는 가구
책상 겸용 미니 식탁		수납과 조리대 결합 아일랜드형 식탁과 책상을 겸하여 사용할 수 있는 실속 제품, 좁은 공간에서 더욱 효율적으로 사용



1인용 테이블		재미있는 디자인, 원색적인 색상으로 인기가 높은 제품 '재미', '웃음'의 요소 필요에 의한 소비가 아닌 즐거움을 위한 소비가 새로운 소비 코드로 부상
1인 의자		다리와 본체가 서로 분리되는 디자인으로 필요에 따라 간편하게 완성
책꽂이		양증맞은 크기의 책꽂이
소파 팔걸이용 테이블		소파에 탈부착이 가능한 팔걸이형 미니테이블을 장착하여 창의적인 공간 연출 가능
책장 겸용 미니 식탁		수납과 조리대 겸한 아일랜드형 식탁
수납형 의자		수납형 의자 바퀴가 달려 있어 쉽게 이동 가능
침대 겸용 책상		침대를 접어 올리면 좌식 책상이 되는 가구

기존의 싱글족 가구 기능을 분석하여, 기존의 싱글족 가구의 특징은 [표 5]와 같다.

표 5. 기존의 싱글족 가구의 특징

순서	종류	특징
1.	체적	대부분이 부피가 작은 가구이다.
2.	조형	유행하는 이미지를 띤다.
3.	기능	기능이 1~2개로 제한되어 있다.
4.	재료	목재 및 목재 합성재.

#### 4. 싱글족 가구의 SWOT 분석

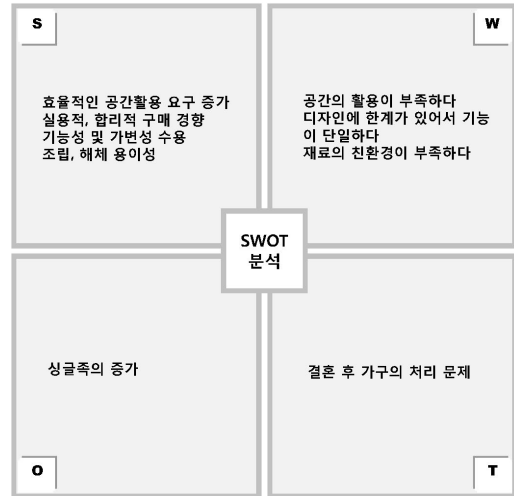


그림 9. 싱글족 가구의 SWOT 분석

싱글족 가구 SWOT를 통해 기존에 나와 있는 싱글족 가구의 몇 가지 문제점을 살펴볼 수 있다. 첫째, 공간 절약을 위해서 기존 가구를 개선해 부피를 줄이고 공간 활용률을 높여야 한다. 이를 위해서는 접이식 구조나 신축성 있는 구조로 가구를 설계해 볼 수 있다. 둘째, 기존의 싱글용 가구가 갖추고 있는 기능은 대체로 한, 두 개로 그 기능이 매우 제한적이다. 그래서 다양한 기능을 원한다면 여러 가구를 살 수 밖에 없다. 이는 공간 활용의 효율성을 떨어뜨릴 뿐만 아니라, 경제적인 부담까지 증가를 초래한다. 그렇게 때문에 다기능 가구를 설계해 공간을 절약하고 가구 구매로 인한 지출을 줄임으로써 독신들에게 더욱 적합한 가구로 개선해야 한다. 셋째, 현재 전 세계적으로 목재자원이 부족하고 가격 또한 날로 상승하고 있다. 목재를 가구소재로 사용하게 되면 지속가능한 환경 발전에 부정적인 영향을 끼칠 뿐 아니라, 가구의 원가를 높이는 결과를 가져온다. 목재합성소재는 원가를 낮추는데 도움이 되지만 환경오염을 야기한다. 그래서 생산량이 많고 환경 친화적인 목재로 대체할 필요가 있으며, 현재는 대나무 목재가 가장 적합하다고 볼 수 있다.

SWOT분석을 통하여 친환경 재료의 싱글족 다기능 가구는 싱글족가구의 미래디자인 방향이 잘 나타난다.

#### IV. 싱글족 위한 다기능 가구 디자인 전략

##### 1. 디자인 방향

본 연구는 싱글족의 배경과 특성, 주거 형태, 소비 심리, 가구 NEEDS 등을 바탕으로 싱글족을 위한 다기능 가구 디자인을 제안한다. 디자인 방향은 크게 3가지로 분류한 후 다시 세부적인 디자인 요소를 추출하였다.

구체적으로 싱글족의 주거 공간 활용도가 뛰어난 공간 절약형 측면과 다양한 기능을 한번에 사용할 수 있는 기능 통합형 측면, 사용편리성을 강조하여 간편하게 조작하는 기능적 측면으로 볼 수 있다. 공간 활용도와 기능복합, 사용편리성을 개선하기 위해서는 사용자의 패턴을 고려하여 디자인 요소로 활용하고자 한다.

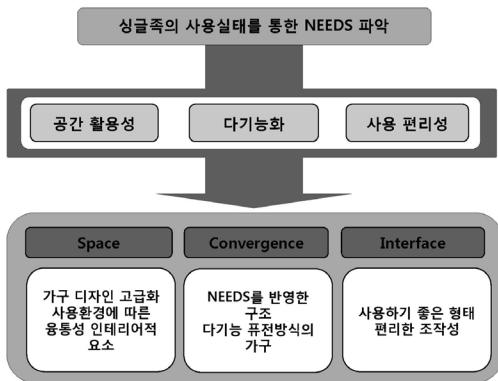


그림 10. 디자인 방향

본 연구는 제품 자체의 기능에 부가적인 기능을 접목시켜 싱글족의 생활환경과 라이프 스타일 그리고 특성을 고려해 소비자의 NEEDS와 가사활동에 가치와 재미를 부여할 수 있는 디자인을 전개하였다.

전문가 싱글족의 가구 NEEDS를 파악하여 특성과 형태를 기능적 접근으로 실태 조사를 참조하였으며 현재 싱글족이 사용하는 가구의 특징, 장·단점, 제품별 기능 등을 분석하였다. 분석한 결과를 바탕으로 싱글족 가구의 개선점과 사용편리성을 중심으로 하는 이상적인 형태를 예측할 수 있었다. 디자인 전략은 다음과 같다.

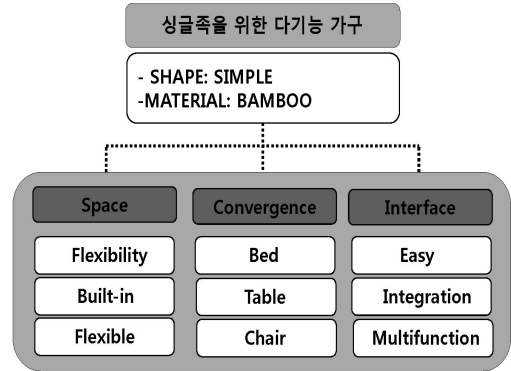


그림 11. 디자인 전략

##### 2. 디자인 컨셉

**SPACE** : 공간 활용성을 최대한으로 높여 싱글족의 주거공간에 부합할 수 있도록 디자인한다. 공간을 절약하고 효율적으로 활용하기 위해서 가구를 접이식으로 신축성 있게 디자인하는 방법이 있다. 사용하지 않을 때에는 접이식 기능을 활용해 공간을 많이 차지하는 가구를 접어두고, 필요할 때 다시 펴서 사용하는 것이다. 이는 실내 공간을 절약할 수 있을 뿐 아니라, 주변환경이 더욱 정돈되어 보이는 효과가 있다.

**CONVERGENCE** : 소비자의 요구를 최대한 적용하여 기존 제품들과의 기능적, 형태적으로 상호 호환성을 높여 다양한 싱글족의 환경과 요구에 대응할 수 있도록 한다. 다기능 가구의 디자인 이념을 통해 분산된 기능을 하나로 통합하였다.

**INTERFACE** : 조작의 편리성을 추구한다. 여가의 재미와 즐거움을 느낄 수 있도록 한다.

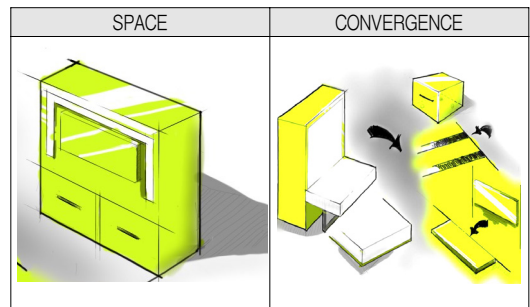


그림 12. 아이디어 스케치



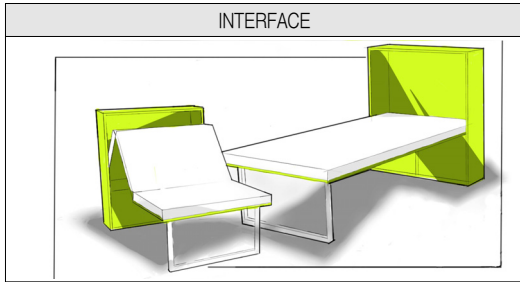


그림 13. 아이디어 스케치



그림 14. 디자인 결과



그림 15. 디자인 결과

[그림 14][그림 15]의 디자인 결과는 싱글족의 주거환경이나 가구 수요 등의 관련 조사연구를 통해 싱글족을 위한 맞춤형 다기능 가구를 디자인하였다. 접이식 방법을 활용해 침대를 완전히 접을 수 있는 3단식으로 사용할 때는 펴고, 사용하지 않을 때는 1단으로 접어서 소파로 사용할 수 있다. 책상과 의자도 접이식 또는 수납형으로 디자인해 수납할 수 있는 공간을 넓혔다. 하나의 가구를 휴식, 공부 등의 다양한 용도로 사용하는 것은 주거공간이 협소한 싱글족에게 매우 실용적일 뿐만 아니라 공간을 절약함과 동시에 공간을 효율적으로 사용할 수 있게 된다.

## V. 결론

전통사회로부터의 발전 및 변화에 따라 사람들의 사고방식과 생활습관도 변하고 있다. 현대 사회에서는 전통적인 가치관의 탈피와 결혼관 등의 변화로 인해 싱글족이 점차 늘어나고 있으며, 이에 따라 싱글족의 행동방식, 생활환경, 소비습관 역시 관심의 대상이 되었다.

싱글족의 출현으로 전통 가구 역시 이미 이들의 수요를 만족할 수 없게 되었고, 때문에 싱글족의 특성에 맞춘 가구 디자인을 개발 필요 하게 되었다.

본 연구는 싱글가구의 디자인에 있어 싱글족의 주거환경과 생활방식을 고려하여, 종합적이고 공간적인 관점으로 접근함으로써 싱글가구의 새로운 디자인 방향성을 제시하고자 하였다.

본 연구는 싱글족의 발생배경 및 소비심리에 대한 연구를 통해, 싱글족의 소비와 기호의 특성을 분석했으며, 가구수요를 조사해 싱글족의 거주형태, 가구종류 및 특징에 대해 정리하고 있다. 또한 SWOT분석 방법을 사용하여 싱글족 가구의 장단점에 관하여 한층 더 체계적인 연구를 진행했다. 더불어 싱글족의 가구 수요, 거주형태 및 싱글족 가구의 장단점 등에 대한 분석을 종합하여 싱글족을 위한 멀티형 가구 디자인이라는 개념을 내놓았으며, 이를 기초하여 싱글족의 특징 및 수요를 만족할 수 있는 가구 디자인을 제안 하게 되었다. 이렇게 본 연구를 통하여 제안되어진 싱글족 가구 디자인은

접이식 구조의 다기능 가구로써 공간 활용도를 향상시켰으며, 싱글족을 위한 디자인 가구 개발의 필요성을 강조한 점에서 큰 의미가 있다. 또한, 디자인 개발방법을 제시한 점에서 새로운 의미를 가진다.

참 고 문 헌

- [1] 이병주, *싱글족을 위한 홈 비서로봇 디자인 개발에 관한 연구*, 서울산업대학교, 2010.
- [2] 김소연, “결혼보다 삶의 질이 더 중요한 문제”, *한경비즈니스*, 제568호, p.59, 2006.
- [3] 이연수, *싱글 마케팅*, 비즈니스북스출판사, 2005.
- [4] 정다정, *공연예술관람 실태를 통한 관객개발 방안*에 관한 연구 *싱글족의 여가활동을 중심으로*, 숙명여자대학교, 2009.
- [5] 허동규, *싱글족을 위한 복합조리가구 개발에 관한 연구*, 홍익대학교, 2007.
- [6] 강범규, “사용자 욕구조사를 통한 해양레저용품(Bodyboard)디자인 컨셉개발”, *한국콘텐츠학회 논문지*, 제13권, 제5호, p.136, 2013.
- [7] 강범규, “혁신적 제품 디자인 개발 가능성”, *한국콘텐츠학회논문지*, 제12권, 제12호, p.588, 2012.
- [8] 손정미, “싱글족은 더블족”, *조선일보*, 9월호, p.15, 2006.
- [9] 王双科, “*虛擬家具設計的現狀与發展趨勢*”, *家具与室內裝飾*, 2월호, 2001.
- [10] 나수연, *싱글족을 위한 다기능 가구 디자인 연구* *침대 중심으로*, 공주대학교, 2008.
- [11] 박수진, “혼자 살기 딱 좋아 ‘몸만 들어오세요’”, *한경비즈니스*, 제349호, p.45, 2002.
- [12] 이진아, *라이프스타일 유형에 따른 1인 가구 유닛 계획안*, 홍익대학교, 2010.
- [13] 김혜영, *미혼 1인 가구의 가정의식 및 생활실태조사*, 한국여성정책연구원, 2007.

저 자 소 개

오 시 림(Shi Lin Wu)

정회원



- 2005년 9월 : 천진미술학원 산업디자인과(디자인학사)
- 2010년 9월 : 동서대학교 산업디자인과(디자인석사)
- 2012년 9월 ~ 현재 : 동서대학교 디자인학과(디자인박사)

<관심분야> : 제품디자인, 산업디자인, 디자인 전략, 디자인 매니지먼트

이 보 배(Bo-Bae Lee)

정회원



- 2007년 2월 : 경성대학교 제품디자인과(디자인학사)
- 2011년 8월 : 부경대학교 디자인교육학과(교육학석사)
- 2006년 12월 ~ 2010년 11월 : 니토디자인(제품디자인팀)

▪ 2011년 9월 ~ 2012년 2월 : 동서대학교 DIDIC (연구원)  
 ▪ 2012년 3월 ~ 2013년 3월 : 동서대학교 BK21 에코디자인팀 (선임 연구원)  
 ▪ 2013년 9월 ~ 현재 : 동서대학교 BK21 해양디자인인력양상사업단 (선임 연구원)  
 <관심분야> : 산업디자인, 해양디자인, 디자인 마케팅